

**รายงานฉบับสมบูรณ์:  
โครงการจัดทำข้อมูลสนับสนุนการ  
วิเคราะห์และติดตามความเคลื่อนไหว  
ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ**

- ข้อมูลโดยรวมจากนักท่องเที่ยวทั้ง  
**8 ประเทศ**
- การวิเคราะห์ผู้ประกอบการ
- การวิเคราะห์ประเทศคู่แข่ง

เพื่อ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
โดย: บริษัทชินโนเวตจำกัด  
วันที่: (23/05/2555)

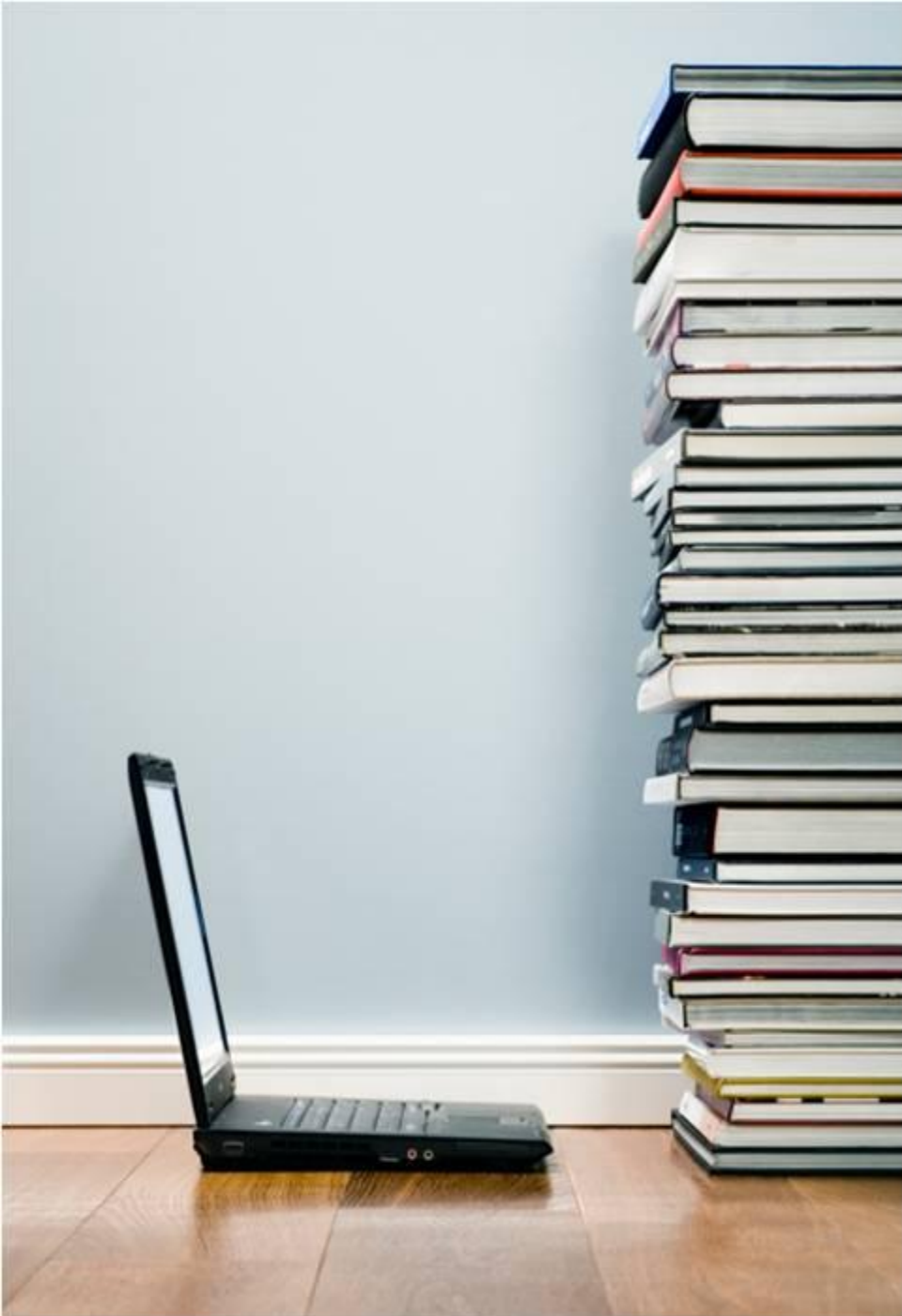
© 2011. Synovate Ltd. All rights reserved.

The concepts and ideas submitted to you herein are the intellectual property of Synovate. They are strictly of confidential nature and are submitted to you under the understanding that they are to be considered by you in the strictest confidence and that no use shall be made of the said concepts and ideas. Synovate does not, in providing this report, accept or assume responsibility for any other purpose or to any other person to whom this report is shown or in to whose hands it may come save where expressly agreed by our prior consent in writing.



## สารบัญ

- วัตถุประสงค์ และ วิธีการวิจัย .....6
- หลักการและเหตุผล.....7
- ขอบเขตการศึกษา.....11
- วิธีการศึกษา .....12
- การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว.....16
- การกำหนดงบประมาณของนักท่องเที่ยว.....19
- ระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....23
- พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสำหรับที่พัก.... 28
- พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสำหรับอาหาร  
และเครื่องดื่ม .....35
- พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ  
.....40
- พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการสินค้าการ.....44
- พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับค่าเดินทางของนักท่องเที่ยว  
.....48
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆของนักท่องเที่ยว.....53
- ข้อเสนอแนะในการศึกษาขั้นต่อไป.....54
- ข้อมูลโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม....56





# สารบัญ

- การสัมภาษณ์เชิงปริมาณ.....58
- ข้อมูลนักท่องเที่ยว.....59
- พฤติกรรมการใช้จ่าย.....66
- ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....71
- ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....85
- ลำดับความสำคัญของปัญหา .....87
- ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย.....90
- ความคิดเห็นจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม.....91
- ประเทศคู่แข่ง.....133
- ข้อเสนอแนะ.....154

## ภาคผนวก

- ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีน.....163
  - พฤติกรรมกรใช้จ่าย.....168
  - ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....173
  - ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....181
  - ข้อเสนอแนะ.....183
- ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.....187
  - พฤติกรรมกรใช้จ่าย.....192
  - ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....197
  - ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....205
  - ข้อเสนอแนะ.....207





synovate

Business Consulting

## สารบัญ

- ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง.....211  
พฤติกรรมกรใช้จ่าย.....216  
ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....221  
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....229  
ข้อเสนอแนะ.....231
- ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย.....235  
พฤติกรรมกรใช้จ่าย.....240  
ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....245  
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....253  
ข้อเสนอแนะ.....255
- ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย.....259  
พฤติกรรมกรใช้จ่าย.....264  
ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....269  
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....277  
ข้อเสนอแนะ.....279
- ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร .....283  
พฤติกรรมกรใช้จ่าย.....288  
ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....293  
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....301  
ข้อเสนอแนะ.....303







## สารบัญ

- ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา.....307  
พฤติกรรมการใช้จ่าย.....312  
ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....317  
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....325  
ข้อเสนอแนะ.....327
- ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย.....331  
พฤติกรรมการใช้จ่าย.....336  
ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ.....341  
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวเมืองไทย.....349  
ข้อเสนอแนะ.....351
- แบบสอบถามเชิงลึก.....356
- แบบสอบถามเชิงปริมาณ.....369

## วัตถุประสงค์

- เพื่อจัดเก็บและปรับปรุงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งข้อมูลในเชิงปริมาณและคุณภาพที่มีจำนวนมากให้เป็นระบบ และสามารถใช้ได้ในลักษณะ Real Time ในระบบอินเทอร์เน็ต
- เพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในประเทศไทยเพื่อสนับสนุนการวางแผนตลาดการท่องเที่ยวไทยให้ประสบผลสำเร็จ

## วิธีการวิจัย

- รวบรวมสถิติ ข้อมูลจากเอกสารจากต่างประเทศ ข่าว นิตยสารทางการท่องเที่ยว และข้อมูลจากเว็บไซต์ โดยออกแบบฐานข้อมูลให้ครอบคลุมขอบเขตการศึกษา จัดแยกเป็นหมวดหมู่ บันทึกลงในรูปแบบตารางแบบ Excel และสามารถสืบค้นในลักษณะ real time ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้
- ทำการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น
- ทำการสำรวจข้อมูลกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวไทย
- สัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 2 ประเทศ คู่แข่ง

## เหตุผลที่เลือกซินโนเวด

- ซินโนเวดมีประสบการณ์เกี่ยวกับด้านการวิจัยแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ และเป็นบริษัทที่พัฒนาฐานข้อมูลสนับสนุนการวิเคราะห์และติดตามความเคลื่อนไหวตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในปี 2552 และ 2553
- นักวิเคราะห์ทุกคนผ่านการอบรมด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ
- ซินโนเวดมีทีม Knowledge and Information Management ซึ่งจะคอยทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยเฉพาะ ซึ่งมีพนักงานประจำอยู่ในหลายประเทศ
- ซินโนเวดมีสำนักงานตั้งอยู่ 118 แห่ง ทั่วโลก ทำให้สามารถเข้าถึง และเข้าใจนักท่องเที่ยวถิ่นได้เป็นอย่างดี
- ทีมงานทำการสัมภาษณ์มีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อทำการวิจัยอย่างดีทำให้ความเข้าใจข้อมูลที่ได้ไม่มีความคลาดเคลื่อน



## หลักการและเหตุผล

- เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องเกี่ยวข้องกับหลายธุรกิจในสาขาบริการ อาทิ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจบันเทิง เป็นต้น ซึ่งได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเกิดพัฒนาการใหม่ ๆ ขึ้นอยู่ตลอดเวลาตามสภาพการแข่งขันที่สูงเช่นในปัจจุบัน ดังนั้น การติดตามความเคลื่อนไหวข้อมูลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว จึงต้องมีการบริหารจัดการข้อมูลเข้ามาสู่ระบบ ทั้งข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณและคุณภาพ ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ ข้อมูลสถิติ พฤติกรรม แนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความเคลื่อนไหวของสายการบิน การแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ของประเทศคู่แข่ง เพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ การวางแผนเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการเชิงวิฤกฤติเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นต้น
- ด้วยเหตุที่มีความต้องการบูรณาการข้อมูลที่เกี่ยวข้องในหลายด้านเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ตลาดทั้งที่เป็นข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมทั้งข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และเอกสารรายงานจากแหล่งต่างๆ ที่ต่างมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ททท. จึงได้เริ่มดำเนินการจัดทำโครงการข้อมูลสนับสนุนการวิเคราะห์และติดตามความเคลื่อนไหวตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม ในปี พ.ศ. 2552 - 2553 โดยร่วมกับบริษัท ซินโนเวต จำกัด เพื่อนำมาสนับสนุนการวิเคราะห์และการวางแผนตลาดให้มีความแม่นยำ พร้อมทั้งเพิ่มศักยภาพในเชิงการแข่งขัน โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่สำคัญสำหรับการวิเคราะห์และวางแผนตลาดให้อยู่ในรูปแบบที่ง่ายและสะดวกต่อการค้นหา
- ดังนั้น ในปีพ.ศ. 2554 เป็นการศึกษาโครงการจัดทำข้อมูลสนับสนุนการวิเคราะห์และติดตามความเคลื่อนไหวตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อเนื่องและต่อยอดจากเดิม โดยนอกจากการปรับปรุงชุดฐานข้อมูลเดิมให้มีความทันสมัย ปิดข้อบกพร่องในปีที่ผ่านมา และยังเป็นการศึกษาโครงการเชิงลึกต่อยอดจากปี พ.ศ. 2553 ซึ่งในปีนี้จะเป็นการศึกษาเชิงลึกในพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย



## หลักการและเหตุผล (ต่อ)

- อีกทั้งข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) รายงานว่าเนื่องจากการแข่งขันกันสูงทางด้านราคา จำนวนวันพำนักรที่สั้นลง และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศที่มีความคุ้มค่าเงิน (Value for money) ทำให้ในช่วงปี พ.ศ. 2533 – 2552 ที่ผ่านมา อัตราการเติบโตของรายรับจากการท่องเที่ยวไทยจะขยายตัวได้ต่ำกว่าอัตราการเติบโตทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ประมาณร้อยละ 1-2 UNWTO คาดการณ์ว่าจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5-6 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาแล้วจำนวนรายรับจากการท่องเที่ยวจะขยายตัวเพิ่มขึ้น ในอัตราร้อยละ 4-5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา
- นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งของตลาดต่างประเทศในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2546-2552) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยขยายตัวเพียงร้อยละ 2.6 ต่อปี ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำกว่าอัตราการเติบโตของเงินเฟ้อเฉลี่ยของไทย ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2546-2552) ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.1 ต่อปี
- ในขณะที่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11(พ.ศ.2555-2559) ของประเทศไทย ให้นับการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยเฉพาะภาคการผลิตและบริการให้มีการสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างของประเทศในทั้งธุรกิจเดิมและธุรกิจใหม่ โดยให้มีการใช้ศักยภาพแฝงที่มีอยู่ในสังคมไทยได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงต้องหันมามุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังนั้น จึงต้องมีการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการใช้จ่ายเชิงลึกทั้งก่อนและหลังการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อผลักดันให้การใช้จ่ายและรายได้ของตลาดต่างประเทศในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นไปตามเป้าประสงค์





## หลักการและเหตุผล (ต่อ)

จากการศึกษางานวิจัยในอดีต พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวในเมืองไทย แต่ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายจริงเพื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณที่นักท่องเที่ยวกำหนดไว้

ตัวอย่างงานวิจัยที่ศึกษาการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- งานวิจัยของ ชูเกียรติ ศิริวงศ์ (2549) "พฤติกรรมกรซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น" พบว่า จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เตรียมเงินสำหรับซื้อสินค้าต่ำกว่า 5,000 เยน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 รองลงมาคือเตรียมเงิน 10,001 - 15,000 เยน เป็นจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 เตรียมเงินมากกว่า 20,000 เยน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 เตรียมเงิน 5,001 - 10,000 เยน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และ เตรียมเงิน 15,001-20,000 จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 15.5
- งานวิจัยเรื่อง "กระบวนการตัดสินใจในการเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ" กนกพร ศิริโรจน์ ( 2545) พบว่า จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 384 คน บริเวณถนนข้าวสาร พบว่า นักท่องเที่ยวมีการวางแผนเพื่อการใช้จ่ายเงินต่ำกว่า 20 ดอลลาร์สหรัฐ โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จ่ายเพียงวันละ 6-10 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับที่พักในบริเวณถนนข้าวสาร
- งานวิจัยเรื่อง "ความต้องการในการใช้บริการ สปา นักท่องเที่ยวต่างชาติ" จิราวรรณ มั่งถาวรกิจ (2548) พบว่า ค่าเฉลี่ยจำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเต็มใจที่จะจ่ายในการใช้บริการสปาแต่ละครั้งคือ 1,873.46 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยการใช้บริการสปา อยู่ที่ 2.04 ครั้ง
- งานวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมกรซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่" ชมพูนุช ทิมประเสริฐ (2548) จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คนในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กำหนดงบประมาณในการซื้อสินค้าที่ระลึกแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยที่ 1,000 - 3,000 บาท จำนวน 125คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือเตรียมเงิน ต่ำกว่า 1,000บาท จำนวน 125คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 เตรียมเงิน 3,040- 6,000 บาท จำนวน 70คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 เตรียมเงิน 6,040-9,000 บาท จำนวน 13คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และเตรียมเงินมากกว่า 9,000 บาท จำนวน 5คน คิดเป็นร้อยละ 1.2



## หลักการและเหตุผล (ต่อ)

ดังนั้น ชินโนเวตขอเสนอให้ทำการศึกษาดังนี้

1. ปรับปรุงข้อมูลตลาดการท่องเที่ยวตามหมวดหมู่ที่จัดเก็บในปีที่ผ่านมาให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ปรับปรุงความถี่และสาระของเนื้อหาให้ครอบคลุมและสะดวกต่อการใช้งาน ทั้งข้อมูลที่เป็นสถิติ ข่าวสาร การแข่งขันและความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง แนวโน้มและการคาดการณ์ตลาดการท่องเที่ยวในอนาคต รวมทั้งการสนับสนุนข้อมูลบทวิเคราะห์/ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการในภาวะวิกฤติ (ตามรูปแบบหมวดหมู่เดิม ในปี 2553) โดยจัดทำอยู่ในรูปแบบ Excel เพื่อสามารถใช้งานอย่างสะดวกและสืบค้นได้ในลักษณะ real time ผ่านอินเทอร์เน็ต

2. ศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในประเทศไทย
- เปรียบเทียบพฤติกรรมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยกับงบประมาณที่นักท่องเที่ยวกำหนดไว้ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่
  - หากมีความแตกต่าง ความแตกต่างนั้นเป็นอย่างไร อะไรเป็นสาเหตุและปัจจัยที่ขัดขวางหรือส่งเสริมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้แตกต่างไปจากงบประมาณที่ตั้งไว้
  - ศึกษาโครงการต่อยอดในเรื่องค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย โดยเน้นการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น และแก้ปัญหาต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาขอบเขตที่ 2 บริษัทชินโนเวตจะนำข้อมูลโปรไฟล์ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสัมภาษณ์มาประมวลผลกับข้อมูลค่าใช้จ่ายโดยรวมและข้อมูลค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาให้เป็นสมการความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อสามารถพยากรณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งผลของการศึกษาที่ได้จะทำให้ ททท. เข้าใจพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมากขึ้นและสามารถนำมาปรับปรุงแผนและการดำเนินการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย

รายละเอียดข้อมูล

แหล่งข้อมูล

**1**  
ปรับปรุงข้อมูลตลาดการท่องเที่ยวตามหมวดหมู่ที่จัดเก็บในปีที่ผ่านมาให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

**2**  
ศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในประเทศไทย

- ข้อมูลสถิติ
- ข่าวสาร การแข่งขันและความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง
- แนวโน้มและการคาดการณ์ตลาดการท่องเที่ยวในอนาคต

- พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ก่อนและหลังเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยศึกษา
- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ใช้กระตุ้นการใช้จ่าย และโครงสร้างค่าใช้จ่ายของคู่แข่ง
- ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลโปรไฟล์ของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในแต่ละหมวด เพื่อสามารถพยากรณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ
- ข้อมูลจาก ททท
  - หนังสือพิมพ์
  - บทความหรือข้อมูลจาก BMI report (Tourism)
  - เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
  - เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

- สัมภาษณ์
- นักท่องเที่ยว
  - ผู้ประกอบการ
  - หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย



A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a light blue color against a darker blue background. Below it, a solid blue circle is partially visible. The text 'วิธีการศึกษา' is centered on the right side of the page.

**วิธีการศึกษา**

# 1. การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาแบบสอบถามเชิงปริมาณ

## กลุ่มเป้าหมาย

- การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 16 ตัวอย่าง

## จุดประสงค์

- ✓ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในประเทศไทยในการแผนวังก่อนการเดินทาง และหลังจากที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว
- ✓ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถามเชิงปริมาณ

หมายเหตุ: ททท. จะประสานกับการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยเพื่อให้บริษัทซินโนเวตทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในอาคารผู้โดยสารของท่าอากาศยาน

## กลุ่มเป้าหมาย

### การสัมภาษณ์จะจัดให้ครอบคลุม 8 ตลาดเป้าหมาย

	นักท่องเที่ยวขาเข้าปี 2553	รายรับปี 2553	การสำรวจปี 2553 โดยซินโนเวต
1. สหราชอาณาจักร	818,303	46.9	✓
2. สหรัฐอเมริกา	620,496	32.3	✓
3. ออสเตรเลีย	715,612	29.7	✓
4. ญี่ปุ่น	984,763	25.2	✓
5. อินเดีย	791,185	16.8	✓
6. จีน	1,127,803	13.1	✓
7. อินโดนีเซีย	281,873	5.5	✓
8. กลุ่มประเทศจากตะวันออกกลาง	595,298	26.8	✓

### โดยจะสัมภาษณ์ 1-2 นักท่องเที่ยวจากแต่ละตลาด

\* หมายเหตุ ททท. และซินโนเวตจะทำการร่วมกันพิจารณา รายชื่อสถานที่เป้าหมายอีกครั้งหนึ่ง





## 2. การสัมภาษณ์เชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยว

### กลุ่มเป้าหมาย

- การสัมภาษณ์เชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยวจำนวน 8 ประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 100 ตัวอย่างต่อประเทศ

### จุดประสงค์

- ✓ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในประเทศไทยในการวางแผนก่อนการเดินทาง และหลังจากที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว

### พนักงานเก็บข้อมูล

เป็นพนักงานของบริษัทที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้และได้รับการอบรมในการทำการสัมภาษณ์ การซักถาม ทั้งนี้พนักงานสัมภาษณ์จะได้รับการสังเกตจากหัวหน้างาน (Supervisor) และตรวจสอบคุณภาพเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

### ตลาดเป้าหมาย

การสัมภาษณ์จะจัดให้ครอบคลุม 8 ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

1. สหราชอาณาจักร
2. สหรัฐอเมริกา
3. ออสเตรเลีย
4. ญี่ปุ่น
5. อินเดีย
6. จีน
7. อินโดนีเซีย
8. กลุ่มประเทศจากตะวันออกกลาง

จำนวนตัวอย่างทั้งหมด  $n=100$  ตัวอย่างในแต่ละตลาด

### ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง:

- ✓ เป็นผู้เดินทางมาประเทศไทย เพื่อการท่องเที่ยว
- ✓ เป็นผู้ตัดสินใจเลือกประเทศไทย
- ✓ พำนักอยู่ในประเทศไม่เกิน 1 เดือน

\* หมายเหตุ ททท. และชินโนเวตจะทำการร่วมกันพิจารณา รายชื่อสถานที่เป้าหมายอีกครั้งหนึ่ง

หมายเหตุ: ททท. จะประสานกับการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยเพื่อให้บริษัทชินโนเวตทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในอาคารผู้โดยสารของท่าอากาศยาน





### 3. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ

#### กลุ่มเป้าหมาย

- การสัมภาษณ์เชิงลึกที่จะทำการสัมภาษณ์คือ
  - ✓ ผู้ประกอบการที่พักโรงแรมและรีสอร์ท
  - ✓ ผู้ประกอบการร้านอาหาร
  - ✓ ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าและของทีละเล็ก
  - ✓ ผู้ประกอบการสถานบันเทิง
  - ✓ ผู้ประกอบการบริการคมนาคมขนส่ง
  - ✓ ผู้ประกอบการนำเที่ยว
  - ✓ ผู้ประกอบการเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เช่น สปากอล์ฟ เป็นต้น
- จำนวนสัมภาษณ์ประมาณ 2-3 แห่งของแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่เป้าหมาย

#### จุดประสงค์

- ✓ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับกระตุ้นการใช้จ่ายนักท่องเที่ยว

#### พื้นที่ครอบคลุม

การสัมภาษณ์จะจัดให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักโดยบริษัทชินโนเวดขอเสนอขอบเขตเป็นกลุ่มต่อไปนี้

- ✓ กรุงเทพฯ
- ✓ พัทยา
- ✓ เชียงใหม่
- ✓ ภูเก็ต

\* หมายเหตุ ททท. และชินโนเวดจะทำการร่วมกันพิจารณา รายชื่อสถานที่เป้าหมายอีกครั้งหนึ่ง

การสัมภาษณ์รวมทั้งสิ้น 70 ตัวอย่าง



A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a dark teal color. Below it, a solid teal circle is partially visible. The background is a solid, lighter teal color.

**การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ  
นักท่องเที่ยว**

## การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว

### จุดประสงค์

- ✓ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในประเทศไทยในการวางแผนก่อนการเดินทาง และหลังจากที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว และศึกษาหาปัจจัยที่ขัดขวางหรือ ส่งเสริมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

- ✓ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถามเชิงปริมาณ

### ตลาดเป้าหมายในการสัมภาษณ์เชิงลึก

การสัมภาษณ์จะจัดให้ครอบคลุม 8 ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

1. สหราชอาณาจักร
2. สหรัฐอเมริกา
3. ออสเตรเลีย
4. ญี่ปุ่น
5. อินเดีย
6. อินโดนีเซีย
7. จีน
8. กลุ่มประเทศจากตะวันออกกลาง

โดยจะทำการสัมภาษณ์ประเทศละ 2 ตัวอย่าง

### ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง:

- ✓ เป็นผู้เดินทางมาประเทศไทย เพื่อการท่องเที่ยว
- ✓ เป็นผู้ตัดสินใจเลือกประเทศไทย
- ✓ พำนักอยู่ในประเทศไม่เกิน 1 เดือน

## การกำหนดงบประมาณของนักทองเที่ยว

- การกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยว
- เปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายจริงกับงบประมาณที่กำหนดไว้
- ความสำคัญของค่าใช้จ่ายต่อการกำหนดงบประมาณ





# การกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวในเมืองไทย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวจำนวน 16 คนพบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 12 คน มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะกำหนดความยืดหยุ่นของงบประมาณอยู่ในช่วง 5-10 เปอร์เซ็นต์

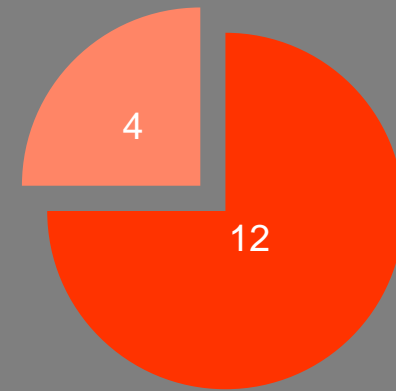
จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 16 คน พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 12 คนมีการกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาเมืองไทย ส่วนนักท่องเที่ยวอีก 4 คนนั้น พบว่าไม่ได้มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายมาก่อนแต่จะมีการประมาณค่าใช้จ่ายไว้ในรูปของการประมาณความสามารถในการใช้จ่าย\* โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีคามยืดหยุ่นในการใช้จ่ายประมาณ 74-100 เปอร์เซ็นต์ของค่าใช้จ่ายจริง ซึ่งมีความยืดหยุ่นมากกว่ากลุ่มที่มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายไว้แล้วที่มีความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายจากงบประมาณที่กำหนดไว้เพียง 5-10 เปอร์เซ็นต์

## การกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยอ้างอิงจาก

- ประสบการณ์ที่เคยมาเที่ยวในเมืองไทย
- เว็บไซต์ นิตยสารท่องเที่ยว และ หนังสือท่องเที่ยวเมืองไทยที่มีการแนะนำค่าใช้จ่ายต่อวันให้นักท่องเที่ยว เช่น [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com) , [www.tripadvisors.com](http://www.tripadvisors.com) , [www.expedia.com](http://www.expedia.com)

## การกำหนดค่าใช้จ่าย



- จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการกำหนดค่าใช้จ่าย
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการกำหนดค่าใช้จ่าย

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 16 คน

\*หมายเหตุ ในกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่มีการกำหนดงบประมาณ จะให้นักท่องเที่ยวประมาณค่าใช้จ่ายที่สามารถจ่ายได้มากที่สุดโดยเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

# กลุ่มที่มีการกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว



ลำดับ	ประเทศ	งบประมาณ (บาท)	ค่าใช้จ่าย จริง (บาท)	ความแตกต่าง (ค่าใช้จ่ายจริง – งบประมาณ)		เหตุผลที่ค่าใช้จ่ายจริงต่างกับงบประมาณที่ตั้งไว้
				บาท	เปอร์เซ็นต์	
1	สหราชอาณาจักร	3,000	3,300	300	10%	ใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารเกินกว่างบประมาณที่กำหนดไว้
2	สหรัฐอเมริกา	30,000	24,000	-6,000	-20%	ค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและค่าเดินทางน้อยกว่างบประมาณที่กำหนดไว้
3	สหรัฐอเมริกา	90,000	74,700	-15,300	-17%	ค่าที่พักสูงกว่าที่กำหนดและพบเพื่อนชาวไทยทำให้ค่าใช้จ่ายต่างๆถูกลง
4	อินเดีย	21,000	18,000	-3,000	-14%	ค่าใช้จ่ายในเมืองไทยถูกกว่าที่คาดการณ์ไว้ เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักและอาหาร
5	อินเดีย	15,000*	5,000	-10,000	-67%	ออกจากเมืองไทยเร็วกว่ากำหนด
6	จีน	70,000	60,000	-10,000	-14%	ค่าใช้จ่ายในเมืองไทยถูกกว่าที่คาดการณ์ไว้และพยายามควบคุมค่าใช้จ่าย
7	อินโดนีเซีย	20,000	27,600	7,600	38%	ค่าใช้จ่ายเกินงบประมาณที่กำหนดเพราะข้อปั้งมากกว่าที่กำหนดไว้
8	อินโดนีเซีย	120,000	30,000	-90,000	-75%	ใช้จ่ายต่ำกว่างบประมาณ เพราะตั้งใจมาข้อปั้งแต่ไม่ได้ซื้ออะไรมากนัก
9	ญี่ปุ่น	30,000	60,000	30,000	100%	ใช้จ่ายกับค่าโรงแรมแพงกว่างบประมาณที่ตั้งไว้มาก
10	ญี่ปุ่น	200,000	150,000	-50,000	-25%	ค่าใช้จ่ายต่างๆถูกกว่างบประมาณที่กำหนดโดยเฉพาะค่าที่พัก
11	ตุรกี	41,236	41,236	0	0%	นักท่องเที่ยวคิดว่าตนเองสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้เท่ากับที่กำหนด
12	ดูไบ	193,414	145,061	-48,353	-25%	ออกจากเมืองไทยเร็วกว่ากำหนด
<b>รวม</b>		<b>833,650</b>	<b>638,897</b>	<b>-194,753</b>	<b>-</b>	<b>*หมายเหตุ นักท่องเที่ยวมีงบประมาณ 70,000 บาทแต่ต้องกลับเร็วกว่ากำหนด 8 วัน จึงกำหนดงบประมาณที่ 15,000 บาทสำหรับ การท่องเที่ยวใน 2 วัน</b>

# กลุ่มที่ไม่มีการกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

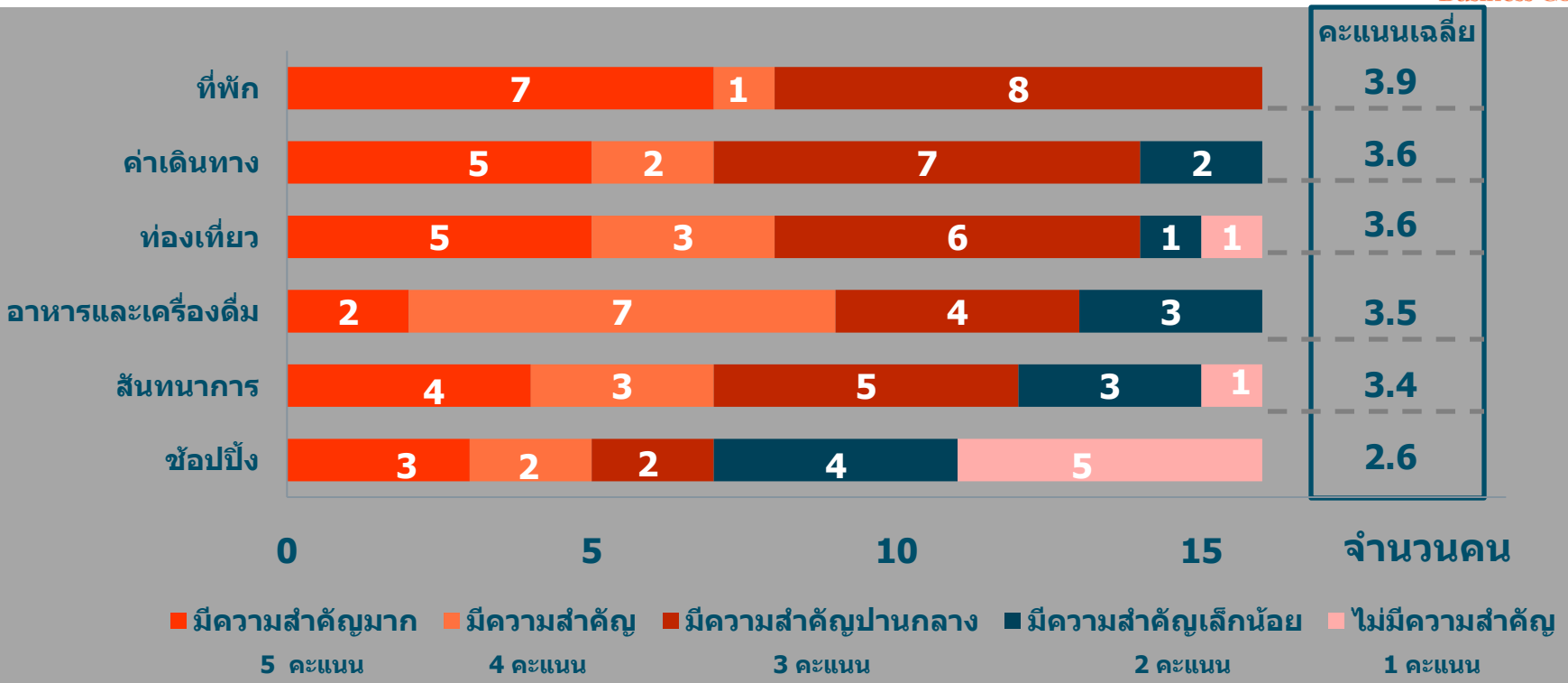
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายล่วงหน้าจะมีค่าใช้จ่ายจริงอยู่ในช่วง 1,382 ถึง 5,000 บาทต่อวัน

ลำดับ	ประเทศ	ระยะเวลา (วัน)	ค่าใช้จ่ายจริง ต่อวัน (บาท)	ค่าใช้จ่ายจริง ตลอดทริป (บาท)	ความสามารถในการใช้จ่าย (บาท)	ความแตกต่าง (ความสามารถในการจ่าย- ค่าใช้จ่ายจริง)	
1	ออสเตรเลีย	8	5,000	40,000	80,000	40,000	100%
2	ออสเตรเลีย	2	1,585	3,169	6,338	3,169	100%
3	สหราชอาณาจักร	21	1,382	29,012	48,353	19,341	66%
4	จีน	8	2,875	23,000	40,000	17,000	74%

จากการสำรวจพบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 4 คนที่ไม่ได้มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีการใช้จ่ายอยู่ในช่วง 1,382 ถึง 5,000 บาทต่อวัน และท่องเที่ยวอยู่ในเมืองไทยเป็นเวลา 2- 8 วัน และพบว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะมีคามยืดหยุ่นของการใช้จ่ายโดยประมาณที่ 74-100% ของค่าใช้จ่ายจริง โดยแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการกำหนดค่าใช้จ่ายไว้แล้ว ซึ่งจะกำหนดคามยืดหยุ่นของงบประมาณไว้เพียงแค่ 5-10\*เปอร์เซ็นต์เท่านั้น

\*หมายเหตุ จากข้อมูลในตารางหน้าที่ 8 จะพบว่าค่าใช้จ่ายจริงของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างจากงบประมาณที่กำหนดไว้มากกว่า 5-10 เปอร์เซ็นต์

# ความสำคัญของค่าใช้จ่ายต่อการกำหนดงบประมาณ



**คำอธิบาย**  
จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการจัดงบประมาณค่าใช้จ่ายกับแต่ละหมวดใกล้เคียงกันโดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.4-3.9 คะแนน ยกเว้นการช้อปปิ้งที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือ 2.6 คะแนน

- ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก ค่าเดินทาง และ การท่องเที่ยวเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6-3.9 คะแนน โดยนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในการจัดงบประมาณสำหรับค่าใช้จ่ายในกลุ่มนี้เป็นพิเศษเพราะเป็นจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาเมืองไทยและจะใช้จ่ายกับกลุ่มนี้มากที่สุด เช่น ต้องการที่พักใจกลางเมือง เดินทางสะดวก และค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ
- อาหารและเครื่องดื่ม สันทนาการและช้อปปิ้ง เป็นกลุ่มที่ได้คะแนนความสำคัญรองลงมาโดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.5, 3.4 และ 2.6 คะแนน ตามลำดับ โดยการช้อปปิ้งจะเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด มีระดับความสำคัญปานกลางถึงระดับไม่มีความสำคัญเลยจากนักท่องเที่ยว 9 คน โดยนักท่องเที่ยวไม่มีความเต็มใจที่จะจ่ายหรือจะพยายามใช้จ่ายกับสิ่งนี้ให้น้อยที่สุด

# ระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทย

- ระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- เปรียบเทียบระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้กับระยะเวลาท่องเที่ยวจริง
- ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเที่ยวเมืองไทย
- การกลับมาเที่ยวครั้งต่อไป





# ระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการสำรวจสามารถแบ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยวตามระยะเวลาที่ใช้ท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ใช้เวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 วัน และกลุ่มที่ใช้เวลามากกว่า 10 วัน โดยพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่วางแผนมาเที่ยวเมืองไทยไม่เกิน 10 วัน จะสามารถท่องเที่ยวในเมืองไทยได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ส่วนนักท่องเที่ยวที่วางแผนการท่องเที่ยวในเมืองไทยมากกว่า 10 วันขึ้นไปจะมีความยืดหยุ่นด้านเวลามากกว่า ทั้งนี้พบว่ามียกนักท่องเที่ยวที่พำนักในเมืองไทยสั้นกว่าระยะเวลาที่กำหนดจำนวน 2 คน โดยกลับเร็วกว่าระยะเวลาที่กำหนด 8 และ 9 วัน ส่งผลให้ใช้จ่ายเงินต่ำกว่าที่กำหนดไว้ประมาณ 40,000 และ 70,000 บาทตามลำดับ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่อยู่ยาวนานกว่ากำหนดก็จะอยู่ต่อเพียงแค่วางระยะเวลา 1-2 วันเท่านั้น เนื่องจากมีข้อกำหนดทางด้านเวลา เช่น ต้องกลับไปทำงานหรือศึกษาต่อ

ช่วงเวลา	2 - 5 วัน	6 - 10 วัน	11- 20 วัน	21-30 วัน	รวม
จำนวน	7	2	4	3	16

## สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถอยู่ในเมืองไทยตามระยะเวลาที่ตั้งใจไว้

### สาเหตุที่ทำให้ต้องออกจากเมืองไทยเร็วกว่ากำหนด

- คิดถึงครอบครัว
- รู้สึกเบื่อ
- ไม่สามารถหาข้อมูลของสถานที่ ที่ตนสนใจได้
- ผิดหวังกับการมาเที่ยวเมืองไทย เช่น บริการที่ไม่ดี หรือรู้สึกไม่ปลอดภัย
- ประสบกับเหตุการณ์ที่ไม่ดี เช่น โดนล้วงกระเป๋าและไม่ได้รับการช่วยเหลือใดๆ
- ปัญหาสุขภาพ

### สาเหตุที่ทำให้ต้องอยู่ในเมืองไทยนานกว่ากำหนด

- มีที่เที่ยวน่าสนใจมากทำให้ต้องอยู่ต่อ แต่ก็อยู่ต่อเพียง 1- 2 วัน
- พบเพื่อนชาวไทยและเพื่อนต้องการให้อยู่ต่อ
- มีเวลาในการท่องเที่ยวมากเพราะเกษียณจากการทำงานแล้ว
- พลาดเที่ยวบินที่จองไว้เนื่องจากการประสบปัญหาหารถติดขณะเดินทาง

# ระยะเวลาที่กำหนดไว้กับระยะเวลาที่ใช้จริงในประเทศไทย

ลำดับ	ประเทศ	ระยะเวลาที่กำหนดไว้	ระยะเวลาจริงที่พำนักในประเทศไทย	จำนวนวันที่แตกต่าง
1	สหราชอาณาจักร	3 วัน	3 วัน	0
2	สหราชอาณาจักร	21 วัน	21 วัน	0
3	สหรัฐอเมริกา	14 วัน	16 วัน	+2
4	สหรัฐอเมริกา	21 วัน	22 วัน	+1
5	ออสเตรเลีย	8 วัน	8 วัน	0
6	ออสเตรเลีย	2 วัน	2 วัน	0
7	จีน	14 วัน	14 วัน	0
8	จีน	8 วัน	8 วัน	0
9	ญี่ปุ่น	5 วัน	5 วัน	0
10	ญี่ปุ่น	12 วัน	14 วัน	+2
11	ตุรกี	14 วัน	14 วัน	0
12	ดูไบ	30 วัน	21 วัน	-9
13	อินเดีย	10 วัน	2 วัน	-8
14	อินเดีย	3 วัน	3 วัน	0
15	อินโดนีเซีย	3 วัน	3 วัน	0
16	อินโดนีเซีย	3 วัน	3 วัน	0



## ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเที่ยวเมืองไทย

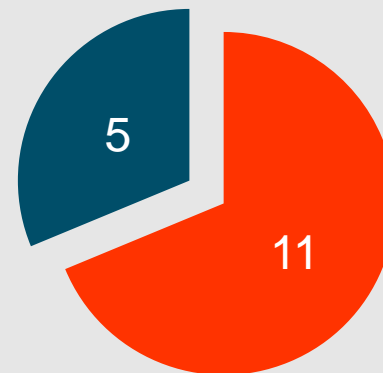
จากการสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 11 คน ต้องการเวลาที่จะท่องเที่ยวในเมืองไทยเพิ่มโดยนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในเมืองไทยน้อยกว่า 7 วัน คิดว่าระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในเมืองไทยควรจะอยู่ที่อย่างน้อย 7 ถึง 10 วัน และนักท่องเที่ยวกลุ่มที่อยู่ในเมืองไทยมากกว่า 7 วัน คิดว่าระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในเมืองไทยควรจะอยู่ที่ 14 - 30 วัน

### สาเหตุที่ไม่สามารถอยู่เมืองไทยต่อได้คือ

- ต้องกลับไปทำงาน หรือ ศึกษาต่อ
- มาเป็นกลุ่มทัวร์
- มีข้อจำกัดทางด้านวิชา

### หมายเหตุ

ในการศึกษาขั้นต่อไป (การศึกษาเชิงปริมาณ) จะทำการหาจำนวนของนักท่องเที่ยวที่อยากได้เวลาเพิ่มและหาความยืดหยุ่นของเวลาของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้



■ ต้องการเวลาเพิ่ม ■ ไม่ต้องการเวลาเพิ่ม

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งหมด 16 คน



## การกลับมาเที่ยวในครั้งต่อไป

จากการการสอบถามนักท่องเที่ยว 16 คน พบว่า

- นักท่องเที่ยวจำนวน 9 คน จะกลับมาเที่ยวในเมืองไทยอีกภายในระยะเวลา 1-3 ปี
- นักท่องเที่ยวเพียง 5 คน ที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาอีก

นักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยวอีก ยังคงอยากกลับไปยังสถานที่เดิมอีกทั้งยังต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่สามารถไปในครั้งนี้อีกด้วย

ประเทศที่เป็นทางเลือกอื่นของนักท่องเที่ยว  
หากไม่ได้เดินทางมาเที่ยวยังเมืองไทยในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวอาจเลือกที่จะเดินทางไปยังประเทศดังต่อไปนี้ 4 อันดับแรก

- สิงคโปร์
- ญี่ปุ่น
- เวียดนาม
- อินโดนีเซีย

ระยะเวลาที่จะกลับมาอีก	1-3 ปี	3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี	ไม่แน่ใจ	จะไม่มาอีก
จำนวนนักท่องเที่ยว	9	1	1	5	0

สถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปในครั้งแรก	ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับครั้งต่อไป
กรุงเทพมหานคร	เชียงใหม่
พัททยา	ภูเก็ต
เชียงใหม่	กระบี่
ภูเก็ต	เกาะพีพี, เกาะสมุย

## พฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว สำหรับที่พัก

- ราคาที่พักของนักท่องเที่ยวต่อคืน
- การหาที่พักและการจองที่พักของนักท่องเที่ยว
- กิจกรรมหรือบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากที่พัก
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินต่อบริการต่างๆในโรงแรม
- ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก



# พฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสำหรับที่พัก

โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวจ่ายค่าที่พักประมาณ 3,000 บาทต่อคืน ซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวน 6 คน เข้าพักในที่พัก โดยไม่ตรงกับงบประมาณที่กำหนดไว้

- นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักต่อคืนในช่วง 300-7,500 บาทโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3,000 บาทต่อคืน
- ค่าที่พักในกรุงเทพฯ ในช่วง 300-7,500 บาทต่อคืน โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3,900 บาทต่อคืน
  - ค่าที่พักในต่างจังหวัดในช่วง 350-6,000 บาทต่อคืน โดยค่าเฉลี่ยที่ 2,100 บาทต่อคืน

จากการสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 10 คนเลือกที่พักที่อยู่ในงบประมาณที่กำหนดเนื่องจากมีการค้นหาข้อมูลและจ่ายเงินล่วงหน้าผ่านทางเว็บไซต์ก่อนที่จะเข้าพัก

นักท่องเที่ยวจำนวน 3 คนเลือกที่พักที่มีราคาสูงกว่างบประมาณที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวจำนวน 3 คน จ่ายค่าที่พักน้อยกว่างบประมาณที่กำหนดไว้ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะทำการเลือกที่พักเมื่อมาถึงเมืองไทยแล้วหรืออาจจะจองที่พักยังประเทศของตนเองแต่เป็นเพียงระยะเวลาสั้นๆประมาณ 1-2 คืน แล้วจึงหาที่พักใหม่และมักจะได้ที่พักในราคาถูกลงกว่า

ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักกับงบประมาณที่กำหนด



จากการสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งหมด 16 คน

## หมายเหตุ

ในการศึกษาขั้นต่อไป (การศึกษาเชิงปริมาณ) จะทำการศึกษาเพื่อแบ่งกลุ่มประเภทของนักท่องเที่ยวตามชนิดและราคาของที่พักและหาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม เช่น พฤติกรรมในการจองที่พัก



## ราคาที่พักของนักท่องเที่ยวต่อคืน

- ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพอยู่ในช่วง 3,000-7,500 บาทต่อคืน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3,900 บาทต่อคืน

ราคาที่พักต่อคืน ในกรุงเทพมหานคร	≤500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000บาท	2,001-3000 บาท	3,001-4,000บาท	4,001-5,000บาท	>5,001บาท
จำนวนนักท่องเที่ยว	3	2	4	1	-	-	2

- ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักของนักท่องเที่ยวในต่างจังหวัดอยู่ในช่วง 350-6,000 บาทต่อคืน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2,100 บาทต่อคืน

ราคาที่พักต่อคืน ในต่างจังหวัด	≤500 บาท	501-1,000 บาท	1,001-2,000 บาท	2,001-3000 บาท	3,001-4,000 บาท	4,001-5,000 บาท	>5,001บาท
จำนวนนักท่องเที่ยว	2	2	4	-	-	2	1



# การหาที่พักและการจองที่พักของนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 11 คน มีการศึกษาหาข้อมูลของที่พักก่อนเดินทางโดยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก เช่น เว็บไซต์ [www.tripadvisors.com](http://www.tripadvisors.com), [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com), และ [www.travel.yahoo.com](http://www.travel.yahoo.com) เป็นต้น

## การจองที่พัก

- นักท่องเที่ยวจำนวน 5 คน ทำการจองที่พักก่อนเดินทางมาเมืองไทย โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เหตุผลว่าการจองโรงแรมและจ่ายเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตในประเทศของตนเองมีความปลอดภัยกว่าในเมืองไทย
- นักท่องเที่ยวจำนวน 5 คน ทำการหาที่พักเมื่อมาถึงเมืองไทยแล้วโดยเหตุผลส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ ต้องการเห็นห้องพักและสถานที่จริงก่อน ต้องการเดินทางด้วยตนเองเพื่อให้แน่ใจว่าที่พักตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีและเดินทางสะดวก
- นักท่องเที่ยวจำนวน 6 คน จองที่พักก่อนเดินทางมาเมืองไทยและทำการหาที่พักเมื่อมาถึงเมืองไทยแล้วโดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะทำการจองที่พักมาก่อนแต่จะเป็นการจองเพียงระยะเวลาสั้นๆ 1-2 คืนแล้วจึงหาที่พักใหม่ โดยเหตุผลหลักที่ต้องหาที่พักใหม่คือ ไม่พอใจกับโรงแรมที่ทำการจองมาก่อนหรือพบที่พักใหม่ที่ถูกใจกว่า เช่น ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ โดยส่วนมากที่พักรุ่นใหม่จะเป็นที่พักรุ่นใหม่ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถหาข้อมูลหรือทำการจองทางอินเทอร์เน็ตได้ และพบว่าที่พักใหม่ที่นักท่องเที่ยวเลือกมักจะมีราคาถูกกว่าที่พักเดิม

## ปัจจัยในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว

จากการสอบถามพบว่านอกจากราคาของที่พัก ปัจจัยหลัก อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเลือกที่พัก ได้แก่

### • ทำเลที่ตั้งของที่พัก

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวมักจะมองหาที่พักที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม เช่น บริเวณ ถนนข้าวสาร ถนนนาอนุญครอง เพื่อความสะดวกในการเดินทาง

• คำแนะนำและความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการแล้ว คำแนะนำจากเพื่อนหรือจากเว็บไซต์ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว

### • สิ่งอำนวยความสะดวก

ในกรณีเป็นที่พักรุ่นใหม่ในต่างจังหวัดนักท่องเที่ยวมักให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ไฟฟ้า ห้องน้ำ แบบตะวันตก และ อินเทอร์เน็ต

### • ความปลอดภัยและความสะอาด

ความปลอดภัยและความสะอาดเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณน้อยสำหรับค่าที่พัก



# กิจกรรมหรือบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากที่พัก

จากการสำรวจพบว่ากิจกรรมหรือบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการทำในที่พัก คือ

- สปา
- ล่าม (สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น)
- นวดแผนไทย
- อินเทอร์เน็ตในห้องพัก
- บริการตัดผม
- รถรับส่งไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

โดยบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการจากที่พักมากที่สุด คือ

- รถรับส่งจากสนามบิน
- อินเทอร์เน็ตในห้องพัก

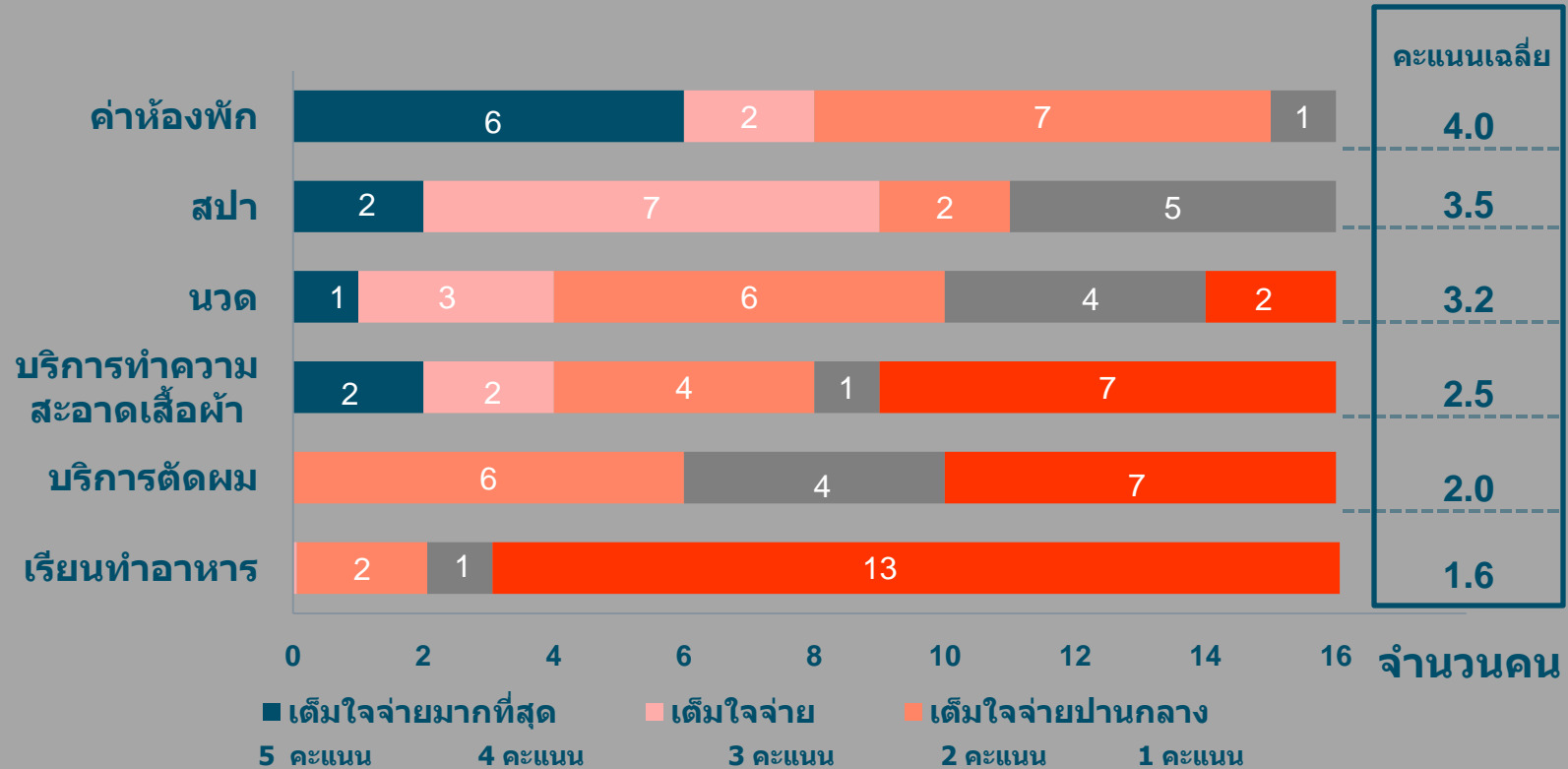
สาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถทำกิจกรรมหรือใช้บริการตามที่ตั้งใจไว้คือ

- ไม่มีบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการในสถานที่พัก
- นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่ามีบริการนั้นในที่พัก อาจเกิดจากปัญหาในเรื่องภาษาหรือการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการเอง
- ไม่มีเวลาไปใช้บริการ เช่น ออกจากที่พักตอนเช้าและกลับถึงที่พักในเวลาตีที่ร้านต่างๆจะปิดหมดแล้ว
- ราคาแพงเกินไปจนไม่อยากใช้บริการ

กิจกรรมหรือบริการที่นักท่องเที่ยวได้ทำในที่พักโดยไม่ได้ตั้งใจมาก่อน

- นวดฝ่าเท้า
- บริการตัดชุด
- ทำผม

# ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับบริการต่างๆในโรงแรม



## คำอธิบาย

- จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับค่าห้องพักมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 4 คะแนน
- บริการนวดและสปาได้คะแนนเฉลี่ยที่ 3.2 และ 3.5 คะแนนตามลำดับ โดยบริการนวดได้คะแนนในช่วง 3-5คะแนน จากนักท่องเที่ยวถึง10คน
- บริการตัดผมและทำความสะอาดเสื่อผ้า ได้คะแนนเฉลี่ยที่ 2 คะแนน หมายถึงนักท่องเที่ยวมีระดับความเต็มใจที่จะจ่ายน้อย
- การเรียนทำอาหารในที่พักได้คะแนนเฉลี่ยที่ 1.6 คะแนนโดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 13คนจากนักท่องเที่ยวทั้งหมด16 คนที่ไม่อยากใช้จ่ายในบริการนี้



## ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก

จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 6 คน ใช้จ่ายค่าที่พักไม่เป็นไปตามงบประมาณที่กำหนดไว้โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 3 คนจ่ายเงินสำหรับค่าที่พักต่ำกว่างบประมาณที่กำหนด

### สาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายกับค่าที่พักต่ำกว่างบประมาณที่กำหนดไว้

- มีที่พักราคาถูกให้เลือกมากขึ้น  
ปัจจุบันมีการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมสูง ส่งผลให้ที่พักมีราคาถูกลง ประกอบกับนักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาของที่พักได้ง่ายขึ้น จึงทำให้สามารถเลือกที่พักในราคาที่ตนพอใจได้ง่าย
- ไม่มีโอกาสได้ทำกิจกรรมหรือใช้บริการที่ตั้งใจไว้ในที่พัก อาจมีสาเหตุมาจากไม่มีเวลาไปใช้บริการหรือไม่ทราบว่าที่พักมีบริการอะไรบ้าง
- ไม่มีกิจกรรมหรือบริการที่น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยว
- อยู่ในประเทศไทยน้อยกว่าเวลาที่กำหนด
- ราคาของบริการต่างๆในที่พักอาจจะแพงไปทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะใช้บริการบางอย่างนอกที่พักร เช่น อาหาร สปา นวด

## พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว สำหรับอาหารและเครื่องดื่ม

- ค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มในแต่ละมื้อ
- อาหารที่นักท่องเที่ยวตั้งใจจะรับประทานในประเทศไทย
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม
- ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม



# พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม

## อาหารมือเช้า

นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารมือเช้าอยู่ในช่วง 20-300 บาทต่อมื้อ และมักจะเลือกรับประทานอาหารมือเช้าในร้านอาหารใกล้ที่พัก ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวบางคนที่ไม่มียค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารเช้าเพราะที่พักมีบริการอาหารเช้าสำหรับแขกที่มาพัก

## อาหารมื้อกลางวัน

นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารมื้อกลางวันอยู่ในช่วง 30-500 บาทโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะรับประทานอาหารกลางวันตามสถานที่ท่องเที่ยว ตลาด ห้างสรรพสินค้า และ อาหารบนบาทวิถี โดยเน้นที่ความรวดเร็วและความสะดวกเป็นหลัก

## อาหารมื้อเย็น

ค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารมื้อเย็นของนักท่องเที่ยวจะอยู่ในช่วง 30-1,000 บาท โดยมื้อเย็นนี้จะเป็นมื้อที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากที่สุดและมักจะเลือกรับประทานอาหารและร้านอาหารที่ตนต้องการโดยการค้นหาข้อมูลเองหรือสอบถามกับพนักงานในที่พัก

	จำนวนเงินที่จ่ายต่อมื้อ (บาท)	ค่าเฉลี่ย (บาท)	ตัวอย่างสถานที่
อาหารมือเช้า	20-300	149	ที่พัก หรือ ร้านอาหารใกล้ที่พัก
อาหารมื้อกลางวัน	30-500	210	ร้านอาหารตามสถานที่ท่องเที่ยว
อาหารมื้อเย็น	30-1,000	436	ร้านอาหารท้องถิ่นหรือร้านที่มีการแนะนำมา





## อาหารที่นักท่องเที่ยวตั้งใจจะมารับประทานในประเทศไทย

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 12 คนมีอาหารที่ตั้งใจจะมารับประทานในเมืองไทย

อาหารที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมารับประทานในเมืองไทย คือ

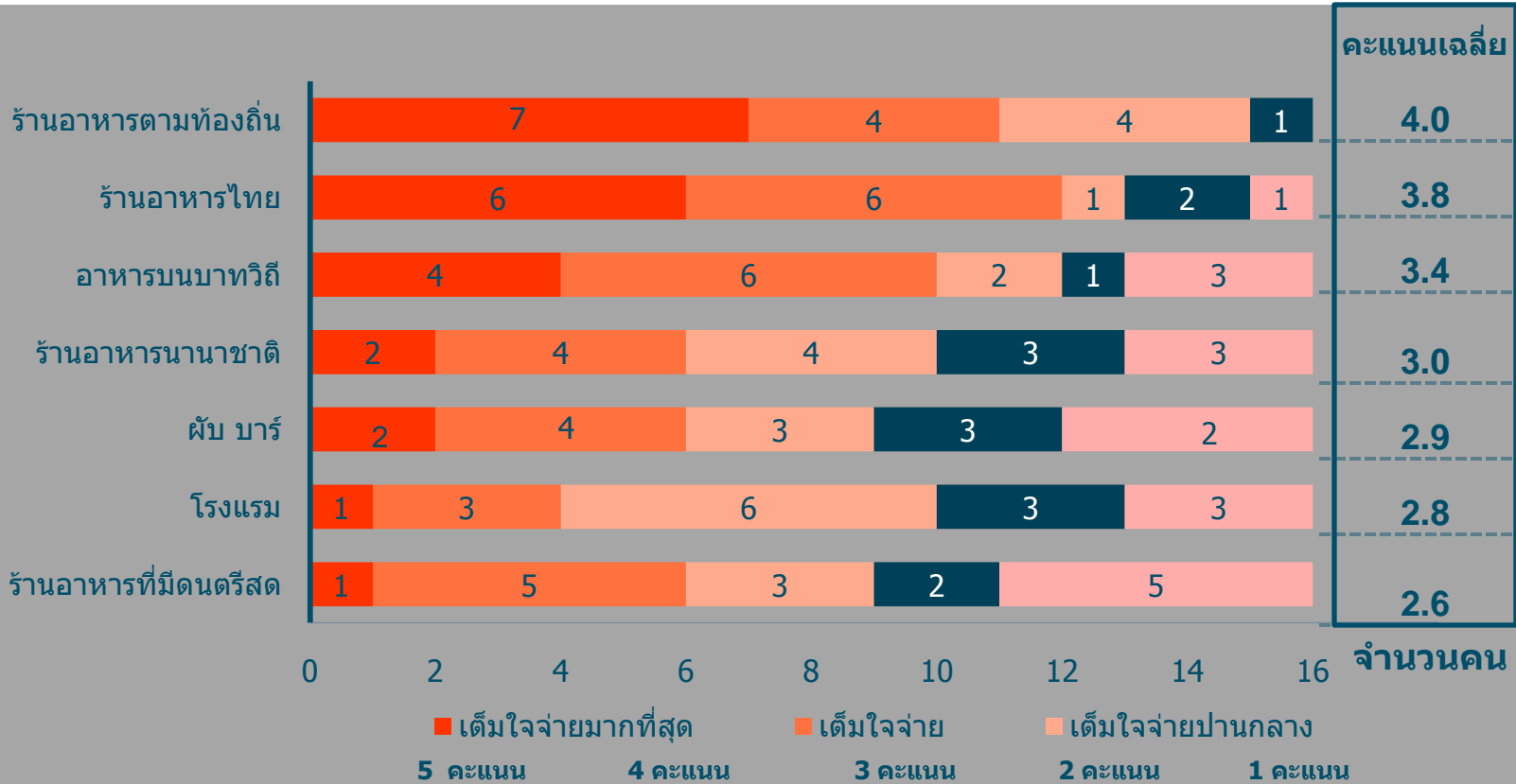
- อาหารไทย ได้แก่ ต้มยำกุ้ง ผัดไทย แกงเขียวหวาน
- อาหารที่ไม่สามารถหารับประทานได้ในประเทศของตน เช่น แมลงต่างๆ อาหารป่า เนื้องู และเนื้อจระเข้ เป็นต้น
- อาหารทะเล
- ขนมไทย ไอศกรีมกะทิ
- ผลไม้ไทย ทูเรียน มะม่วง
- อาหารต่างๆบนบาทวิถี

นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมีโอกาสรับประทานอาหารที่ตั้งใจไว้เพราะส่วนใหญ่เป็นอาหารประเภทที่หาทานได้ง่ายในเมืองไทยแต่ก็มีสาเหตุหลักที่ไม่สามารถรับประทานอาหารที่ตั้งใจได้ คือ

- มีความกังวลเรื่องความสะดวก
- ไม่มีข้อมูลที่เพียงพอ เช่น ไม่มีข้อมูลว่าจะต้องไปที่ใดเพื่อจะพบกับอาหารที่ต้องการได้
- นอกฤดูกาล โดยเฉพาะผลไม้ซึ่งจะหาทานได้ยากหรือมีราคาแพงมากในช่วงนอกฤดูกาล
- ปัญหาทางด้านภาษา



# ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม



## คำอธิบาย

- จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับค่าอาหารเฉลี่ยที่ 3 คะแนน คือ มีระดับความเต็มใจจ่ายปานกลาง
- ร้านอาหารตามท้องถื่น ร้านอาหารไทยและร้านอาหารบนบาทวิถี มีคะแนนเฉลี่ยดีที่สุดในลำดับ หมายถึงนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่าย โดยนักท่องเที่ยวจำนวน 7 คน มีระดับความเต็มใจที่จะจ่ายมากที่สุดให้กับร้านอาหารตามท้องถื่น และนักท่องเที่ยวจำนวน 6 คน มีความเต็มใจที่จะจ่ายมากที่สุดให้กับร้านอาหารไทย
  - ร้านอาหารนานาชาติ ผับ/บาร์ และโรงแรม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0, 2.9, 2.8 คะแนน ตามลำดับ
  - ร้านอาหารที่มีการแสดงดนตรีสดได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 2.6 คะแนนโดยมีนักท่องเที่ยว 5 คนที่ไม่ต้องการที่จะใช้จ่ายเงินกับร้านอาหารประเภทที่มีการแสดงดนตรีสด



## ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม

จากการสอบถาม พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มคือ

- ความสะอาด  
จากการสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับอาหารบนบาทวิถี แต่เมื่อมาถึงเมืองไทยก็ไม่ได้รับประทานอาหารบนบาทวิถีเลยเพราะมีความกังวลในเรื่องความสะอาด
- ขาดข้อมูลที่เพียงพอทำให้ไม่สามารถหาอาหารที่ตั้งใจได้  
จากการสอบถามพบว่าสาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับประทานอาหารชนิดที่ตั้งใจไว้ คือ ไม่ทราบว่าจะต้องไปซื้อที่ใด เช่นผลไม้นอกฤดูกาลต้องไปซื้อที่ตลาดไหน
- อุปสรรคทางด้านภาษา



## พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวชม สถานที่ต่างๆ

- สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนมาเยี่ยมชม
- ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถทำตามแผนได้
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินในการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ
- ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ



# พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ

จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวทั้งหมดมีการศึกษาหาข้อมูลและวางแผนในการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ในเมืองไทยโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลหลัก

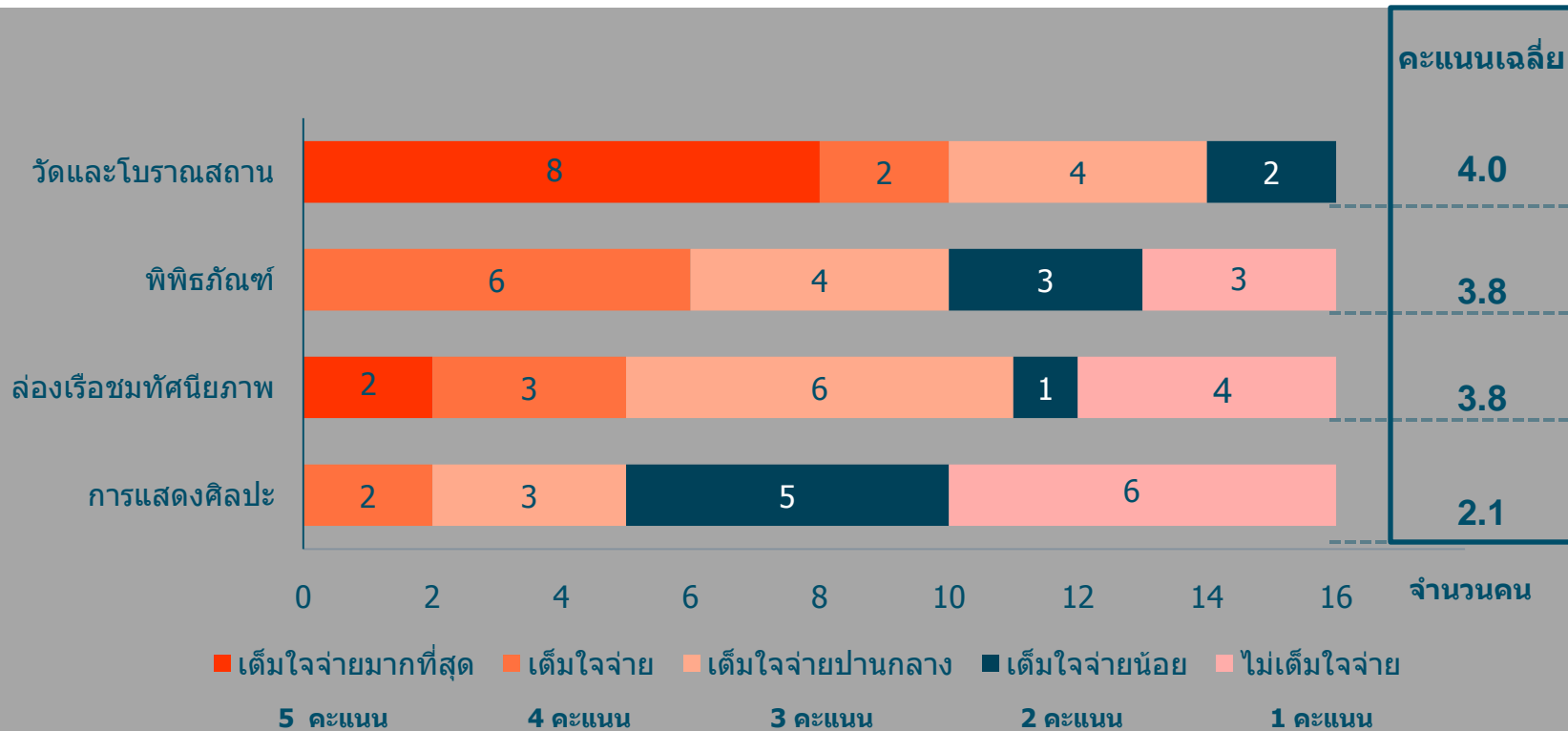
## สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนมาเยี่ยมชมในเมืองไทย

- วัดและโบราณสถาน เช่น ในพื้นที่กรุงเทพ และในจังหวัดอยุธยา
- ทะเล พัทยา ภูเก็ต กระบี่ เกาะพีพี
- ตลาดน้ำ
- สวนสัตว์

## ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถทำตามแผนได้

- ปัญหาน้ำท่วมเป็นสาเหตุหลักสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งไม่สามารถเดินทางเที่ยวชมวัดและโบราณสถานในจังหวัดอยุธยาได้โดยนักท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนไปเที่ยวยังจังหวัดอื่นแทน เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต
- ปัญหารถติดและหลงทางทำให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาและไม่สามารถไปตามสถานที่ต่างๆ ได้ครบตามที่ตั้งใจไว้
- ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อาจไม่ถูกต้องและชัดเจน เช่น ข้อมูล เวลาเปิด-ปิดสถานที่ให้บริการ วิธีการเดินทาง และเส้นทางการเดินทางเข้าถึงสถานที่

# ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินในการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ



## คำอธิบาย

- การเที่ยวชมวัดและโบราณสถานเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะจ่ายเงินมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยที่ 4 คะแนน (มีความเต็มใจจ่าย)
- การเข้าชมพิพิธภัณฑ์และการล่องเรือชมทัศนียภาพ ได้คะแนนเฉลี่ยที่ 3.8 คะแนนเท่ากัน
- การแสดงศิลปะมีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.1 คะแนน



# ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ

นักท่องเที่ยวทั้งหมดมีการวางแผนสำหรับเที่ยวชมสถานที่ต่างๆก่อนเดินทางมาเมืองไทย แต่จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า มีปัจจัยหรือปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวไม่สามารถเที่ยวชมบางสถานที่ตามที่วางแผนไว้สาเหตุจาก

- มีความกังวลด้านความปลอดภัย  
จากการสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยทำให้ไม่กล้าท่องเที่ยวในบางพื้นที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในภาคใต้
- มีเวลาไม่พอ  
เนื่องจากไม่รู้เส้นทาง รถติด และขาดการวางแผนในการเดินทางที่ดี
- ไม่สามารถหาข้อมูลสถานที่ๆสนใจได้ เช่น สถานที่ตั้ง วิธีการเดินทาง และเวลาทำการ
- กลัวถูกหลอกหลวง
- มีความรู้สึกไม่ดีกับการที่ต้องจ่ายค่าเข้าชมสถานที่ในราคาที่สูงกว่าคนไทย
- ปัญหาอุทกภัย

## พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการสนทนากการ

- การสนทนากการที่นักท่องเที่ยวางแผนที่จะมาทำ
- ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับการสนทนากการ
- ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้จ่ายสำหรับการสนทนากการ



# พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการสนทนากาการ

นักท่องเที่ยวร้อยละ 56 มีความตั้งใจที่จะมาทำกิจกรรมสนทนากาการในเมืองไทย

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวน 9 คนที่มีการวางแผนจะทำกิจกรรมสนทนากาการระหว่างท่องเที่ยวในเมืองไทย โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยววางแผนมาทำส่วนมากเป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว เช่น ดำน้ำ พูลมุนปาร์ดี รวมทั้งกิจกรรมบางประเภทนักท่องเที่ยวไม่สามารถทำได้ในประเทศของตน เช่น นวดแผนไทย ซิมมอเตอรืไซค์ เป็นต้น

## การสนทนากาการที่นักท่องเที่ยววางแผนที่จะทำระหว่างท่องเที่ยวในเมืองไทย

- ไนท์คลับ พูลมุลปาร์ดี
- ชมการแสดง เช่น ทิฟฟานีโชว์ ภูเก็ตแฟนตาซี
- รับประทานอาหารแปลกๆ
- ซิมมอเตอรืไซค์
- อาบแดด
- ดำน้ำ
- กีฬาทางน้ำ
- นวดแผนไทย
- สปา
- ชมภาพยนตร์ IMAX

## กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวโปรดปรานในเมืองไทย

- นวดแผนไทย
- ซิมมอเตอรืไซค์
- ดำน้ำ อาบแดด
- พูลมุนปาร์ดี
- โชว์ในสวนสัตว์เช่นการแสดงของเสือ ลิง และช้าง

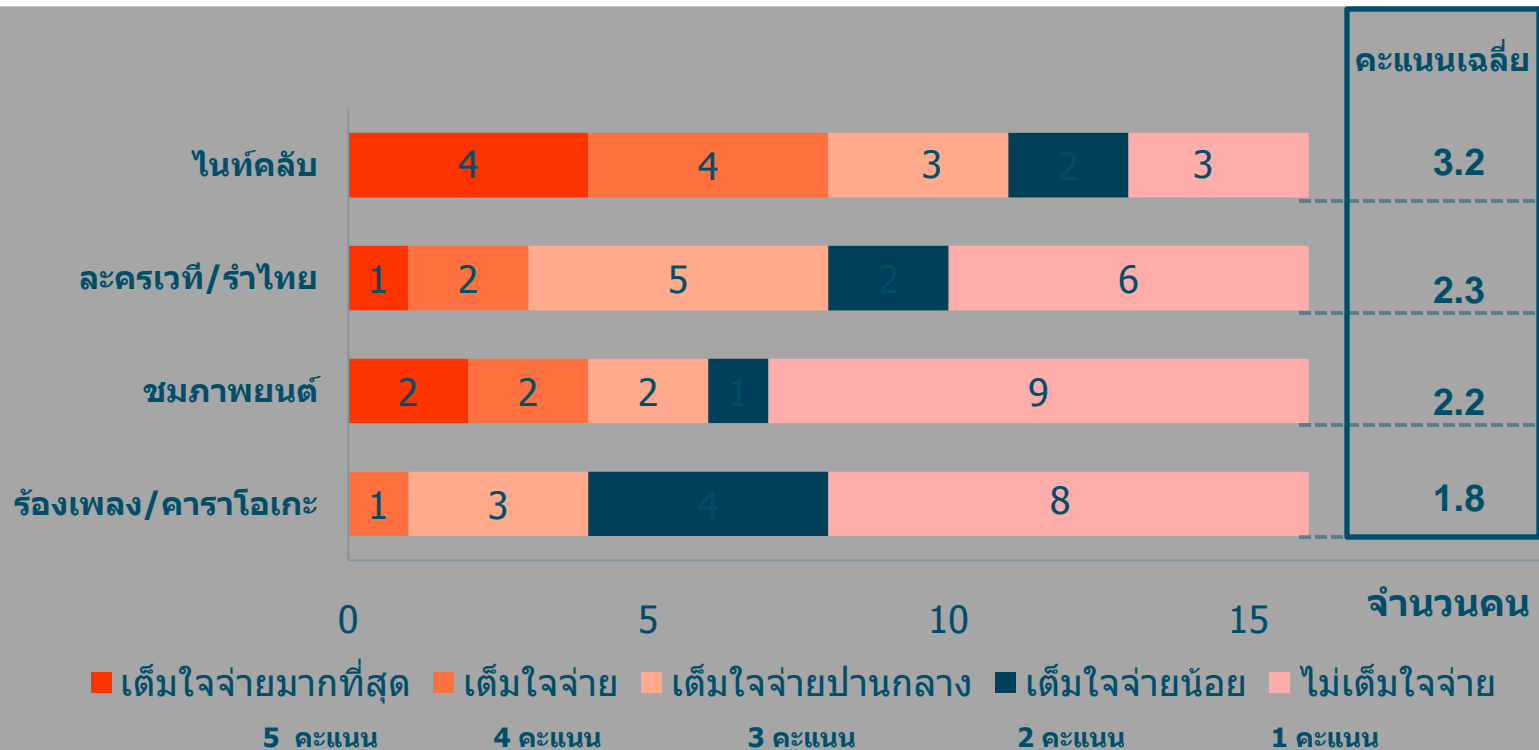
## กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวอยากให้มีในเมืองไทย

- ปีนภูเขา
- กาสีโน
- กิจกรรมทางน้ำ
- เล่นกระดานโต้คลื่น
- ล่องเรือชมทัศนียภาพ

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวอยากให้เมืองไทยมีการนำเสนอกิจกรรมที่แปลกใหม่บ้างเช่น ไนท์คลับในรูปแบบใหม่ๆ

จะเห็นได้ว่าบางกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่มีอยู่แล้วในเมืองไทย เช่น การปีนภูเขา ล่องเรือชมทัศนียภาพ อาจเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการสนทนากาการในเมืองไทยที่ดีพอ จึงไม่รู้ว่ามีการกิจกรรมเหล่านี้ในเมืองไทย

## ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสำหรับสินค้าการ



### คำอธิบาย

คะแนนความเต็มใจในการจ่ายเงินของกลุ่มสินค้าการจะอยู่ในช่วง 2-3 คะแนน คือนักท่องเที่ยวมีระดับความเต็มใจในการจ่ายน้อยถึงปานกลาง

- นักท่องเที่ยวมีระดับความเต็มใจจ่ายค่าไนท์คลับและค่าละครเวที / รำไทยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.2, 2.3 คะแนน ตามลำดับ
- การชมภาพยนตร์และการร้องเพลง/คาราโอเกะมีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.2 และ 1.8 คะแนน ตามลำดับ หมายถึงนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายน้อย



## ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการสนทนากการ

จากการสำรวจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้จ่ายในการสนทนากการของนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ

- นักท่องเที่ยวไม่ได้ทำกิจกรรมทั้งหมดตามที่วางแผนไว้ เนื่องจาก
  - หมดเวลา
  - ข้อมูลไม่เพียงพอ เช่น ข้อมูลของสถานที่ตั้งและเวลาทำการ
- ขาดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ กับนักท่องเที่ยว เพราะกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการนั้นมีอยู่แล้วในเมืองไทย
- กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายโดยไม่ได้วางแผนที่จะทำมาก่อน เช่น
  - การซื้ออาหารเลี้ยงสัตว์ในสวนสัตว์หรือสวนสาธารณะ
  - การขี่ช้าง
  - ปีนหน้าผาจำลอง
  - ซิมมอเตอร์ไซด์
  - นวดฝ่าเท้า

## พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับค่าเดินทาง ของนักท่องเที่ยว

- พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว
- ความเต็มใจในการใช้จ่ายเพื่อค่าเดินทาง
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อการเดินทาง



# พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

## การเดินทางไปกลับสนามบิน

นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการรถแท็กซี่หรือลิμουซีนจากสนามบินเพราะมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและราคาที่เป็นมาตรฐาน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวบางรายนิยมใช้บริการรถรับส่งจากสนามบินของโรงแรมที่ตนเข้าพัก

## การเดินทางระหว่างจังหวัด

นักท่องเที่ยวมักเลือกใช้รถไฟหรือเครื่องบินสำหรับการเดินทางระหว่างจังหวัดโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความรวดเร็ว แต่บางครั้งจะประสบปัญหา อุทกภัย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่วางแผนจะเดินทางไปยังภาคเหนือโดยรถไฟต้องเปลี่ยนไปใช้เครื่องบินในการเดินทางแทน

## การเดินทางภายในเมือง

- การเดินทางภายในกรุงเทพ นักท่องเที่ยวจะนิยมใช้รถไฟฟ้าเพื่อความสะดวกและรวดเร็วและใช้บริการรถแท็กซี่ แต่ยังคงมีความกังวลเรื่องราคาและความปลอดภัย
- การเดินทางภายในเมืองของแต่ละจังหวัด เช่น จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมใช้รถตุ๊กตุ๊ก รถสองแถว หรือเช่ารถเพื่อขับตัวเอง เนื่องจากสะดวกและขับซึ่งง่ายกว่าในกรุงเทพ

## ปัญหาในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

- มีความกังวลในเรื่องราคาที่ไม่เป็นธรรม และเคยได้รับประสบการณ์ไม่ดีจากการถูกแท็กซี่เอาเปรียบมาก่อนจึงเปลี่ยนไปใช้การเดินทางชนิดอื่น เช่นรถไฟหรือ ใช้บริการรถของโรงแรม เป็นต้น
- ใช้เวลานาน สาเหตุรถติด หรือการไม่รู้เส้นทาง ทำให้ไม่สามารถท่องเที่ยวได้ตามแผน
- ความปลอดภัยในการขับขี่ นักท่องเที่ยวบางรายที่มีความต้องการที่จะเช่ารถเพื่อขับตัวเองแต่จะมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่และเส้นทาง จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางรายตัดสินใจที่จะไม่เช่ารถขับเองตามที่ตั้งใจไว้

## พาหนะที่นักท่องเที่ยวต้องการใช้ในการเดินทาง

การเดินทางไปกลับจากสนามบินสู่ที่พัก

ใช้บริการรถแท็กซี่หรือรถลิμουซีนของสนามบิน

การเดินทางระหว่างจังหวัด

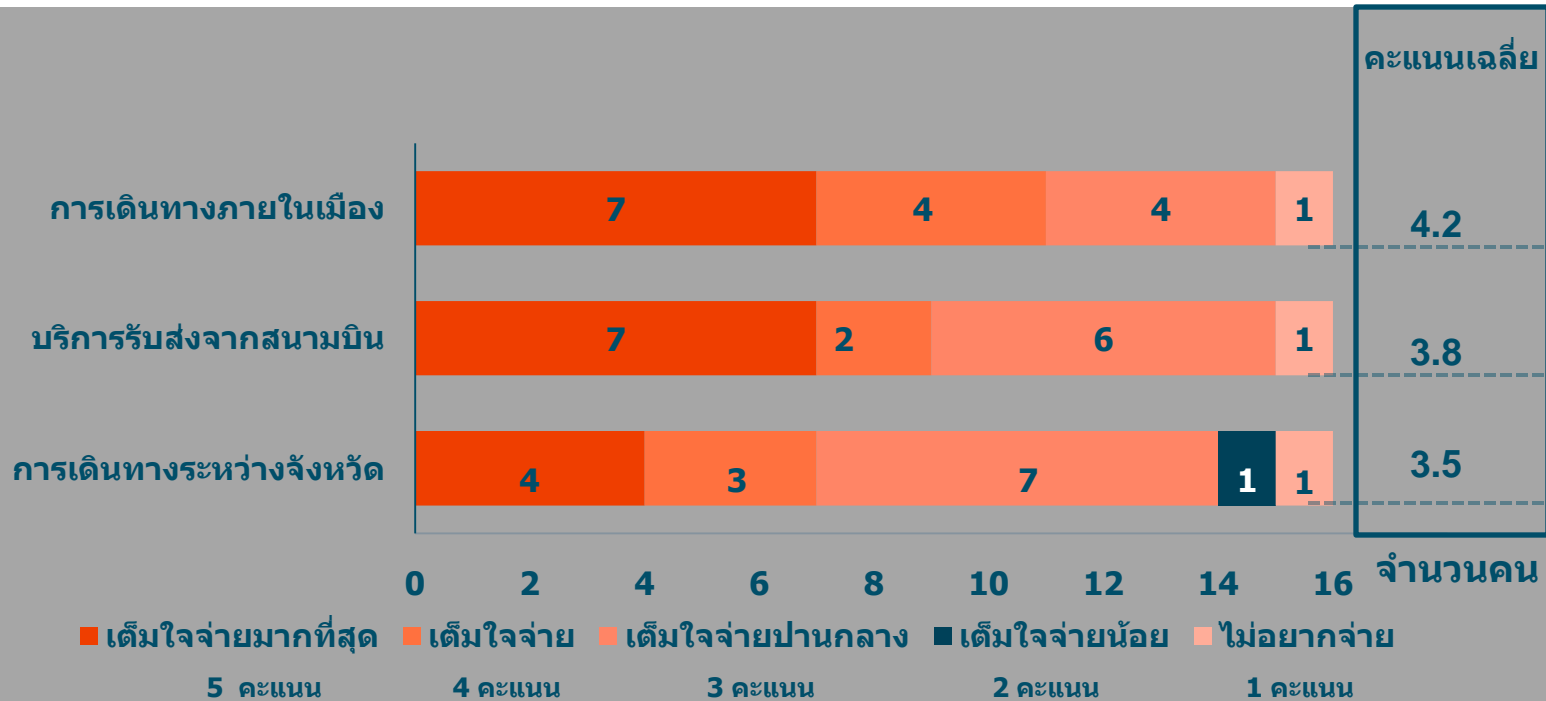
รถไฟ เครื่องบิน

การเดินทางในเมือง

รถตุ๊กตุ๊ก รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ รถไฟฟ้า



# ความเต็มใจในการใช้จ่ายสำหรับค่าเดินทาง



## คำอธิบาย

จากการสำรวจพบว่า คะแนนความเต็มใจในการใช้จ่ายสำหรับค่าเดินทางอยู่ในช่วง 3-4 คะแนน คือ ระดับความเต็มใจจ่ายปานกลางถึงเต็มใจจ่าย เพราะเป็นหมวดที่มีความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวมาก

- การเดินทางภายในเมืองและบริการรับส่งจากสนามบินได้คะแนนมากที่สุด เฉลี่ย 4.2 และ 3.8 คะแนน ตามลำดับ
- การเดินทางระหว่างจังหวัดได้คะแนนความเต็มใจในการใช้จ่ายอยู่ที่ระดับ 3.5 คะแนน คือ มีระดับความเต็มใจจ่ายปานกลาง



## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อค่าเดินทาง

จากการสำรวจเบื้องต้น พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเพื่อค่าเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่

- ไม่สามารถท่องเที่ยวได้ครบทุกแห่งตามที่ตั้งใจ  
จากปัญหาขาดการวางแผนในการเดินทางที่ดี ไม่ชำนาญเส้นทางเดินทาง  
ทำให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาและไม่สามารถท่องเที่ยวได้ครบ
- ราคาค่าโดยสารไม่แน่นอน  
จากปัญหาการจราจรที่ติดขัดและการว่าจ้างรถแท็กซี่แบบเหมารวม
- การเปลี่ยนแปลงสภาพพาหนะเดินทาง  
จากปัญหาการประสบอุทกภัยทำให้นักท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนมาใช้บริการเครื่องบินแทน  
ส่งผลให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น



ค่าใช้จ่ายอื่นๆของนักท่องเที่ยว



# ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

- จากการสำรวจ พบว่า ค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว คือ
- ค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศ
  - ค่ารักษาพยาบาล
  - ค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝาก
  - ค่าต่อวีซ่า

A large, stylized Thai letter 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a dark teal color. Below it, a solid teal circle is partially visible. The background is a uniform teal color.

**ข้อเสนอแนะในการศึกษาขั้นต่อไป  
: การศึกษาเชิงปริมาณ**



# ข้อเสนอแนะในการศึกษาขั้นต่อไป

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้ง 8 ประเทศ ทำให้เห็นและเข้าใจพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในเชิงปริมาณได้ การศึกษาในขั้นต่อไปจะเป็นการศึกษาเชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้ง 8 ประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างสมบูรณ์

## กลุ่มเป้าหมาย

- การสัมภาษณ์เชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 100 ตัวอย่างต่อประเทศ

## จุดประสงค์

- เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในประเทศไทยในการแผนวางก่อนการเดินทางและหลังจากที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว

## พนักงานเก็บข้อมูล

เป็นพนักงานของบริษัทที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้และได้รับการอบรมในการทำการสัมภาษณ์ การซักถาม ทั้งนี้พนักงานสัมภาษณ์จะได้รับการสังเกตจากหัวหน้างาน (Supervisor) และตรวจสอบคุณภาพอีก เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

## ตลาดเป้าหมาย

การสัมภาษณ์จะจัดให้ครอบคลุม 8 ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

1. สหราชอาณาจักร
2. สหรัฐอเมริกา
3. ออสเตรเลีย
4. อินโดนีเซีย
5. ญี่ปุ่น
6. อินเดีย
7. จีน
8. กลุ่มประเทศจากตะวันออกกลาง

**จำนวนตัวอย่างทั้งหมด  $n=10$  ตัวอย่างต่อตลาด**

## ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง:

- ✓ เป็นผู้ที่เดินทางมาประเทศไทย เพื่อการท่องเที่ยว
- ✓ เป็นผู้ที่ตัดสินใจเลือกประเทศไทย
- ✓ พักนักรอยู่ในประเทศไม่เกิน 1 เดือน

## ข้อมูลโดยรวมของนักท่องเที่ยว

- ช่วงอายุของผู้ที่ตอบแบบสำรวจ
- ช่วงเวลาท่องเที่ยวในเมืองไทย
- ค่าใช้จ่ายในเมืองไทย



## ข้อมูลโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจเชิงลึก

### ช่วงอายุของผู้ที่ตอบแบบสำรวจ

ช่วงอายุ	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60ปี	รวม
จำนวน	10	4	1	-	1	16

### ช่วงเวลาท่องเที่ยวในเมืองไทยของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ช่วงเวลา	2 - 5 วัน	6 – 10 วัน	11- 20 วัน	21-30 วัน	รวม
จำนวน	7	2	4	3	16

### ค่าใช้จ่ายในเมืองไทย

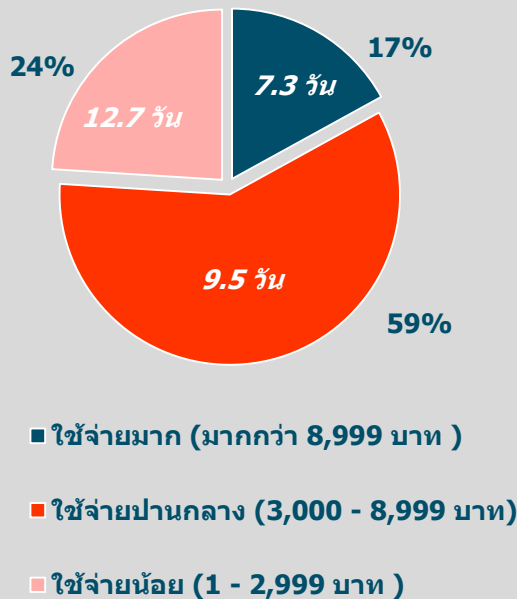
ค่าใช้จ่าย	3,000-10,000 บาท	10,001-50,000บาท	50,001-100,00 บาท	100,001-150,000 บาท	รวม
จำนวน	3	8	3	2	16



**การสัมภาษณ์เชิง  
ปริมาณกับนักท่องเที่ยว**

# ข้อมูลนักท่องเที่ยว

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันปานกลางโดยมีการใช้จ่ายต่อวันอยู่ที่ 3,000 – 8,999 บาท คิดเป็น 59% ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและจะใช้เวลาในประเทศไทยประมาณ 9.5 วัน จากการศึกษาพบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวจีนถึง 63% ที่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายต่อวันน้อย และมีนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเพียง 15% ที่มีการใช้จ่ายต่อวันน้อย
- นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายต่อวันมากมีจำนวน 17% และจะใช้เวลาเฉลี่ยอยู่ในเมืองไทย 7.3 วัน โดยมีนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางถึง 41% เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายต่อวันสูง
- จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยนานขึ้น มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายต่อวันน้อยลง

ประเทศ	จีน	ญี่ปุ่น	ตะวันออกกลาง	สหรัฐอเมริกา
ระยะเวลาเฉลี่ยในประเทศไทย	8.4 วัน	5.8 วัน	9.6 วัน	11.9 วัน

ประเทศ	สหราชอาณาจักร	ออสเตรเลีย	อินเดีย	อินโดนีเซีย
ระยะเวลาเฉลี่ยในประเทศไทย	14.6 วัน	12.3 วัน	7.06 วัน	5.4 วัน

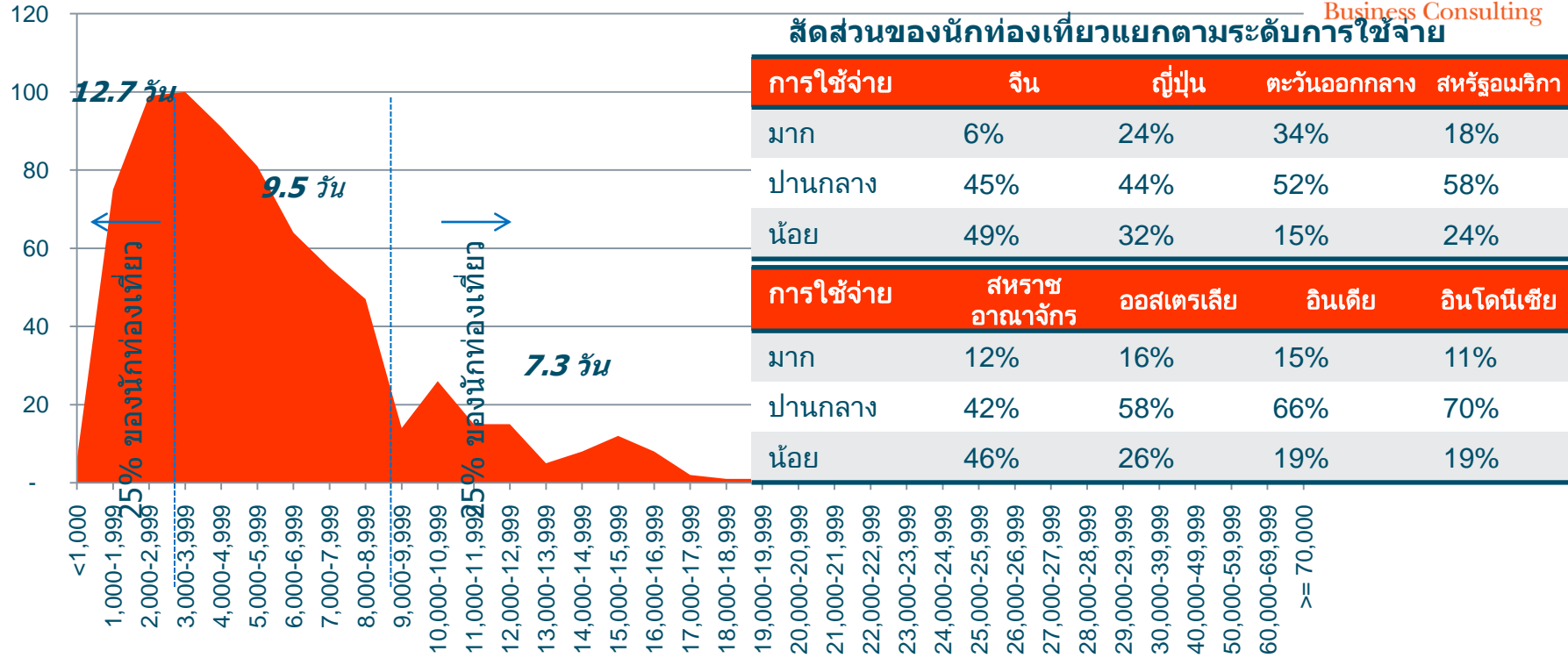
ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว



synovate

Business Consulting



- จะเห็นได้ว่า การกระจายตัวของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะมีลักษณะเบ้ (skew) ไปในด้านใช้จ่ายน้อย โดยชาติที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายน้อยได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและสหราชอาณาจักร
- เมื่อพิจารณาถึงการกระจายตัวของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายระหว่าง 3,000 - 9,000 บาท ต่อวัน ดังนั้นในการศึกษานี้ จะใช้ค่าใช้จ่ายต่อวันอยู่ที่ 3,000 และ 9,000 บาทเป็นเกณฑ์ในการวัดว่านักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายน้อยหรือมาก
- จากการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายต่อวันมีความสัมพันธ์แบบผกผันกับระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย
- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายต่อวันปานกลาง มีจำนวน 36% และจะใช้เวลาอยู่ในเมืองไทยนานเฉลี่ย 9.5 วัน
- นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายต่อวันมากมีจำนวน 25% และจะใช้เวลาเฉลี่ยอยู่ในเมืองไทย 7.3 วัน โดย 34% ของนักท่องเที่ยวจาก ตะวันออกกลางเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายต่อวันสูง

หมายเหตุ:

- ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายน้อยกว่า 3,000 บาทมากกว่า 25% จะถือว่าเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายน้อยและ
- ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายมากกว่า 9,000 บาทมากกว่า 25% จะถือว่าเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายมาก

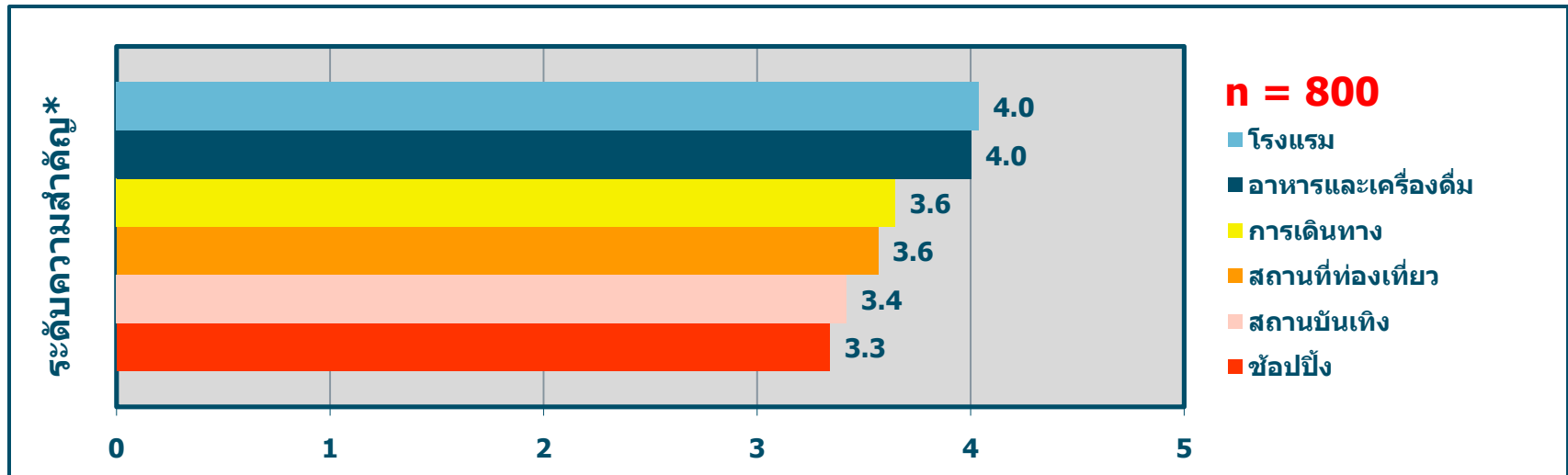




## ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ

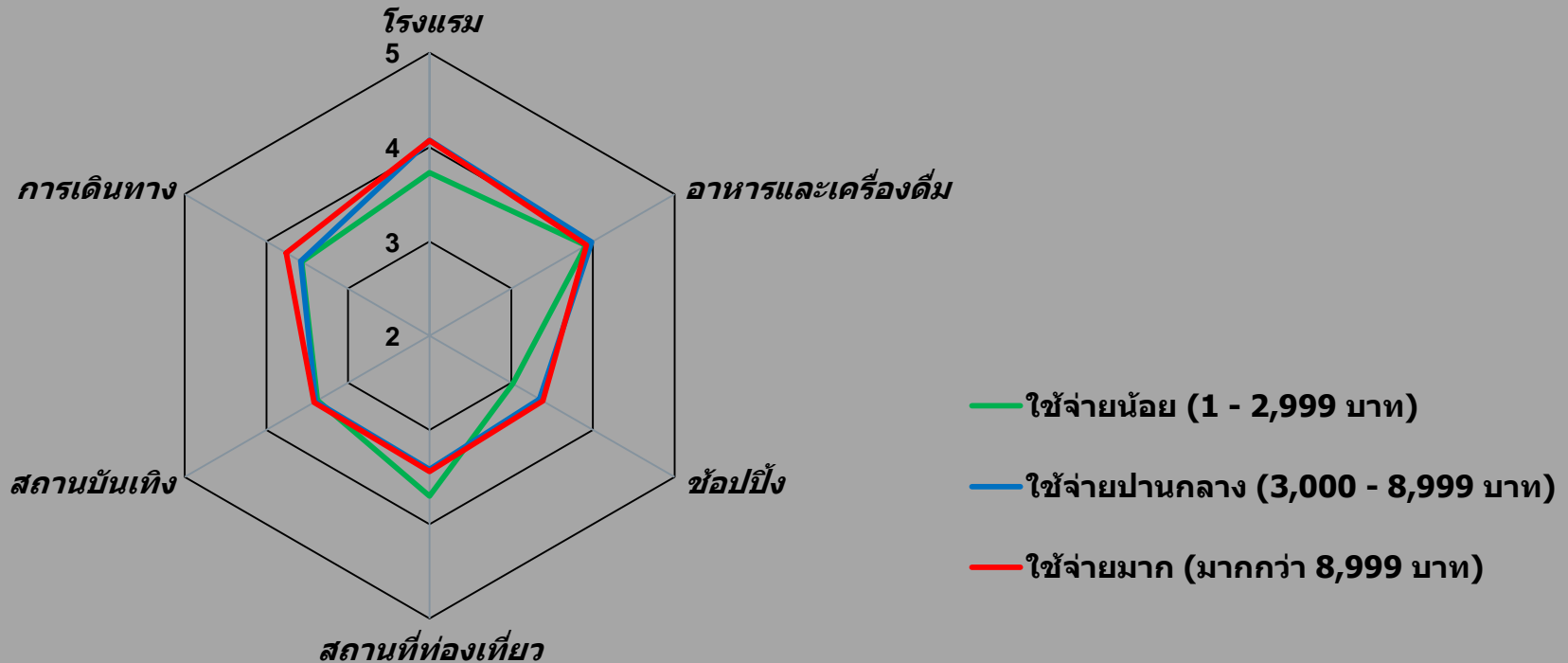
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับหมวดโรงแรม และหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4 คะแนน

สถาบันเทিংและการช้อปปิ้งเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.4 และ 3.3 คะแนนตามลำดับ



- การช้อปปิ้งเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด จากการศึกษาพบว่า มีเพียงนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเท่านั้น ที่ให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้งมากเป็นอันดับที่ 3 ของการใช้จ่าย แต่หากเทียบกับประเทศในภูมิภาคใกล้เคียงกันเช่น สิงคโปร์ ฮ่องกง และ มาเลเซียแล้ว ประเทศไทยเสียเปรียบในด้านช้อปปิ้งไม่ว่าจะเป็นด้านราคาและความหลากหลายและคุณภาพของสินค้า อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยไม่คาดหวังที่จะมาช้อปปิ้งมากนัก
- สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.6 คะแนน มีเพียงนักท่องเที่ยวชาวจีนเท่านั้น ที่ให้คะแนนความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวสูงถึง 4.1 คะแนน
- นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสถาบันเทিংเฉลี่ยที่ 3.4 คะแนน โดยนักท่องเที่ยวออสเตรเลียจะให้ความสำคัญกับสถาบันเทিংสูงถึง 4.0 คะแนน
- หมวดการเดินทาง นักท่องเที่ยวทุกชาติให้ความสำคัญสูงใกล้เคียงกันโดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 3.6 คะแนน

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญจาก 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยที่สุด และ 5 มีความสำคัญมาก

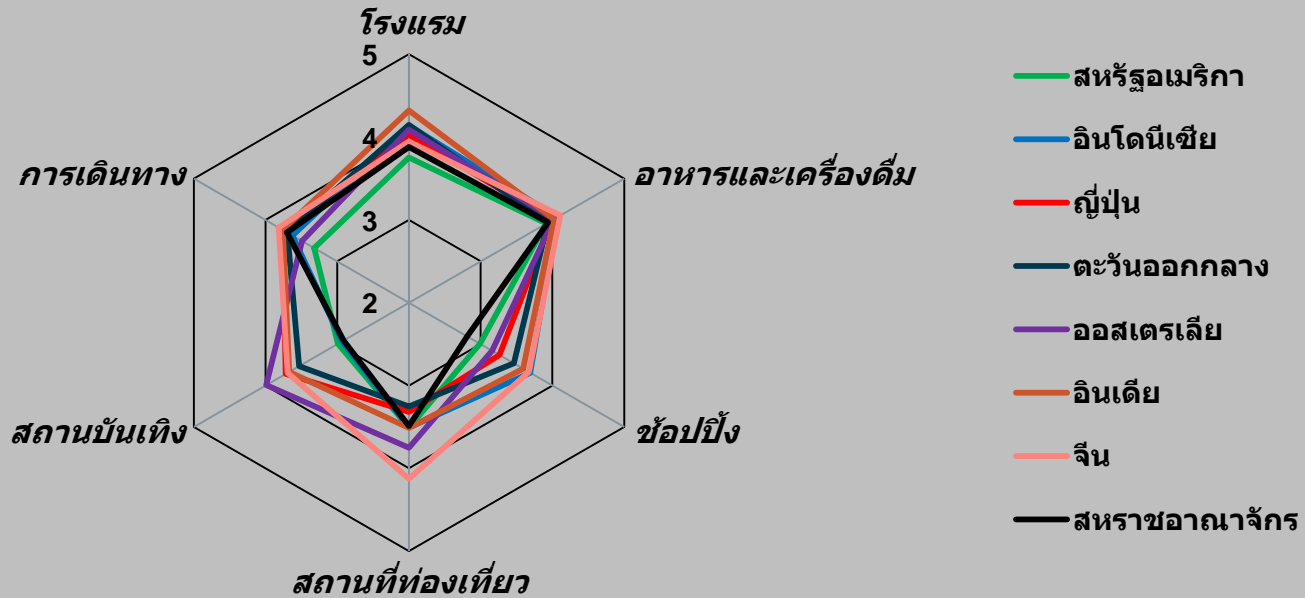


- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายในทุกหมวดโดยเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะหมวดโรงแรม และหมวดอาหารและเครื่องดื่ม มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4 คะแนน
- นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย ให้ความสำคัญกับหมวดช้อปปิ้งน้อยมากแต่จะได้รับความสำคัญจากนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลางในกลุ่มนักท่องเที่ยวอินโดนีเซียและอินเดีย
- ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายในระดับต่างๆ ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายน้อยจะให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้ง, โรงแรม และสถานบันเทิง ต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายมากและปานกลาง

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญจาก 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยที่สุด และ 5 มีความสำคัญมาก



# การให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายในแต่ละหมวดจากนักท่องเที่ยว 8 กลุ่มเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า

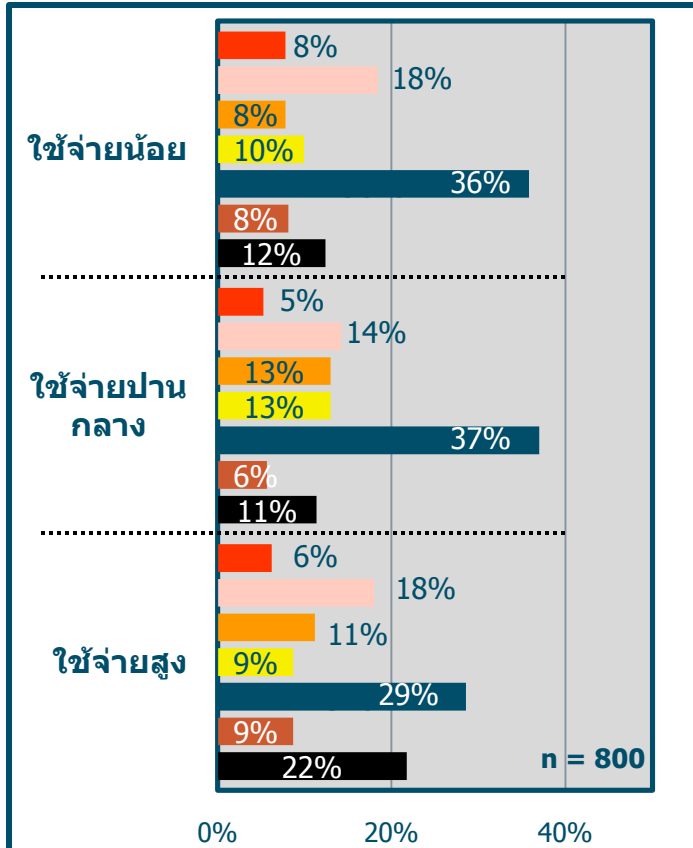


- นักท่องเที่ยวทั้ง 8 กลุ่ม จะให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายในหมวดค่าอาหารและเครื่องดื่ม หมวดค่าที่พักแรม และหมวดค่าใช้จ่ายในการเดินทางในระดับที่ใกล้เคียงกัน
  - นักท่องเที่ยว 8 กลุ่มมีการให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน หมวดค่าใช้จ่ายในสถานบันเทิง, ค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่ายในการช้อปปิ้ง
  - นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเฉลี่ยที่ 3.6 คะแนน คือชาวตะวันออกกลาง ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักรและชาวสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นระดับความสำคัญที่น้อยมากอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วสูงกว่า 60%\*\* และนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญกับการพักผ่อนอยู่ที่พักเป็นอย่างมากแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยแล้วเพียง 41%\*\* ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงให้ความสำคัญในสถานที่ท่องเที่ยวมาก ในระดับคะแนน 4.1 คะแนน
  - หมวดค่าใช้จ่ายในสถานบันเทิงมีนักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่น อินเดียและออสเตรเลีย ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายมากแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาที่ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายกับหมวดสถานบันเทิงเพียงแค่ 3.0 คะแนน
  - นักท่องเที่ยวชาวเอเชียให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับการช้อปปิ้งมากกว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย
- ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย และอินโดนีเซีย จะให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้งในประเทศไทยเป็นอย่างมากเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความคิดว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยมีราคาถูกและคุณภาพในการผลิตที่ดีกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศของตน

\*\*ที่มา : กรมการท่องเที่ยว สถิติข้อมูลนักท่องเที่ยว ปี 2553



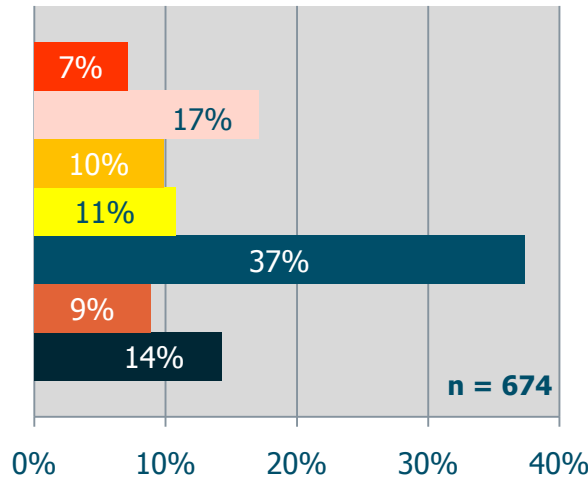
# ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ



## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ

- ไม่มีสินค้าอื่นๆที่อยากซื้อเพิ่มอีก
- ไม่มีกิจกรรมอื่นที่อยากทำเพิ่มอีก
- ไม่มีสถานที่ที่อยากไปเพิ่มอีก
- ไม่มีเวลาที่จะใช้จ่ายเพิ่มอีก
- กลัวถูกหลอกลวง
- ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยนั้นถูกกว่าที่คาดไว้
- ไม่สะดวกสบาย

## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ

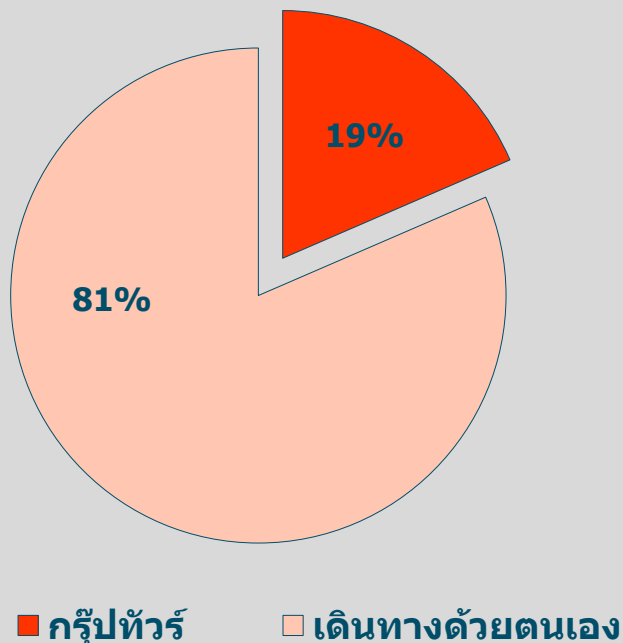


- ไม่มีสินค้าที่อยากซื้อเพิ่มอีก
- ไม่มีกิจกรรมที่อยากทำเพิ่มอีก
- ไม่มีสถานที่ที่อยากไปเพิ่มอีก
- ไม่มีเวลาที่จะใช้จ่ายเพิ่มอีก
- กลัวถูกหลอกลวง
- ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยถูกกว่าที่คาด
- ไม่สะดวกสบาย

- ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการคือ กลัวถูกหลอกลวงถึง 37 % โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายน้อย และกลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลางจะกลัวปัญหาการถูกหลอกลวงเท่ากับ 36% และ 37% ตามลำดับ
- ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้เต็มที่รองลงมา คือ ไม่มีกิจกรรมอื่นที่นักท่องเที่ยวอยากทำเพิ่มอีก 17% ไม่สะดวกสบาย 14%
- ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการรองลงมาคือ ไม่มีเวลาที่จะใช้จ่ายเพิ่มอีกมีสัดส่วน 11% ไม่มีสถานที่ที่อยากไปเพิ่มอีกมีสัดส่วน 10% ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยถูกกว่าที่คาดมีสัดส่วน 9%
- ปัญหาในเรื่องไม่มีสินค้าให้ซื้อเพิ่มอีก เป็นปัญหาที่พบน้อยที่สุดโดยมีสัดส่วนเพียง 7% อาจเกิดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาไม่ได้ให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้งมาก

# ข้อมูลของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง  
จากการศึกษาพบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงร้อยละ 81



- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยด้วยตนเองมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนมากถึง 81% โดยนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก เช่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และ ออสเตรเลีย มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองสูงกว่า 90% เนื่องจากข้อได้เปรียบทางด้านการสื่อสารและความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต
- นักท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์ส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยวชาว จีน อินโดนีเซีย และ อินเดีย
- ราคาแพคเกจทัวร์ส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะครอบคลุมถึงค่าตัวเครื่องบิน ที่พัก อาหาร และ ค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ
- ข้อได้เปรียบของนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกรู๊ปทัวร์ คือ ความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากระบบขนส่งมวลชนในประเทศไทยยังไม่ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวมากพอ ทำให้การเดินทางไปยังบางสถานที่ไม่สะดวก และนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกรู๊ปทัวร์ส่วนมากจะเป็นการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก

\*ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวปี 2553 พบว่าประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ทำการท่องเที่ยวด้วยตนเองสูงถึง 78%

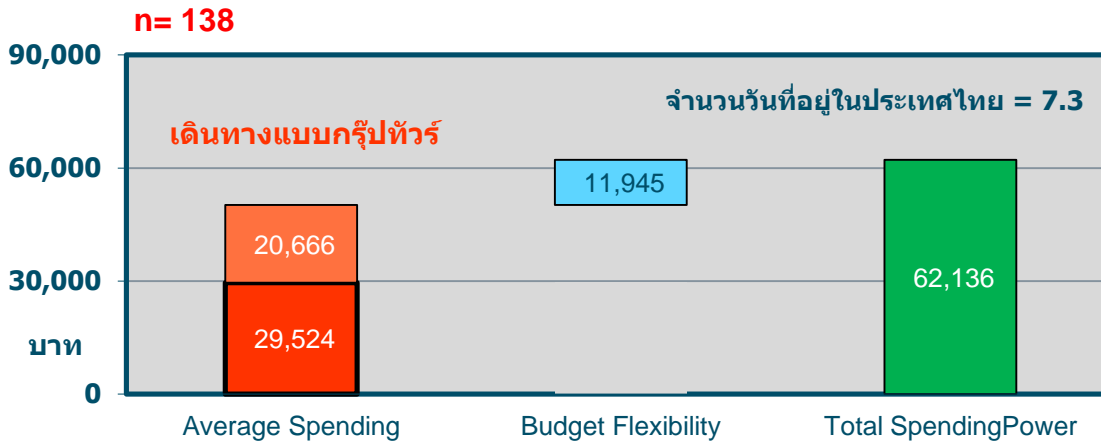
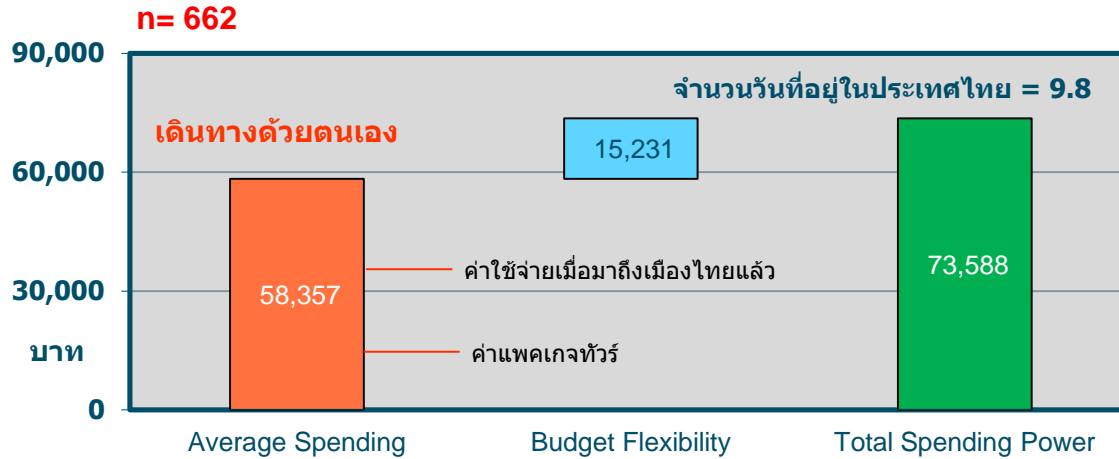
\*ที่มา กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวปี 2553



พฤติกรรมการใช้จ่าย  
ของนักท่องเที่ยว



# งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยว



ประเทศ	กำลังการใช้จ่าย ต่อทริป	
	กรุ๊ปทัวร์	ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง
สหรัฐอเมริกา	101,577	> 84,651
อินโดนีเซีย	40,702	< 41,417
ญี่ปุ่น	67,720	> 56,267
ตะวันออกกลาง	100,330	< 110,037
ออสเตรเลีย	64,820	< 86,524
อินเดีย	48,390	< 51,670
จีน	49,433	< 54,013
สหราชอาณาจักร	74,878	< 77,676

ประเทศ	จำนวนวันในประเทศไทย	
	กรุ๊ปทัวร์	ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง
สหรัฐอเมริกา	11.2	< 11.9
อินโดนีเซีย	4.3	< 5.7
ญี่ปุ่น	5.9	> 4.6
ตะวันออกกลาง	9.5	< 9.6
ออสเตรเลีย	13.8	> 12.3
อินเดีย	5.5	< 7.1
จีน	5.9	< 10.7
สหราชอาณาจักร	14.3	< 15.3

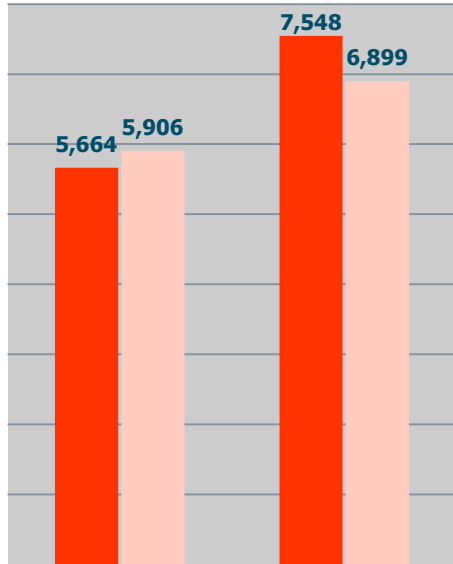
■ มากที่สุด ■ น้อยที่สุด

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองจะมีค่าใช้จ่ายรวมต่อการเดินทางสูงกว่าค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางในรูปแบบกรุ๊ปทัวร์ประมาณ 16.3% นักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์จะใช้จ่ายประมาณ 58% สำหรับค่าแพคเกจทัวร์ซึ่งเป็นการชำระเงินก่อนเดินทางมาประเทศไทยและจะใช้จ่ายอีกประมาณ 42% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในเมืองไทย
- จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีความยืดหยุ่นของงบประมาณในการใช้จ่ายมากกว่าความยืดหยุ่นของนักท่องเที่ยวด้วยตนเองเพียง 3%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองใช้เวลาในประเทศไทยโดยเฉลี่ยนานกว่านักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ประมาณ 2.5 วัน โดยนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และ ออสเตรเลีย จะมีค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่พำนักในประเทศไทยมากกว่าค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวประเทศในโซนเอเชีย
- นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเป็นชาติที่ใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยมากที่สุด ในขณะที่ญี่ปุ่นและอินเดียเป็นชาติที่ใช้เวลาท่องเที่ยวตนน้อยที่สุด



# การใช้จ่ายและงบประมาณของนักท่องเที่ยว

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน



เดินทางด้วยตนเอง n = 354  
เดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์ n = 79  
■ งบประมาณที่ตั้งไว้ ■ ใช้จ่ายจริง

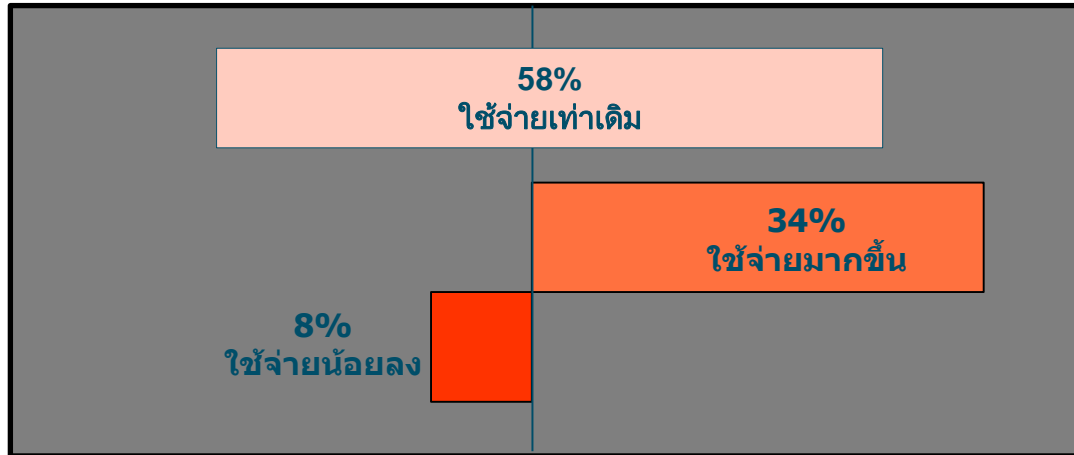
ประเทศ	เดินทางด้วยตนเอง			เดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์		
	งบประมาณ/ต่อวัน	ใช้จ่ายจริง/ต่อวัน	Δ	งบประมาณต่อวัน	ใช้จ่ายจริง/ต่อวัน	Δ
สหรัฐอเมริกา	5,429	5,954	(525)	7,360	7,886	(526)
อินโดนีเซีย	6,397	5,589	808	8,166	5,852	2,314
ญี่ปุ่น	6,705	6,491	214	8,152	10,905	(2,753)
ตะวันออกกลาง	9,092	8,345	747	N/A	N/A	N/A
ออสเตรเลีย	5,646	5,773	(127)	3,076	4,036	(960)
อินเดีย	5,874	6,287	(413)	8,589	7,381	1,208
จีน	3,501	4,762	(1,261)	7,057	5,520	1,537
สหราชอาณาจักร	4,512	4,393	119	3,820	3,615	205
เฉลี่ย	5,664	5,906	(232)	7,548	6,899	649

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์จะใช้จ่ายจริงต่อวันสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองเฉลี่ยประมาณวันละ 1,000 บาท อย่างไรก็ตาม เมื่อคิดการใช้จ่ายตลอดการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองจะมีการใช้จ่ายรวมมากกว่า 16.3%
- สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองจะใช้จ่ายจริงมากกว่างบประมาณที่ตั้งไว้โดยเฉลี่ยประมาณ 4% อาจเกิดจากการที่ตั้งงบประมาณไว้ต่ำเกินไปในตอนแรก หรือนักท่องเที่ยวไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้
- จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง มีการตั้งงบประมาณใช้จ่ายที่สูงและมีการใช้จ่ายจริงสูงที่สุดในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการตั้งงบประมาณใช้จ่ายต่อวันต่ำที่สุดและมีการใช้จ่ายจริงมากกว่างบประมาณ 36%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยกรุ๊ปทัวร์มีแนวโน้มจะใช้จ่ายต่ำกว่างบประมาณที่ตั้งไว้เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลา โดยมีเพียงนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย ที่มีการใช้จ่ายจริงมากกว่างบประมาณ โดยชาวญี่ปุ่นมีการใช้จ่ายจริงสูงที่สุด และสหราชอาณาจักรมีการใช้จ่ายต่อวันต่ำที่สุด





# การกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป



แนวโน้มน	% การเปลี่ยนแปลงจากงบประมาณในครั้งนี
จ่ายสูงขึ้น	38%
จ่ายน้อยลง	19%
จ่ายเท่าเดิม	0%

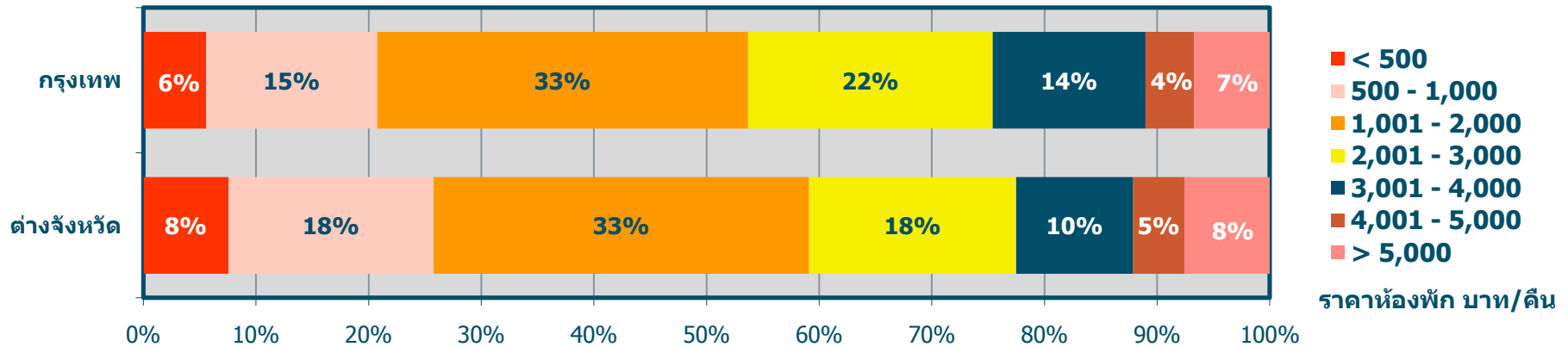
	จำนวนวันมากขึ้น	จำนวนวันน้อยลง	จำนวนวันเท่าเดิม
ใช้จ่ายมากขึ้น	<b>38%</b>	28%	25%
ใช้จ่ายน้อยลง	6%	<b>17%</b>	6%
ใช้จ่ายเท่าเดิม	56%	55%	<b>69%</b>

- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 58% มีความเห็นว่าจะใช้จ่ายเป็นจำนวนเงินเท่าเดิมสำหรับการเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป
- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 34% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายมากขึ้นสำหรับการเที่ยวเมืองไทยในครั้งต่อไป โดยมีสาเหตุหลักๆคือ
  - มีความประทับใจในประเทศไทยและต้องการที่จะใช้เวลาในประเทศมากขึ้นเพื่อเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆที่ไม่สามารถไปได้เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา
  - สินค้าในประเทศไทยมีราคาสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้
  - เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่คิดว่าการท่องเที่ยวในเมืองไทยควรใช้เวลามากกว่าที่ตนใช้ในครั้งนี
- มีนักท่องเที่ยวเพียง 8% ที่คาดว่าจะใช้จ่ายน้อยลง โดยมีสาเหตุมาจากการที่นักท่องเที่ยวนั้นมีประสบการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงทราบราคาราคาและบริการที่เหมาะสม โดยนักท่องเที่ยวคาดว่าจะใช้จ่ายน้อยลงเฉลี่ย 19%จากการใช้จ่ายในครั้งนี
- พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวในครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติที่ทำการศึกษานี้ มีแนวโน้มที่ใกล้เคียงกัน โดยมีนักท่องเที่ยวที่จะใช้จ่ายเท่าเดิมมากที่สุด

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต



# ค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



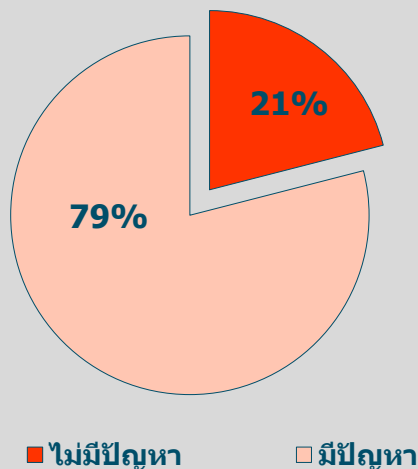
กรุงเทพ			ต่างจังหวัด		
ต่ำกว่า 2,000	2,000 – 4,000 บาท	สูงกว่า 4,000 บาท	ต่ำกว่า 2,000	2,000 – 4,000 บาท	สูงกว่า 4,000 บาท
ระยะเวลา	ระยะเวลา	ระยะเวลา	ระยะเวลา	ระยะเวลา	ระยะเวลา
10.2	8.7	7.7	12.1	9.7	8.6

- ราคาห้องพักที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกในบริเวณกรุงเทพและต่างจังหวัดมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย โดยในบริเวณกรุงเทพจะมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวใช้บริการห้องพักราคาอยู่ในช่วง 1,000 – 3,000 บาท สัดส่วน 55% ส่วนต่างจังหวัด มีสัดส่วน 52% อย่างไรก็ตามกลุ่มห้องพักราคาตั้งแต่ 4,000 บาทขึ้นไปจะเป็นที่นิยมในบริเวณต่างจังหวัดมากกว่าโดยมีนักท่องเที่ยวเข้าพักถึง 13%
- นักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลานานมีแนวโน้มที่จะเลือกห้องพักราคาถูกกว่าราคาห้องพักของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยเป็นระยะเวลาสั้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่คล้ายกันทั้งในบริเวณกรุงเทพและต่างจังหวัด
- สาเหตุที่นักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยเป็นเวลาประมาณ 10 วันจะเลือกห้องพักที่มีราคาต่ำกว่าราคาห้องพักของนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาประมาณ 7 วัน อาจเป็นเพราะจำนวนวันที่ยาวขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวต้องเลือกห้องพักที่มีราคาไม่สูงมากนัก หรืออาจมีสาเหตุจากโปรโมชั่นของโรงแรมที่จูงใจให้พักนานขึ้น เช่น ให้ห้องพักฟรีเมื่ออยู่ตามกำหนดหรือนักท่องเที่ยวเลือกที่จะเข้าพักเป็นรายเดือนซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อวันต่ำกว่าค่อนข้างมาก



ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ  
ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

# กิจกรรมและบริการในที่พัก 3 อันดับแรกที่ชาวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## บริการนวดและสปาในที่พักและโรงแรม

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการนวดและสปาภายในโรงแรม คือ

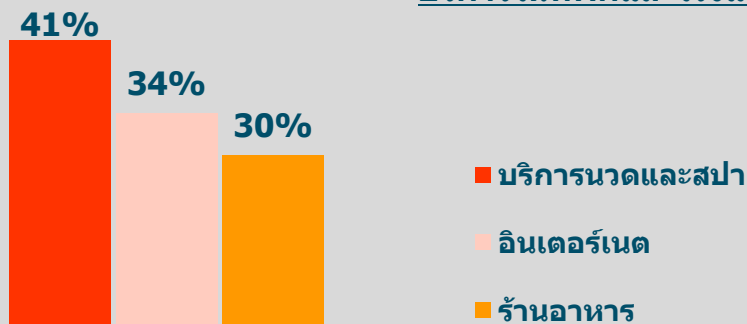
- ค่าบริการ แพงกว่าร้านที่ให้บริการภายนอกโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกที่จะใช้บริการนวดและสปาจากร้านที่ให้บริการนอกโรงแรมแทน
- ข้อจำกัดด้านเวลาคือปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสัดส่วนจำนวน 12% ไม่สามารถใช้บริการได้อย่างเต็มที่ สาเหตุหลักเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้เวลาอยู่ในโรงแรมมากนัก
- ไม่มีบริการนวดและสปาในที่พัก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสัดส่วนจำนวน 4% ไม่สามารถใช้บริการนวดและสปาได้ตามต้องการเนื่องจากไม่มีบริการในที่พัก

## บริการอินเทอร์เน็ต

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตภายในโรงแรม คือ

- ค่าบริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสัดส่วนจำนวน 10% มีความเห็นว่าทางโรงแรมคิดค่าบริการในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าที่ควร
- ความไม่สะดวกในการใช้งาน เนื่องจากคุณภาพของอินเทอร์เน็ตและบริการที่ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เช่น มีเฉพาะบริเวณล็อบบี้โรงแรมเท่านั้น
- ข้อจำกัดด้านเวลา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความเห็นว่าไม่สามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตในที่พักได้เพราะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ภายนอกโรงแรม

## บริการในที่พักและโรงแรม



ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 800 คน

## ร้านอาหารภายในโรงแรม

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม คือ

- ค่าบริการ อาหารภายในโรงแรมมีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารในร้านที่ตั้งภายนอกโรงแรมทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการร้านอาหารภายนอกบริเวณโรงแรม
- ข้อจำกัดด้านเวลา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสัดส่วน 5% มีความเห็นว่าไม่มีโอกาสใช้บริการห้องอาหารในโรงแรมเพราะใช้เวลาส่วนมากในการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารจากร้านอาหารภายนอกแล้ว



## ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการโรงแรม

### บริการนวดและสปาในที่พักและโรงแรม

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้บริการนวดและสปาภายในโรงแรมได้มากตามต้องการคือ

1. ค่าบริการ
2. มีข้อจำกัดด้านเวลา
3. ไม่มีบริการนวดและสปาในที่พักของตน

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการยอมรับว่าค่าบริการนวดและสปาในโรงแรมมีราคาสูงกว่าร้านที่ให้บริการภายนอก เนื่องจากร้านนวดและสปาภายในโรงแรมมีต้นทุนในการประกอบการสูงในเรื่องสถานที่และค่าแรงของบุคลากร ดังนั้นผู้ประกอบการนวดและสปาภายในโรงแรมต้องทำให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงประโยชน์จากการใช้บริการนวดและสปาภายในบริเวณโรงแรม เช่น มีความสะดวก ปลอดภัยและได้มาตรฐานในการให้บริการ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นความคุ้มค่าในการใช้บริการต่างๆในโรงแรมมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมจะต้องกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้ลองใช้บริการโดยเสนอส่วนลดกับแขกที่มาพักในโรงแรมเพื่อทำให้ค่าบริการในการนวดและสปาไม่สูงกว่าร้านที่ให้บริการอยู่ภายนอกโรงแรมมากนัก

### บริการอินเทอร์เน็ต

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตภายในโรงแรมได้มากตามต้องการคือ

1. ค่าบริการ
2. ความไม่สะดวกในการใช้งาน
3. มีข้อจำกัดด้านเวลา

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าในปัจจุบันมีการเก็บค่าบริการใช้อินเทอร์เน็ตภายในโรงแรมที่สูง เพราะทางผู้ประกอบการไม่สามารถลงทุนติดตั้งและดูแลระบบอินเทอร์เน็ตได้เอง ทำให้ต้องว่าจ้างบริษัทภายนอกมาดำเนินการจึงต้องคิดค่าบริการที่สูง จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการรู้ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในโรงแรมแล้วและผู้ประกอบการส่วนมากมีแนวโน้มที่จะลงทุนกับระบบอินเทอร์เน็ตเองมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ค่าบริการในการใช้งานอินเทอร์เน็ตภายในโรงแรมถูกลงและนักท่องเที่ยวต่างชาติจะสามารถใช้บริการได้มากขึ้น

### ร้านอาหารภายใน

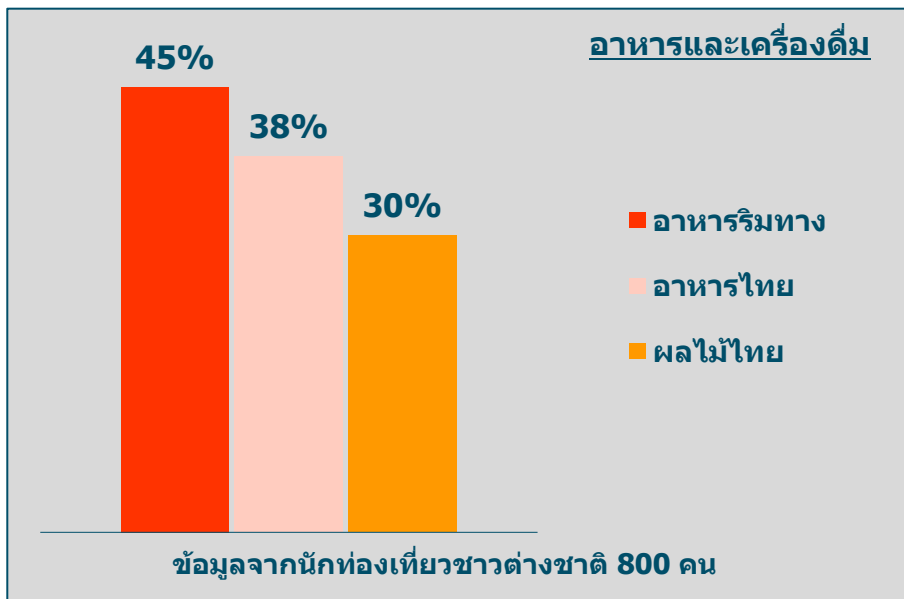
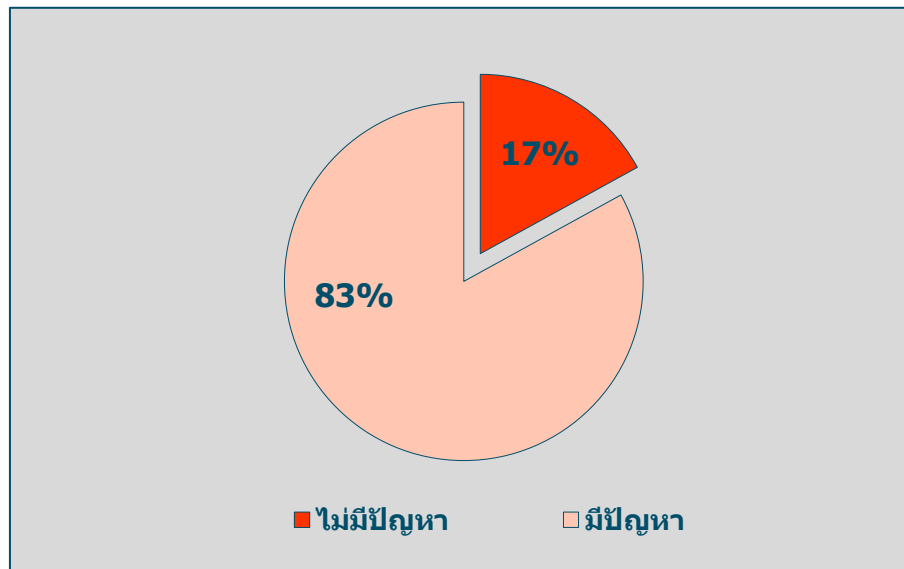
ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรมได้มากตามต้องการคือ

1. ค่าบริการ
2. ข้อจำกัดด้านเวลา

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยอมรับว่าการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการร้านอาหารในโรงแรมเป็นเรื่องที่ทำหายมาก เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนมากมักนิยมรับประทานอาหารในร้านอาหารภายนอกโรงแรมเพราะเป็นการได้ท่องเที่ยวและสัมผัสบรรยากาศของร้านอาหารในท้องถิ่นด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการจะเน้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรับประทานอาหารมื้อเช้าภายในโรงแรมเพราะจะเป็นมื้อที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการได้ง่ายที่สุดและยังเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในที่พักนอกเหนือจากค่าห้องพักบริการอีกด้วย

# อาหารและเครื่องดื่ม 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## อาหารริมทาง

ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการรับประทานอาหารริมทาง คือ

- ความสะอาดเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดโดยคิดเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย
- ข้อจำกัดทางด้านภาษาทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถรู้ถึงรายละเอียดส่วนผสมของการประกอบของอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าลองรับประทานอาหารที่ตนไม่รู้จัก
- ขาดข้อมูลรายละเอียด เช่น ป้ายร้านค้าอธิบายส่วนผสมของอาหารและราคาอาหาร

## อาหารไทย

- ข้อจำกัดทางด้านภาษาเป็นปัญหาสำคัญที่สุด เนื่องจากร้านอาหารไทยที่อยู่นอกโรงแรม มีพนักงานที่ใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่ดีเท่าที่ควร
- กังวลใจในเรื่องความสะอาดของอาหาร
- ขาดการให้รายละเอียดของเครื่องปรุงอาหาร โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากตะวันตกออกกลางซึ่งจะมองหาเครื่องหมาย ฮาลาล

## ผลไม้ไทย

- ปัญหาด้านความสะอาดของผลไม้ เนื่องจากร้านขายผลไม้ไทยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ริมทาง
- ปัญหาเรื่องการสื่อสารกับผู้ชาย ทำให้นักท่องเที่ยวขาดข้อมูลที่สำคัญ เช่น วิธีการรับประทาน และ รสชาติของผลไม้ที่นักท่องเที่ยวไม่รู้จัก



# ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม

## อาหารริมทาง

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับอาหารริมทางได้มากตามต้องการคือ

1. ความสะอาด
2. ข้อจำกัดทางด้านภาษา
3. ข้อมูลรายละเอียด

## ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจกับอาหารริมทางในประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่จะเป็นเพียงการแวะเที่ยวชมเท่านั้นเพราะนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหาร ดังนั้นจึงควรปรับปรุงร้านอาหารให้ถูกสุขลักษณะและควรมีการรับรองจาก หน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความมั่นใจในการซื้ออาหารมารับประทานได้

## อาหารไทย

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับอาหารไทยได้มากตามต้องการคือ

1. ข้อจำกัดทางด้านภาษา
2. ความสะอาดของอาหาร
3. ข้อมูลรายละเอียดของอาหาร

## ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

การขาดข้อมูลรายละเอียดต่างๆของอาหารไทย เช่น ส่วนประกอบของอาหาร รสชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่รู้ว่าควรสั่งอาหารไทยประเภท หรือชนิดใดที่ควรรับประทาน ประกอบกับ มีปัญหาเรื่องการสื่อสารกับผู้ชายที่ไม่สามารถให้รายละเอียดต่างๆกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดี ดังนั้นผู้ประกอบการจึงแนะนำว่า ควรหาพนักงานที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้และทางภาครัฐควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้ข้อมูลของอาหารไทยมากขึ้น

## ผลไม้ไทย

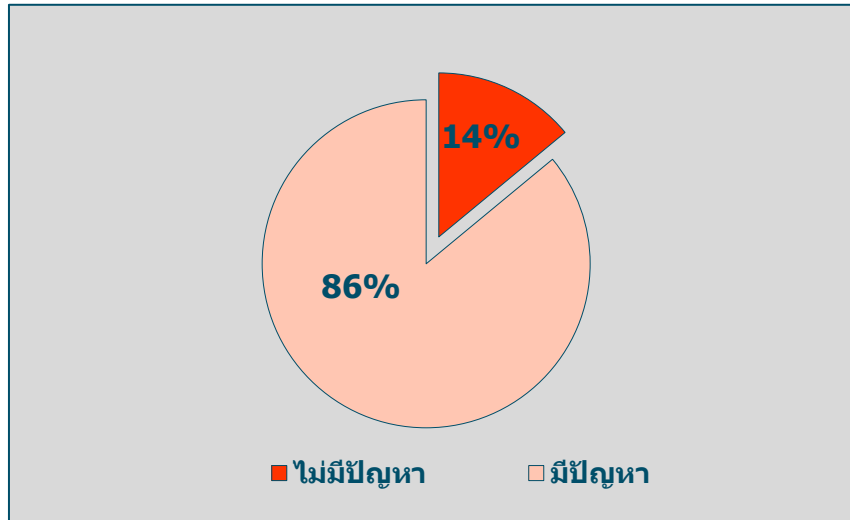
ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับผลไม้ไทยได้มากตามต้องการ คือ

1. ความสะอาด
2. ปัญหาทางการสื่อสาร
3. ไม่สามารถหาผลไม้ที่ตนเองต้องการรับประทานได้

## ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

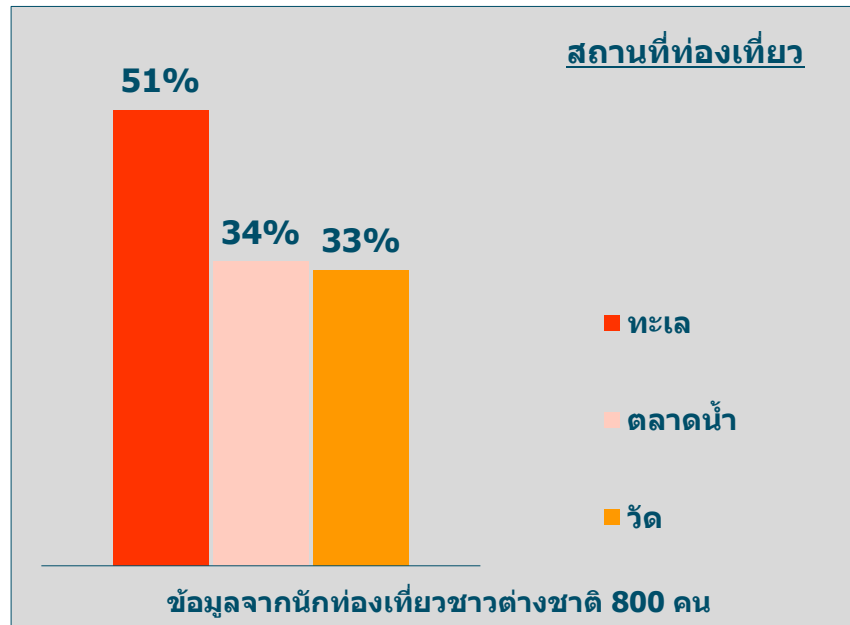
มีปัญหาในเรื่องความสะอาดและไม่มีข้อมูลรายละเอียดต่างๆ เช่น วิธีรับประทาน และตลาดที่สามารถหาซื้อผลไม้ นอกฤดูกาลได้ ดังนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะรับประทานผลไม้ที่ตนรู้จัก และมีขายอยู่ทั่วไปเท่านั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น วิธีการรับประทาน และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักผลไม้ไทยมากขึ้น

# สถานที่ท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## ทะเล

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาเป็นปัญหาสำคัญที่สุด
- ความแออัดหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในชายหาดที่มีชื่อเสียง
- การเดินทางเข้าถึงทะเลไม่สะดวก
- ชายหาดสกปรก แออัดหนาแน่น โดยเฉพาะชายหาดในจังหวัดภูเก็ต



## ตลาดน้ำ

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาเป็นเหตุผลหลัก
- เนื่องจากสภาพอากาศร้อนอบอ้าว ทำให้เมื่อนักท่องเที่ยวไม่อยากจะใช้เวลาอยู่ในตลาดน้ำที่แออัดพลุกพล่านมากนัก

## วัด

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด
- มีจำนวนนักท่องเที่ยวหนาแน่นทำให้การถ่ายรูปหรือเข้าชมในสถานที่ต่าง ๆ นั้นเป็นไปด้วยความไม่สะดวก
- ขาดรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ประวัติ ความเป็นมา และรายละเอียดของโบราณสถานที่ท่องเที่ยวว่ามีอะไรเป็นที่น่าสนใจ





## ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการทัวร์

### ทะเล

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับการเที่ยวทะเลได้มากตามต้องการ คือ

1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
2. ความแออัดหนาแน่น
3. การเดินไม่สะดวก

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ความแออัดหนาแน่นของนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดทะเลเป็นปัญหาที่ควบคุมได้ยาก เพราะนักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางมาพักผ่อนในช่วงเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในฤดูกาลท่องเที่ยว ททท. และภาครัฐที่เกี่ยวข้องอาจจะต้องพัฒนาหาแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีศักยภาพใหม่ ๆ มารองรับ และผู้ประกอบการในพื้นที่ควรให้ความสำคัญในการดูแลความสะอาดบริเวณชายหาด

### ตลาดน้ำ

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายในการเที่ยวตลาดน้ำได้มากตามต้องการ คือ

1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
2. ความแออัดหนาแน่นของนักท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

สภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าวของประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากใช้เวลาในบริเวณที่มีความแออัดมาก ผู้ประกอบการอาจจะเปิดบริการในช่วงเย็นหรือตอนกลางคืนเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวต้องเจอกับอากาศที่ร้อนจัดในตอนกลางวัน

### วัด

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับการเที่ยวชมวัดได้มากตามต้องการ คือ

1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
2. ความแออัดหนาแน่นของนักท่องเที่ยว
3. การขาดรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว

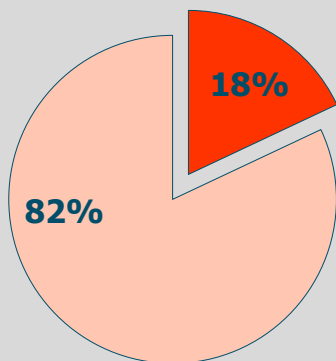
### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

วัดที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยจะอยู่ในบริเวณที่การจราจรหนาแน่นและเดินทางลำบาก ดังนั้นจึงควรทำแผนที่เดินทางสำหรับการท่องเที่ยว เช่น วัดที่มีชื่อเสียงเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถวางแผนการเดินทางได้ เช่น เริ่มท่องเที่ยวจากจุดใดก่อน ช่วงเวลาที่เหมาะสม เวลาใดที่การจราจรติดขัดและควรหลีกเลี่ยง ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถจัดการเวลาได้ดีขึ้น

# สถานบันเทิง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



synovate  
Business Consulting



■ ไม่มีปัญหา □ มีปัญหา

## บริการนวดและสปา

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพบในการใช้บริการนวดและสปา คือ

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากนักท่องเที่ยววางแผนจะใช้บริการนวดและสปา แต่ลำดับความสำคัญรองจากกิจกรรมอื่นๆทำให้ไม่มีโอกาสใช้บริการอย่างตั้งใจไว้
- ค่าบริการที่แพงและมีความรู้สึกถูกเอาเปรียบ จากการคิดราคาเพิ่มจากราคาที่ติดบนป้าย
- ภาษาเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการใช้บริการนวดและสปาในประเทศไทย

## ไนท์คลับ

ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการไนท์คลับ คือ

- ข้อจำกัดทางด้านการมีเวลาและเวลาเปิดปิดของสถานบันเทิงที่ปิดบริการค่อนข้างเร็วเมื่อเทียบกับต่างประเทศ
- ความปลอดภัยเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก เนื่องจากความแออัดของสถานที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัย เช่น การมีคนแปลกหน้าพยายามมาพูดคุยและเสนอขายสินค้าต่างๆให้นักท่องเที่ยว

## โชว์และการแสดง

ปัญหาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการชมโชว์และการแสดง คือ

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาเป็นปัญหาสำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวจากทุกชาติ
- ข้อจำกัดทางด้านภาษา ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เข้าใจเนื้อหาของการแสดงบางอย่าง
- ปัญหาอื่นๆเช่นการขาดรายละเอียดของการแสดง โดยนักท่องเที่ยวจะรู้เพียงชื่อของการแสดงและสถานที่เท่านั้นแต่ไม่ทราบว่าการแสดงที่ตนจะได้เข้าชมนั้นเกี่ยวกับอะไร

43%

29%

26%

## สถานบันเทิง

■ บริการนวดและสปา

□ ไนต์คลับ

■ โชว์และการแสดง

ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 800 คน



## ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการสถานบันเทิง

### บริการนวดและสปา

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับบริการนวดและสปาได้มากตามต้องการ คือ

1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
2. ค่าบริการ
3. ข้อจำกัดด้านภาษาและการสื่อสาร

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

พัฒนาพนักงานที่สามารถสื่อสารและเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### ไนท์คลับ

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับไนท์คลับได้มากตามต้องการ คือ

1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
2. ความปลอดภัย
3. ราคาของเครื่องดื่ม

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการหาทางป้องกันให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและเป็นส่วนตัว เช่น มีการจัดเป็นบริเวณส่วนตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะและมีพนักงานดูแลอย่างทั่วถึง

### โชว์และการแสดง

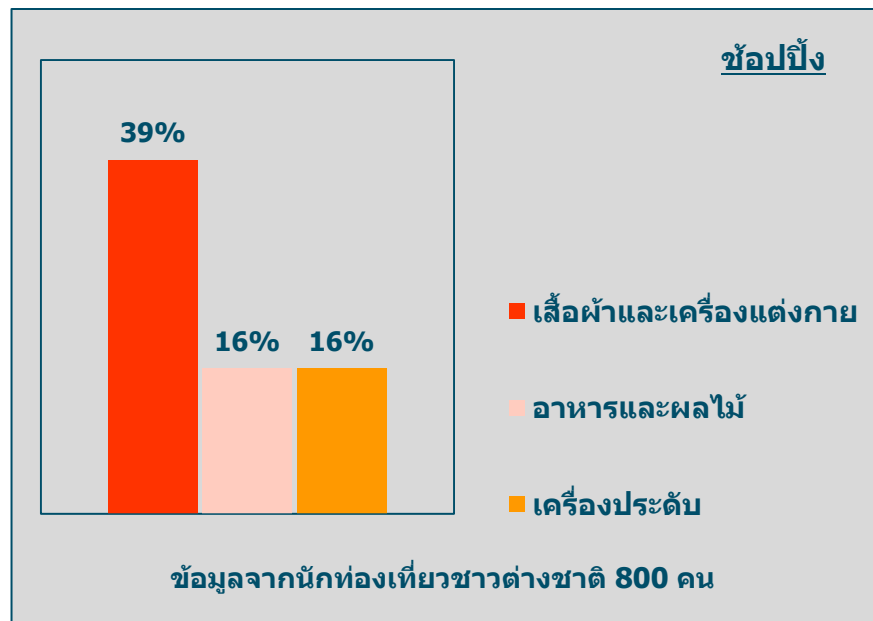
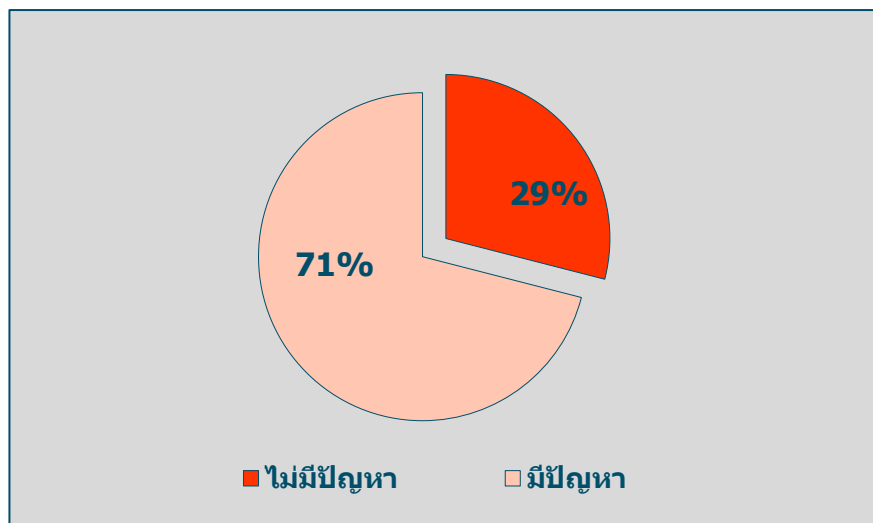
ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับการชมโชว์และการแสดงได้มากตามต้องการคือ

1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
2. ข้อจำกัดด้านภาษาและการสื่อสาร
3. ขาดข้อมูลรายละเอียด

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการต้องพยายามเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายและให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงรายละเอียดต่างๆของการแสดง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจมากขึ้น

# สถานที่ข้อปั้ง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบในการซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย คือ

- ข้อจำกัดทางด้านภาษาทำให้ไม่สามารถสื่อสารกับผู้ชายและสอบถามถึงรายละเอียดของสินค้าได้
- มีความกังวลกับสินค้าลอกเลียนแบบ เนื่องจากประเทศไทยมีสินค้าลอกเลียนแบบวางขายอยู่เป็นจำนวนมากทำให้มีการเปรียบเทียบราคาและไม่มั่นใจว่าซื้อสินค้าแล้วเป็นของแท้
- นักท่องเที่ยวบางส่วนมีความไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าในประเทศไทย

## อาหารและผลไม้

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบในการซื้ออาหารและผลไม้ คือ

- ไม่สะดวกในการนำกลับประเทศ เช่น อาหารและผลไม้ไม่มีการจัดเตรียมบรรจุภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการนำกลับประเทศได้
- ราคาของสินค้า อาหารและผลไม้ที่มีการจัดเตรียมให้นักท่องเที่ยววนกลับประเทศได้สะดวกจะมีราคาที่สูงกว่า
- ข้อจำกัดทางด้านภาษาของผู้ชายถือเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้สูญเสียโอกาสในการขายสินค้ากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

## เครื่องประดับ

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบในการซื้อเครื่องประดับ คือ

- กลัวการถูกหลอก เนื่องจากเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีราคาสูง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่มีความมั่นใจในสินค้าว่าเป็นของจริงหรือไม่
- ข้อจำกัดทางด้านภาษา ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารกับผู้ชายได้ว่าต้องทราบรายละเอียดใดเกี่ยวกับสินค้า
- มีราคาสูง



## ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการร้านค้า

### เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายได้มากตามต้องการ คือ

1. ข้อจำกัดทางภาษา
2. ราคาสินค้า
3. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบและไม่มีคุณภาพ

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสินค้าเพราะจะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของตนเอง

ทำให้นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกว่าสินค้ามีราคาแพงไม่เหมาะสม และเน้นการรักษามาตรฐาน สร้างตราสินค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวมั่นใจ

### อาหารและผลไม้

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับอาหารและผลไม้ได้มากตามต้องการ คือ

1. ไม่สะดวกในการนำกลับ
2. ราคาของสินค้า
3. ข้อจำกัดด้านภาษาและการสื่อสาร

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ควรให้ความสำคัญกับบรรจภัณฑ์ ให้มีความสะดวกในการพกพาและมีรายละเอียดของส่วนประกอบที่ครบถ้วน

ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสะดวกในการนำกลับประเทศ และรายละเอียดข้อมูล ข้อห้าม ข้อยกเว้นในการนำอาหารและผลไม้เข้าประเทศต่างๆ

### เครื่องประดับ

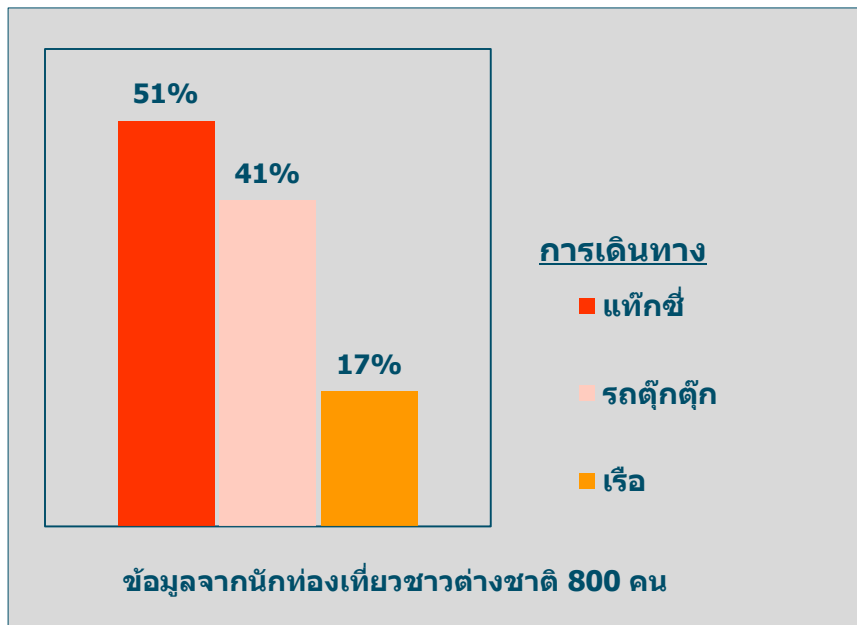
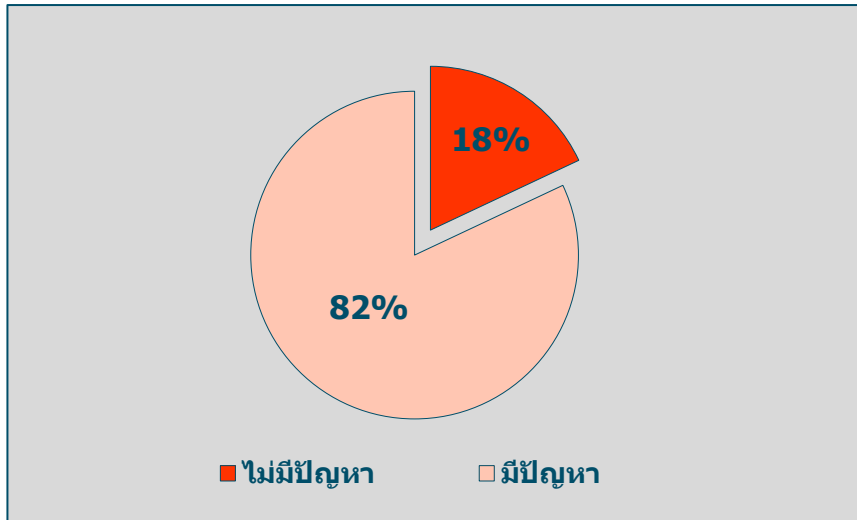
ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับสินค้าเครื่องประดับได้มากตามต้องการ คือ

1. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบ
2. ข้อจำกัดด้านภาษาและการสื่อสาร
3. ราคาของสินค้าที่สูง

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

ควรมีการรับรองร้านค้าและสินค้าที่ได้มาตรฐานเหมือนที่ ททท. เคยทำในอดีตซึ่งจะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

# การเดินทาง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## แท็กซี่

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบในการใช้บริการรถแท็กซี่ คือ

- คิดค่าโดยสารที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากคนขับมักไม่ยอมใช้มิเตอร์ในการคิดค่าโดยสาร
- ข้อจำกัดทางด้านภาษา ทำให้มีปัญหาในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนขับรถ

## รถตุ๊กตุ๊ก

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบในการใช้บริการรถตุ๊กตุ๊ก คือ

- ความปลอดภัย
- ไม่มีมิเตอร์ในการคิดค่าโดยสาร การคิดโดยสารเป็นไปตามความพอใจของคนขับ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความกังวลในเรื่องคิดค่าโดยสารที่ไม่เหมาะสม

## เรือ

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบในการใช้บริการเรือ คือ

- ความปลอดภัยเนื่องจากสภาพของเรือและท่าเรือที่มีความทรุดโทรม ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าใช้บริการ
- ความไม่สะดวก มีข้อจำกัดด้านเส้นทาง และใช้เวลาในการเดินทางมาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้บริการได้
- สภาพแม่น้ำที่เน่าเสียและสกปรกเหม็น สกปรก



## ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการขนส่งและการเดินทาง

### แท็กซี่ และ รถตุ๊กตุ๊ก

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับบริการรถแท็กซี่และรถตุ๊กตุ๊กได้ตามต้องการ คือ

1. กลัวถูกคิดค่าโดยสารที่ไม่เป็นธรรม 2. ข้อจำกัดด้านภาษาและการสื่อสาร 3. ความปลอดภัยในการใช้บริการ

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

จัดให้มีบริการรถแท็กซี่สำหรับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะ เช่น ใช้บริการรถแท็กซี่จากศูนย์บริการ ซึ่งสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษได้

### เรือ

ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับการใช้บริการเรือได้มากตามต้องการ คือ

1. ความปลอดภัยในการใช้บริการ 2. ความไม่สะดวกในการใช้บริการ 3. สภาพแวดล้อมที่ไม่สะอาดของแม่น้ำ

### ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ

การสร้างเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการเรือ และประโยชน์ที่จะได้รับการได้ชมทัศนียภาพสองฝั่งริมแม่น้ำ

# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยว

หมวดหมู่	ปัญหาที่พบ	หมายเหตุ
กิจกรรมและบริการในที่พัก	บริการนวดสปา	1. ราคา 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. ไม่มีบริการ
	บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย	1. ราคา 2. ไม่มีบริการ 3. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
	ร้านอาหาร	1. ราคา 2. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารบนทางเท้า	1. ความสะอาด 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ขาดรายละเอียด
	อาหารไทย	1. ข้อจำกัดด้านภาษา 2. ความสะอาด 3. ขาดรายละเอียด
	ผลไม้ไทย	1. ความสะอาด 2. ข้อจำกัดทางด้านภาษา 3. ไม่สามารถหาได้
สถานที่ท่องเที่ยว	ชายหาด	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความหนาแน่น 3. เดินทางลำบาก
	ตลาดน้ำ	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความหนาแน่น 3. ขาดรายละเอียด
	วัด	
สถานบันเทิง	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคา 3. ข้อจำกัดด้านภาษา
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความปลอดภัย 3. ความหนาแน่น
	โรงละครการแสดง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ขาดรายละเอียด
ช้อปปิ้ง	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1. ข้อจำกัดด้านภาษา 2. ราคา 3. สินค้าลอกเลียนแบบ
	อาหารและผลไม้	1. ไม่สามารถหาได้ 2. ราคา 3. ข้อจำกัดด้านภาษา
	เครื่องเพชรพลอย	1. สินค้าลอกเลียนแบบ 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ราคาสินค้า
ยานพาหนะ	รถแท็กซี่	1. กลัวการเอาเปรียบ 2. ราคา 3. ข้อจำกัดด้านภาษา
	รถตุ๊กๆ	1. ความปลอดภัย 2. ราคา 3. กลัวการเอาเปรียบ
	เรือ	1. ความปลอดภัย 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. ความสกปรก

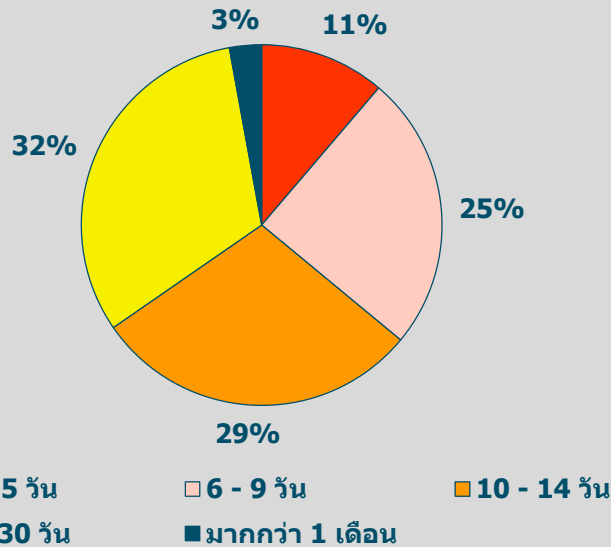


A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the image. Below it, there is a solid blue circle. The background is a dark blue color. The text 'ระยะเวลาที่เหมาะสม' is written in white Thai script on the right side of the image.

ระยะเวลาที่เหมาะสม

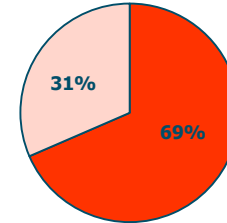
# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย จากความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

## ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย



- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกว่า 50% มีความเห็นว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยควรใช้เวลามากกว่า 9 วัน โดยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสัดส่วน 32% ให้ความเห็นว่าการใช้เวลาประมาณ 15-30 วัน
- จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกจะ ใช้เวลาในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวจากเอเชีย
  - นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรใช้เวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยนานที่สุดโดยเฉลี่ย 15.3 วันต่อทริป
  - นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียใช้เวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยที่สุดโดยใช้เวลาท่องเที่ยวในเมืองไทยเฉลี่ย 5.4 วันต่อทริป
- จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้เวลาท่องเที่ยวในเมืองไทยเฉลี่ยเท่ากับ 8.8 วัน ต่อทริป

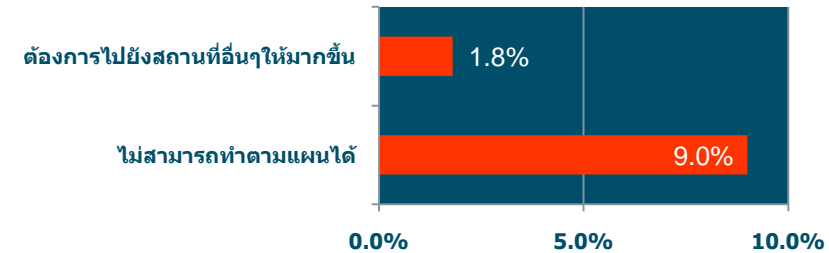
n=127



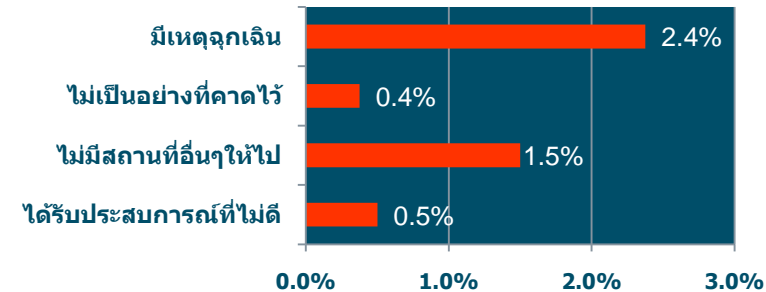
- เดินทางกลับช้ากว่ากำหนด
- เดินทางกลับเร็วกว่ากำหนด

- สัดส่วน 16% ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่สามารถท่องเที่ยวได้ตามเวลาที่วางแผนไว้
- มีนักท่องเที่ยวเดินทางกลับช้ากว่ากำหนดจำนวนสัดส่วน 69%
- นักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยสั้นกว่ากำหนดไว้มีจำนวนสัดส่วน 31% มีสาเหตุจากนักท่องเที่ยวมีเหตุฉุกเฉินรองลงมาคือไม่มีสถานที่อื่นๆให้ไปเพิ่มอีก

## เหตุผลที่อยู่นานกว่าที่วางแผนไว้



## เหตุผลที่อยู่สั้นกว่าที่วางแผนไว้



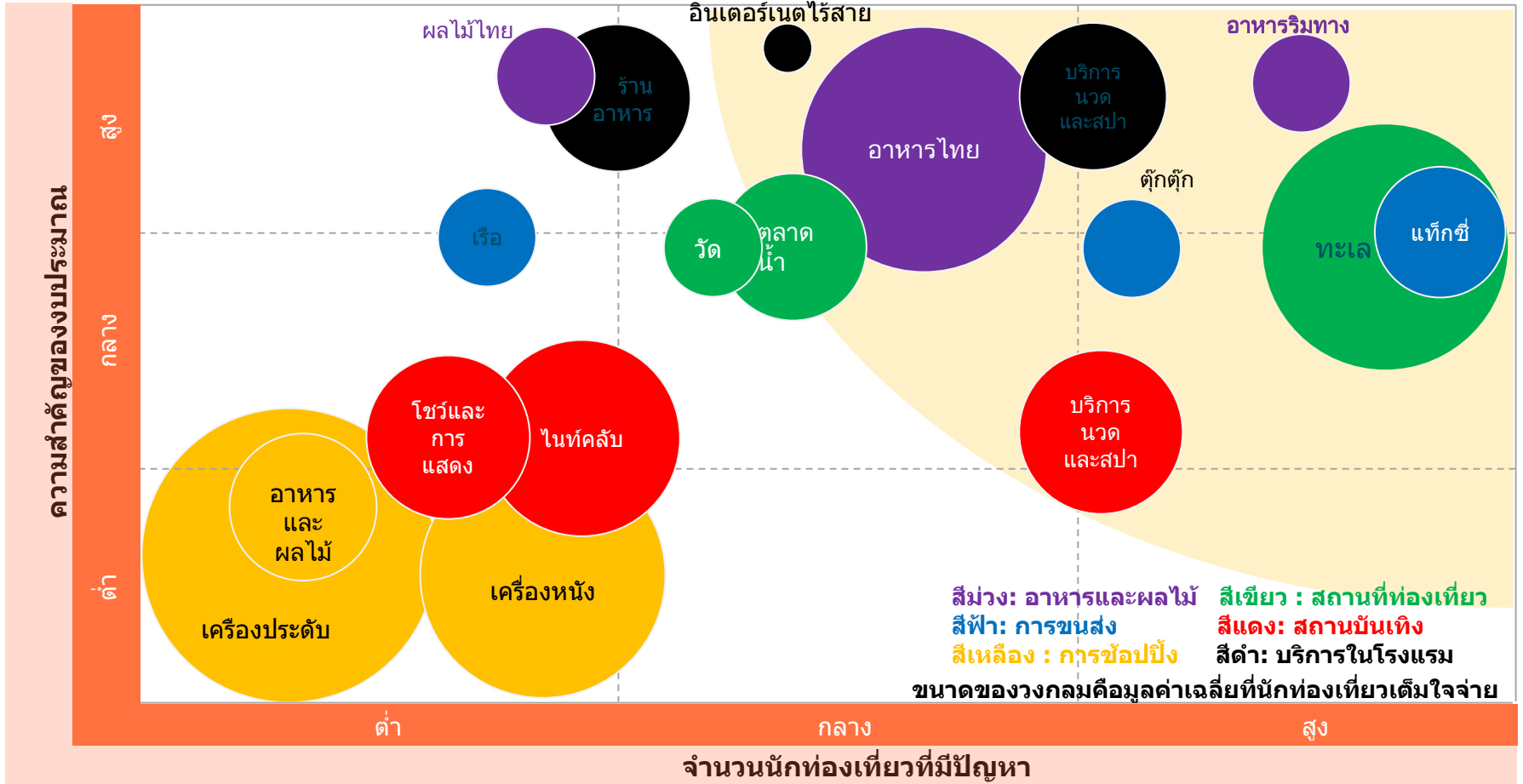


**ลำดับความสำคัญของปัญหา**

# การเปรียบเทียบระหว่างปัญหากับความสำคัญในการใช้จ่ายสำหรับ หมวดต่างๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



synovate  
Business Consulting



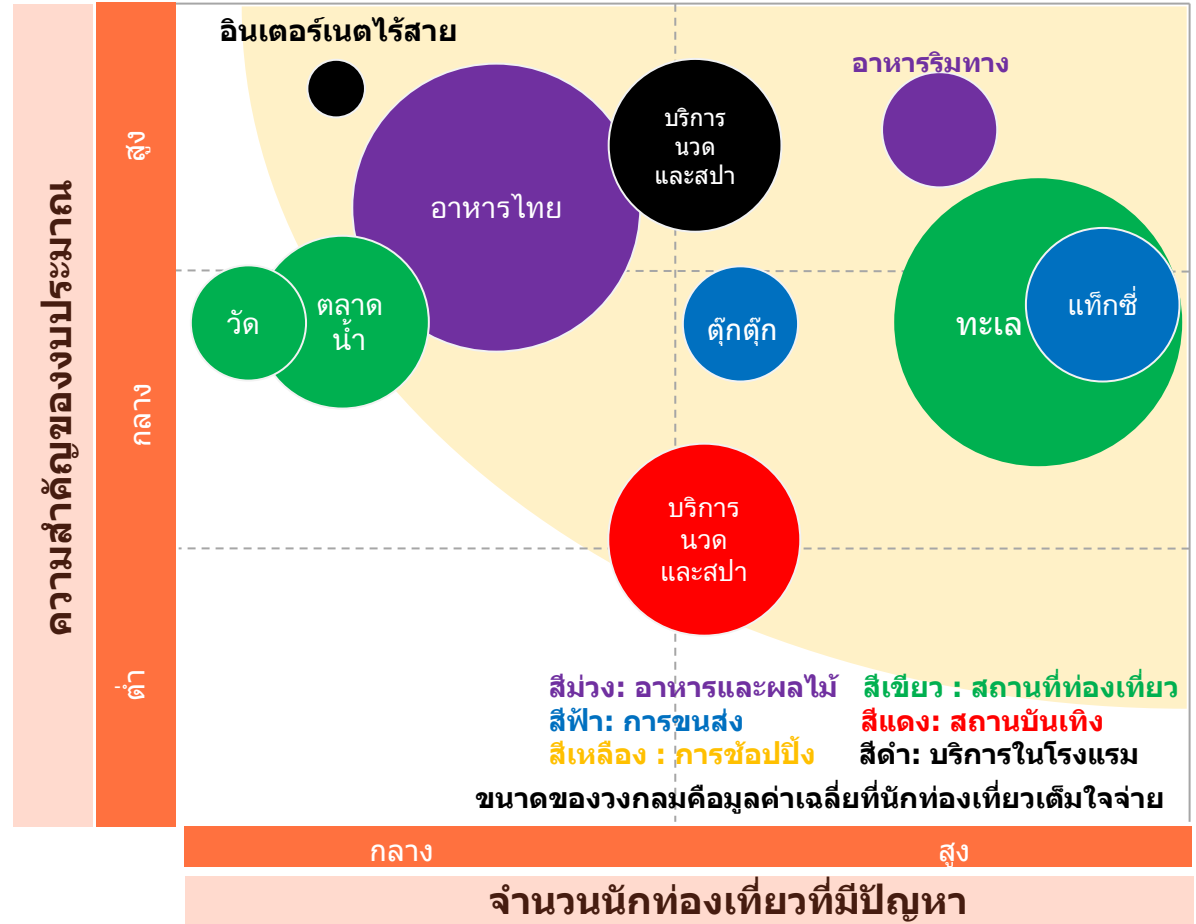
จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีปัญหากับหมวดต่างๆที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูงดังต่อไปนี้

- ที่พักและโรงแรม : บริการนวดและสปา
- อาหารและเครื่องดื่ม : อาหารไทยและอาหารริมทาง
- สถานที่ท่องเที่ยว : ทะเล, ตลาดน้ำ
- สถานบันเทิง : บริการนวดและสปา
- การเดินทาง : รถแท็กซี่, รถตุ๊กตุ๊ก

# การเปรียบเทียบระหว่างปัญหากับความสำคัญในการใช้จ่ายสำหรับ หมวดต่างๆของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

เมื่อพิจารณาจากระดับความสำคัญในการใช้จ่าย  
จำนวนนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหา และรายได้ที่  
ควรจะได้รับดังนั้นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข  
คือ

- อาหารไทย  
เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้  
จ่ายสูงแต่จากอุปสรรคต่างๆเช่น รสชาติของ  
อาหารที่เผ็ดจนเกินไปทำให้ไม่มั่นใจในส่วนผสม
- ปัญหาทะเลและชายหาด  
ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว  
ทางทะเลให้ครอบคลุมยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสให้  
นักท่องเที่ยวกระจายตัวนอกเหนือชายหาดที่  
ได้รับความนิยม
- อาหารริมทาง
- เป็นรายการที่มีชื่อเสียงของประเทศ แต่  
นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะซื้อมารับประทาน  
เนื่องจากปัญหาเรื่องความสะอาด
- แท็กซี่  
การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งนั้น  
สามารถเดินทางได้โดยแท็กซี่เท่านั้นทำให้  
สถานที่เหล่านั้นเสียโอกาสในการหารายได้
- บริการนวดสปาทั้งนอกและในบริเวณโรงแรม  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่างก็ประสบกับปัญหา  
มีข้อจำกัดทางด้านเวลาและค่าบริการ



นักท่องเที่ยวต่างชาติมีปัญหาในการใช้จ่ายกับหมวดต่างๆดังนี้

ที่พักและโรงแรม : บริการนวดและสปา  
อาหารและเครื่องดื่ม : อาหารไทยและอาหารริมทาง  
สถานที่ท่องเที่ยว : ทะเล, ตลาดน้ำ

สถานบันเทิง : บริการนวดและสปา  
การเดินทาง : รถแท็กซี่, รถตุ๊กตุ๊ก

# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว อาหารไทย ชายหาด บริการนวดและสปา แท็กซี่ และตลาดน้ำ เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแต่ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญในการใช้จ่าย (1-5)*	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย (บาท)	สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เกิดปัญหา %
อาหารไทย	4.0	3,237	38
ชายหาด	3.6	4,447	51
บริการนวดสปา	3.6	1,146	42
แท็กซี่	3.6	1,205	51
ตลาดน้ำ	3.6	1,756	34

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยและ 5 มีความสำคัญมาก

## ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

- ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- กลยุทธ์การตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องการได้รับจาก ททท.

# ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายลดลงและมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวคือ

## • ภาวะเศรษฐกิจโลก

จากภาวะปัญหาเศรษฐกิจโลกส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการใช้จ่ายที่น้อยลง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทั้งสองประเทศดังกล่าวได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำและประกอบกับค่าเงินบาทที่ปรับตัวแข็งขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐและปอนด์สเตอร์ลิง โดยค่าเงินบาทในปี 2012 แข็งค่าขึ้นประมาณ 15% เมื่อเทียบกับเงินปอนด์สเตอร์ลิงในปี 2009 ดังนั้นส่งผลให้อำนาจการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวลดลง นอกจากนี้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สะดวกและรวดเร็วทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคาและความคุ้มค่าก่อนตัดสินใจได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

## • กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป

เมื่อเปรียบเทียบกับในอดีตพบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการมาเที่ยวเมืองไทยแล้ว จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวปี 2553 พบว่าสัดส่วน 68% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นผู้ที่เคยเดินทางมายังประเทศไทยแล้ว\* ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีแนวโน้มในการใช้จ่ายน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยเป็นครั้งแรก เพราะนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในเมืองไทยจะมีการเตรียมข้อมูลในการใช้จ่ายในประเทศไทย เช่น ราคาของอาหาร สินค้า และบริการ อีกทั้งวิธีการต่อรองราคาที่เหมาะสมกับการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ

## • การพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศใกล้เคียง

ประเทศเพื่อนบ้านของประเทศไทยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวสหราชอาณาจักร และ สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มจะพำนักในประเทศไทยสั้นลง และจะไปท่องเที่ยวต่อยังประเทศใกล้เคียง เช่น ลาว พม่า และเวียดนาม ทำให้ใช้เวลาและมีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง

## • การแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมักจะแข่งขัน โดยการลดราคาของสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลดีในระยะสั้น เพราะเมื่อต้นทุนในการประกอบการสูงขึ้น ผู้ประกอบการจะไม่สามารถขึ้นราคาของสินค้าและบริการได้มากนัก เนื่องจากมีความเสี่ยงต่อการที่ผู้ประกอบการรายอื่นๆจะไม่ขึ้นราคาสินค้าและบริการ และอาจส่งผลให้สูญเสียลูกค้าได้ นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่สามารถขึ้นราคาสินค้าและบริการได้ตามต้องการ เป็นกลุ่มผู้ประกอบการรายเล็กตามท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการที่ไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนได้ และผู้ประกอบการที่เน้นกลุ่มลูกค้าที่มีความสามารถในการใช้จ่ายน้อย

\* ที่มา: กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวปี 2553



# กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รับรู้ถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการใช้จ่ายที่ลดลง แต่จากแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการยังคงให้ความสำคัญในการเพิ่มจำนวนลูกค้ามากกว่าการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การการศึกษา พบว่า มีเพียงผู้ประกอบการบางกลุ่มเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

## กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

### • สินค้าและบริการ

ผู้ประกอบการจะหาสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติซื้อสินค้าหรือใช้บริการเพิ่มขึ้น โดยลักษณะของสินค้าและบริการจะต้องตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษาและเข้าใจพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้าแต่ละกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

### • ราคา

จากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มในการใช้จ่ายลดลงและระมัดระวังตัวในการใช้จ่ายมากขึ้น อีกทั้งการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจะต้องวางกลยุทธ์ทางด้านราคาเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวให้ใช้จ่ายมากขึ้น โดยจะต้องพยายามไม่ตั้งราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ให้สูงมากนัก โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ

### • การโฆษณาประชาสัมพันธ์

จากการที่มีนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ๆ เข้ามายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศ จีน อินเดีย รัสเซีย และ อินโดนีเซีย ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นพิเศษ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่างๆ

### • การจัดโปรโมชั่น

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมใช้การลดราคาเป็นกลยุทธ์หลักในการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเชื่อว่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้ลองใช้สินค้าหรือบริการแล้วจะมีโอกาสซื้อสินค้าหรือใช้บริการอื่นๆ ในร้านเพิ่มขึ้น โดยผู้ประกอบการจะนิยมใช้กลยุทธ์การลดราคาสำหรับช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น โรงแรมจะลดราคาห้องพักและแถมบัตรส่วนลดบริการอื่นๆ ภายในโรงแรม โดยคาดหวังว่าลูกค้าจะมีการใช้จ่ายต่างๆ เพิ่มขึ้นสำหรับการใช้บริการอื่นๆ ของโรงแรม



**อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ**

## อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### • ภาพลักษณ์ของเมืองไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาและมีโครงสร้างของค่าครองชีพและต้นทุนในการประกอบการต่ำ ดังนั้นในสายตาของนักท่องเที่ยวเห็นว่าการใช้จ่ายในประเทศไทยควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนักหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูก แต่ปัจจุบันทั้งค่าครองชีพและต้นทุนในการประกอบการได้ปรับตัวสูงขึ้นตามระบบเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องขึ้นราคาสินค้าและบริการต่างๆ นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังมีผู้ประกอบการบางรายโดยเฉพาะผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง เช่น โรงแรมที่พัก และอาหารและเครื่องดื่มก็สามารถปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับต้นทุนในการประกอบกิจการได้ เนื่องจากเกรงว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะไม่ยอมรับในการปรับตัวของราคาที่สูงขึ้น

### • พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น อาจเป็นเพราะได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจและค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางชาติมีอำนาจในการใช้จ่ายลดลง จากความเห็นของผู้ประกอบการในบางอุตสาหกรรม เช่น ที่พักและโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารและผู้ประกอบการในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มมีมุมมองว่าการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นเรื่องยากเนื่องจากพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปตามสภาวะปัญหาของเศรษฐกิจ

### • กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากเป็นกลุ่มที่เคยมาเที่ยวเมืองไทยแล้วโดยนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้มักจะเตรียมตัวและหาข้อมูลในการใช้จ่ายต่างๆมากขึ้น อีกทั้งการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกรวดเร็วทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบความคุ้มค่าของสินค้าและบริการต่างๆได้อย่างสะดวกและง่ายดายดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากในการที่ผู้ประกอบการจะกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

### • การแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ประกอบกับปัญหาความไม่สงบทางการเมืองและ ปัญหาอุทกภัย ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดอำนาจในการต่อรองกับลูกค้า จึงมีผู้ประกอบการบางกลุ่มนิยมใช้กลยุทธ์การลดราคาเพื่อรักษาจำนวนลูกค้า ซึ่งเป็นการส่งผลกระทบต่อราคาของสินค้าและบริการอื่นๆที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ จำเป็นต้องยอมลดราคาของสินค้าและบริการเพื่อแข่งขันด้วย

### • ขาดแคลนบุคลากรที่มีเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวและการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ถูกต้อง

การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเข้าใจในพฤติกรรมการใช้จ่ายและความต้องการของนักท่องเที่ยวคือปัญหาหนึ่งของผู้ประกอบการ บุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารและใช้ภาษาได้อย่างดี จะสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริงและส่งผลให้กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมแต่ละประเภท

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีอุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ 1. ภาพลักษณ์ของประเทศไทย 2. พฤติกรรมการใช้จ่ายของเที่ยวที่เปลี่ยนไป 3. กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป 4. การแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรม 5. ขาดแคลนบุคลากร อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมจะมีอุปสรรคเฉพาะดังต่อไปนี้

## หมวดค่าที่พักและโรงแรม

- **ความไม่สมดุลกันระหว่างอุปสงค์กับอุปทานในอุตสาหกรรมที่พักและโรงแรม**  
เนื่องจากเปอร์เซ็นต์การเข้าพักสำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พักมีปริมาณที่ไม่สูงมากนักโดยอยู่ที่ 55.80%\* สำหรับปี 2553 ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมดังกล่าวไม่สามารถขึ้นราคาห้องพักได้ตามต้นทุนที่แท้จริง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนลูกค้าที่มาเข้าพักมากกว่าการกระตุ้นให้ลูกค้าใช้จ่ายมากขึ้น

## หมวดค่าบริการทัวร์และการนำเที่ยว

- **การขาดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว**  
จากกรณีที่ประเทศคู่แข่งมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยควรสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆหรือนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้น
- **ขาดบุคลากรที่มีศักยภาพในบางตลาด**  
บุคลากรที่มีความเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีจะเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังขาดบุคลากรที่มีความสามารถและเข้าใจนักท่องเที่ยวในบางตลาด เช่น นักท่องเที่ยวชาว รัสเซีย เกาหลีใต้ และ จีน อยู่มาจึงส่งผลให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวคนไทยไม่สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวจากตลาดกลุ่มนี้ได้มากนัก

\*ที่มา สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย ปี 2553

# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมแต่ละประเภท

## หมวดค่าอาหารและเครื่องดื่ม

- **นักท่องเที่ยวติดภาพลักษณ์ว่าอาหารไทยมีรสชาติที่เผ็ด**  
นักท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงอาหารไทยส่วนใหญ่จะคิดว่าอาหารไทยมีรสชาติที่เผ็ดร้อนประกอบกับสภาพอากาศร้อนในเมืองไทยทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารไทย
- **ความสะดวกของอาหารริมทาง**  
นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับอาหารริมทางในประเทศไทยมากขึ้น เช่น อาหารริมทางบริเวณเยาวราช แต่ก็จะเป็นการเที่ยวชมเพียงอย่างเดียวเนื่องจากยังไม่มั่นใจในความสะดวกของอาหารและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะให้ความสำคัญกับความสะดวกของอาหารที่รับประทานระหว่างการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก
- **นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมบางกลุ่มขาดข้อมูลรายละเอียดทำให้ไม่กล้าที่จะรับประทานอาหารไทย**  
นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยที่ดีพอและไม่สามารถสื่อสารกับผู้ชายได้ดีจึงไม่กล้ารับประทานอาหารที่ไม่มีสัญลักษณ์ ฮาลาล จึงทำให้ผู้ประกอบการเสียโอกาสกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก

## หมวดการขายสินค้า

- **นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในราคาและคุณภาพของสินค้า**  
นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่ซื้อสินค้าเพราะไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าและกลัวที่จะถูกหลอกทำให้นักท่องเที่ยวลังเลใจและไม่กล้าซื้อสินค้า โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และ สหราชอาณาจักรจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้นจนเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับราคาของสินค้าได้สูงขึ้น
- **การนำสินค้ากลับเข้าประเทศ (ข้อจำกัดของน้ำหนักของสายการบินและกฎหมายสำหรับสินค้าต้องห้าม)**  
นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่กล้าซื้อสินค้าบางชนิด เช่น อาหารและผลไม้บางชนิด เครื่องหนังต่างๆที่ทำจากหนังจะเข้ เครื่องประดับต่างๆเนื่องจากกังวลกับข้อจำกัดทางด้านกฎหมายในการนำเข้าสินค้าบางอย่างเข้าประเทศ นอกจากนี้สายการบินต่างๆมีแนวโน้มที่จะจำกัดน้ำหนักของสัมภาระให้น้อยลงเพราะปัญหาทางด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องเดินทางท่องเที่ยวยังประเทศอื่นต่อทำให้มีอุปสรรคในเรื่องของน้ำหนักของสัมภาระ

# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมแต่ละประเภท

## หมวดการแสดง โฆษณาและสถานบันเทิง

### • นักท่องเที่ยวมีข้อจำกัดด้านเวลา

ธุรกิจการแสดงยังคงให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์เป็นอย่างมาก เนื่องจากมีข้อดีในด้านจำนวนลูกค้าที่เข้าชมการแสดงเป็นจำนวนมากและมีการจองเวลาเข้าชมที่แน่นอน แต่นักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์จะมีเวลาจำกัด เพราะมีตารางการท่องเที่ยวที่แน่นมากทำให้การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นไปได้ยาก

### • ความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ

กลุ่มผู้ประกอบการในทอล์คโชว์ให้ความเห็นว่าข้อกำหนดเวลาเปิดปิดร้านที่จำกัดทำให้ไม่สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เต็มที่ อีกทั้งการเดินทางที่ไม่สะดวกในบางพื้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ให้ความสนใจใช้บริการได้

## หมวดการขนส่งและการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### • ต้นทุนในการประกอบการและการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรม

แนวโน้มต้นทุนในการประกอบการจะต้องสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากราคาน้ำมันซึ่งเป็นต้นทุนหลักในการประกอบการ ดังนั้นราคาตัวโดยสารจะมีแนวโน้มที่สูงขึ้นและจะทำให้การกระตุ้นการใช้จ่ายเป็นไปได้ยากขึ้นจากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ประกอบการไม่ต้องการที่จะขายบริการเสริมต่างๆบนเครื่องบินมากนัก หรือคิดราคาเพิ่มตามน้ำหนักของกระเป๋าเดินทาง เพราะมองว่าเป็นการกระทบภาพลักษณ์ และทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่พอใจ แต่มีความจำเป็นต่อผู้ประกอบการเพราะต้นทุนในการประกอบการที่สูงและไม่สามารถขึ้นราคาค่าโดยสารได้มากนัก

### • ความปลอดภัยในการขับขี่และข้อมูลเส้นทางในการเดินทาง

สภาพการจราจรที่ติดขัดและการไม่เคารพกฎจราจรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยที่จะขับขี่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากใช้บริการเช่ารถขับท่องเที่ยวเอง

### • ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่สั้นลงของนักท่องเที่ยว

ในบางพื้นที่เช่น กรุงเทพมหานคร และ เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ไม่นานนัก ซึ่งทำให้การกระตุ้นการใช้จ่ายค่อนข้างยากขึ้น

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a lighter shade of teal against a darker teal background. Below it, a solid teal circle is partially visible. On the right side, there is a block of white Thai text.

แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่  
ผู้ประกอบการต้องการได้รับจาก ททท.

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องการได้รับ จาก ททท.

## แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องการจาก ททท.

### • การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของ ททท. ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยผู้ประกอบการยกตัวอย่างความสำเร็จของโครงการต่างๆในอดีตของ ททท. อาทิ เช่น โครงการอเมซิงไทยแลนด์ ที่สามารถดึงดูดและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอย่างมากให้กับการท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่เนื่องจากปัจจุบันสถานะของเศรษฐกิจโลกและการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งที่กำลังเร่งพัฒนาประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. จัดการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

### • สร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจที่ดีต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เห็นถึงความคุ้มค่าและความน่าท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวยังคงยึดติดกับการที่เมืองไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูกทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถหลีกเลี่ยงการทำการตลาดโดยการลดราคาได้ ผู้ประกอบการอยากให้ ททท. สร้างภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อเมืองไทยว่าเป็นสถานที่ที่คุ้มค่าสำหรับการท่องเที่ยวและพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกประเทศ

### • สร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากผู้ประกอบการในการทำการตลาด

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนิยมใช้การลดราคาเป็นกลยุทธ์หลักในการทำการตลาด ททท. ควรจะมีการประชุมและขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อกำหนดแนวทางการตลาด หาราคาสินค้า บริการที่เหมาะสม และช่วงเวลาในการทำโปรโมชั่นต่างๆ โดยปัจจุบันผู้ประกอบการรายย่อยได้รับผลกระทบจากการแข่งขันทางด้านราคาเป็นอย่างมากเนื่องจากไม่มีศักยภาพเพียงพอในการปรับขึ้นราคาให้มีความเหมาะสมกับต้นทุนในการประกอบการได้

### • เปิดตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศใหม่ๆเพื่อทดแทนกลุ่มประเทศที่กำลังมีปัญหาทางเศรษฐกิจ

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศทางยุโรป อเมริกา และ ญี่ปุ่น เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูงในประเทศไทยแต่จากปัญหาทางเศรษฐกิจทำให้ความสามารถในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ลดลง ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. ทำการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่มีความสามารถในการใช้จ่ายเข้ามาทดแทนกลุ่มนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกา และ ญี่ปุ่น เช่น นักท่องเที่ยวชาวอินเดียและอินโดนีเซีย



# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมต้องการได้จาก ททท.



synovate

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องการแนวทางในการส่งเสริมการตลาด จาก ททท. ในลักษณะเดียวกัน คือ 1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง 2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี 3. สร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากผู้ประกอบการในการทำการตลาด 4. เปิดตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศใหม่ๆ เพื่อทดแทนกลุ่มประเทศที่กำลังมีปัญหาทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมจะมีความต้องการเฉพาะดังต่อไปนี้

## หมวดค่าที่พักและโรงแรม

### • **เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น**

จากการที่อัตราการเข้าพักของโรงแรมในประเทศไทยมีอัตราไม่สูงมากนัก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังมีปริมาณห้องพักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมาก แต่ควรมีการกระจายช่วงเวลาที่ยักท่องเที่ยวเข้าพักในเมืองไทยตลอดทั้งปีไม่ควรให้เกิดการกระจุกตัวอยู่เพียงช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น

### • **พัฒนาหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ**

ผู้ประกอบการบางจังหวัด เช่น เชียงใหม่และพิจิตรต้องการให้มีการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในจังหวัดดังกล่าวมากขึ้น

## หมวดการบริการทัวร์และการนำเที่ยว

### • **สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ**

ททท. ควรนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดและเพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการนำเที่ยวได้ให้ความเห็นว่าในอนาคตประเทศไทยจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้น้อยลงเพราะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่แออัดและเสื่อมโทรมอีกทั้งประกอบกับประเทศคู่แข่งที่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จริงจังมากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจึงควรมองหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมต้องการได้จาก ททท.

## หมวดค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม

- **สร้างภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวอยากลองรับประทานอาหารไทยมากขึ้น**  
เน้นสร้างภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่อาหารไทยมีประโยชน์และมีรสชาติที่อร่อยครบเครื่อง นักท่องเที่ยวส่วนมากจะคิดว่าอาหารไทยจะมีรสชาติเผ็ดเป็นหลัก จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการที่จะรับประทานอาหารไทย ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ให้เห็นว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่มีประโยชน์ มีส่วนผสมจากสมุนไพรต่างๆ อีกทั้งมีรสชาติที่ครบรสไม่ใช้รสเผ็ดเพียงอย่างเดียวจะเป็นการสร้างมูลค่าและความน่าสนใจให้อาหารไทยได้
- **สร้างความมั่นใจในเรื่องความสะอาดของอาหารในประเทศไทย**  
ควรมีการปรับปรุงความสะอาดของร้านอาหารให้อยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวสามารถมั่นใจในความสะอาด เพื่อลดความกังวลสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะรับประทานได้ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่สะอาดระหว่างการท่องเที่ยวเป็นพิเศษเพื่อหลีกเลี่ยงการเจ็บป่วยระหว่างการท่องเที่ยว
- **ให้ข้อมูลรายละเอียดของอาหารไทยกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้มากขึ้น**  
นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีปัญหาในการเลือกรับประทานอาหารในเมืองไทยเป็นจำนวนมาก เพราะนักท่องเที่ยวต้องการเลือกทานอาหารเฉพาะร้านอาหารที่มีสัญลักษณ์ฮาลาลเท่านั้น การที่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยที่สามารถรับประทานได้จะเป็นการแก้ปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายได้เช่นกัน

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องการได้รับ จาก ททท.



synovate  
Research reinvented

## หมวดค่าบริการสินค้า

### • **ทำการตลาดเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ต่างๆของเมืองไทย**

ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. ทำการโปรโมทเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสินค้าของเมืองไทยบ้าง โดยทำการโปรโมทให้เห็นถึงคุณภาพ ประโยชน์และการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต่างๆในเมืองไทย เช่น สมุนไพรและยาพื้นบ้าน เครื่องประดับ และ อาหารการกิน

### • **สร้างความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ**

นักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับการช้อปปิ้งในเมืองไทยทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและราคา ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. รับรองร้านค้าที่ได้มาตรฐานในด้านของคุณภาพสินค้า ราคา และ บริการ อย่างเช่นในอดีตที่ทาง ททท. เคยทำซึ่งผู้ประกอบการเห็นว่าได้ผลดีมาก

### • **ให้ความรู้ผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นในการทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ**

การแข่งขันในตลาดโดยการพยายามที่จะผลิตและขายสินค้าที่เหมือนกัน เป็นหนึ่งในปัญหาที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถตั้งราคาสินค้าของตนได้สูงมากนัก สินค้าบางอย่างควรจะตั้งราคาได้สูงกว่าปัจจุบันแต่ก็ไม่สามารถทำได้ เช่นสินค้าทำมือต่างๆที่นักท่องเที่ยวจะเห็นคุณค่า แต่ก็ไม่สามารถขายในราคาที่ดีได้เพราะมีผู้ผลิตสินค้าที่เหมือนกันออกมาวางขายจำนวนมาก

## หมวดค่าบริการ โชว์ และสถานบันเทิง

### • **สร้างภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงคุณภาพและความคุ้มค่าของกิจกรรมและการแสดงในเมืองไทย**

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานของการแสดงของตนเองว่ามีศักยภาพพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ ดังนั้นต้องการให้ทาง ททท. สนับสนุนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพให้เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

### • **สร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย**

ความปลอดภัยในการใช้บริการสถานบันเทิง เช่น ไนต์คลับต่างๆเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการสถานบันเทิงต้องการแก้ไขมากที่สุด การสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยจะสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในการท่องเที่ยวและจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวให้ออกมาใช้บริการกับสถานบันเทิงมากขึ้น จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวมีความกังวลจากการถูกหลอกหลวงเพราะจะมีคนแปลกหน้าเข้ามาพูดคุยและพยายามขายสินค้าต่างๆให้นักท่องเที่ยว

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องการได้รับจาก ททท.

## หมวดค่าบริการการขนส่งและการเดินทางของนักท่องเที่ยว

- สร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่ ข้อมูลของเส้นทางและวิธีการที่เหมาะสมในการเดินทาง**  
 การเดินทางที่สะดวกและปลอดภัยมีความสำคัญต่อการใช้จ่ายเป็นอย่างมาก จากการที่ระบบการขนส่งสาธารณะที่ไม่สมบูรณ์ทำให้นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการเดินทางเป็นอย่างมาก การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเช่ารถขับตัวเองจะเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายได้ ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่มีระบบการขนส่งสาธารณะที่ครอบคลุมในพื้นที่ๆสำคัญ เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่ และ ภูเก็ต ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. สร้างความมั่นใจกับนักท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัยในการขับขี่ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางในการขับขี่ เช่น ทำป้ายบอกทางให้มากขึ้นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากมีการเตรียมแผนที่มาเองอยู่แล้วแต่ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือการไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและเพียงพอ
- ระบบการควบคุมที่มีมาตรฐานเพื่อแก้ปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว**  
 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความกังวลในการเช่ารถจากผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กๆระดับท้องถิ่น พบว่าปัญหาส่วนใหญ่คือ การคิดค่าบริการเกินจริง กังวลเรื่องความรับผิดชอบเมื่อเกิดอุบัติเหตุและรถสูญหาย แม้ว่านักท่องเที่ยวจะทำการซื้อประกันต่างๆแล้ว พบว่ายังมีผู้ประกอบการบางรายยังเรียกเก็บค่าเสียหายเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

**หมายเหตุ** ผู้ประกอบการให้ความเห็นในเรื่องการเช่ารถยนต์พร้อมคนขับรถ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้บริการเช่ารถพร้อมคนขับ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เช่ารถจะเป็นกลุ่มที่ต้องการความสะดวกและความเป็นส่วนตัวมาก มีเพียงนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเท่านั้นที่มักใช้บริการนี้ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มใหญ่มากกว่า 5 คนขึ้นไป ซึ่งต้องใช้รถที่มีขนาดใหญ่และทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการขับรถเองเพราะไม่มีความคุ้นเคยในการขับรถยนต์ประเภทนี้



กลุ่มตลาดใหม่ๆที่มีศักยภาพในการ  
ใช้จ่ายจากความเห็นของผู้ประกอบการ  
ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

# กลุ่มตลาดใหม่ที่ผู้ประกอบการเห็นถึงศักยภาพการใช้จ่าย ในการท่องเที่ยว

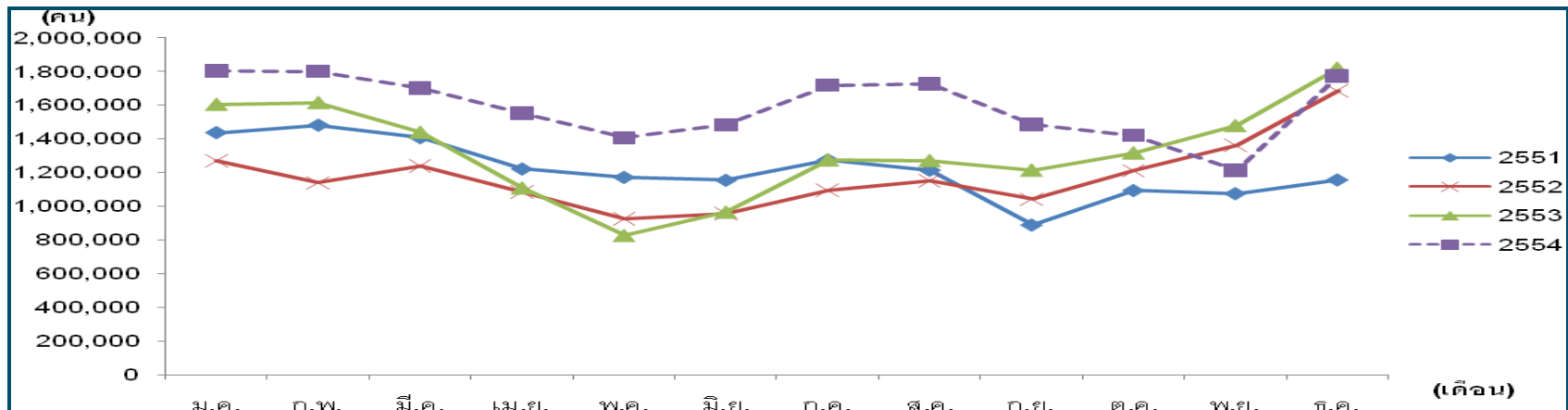
ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวสูงเนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและการขนส่งที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ๆที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเข้ามาให้มากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าประเทศที่มีแนวโน้มของศักยภาพในการใช้จ่ายที่ดีและมีความน่าสนใจในการเข้าไปทำการตลาดคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศ รัสเซีย จีน อินเดีย อินโดนีเซียและกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลาง

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศ **รัสเซีย จีน อินเดีย อินโดนีเซีย และ นักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มตะวันออกกลาง** ปัจจุบันเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เริ่มเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทยจำนวนมาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมมาเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์สำหรับการเที่ยวเมืองไทยเป็นครั้งแรกและมีแนวโน้มในการใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวเมืองไทยแล้ว แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังขาดบุคลากรที่สามารถเข้าใจถึงความต้องการและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ดี จึงอาจมีอุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายอยู่บ้าง

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเป็นกลุ่มที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสนใจมากขึ้นเป็นพิเศษเพราะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยอ่อนไหวต่อปัญหาต่างๆในเมืองไทยมากนักเช่น ปัญหาทางการเมืองและอุทกภัย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียยังสามารถเดินทางมาเที่ยวเมืองไทยในช่วงเวลาที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (เดือนพฤษภาคม - เดือนกันยายน) ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีรายได้สม่ำเสมอตลอดทั้งปี

นักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มตะวันออกกลางมีแนวโน้มในการใช้จ่ายที่ดีเพราะนิยมเดินทางมาพักผ่อนและรักษาตัวในเมืองไทย ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้เวลาพำนักอยู่ในเมืองไทยเฉลี่ยนานขึ้นทำให้มีโอกาสในการกระตุ้นการใช้จ่ายได้ดี

**จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย\***



\*หมายเหตุ ที่มา กรมการท่องเที่ยว



**ความเห็นจากผู้ประกอบการ  
ในอุตสาหกรรมที่พักและโรงแรม**



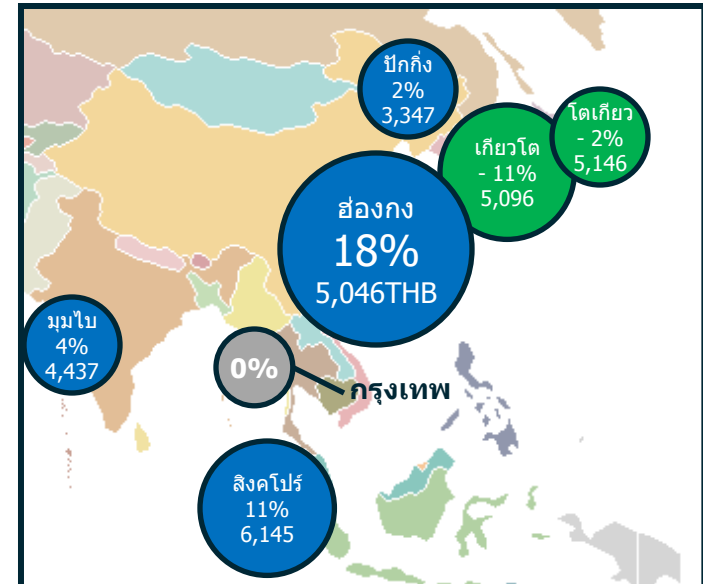
# ผู้ประกอบการที่พักและโรงแรม

แนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในมุมมองของผู้ประกอบการที่พักและโรงแรม  
จากภาวะปัญหาเศรษฐกิจโลก ผู้ประกอบการเชื่อว่าแนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่พักและโรงแรมจะมีทิศทางที่ลดลง นักท่องเที่ยวจะนิยมเลือกห้องพักที่มีราคาระดับปานกลางในช่วงราคา 1,000 – 3,000 บาทต่อคืนมากขึ้น การแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมโรงแรมประกอบกับปัญหาทางการเมืองและอุทกภัยทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขึ้นราคาห้องพักได้เท่าที่ควร นอกจากนี้พบว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาผู้ประกอบการบางกลุ่มไม่สามารถขึ้นราคาห้องพักได้และผู้ประกอบการโรงแรมส่วนใหญ่ยังเห็นว่าราคาห้องพักในเมืองไทยมีราคาต่ำโดยค่าห้องพักโรงแรมของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 6\* เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ไม่รวมถึงประเทศ ลาว เขมรและพม่า) สำหรับต้นทุนในการประกอบการธุรกิจที่พักและโรงแรมที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้ประกอบการจะขึ้นราคาห้องพักในปี 2555 นี้ประมาณ 5-8 % ในขณะที่ประเทศอื่นจะปรับตัวสูงขึ้น 10 -20%

## ราคาห้องพักเฉลี่ย ปี 2554-2553 \*\*

ประเทศ	2554	2553	Δ
สิงคโปร์	6,795	6,145	11%
ฮ่องกง	5,946	5,046	18%
โตเกียว	5,096	5,146	-2%
เกียวโต	4,547	5,096	-11%
จาการ์ตา	4,397	3,547	25%
นิวเดลี	4,197	4,247	-1%
เชียงใหม่	3,797	4,547	-17%
กัวลาลัมเปอร์	3,597	3,597	7%
ปักกิ่ง	3,497	3,347	2%
ซีโรซิมา	5,035	4,452	-16%
โอซากา	4,485	3,447	-6%
<b>กรุงเทพ</b>	<b>2,898</b>	<b>2,898</b>	<b>0%</b>

## การเปลี่ยนแปลงราคาห้องพัก ปี 2554 \*\*



\*ที่มา สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย \*\* ที่มา [www.hotelpriceindex.com](http://www.hotelpriceindex.com)



# กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ใช้กระตุ้นการใช้จ่ายของผู้ประกอบการโรงแรม



synovate

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่พักและโรงแรมพบว่า ผู้ประกอบการต้องการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในที่พักมากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เช่น การตั้งราคาของสินค้าและบริการ การจัดโปรโมชั่น และการเพิ่มสินค้าและความหลากหลายของบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากขึ้น แต่เนื่องจากการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมโรงแรมและอุปสงค์กับอุปทานที่ไม่สมดุลกัน ส่งผลให้อัตราการเข้าพักของโรงแรมเฉลี่ย (Occupancy rate) สำหรับประเทศไทยในปี 2553 เท่ากับ 55.80%\* ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการเพิ่มจำนวนแขกที่เข้าพักมากกว่าการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในที่พักให้มากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการยังคงใช้กลยุทธ์ราคาห้องพักที่คุ้มค่าเพื่อรักษาอัตราการเข้าพักให้สูง โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีอัตราการให้บริการห้องพักต่ำจะไม่กล้าปรับขึ้นราคาห้องพักและบริการต่างๆ มากนัก

## กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ใช้กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- **การเพิ่มสินค้าและบริการ** : ผู้ประกอบการพยายามเพิ่มสินค้าและบริการเสริมต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เช่น บริการนวดและสปา อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในที่พัก
- **ราคา** : ผู้ประกอบการนิยมใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ขณะที่พักในโรงแรม โดยจะไม่ตั้งราคาสินค้าและบริการต่างๆ ในโรงแรมให้สูงกว่าราคาสินค้าและบริการภายนอกมากเกินไป และจะพยายามให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความคุ้มค่าและความปลอดภัยในการใช้สินค้าและบริการต่างๆ ภายในโรงแรมแม้จะมีราคาที่สูงกว่าภายนอกโรงแรมก็ตาม
- **การโฆษณาประชาสัมพันธ์** : การให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงบริการต่างๆ ในโรงแรมเป็นวิธีที่กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มได้ดี เช่น นักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในที่พักและนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ได้มีการหาข้อมูลล่วงหน้ามาก่อน
- **การจัดโปรโมชั่น** : ผู้ประกอบการจะทำโปรโมชั่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสลองใช้สินค้าและบริการต่างๆ โดยหวังว่านักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายมากขึ้นเมื่อได้ทดลองใช้สินค้าและบริการต่างๆ แล้ว การจัดโปรโมชั่นส่วนใหญ่จะทำได้โดยการแจกคูปองส่วนลดสำหรับลูกค้าหรือการขายสินค้าและบริการรวมไปกับราคาห้องพัก จากข้อมูลที่ได้รับพบว่าการจัดโปรโมชั่นจะสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ผู้ประกอบการที่พักและโรงแรมโดยมากจะใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่กล่าวมาเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่การนำกลยุทธ์ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เกิดผลสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการต้องรู้จักพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าเป้าหมายอย่างแท้จริงด้วย เช่น นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศทางยุโรปจะนิยมพักผ่อนและใช้บริการต่างๆ ในโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการกระตุ้นการใช้จ่ายจำเป็นต้องหาสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเช่นกัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศแถบเอเชีย เช่น จีน เกาหลี และได้หวันจะไม่นิยมใช้บริการต่างๆ ในโรงแรมมากนัก ดังนั้นควรกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวด้วยวิธีโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือการจัดโปรโมชั่น เป็นต้น

\*หมายเหตุ ที่มา สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย

# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



Research reinvented

อุปสรรคที่ผู้ประกอบการที่พักและโรงแรมประสบในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ 1. พฤติกรรมการใช้จ่ายที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว 2. กลุ่มประเภทของนักท่องเที่ยว 3. การแข่งขันที่ขยายตัวอย่างมากในอุตสาหกรรมที่พักและโรงแรม 4. อุปสงค์และอุปทานที่ไม่สมดุลกันในอุตสาหกรรมที่พักและโรงแรม

## อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### • พฤติกรรมการใช้จ่ายที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นและจำนวนวันที่เข้าพักมีแนวโน้มที่ลดลง ประกอบกับในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมักนิยมจองห้องพักผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์, OTA เช่น [WWW.EXPEDIA.COM](http://WWW.EXPEDIA.COM) และ [WWW.AGODA.COM](http://WWW.AGODA.COM) เป็นต้น ซึ่งจะสามารถขยับได้แต่ห้องพักอย่างเดียวไม่สามารถขายสินค้าและบริการเสริมอื่นได้มากนัก ทำให้การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในที่พักได้ยากขึ้น

### • กลุ่มของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นกลุ่มที่เคยมาเที่ยวเมืองไทยแล้ว โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆมากขึ้นประกอบการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกรวดเร็วทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบความคุ้มค่าของสินค้าและบริการต่างๆ ภายในโรงแรมกับนอกโรงแรมได้อย่างชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการที่จะใช้บริการพิเศษอื่นๆในที่พักมากนัก ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ๆ เช่น รัสเซีย จีน และ อินเดีย มากขึ้นแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่นิยมใช้สินค้าและบริการต่างๆในโรงแรมเท่ากับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศยุโรป อเมริกาและตะวันออกกลาง

### • การแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมที่พักและโรงแรม

การแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมทำให้ผู้ประกอบการขาดอำนาจในการต่อรองกับลูกค้า ทำให้ผู้ประกอบการนิยมใช้การลดราคาห้องพักเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลกระทบจากการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมไม่สามารถขึ้นราคาห้องพักได้ตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในการประกอบธุรกิจโรงแรมและที่พัก

### • อุปสงค์และอุปทานที่ไม่สมดุลกันในอุตสาหกรรมที่พักและโรงแรม

เนื่องจากเปอร์เซ็นต์การเข้าพักสำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พักมีปริมาณที่ไม่สูงมากนักทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมดังกล่าวไม่สามารถขึ้นราคาห้องพักได้ตามต้นทุนที่แท้จริง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เข้าพักมากกว่าการกระตุ้นให้ลูกค้าใช้จ่ายมากขึ้น

# การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการโรงแรม ต้องการได้จาก ททท.

## • ต้องการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเน้นที่ความคุ้มค่า

การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่คิดว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาถูก ทำให้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมที่พักและโรงแรมคือผู้ประกอบการไม่สามารถขายสินค้าและบริการได้ในราคาที่เหมาะสม โดยห้องพักของโรงแรมในประเทศไทยมีราคาเฉลี่ยต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค ดังนั้นหากมีการสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความคุ้มค่าในการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน เช่น แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและสินค้าที่มีคุณภาพ ก็จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับราคาของที่พักรให้เหมาะสมได้ โดยผู้ประกอบการเห็นว่าราคาที่พักรในเมืองไทยต่ำกว่าความเหมาะสมอยู่ประมาณ 15-20 เปอร์เซ็นต์และปัจจุบันราคาห้องพักในประเทศไทยมีราคาเฉลี่ยปี 2554 เท่ากับ 3,447\* บาทต่อคืน

## • เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว

จากการที่อัตราการเข้าพักของโรงแรมในประเทศไทยมีอัตราไม่สูงมากนัก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังมีปริมาณห้องพักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมาก แต่ควรมีการกระจายช่วงเวลาที่ยกนักท่องเที่ยวเข้าพักในเมืองไทยตลอดทั้งปีไม่ควรให้เกิดการกระจุกตัวอยู่เพียงช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น

## • หาดลานักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพใหม่

ผู้ประกอบการที่พักและโรงแรมอยากให้ ททท. จัดหานักท่องเที่ยวจากตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวประเทศใหม่ๆที่มีศักยภาพสำหรับการมาท่องเที่ยวในเมืองไทยโดยเฉพาะฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเมืองไทยน้อย โดยผู้ประกอบการเห็นว่าตลาดอินเดียมีศักยภาพในด้านนี้เพราะสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยได้ตลอดทั้งปี

## • พัฒนาหรือสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

ผู้ประกอบการบางจังหวัด เช่น เชียงใหม่และพทขาดต้องการให้มีการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในจังหวัดดังกล่าวมากขึ้น

## • สร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการในเรื่องของการแข่งขันและวิธีการตลาด

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่พักและโรงแรมต้องการให้ทาง ททท. แนะนำและบอกกล่าวถึงตลาดที่ ททท. ต้องการมุ่งเน้นเพื่อที่ผู้ประกอบการจะได้มีการเตรียมตัวในด้านต่างๆสำหรับรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว เช่น ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่และหาพนักงานที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ดี ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวชาว จีน เกาหลีใต้และรัสเซีย เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากแต่พบว่าผู้ประกอบการไทยไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้มากนักเพราะมีข้อจำกัดทางด้านต่างๆ เช่น ไม่ได้รับความไว้วางใจจากนักท่องเที่ยวเพราะไม่สามารถพูดภาษาเดียวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ดี

# ราคาห้องพักเฉลี่ยในประเทศเอเชียในปี 2554

ประเทศไทยมีราคาเฉลี่ยสำหรับห้องพักในโรงแรมเป็นอันดับ 9 ในกลุ่มประเทศเอเชียโดยมีราคาเฉลี่ย 3,447 บาทต่อคืน ประเทศสิงคโปร์และฮ่องกงมีราคาเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 6,795 และ 5,946 บาทต่อคืนตามลำดับ มีราคาเฉลี่ยสูงกว่าประเทศไทยประมาณ 85% โดยทั้งสิงคโปร์และฮ่องกงมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปี 2553 เท่ากับ 76% และ 87% ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศไทยมีอัตราเข้าพักเฉลี่ยตลอดปี 2553 ที่ 55.80% ทำให้ไม่สามารถตั้งราคาห้องพักได้สูงเมื่อเทียบกับสิงคโปร์และฮ่องกง

จากการเปรียบเทียบกับ ประเทศที่มีค่าครองชีพใกล้เคียงกับประเทศไทย เช่น จีน และ มาเลเซีย ซึ่งมีราคาห้องพักเฉลี่ยเท่ากับ 4,846 และ 4,297 บาทต่อคืนตามลำดับ โดยจีนและมาเลเซีย มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปี 2553 เท่ากับ 50% และ 59% ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นใช้จ่ายกับห้องพักในต่างประเทศมากที่สุดโดยใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 5,796 บาทต่อคืน และจากตารางราคาห้องพักที่นักท่องเที่ยวใช้จ่าย พบว่านักท่องเที่ยวจาก 9 ประเทศมีการใช้จ่ายเฉลี่ยกับห้องพัก 5,035 บาทต่อคืน ซึ่งสูงกว่าราคาห้องพักเฉลี่ยในประเทศไทยอยู่ถึง 46 %

ประเทศ	ราคาห้องพักเฉลี่ย (บาท/คืน)
สิงคโปร์	6,795
ฮ่องกง	5,946
จีน	4,846
อินโดนีเซีย	4,696
ญี่ปุ่น	4,597
ไต้หวัน	4,497
มาเลเซีย	4,297
อินเดีย	4,147
<b>ไทย</b>	<b>3,447</b>
ฟิลิปปินส์	3,148
เวียดนาม	2,748
กัมพูชา	2,148

## ราคาห้องพักเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ระดับที่พัก	ราคาห้องพักเฉลี่ยในกรุงเทพ (บาท/คืน)
**	1,149
***	1,549
****	3,198
*****	6,395

นักท่องเที่ยวชาว	ราคาห้องพักเฉลี่ย* (บาท/คืน)	
	นอกประเทศ	ในประเทศ
ญี่ปุ่น	5,796	4,647
ออสเตรเลีย	5,396	5,296
อเมริกา	5,296	3,747
จีน	5,146	4,696
รัสเซีย	5,096	4,946
สหราชอาณาจักร	4,946	4,097
ฮ่องกง	4,746	3,947
อินเดีย	4,547	2,798
สิงคโปร์	4,347	5,896
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	5,035	4,452



**ความเห็นจากผู้ประกอบการ  
ในอุตสาหกรรมทัวร์และการนำเที่ยว**

## แนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในมุมมองของผู้ประกอบการนำเที่ยว

ผู้ประกอบการมีความเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีการใช้จ่ายลดลงโดยมาจากสองสาเหตุหลักๆ คือ

1. ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากยุโรป และอเมริกา ทำให้ต้องระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเปลี่ยนไป พบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้นและไม่ต้องการบริการนำเที่ยวของผู้ประกอบการทัวร์มากเท่าในอดีต

## กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ใช้กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- **การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ** : ผู้ประกอบการจะคิดโปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ นำเสนอเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจและซื้อบริการเพิ่มหรือเลือกโปรแกรมทัวร์ที่มีระยะเวลาที่นานขึ้น โดยในส่วนของบริการไกด์ทัวร์มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพราะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด อีกทั้งนักท่องเที่ยวจะเชื่อถือไกด์นำเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นหากไกด์นำเที่ยวสามารถเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ก็จะสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
- **ราคา** : จากการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมการนำเที่ยว ผู้ประกอบการยังคงใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยจะตั้งราคาแพคเกจทัวร์ที่ไม่สูงมากนักเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและพยายามขายสินค้าและบริการเสริมหรือชักชวนนักท่องเที่ยวช้อปปิ้งเพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย ผู้ประกอบการพบว่ากรุ๊ปทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวบางประเทศจะมีราคาถูกลงมาก เช่น ทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เพราะผู้ประกอบการต้องการเชิญชวนนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เพื่อเข้ามากระตุ้นการใช้จ่ายด้านการช้อปปิ้ง
- **การจัดโปรโมชั่น** : การจัดโปรโมชั่นจะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาใช้บริการทัวร์ได้มากขึ้น โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวจะนิยมซื้อทัวร์ที่มีระยะเวลาสั้นๆ โดยรูปแบบของโปรโมชั่นอาจอยู่ในรูปของการเพิ่มรายการท่องเที่ยวให้มากขึ้นหรือการลดราคาขายของแพคเกจทัวร์ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซื้อทัวร์ที่มีระยะเวลายาวขึ้น



# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

จากการที่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป คือ นิยมที่จะท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น ประกอบกับการขาดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการขาดบุคลากรที่มีศักยภาพในการบริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในบางตลาด ทำให้เป็นอุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยว

## อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### 1. พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป

- ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นโดยพบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวจะนิยมซื้อทัวร์ที่ไม่รวมอาหารและบริการต่างๆ เช่น ไกด์นำเที่ยวซึ่งทำให้ยากต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายต่างๆ
- พฤติกรรมการซื้อทัวร์ของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนไป โดยนักท่องเที่ยวไม่นิยมซื้อทัวร์ล่วงหน้าก่อนการเดินทาง ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากจะเลือกซื้อทัวร์เมื่อเดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้วและจะซื้อทัวร์แบบระยะสั้นเพียง 1-2 วัน ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถประเมินความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือเตรียมการเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้มากนัก

### 2. นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น

การเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ที่สะดวกมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะท่องเที่ยวในเมืองไทยด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น ในปี 2553 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองถึง 78% เพิ่มขึ้น 22% จากปี 2543 นอกจากนี้พบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นกลุ่มที่เคยมาเที่ยวเมืองไทยแล้วจะสามารถท่องเที่ยวในเมืองไทยได้ด้วยตนเอง

### 3. การขาดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากการที่ประเทศคู่แข่งมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยควรสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ หรือนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้น

### 4. ขาดบุคลากรที่มีศักยภาพในบางตลาด

บุคลากรที่มีความเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีจะเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันพบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังขาดบุคลากรที่มีความสามารถและเข้าใจนักท่องเที่ยวในบางตลาด เช่น นักท่องเที่ยวชาว รัสเซีย เกาหลีใต้ และ จีน อยู่จำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวคนไทยไม่สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากตลาดกลุ่มนี้ได้มากนัก

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการนำเที่ยว ต้องการได้รับจาก ททท.

ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. ส่งเสริมการตลาดโดยการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศไทยและสื่อสารให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นความคุ้มค่าสำหรับการท่องเที่ยวในเมืองไทย

## แนวทางการส่งเสริมการตลาด

### • สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ททท. ควรนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดและเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการนำเที่ยวได้ให้ความเห็นว่า ในอนาคตประเทศไทยจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้น้อยลงเพราะแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่แออัดและเสื่อมโทรมอีกทั้งประกอบกับประเทศคู่แข่งที่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังมากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจึงควรมองหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

### • นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจากตลาดใหม่ๆ

จากการที่นักท่องเที่ยวในตลาดหลักของเมืองไทย คือ ยุโรปและอเมริกา ได้รับผลกระทบจากสภาวะปัญหาทางเศรษฐกิจ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สูญเสียความสามารถในการใช้จ่ายมากพอสมควร ททท. จึงควรมองหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพเพื่อมาชดเชยกลุ่มตลาดที่กำลังจะลดน้อยลง

### • มีการตลาดที่ต่อเนื่องและชัดเจน

ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. ทำการตลาดที่ต่อเนื่องโดยมองว่าที่ผ่านมา การทำการตลาดของ ททท. มีประสิทธิภาพมากแต่ยังขาดความต่อเนื่อง และต้องการให้แนวทางการตลาดของ ททท. มีความชัดเจนมากขึ้น คือต้องการให้ ททท. ทำการตลาดอย่างจริงจังกับประเทศกลุ่มเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในปริมาณที่มากขึ้นและเมื่อผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสก็จะกล้าลงทุนในการจัดหาและพัฒนาบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยวที่สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### • สื่อสารให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความคุ้มค่าในการท่องเที่ยวในเมืองไทย

ผู้ประกอบการหวังมองว่าราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ในประเทศไทยนั้นยังมีราคาต่ำ เช่น ราคาห้องพักและค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเห็นเมืองไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาถูกจึงควรมีการทำการตลาดที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงคุณค่าสำหรับการมาท่องเที่ยวประเทศไทย





ความเห็นจากผู้ประกอบการ  
ในอุตสาหกรรมอาหารและ  
เครื่องดื่ม

# อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม



synovate

## แนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในมุมมองของผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้ประกอบการมองว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มลดลง แต่จะไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มมากนัก เพราะนักท่องเที่ยวยังคงต้องรับประทานอาหาร ในจำนวนมือที่เท่าเดิม โดยผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่เห็นชัดเจน คือนักท่องเที่ยวจะมีการเลือกรับประทานอาหารที่มีราคาคุ้มค่ามากขึ้นและมีการรับประทานอาหารมือที่มีราคาถูกต่อหนึ่งทริปมากกว่าในอดีต

### กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ใช้กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- **สินค้าและบริการ** : ผู้ประกอบการจะพยายามปรับปรุงรายการอาหารและบริการให้มีความน่าสนใจมากขึ้นและต้องการให้นักท่องเที่ยวใช้บริการในร้านให้นานขึ้น โดยพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารไทยบางรายจะมีรายการอาหารต่างชาติไว้คอยให้บริการด้วยเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมรับประทานอาหารที่ตนเองคุ้นเคยระหว่างการท่องเที่ยว
- **ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น** : ผู้ประกอบการพบว่าการได้พูดคุยและแนะนำรายการอาหารต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวจะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสั่งอาหารเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะกังวลในการรับประทานอาหารที่ตนไม่รู้จัก ดังนั้นการที่พนักงานได้เข้าไปพูดคุยและแนะนำอาหารต่าง ๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวลดความกังวลได้
- **ราคาและปริมาณอาหารและเครื่องดื่ม** : ผู้ประกอบการจะพยายามตั้งราคาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยจะตั้งราคาอาหารและเครื่องดื่มบางชนิดไม่สูงมากและปรับลดปริมาณอาหารและเครื่องดื่มให้น้อยลงเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสั่งอาหารและเครื่องดื่มจำนวนมากขึ้น
- **การจัดโปรโมชั่น** : กลยุทธ์ในการลดราคาใช้ได้ดีและสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายให้สูงขึ้นได้ เช่นการจัดอาหารขายเป็นชุดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทานอาหารหลายชนิดในราคาที่ถูกลงและสำหรับกลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่าเมื่อทำการโปรโมชั่นจะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซื้อมากขึ้น โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะนิยมการสั่งอาหารเป็นชุดมากกว่าชาติอื่นๆ

# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการเตรียมข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับอาหารที่จะรับประทานในเมืองไทยมากขึ้น โดยข้อมูลที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจเป็นพิเศษคือ สถานที่และราคาอาหารที่เหมาะสม นอกจากนี้การที่นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการรับประทานอาหารมากทำให้การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวค่อนข้างยาก

## อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- **นักท่องเที่ยวมีการเตรียมตัวมากขึ้น**  
พบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีการเตรียมข้อมูลในเรื่องการรับประทานอาหารมากขึ้นโดยนักท่องเที่ยวจะรู้ถึงราคาที่ต้องจ่ายสำหรับอาหารในแต่ละสถานที่
- **นักท่องเที่ยวมีการติดภาพลักษณ์ว่าอาหารไทยมีรสชาติที่เผ็ด**  
นักท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงอาหารไทยส่วนใหญ่จะคิดว่าอาหารไทยมีรสชาติที่เผ็ดร้อนประกอบกับสภาพอากาศร้อนในเมืองไทยทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารไทย
- **ความสะดวกสบายของอาหารริมทาง**  
นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับอาหารริมทางในประเทศไทยมากขึ้น เช่น อาหารริมทางบริเวณเยาวราชแต่ก็จะเป็นเพียงการเที่ยวชมเพียงอย่างเดียวเนื่องจากยังไม่มั่นใจในความสะดวกสบายของอาหาร
- **นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมบางกลุ่มไม่กล้าที่จะรับประทานอาหารไทย**  
นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยที่ดีพอและไม่สามารถสื่อสารกับผู้ขายได้ดีจึงไม่กล้ารับประทานอาหารที่ไม่มีสัญลักษณ์ฮาลาล จึงทำให้ผู้ประกอบการเสียโอกาสกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก
- **อุปสรรคด้านภาษาและการสื่อสาร**  
ภาษาและการสื่อสารเป็นอุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ดี เช่นนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางที่จะไม่กล้ารับประทานอาหารที่ตนไม่รู้จักหากไม่มีสัญลักษณ์ฮาลาล ประกอบกับการที่ผู้ขายไม่สามารถสื่อสารให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจที่จะรับประทานได้จึงเป็นอุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มต้องการได้จาก ททท.



ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้จักอาหารไทยให้มากขึ้นและสร้างภาพลักษณ์ให้อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติครบเครื่อง มีประโยชน์และสะอาด เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักอาหารไทยดีพอและจะหลีกเลี่ยงอาหารไทยเพราะคิดว่ามีรสชาติที่เผ็ด

## แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ต้องการจาก ททท.

### • สนับสนุนร้านอาหารที่มีศักยภาพให้มากขึ้น

ผู้ประกอบการต้องการให้มีการสนับสนุนร้านอาหารที่มีศักยภาพทั้งในด้านรสชาติ คุณภาพ ราคาและชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวและจะเป็นการสร้างมาตรฐานเพื่อเป็นตัวอย่างให้ร้านอื่นเห็นแนวทางในการปรับปรุงร้านตนเองด้วย นอกจากนี้ไม่ควรจะสนับสนุนเพียงแค่อาหารไทยเท่านั้นเพราะนักท่องเที่ยวมักจะนิยมเลือกรับประทานอาหารที่ตนเองคุ้นเคยในระหว่างการท่องเที่ยว

### • สร้างภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวอยากลองรับประทานอาหารไทยมากขึ้น

เน้นสร้างภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่อาหารไทยมีประโยชน์และมีรสชาติที่อร่อยครบเครื่อง นักท่องเที่ยวส่วนมากจะคิดว่าอาหารไทยจะมีรสชาติเผ็ดเป็นหลักจึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการที่จะรับประทานอาหารไทย ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ให้เห็นว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่มีประโยชน์มีส่วนผสมจากสมุนไพรต่างๆ และมีรสชาติที่ครบรสไม่ใช้รสเผ็ดเพียงอย่างเดียวจะเป็นการสร้างมูลค่าและความน่าสนใจให้อาหารไทยได้

### • สร้างความมั่นใจในเรื่องความสะอาดของอาหารในประเทศไทย

ควรมีการปรับปรุงความสะอาดของร้านอาหารให้อยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวสามารถมั่นใจในความสะอาดเพื่อลดความกังวลสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะรับประทานอาหารได้ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่สะอาดระหว่างการท่องเที่ยวเป็นพิเศษเพื่อหลีกเลี่ยงการเจ็บป่วยระหว่างการท่องเที่ยว

### • ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยกับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้มากขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีปัญหาในการเลือกรับประทานอาหารในเมืองไทยเป็นจำนวนมากเพราะนักท่องเที่ยวต้องการเลือกทานอาหารเฉพาะร้านอาหารที่มีสัญลักษณ์ฮาลาลเท่านั้น การที่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยที่สามารถรับประทานได้จะเป็นการแก้ปัญหาให้นักท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายได้เช่นกัน

### • มีการประชาสัมพันธ์อาหารและขนมไทยให้มากขึ้น

นักท่องเที่ยวจะรู้จักอาหารไทยและขนมไทยน้อยมาก หากมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักอาหารและขนมไทยมากขึ้นจะเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการลองรับประทานอาหารไทยมากยิ่งขึ้น

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. Below it, there is a solid teal circle. The background is a uniform teal color. The text is centered on the right side of the page.

ความเห็นจากผู้ประกอบการ  
ในอุตสาหกรรมร้านค้า

# อุตสาหกรรมผู้ผลิตสินค้าและร้านค้า

แนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในมุมมองของผู้ประกอบการร้านค้ากับนักท่องเที่ยว  
ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับเรื่องการช้อปปิ้งในเมืองไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาของสินค้าที่มีราคาไม่สูงมากและมีความหลากหลาย ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ซื้อสินค้า นอกจากนี้เมืองไทยมีห้างสรรพสินค้าและตลาดที่มีชื่อเสียง อาทิเช่น ตลาดนัดจตุจักรและตลาดน้ำในจังหวัดต่างๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวยังคงให้ความสำคัญในการเข้าชมและซื้อสินค้าอยู่เป็นจำนวนมาก

## กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่ใช้กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

### • สินค้าและบริการ

ผู้ประกอบการจะพยายามปรับรูปแบบสินค้าและบริการให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เช่น สินค้าที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนักเพื่อความสะดวกในการนำสินค้ากลับหรือมีบริการจัดส่งสินค้าไปยังต่างประเทศให้กับนักท่องเที่ยว ในส่วนของการบริการ พนักงานขายสินค้ามีส่วนสำคัญในการกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า

### • ราคา

ผู้ประกอบการตั้งราคาเพื่อให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยจะไม่ตั้งราคาสินค้าให้สูงมากนักเพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความคุ้มค่าและเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าจำนวนมากขึ้นขึ้น นอกจากนี้พบว่าผู้ประกอบการในกลุ่มที่มีตราสินค้าได้รับความนิยมสูงจะตั้งราคาสินค้าให้สูงกว่าคู่แข่งและไม่ยอมลดราคาสินค้าเพื่อกระตุ้นการซื้อแต่จะทำการลดราคาเพียงช่วงเวลาสั้นๆและกับสินค้าบางชนิดเท่านั้น เพื่อเป็นการรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้า

### • การจัดโปรโมชั่น

ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า การจัดโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การลดราคาสินค้าเมื่อนักท่องเที่ยวชำระเงินโดยบัตรเครดิตและการได้รับประโยชน์ในการคืนภาษีกับสินค้าบางอย่างจะสามารถช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี

# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่เคยเดินทางมาเมืองไทยแล้วจะรู้ราคาที่เหมาะสมของสินค้าต่างๆและรู้ว่าควรซื้อสินค้าที่ใด ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกก็จะรู้ว่าสามารถต่อรองราคาสินค้าต่างๆได้ ทำให้การขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมการซื้อที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อสินค้าต่างๆในห้างสรรพสินค้ามากขึ้น

## อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### • นักท่องเที่ยวมีการเตรียมตัวมากขึ้น

พบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีการเตรียมข้อมูลในเรื่องของสินค้าที่ต้องการซื้อและราคาที่ต้องจ่ายมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวทำการค้นข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับสินค้าและราคาได้สะดวกมากกว่าในอดีต

### • นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในราคาและคุณภาพของสินค้า

นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไม่ซื้อสินค้าเพราะไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าและกลัวที่จะถูกหลอกทำให้นักท่องเที่ยวลังเลใจและไม่กล้าซื้อสินค้า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นอย่างมากดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้นจนเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและจะทำให้ผู้ประกอบการปรับราคาของสินค้าได้สูงขึ้น

### • การนำสินค้ากลับเข้าประเทศ (ข้อจำกัดของน้ำหนักของสายการบินและกฎหมายสำหรับสินค้าต้องห้าม)

นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่กล้าซื้อสินค้าบางชนิด เช่น อาหารและผลไม้บางอย่าง เครื่องหนังต่างๆที่ทำจากหนังจระเข้ เครื่องประดับต่างๆ เนื่องจากกังวลเกี่ยวกับข้อจำกัดทางด้านกฎหมายในการนำเข้าสินค้าบางอย่างเข้าประเทศ นอกจากนี้สายการบินต่างๆมีแนวโน้มที่จะจำกัดน้ำหนักของสัมภาระให้น้อยลงเพราะปัญหาทางด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องเดินทางท่องเที่ยวต่อไปยังประเทศอื่นทำให้มีอุปสรรคในเรื่องของน้ำหนักสัมภาระ

### • อุปสรรคด้านภาษาและการสื่อสาร

ภาษาและการสื่อสารยังเป็นอุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ดี เช่นนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง จีน ญี่ปุ่นและอินโดนีเซีย ประกอบกับการที่ผู้ชายไม่สามารถสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ชัดเจนจึงเป็นอุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายสำหรับนักท่องเที่ยว

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการร้านค้า ต้องการได้จาก ททท.

ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นและทำการโปรโมทผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่างๆ ของเมืองไทย อีกทั้งหาแนวทางในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าของประเทศไทยเพื่อที่ผู้ประกอบการจะสามารถตั้งราคา สินค้าให้สูงขึ้นกว่าปัจจุบันได้

## แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องการจาก ททท.

- **เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง**  
ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าจำนวนของนักท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อธุรกิจการขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างมากจึงอยากให้ ททท. พยายามเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- **ทำการตลาดเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ต่างๆของเมืองไทย**  
ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. ทำการโปรโมทเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสินค้าของเมืองไทยบ้าง โดยทำการโปรโมทให้เห็นถึงคุณภาพ ประโยชน์และการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต่างๆในเมืองไทย เช่น สมุนไพรและยาพื้นบ้าน เครื่องประดับ และ อาหารการกิน เป็นต้น
- **สร้างความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ**  
นักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับการช้อปปิ้งในเมืองไทยทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและราคา ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. รับรองร้านค้าที่ได้มาตรฐานในด้านของคุณภาพสินค้า ราคา และ บริการ อย่างเช่นในอดีตที่ทาง ททท. เคยทำ ผู้ประกอบการเห็นว่าได้ผลดีมาก
- **ให้ความรู้ผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นในการทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ**  
การแข่งขันในตลาดโดยการพยายามที่จะผลิตและขายสินค้าที่เหมือนกัน เป็นหนึ่งในปัญหาที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถตั้งราคา สินค้าของตนได้สูงมากนัก สินค้าบางอย่างควรจะตั้งราคาได้ดีกว่าปัจจุบันแต่ไม่สามารถทำได้ เช่น สินค้าทำมือต่างๆที่นักท่องเที่ยว จะเห็นคุณค่า แต่จะไม่สามารถขายในราคาที่ดีได้เพราะมีผู้ผลิตสินค้าที่เหมือนกันออกมาวางขายอยู่จำนวนมาก



A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a lighter shade of teal against a darker teal background. Below it, a solid teal circle is partially visible. On the right side, there is a block of white Thai text.

ความเห็นจากผู้ประกอบการ  
ในอุตสาหกรรม โชว์ การแสดง  
และ สถานบันเทิง

# อุตสาหกรรมในหมวด การแสดง และ สถานบันเทิง



synovate  
Research reinvented

## แนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในมุมมองของผู้ประกอบการสถานบันเทิง

ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีแนวโน้มที่จะลดลงเนื่องจากผลกระทบของปัญหาเศรษฐกิจโลกและการแข็งค่าของเงินบาทแต่จะไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายกับสถานบันเทิงมากนักเนื่องจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศใหม่ๆ อาทิ จีน อินเดีย และ รัสเซีย เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจะมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย อีกทั้งยังนิยมท่องเที่ยวในแบบกลุ่มทัวร์ทำให้ผู้ประกอบการทำการกระตุ้นค่าใช้จ่ายได้ยากขึ้นเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา

### กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดที่ใช้กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

#### • สินค้าและบริการ

- ผู้ประกอบการพยายามเพิ่มสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในสถานบันเทิงของตนให้นานขึ้น เช่น
- ผู้ประกอบการโชว์และการแสดงจะเพิ่มการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มขณะชมการแสดงเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากขึ้น
  - ผู้ประกอบการธุรกิจไนท์คลับจะเพิ่มการแสดงต่างๆ เช่น การแสดงดนตรีสด เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการในร้านนานขึ้น
- ในด้านการบริการ ผู้ประกอบการจะเพิ่มการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าของตนเองมากขึ้น เช่น มีเมนูภาษาต่างประเทศให้ลูกค้าบางกลุ่ม เช่น จีน ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายอีกทางหนึ่งเช่นกัน

#### • การตั้งราคา

ผู้ประกอบการจะไม่ตั้งราคาสินค้าบางอย่างให้สูงมากจนเกินไป ตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มประเภทเบียร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบราคาของเครื่องดื่มเป็นหลัก โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าสินค้าและบริการในร้านมีราคาแพงถ้าหากผู้ประกอบการมีการตั้งราคาสินค้าประเภทเบียร์แพงมากเกินไป

#### • การจัดโปรโมชั่น

- กลยุทธ์ในการลดราคาหรือการขายเป็นแพคเกจจะได้รับการตอบรับที่ดีและสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นได้ เช่น
- ผู้ประกอบการโชว์ให้ความเห็นว่าการขายบัตรเข้าชมการแสดงพร้อมเครื่องดื่มจะเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายได้ดีเนื่องจากนักท่องเที่ยวรู้สึกว่ามีคุณค่าส่งผลให้ผู้ประกอบการขายสินค้าได้มากขึ้น
  - ผู้ประกอบการไนท์คลับส่วนใหญ่จะทำการลดราคาอาหารและเครื่องดื่มหรือจัดแพคเกจเพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าในการใช้จ่าย อีกทั้งเครื่องดื่มบางประเภทมีการจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายจากบริษัทโดยตรงเช่นกัน

# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นและมีแนวโน้มท่องเที่ยวในบางจังหวัดในระยะเวลาสั้นลง อีกทั้งข้อจำกัดเรื่องเวลาเปิดและปิดของสถานบันเทิงเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

- **นักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น**  
พบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีการเตรียมข้อมูลมากขึ้นโดยนักท่องเที่ยวจะทำการเปรียบเทียบราคาของแต่ละสถานบันเทิงมาก่อน ดังนั้นส่งผลให้แนวทางการทำการตลาดของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงแข่งขันกันที่ราคา
- **นักท่องเที่ยวมีเวลาที่จำกัด**  
ธุรกิจการแสดงยังคงให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์เป็นอย่างมากเนื่องจากมีข้อดีในด้านจำนวนลูกค้าที่เข้าชมการแสดงจำนวนมากและมีการจองเวลาเข้าชมที่แน่นอนแต่นักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์จะมีเวลาจำกัดเพราะมีตารางการท่องเที่ยวที่แน่นมากทำให้การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นไปได้ยาก
- **อุปสรรคด้านภาษาและการสื่อสาร**  
ภาษาและการสื่อสารยังเป็นอุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ดี ตัวอย่างเช่นนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มตะวันออกกลาง จีน และ ญี่ปุ่น ซึ่งจัดเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว
- **ความสะดวกของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ**  
กลุ่มผู้ประกอบการในทอล์คกลับให้ความเห็นว่าข้อกำหนดเวลาเปิดปิดร้านที่จำกัดในด้านเวลาทำให้ไม่สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เต็มที่ อีกทั้งการเดินทางที่ไม่สะดวกในบางพื้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ให้ความสนใจเพื่อไปใช้บริการ

# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการสถาน บันเทิง ต้องการ<sup>1</sup>ได้จาก ททท.

ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายให้เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยพยายามสร้างภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณภาพและความคุ้มค่าของการแสดงต่างๆในเมืองไทยให้มากขึ้น

## แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องได้รับการจาก ททท.

- **เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายให้มากขึ้น**  
ธุรกิจโชว์ การแสดง และ สถานบันเทิง มีต้นทุนในการดำเนินงานที่สูง ผู้ประกอบการยังคงต้องการนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพื่อให้เพียงพอกับต้นทุนในการแสดง ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายให้เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทยอย่างต่อเนื่อง
- **สร้างภาพลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงคุณภาพและความคุ้มค่าของกิจกรรมและการแสดงในเมืองไทย**  
ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานของการแสดงว่าตนเองมีศักยภาพพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ ดังนั้นต้องการให้ทาง ททท. สนับสนุนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพให้เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น
- **สร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย**  
ความปลอดภัยในการใช้บริการสถานบันเทิง เช่น ในคลับต่างๆเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการสถานบันเทิงต้องการแก้ไขมากที่สุด การสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยจะสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในการท่องเที่ยวและจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวให้ออกมาใช้บริการกับสถานบันเทิงมากขึ้น จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวมีความกังวลจากการถูกหลอกหลวงเพราะจะมีคนแปลงหน้าเข้ามาพูดคุยและพยายามขายสินค้าต่างๆให้นักท่องเที่ยว



**ความเห็นจากผู้ประกอบการ  
ในอุตสาหกรรมขนส่งและการ  
เดินทางของนักท่องเที่ยว**

# อุตสาหกรรมขนส่งและการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว



synovate

ผู้ประกอบการคาดว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะใช้จ่ายกับการเดินทางมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในเมืองไทยมีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวด้วยตนเองจึง ต้องการความสะดวกและความเป็นส่วนตัวในการเดินทางมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ที่จะใช้บริการขนส่งของผู้ประกอบการเป็นหลักในการท่องเที่ยว ดังนั้นนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายกับการเดินทางระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

## กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### ผู้ประกอบการสายการบิน

#### • เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

นักท่องเที่ยวเลือกใช้การเดินทางโดยเครื่องบินเพราะต้องการความสะดวกในด้านเวลา และสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้มากขึ้น การที่เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆในประเทศ จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายต่างๆมากขึ้น

#### • การจำหน่ายบริการเสริมต่างๆบนเครื่องบิน

การมีอาหารและเครื่องดื่มไว้คอยบริการบนเครื่องบินจะสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มได้ดี แต่จะมีอุปสรรคด้านเวลาเพราะนักท่องเที่ยวใช้เวลาบนเครื่องบินสั้นเนื่องจากการเดินทางภายในประเทศ

#### • การขายเป็นแพคเกจพร้อมที่พักและบริการต่างๆกับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่วางแผนการเดินทางตลอดทั้งทริป โดยจะมาตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มเมื่อมาถึงเมืองไทยแล้ว ดังนั้นการนำเสนอที่พักและบริการอื่นๆก็จะเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายกับนักท่องเที่ยวได้

#### • โฆษณาประชาสัมพันธ์

ผู้ประกอบการต้องทำการประชาสัมพันธ์ถึงเส้นทางการบินและบริการต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อให้เกิดการรับรู้และมาใช้บริการให้มากขึ้นเพราะธุรกิจการบินต้องให้ความสำคัญกับจำนวนผู้โดยสารในแต่ละเที่ยวบินเพื่อให้คุ้มค่าต่อการบินในหนึ่งเที่ยวบิน

### ผู้ประกอบการรถเช่า

#### • สินค้าและบริการ

ผู้ประกอบการจะพยายามใช้รถยนต์รุ่นใหม่และมีรถยนต์หลายแบบให้เลือกตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและจะพยายามกระตุ้นการใช้จ่ายโดยการทำให้นักท่องเที่ยวอัปเดตไปใช้รถที่ใหม่ มีความปลอดภัยสูงและทันสมัยกว่า โดยจะเน้นให้เห็นถึงความคุ้มค่าจากการจ่ายเงินเพิ่มขึ้น

#### • ประกันอุบัติเหตุ

นักท่องเที่ยวจะมีความกังวลกับอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นและค่าเสียหายที่นักท่องเที่ยวต้องรับผิดชอบ ผู้ประกอบการจะแสดงให้เห็นความสำคัญของการซื้อประกันในรูปแบบต่างเพื่อลดความกังวลในการเช่ารถเพื่อการท่องเที่ยว

#### • โปรโมชั่น

ผู้ประกอบการจะทำโปรโมชั่นร่วมกับผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการทัวร์ โรงแรม และ สายการบิน เพื่อขายสินค้าเป็นแพคเกจโดยจะพยายามให้นักท่องเที่ยวเช่ารถยนต์ตลอดการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองไทย

# อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอุตสาหกรรมขนส่งและการเดินทาง

ต้นทุนในการประกอบการและการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขึ้นราคาค่าบริการได้มากนัก และนักท่องเที่ยวมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยในการขับขี่ในประเทศไทย

## อุปสรรคในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

### • ต้นทุนในการประกอบการและการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรม

แนวโน้มต้นทุนในการประกอบการจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากราคาน้ำมันซึ่งเป็นต้นทุนหลักในการประกอบการ ดังนั้นราคาตัวโดยสารจะมีแนวโน้มที่สูงขึ้นและจะทำให้การกระตุ้นการใช้จ่ายเป็นไปได้ยากขึ้น จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการไม่ต้องการที่จะขายบริการเสริมต่างๆบนเครื่องบินมากนักหรือคิดราคาเพิ่มตามน้ำหนักของกระเป๋าเดินทาง เพราะเห็นว่าเป็นการกระทบภาพลักษณ์ และทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่พอใจ แต่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการเพราะต้นทุนในการประกอบการที่สูงขึ้นและไม่สามารถปรับราคาตัวโดยสารได้มากนัก

### • ความปลอดภัยในการขับขี่และข้อมูลเส้นทางในการเดินทาง

สภาพการจราจรที่ติดขัดและการไม่เคารพกฎจราจรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยที่จะขับขี่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการใช้บริการเช่ารถขับท่องเที่ยวเอง

### • ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่สั้นลงของนักท่องเที่ยว

ในบางพื้นที่เช่น กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ไม่นานนัก ซึ่งทำให้การกระตุ้นการใช้จ่ายค่อนข้างยากขึ้น

### • ความกังวลต่อความรับผิดชอบในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

นักท่องเที่ยวจะมีความกังวลกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น แม้ผู้ประกอบการจะพยายามแก้ไขปัญหาดูแลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติซื้อประกันต่างๆแล้วก็ตาม แต่พบว่านักท่องเที่ยวยังคงมีความกังวลในเรื่องนี้อยู่มาก เช่น กรณีรถหายหรือเกิดอุบัติเหตุต่างๆ



# แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการขนส่งและ การเดินทางต้องการได้รับจาก ททท.

ผู้ประกอบการอยากให้ ททท. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจุดหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว อีกทั้งสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่และข้อมูลของเส้นทางต่างๆในประเทศไทยซึ่งจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้

## แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ต้องการได้รับ

- **พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจุดท่องเที่ยวและเส้นทางการเดินทางให้มากขึ้น**  
การเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ จะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น และเมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากพอ สายการบินก็จะเปิดเส้นทางการบินเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- **สร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่ ข้อมูลของเส้นทางและวิธีการที่เหมาะสมในการเดินทาง**  
การเดินทางที่สะดวกและปลอดภัยมีความสำคัญต่อการใช้จ่ายเป็นอย่างมาก จากการที่ระบบการขนส่งสาธารณะที่ไม่สมบูรณ์ทำให้นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการเดินทางเป็นอย่างมาก การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวให้เช่ารถขับขี่เองจะเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายได้ ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่มีระบบการขนส่งสาธารณะที่ครอบคลุมในพื้นที่ๆ สำคัญ เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่ และ ภูเก็ต ผู้ประกอบการต้องการให้ ททท. สร้างความมั่นใจกับนักท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัยในการขับขี่ โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางในการขับขี่ เช่น ทำป้ายบอกทางให้มากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเตรียมแผนที่มาเองอยู่แล้ว แต่ปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือการไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและเพียงพอ
- **ระบบการควบคุมที่มีมาตรฐานเพื่อแก้ปัญหาการเอาเปรียบขูดรีดนักท่องเที่ยว**  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความกังวลในการเช่ารถจากผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กๆ ระดับท้องถิ่น ซึ่งพบว่าปัญหาส่วนใหญ่คือ การคิดค่าบริการเกินจริง กังวลเรื่องความรับผิดชอบเมื่อเกิดอุบัติเหตุและรถสูญหาย แม้ว่านักท่องเที่ยวจะทำการซื้อประกันต่างๆ แล้วก็ตาม อีกทั้งยังพบว่าผู้ประกอบการบางรายเรียกเก็บค่าเสียหายเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a dark teal color. Below it, a solid teal circle is partially visible. The background is a uniform dark teal color.

ประเทศคู่แข่ง  
ฮ่องกง  
สิงคโปร์

**เป้าหมาย,** การท่องเที่ยวฮ่องกง (HKTB) ตั้งเป้าหมายสำหรับการตลาดและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ฮ่องกงเป็นจุดหมาย **การเดินทางระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยว** ดังนั้นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวการท่องเที่ยวฮ่องกงจึงจัดทำแผนการตลาดภายใต้ชื่อ "Hong Kong, Asia's World City" หรือ "ฮ่องกง มหานครระดับโลกของเอเชีย" เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานอย่างกลมกลืนระหว่างความทันสมัยของเทคโนโลยี วิถีชีวิตของคนและวัฒนธรรมของชาวเอเชียเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

**พันธกิจหลัก,** การท่องเที่ยวฮ่องกงให้ความสำคัญ "การสร้างภาพพจน์แก่นักท่องเที่ยวในแต่ละชาติมากที่สุด" ซึ่งถือเป็นพันธกิจหลักขององค์กร โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศเป้าหมายเพื่อให้มั่นใจว่าแผนการตลาดต่างๆจะตรงกับความต้องการและก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศมากที่สุด การที่ฮ่องกงให้ความสำคัญกับการสร้างภาพพจน์และความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างมากเนื่องจากเล็งเห็นว่าจะจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวหรือแนะนำบอกต่อคนรู้จักสำหรับการเลือกมาเที่ยวฮ่องกงอีกด้วย ดังนั้นเพื่อให้บรรลุถึงพันธกิจหลัก การท่องเที่ยวฮ่องกงจึงมุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. มุ่งเน้นการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มากที่สุด
2. ปลูกฝังให้ประชาชนและชุมชนมีความเป็นมิตรและให้การต้อนรับที่ดีแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
3. สร้างความร่วมมือกับทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดทิศทางในการทำการตลาดและพัฒนาศักยภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
4. ปรับปรุงการขอ Visa ให้สามารถทำได้ง่ายขึ้นสำหรับกลุ่มประเทศที่กำลังเติบโตและมีการใช้จ่ายมากขึ้นเช่น จีน และ อินเดีย

	2550	2551	2552	2553	2554
การใช้จ่ายต่อคน*	\$ 487	\$ 521	\$ 555	\$ 755	\$ 776
% การเปลี่ยนแปลง	+7%	+6%	+6%	+26%	+3%

ที่มา : รายงานประจำปีการท่องเที่ยวฮ่องกง

# นโยบายและแนวทางในการทำการตลาดของการท่องเที่ยวฮ่องกง

ความผันผวนทางเศรษฐกิจโลกและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปทำให้การท่องเที่ยวฮ่องกงมีการปรับเปลี่ยนแนวทางและกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นตลาดที่มีความคุ้มค่าในการทำการตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายและเลือกมุ่งเน้นทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากขึ้น โดยกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของฮ่องกง มีดังต่อไปนี้

## 1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการตลาดที่ชัดเจน

### • กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ, Leisure Travelers

มุ่งเน้นทำการตลาดกับ 18 ประเทศเป็นหลักเพื่อให้เกิดประโยชน์จากการทำการตลาดมากที่สุด การท่องเที่ยวฮ่องกงกำหนดนโยบายในการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายเพียง 18 ประเทศ ซึ่งลดลงจาก 27 ประเทศในปี 2008 ทั้งยังมีการกำหนดจำนวนงบประมาณทางการตลาดของแต่ละกลุ่มแตกต่างกันตามความเติบโตและความน่าสนใจของแต่ละตลาดอีกด้วย

### • กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและการแสดงสินค้า, Meetings Incentives Conventions and Exhibitions, (MICE)

สำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE มีการจัดตั้งหน่วยงาน Meetings and Exhibitions Hong Kong (MEHK) เพื่อช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่บริษัทและหน่วยงานต่างๆ ที่ต้องการจัดการประชุมสัมมนาและการแสดงสินค้าในฮ่องกง และมุ่งเน้นเน้นทำการตลาดกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ 6 อุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมยา, การแพทย์, วิทยาการทางการแพทย์, คอมพิวเตอร์, วิศวกรรม และการกีฬา

## 2. มีกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย

### • จัดกิจกรรมและมหกรรมประจำปีต่างๆ เพื่อเพิ่มความตื่นเต้นและกระตุ้นความสนใจแก่นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวฮ่องกงจะมีการจัดกิจกรรมประจำปีต่างๆ เช่น "Hong Kong Food & Wine year" ในปี 2009 "Festive Hong Kong" ในปี 2010 เพื่อเป็นการเน้นย้ำถึงจุดขายของฮ่องกงคือ อาหารที่อร่อยและหลากหลาย รวมทั้งความสนุกสนาน ตื่นเต้นในงานเฉลิมฉลอง โดยกิจกรรมเหล่านี้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

### • จัดแพ็คเกจของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในฮ่องกง

การนำเสนอความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา ยุโรป และออสเตรเลียได้ดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวค่อนข้างนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชีย ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสนใจกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

# นโยบายและแนวทางในการทำการการตลาดของฮ่องกง

## 3. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

การท่องเที่ยวฮ่องกงต้องการให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ดี แม้ว่าต้องจ่ายค่าบริการที่สูงขึ้น นักท่องเที่ยวจะรับรู้ถึงความคุ้มค่าเมื่อได้ใช้บริการ โดยมีการรับประกันคุณภาพในตัวสินค้าและบริการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวฮ่องกงที่ได้มาตรฐาน เช่น ร้านอาหาร ร้านค้า และโรงแรม ในการให้บริการ อีกทั้งมีการแสดงราคาและรายละเอียดกับสินค้าอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการรับบริการและซื้อสินค้าที่มีคุณภาพจากผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองจากการท่องเที่ยวฮ่องกงอีกด้วย

## 4. เป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวฮ่องกงให้ความสำคัญกับการให้ความร่วมมือของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก ดังนั้นจะมีการจัดการประชุมกับผู้ประกอบการเพื่อกำหนดแนวทางและการรณรงค์ทางการตลาด

## 5. การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็ว

ใช้สื่อออนไลน์ในการทำการตลาดและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น มีการสื่อสารทางการตลาดโดยการใช้สื่อออนไลน์อย่างจริงจังมากขึ้นเช่น เว็บไซต์ DiscoverHongkong.com, Twitter, Facebook และYouTubeเป็นหลักสำหรับการประชาสัมพันธ์ โปรโมชันและรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในส่วนของกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ ทางการท่องเที่ยวฮ่องกงจะมุ่งเน้นการออกสื่อทางรายการโทรทัศน์ในต่างประเทศ เช่น จีน เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกาเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในฮ่องกง

# แผนการตลาดของฮ่องกงสำหรับปี 2554-2555



สำหรับแผนการตลาดของฮ่องกงสำหรับปี 2554-2555 จะยังคงมุ่งเน้นให้ถึงความทันสมัย รวมทั้งวัฒนธรรมที่หลากหลายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แต่จะมีการเลือกกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาดที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยให้ความสำคัญในการทำการตลาดกับกลุ่มประเทศที่มีการเติบโตของของนักท่องเที่ยวสูง อีกทั้งจะกำหนดกลยุทธ์และแรงจูงใจทางการตลาดตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศตามแผนการตลาดที่สำคัญดังนี้

## 1. กำหนดประเทศกลุ่มเป้าหมายสำหรับการตลาด

การท่องเที่ยวฮ่องกงทำการกำหนดประเทศเป้าหมายเพื่อทำการตลาด ซึ่งประเทศเหล่านี้มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 95% ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยแบ่งตามความสำคัญของตลาดดังนี้

- กลุ่มตลาดที่มีการเติบโตของนักท่องเที่ยวสูง ( Growth Market ) ได้แก่ จีน ไต้หวัน ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ และ ฟิลิปปินส์ โดยในปี 2554-2555 จะมุ่งเน้นทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวชาวจีนตอนเหนือมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวในฮ่องกงนานกว่านักท่องเที่ยวทางภาคใต้ของประเทศจีนซึ่งจะทำให้เกิดการใช้จ่ายมากกว่า
- กลุ่มตลาดเกิดใหม่ ( Emerging Market ) ได้แก่ อินเดีย รัสเซีย ตะวันออกกลาง เวียดนาม และ เนเธอร์แลนด์ สำหรับการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ การท่องเที่ยวฮ่องกงจะเน้นการเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในแต่ละประเทศเพื่อออกแบบแพคเกจทัวร์และโปรโมชั่น รวมทั้งการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ
- กลุ่มตลาดที่นิยมท่องเที่ยวฮ่องกง ( Established Market ) ได้แก่ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ อเมริกา แคนาดา และ สหราชอาณาจักร
- กลุ่มตลาดรอง ( Secondary Market ) ได้แก่ เยอรมัน ฝรั่งเศส มาเลเซีย ไทย และ อินโดนีเซีย สำหรับกลุ่มทั้งสองตลาดนี้ การท่องเที่ยวฮ่องกงจะมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวสองกลุ่มรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆหรือปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ

	กลุ่มตลาดมีการเติบโตสูง	กลุ่มตลาดเกิดใหม่	กลุ่มตลาดในปัจจุบัน	กลุ่มตลาดรอง
	จีน ไต้หวัน ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ และ ฟิลิปปินส์	อินเดีย รัสเซีย ตะวันออกกลาง เวียดนาม และ เนเธอร์แลนด์	ญี่ปุ่น สิงคโปร์ อเมริกา แคนาดา และ สหราชอาณาจักร	เยอรมัน ฝรั่งเศส มาเลเซีย ไทย และ อินโดนีเซีย
สัดส่วนงบประมาณการตลาด 2555	50.9%	17.2%	24.6%	6.2%



## แผนการตลาดของฮ่องกงสำหรับปี 2555

### 2. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

เนื่องจากฮ่องกงมีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่และจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มากนัก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ให้ความสนใจท่องเที่ยวฮ่องกงมาก ดังนั้นการท่องเที่ยวฮ่องกงทำการร่วมมือกับองค์กรการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ มาเก๊า มณฑลกว่างตุง เซินเจิ้น และเขตพื้นที่ปากแม่น้ำจูเจียงในประเทศจีน ร่วมกันจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวและวางแผนการโปรโมท สถานที่ท่องเที่ยว อาทิเช่น

- ร่วมมือกับองค์กรการท่องเที่ยวมาเก๊าและสมาคมผู้ประกอบการจัดทำแพคเกจและประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในประเทศจีน รัสเซีย และ ประเทศต่างๆในตะวันออกกลาง
- ร่วมมือกับองค์กรการท่องเที่ยวของประเทศจีนจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวทั้งในฮ่องกงและสถานที่ท่องเที่ยวทางตอนใต้ของประเทศจีน โดยกำหนดจุดประสงค์หลักเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศแคนาดา ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร ใช้เวลาสำหรับหรับการท่องเที่ยวยาวนานขึ้นและอีกทั้งเพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนี้อีกด้วย

### 3. ขยายตลาดของนักท่องเที่ยวในกลุ่มการประชุมสัมมนาและการแสดง, MICE

เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศแถบเอเชียอย่างมาก ทำให้ฮ่องกงซึ่งมีความพร้อมทางด้านที่ตั้งและโครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวฮ่องกงจึงเล็งเห็นถึงความได้เปรียบและความเหมาะสมในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการประชุมสัมมนาและการแสดงนิทรรศการเพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะ เป็นประเทศใกล้เคียง เช่น จีน อินเดีย และ ญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งประกอบกับการที่ค่าเงินของฮ่องกงมีการอ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่อง เมื่อเปรียบเทียบกับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐทำให้ทางการฮ่องกงต้องการขยายไปยังตลาดใหม่ๆ คือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย โดยมุ่งเน้นทำการตลาดกับตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวแบบการประชุมสัมมนาและการแสดง , MICE ในแต่ละประเทศ

### 4. การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

การผลักดันและกระตุ้นการรณรงค์โครงการ Asia's world City โดยมีวัตถุประสงค์หลักของโครงการคือการนำจุดแข็งในด้านต่างๆของฮ่องกงมาส่งเสริมด้านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆตลอดทั้งปี เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการร่วมทำกิจกรรมต่างๆ



## แผนการตลาดของฮ่องกงสำหรับปี 2555

### 5. คุณภาพและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

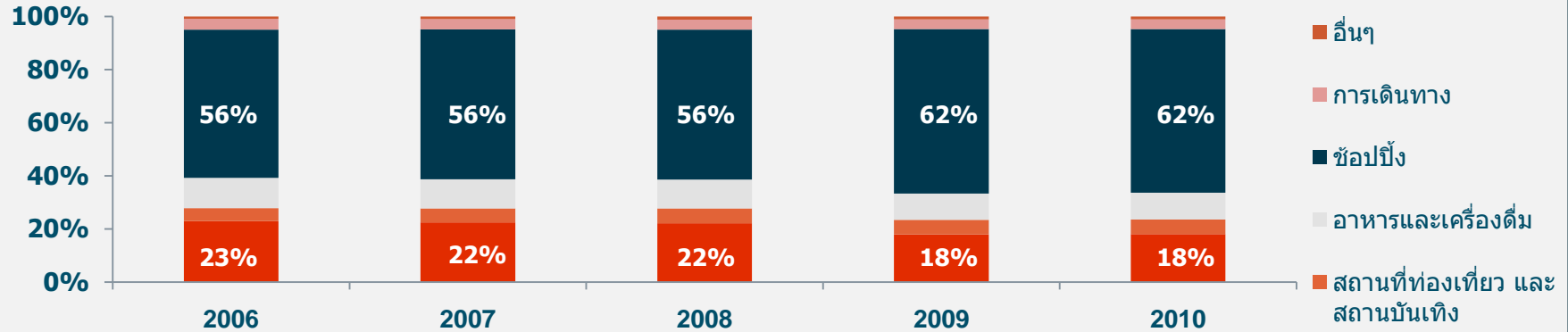
เนื่องจากมีความต้องการให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวฮ่องกง ดังนั้นการท่องเที่ยวฮ่องกง จึงให้ความสำคัญกับคุณภาพและการบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างยิ่ง จึงทำให้เกิดโครงการต่างๆเพื่อให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการต่างๆในฮ่องกง อาทิเช่น

- เพิ่มจำนวนศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในแต่ละเขตฮ่องกงเพื่อให้บริการในด้านข้อมูลและความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว
- ทรนรงค์และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ Quality and Honest Hong Kong Tours Program อย่างต่อเนื่อง โครงการ Quality and Honest Hong Kong Tours เป็นโครงการที่คัดเลือกผู้ประกอบการนำเที่ยวที่มีความซื่อสัตย์และรับประกันว่าจะไม่มีการบังคับนักท่องเที่ยวให้ซื้อของต่างๆระหว่างท่องเที่ยวหรือคิดค่าใช้จ่ายบริการเพิ่มอีก โดยโครงการนี้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอย่างมากเพราะเป็นกลุ่มที่นิยมการท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์

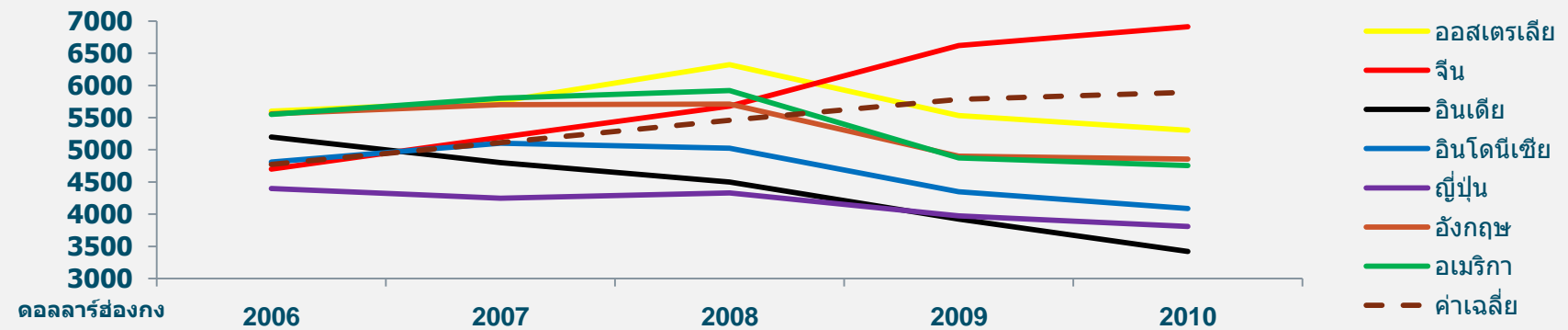
### 6. การตลาดในรูปแบบดิจิทัล

มีการสื่อสารทางการตลาดโดยใช้ช่องทางดิจิทัลมากขึ้นเช่น ทรนรงค์ทำการตลาดออนไลน์เพื่อโปรโมทและให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของฮ่องกงผ่านทางเว็บไซต์ [www.DiscoverHongKong.com](http://www.DiscoverHongKong.com) อีกทั้งทาง Social Media ต่างๆ นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สำคัญๆมากมาย การท่องเที่ยวฮ่องกง มีความเห็นว่าการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์หรือข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เป็นการสร้างความพึงพอใจและสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้ โดยการท่องเที่ยวฮ่องกงได้ออกแบบเว็บไซต์สำหรับนักท่องเที่ยวใน 9 ภาษา โดยมีการให้ข้อมูลและ คำแนะนำถึงสถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า และ ร้านอาหารต่างๆที่น่าสนใจ รวมทั้งนักท่องเที่ยวสามารถดาวน์โหลดข้อมูลต่างๆ เช่น คู่มือส่วนลดผ่านโทรศัพท์มือถือได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

**โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2006 - 2010**

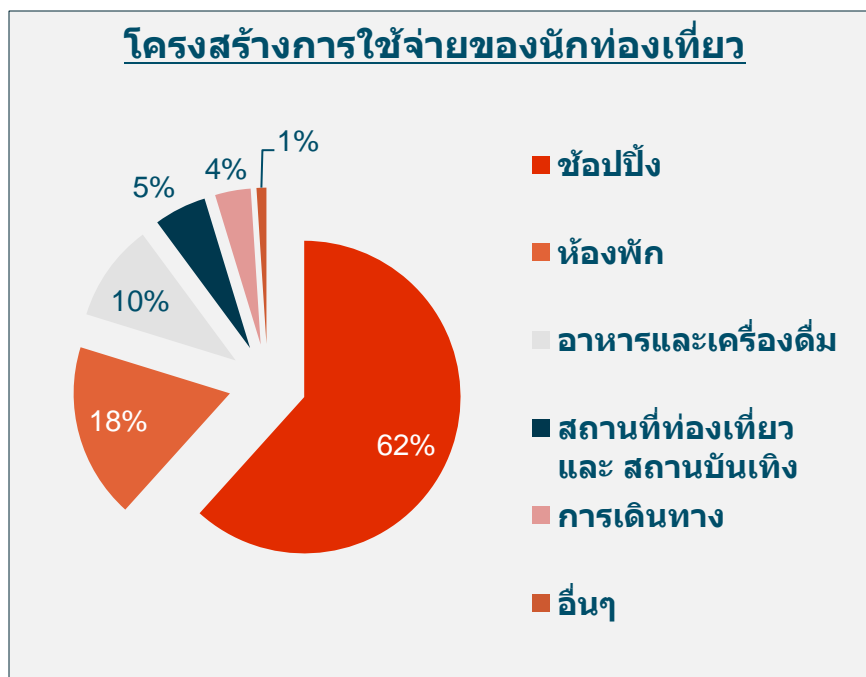
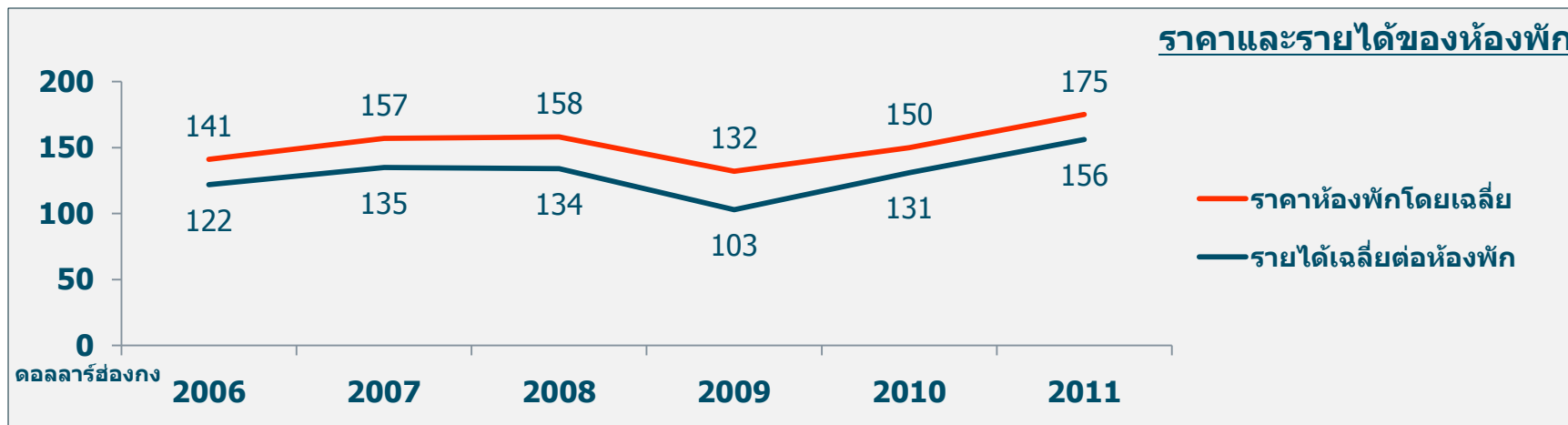


**มูลค่าการใช้จ่ายต่อทริปของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศตั้งแต่ปี 2006 - 2010**



- สัดส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศฮ่องกงใน 5 ปีที่ผ่านมา นั้น ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน กล่าวคือค่าใช้จ่ายในส่วนของการช้อปปิ้งเป็นส่วนที่มีสัดส่วนมากที่สุดโดยมีสัดส่วนสูงกว่า 50% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ตามมาด้วยค่าใช้จ่ายในส่วนของการพักอาศัย ที่มีสัดส่วนประมาณ 20%
- แนวโน้มของสัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับช้อปปิ้งมีการเพิ่มขึ้นเป็น 62% ในปี 2009 โดยนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายในส่วนของการพักอาศัยลดลง
- การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน โดยนักท่องเที่ยวทุกประเทศมีการใช้จ่ายต่อคนลดลง ยกเว้นเพียงกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีการใช้จ่ายสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนทางกลับประเทศอินเดียที่มีการใช้จ่ายลดลงในทุกปี



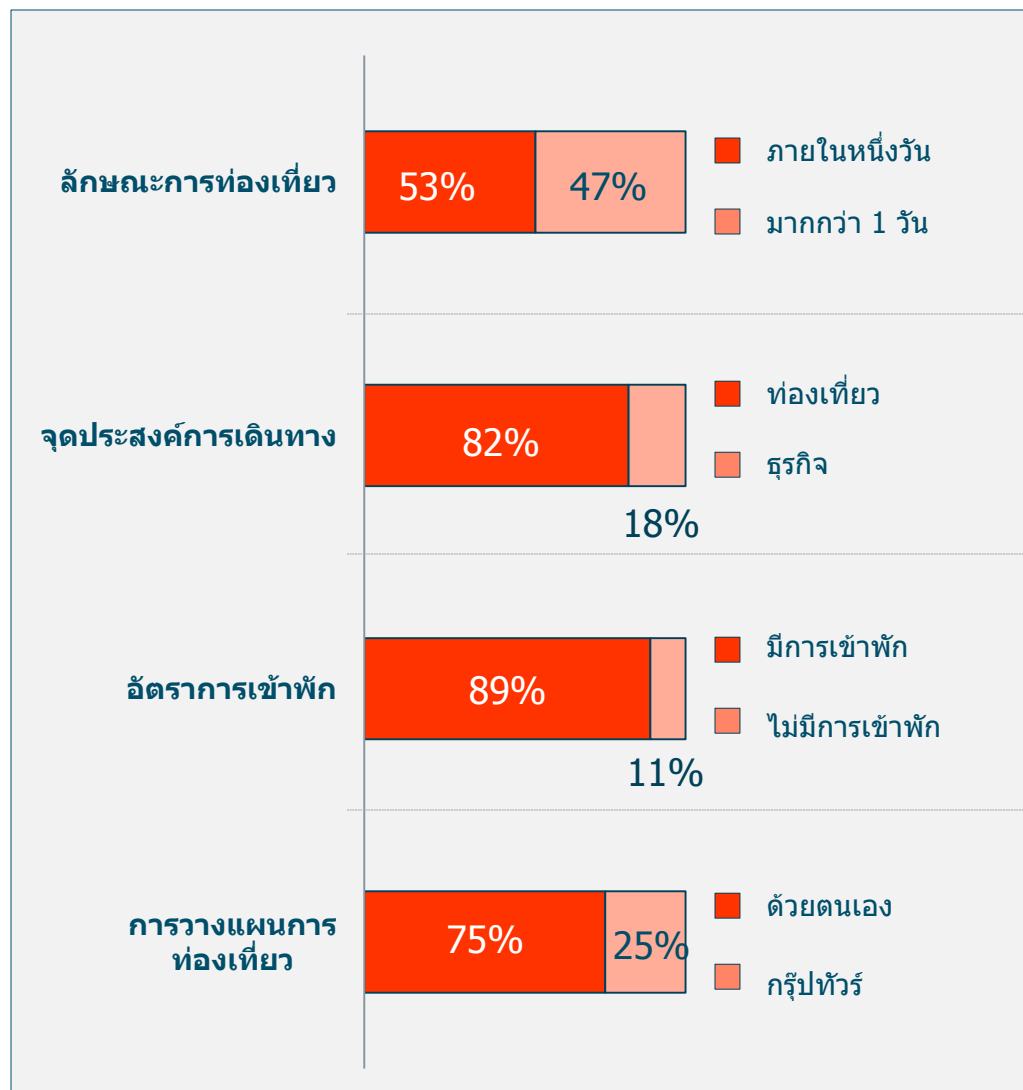


- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังฮ่องกงส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในโซนเอเชีย มีเพียงนักท่องเที่ยวจาก สหรัฐอเมริกาเท่านั้น ที่ติดอันดับในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามากที่สุด
- ฮ่องกงเป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในเอเชียและมีสถานที่ช้อปปิ้งและร้านอาหารที่หลากหลาย รวมไปถึงดิสนีย์แลนด์ ทำให้ฮ่องกงเหมาะจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับทุกกลุ่ม โดยจุดประสงค์ของชาวต่างชาติที่การเดินทางมาฮ่องกง คือ เพื่อเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อน 82% และเดินทางมาเพื่อการทำงานและธุรกิจ 18%
- โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในฮ่องกง นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายกับการช้อปปิ้งมากที่สุดคิดเป็น 62% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว แต่มีการใช้จ่ายเพื่อสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบันเทิงเพียง 5%
- ฮ่องกงเป็นประเทศที่มีขนาดเล็กทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีจำนวนค่อนข้างจำกัดโดยมีค่าเฉลี่ยของจำนวนวันพำนักในฮ่องกงค่อนข้างต่ำ (3 วัน) ทำให้นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายกับที่พักเพียง 18% ของการใช้จ่าย

# ประเทศคู่แข่ง -ฮ่องกง



<b>สถานที่ ท่องเที่ยวหลัก</b>	Ocean Park Disneyland กระเช้ามองปิง ย่าน จิม ซา จุย
<b>ช่วงฤดูกาล ท่องเที่ยว</b>	ตุลาคม พฤศจิกายน ธันวาคม
<b>กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่ สำคัญ</b>	1. จีน 2. ไต้หวัน 3. ญี่ปุ่น 4. อเมริกา 5. เกาหลีใต้



A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. It is rendered in a dark teal color and has a thick, rounded, modern font style. Below the character, there is a solid teal circle of a similar color. The background is a solid, slightly lighter teal color.

**ประเทศสิงคโปร์**

**เป้าหมาย,** ประเทศสิงคโปร์ต้องการเป็น ผู้นำด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย ดังนั้นจึงเลือก มุ่งเน้นและผลักดันกับกลุ่มตลาดที่เป็นจุดเด่นของประเทศได้แก่ 1. ธุรกิจการประชุมและงานแสดงสินค้า, MICE 2. ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวสำหรับเดินทางมาพักผ่อน, Leisure travelers และ 3. ธุรกิจบริการทางการแพทย์และการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ธุรกิจการประชุมและงานแสดงสินค้า:** ประเทศสิงคโปร์มีข้อได้เปรียบหลายด้านสำหรับการจัดการประชุมและงานแสดงต่างๆ เนื่องจากมีบริษัทต่างชาติประกอบธุรกิจอยู่ในประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้มีข้อได้เปรียบเรื่องความคุ้นเคยที่สามารถรองรับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งประเทศสิงคโปร์ยังเป็นศูนย์รวมสำหรับธุรกิจในด้านต่างๆ สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย อาทิเช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจการเงินและการธนาคาร ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ประเทศสิงคโปร์มีศักยภาพสูงมากสำหรับธุรกิจประเภทนี้

2. **ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวสำหรับเดินทางมาพักผ่อน:** เนื่องจากประเทศสิงคโปร์มีข้อจำกัดทั้งในด้านพื้นที่และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นประเทศสิงคโปร์จึงให้ความสำคัญอย่างมาก สำหรับการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม โดยคาดหวังว่าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากขึ้น

3. **ธุรกิจบริการทางการแพทย์และการศึกษา:** ประเทศสิงคโปร์ให้ความสำคัญอย่างมากสำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์และคุณภาพทางการศึกษา ดังนั้นประเทศสิงคโปร์จึงมีชื่อเสียงสำหรับชาวต่างชาติที่ให้ความสนใจมารักษาตัวและศึกษาเล่าเรียนในประเทศสิงคโปร์จำนวนมาก

	2549	2550	2551	2552	2553	2554
การใช้จ่ายต่อคน ดอลลาร์สหรัฐ	889	889	927	979	789	852
% การเปลี่ยนแปลง	-	0%	4%	6%	-19%	8%

# แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของประเทศสิงคโปร์

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์สำหรับการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับภูมิภาคเอเชีย ประเทศสิงคโปร์จึงจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว ( Billion Tourism Development Fund ) มีงบประมาณสูงถึงสองพันล้านเหรียญสิงคโปร์เริ่มต้นในปี 2009 เพื่อใช้สำหรับพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ โดยตั้งเป้าว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 17 ล้านคนและมีรายรับประมาณ 30 ล้านเหรียญสิงคโปร์ภายในปี 2558 โดยการพัฒนามุ่งเน้นใน 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

**1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 2. การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3. การสร้างสัญลักษณ์และการจัดมหกรรมงานแสดงที่สำคัญ 4. การปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและบริการต่างๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย**

## 1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ

ประเทศสิงคโปร์ให้ความสำคัญในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเป็นพื้นฐานสำคัญในการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว อาทิเช่น การติดตั้งระบบป้ายข้อมูล วิธีการเดินทางและแผนที่ซึ่งสามารถให้ข้อมูลได้หลายภาษา ติดตั้งตามบริเวณสนามบิน อีกทั้งพัฒนาระบบการขนส่งสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ดี เช่น ชาวจีน อินเดีย เอเชีย และญี่ปุ่น โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว

**2. พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**

ประเทศสิงคโปร์ให้ความสำคัญสำหรับการออกหลักสูตรและอบรมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการพัฒนาขีดความสามารถและสำหรับรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

## 3. สร้างสัญลักษณ์และมหกรรมการแสดงและงานประชมระดับนานาชาติ

ข้อจำกัดทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ประเทศสิงคโปร์ให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆและพยายามจัดมหกรรมการแสดงที่ยิ่งใหญ่ เพื่อให้เป็นจุดสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น การจัดงานภาพยนตร์อินเดียนานาชาติ งานประชมคณะกรรมการโอลิมปิกครั้งที่ 117 และงานประชมธนาคารโลกในปี 2549

## 4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆเพื่อให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

### กลุ่มเป้าหมาย

จากงานวิจัยเชิงลึกกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทำให้การท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์เข้าใจถึงความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงพยายามปรับปรุงการบริการและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด

# กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของประเทศสิงคโปร์ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีแนวทางการตลาดมุ่งเน้นไปยังนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการใช้จ่ายสูง คือ ชาวสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น อีกทั้งยังมุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโต คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย และอินโดนีเซีย โดยมีโครงการรณรงค์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

ในปี 2552 คณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทยได้กำหนดแผนการในการกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใต้ชื่อ "BOOST " Building On Opportunity to Strengthen Tourism โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการคือ

1. เพื่อกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญในการเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการสันทนาการ (Leisure travelers) และ กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา, MICE
2. ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยการลดค่าธรรมเนียมสำหรับผู้ประกอบการในการเข้าร่วมงานแสดงและประชาสัมพันธ์ (Trade show and Road show) ที่จัดขึ้นโดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทย
3. เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรและการสร้างงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การสร้างและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆในประเทศไทยทำให้เกิดความต้องการบุคลากรที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก คณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทยจัดเตรียมหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความสามารถเพิ่มขึ้นสำหรับรองรับความต้องการด้านแรงงานที่เกิดจากการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. เพิ่มทูลทางการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมให้ชาวสิงคโปร์มีส่วนร่วมในการชักชวนชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมและกระตุ้นให้ประชากรท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น อาทิเช่นการแจกตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆโดยมุ่งหวังให้ประชาชนชักชวนเพื่อนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวยังประเทศไทยมากขึ้น
5. เพิ่มการร่วมมือระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการในภาคเอกชน ในการกำหนดแนวทางสำหรับทำการตลาด ตัวอย่างเช่น การลดราคา การจัดโปรโมชั่นต่างๆ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ดังนั้นคณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทยจึงสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการโดยการลดราคาสำหรับการร่วมโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามที่คณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทยจัดขึ้น

# การส่งเสริมการตลาดของประเทศสิงคโปร์เพื่อ กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## ตัวอย่างการส่งเสริมด้านการตลาดของประเทศสิงคโปร์

### โครงการในปี 2552

คณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ได้กำหนดการรณรงค์ด้านการตลาด 2 โครงการ คือ

- "2009 Reasons to enjoy Singapore" เป็นการรณรงค์สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยมีการนำเสนอทัวร์แพคเกจและโปรโมชั่นในราคาพิเศษซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับส่วนลดในการโฆษณาตามสื่อต่างๆในระดับนานาชาติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศสิงคโปร์ สำหรับการรณรงค์ครั้งนี้มีเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวจาก 7 ประเทศ คือ จีน อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ออสเตรเลีย เยอรมัน และ สหราชอาณาจักร
- "2009 Reasons to meet in Singapore" เป็นการรณรงค์สำหรับกลุ่ม MICE , การประชุมและสัมมนาโดยเป็นการร่วมมือกับผู้ประกอบการต่างๆ เช่น ผู้ประกอบการที่พักและโรงแรม ตัวอย่างเช่นการเปิดบริการให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE สามารถใช้อินเทอร์เน็ตภายในโรงแรมได้โดยไม่คิดค่าบริการ และอีกทั้งการบริการนำเที่ยวโดยออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE แต่ละชาติโดยเฉพาะ

### โครงการในปี 2554

จากการศึกษาและวิจัยเชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่งผลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแห่งประเทศไทยมีความเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติเป็นอย่างดี ดังนั้นจึงสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตรงความต้องการและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- โครงการรณรงค์ในปี 2554 " New Discoveries" เป็นโครงการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยเฉพาะ จากงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความนิยมในการเดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์ ดังนั้นคณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ร่วมมือกับผู้ประกอบการนำเที่ยวที่มีศักยภาพในประเทศจีนในการนำเสนอแพคเกจทัวร์ต่างๆแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกโปรแกรมและส่วนประกอบต่างๆของแพคเกจทัวร์ได้ตามความต้องการของตนเอง



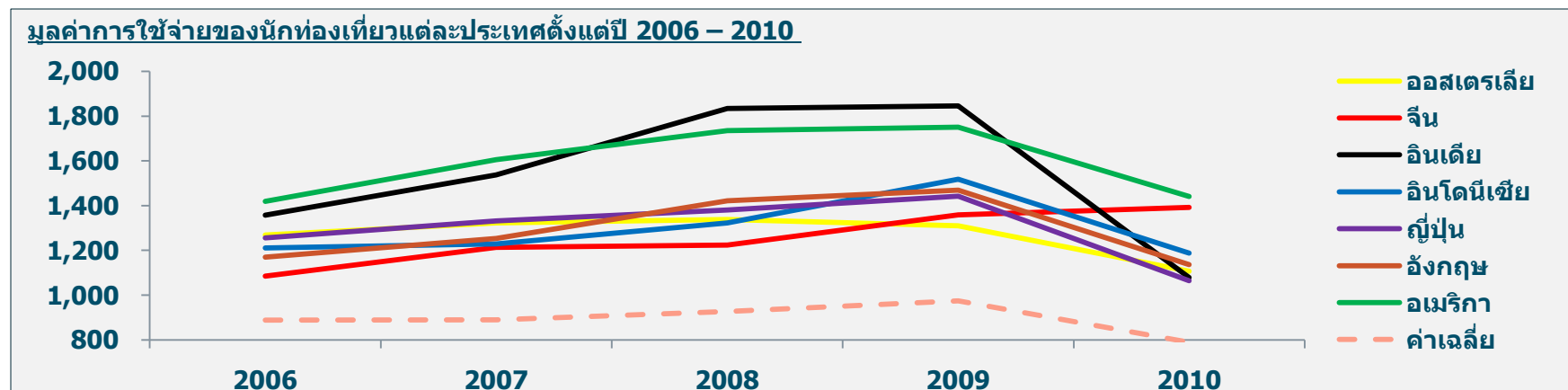
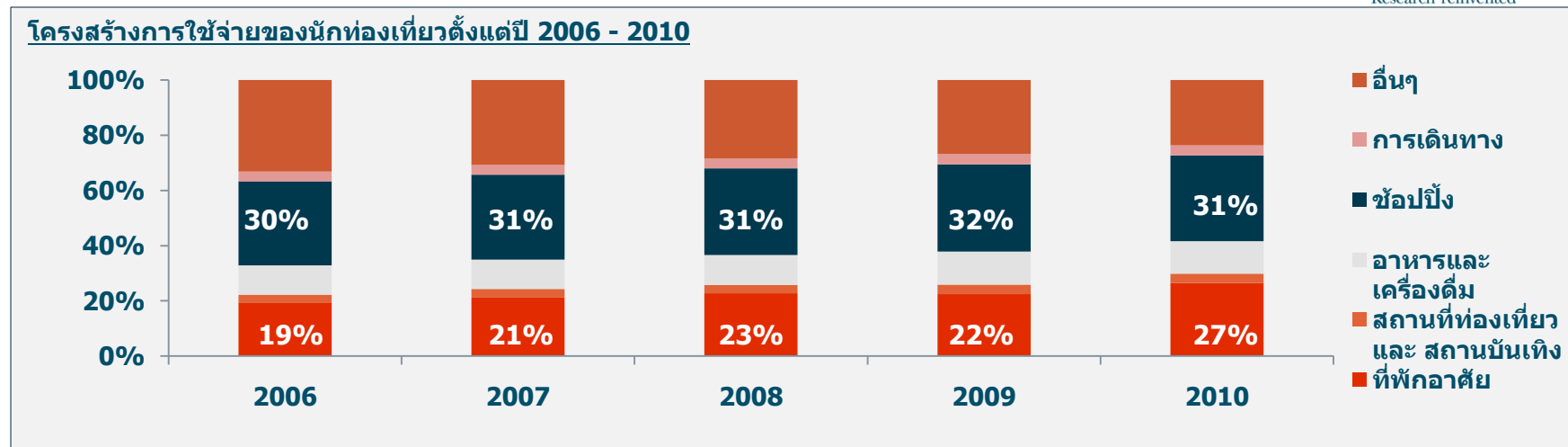
# การส่งเสริมการตลาดของประเทศไทยสิงคโปร์เพื่อ กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## โครงการในปี 2555

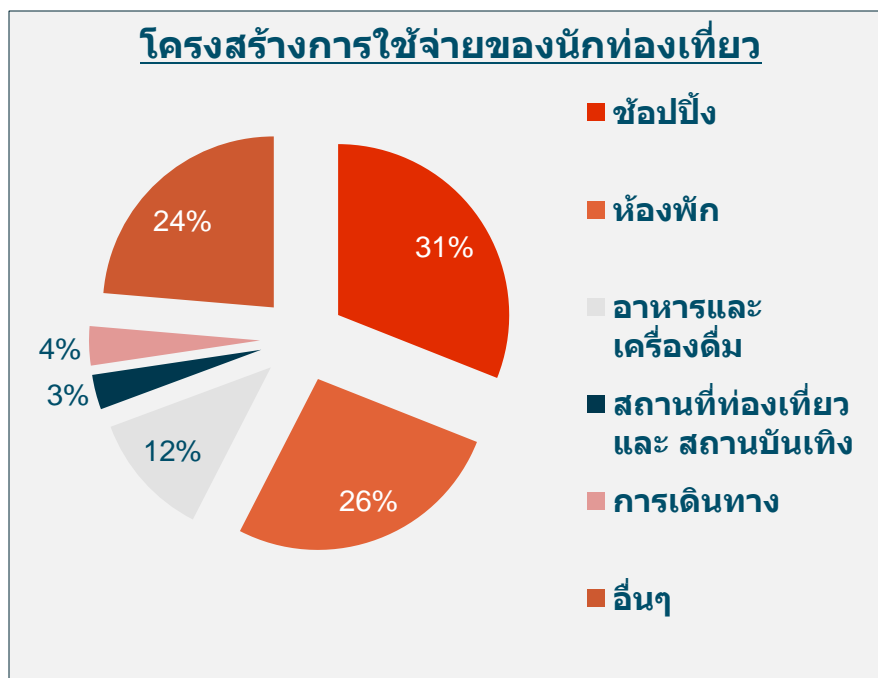
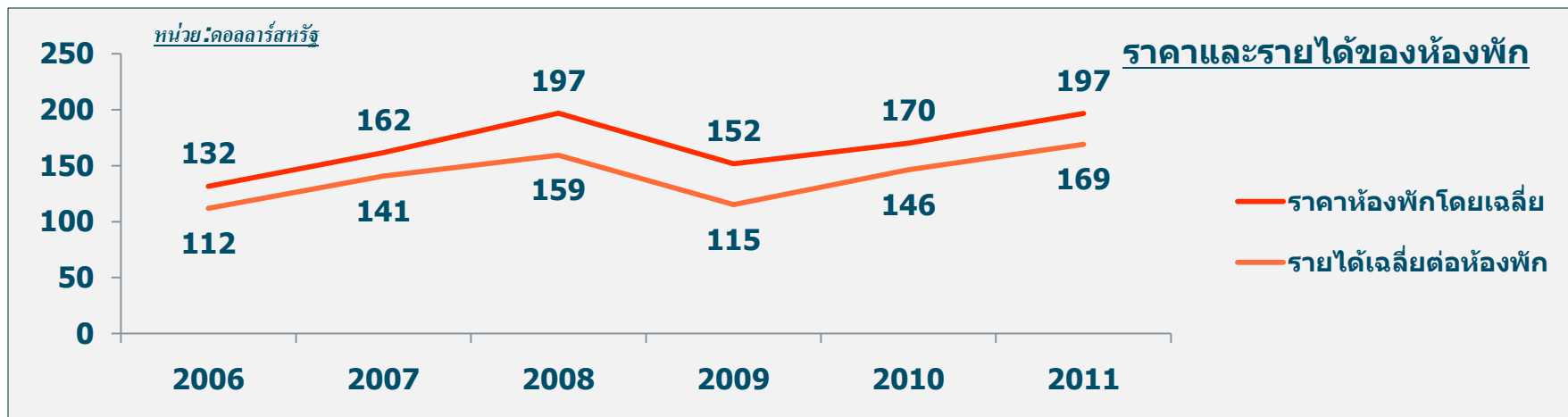
- โครงการในปี 2555 " Get Lost and Find the Real Singapore" สำหรับนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย จุดประสงค์ของการรณรงค์ คือ พยายามให้นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียใช้เวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยสิงคโปร์ให้นานขึ้น โดยเปลี่ยนความคิดจากเดิมที่เห็นประเทศไทยสิงคโปร์เป็นเพียงจุดแวะเพื่อเยี่ยมชมและใช้เวลาเพียง 1-2 วันเท่านั้น สำหรับโครงการดังกล่าวจะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเล็งเห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆและกิจกรรมต่างๆที่น่าสนใจในประเทศไทยสิงคโปร์ โดยใช้ภาพยนตร์โฆษณาเป็นสื่อหลักในการประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียในเมืองใหญ่ๆ เช่น ซิดนีย์ เมลเบิร์น และเพิร์ธ
- โครงการในปี 2555 " The Holiday You Take Home with You" สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ทุกวันนี้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียนิยมเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศมากขึ้นและนิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มครอบครัวจึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความต้องการในการท่องเที่ยวที่หลากหลายตามระดับอายุของคนในครอบครัว การท่องเที่ยวของประเทศไทยสิงคโปร์จึงนำเสนอโครงการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดียใน 4 รูปแบบ 1. Family Fun 2. Active life style 3. Culinary 4. Romance เพื่อให้ตรงตามความต้องการของสมาชิกทุกคนในครอบครัว โดยมีการร่วมมือกับบริษัทท่องเที่ยวในประเทศไทยอินเดียเพื่อออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมากที่สุด



# ประเทศคู่แข่ง - สิงคโปร์



- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศสิงคโปร์มีการใช้จ่ายกับโรงแรมที่พักและการช้อปปิ้งนั้นใกล้เคียงกัน โดยมีสัดส่วนของการใช้จ่ายกับการช้อปปิ้งประมาณ 30% และ ที่พักและโรงแรมประมาณ 20%
- ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาสัดส่วนการใช้จ่ายกับโรงแรมที่พักมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่สัดส่วนการช้อปปิ้งนั้นยังคงอัตราส่วนเท่าเดิมคือประมาณ 30% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด
- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาสิงคโปร์มีลักษณะการใช้จ่ายที่ใกล้เคียงกันกล่าวคือ จะใช้จ่ายมากที่สุดในช่วงปี 2009 และลดลงอย่างมากในปี 2010 อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวจากจีนนั้นเป็นนักท่องเที่ยวเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นที่มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี

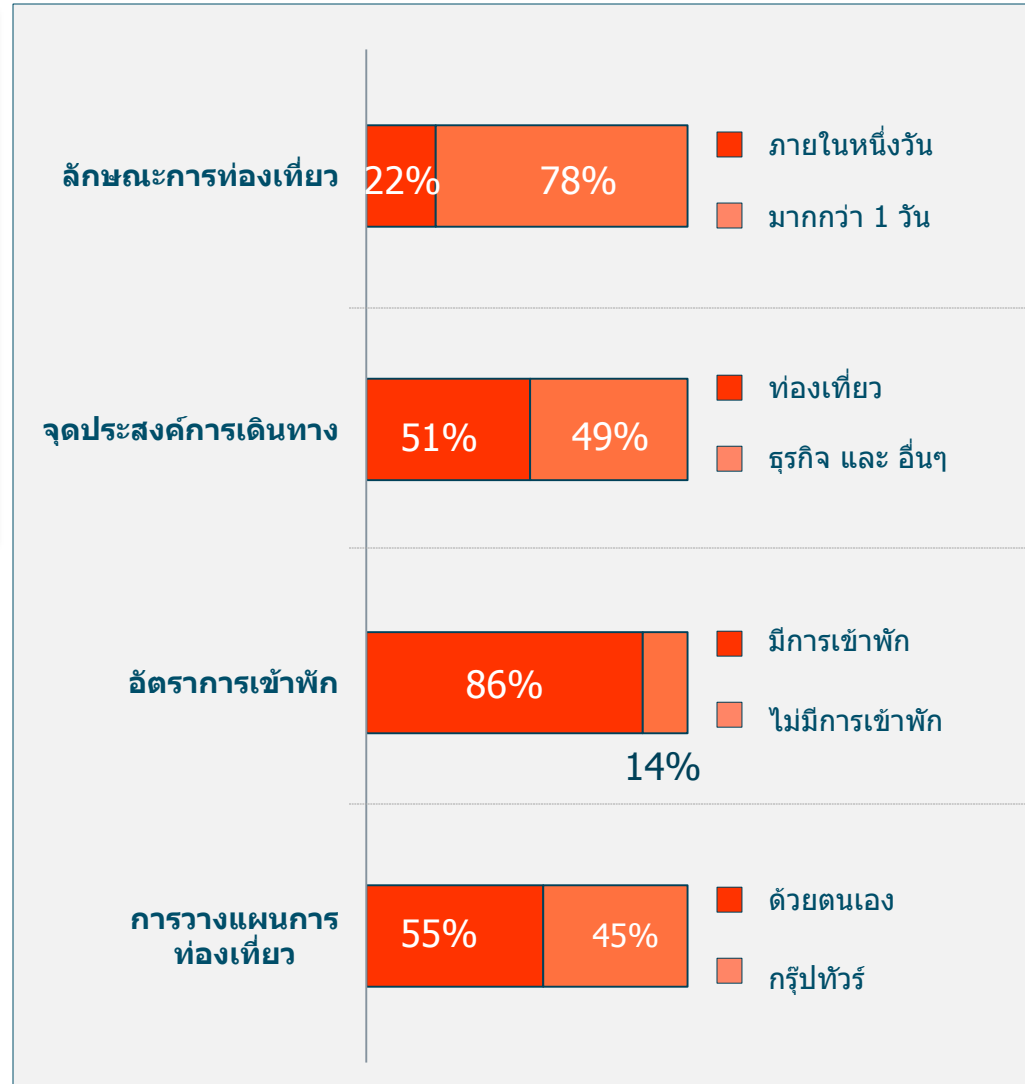


- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสิงคโปร์ มีจุดประสงค์เพื่อมาติดต่อธุรกิจและการทำงานมากถึง 49% และการท่องเที่ยวจะใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 3.9 วัน โดยมีสัดส่วนของผู้ที่เดินทางด้วยตนเองเท่ากับ 55% และกรุ๊ปทัวร์ 45%
- นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายกับการข้อป้ังส่วนมากที่สุดโดยคิดเป็น 31% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด เนื่องจากผู้ที่เดินทางเข้ามายังประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์มาเพื่อธุรกิจ ดังนั้นค่าใช้จ่ายในส่วนของการข้อป้ังจึงมีสัดส่วนที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับฮ่องกง
- สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีขนาดเล็กทำให้สถานที่ท่องเที่ยวมีค่อนข้างจำกัด ดังนั้นวิธีการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องสร้างสิ่งปลูกสร้างด้วยตนเอง โดยสิงคโปร์ทำการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวไว้รองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น Universal Studio, Sentosa และ Marina Bay Sand

# ประเทศคู่แข่ง - สิงคโปร์



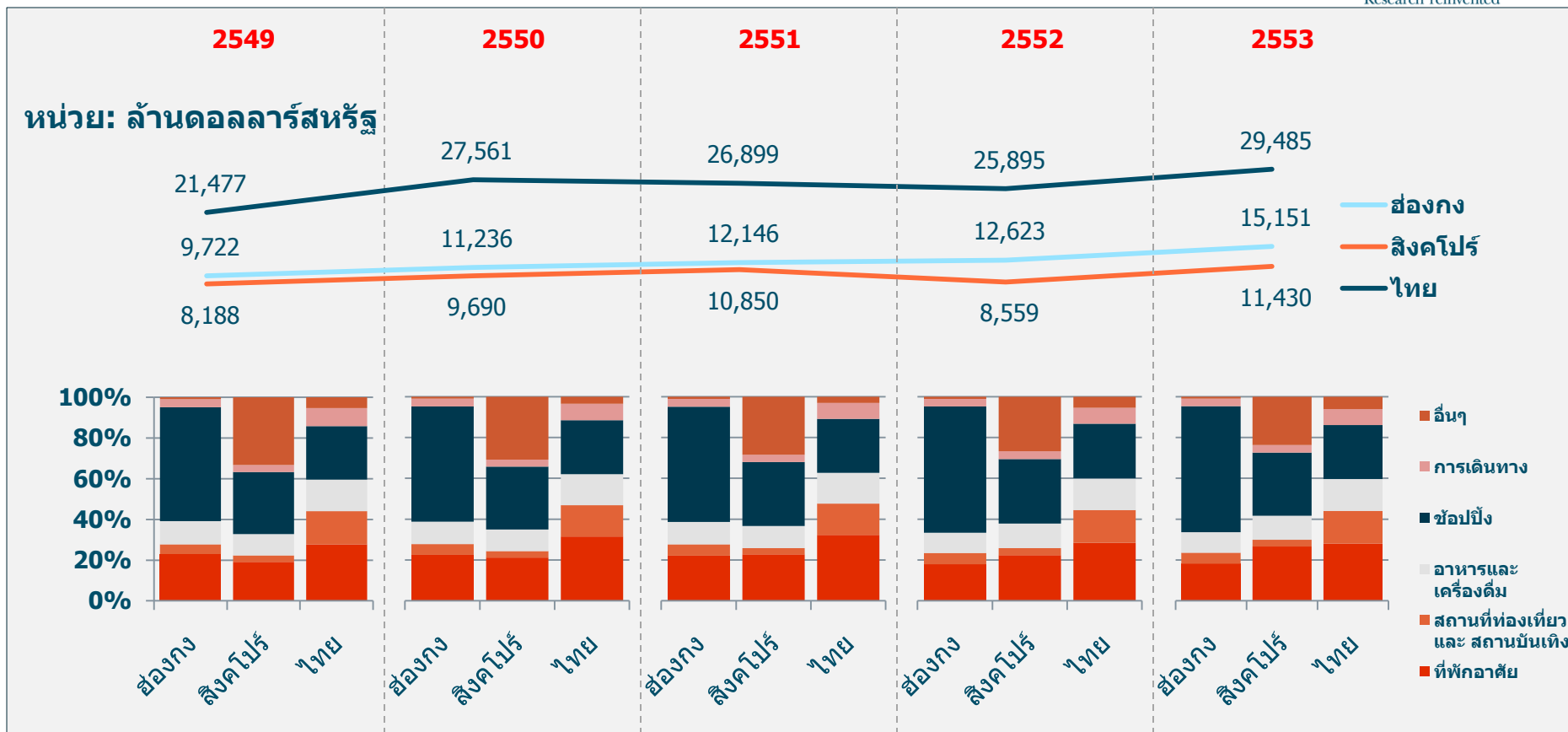
<b>สถานที่ ท่องเที่ยวหลัก</b>	Resortworld Sentosa Universal Studio Orchard Road ลิตเติล อินเดีย
<b>ช่วงฤดูกาล ท่องเที่ยว</b>	ธันวาคม มกราคม กุมภาพันธ์
<b>กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่ สำคัญ</b>	1. อินเดีย 2. จีน 3. มาเลเซีย 4. ออสเตรเลีย 5. อินเดีย



A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a lighter shade of teal against a darker teal background. Below it, a solid teal circle is partially visible. On the right side, the text 'เปรียบเทียบโครงสร้างการ  
ใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว' is written in white, bold Thai script.

**เปรียบเทียบโครงสร้างการ  
ใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว**

# เปรียบเทียบลักษณะการใช้จ่าย



- เมื่อเปรียบเทียบกับฮ่องกงและสิงคโปร์ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าทั้ง 2 ประเทศอย่างชัดเจน โดยฮ่องกงและสิงคโปร์นั้นมีรายได้ใกล้เคียงกัน
- ในส่วนของโครงสร้างการใช้จ่ายนั้น แต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกัน โดยฮ่องกงจะมีการใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ในหมวดการของช้อปปิ้ง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายหลักในประเทศไทยจะเป็นส่วนของที่พักอาศัย สาเหตุเนื่องมาจากระยะเวลาเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวใช้ในฮ่องกงนั้นค่อนข้างสั้นทำให้ค่าใช้จ่ายในส่วนที่พักน้อย ในทางกลับกัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยจะใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่าทำให้มีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายของที่พักอาศัยและอาหารและเครื่องดื่มสูงกว่าประเทศอื่นๆ

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. It is rendered in a dark teal color and has a thick, rounded, modern font style. Below the character, there is a solid teal circle of a similar color. The background is a solid, slightly lighter teal color.

**ข้อเสนอแนะ**



## ภาพรวมของปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 84 ประสบปัญหาไม่สามารถใช้จ่ายเงินได้ตามต้องการ โดยปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบมากที่สุดคือ

- 1. มีความกังวลในการถูกหลอกลวง** พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาร้อยละ 31
- 2. ไม่มีกิจกรรมอื่นที่อยากทำเพิ่มอีก** พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาร้อยละ 14
- 3. ไม่มีความสะดวกสบาย** พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาร้อยละ 12

ดังนั้น ททท. จึงควรให้ความสำคัญสำหรับการแก้ปัญหา ดังต่อไปนี้

### **1. สร้างความมั่นใจในการใช้จ่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ**

พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีความกังวลเรื่องการถูกหลอกลวงเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ให้ความสำคัญในการช้อปปิ้งในประเทศไทยมากนัก จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการให้คำแนะนำว่า การออกใบรับรองสำหรับผู้ประกอบการที่มีคุณภาพจะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ส่วนหนึ่ง ซึ่งวิธีดังกล่าวเคยถูกนำไปใช้ที่ฮ่องกงเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้สัดส่วนในการใช้จ่ายกับการช้อปปิ้งสูงขึ้น

### **2. จัดกิจกรรมและนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง**

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวไม่พบกิจกรรมที่น่าสนใจที่สามารถตอบสนองความต้องการได้เท่าที่ควร โดยจะเห็นได้จากสัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับการท่องเที่ยวและสถานบันเทิงต่างๆนั้นมีเพียง 16% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ดังนั้นการจัดกิจกรรมต่างๆหรือมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ๆ จะสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้ ตัวอย่างเช่น ประเทศสิงคโปร์และฮ่องกงซึ่งกำลังใช้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยวิธีนี้เช่นเดียวกัน

### **3. การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ**

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 12 ประสบปัญหาความไม่สะดวกต่างๆในการท่องเที่ยวดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดย

- ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

การขาดข้อมูลหรือการได้รับข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนและถูกต้องก่อให้เกิดปัญหาในความไม่สะดวกในการใช้จ่ายต่างๆ เช่น ปัญหาในเรื่องการรับประทานอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ตัวอย่างเช่น ชาวตะวันออกกลางและชาวอินโดนีเซีย ซึ่งประสบปัญหาอย่างมากสำหรับการเลือกซื้ออาหารที่จะสามารถรับประทานได้ โดยไม่ขัดกับศาสนา ดังจะเห็นได้จากการที่ประเทศสิงคโปร์มีวิธีการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวผ่านทางโทรศัพท์มือถือซึ่งเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งสำหรับการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

- การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

บุคลากรเป็นส่วนสำคัญในการอำนวยความสะดวกและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นการให้ความสำคัญสำหรับการพัฒนาและสร้างมาตรฐานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการที่ประเทศสิงคโปร์และฮ่องกงมีการกำหนดและกรวางแผนในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อต้องการให้การบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด



# ข้อเสนอแนะสำหรับอุตสาหกรรมที่พักและโรงแรม

## การตลาดและการตั้งราคาห้องพักที่เหมาะสม

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเข้าพักในห้องพักระดับราคา 1,000 – 2,000 บาทต่อคืนมากที่สุด โดยมีอัตราส่วนการใช้จ่ายสำหรับห้องพักคิดเป็น 28% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการใช้จ่ายที่เปลี่ยนไปโดยให้ความสำคัญสำหรับความคุ้มค่าในการใช้จ่ายมากขึ้น ดังนั้นเมื่อพิจารณาความแตกต่างสำหรับราคาห้องพักของโรงแรมในกรุงเทพฯระดับ 3 ดาวและ 4 ดาวพบว่ามีราคาแตกต่างเฉลี่ยสูงถึง 1,649 บาทต่อคืน ทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มนิยมเลือกห้องพักในระดับ 3 ดาวมากกว่าถึงแม้ว่าราคาห้องพักในระดับ 4 ดาวในกรุงเทพฯนั้นจะมีราคาต่ำกว่าราคาที่พักเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายสำหรับการเดินทางนอกประเทศก็ตาม ดังนั้นการตั้งราคาที่พักและโรงแรมของผู้ประกอบการในกลุ่มต่างๆควรมีความเหมาะสมและสอดคล้องกัน

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า ไม่สามารถจะกำหนดระดับราคาที่พักในราคาที่สูงขึ้นได้ เนื่องจากอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวไม่สูงมากนัก แต่จากการศึกษาพบว่า ประเทศจีนและมาเลเซียมีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในปี 2553 ประมาณ 50% ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามประเทศจีนและมาเลเซียสามารถคิดราคาห้องพักสูงกว่าราคาห้องพักในประเทศไทยประมาณ 40% ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเพื่อจะสามารถทำการตลาดที่ถูกต้องและเหมาะสมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวชาว	ราคาห้องพักเฉลี่ย* ( บาท/คืน)		ระดับที่พัก	ราคาห้องพักเฉลี่ยในกรุงเทพ ( บาท/คืน)
	นอกประเทศ	ในประเทศ		
ญี่ปุ่น	5,796	4,647	**	1,149
ออสเตรเลีย	5,396	5,296	***	1,549
อเมริกา	5,296	3,747	****	3,198
จีน	5,146	4,696	*****	6,395
รัสเซีย	5,096	4,946		
สหราชอาณาจักร	4,946	4,097		
ฮ่องกง	4,746	3,947		
อินเดีย	4,547	2,798		
สิงคโปร์	4,347	5,896		
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	5,035	4,452		
			ประเทศ	ราคาห้องพักเฉลี่ย (บาท/คืน)
			จีน	4,846
			มาเลเซีย	4,297
			ไทย	3,447





# ข้อเสนอแนะสำหรับอุตสาหกรรมทัวร์และการนำเที่ยว

## คุณภาพในการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ไม่สามารถใช้จ่ายในประเทศไทยได้มากเท่าที่ ต้องการ โดยมีการใช้จ่ายจริงน้อยกว่างบประมาณที่กำหนดไว้เฉลี่ยประมาณ 8.6 % โดยนักท่องเที่ยวแบบ กลุ่มทัวร์ชาวอินโดนีเซียและจีนไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามงบประมาณที่ตั้งไว้เป็นจำนวนมากที่สุด โดยมีการ ใช้จ่ายจริงน้อยกว่างบประมาณที่กำหนดไว้ถึง 28% และ 22% ตามลำดับ และจากการที่นักท่องเที่ยวทั้ง สองประเทศนี้นิยมท่องเที่ยวในแบบกลุ่มทัวร์เป็นส่วนใหญ่ จึงควรได้รับความสำคัญสำหรับการแก้ปัญหา นอกจากนี้ปัญหาที่พบมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มทัวร์ คือ ข้อจำกัดด้านเวลาส่งผลให้นักท่องเที่ยว ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการ

วิธีการหนึ่งสำหรับการแก้ปัญหาคือ ชี้แนะและทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการทัวร์และการนำเที่ยว ถึงความต้องการจริงของนักท่องเที่ยวกลุ่มทัวร์ดังกล่าว สำหรับความต้องการใช้เวลาในการทำกิจกรรมใดๆ เป็นพิเศษ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการทัวร์มุ่งเน้นจำนวนของ สถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งทริปมากกว่าคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมและรายละเอียดต่างๆ ในแพ็คเกจ

ประเทศ	งบประมาณต่อวัน	ใช้จ่ายจริง/ต่อวัน	Δ
สหรัฐอเมริกา	7,360	7,886	(526)
อินโดนีเซีย	8,166	5,852	2,314
ญี่ปุ่น	8,152	10,905	(2,753)
ออสเตรเลีย	3,076	4,036	(960)
อินเดีย	8,589	7,381	1,208
จีน	7,057	5,520	1,537
สหราชอาณาจักร	3,820	3,615	205
เฉลี่ย	7,548	6,899	649



## ข้อเสนอแนะสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

### ความสะอาดและการให้ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับอาหาร

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญสำหรับความสะอาดของอาหารและเลือกรับประทานอาหารที่ตนคุ้นเคยในระหว่างการท่องเที่ยวเป็นพิเศษเพราะมีความกังวลสำหรับการเจ็บป่วยที่จะเกิดจากการรับประทานอาหารระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้นการให้ความสำคัญด้านความสะอาดและการให้ข้อมูลในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่ม อาทิเช่น ชนิดของอาหาร ราคา และร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวสามารถให้ความไว้วางใจได้ถึงความปลอดภัยจะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการรับประทานอาหารและใช้จ่ายเงินได้มากขึ้น

การรับรู้และเข้าใจว่าอาหารไทยมีรสชาติเผ็ดเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการที่จะรับประทานอาหารไทยระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้นควรมีการนำเสนอภาพลักษณ์ของอาหารไทยถึงรสชาติที่เข้มข้นและดีต่อสุขภาพซึ่งจะสามารถเชิญชวนนักท่องเที่ยวทดลองรับประทานอาหารไทยมากขึ้น

การท่องเที่ยวฮ่องกงมีความพยายามในการโปรโมทให้นักท่องเที่ยวรู้จักและรับประทานอาหารระหว่างการท่องเที่ยวโดยมีการจัดกิจกรรมอาหารประจำปีเพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายและให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับอาหารแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้

นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง อินเดีย และอินโดนีเซีย เป็นกลุ่มที่มีปัญหาในการรับประทานอาหารในเมืองไทยเป็นอย่างมากเนื่องจากมีข้อกำหนดทางศาสนา ดังนั้นจึงควรให้ความรู้กับผู้ประกอบการเพื่อเตรียมความพร้อมที่จะจัดหาอาหารไว้บริการกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยเฉพาะ จากการสัมภาษณ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พบว่า อาหารที่รับประทานระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นอาหารจานด่วนในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยจากการรับประทานดังกล่าวมาจากประเทศตนแล้ว



## ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจการโชว์, การแสดงและ สถานบันเทิง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านเวลาและมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัย ทำให้ไม่ต้องการใช้จ่ายกับกิจกรรมเพื่อความบันเทิงและชมการแสดงต่างๆ ได้มากตามที่ต้องการดังนั้นควรใช้วิธีแก้ปัญหาดังต่อไปนี้

- **ทำการส่งเสริมและโปรโมทกิจกรรมการแสดงต่างๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้**

จากการศึกษาพบว่า การที่นักท่องเที่ยว ไม่มีกิจกรรมอื่นที่อยากทำเพิ่มอีก เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ไม่สามารถมีค่าใช้จ่ายได้มากเท่าที่นักท่องเที่ยวต้องการ จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองไม่มีการรับรู้ถึงข้อมูลสำหรับกิจกรรมและการแสดงต่างๆ ในประเทศไทยมากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการจะเน้นทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์มากกว่า แต่เนื่องจากประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวด้วยตนเองสูงถึง 78% ประกอบกับการที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาที่ไม่สามารถหากิจกรรมอื่นที่อยากทำเพิ่มอีกได้ ดังนั้นการเพิ่มโอกาสสำหรับนักท่องเที่ยวในการได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจจะสามารถช่วยกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ใช้จ่ายเงินได้มากขึ้น

- **รณรงค์เรื่องความปลอดภัย**

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยเป็นพิเศษโดยเฉพาะในการใช้บริการสถานบันเทิงต่างๆ อาทิเช่น การถูกทำร้ายร่างกาย การฉ้อโกงข่มขู่และการที่คนแปลกหน้าพยายามเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ จากการความคิดเห็นของผู้ประกอบการเสนอว่าหน่วยงานของรัฐควรประสานงานกับทางตำรวจ ททท. ท้องถิ่นและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรดูแลและให้ความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวอย่างจริงจังเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการท่องเที่ยวและจะส่งผลถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้จ่ายมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การจัดให้มีตำรวจท้องถื่นดูแลความปลอดภัยหรือการตั้งศูนย์โทรศัพท์ให้ความช่วยเหลือ (hotline) เพื่อรับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือรับร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



## ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตสินค้าและร้านค้าปลีก

ประเทศไทยถือว่ามึจุดแข็งในเรื่องการช้อปปิ้งในหลายด้าน เช่น มีสินค้าที่หลากหลาย และ สถานที่ช้อปปิ้งที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ทุกกลุ่ม จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มั่นใจในคุณภาพและกลัวสินค้าลอกเลียนแบบ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในด้านการสื่อสารจึงทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้จ่ายกับการช้อปปิ้งได้มากตามต้องการ ดังนั้นเพื่อช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถใช้จ่ายได้มากขึ้นควรมีการพัฒนาดังต่อไปนี้

### • พัฒนาคูณภาพของสินค้า

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มั่นใจในคุณภาพและกลัวสินค้าลอกเลียนแบบ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มของเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าประเทศไทยยังไม่มีตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญในการสร้างตราสินค้าและคุณภาพของสินค้า ส่งผลให้ไม่สามารถตั้งราคาขายของสินค้าต่างๆได้สูงมากนัก ดังนั้นจึงควรมีการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการรู้ถึงความสำคัญของคุณภาพของสินค้าและส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีคุณภาพอย่างเช่น การท่องเที่ยวฮ่องกงจะออกใบรับรองร้านค้าที่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ อาทิเช่น การมีป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน มีการรับประกันสินค้าหลังการขายซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการซื้อสินค้ามากขึ้น

### • พัฒนาศักยภาพของบุคลากร

การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายในการช้อปปิ้งเพิ่มขึ้นจำเป็นต้องใช้บุคลากรที่มีความเข้าใจถึงความต้องการและสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการที่มีนักท่องเที่ยวจากประเทศใหม่ๆเข้ามาเมืองไทยมากขึ้น เช่น รัสเซีย จีน อินเดีย และ อินโดนีเซีย ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถให้บริการและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก ทำให้เป็นเรื่องยากในการกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาบุคลากรเพื่อช่วยให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิเช่น ส่งเสริมการอบรมการขาย การบริการและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเบื้องต้นกับนักท่องเที่ยวสำหรับชาวรัสเซีย จีน อินเดีย และอินโดนีเซีย เป็นต้น



## ข้อเสนอแนะสำหรับการขนส่งและการเดินทาง

ปัญหาของความไม่สะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นปัญหาที่ต้องใช้เวลาและความร่วมมือจากหลายฝ่ายในการแก้ไข จากการศึกษาพบว่าระบบการเดินทางที่ไม่มีประสิทธิภาพทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเที่ยวชมสถานที่ต่างๆในประเทศไทยได้มากตามต้องการ ดังนั้นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือ

### 1. สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีการเตรียมตัวศึกษาวิธีการเดินทางไว้ก่อนแล้วแต่สิ่งที่เป็นอุปสรรคในการเดินทางให้นักท่องเที่ยวคือความไม่พร้อมของอุปกรณ์ตามสถานที่ต่างๆ อาทิเช่น ป้ายบอกทางที่ไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายตารางเวลาและรายละเอียดของระบบการขนส่งต่างๆเช่น รถไฟ รถทัวร์ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปตามสถานที่ที่ต้องการได้

### 2. การจัดระเบียบของระบบการขนส่งสาธารณะสำหรับผู้ให้บริการ

สำหรับในบางพื้นที่ เช่นจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ยังไม่มีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และประกอบกับผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทในท้องถิ่นจึงยังไม่มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีพอ ดังนั้นจึงควรมีการขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการในพื้นที่ในการสร้างมาตรฐานสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ อาทิเช่น มีการกำหนดราคาที่ชัดเจนและการรณรงค์การขับขี่ที่ปลอดภัย

### 3. ปัญหารถแท็กซี่ และ รถตุ๊กตุ๊ก

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีปัญหาในการใช้บริการรถแท็กซี่และรถตุ๊กตุ๊กมากที่สุด โดยปัญหาหลักคือ การสื่อสารที่ไม่เข้าใจกัน อีกทั้งนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการคิดค่าโดยสารที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากในปัจจุบันมีคนขับแท็กซี่จำนวนน้อยมากที่ใช้มิเตอร์ในการคิดค่าโดยสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การแก้ปัญหาเบื้องต้นอาจใช้วิธีจัดหาบริษัทหรือสหกรณ์รถแท็กซี่ที่มีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้โทรศัพท์เรียกใช้บริการรถแท็กซี่ผ่านศูนย์บริการจะเป็นการแก้ปัญหาเรื่องการสื่อสารและการคิดราคาที่ไม่เป็นธรรมได้อีกวิธีหนึ่ง

## ภาคผนวก

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีน

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงลึก

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงปริมาณ



ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีน

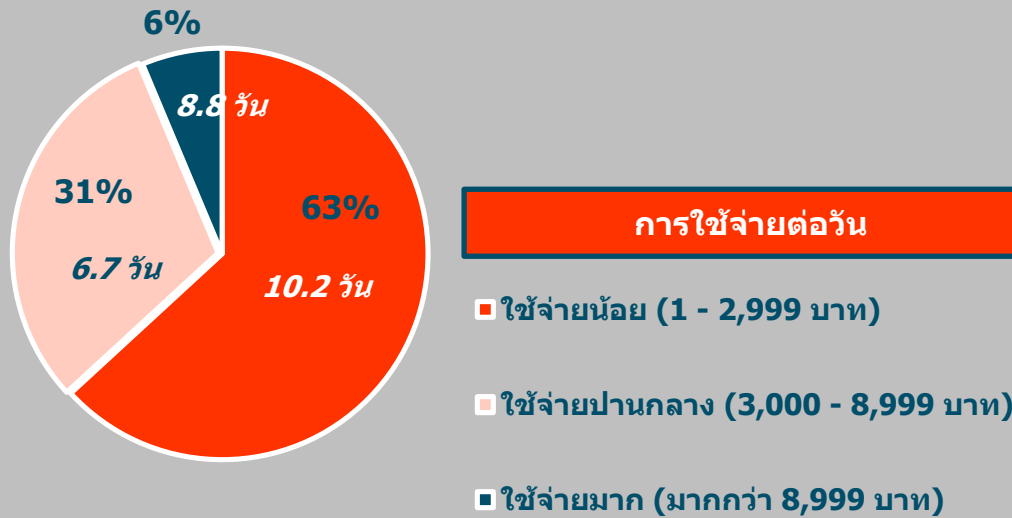
# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีน



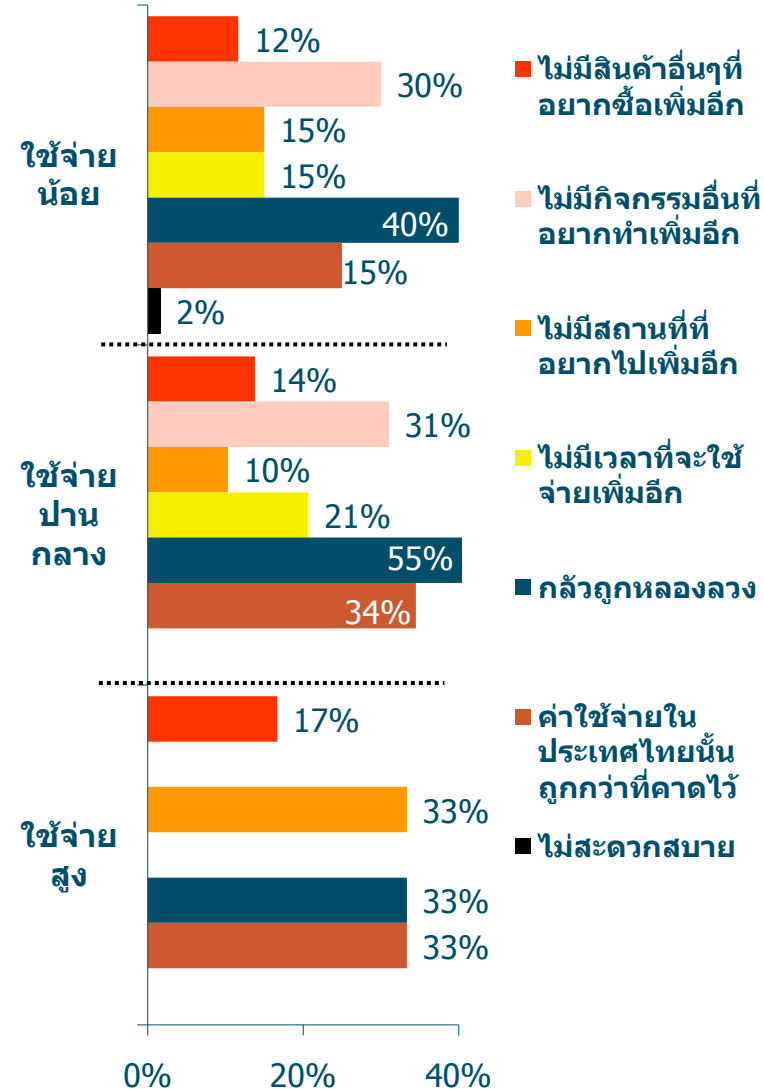
synovate

Business Consulting

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ

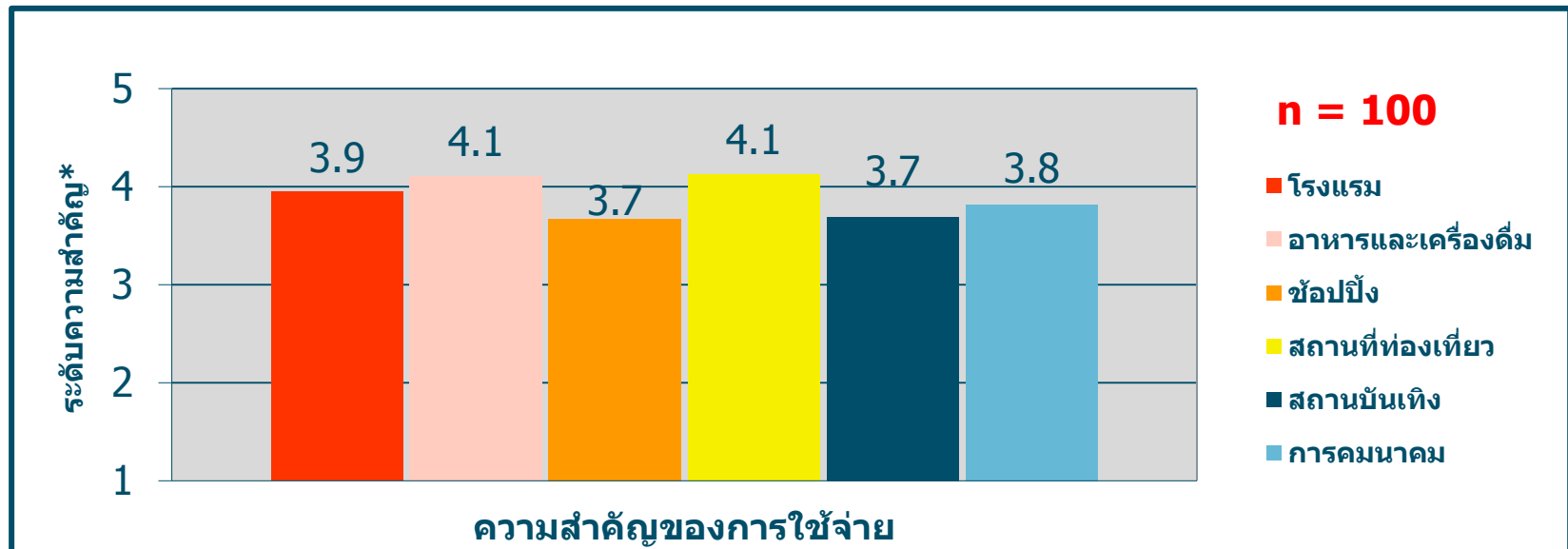


- นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ที่เดินทางมาประเทศไทยเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันไม่สูงมากนัก (1-2,999 บาทต่อวัน) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะใช้เวลาเฉลี่ยท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลา 10.2 วัน ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายรวมสำหรับการเดินทางสูง
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลาง (3,000 - 8,999 บาทต่อวัน) จะใช้เวลาเฉลี่ยอยู่ในประเทศไทยประมาณ 6.7 วัน และเหตุผลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สามารถใช้จ่ายในเมืองไทยได้ตามที่ต้องการคือ กลัวที่จะถูกหลอกหลวง (คิดเป็นสัดส่วน 55%) ค่าใช้จ่ายในเมืองไทยถูกกว่าที่คาดไว้ (คิดเป็นสัดส่วน 34%) และไม่มีกิจกรรมอื่นที่อยากจะทำเพิ่มอีก (คิดเป็นสัดส่วน 31%)
- นักท่องเที่ยวที่มีอำนาจในการใช้จ่ายสูง (มากกว่า 8,999 บาท ต่อวัน) ส่วนใหญ่จะไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาโดยสามารถท่องเที่ยวในเมืองไทยได้นานถึง 8.8 วัน และสำหรับปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามความต้องการคือกลัวถูกหลอกหลวงสัดส่วน 33%, ค่าใช้จ่ายในเมืองไทยถูกสัดส่วน 33%, และไม่สามารถหากิจกรรมอื่นที่อยากจะทำเพิ่มอีกสัดส่วน 33%



# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

นักท่องเที่ยวชาวจีนจะให้ความสำคัญสำหรับการใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม และหมวดสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.1

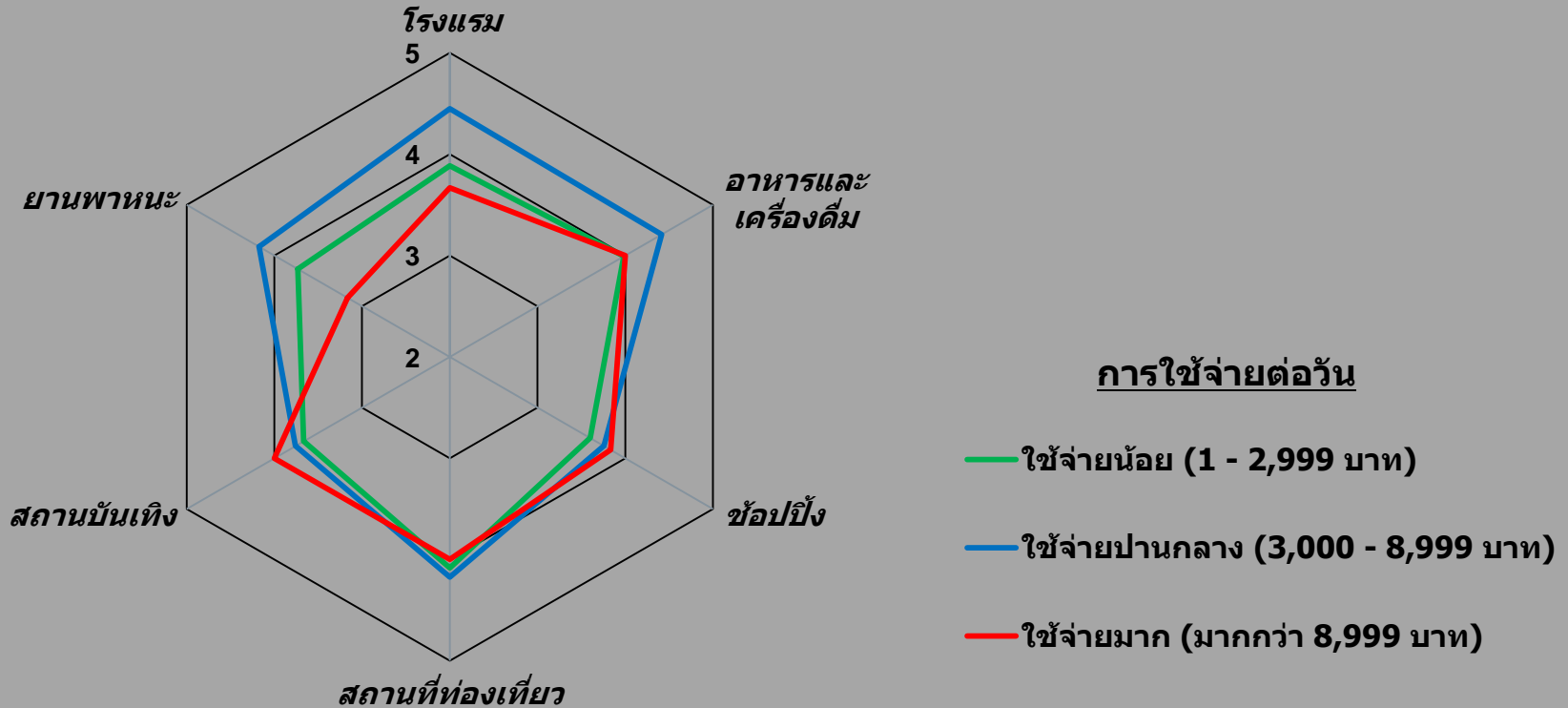


- นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับทุกๆหมวดใกล้เคียงกัน โดยมีคะแนน อยู่ในช่วง 3.7 ถึง 4.1 คะแนน
- หมวดสถานที่ท่องเที่ยว หมวดอาหารและเครื่องดื่มเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายมากที่สุด โดยมีระดับความสำคัญเฉลี่ยที่ 4.1 คะแนน
- สถานบันเทิงและการช้อปปิ้งเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญน้อยที่สุด มีคะแนนความสำคัญเฉลี่ยที่ 3.7 คะแนน โดยมีเพียงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูง ( มากกว่า 8,000 บาทต่อวัน) เท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายใน 2 หมวดนี้

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยหรือจะใช้จ่ายน้อย และ 5 มีความสำคัญมากหรือจะใช้จ่ายมาก

# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีน

## การให้ความสำคัญของการใช้จ่ายในแต่ละหมวด



### การใช้จ่ายต่อวัน

— ใช้จ่ายน้อย (1 - 2,999 บาท)

— ใช้จ่ายปานกลาง (3,000 - 8,999 บาท)

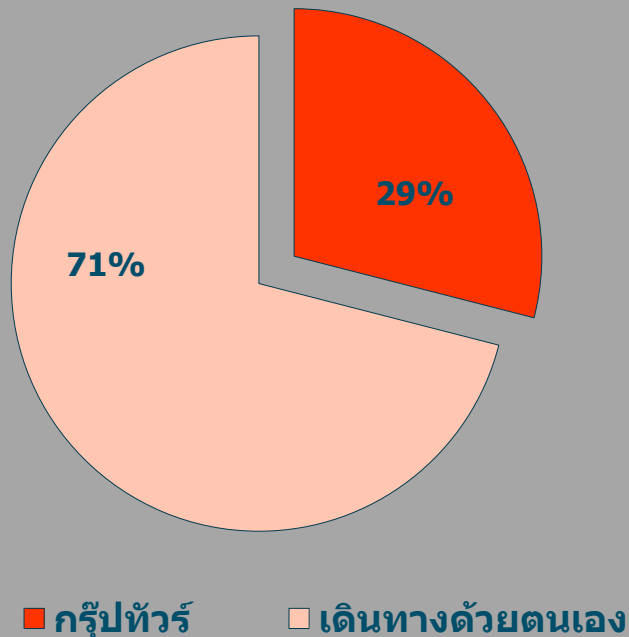
— ใช้จ่ายมาก (มากกว่า 8,999 บาท)

- นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญสูงในการใช้จ่ายกับหมวดสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยนั้นมีความเสี่ยงเรื่องความสวยงามและมีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ (สัดส่วนประมาณ 58%\*) เป็นกลุ่มที่เดินทางมายังประเทศไทยเป็นครั้งแรก จึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่อวันสูงจะให้ความสำคัญกับหมวดสถานบันเทิงมากที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงมากและพร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับการได้รับบริการในส่วนนี้ โดยมีการใช้จ่ายเฉลี่ยกับสถานบันเทิงเฉลี่ยอยู่ที่ 510 บาทต่อคน \*
- นักท่องเที่ยวชาวจีนในกลุ่มที่มีการใช้จ่ายระดับปานกลางจะให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายในหมวดโรงแรม, อาหารและเครื่องดื่ม, สถานที่ท่องเที่ยว และยานพาหนะ โดยมีระดับความสำคัญในระดับสูงในทุกหมวดมากกว่า 4 คะแนน

\*หมายเหตุ กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวปี 2553

# ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวประเทศไทยด้วยตนเอง  
จากการสำรวจมีสัดส่วนถึง**71%**เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยด้วยตนเอง



- จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวจีนท่องเที่ยวด้วยตนเอง **71%** และท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์ **29%**
- เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านภาษานักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้ดีจึงเลือกเดินทางกับทางกรู๊ปทัวร์เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ
- กรู๊ปทัวร์ที่มีราคาถูกของชาวจีน จะกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวโดยการช้อปปิ้ง โดยไกด์ทัวร์จะพาไปร้านค้าที่ได้มีการติดต่อกันไว้ก่อนในลักษณะขอผลตอบแทนร่วมเพื่อชดเชยกับรายได้ที่สูญเสียไปจากการขายแพคเกจทัวร์ในราคาถูก
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุเฉลี่ย **34** ปี โดยมีอายุต่ำกว่า **40** ปี ถึง **80%** ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากรู๊ปทัวร์นั้น มีเพียง **65%** ที่อายุต่ำกว่า **40** ปี

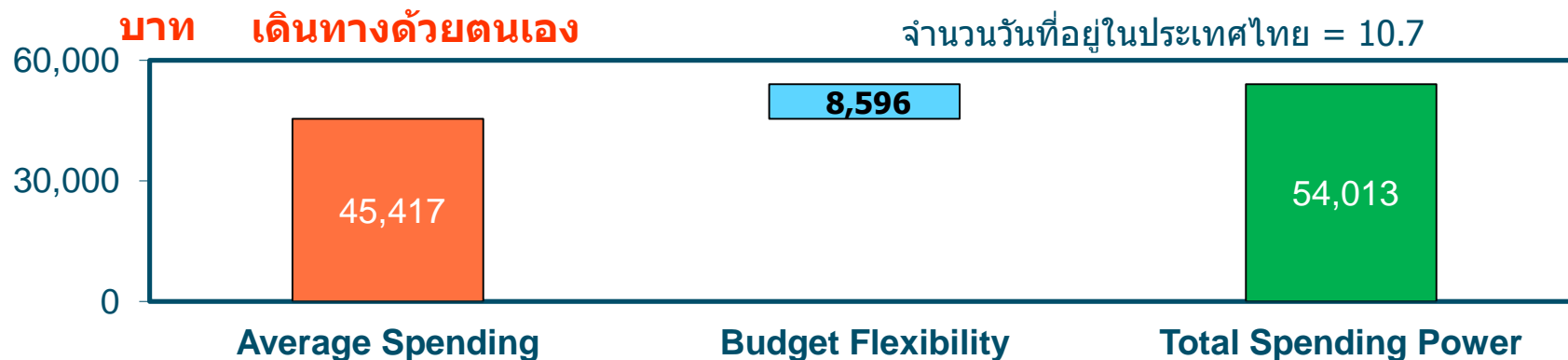
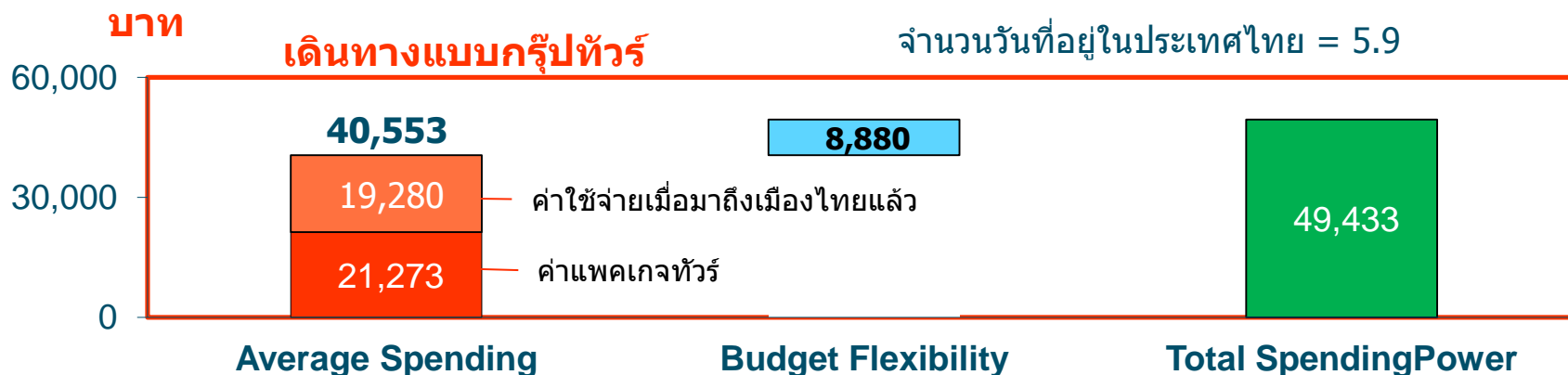
ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวจีน **57%\*** เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยด้วยตนเอง

\*หมายเหตุ กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวปี 2553



พฤติกรรมการใช้จ่ายของ  
นักท่องเที่ยวชาวจีน

# งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวตลาดชาวจีน



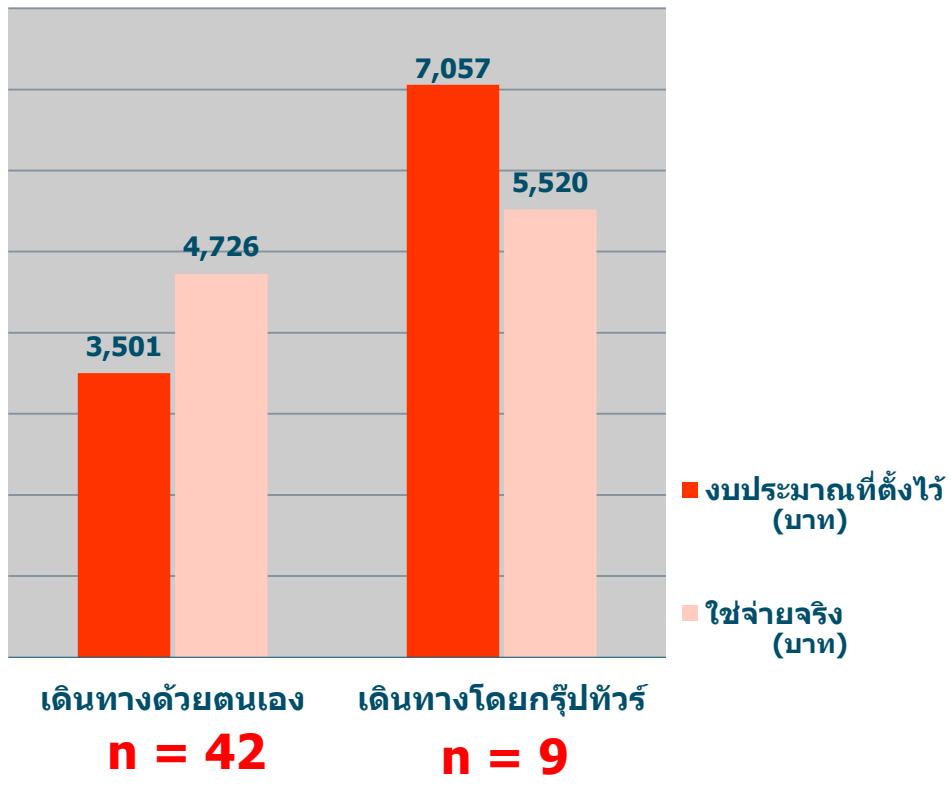
- นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาด้วยตนเองจะท่องเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ย 10.7 วัน และมีการใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 45,417 บาท ซึ่งสูงกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ประมาณ 9%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเอง เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์ได้ชำระค่าใช้จ่ายบางส่วนไปก่อนแล้ว ซึ่งคิดเป็นจำนวนมากกว่า 50% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด



# การใช้จ่ายและงบประมาณของนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการสำรวจ พบว่าสัดส่วน 51% นักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีการกำหนดงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยว โดย 12% ของนักท่องเที่ยวจำนวนดังกล่าวจะใช้จ่ายมากกว่างบประมาณที่ตั้งไว้เฉลี่ยประมาณ 50%

## จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน



- นักท่องเที่ยวชาวจีนสัดส่วน 51% มีการตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวชาวจีนสัดส่วน 12% มีการใช้จ่ายจริงมากกว่างบประมาณที่กำหนดไว้ถึง 50%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองจะใช้จ่ายเกินกว่าที่ตั้งงบประมาณไว้เฉลี่ยถึง 35% และนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์ใช้จ่ายน้อยกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ถึง 21%
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์จะมีการใช้จ่ายจริงเฉลี่ยที่ 7,057 บาทต่อวัน ซึ่งมากกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองประมาณ 17%

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต

# การกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนสำหรับ การท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งต่อไป

ในการมาเที่ยวเมืองไทยในครั้งต่อไปท่านคาดว่าจะใช้จ่ายอย่างไร

45%  
ใช้จ่ายเท่าเดิม

คำถาม: งบประมาณสำหรับการ  
ท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่านนั้นมี  
แนวโน้มที่จะสูงขึ้น ต่ำลง หรือเท่าเดิม  
ครับ

48%  
ใช้จ่ายมากขึ้น

7%  
ใช้จ่ายน้อยลง

แนวโน้ม	% การเปลี่ยนแปลงจาก งบประมาณในครั้งนี้
จ่ายสูงขึ้น	35%
จ่ายน้อยลง	26%
จ่ายเท่าเดิม	0%

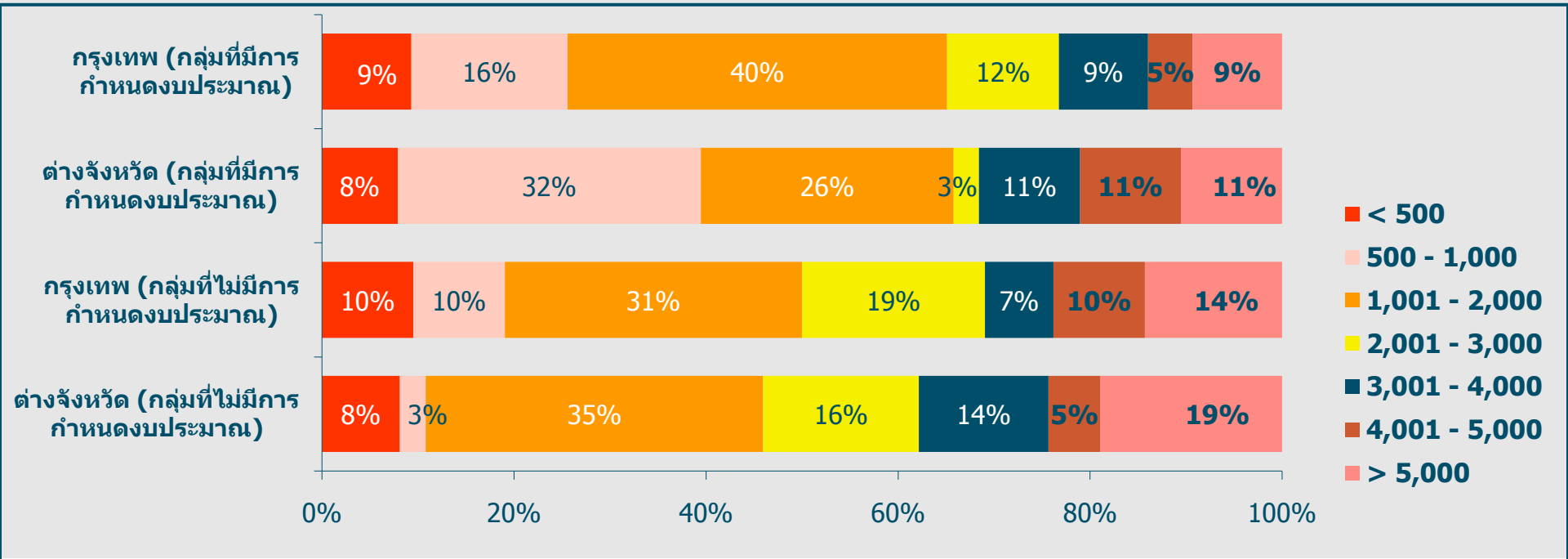
- นักท่องเที่ยวชาวจีนสัดส่วน 45% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนเท่าเดิมในการเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป
- นักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะใช้จ่ายมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งต่อไปคิดเป็นสัดส่วน 48% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยกำหนดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 35% อาจเป็นผลมาจาก
  - นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในประเทศไทยและต้องการที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น
  - เตรียมงบประมาณมาเพื่อช้อปปิ้งในครั้งต่อไปมากขึ้น
- มีนักท่องเที่ยวชาวจีนสัดส่วนเพียง 7% เท่านั้นที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายน้อยลงในการเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไป
- สภาพเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องของประเทศจีนนั้น มีผลอย่างมากที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางออกนอกประเทศมากขึ้น

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต



# ค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวจีน

นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ใช้จ่ายสำหรับที่พัก 1,001 – 2,000 บาทต่อคืน  
นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มที่กำหนดงบประมาณจะใช้จ่ายกับห้องพักที่มีราคาสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้  
กำหนดงบประมาณ



- นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่จะเข้าพักในห้องพักที่มีราคาเฉลี่ย 1,001 – 2,000 บาทต่อคืนมากที่สุด (สัดส่วน8%)
- นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการกำหนดงบประมาณสำหรับท่องเที่ยว มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายกับห้องพักน้อยกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณ โดยจะเข้าพักในโรงแรมที่ราคาต่ำกว่า 1,000 บาทต่อคืน มีสัดส่วนเท่ากับ 25% สำหรับที่พักในกรุงเทพ และ 40% สำหรับที่พักในต่างจังหวัด ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณจะเข้าพักในห้องพักที่ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อคืน เพียง 20% ในกรุงเทพ และ 11% ในต่างจังหวัด
- นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่ได้กำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายกับห้องพักในราคา 2,000 บาท ต่อคืนขึ้นไปมากกว่ากลุ่มที่มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยว

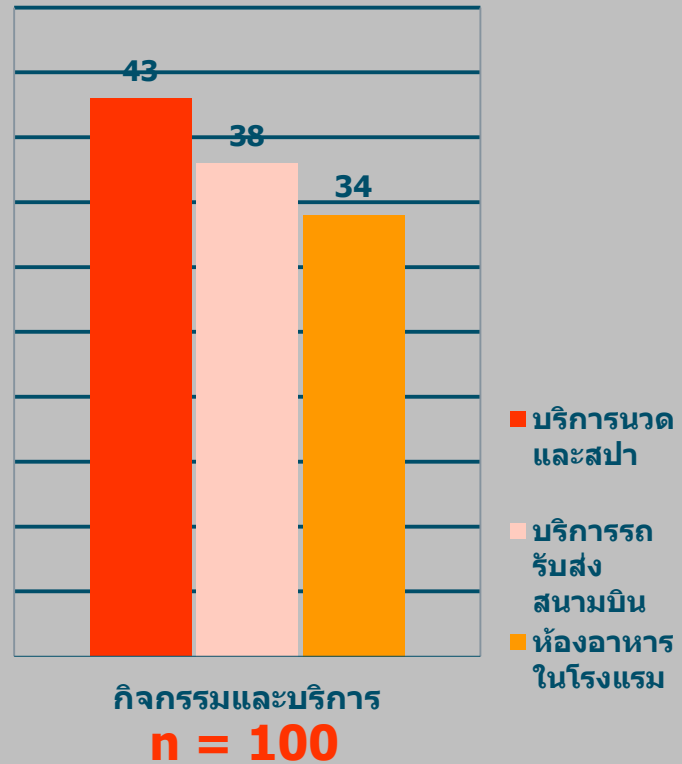




**ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีน  
ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ**



# ปัญหา 3 อันดับแรก สำหรับหมวดกิจกรรมและบริการในที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการ



## บริการนวดและสปา

- ปัญหาข้อจำกัดทางด้านการใช้ภาษาอื่น แม้ว่าพนักงานที่ให้บริการภายในโรงแรมจะสามารถพูดภาษาอังกฤษได้แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ดี ส่งผลให้พนักงานไม่สามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการกับนักท่องเที่ยวได้เต็มที่
- ราคาค่าบริการภายในโรงแรมมีราคาแพงกว่าการใช้บริการนวดและสปาภายนอกโรงแรม
- อุปสรรคในด้านเวลา อาจเนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช้เวลาอยู่ในที่พักมากนัก

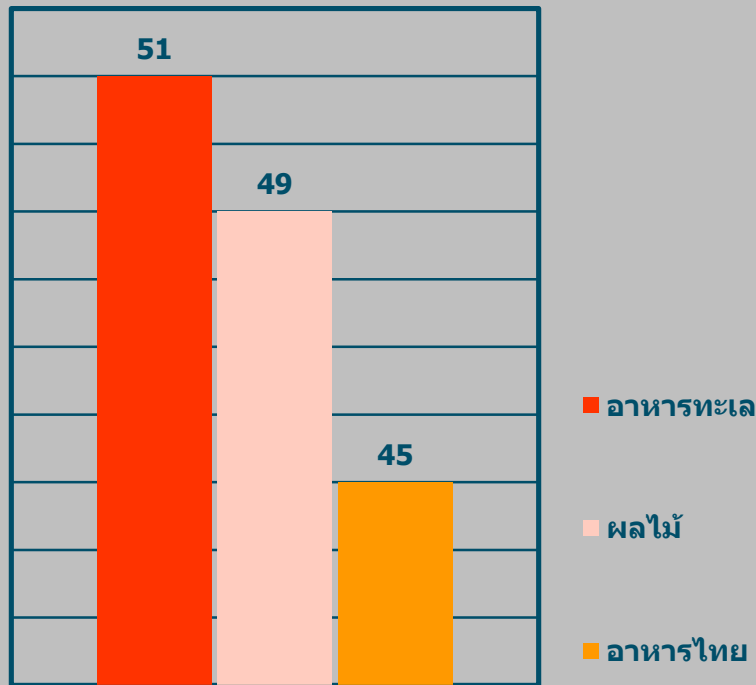
## บริการรถรับส่งสนามบิน

- สืบเนื่องจากการมีปัญหาทางด้านภาษาทำให้เกิดความเข้าใจที่ผิดพลาดสำหรับการใช้บริการรถรับส่งสนามบิน โดยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าโรงแรมที่เข้าพักมีบริการรถรับส่งไว้ให้บริการ
- มีความคิดว่าค่าบริการรถรับส่งของโรงแรมสูงมากเมื่อเทียบกับการเรียกใช้บริการรถแท็กซี่

## ห้องอาหารภายในโรงแรม

- คุณภาพของบริการที่ไม่ได้มาตรฐานไม่ว่าจะเป็นเรื่องของบุคลากรที่ไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ ร้านอาหารภายในโรงแรมมีความแออัดจนเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความรู้สึกไม่สะดวกสบายในการใช้บริการ

# ปัญหา3 อันดับแรกสำหรับหมวดอาหารและเครื่องดื่มของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ชนิดของอาหาร  
**n = 100**

## อาหารทะเล

- ปัญหาในด้านการสื่อสารกับผู้ชายทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายกับอาหารทะเลได้ตามต้องการ
- นักท่องเที่ยวชาวจีนสัดส่วน 14% เห็นว่า อาหารทะเลในประเทศไทยนั้นมีราคาที่สูงกว่าที่คิดไว้
- ปัญหาในเรื่องข้อมูลข่าวสารที่ไม่เพียงพอ เช่น สถานที่ตั้งร้านอาหารทะเลและชนิดหรือประเภทของอาหารทะเลที่ควรจะได้รับประทานในเมืองไทย

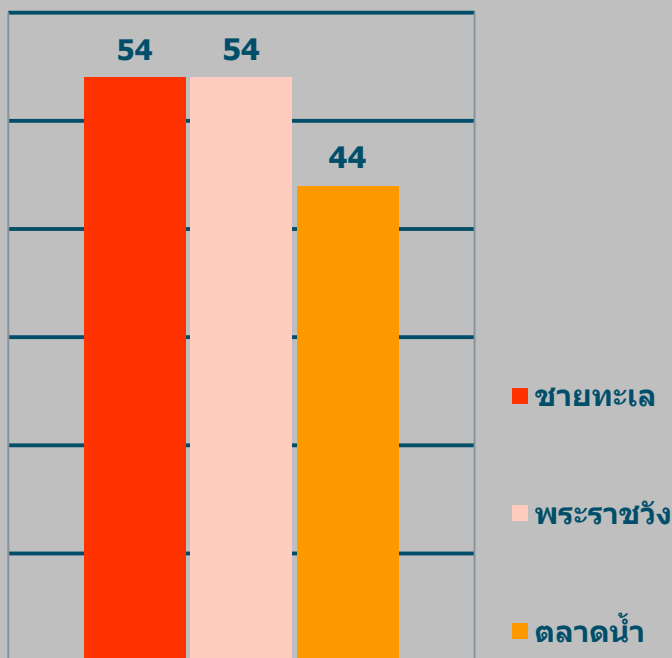
## ผลไม้

- ปัญหาด้านการสื่อสารกับผู้ชายและมีปัญหาเรื่องความสะดวก เนื่องจากร้านขายผลไม้ส่วนใหญ่เป็นร้านขายบนทางเท้า ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในความสะดวกส่งผลให้ไม่สามารถตัดสินใจซื้อผลไม้มารับประทานได้ตามต้องการ

## อาหารไทย

- สืบเนื่องจากปัญหาในการสื่อสารด้านภาษา ความสะดวก และอีกทั้งไม่สามารถหาอาหารไทยที่มีรสชาติถูกปาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้จ่ายกับอาหารไทยได้มากตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้

# ปัญหา 3 อันดับแรกสำหรับหมวดสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการ



สถานที่ท่องเที่ยว  
n = 100

## ขาดทะเล

- ปัญหาความแออัดตามชายหาด
- นักท่องเที่ยวชาวจีนจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวเมืองไทยค่อนข้างสั้นกว่านักท่องเที่ยวจากยุโรป ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนบางกลุ่มอาจเดินทางไปท่องเที่ยวในบริเวณภาคอื่นๆของประเทศไทยก่อนและไม่สามารถจัดการเวลาได้ดีพอสำหรับเพื่อเวลาในการเดินทางเที่ยวชมชายหาดในประเทศไทยได้

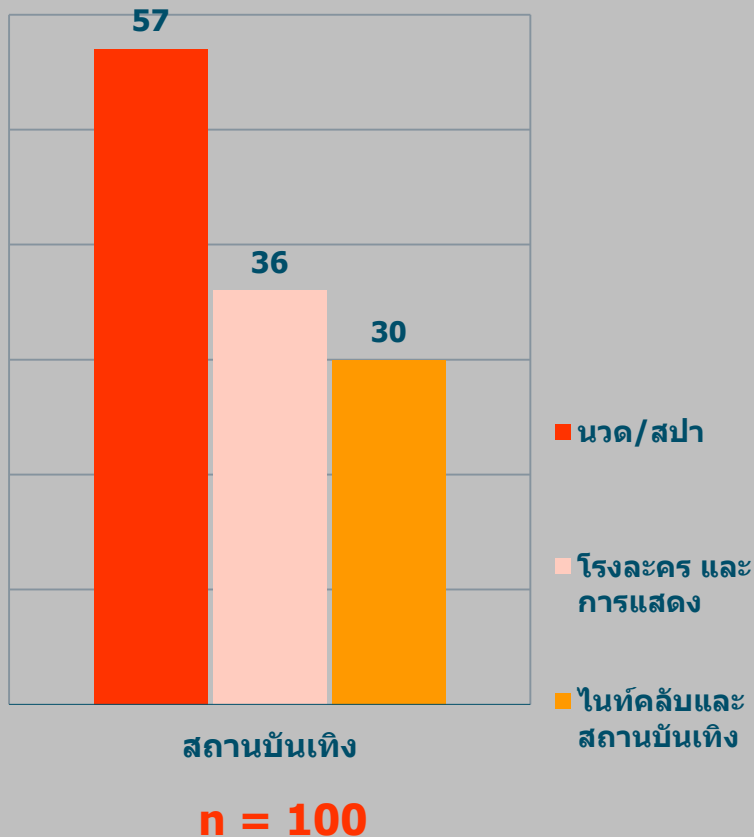
## พระราชวัง

- ความหนาแน่นของผู้คน
- ปัญหาทางด้านจราจรที่ติดขัดเพราะสถานที่ดังกล่าวตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการจราจรแออัดมีข้อจำกัดด้านเวลาทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงการเที่ยวชมพระราชวังในการจัดแผนการท่องเที่ยวในเมืองไทย

## ตลาดน้ำ

- ความหนาแน่นแออัดแน่นเกินไปทำให้เลือกซื้อของได้ไม่สะดวก
- การเดินทางค่อนข้างลำบาก  
สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองเนื่องจากไม่มีบริการขนส่งมวลชนที่สะดวก

# ปัญหา 3 อันดับแรกสำหรับหมวดสถานบันเทิงของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการ



## บริการนวดสปา

- ข้อจำกัดทางด้านภาษาและเวลาที่จำกัด เนื่องจากวางแผนจะมาใช้บริการนวด/สปา รองจากกิจกรรมอื่นๆทำให้ไม่มีโอกาสได้ใช้บริการอย่างตั้งใจไว้
- ราคาแพงกว่าที่คิดไว้และทำให้รู้สึกถูกเอาเปรียบจึงไม่กล้าใช้บริการอีก

## โรงละครและการแสดง

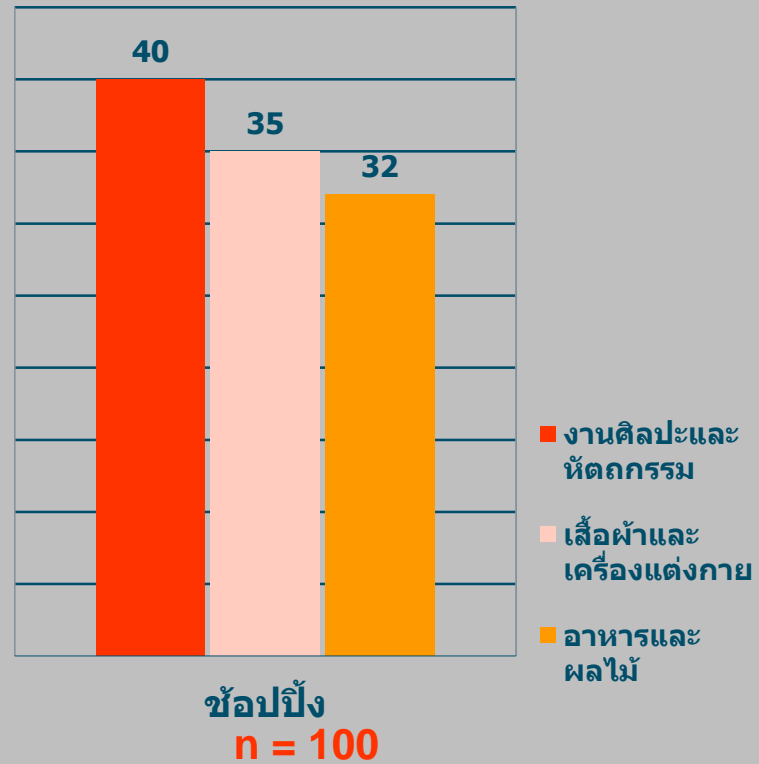
- การจัดสรรเวลาของการท่องเที่ยวที่ไม่ดีพอหรือไม่ให้ความสำคัญมากพอสำหรับการเข้ามาชมการแสดงในโรงละคร
- ขาดการให้รายละเอียดและคำแนะนำที่ดีสำหรับการใช้บริการโรงละครกับทางนักท่องเที่ยว

## ไนท์คลับและสถานบันเทิง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ราคาของเครื่องดื่มในไนท์คลับมีราคาสูงเกินไป



# การข้อปบ่ง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีน ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## งานศิลปะและหัตถกรรม

- กลัวว่าจะได้สินค้าที่มีคุณภาพต่ำหรือมีการปลอมแปลง
- ปัญหาทางด้านการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

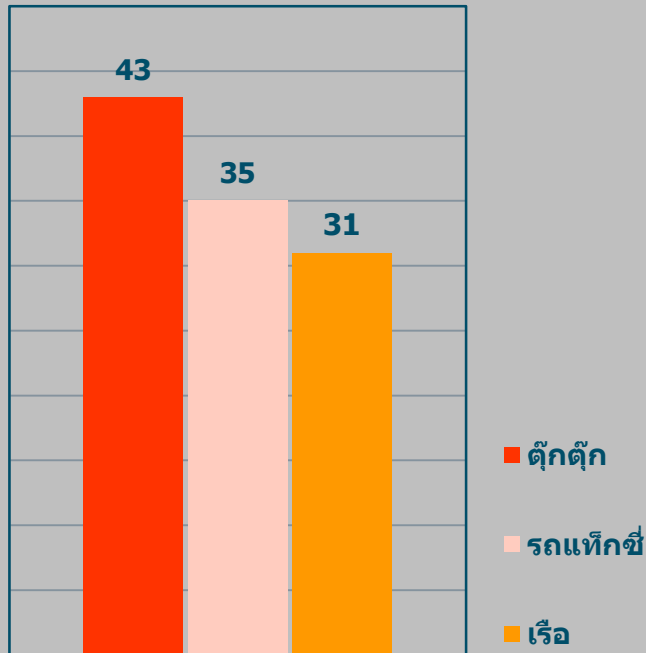
- กังวลว่าสินค้าที่ตนต้องการเป็นของลอกเลียนประกอบกับขาดข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า
- ปัญหาด้านการสื่อสาร

## อาหารและผลไม้

- มีความคิดเห็นที่ว่าอาหารและผลไม้แปรรูปในประเทศไทยมีราคาแพง
- ปัญหาในเรื่องของการสื่อสารกับผู้ขายสินค้า

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต

# ปัญหา 3 อันดับแรกสำหรับหมวดการเดินทางของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการ



การเดินทาง

n = 100

## รถตุ๊กตุ๊ก

- ขาดความปลอดภัย กลัวถูกเอารัดเอาเปรียบและอุปสรรคด้านภาษา

## รถแท็กซี่

- กลัวถูกเอารัดเอาเปรียบ
- ปัญหาในด้านการสื่อสารและมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยในการใช้รถแท็กซี่

## เรือ

- ดูไม่ปลอดภัยและทำให้นักท่องเที่ยวมีความกังวลในการใช้บริการ
- ความไม่สะอาดของแม่น้ำในประเทศไทยมีกลิ่นเหม็นและสกปรก

# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวจีน

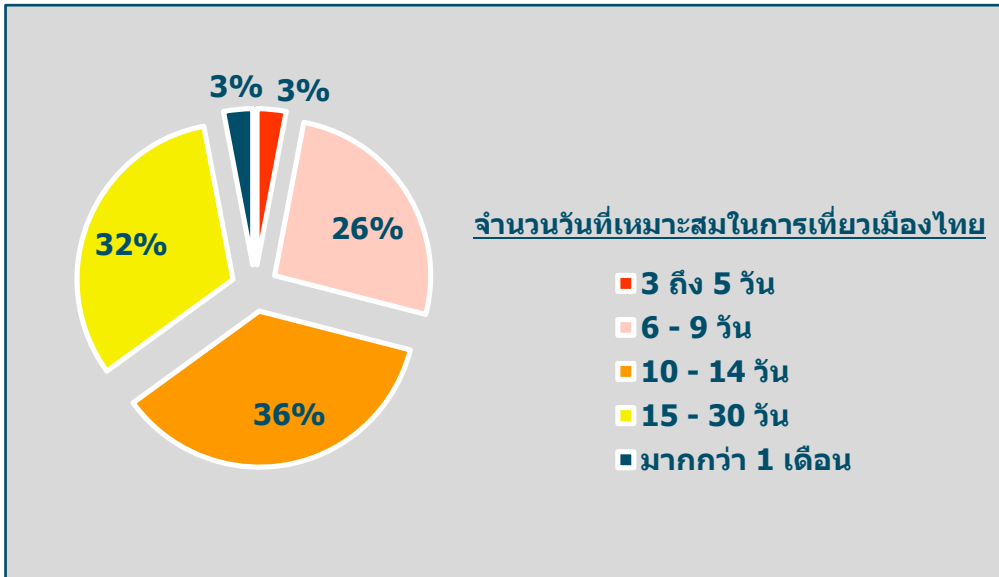
หมวดหมู่	ปัญหาที่พบ	หมายเหตุ
กิจกรรมและบริการในที่พัก	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดทางด้านภาษา 2. ราคา 3. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
	บริการรถรับส่งจากสนามบิน	1. ข้อจำกัดทางด้านภาษา 2. ไม่มีบริการในที่พัก 3. ราคาแพง
	บริการห้องอาหาร	1. ไม่มีบริการให้ในสถานที่พัก 2. ราคา 3. ความหนาแน่น
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารทะเล	1. ข้อจำกัดทางด้านภาษา 2. ราคา 3. รายละเอียดของสินค้า
	ผลไม้	1. ข้อจำกัดทางด้านภาษา 2. ความสะอาด 3. ราคาแพง
	อาหารไทย	1. ข้อจำกัดทางด้านภาษา 2. ไม่สามารถหาได้ 3. ความสะอาด
สถานที่ท่องเที่ยว	ชายหาด	1. ความหนาแน่น 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. ขาดรายละเอียด
	พระราชวัง	1. ความหนาแน่น 2. การเดินทาง 3. ข้อจำกัดด้านเวลา
	ตลาดน้ำ	1. ความหนาแน่น 2. การเดินทาง 3. ขาดรายละเอียด
สถานบันเทิง	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดทางด้านภาษา 2. ราคาสูงเกินไป 3. ข้อจำกัดด้านเวลา
	โรงละครการแสดง	1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา 2. ขาดรายละเอียด 3. ราคาแพง
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา 2. ราคาแพงเกินไป 3. ข้อจำกัดด้านภาษา
ช้อปปิ้ง	งานศิลปะและหัตถกรรม	1. ปัญหาเรื่องสินค้าลอกเลียนแบบ 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ราคาแพง
	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1. ปัญหาด้านสินค้าลอกเลียนแบบ 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ขาดรายละเอียด
	อาหารและผลไม้	1. ราคาที่สูงเกินไป 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ขาดรายละเอียด
ยานพาหนะ	รถแท็กซี่	1. กลัวราคาที่ไม่เป็นธรรม 2. ความปลอดภัย 3. ข้อจำกัดทางด้านภาษา
	รถตุ๊กตุ๊ก	
	เรือ	1. ความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง 2. ความสกปรก 3. กลัวถูกโกง



A large, stylized, light blue letter 'P' is positioned on the left side of the image. Below it, there is a solid blue circle. The background is a dark blue gradient.

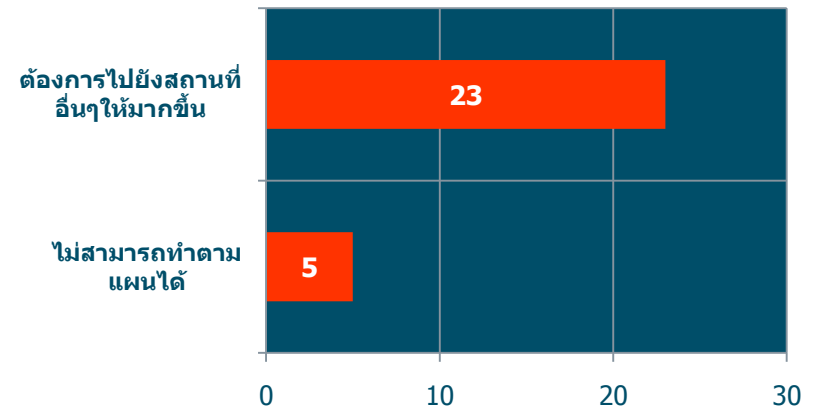
ระยะเวลาที่เหมาะสม

# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน

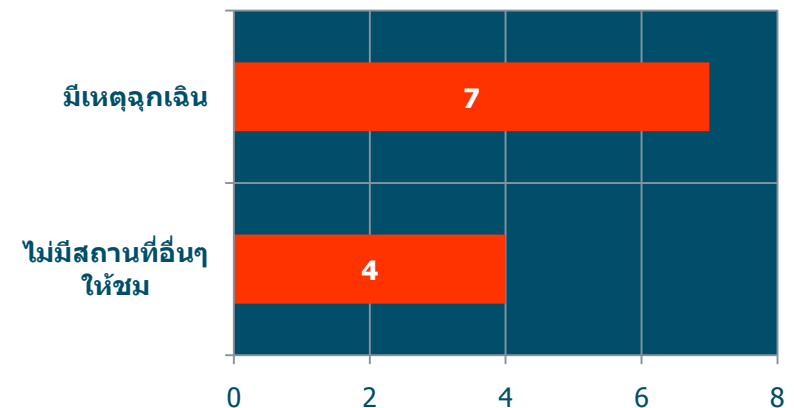


- นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องใช้เวลามากกว่า 10 วัน โดยมีนักท่องเที่ยวสัดส่วน 32% คิดว่าควรมีเวลามากกว่า 15 วัน จึงจะสามารถเที่ยวได้ครบตามที่ต้องการ
- นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนจำนวนถึง 1 ใน 4 เลือกที่จะอยู่ในประเทศไทยนานกว่าที่วางแผนไว้ในตอนแรก เนื่องจากยังมีความต้องการที่จะเดินทางไปยังสถานที่อื่นๆ อีก

## เหตุผลที่อยู่ยาวนานกว่าที่วางแผนไว้



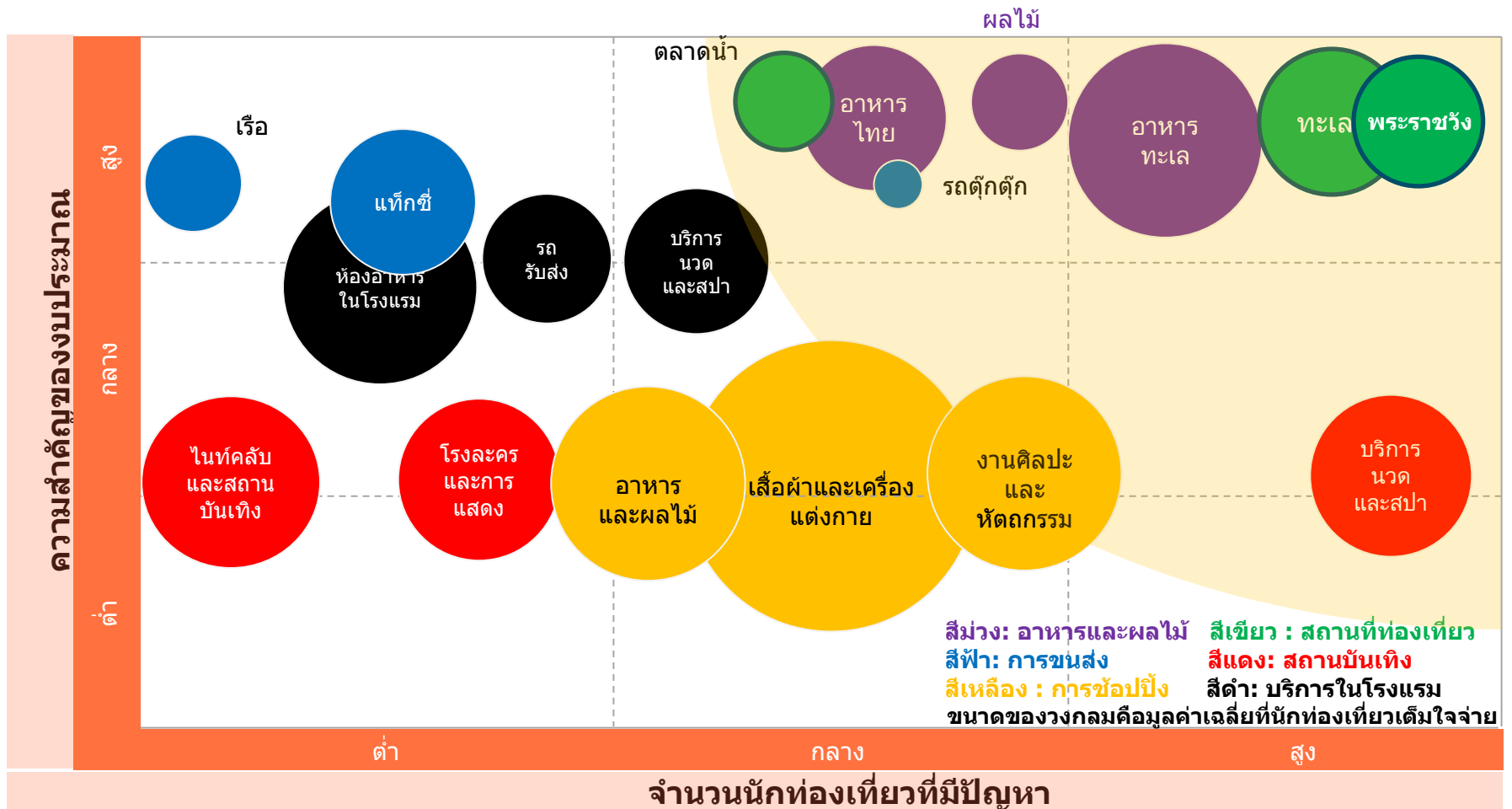
## เหตุผลที่อยู่ได้สั้นกว่าที่วางแผนไว้



A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the page. Below it, a solid blue circle is partially visible. The background is a dark blue gradient.

ข้อเสนอแนะ

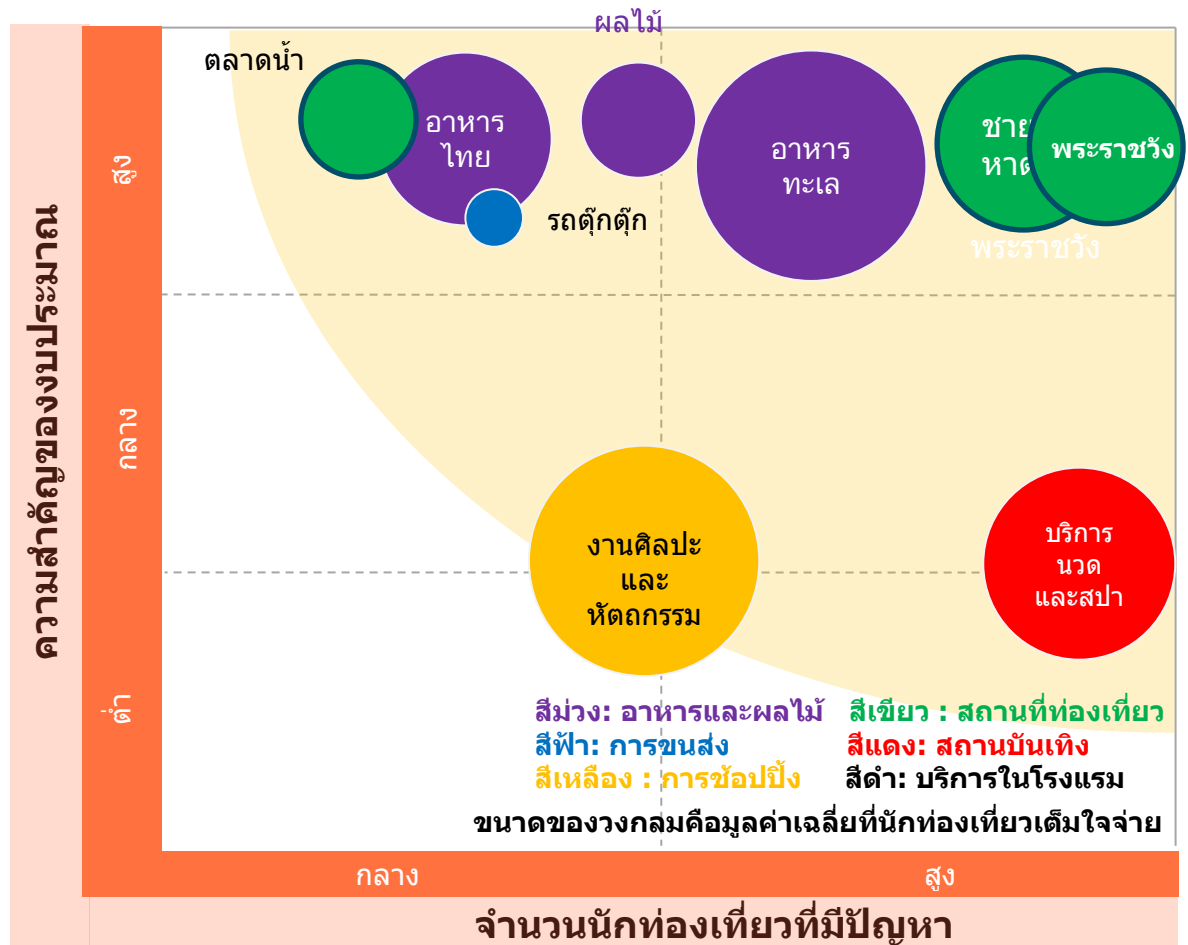
# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยว ชาวจีน



อาหารทะเล ชายทะเล อาหารไทย และพระราชวัง เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวจีน ให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูงและเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนมากประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยว ชาวจีน

- เมื่อพิจารณาจากระดับความสำคัญ จำนวนผู้ที่ประสบปัญหาและรายได้ที่ควรจะได้รับ ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขคือ
- อาหารเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวจีนพบปัญหาสูงทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการสัดส่วนถึง 51% กับอาหารทะเล และสัดส่วน 45% กับอาหารไทย โดยนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายกับอาหารทะเล และอาหารไทยโดยเฉลี่ยอีก 2,257 และ 1,821 บาทต่อคนตามลำดับ
- นักท่องเที่ยวชาวจีน สัดส่วน 54 % มีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ และมีความเต็มใจจะใช้จ่ายเพิ่มโดยเฉลี่ยอีก 2,078 บาทต่อคน
- แม้ว่าพระราชวังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจแต่จะมีปัญหาในการเข้า โดยมีสัดส่วนถึง 54% และต้องการใช้จ่ายเพิ่มอีก 1,245 บาทต่อคน



ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต

# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ อาหารทะเล อาหารไทย และการท่องเที่ยวบริเวณชายหาดและพระราชวัง เพราะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายและพบปัญหามาก

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมี ปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญใน การใช้จ่าย* (1-5)	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย	สัดส่วนนักท่องเที่ยว ที่เกิดปัญหา %
อาหารทะเล	4.1	2,257	51
ชายหาด	4.1	2,078	54
อาหารไทย	4.1	1,821	45
พระราชวัง	4.1	1,245	54

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยหรือจะใช้จ่ายน้อยและ 5 มีความสำคัญมากหรือจะใช้จ่ายมาก

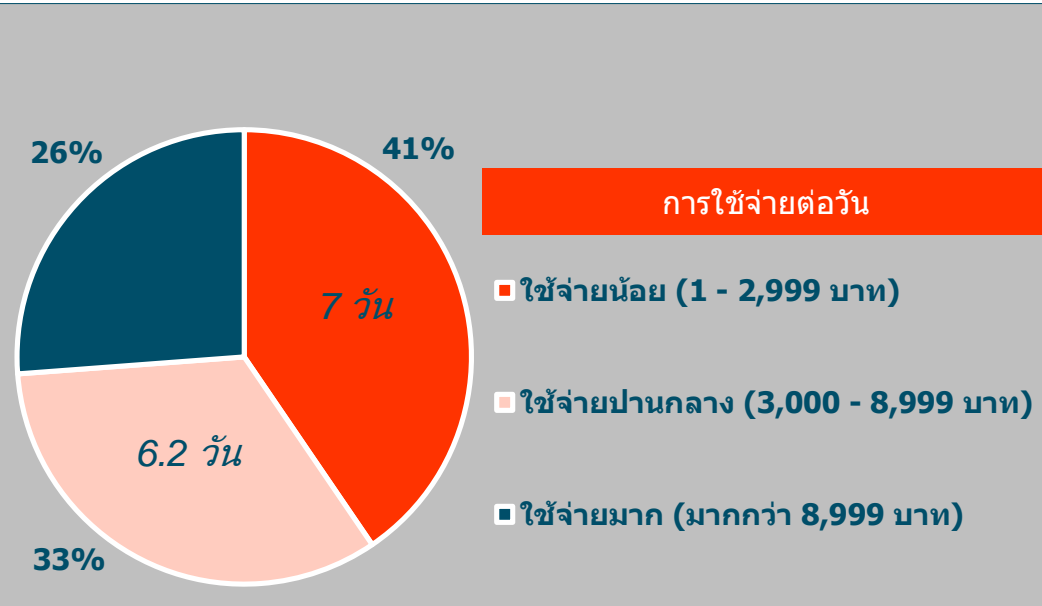
A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a lighter shade of teal against a darker teal background. Below it, a solid teal circle is partially visible. On the right side, the text 'ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น' is written in white, bold Thai script.

**ข้อมูลนักท่องเที่ยว  
ชาวญี่ปุ่น**



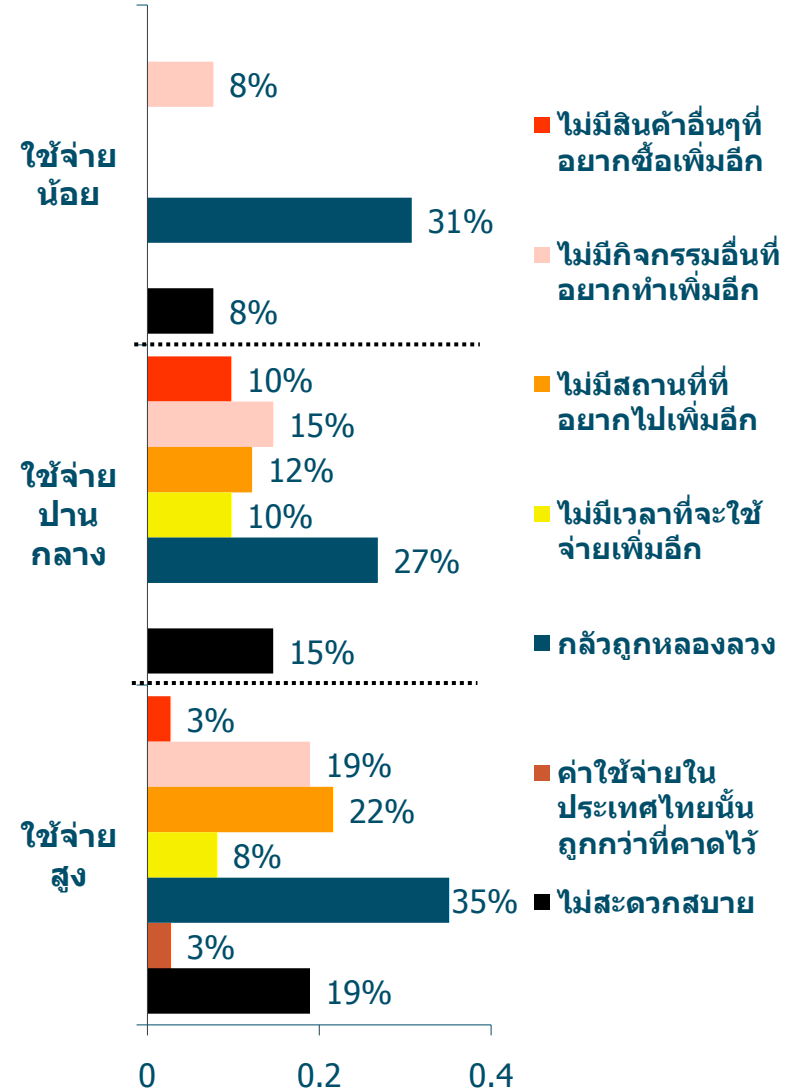
# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวโดยแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่สัดส่วน 41% จะเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันน้อย (1 - 2,999 บาท ต่อวัน) โดยจะใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ยในประเทศไทยเพียง 7 วัน
- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวนสัดส่วน 33% เป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลาง โดยมีการใช้จ่ายอยู่ในช่วง 3,000 – 8,999 บาทต่อวันและนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะใช้เวลาอยู่ในเมืองไทยเฉลี่ย 6.2 วัน
- กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีการใช้จ่ายมาก (มากกว่า 8,999 บาท) มีเพียงสัดส่วน 26% และจะอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ยประมาณ 4.5 วัน
- ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มจากญี่ปุ่นไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการคือกลัวถูกหลอกหลวง เช่น การคิดราคาที่ไม่เป็นธรรม รวมไปถึงการขายสินค้าลอกเลียนแบบและไม่มีสถานที่และกิจการอื่นๆที่อยากทำเพิ่มอีก

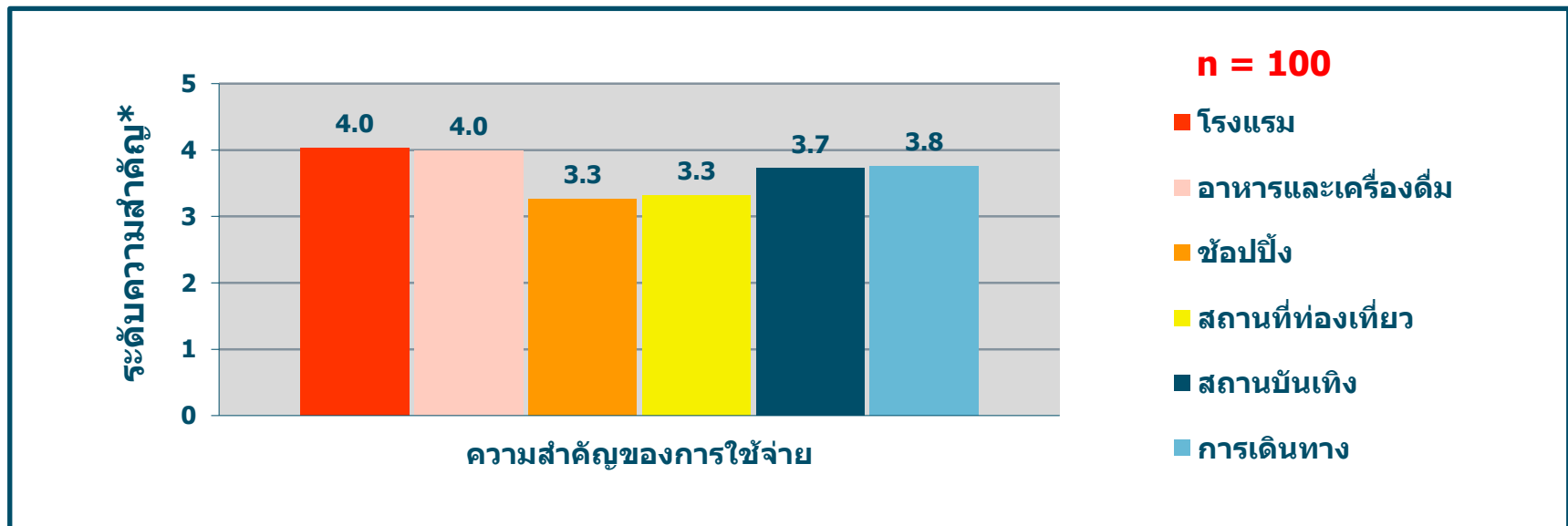
## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ





# ความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆของ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญมากที่สุดการใช้จ่ายกับหมวดโรงแรม หมวดอาหาร  
และเครื่องดื่มโดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 4\* คะแนน



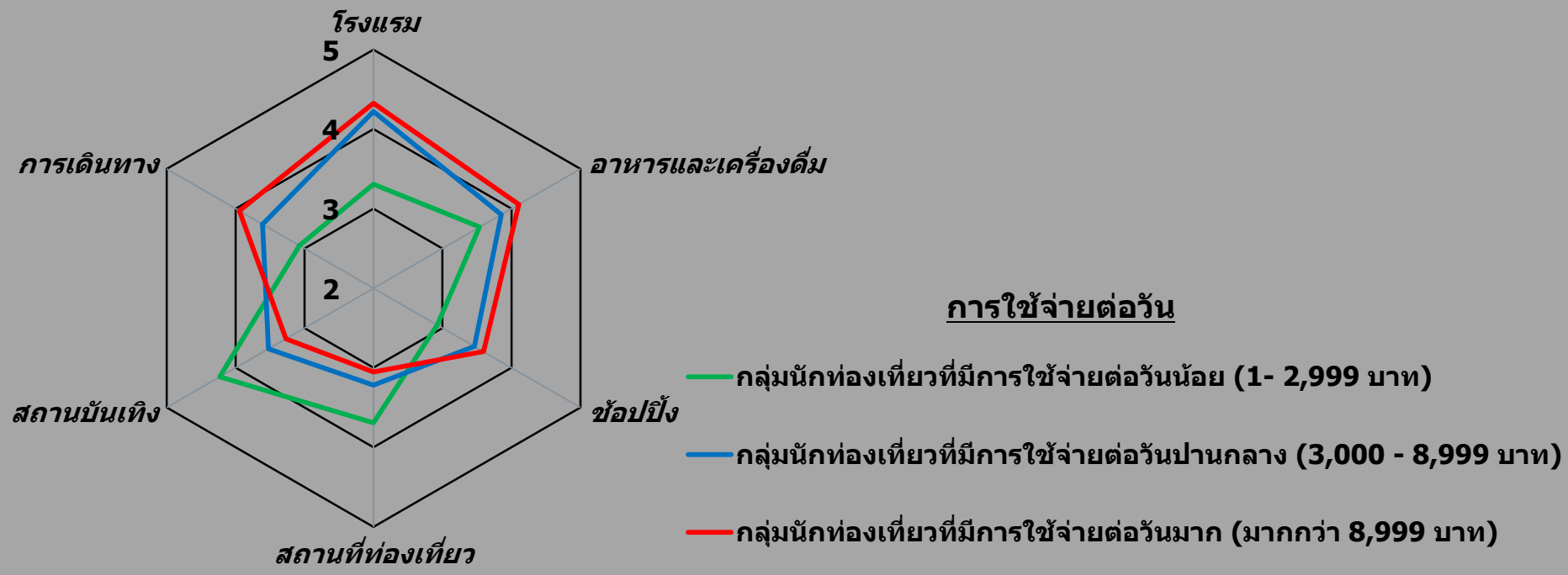
- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับหมวดโรงแรมและหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด โดยมีระดับความสำคัญอยู่ที่ 4 คะแนน
- สถานบันเทิงและการคมนาคมเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญในการใช้จ่ายในประเทศไทยรองลงมาเพราะนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่สัดส่วน 77% เป็นกลุ่มที่เคยมาเที่ยวเมืองไทยจึงจะให้ความสำคัญกับหมวดสถานบันเทิงและการคมนาคมมากกว่าหมวดสถานที่ท่องเที่ยวและการช้อปปิ้ง
- หมวดสถานที่ท่องเที่ยวและหมวดช้อปปิ้งเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นให้ความสำคัญค่อนข้างน้อย เนื่องจากคุณภาพสินค้าต่างๆในเมืองไทยยังมีคุณภาพต่ำกว่าความต้องการของชาวญี่ปุ่นมากนัก

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญจาก 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายน้อยที่สุด และ 5 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายมาก



# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

## การให้ความสำคัญของการใช้จ่ายในแต่ละหมวด



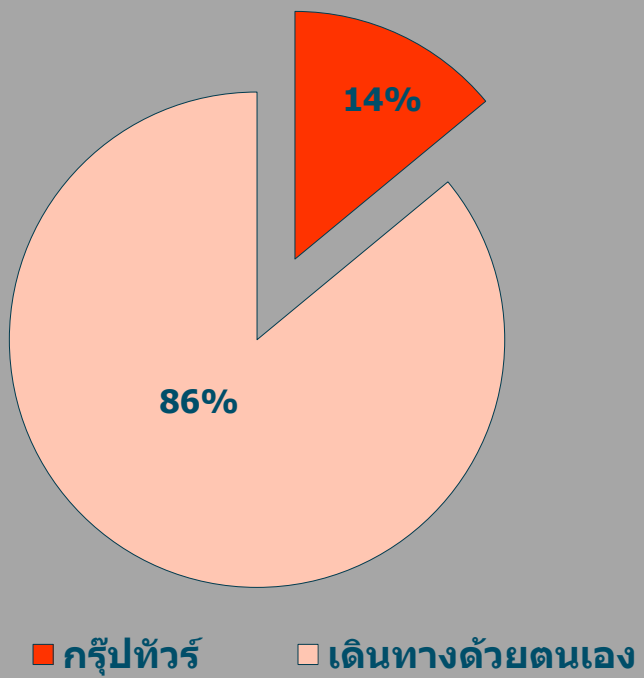
- สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทุกกลุ่มให้ความสำคัญใกล้เคียงกันคือ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีระดับของความสำเร็จที่ 4.0
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันระดับปานกลางและกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันมากจะให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับแต่ละหมวดใกล้เคียงกัน โดยมีเพียงสถานบันเทิงเท่านั้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ใช้จ่ายในระดับปานกลางจะให้ความสำคัญมากกว่า
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ใช้จ่ายต่อวันน้อยจะให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่นๆและให้ความสำคัญในหมวดของยานพาหนะและข้อป้บึงน้อยมาก

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญจาก 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายน้อยที่สุด และ 5 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายมาก



## ข้อมูลของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในเมืองไทยด้วยตนเองจากการสำรวจมีสัดส่วนถึง 86%



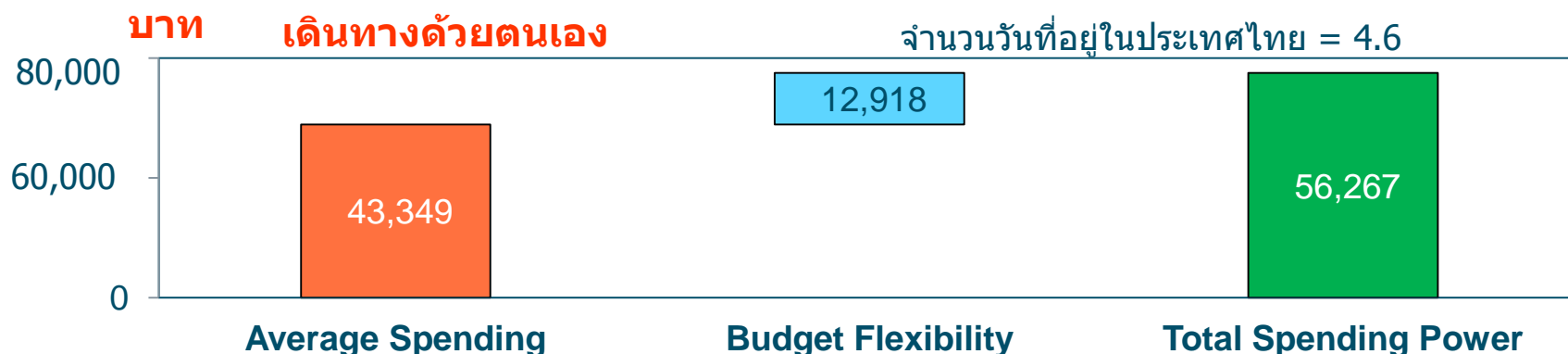
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากญี่ปุ่นนิยมเดินทางมาด้วยตนเองมากกว่ากรู๊ปทัวร์ จากการสำรวจมีสัดส่วน86:14
- แม้ว่าชาวญี่ปุ่นนั้นจะมีปัญหาเรื่องภาษาในการสื่อสารกับชาวไทย แต่ก็มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากถึง 86% เลือกที่จะเดินทางมาด้วยตนเองเพราะความคุ้นเคยและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง

ในปี 2553 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น 79%\* เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง  
\*ที่มา กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยว 2553



พฤติกรรมการใช้จ่าย  
ของนักท่องเที่ยว  
ชาวญี่ปุ่น

# งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

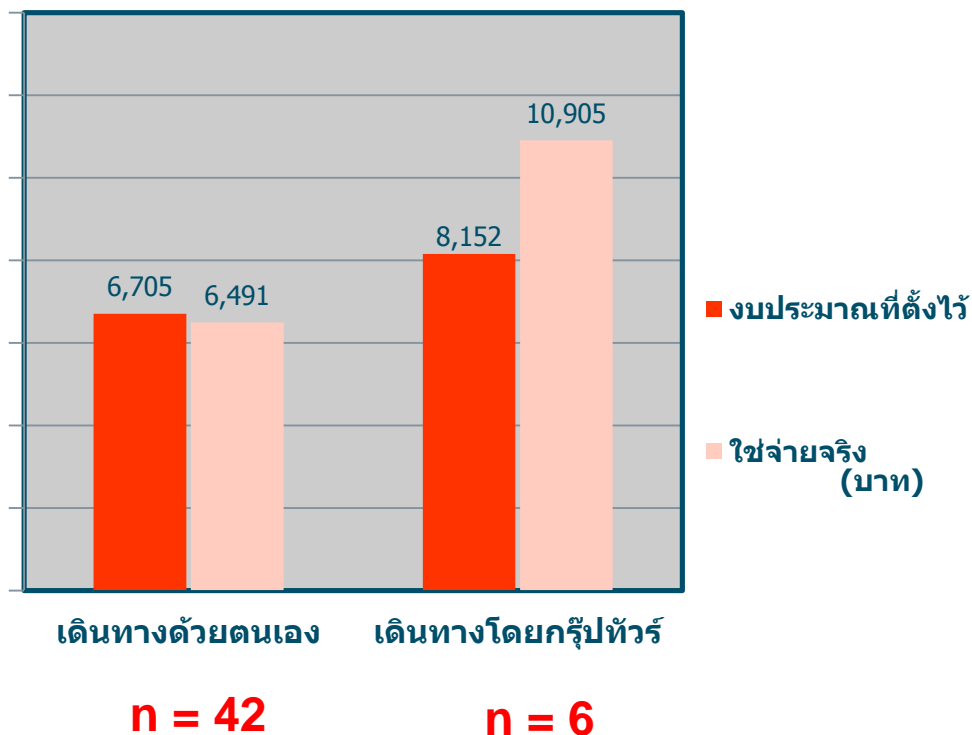


- นักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายเฉลี่ย 50,163 บาทต่อทริปและจะใช้เวลาในเมืองไทยเฉลี่ย 5.9 วัน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองจะมีการใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 43,349 บาท ซึ่งน้อยกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองอยู่ 14% และจะใช้เวลาในเมืองไทยเฉลี่ย 4.6 วัน
- นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความยืดหยุ่นของการใช้จ่ายที่ใกล้เคียงกันโดยนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีความยืดหยุ่นของการใช้จ่ายอยู่ที่ 17,557 บาท หรือต้องการใช้จ่ายอีก 35% ของการใช้จ่ายจริง โดยความยืดหยุ่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองเท่ากับ 30% หรือต้องการใช้จ่ายอีก 12,918 บาทของการใช้จ่ายจริง

# การใช้จ่ายและงบประมาณของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นสัดส่วนร้อยละ 48 มีการกำหนดงบประมาณในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวสัดส่วนร้อยละ 14 จะใช้จ่ายมากกว่างบประมาณที่กำหนดไว้ในสัดส่วนถึง 34 %

## จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน

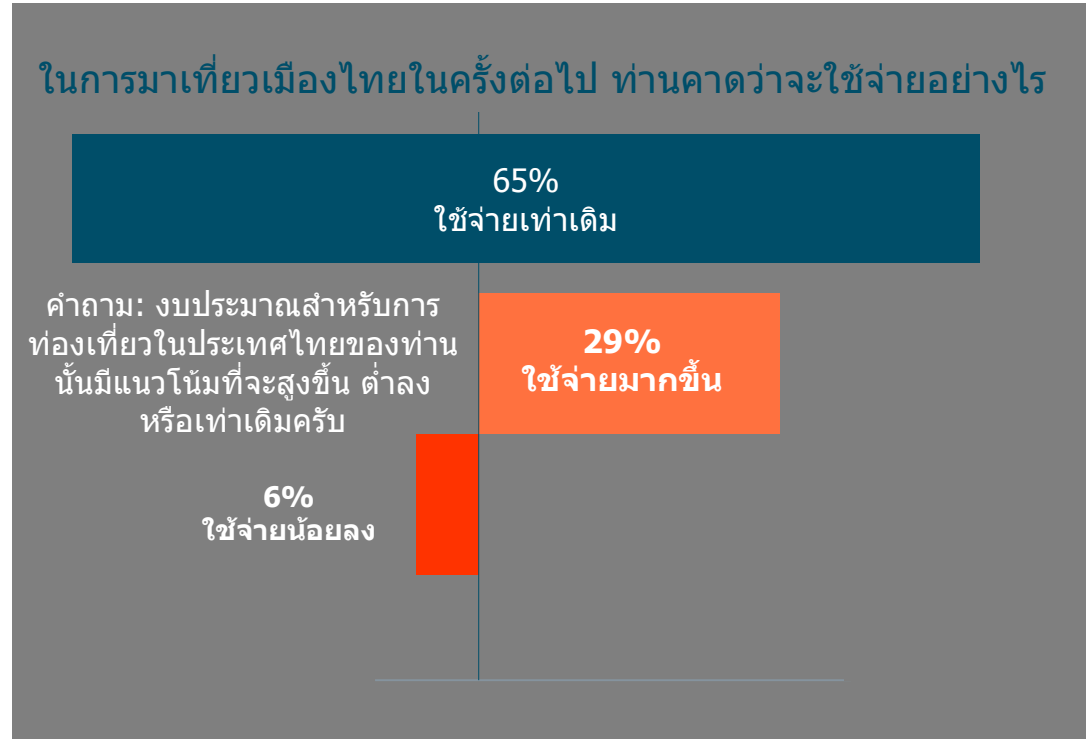


- นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นจำนวนสัดส่วน 48% มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวประเทศไทย
- นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมีการใช้จ่ายใกล้เคียงกับงบประมาณที่ตั้งไว้ โดยมีการใช้จ่ายจริงต่ำกว่างบประมาณที่กำหนดเพียง 3% เท่านั้น
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายจริงสูงกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ค่อนข้างมากโดยจะใช้จ่ายมากกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ประมาณ 25% อาจมีสาเหตุจากการไม่เคยเดินทางมายังประเทศไทยก่อนหน้านี้จึงทำให้การควบคุมงบประมาณไม่ดีเท่าที่ควร

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต



# การกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป ในความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น



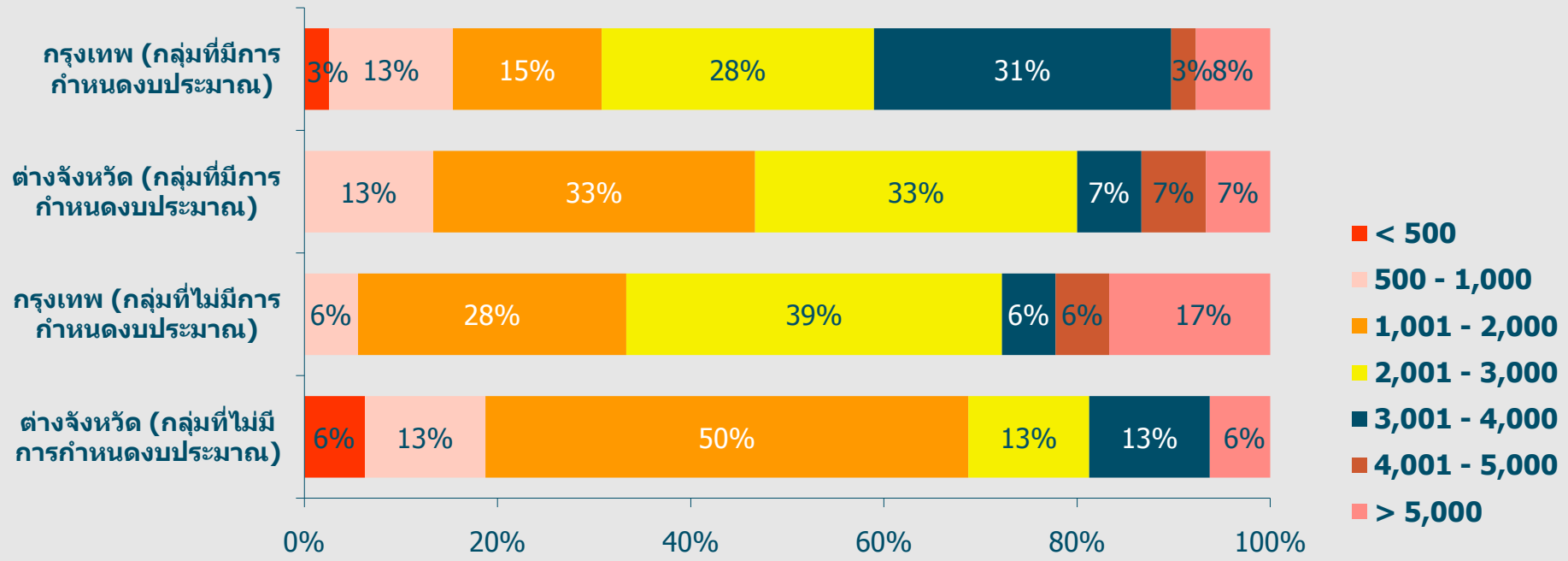
- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นสัดส่วน 65% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนเท่าเดิม สำหรับการท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไป
- ผู้ที่คาดว่าจะมีการใช้จ่ายมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งต่อไปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29% จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยจะมีการกำหนดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 34%
- มีนักท่องเที่ยวเพียงสัดส่วน 6% เท่านั้นที่มีแนวโน้มจะใช้จ่ายน้อยลงในการเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไป และจะใช้จ่ายน้อยลง 30% จากการท่องเที่ยวในครั้งนี้

แนวโน้ม	% การเปลี่ยนแปลงจากงบประมาณในครั้งนี้
จ่ายสูงขึ้น	34%
จ่ายน้อยลง	30%
จ่ายเท่าเดิม	0%

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวท




# ค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น



- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นั้นจะเลือกที่พักราคา 1,001 – 3,000 บาทต่อคืน โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43 สำหรับที่พักในกรุงเทพ
- นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายกับโรงแรมที่มีราคาสูงกว่า 3,001บาท สัดส่วนประมาณ 20%
- นักท่องเที่ยวที่มีการกำหนดงบประมาณจะเข้าพักในห้องพักในโรงแรมที่ราคาสูงกว่า 2,001 ต่อคืนสัดส่วนถึง 70% สำหรับที่พักในกรุงเทพ และสัดส่วน 54% สำหรับที่พักในต่างจังหวัด
- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะใช้จ่ายกับที่พักในกรุงเทพมากกว่าที่พักในต่างจังหวัด

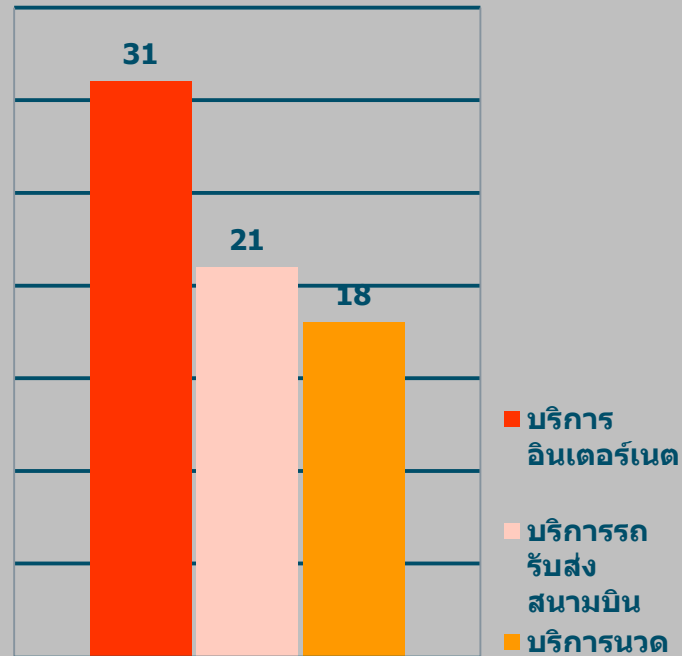




ปัญหาที่ทำให้นักทองเที่ยว  
ช่างญี่ปุ่นไม่สามารถใช้จ่ายได้  
ตามต้องการ



# กิจกรรมและบริการในที่พัก 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



กิจกรรมและบริการ  
n = 100

## บริการอินเทอร์เน็ต

- คอมพิวเตอร์สาธารณะและอินเทอร์เน็ตที่ทางโรงแรมจัดเตรียมไว้มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ
- ข้อจำกัดทางด้านภาษาทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงบริการต่างๆได้

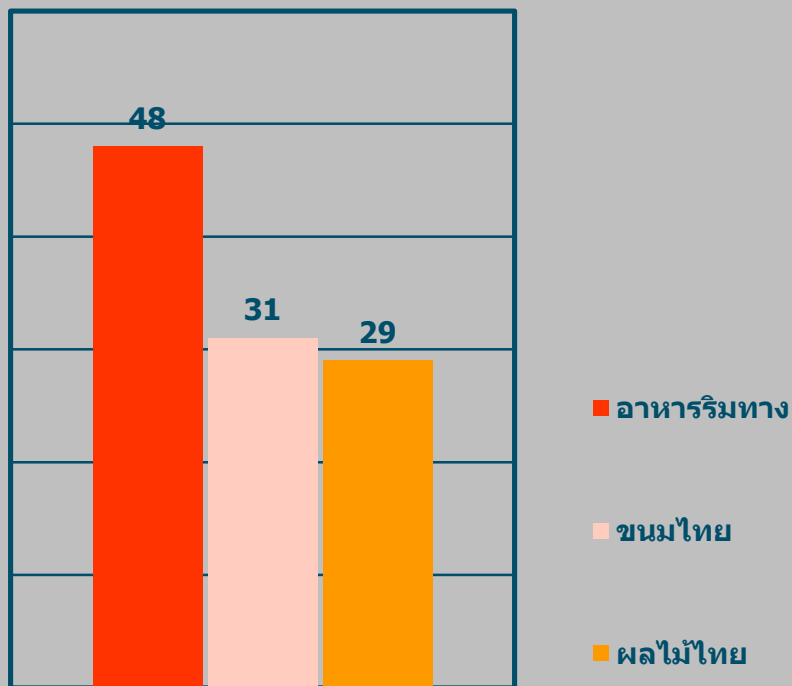
## บริการรถรับส่งสนามบิน

- ความต้องการที่จะใช้บริการรถรับส่งสนามบินจากทางโรงแรมแต่ไม่ได้รับรายละเอียดที่เพียงพอจึงไม่สามารถใช้บริการได้

## บริการนวดในโรงแรม

- มีราคาสูงมากและไม่มีรายละเอียดมากเพียงพอสำหรับบริการแต่ละประเภท

# อาหารและเครื่องดื่ม 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ชนิดของอาหาร

n = 100

## อาหารริมทาง

- ปัญหาด้านความสะอาดของร้านอาหารบนทางเท้าเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด
- มีข้อจำกัดด้านภาษาทำให้ไม่สามารถสื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ
- การไม่มีข้อมูลที่เพียงพอสำหรับส่วนประกอบของอาหารไทยที่วางจำหน่ายทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะลองรับประทาน

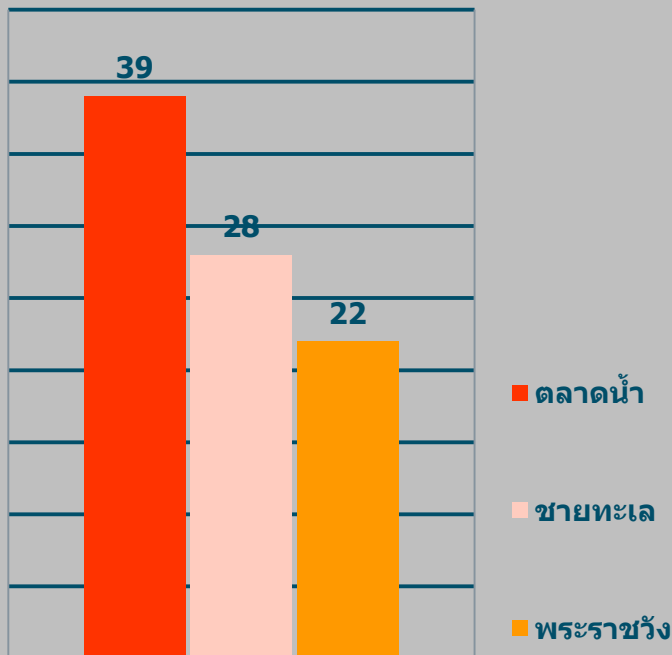
## ขนมไทย

- ขาดรายละเอียดข้อมูลทำให้ไม่รู้จักและไม่สามารถหาขนมไทยมารับประทานได้

## ผลไม้ไทย

- ความสะอาดของสินค้า เนื่องจากผลไม้ไทยนอกจากจะหาซื้อได้ตามซูเปอร์มาร์เก็ตแล้ว ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของรถเข็นซึ่งดูไม่สะอาดเท่าที่ควร

# สถานที่ท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



สถานที่ท่องเที่ยว  
n = 100

## ตลาดน้ำ

- ข้อจำกัดทางด้านเวลายังคงเป็นปัญหาสำคัญ
- ปัญหาความแออัดของผู้คน

## ช้อปปิ้ง

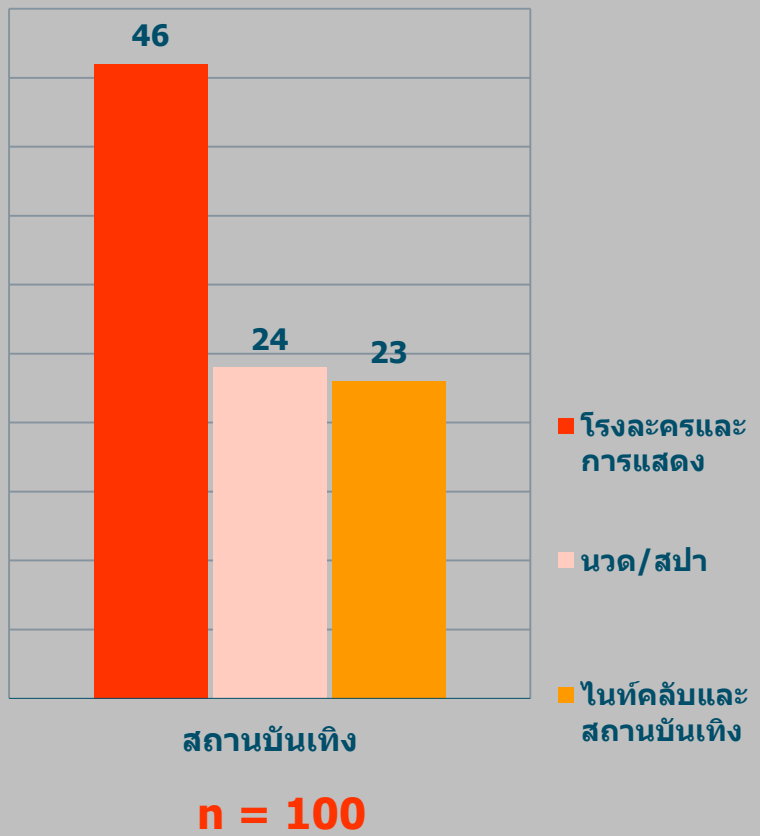
- ข้อจำกัดทางด้านเวลาทำให้ไม่สามารถใช้เวลาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดของประเทศไทยได้อย่างเต็มที่หรือมีการจัดสรรเวลาน้อยเกินไป
- ปัญหาความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาด

## พระราชวัง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ความลำบากในการเดินทางอันเนื่องมาจากที่ตั้งของพระราชวังซึ่งอยู่ในบริเวณที่การจราจรติดขัดและการเดินทางลำบากเนื่องจากไม่มีระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพดีพอ
- รายละเอียดของสถานที่และรวมไปถึงวิธีการเดินทางยังไม่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว



# สถานบันเทิง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## โรงละครและการแสดง

- การจัดสรรเวลาสำหรับการท่องเที่ยวที่ไม่ดีพอ นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญในการเข้ามาชมการแสดงในโรงละครมากนัก
- มีการให้ข้อมูลไม่เพียงพอ ทั้งการเดินทาง รายละเอียดของการแสดง อัตราค่าบริการและเวลาทำการ

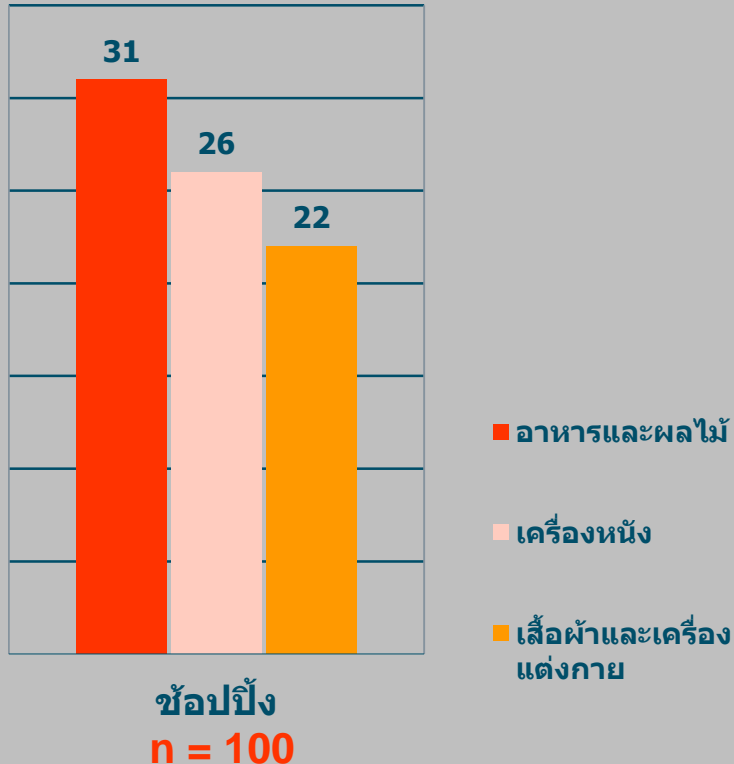
## บริการนวดสปา

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา

## ไนท์คลับและสถานบันเทิง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- มีความกังวลเรื่องความปลอดภัย
- ไม่ต้องการเดินทางไปยังสถานบันเทิงที่มีความแออัดมากเกินไป

# การข้อปบ้ 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่สามารถ ใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## อาหารและผลไม้

- ข้อจำกัดทางด้านภาษาถือเป็นอุปสรรคสำคัญ เนื่องจากชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีนัก เช่นเดียวกับผู้ขายส่วนใหญ่สามารถสื่อสารได้เพียงภาษาไทยเท่านั้น

## เครื่องหนัง

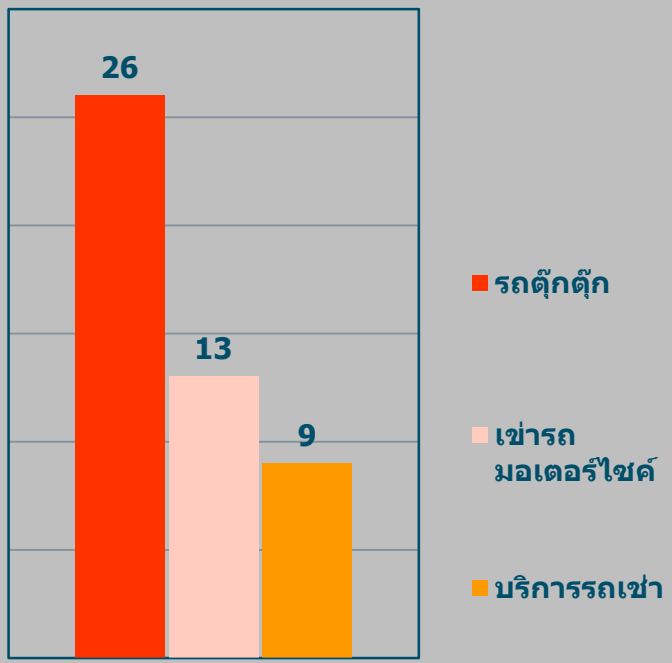
- มีความกังวลเรื่องคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐานและกลัวการหลอกลวงทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถจับจ่ายซื้อสินค้าตามที่ต้องการทั้งที่มีความต้องการสูง

## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

- การเดินทางไปยังร้านเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายบางแห่งไม่สะดวก



# ยานพาหนะ 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



การเดินทาง  
n = 100

## รถตุ๊กตุ๊ก

- ปัญหาด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยหลัก
- ปัญหาด้านภาษาและการสื่อสาร

## บริการมอเตอร์ไซด์รับจ้าง

- ปัญหาด้านความปลอดภัยมีความสำคัญมาก นักท่องเที่ยวจึงไม่สามารถทำการเช่ารถจักรยานยนต์เพื่อขับขี่ได้ตามความต้องการ

## บริการรถเช่า

- ปัญหาสภาพการจราจรที่ติดขัด
- ความปลอดภัยบนท้องถนน



# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

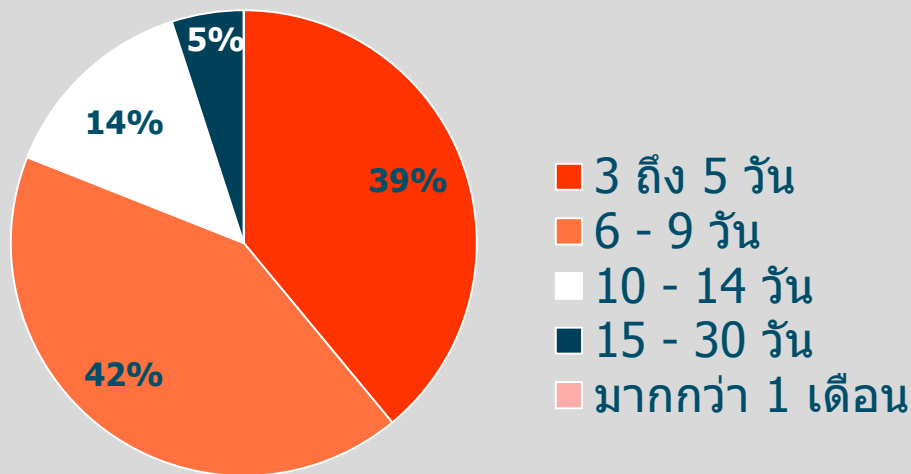
หมวดหมู่	กิจกรรมที่มีปัญหา	ปัญหาที่พบ
กิจกรรมและบริการในที่พัก	บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย	1. คอมพิวเตอร์มีไม่เพียงพอกับความต้องการ 2. ข้อจำกัดด้านภาษา
	รถรับส่งสนามบิน	1. รายละเอียดไม่เพียงพอ 2. ข้อจำกัดด้านภาษา
	บริการนวดในโรงแรม	1. ราคาสูงเกินไป 2. รายละเอียดไม่เพียงพอ
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารริมทาง	1. ความสะอาดของอาหาร 2. รายละเอียดของสินค้า 3. การสื่อสาร
	ขนมไทย	1. ไม่สามารถหาซื้อได้
	ผลไม้ไทย	1. ความสะอาด 2. ไม่สามารถหาซื้อได้ 3. อุปสรรคด้านภาษา
สถานที่ท่องเที่ยว	ตลาดน้ำ	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความแออัดหนาแน่น 3. การเดินทาง
	ชายหาด	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความแออัดหนาแน่น
	พระราชวัง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ปัญหาการจราจร 3. ความแออัดหนาแน่น
สถานบันเทิง	โรงละครการแสดง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ข้อมูลรายละเอียดของบริการ
	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความปลอดภัย 3. ความแออัดหนาแน่น
ข้อปลีก	อาหารและผลไม้	1. อุปสรรคด้านภาษา
	เครื่องหนัง	1. คุณภาพของสินค้า 2. กลัวถูกหลอกหลวง
	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1. การเดินทาง 2. ไม่สามารถหาซื้อได้
การเดินทาง	รถตุ๊กตุ๊ก	1. ความปลอดภัย 2. อุปสรรคด้านภาษา
	เช่ารถมอเตอร์ไซด์	1. ความปลอดภัย 2. อุปสรรคด้านภาษา
	รถเช่า	1. ความไม่เป็นระเบียบบนท้องถนน 2. ความปลอดภัย



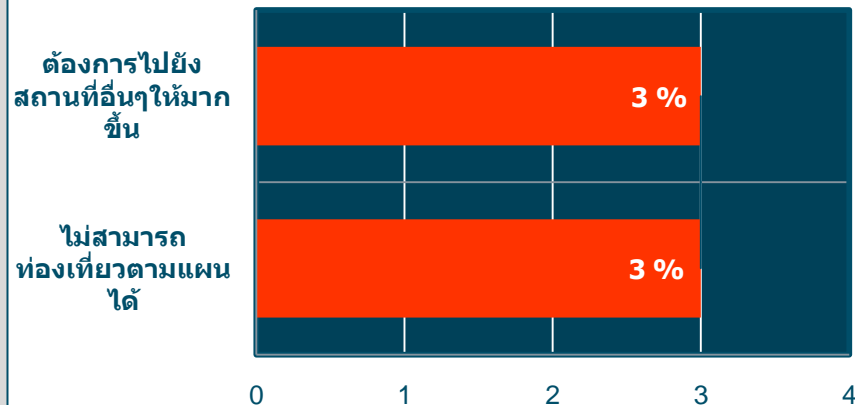
A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the image. Below it, there is a solid teal circle. The background is a solid teal color. The text is white and centered on the right side of the image.

ระยะเวลาที่เหมาะสมใน  
การท่องเที่ยวประเทศไทย

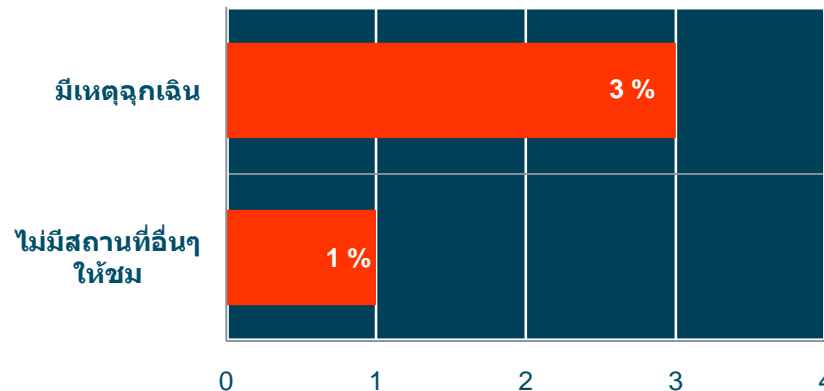
# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น



## เหตุผลที่ยาวนานกว่าที่วางแผนไว้



## เหตุผลที่อยู่ได้สั้นกว่าที่วางแผนไว้

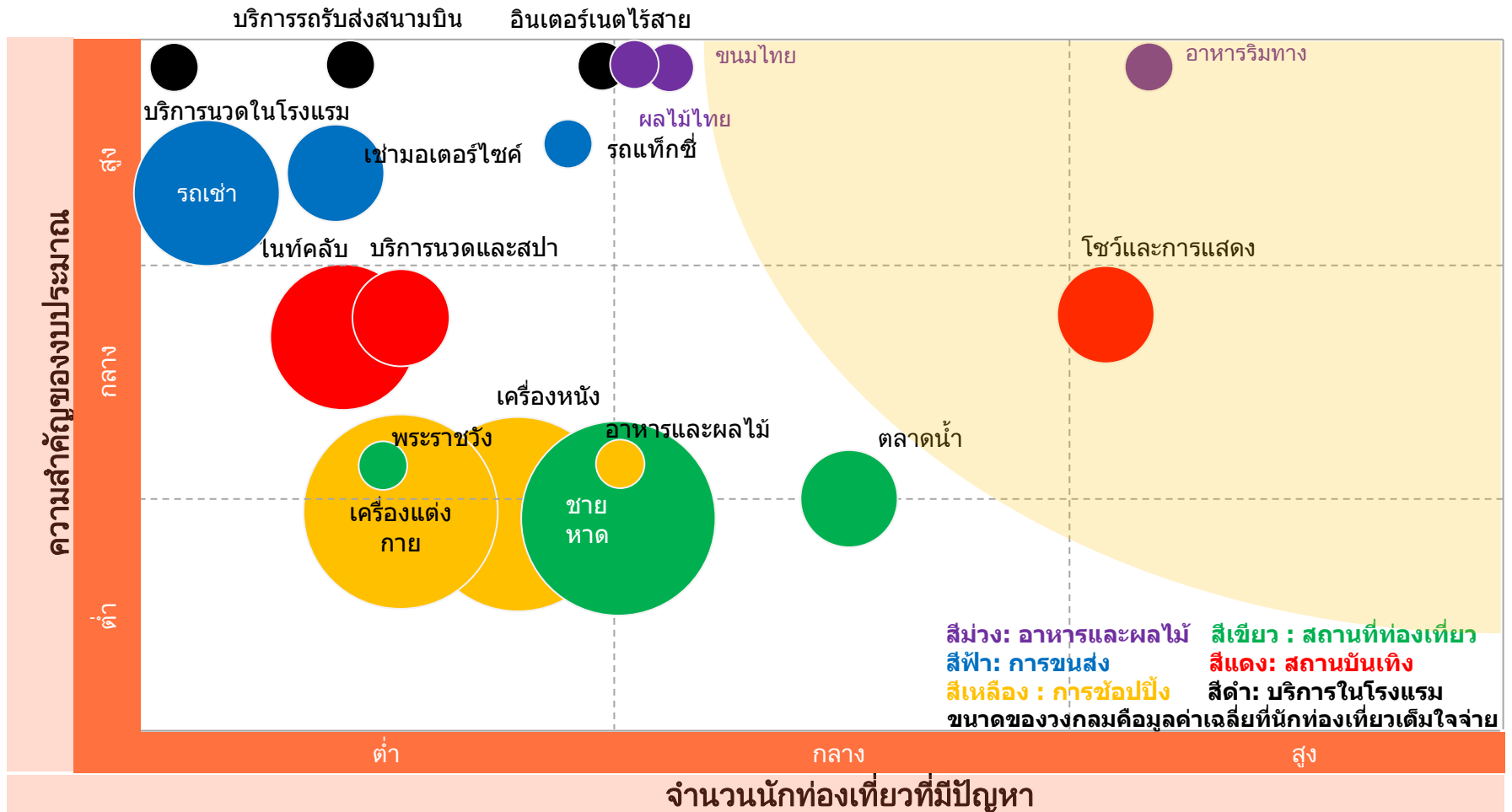


- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องใช้เวลาต่ำกว่า 9 วัน คิดเป็นจำนวนสัดส่วน 81% โดยมีสัดส่วนเพียง 14% เท่านั้นที่คิดว่าควรมีเวลาประมาณ 10 - 14 วันขึ้นไป จึงจะสามารถเที่ยวได้ครบตามที่ตนต้องการและอีกสัดส่วน 5% คาดว่าต้องใช้เวลาประมาณ 15 - 30 วันจึงจะเหมาะสม
- นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะอยู่ในประเทศไทยนานกว่าที่วางแผนไว้โดยมีสาเหตุจากต้องการเดินทางไปยังสถานที่อื่นๆ อีกและไม่สามารถท่องเที่ยวได้ครบตามที่กำหนด
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับประเทศก่อนกำหนดจะมีเหตุผลจากเหตุฉุกเฉินส่วนตัวมากกว่าปัญหาอื่นที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. It is rendered in a dark teal color against a lighter teal background. Below the character, there is a solid teal circle. The overall design is minimalist and modern.

ข้อเสนอแนะ

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น



อาหารริมทาง โชว์และการแสดง เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูงและเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนมากประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ





# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น คือ อาหารริมทาง โขว์และการแสดงเพราะเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูงและมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ประสบปัญหาในการใช้จ่าย

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญในการใช้จ่าย (1-5)	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย	สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เกิดปัญหา %
อาหารริมทาง	4.0	361	48
โขว์และการแสดง	3.7	854	46
ตลาดน้ำ	3.3	884	39
ชายหาด	3.3	2,600	28
เครื่องหนัง	3.3	4,116	26
เครื่องแต่งกาย	3.3	1,990	22

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a dark teal color. Below it, a solid teal circle is partially visible. The background is a solid, lighter teal color.

ข้อมูลนักท่องเที่ยวจาก  
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง

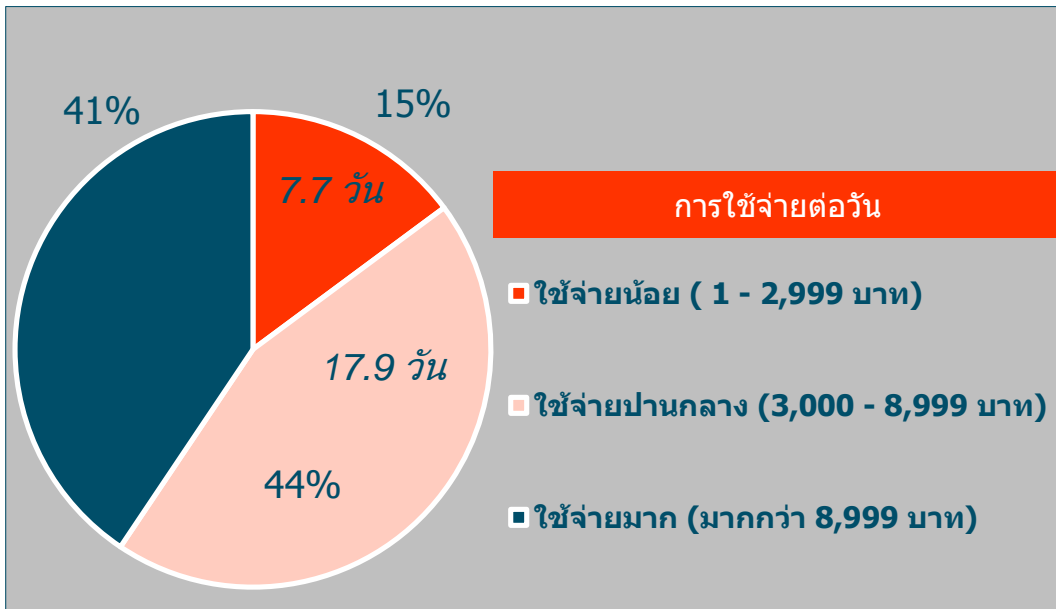
# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง



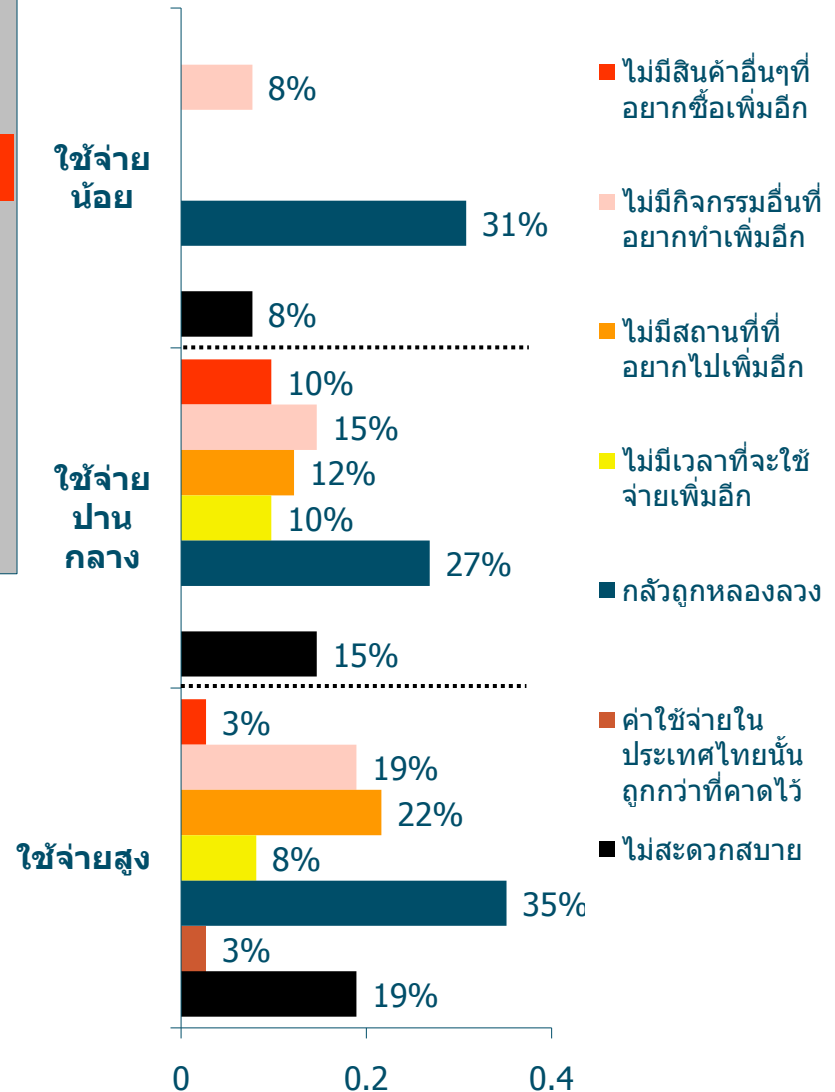
synovate

Business Consulting

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการ

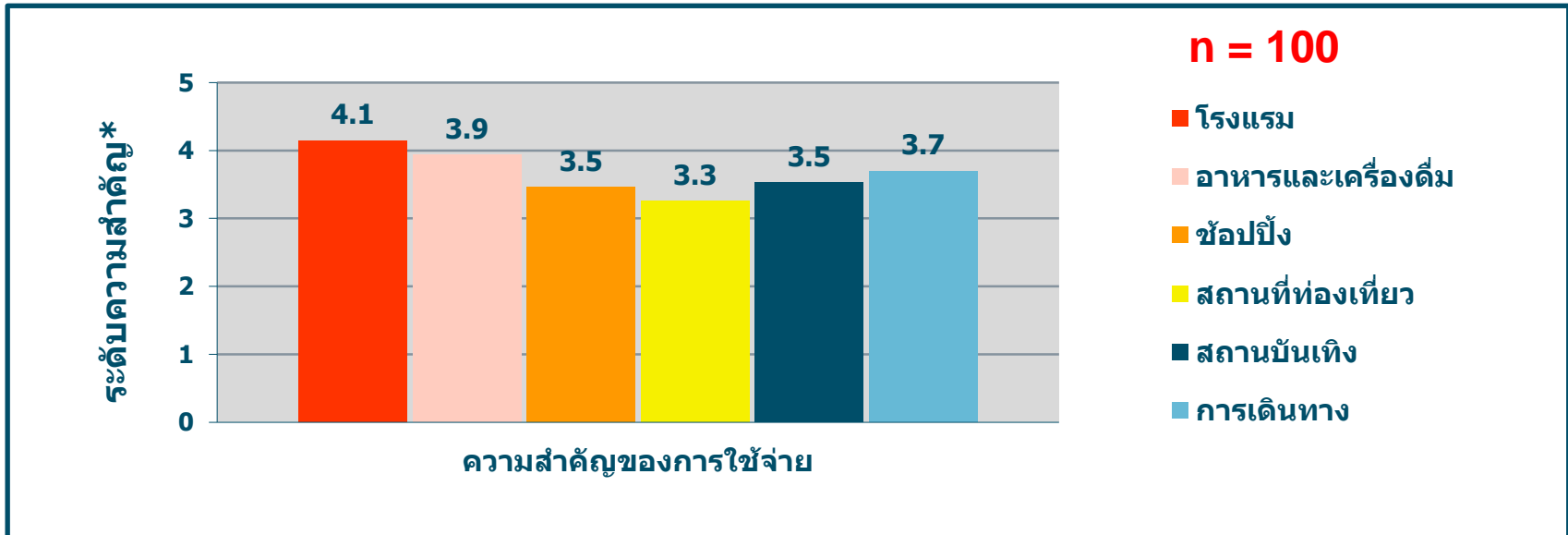


- นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางจัดว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการใช้จ่ายสูงมากโดยสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่อวันน้อยมีเพียงสัดส่วน 15% และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันมากคิดเป็นสัดส่วนถึง 41% และใช้เวลาท่องเที่ยวในเมืองไทยถึง 8.6 วัน
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่มที่ใช้จ่ายปานกลาง (ใช้จ่าย 3,000-8,999 บาท ต่อวัน) มีจำนวนสัดส่วนถึง 44% และใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย 17.9 วัน ซึ่งเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากที่สุด
- ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวจากกลุ่มตะวันออกกลางไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการคือ กลัวถูกหลอกลวง เช่น เรื่องของการคิดราคาที่ไม่เป็นธรรม รวมไปถึงการขายสินค้าลอกเลียนแบบ

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนวेट



# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง

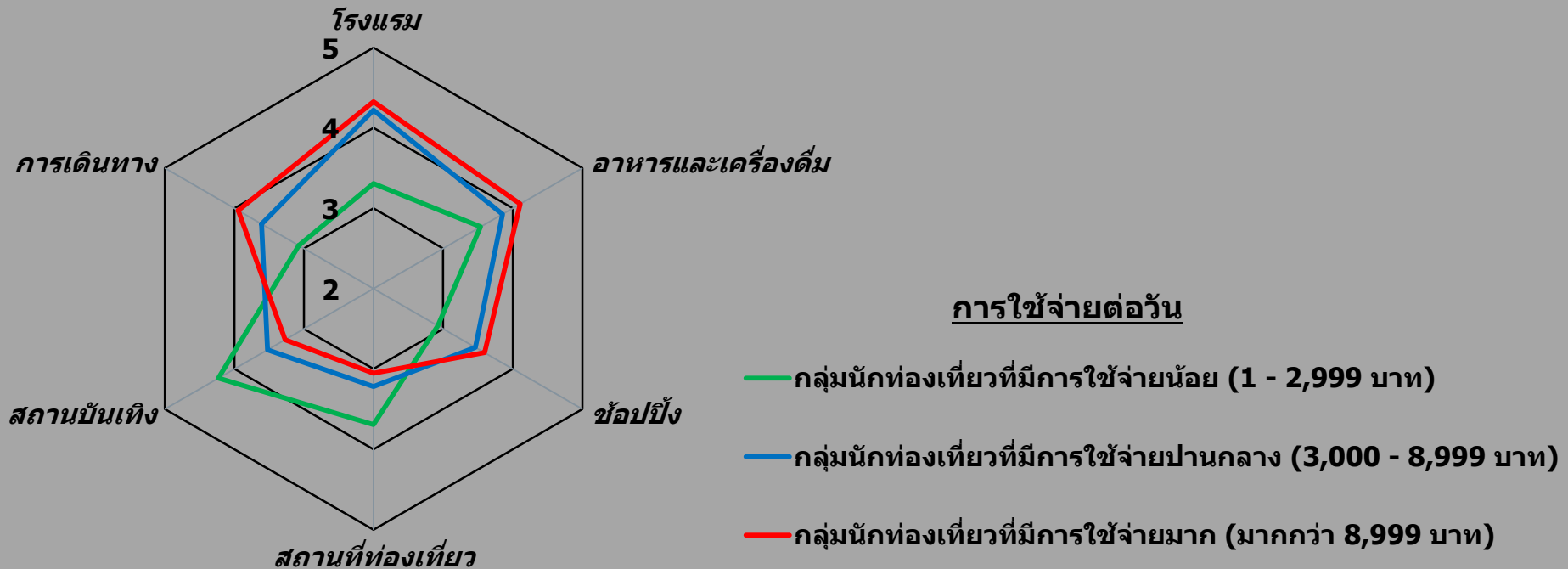


- นักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลาง จะให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับโรงแรมมากที่สุด รวมทั้งการบริการต่างๆในโรงแรม เช่น ห้องอาหาร บริการนวด และ บริการรถรับส่งสนามบิน เป็นต้น นอกจากนี้หมวดอาหารและเครื่องดื่มและการคมนาคมเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางให้ความสำคัญรองลงมา
- หมวดสถานที่ท่องเที่ยวและการช้อปปิ้งเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางให้ความสำคัญค่อนข้างน้อยเพราะเมื่อเปรียบเทียบเรื่องของสถานที่ช้อปปิ้ง กลุ่มสินค้าในประเทศตะวันออกกลางมีความหลากหลายมากกว่าในประเทศไทย โดยสินค้าที่ซื้อจะเป็นเครื่องหนังและเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญจาก 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยและ 5 มีความสำคัญมาก

# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง

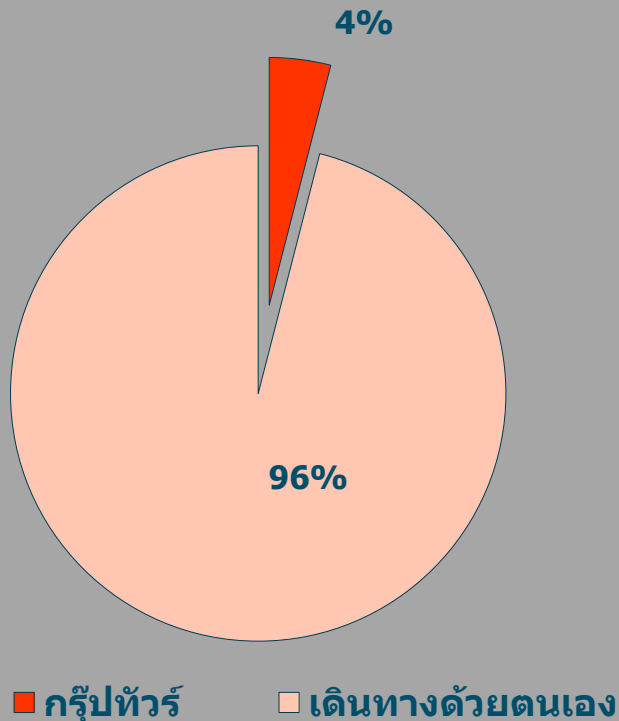
## การให้ความสำคัญของการใช้จ่ายในแต่ละหมวด



- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันระดับปานกลางและใช้จ่ายต่อวันมากจะให้ความสำคัญในการใช้จ่ายแต่ละหมวดใกล้เคียงกัน โดยมีเพียงหมวดสถานบันเทิงเท่านั้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มใช้จ่ายในปานกลางจะให้ความสำคัญมากกว่าทุกกลุ่ม
- สิ่งที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญใกล้เคียงกันคือหมวดอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีระดับของความสำคัญเฉลี่ยที่ 3.9
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับการใช้จ่ายต่อวันน้อย จะให้ความสำคัญมากกับสถานที่ท่องเที่ยว และสถานบันเทิง หมวดการเดินทาง และข้อปลีก จะให้ความสำคัญน้อย

## ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง

นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยด้วยตนเอง  
จากการสำรวจพบว่าสัดส่วน 96%



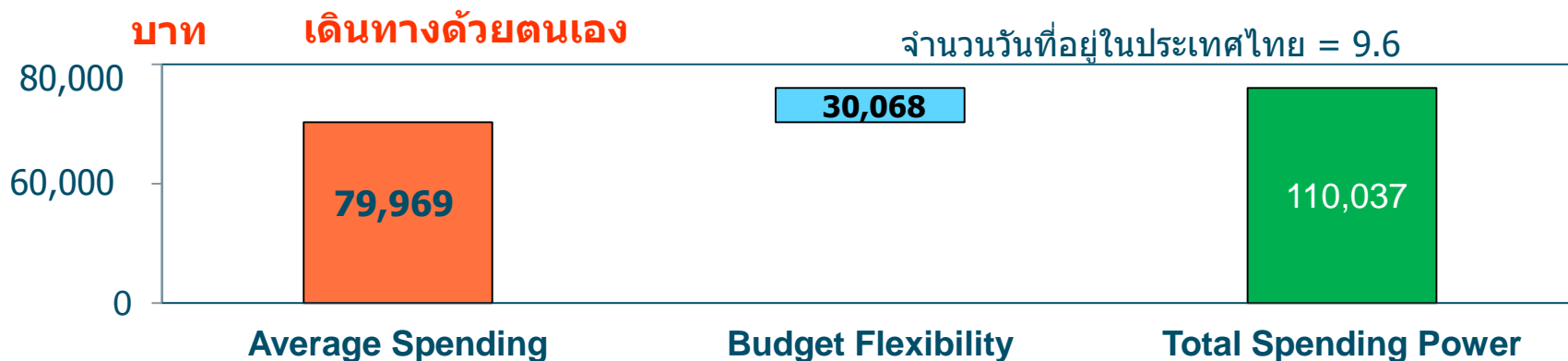
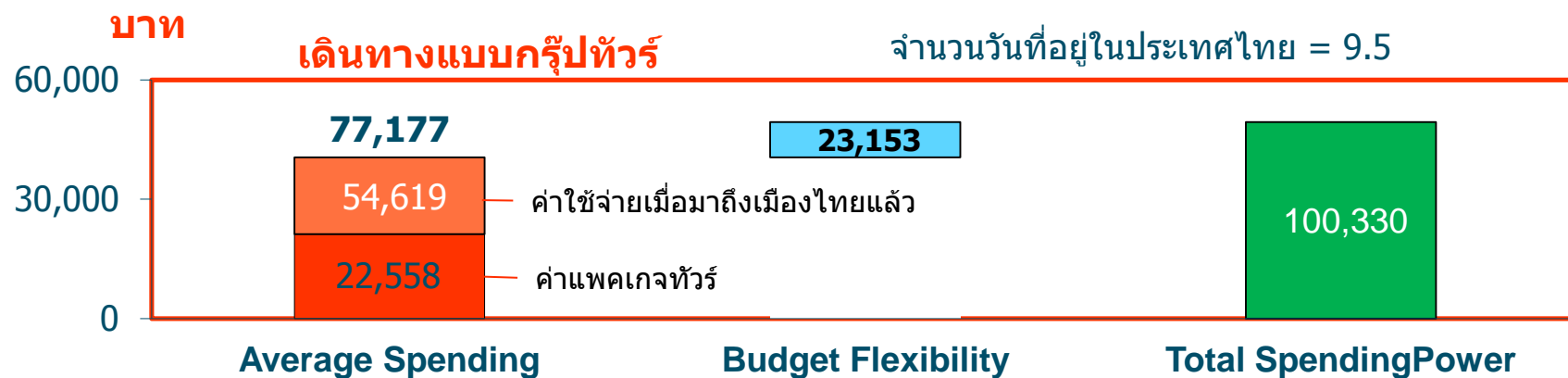
- จากการสำรวจพบว่ามีสัดส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองต่อแบบกรู๊ปทัวร์ อยู่ที่ 96:4
- แพคเกจทัวร์ประกอบด้วย ห้องพัก ตัวเครื่องบิน ยานพาหนะ อาหาร และ การเข้าชมสถานที่ต่างๆ ซึ่งถือว่าค่อนข้างครบถ้วนทุกหมวด
- อายุเฉลี่ยของนักเดินทางของทั้ง 2 กลุ่มใกล้เคียงกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองนั้นจะมีอายุเฉลี่ยที่ 34 ปีและนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางโดยกรู๊ปทัวร์นั้นมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 35 ปี

\*ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง 78% ท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง  
ที่มา กรมการท่องเที่ยว สถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวปี 2553



พฤติกรรมการใช้จ่าย  
ของนักท่องเที่ยวจาก  
ตะวันออกกลาง

# งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จากกลุ่มตะวันออกกลาง

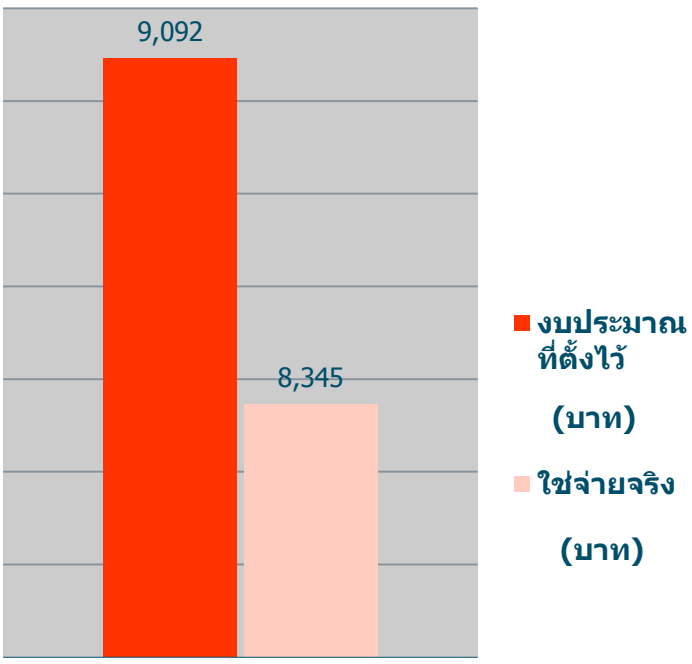


- นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีการใช้จ่ายที่ใกล้เคียงกัน แตกต่างกันเพียง 9.6% สำหรับกลุ่มที่เดินทางมาด้วยตนเองมีการใช้จ่ายเฉลี่ยถึง 79,969 บาท ต่อทริป และใช้เวลา 9.6 วัน โดยทั้ง 2 กลุ่ม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูง
- ระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีค่าเฉลี่ยประมาณ 9.5 วัน ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก



# การใช้จ่ายและงบประมาณของนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลาง

## จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน



เดินทางด้วยตนเอง

n = 40

- นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางสัดส่วน 40% มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายน้อยกว่างบประมาณเฉลี่ยที่ 8.2%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์ส่วนใหญ่ จะไม่มีการกำหนดงบประมาณสำหรับการใช้จ่ายในเมืองไทย

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# การกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลาง

ในการมาเที่ยวเมืองไทยในครั้งต่อไป ท่านคาดว่าจะใช้จ่ายอย่างไร

57%  
ใช้จ่ายเท่าเดิม

37%  
ใช้จ่ายมากขึ้น

15%  
ใช้จ่ายน้อยลง

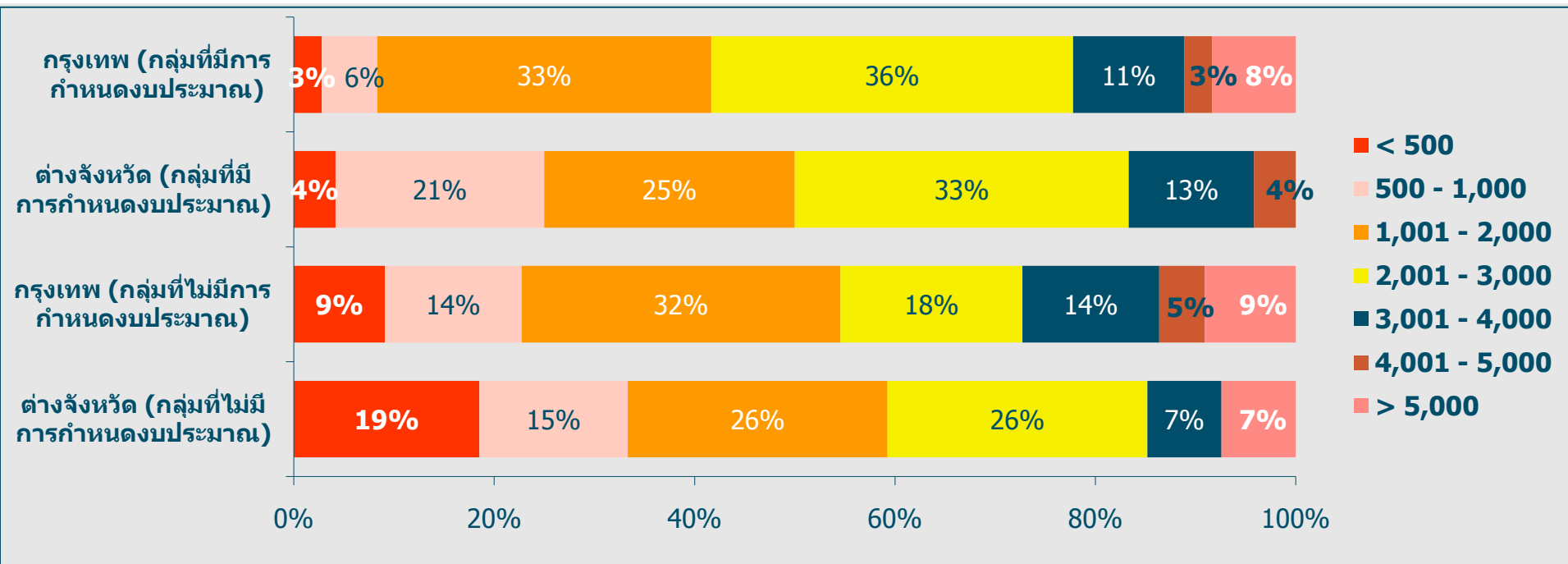
คำถาม: งบประมาณสำหรับการ  
ท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่านนั้นมี  
แนวโน้มที่จะสูงขึ้น ต่ำลง หรือเท่าเดิม  
ครับ

- นักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางสัดส่วน 57% มีแนวโน้มใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนเท่าเดิมหากเดินทางมาประเทศไทยครั้งต่อไป
- ผู้ที่คาดว่าจะมีการใช้จ่ายมากขึ้นในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป มีจำนวนสัดส่วน 37% และจะกำหนดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 40%
- มีนักท่องเที่ยวเพียงสัดส่วน 15% เท่านั้น ที่มีแนวโน้มใช้จ่ายน้อยลงในการมาเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไป

แนวโน้ม	% การเปลี่ยนแปลงจาก งบประมาณในครั้งนี้
จ่ายสูงขึ้น	40%
จ่ายน้อยลง	22%
จ่ายเท่าเดิม	0%

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# ค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักของนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลาง



- นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางส่วนใหญ่เลือกที่พักราคา 1,001 – 3,000 บาท ต่อคืน คิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 50% ของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม
- นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายกับโรงแรมในกรุงเทพฯ มากกว่าโรงแรมในต่างจังหวัด โดยนักท่องเที่ยวเข้าพักในกรุงเทพฯ สัดส่วนมากกว่า 20% เข้าพักในห้องพักราคาสูงกว่า 3,001 บาท
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวจะใช้จ่ายสำหรับห้องพักในราคา 1,000 บาทหรือน้อยกว่า มีสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มที่กำหนดงบประมาณในการใช้จ่าย

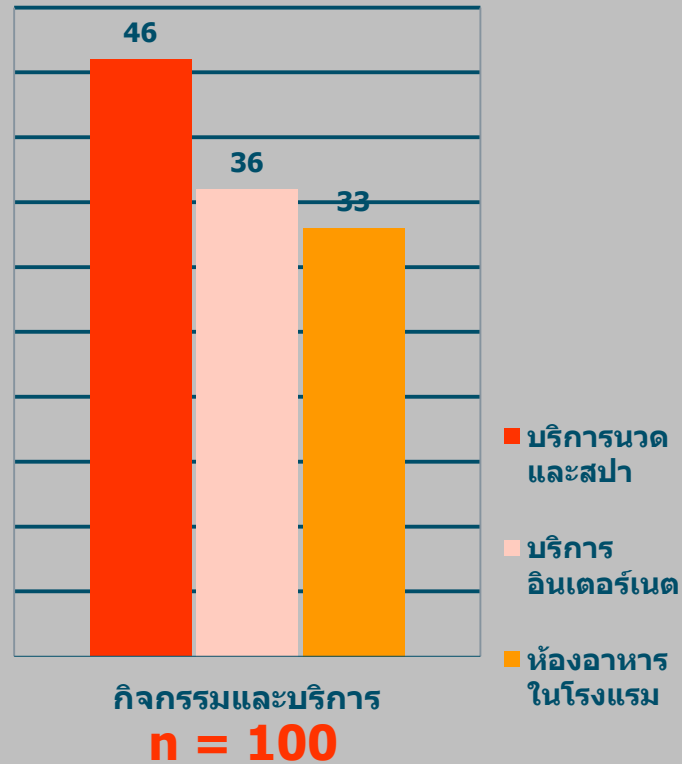




**ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยวจาก  
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง  
ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ**



# กิจกรรมและบริการในที่พัก 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## บริการนวดและสปา

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา ทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามที่ต้องการ อีกทั้งบริการนวดและสปาภายในโรงแรมส่วนใหญ่จะปิดทำการเวลาประมาณ 21.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวกลับเข้าพักในโรงแรมหลังจากทำกิจกรรมอื่นๆ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าใช้บริการดังกล่าวได้

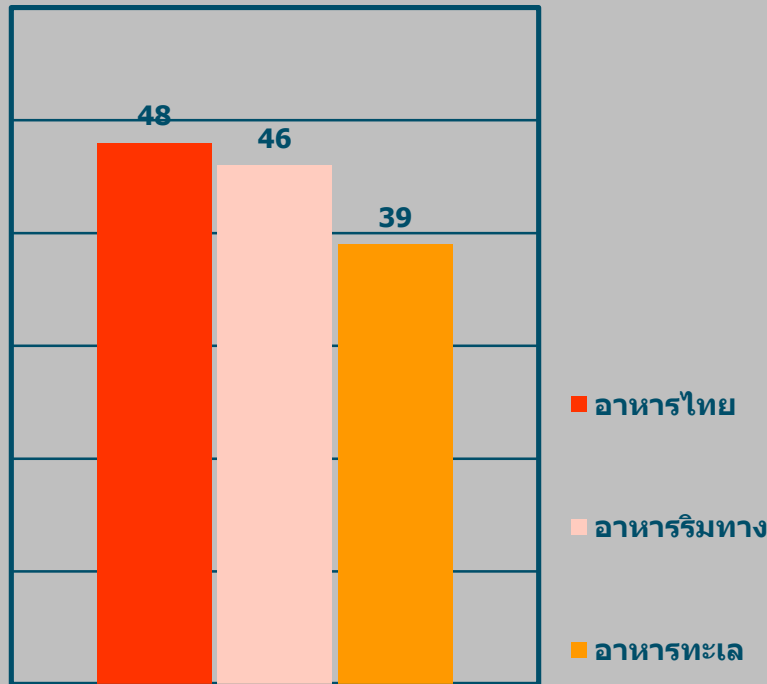
## บริการอินเทอร์เน็ต

- คุณภาพของระบบอินเทอร์เน็ตภายในโรงแรมที่พักยังไม่ดีพอ
- ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนกลางให้บริการ

## ร้านอาหารในโรงแรม

- ปัญหาหลักคือ ร้านอาหารตะวันออกกลางมีให้บริการไม่มากนัก

# อาหารและเครื่องดื่ม 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวจาก ตะวันออกกลางไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ชนิดของอาหาร

n = 100

## อาหารไทย

- นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเป็นชาวมุสลิมซึ่งไม่บริโภคเนื้อหมู นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องพิถีพิถันเป็นพิเศษ เนื่องจากประเทศไทยนิยมบริโภคเนื้อหมูเป็นอาหารกันอย่างแพร่หลาย
- บริการในร้านอาหารบางร้านไม่สามารถสื่อสาร อธิบาย หรือให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยวได้ดีพอ
- นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ ฮาลาลอย่างมากในการเลือกร้านอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถ บริโภคอาหารไทยจากร้านที่ไม่มีเครื่องหมายฮาลาลได้

## อาหารริมทาง

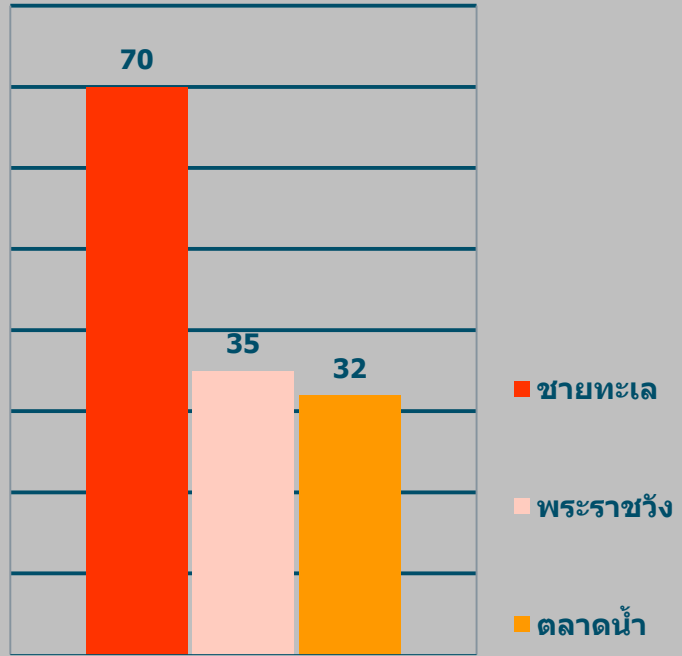
- ปัญหาด้านความสะอาดของร้านอาหารริมทางเป็นปัญหาสำคัญที่สุด
- ข้อจำกัดด้านภาษาที่ไม่สามารถสื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ
- นักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลที่เพียงพอสำหรับส่วนประกอบของอาหารไทยที่ วางจำหน่ายจึงทำให้ไม่กล้าที่จะลองรับประทาน

## อาหารทะเล

- ปัญหาด้านความสะอาดถือเป็นปัญหาสำคัญเนื่องจากร้านอาหารทะเล ส่วนใหญ่นิยมจัดวางอาหารสดและวัตถุดิบไว้บริเวณหน้าร้านเพื่อแสดง ถึงความสดใหม่แต่นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าการแสดงสินค้าดังกล่าว ร้านค้าควรคำนึงถึงความสะอาดและความปลอดภัยที่มีต่อลูกค้าเพราะ อาหารดังกล่าวอาจได้รับการปนเปื้อนของเชื้อโรค ควรถูกจัดเก็บใน บริเวณตู้แช่หรือตู้เย็นที่อุณหภูมิเหมาะสม



# สถานที่ท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวจาก ตะวันออกกลางไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



สถานที่ท่องเที่ยว  
n = 100

## ชายหาด

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาและอาจเป็นเพราะจัดสรรเวลาให้กับนักท่องเที่ยวชายหาดของประเทศไทยน้อยเกินไป
- ปัญหาเรื่องความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาด

## พระราชวัง

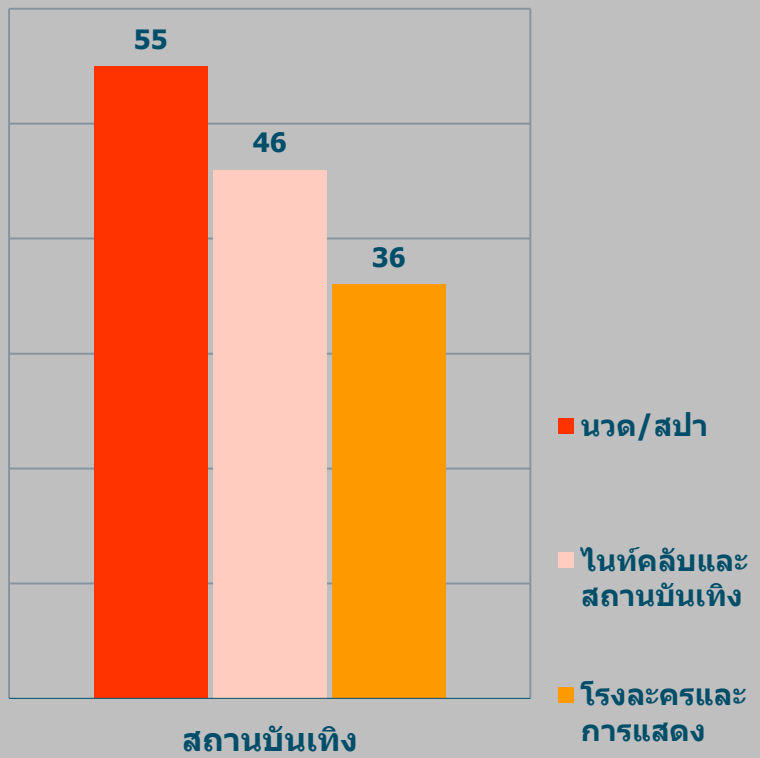
- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ความลำบากในการเดินทางอันเนื่องมาจากที่ตั้งของพระราชวังอยู่ในบริเวณที่การจราจรติดขัดและเดินทางลำบากเนื่อง อันเนื่องมาจากการไม่มีระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพดีพอ

## ตลาดน้ำ

- ข้อจำกัดทางด้านเวลายังคงเป็นปัญหาสำคัญ
- ปัญหาความแออัดของผู้คน
- ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวศึกษาเกี่ยวกับตลาดน้ำไม่ตรงตามที่คาดหวัง เช่นนักท่องเที่ยวคาดหวังการพายเรือซื้อสินค้ามากกว่าการซื้อสินค้าบนบก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ประทับใจและไม่สนใจ



# สถานบันเทิง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยว จากตะวันออกกลางไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



n = 100

## บริการนวดสปา

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาถือเป็นปัญหาสำคัญ
- ข้อมูลรายละเอียดของการบริการและสถานที่ที่ควรไปใช้บริการไม่เพียงพอ
- นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางเพียงสัดส่วน 5% ให้ความเห็นว่าราคาของการนวดสปาในเมืองไทยนั้นมีราคาสูง

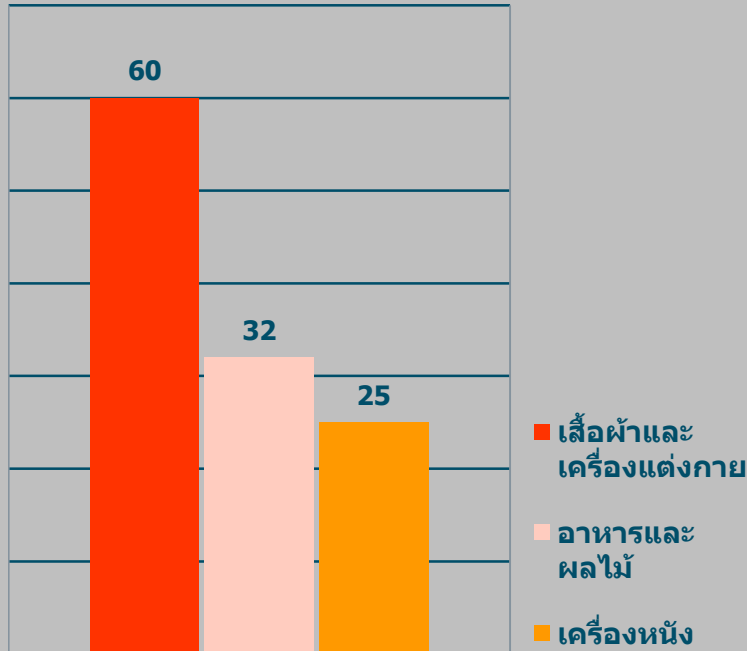
## โรงละครและการแสดง

- การจัดสรรเวลาสำหรับการท่องเที่ยวที่ไม่ดีพออาจเกิดจากนักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญในการเข้าชมการแสดงในโรงละคร
- มีข้อมูลที่ไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวทั้งข้อมูลด้านการเดินทาง รายละเอียดของการแสดง อัตราค่าบริการ และเวลาทำการ

## ไนท์คลับและสถานบันเทิง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- มีความกังวลเรื่องความปลอดภัยและไม่ต้องการเดินทางไปยังสถานบันเทิงที่มีความแออัดจนเกินไป

# การข้อปบ้่ง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยว จากตะวันออกกลางไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ข้อปบ้่ง

n = 100

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวท

## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

- ปัญหาในการการสื่อสารภาษาอังกฤษระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- ไม่ติดป้ายราคาสินค้าทำให้นักท่องเที่ยวไม่ยอมสอบถามและต่อรองสินค้า และนำไปสู่การขาดความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้า

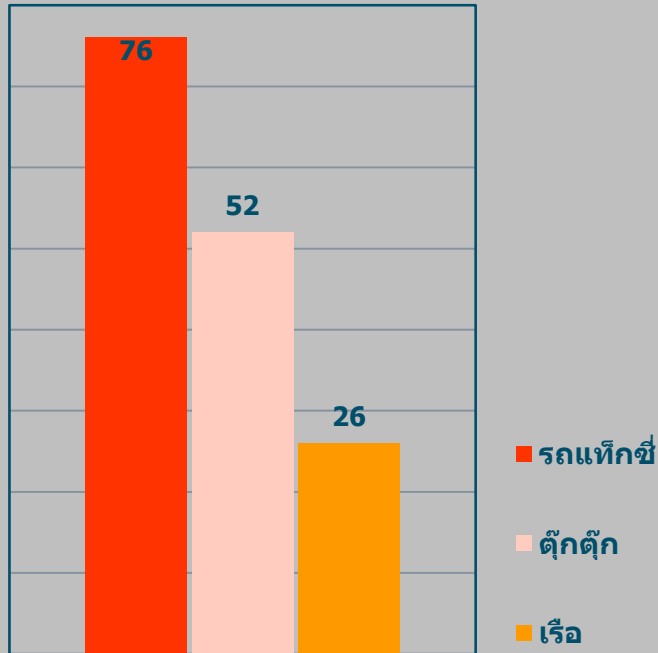
## อาหารและผลไม้

- มีข้อจำกัดในด้านข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของอาหารและผลไม้ที่สามารถขึ้นเครื่องบินและนำเข้าประเทศตนได้
- บรรจุภัณฑ์ของอาหารและผลไม้ที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง

## เครื่องหนัง

- มีความกังวลเรื่องคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐานและกลัวการหลอกลวงทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถจับจ่ายซื้อสินค้าตามที่ต้องการและมีการระวังเป็นพิเศษ โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมมากคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังในเมืองไทย

# การเดินทาง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



การเดินทาง

n = 100

## รถแท็กซี่

- กลัวการคิดค่าโดยสารเกินความเป็นจริงและต้องการให้คิดราคาค่าโดยสารจากมิเตอร์ แต่คนขับแท็กซี่ส่วนใหญ่ไม่ต้องการใช้มิเตอร์แต่จะทำการต่อรองราคาทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถูกเอาเปรียบจากการคิดราคาที่ไม่มีความมาตรฐานที่แน่นอน
- ปัญหาในด้านการสื่อสารและความปลอดภัยในการใช้บริการรถแท็กซี่

## รถตึกตึก

- ปัญหาทางด้านความปลอดภัย
- ปัญหาด้านภาษาและการสื่อสาร

## เรือ

- ความไม่สะดวกในการใช้บริการและเส้นทางการเดินทางที่จำกัด แม้ว่านักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจมาก
- เรือโดยสารและอาคารสถานีค่อนข้างทรุดโทรมและความแออัดของผู้ใช้บริการ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยจึงไม่กล้าใช้บริการ



synovate

# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง

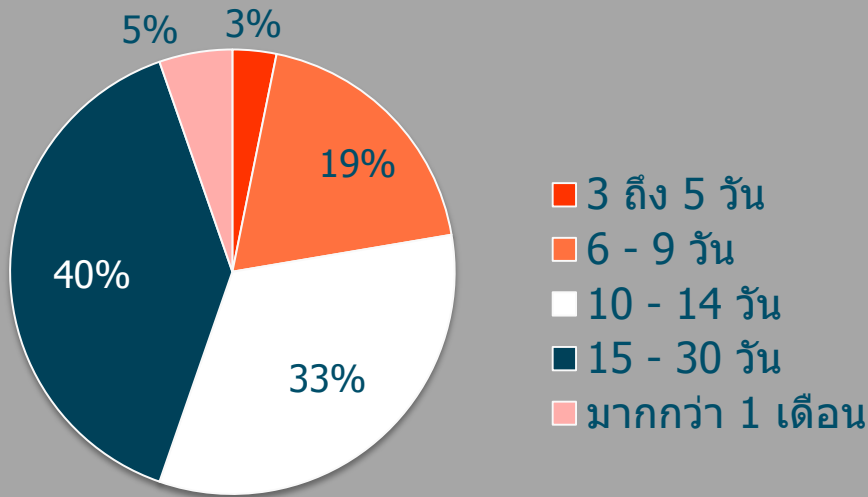
หมวดหมู่	กิจกรรมที่มีปัญหา	ปัญหาที่พบ
กิจกรรมและบริการในที่พัก	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคา
	บริการอินเทอร์เน็ต	1.ความสะอาดด้านอุปกรณ์ 2.ราคาค่าบริการ
	บริการห้องอาหาร	1.ชนิดของอาหาร (ไม่มีอาหารสำหรับชาวตะวันออกกลางให้บริการมากนัก)
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารไทย	1.ขาดข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหาร 2.ร้านอาหารจำนวนน้อยที่มีเครื่องหมายสากล 3.อุปสรรคด้านภาษา
	อาหารริมทาง	1.ความสะอาด 2. ขาดข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหาร 3. อุปสรรคด้านภาษา
	อาหารทะเล	1.ความสะอาด 2.ราคา 3. อุปสรรคด้านภาษา
สถานที่ท่องเที่ยว	ชายหาด	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2.ความแออัดหนาแน่น
	พระราชวัง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2.การเดินทางไม่สะดวก 3. ความแออัดหนาแน่น
	ตลาดน้ำ	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2.ไม่ประทับใจ 3. ความแออัดหนาแน่น
สถานบันเทิง	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2.ข้อมูลรายละเอียดของบริการ
	โรงละครและการแสดง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2.ความปลอดภัย,ความแออัดหนาแน่น 3.ราคา
ช้อปปิ้ง	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1.อุปสรรคด้านภาษา 2.กลัวถูกหลอก
	อาหารและผลไม้	1.ข้อมูลด้านการนำเข้าประเทศ 2.บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สะดวกในการนำกลับ
	เครื่องหนัง	1.คุณภาพของสินค้า 2.กลัวถูกหลอก
ยานพาหนะ	รถแท็กซี่	1.กลัวถูกหลอก 2.ความปลอดภัย 3.อุปสรรคด้านภาษา
	รถตุ๊กตุ๊ก	1.กลัวถูกหลอก 2.ความปลอดภัย 3.อุปสรรคด้านภาษา
	เรือ	1.เส้นทางที่จำกัด 2.ความปลอดภัย 3.ความสะดวกในการใช้บริการ



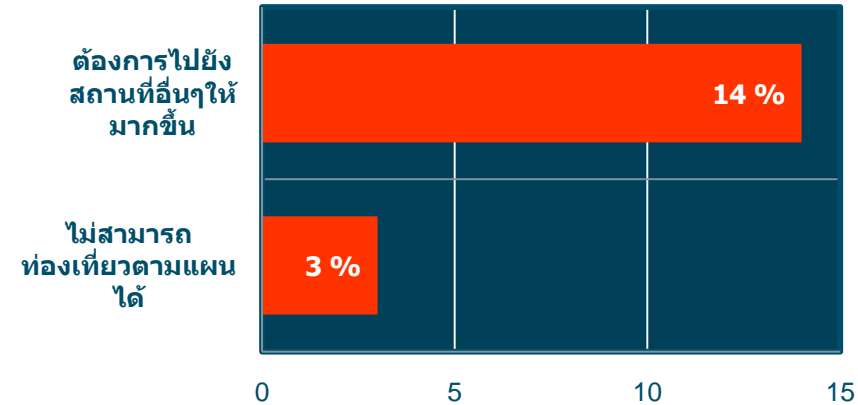
A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. Below it, there is a solid teal circle. The background is a solid teal color. The text is white and centered on the right side of the page.

ระยะเวลาที่เหมาะสมใน  
การท่องเที่ยวประเทศไทย

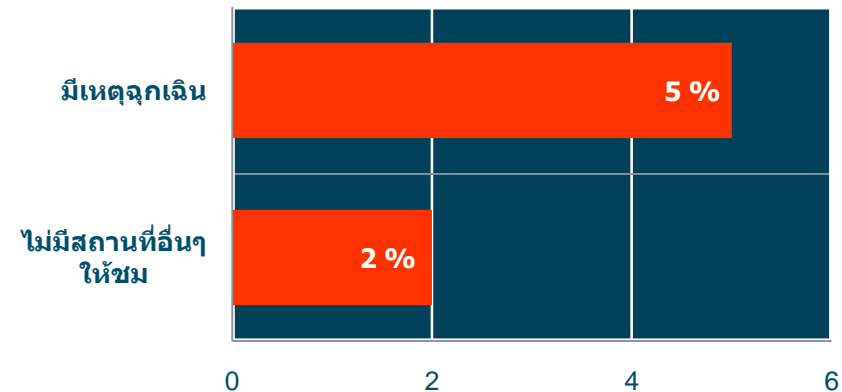
# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในความเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลาง



## เหตุผลที่ยาวนานกว่าที่วางแผนไว้



## เหตุผลที่อยู่ได้สั้นกว่าที่วางแผนไว้

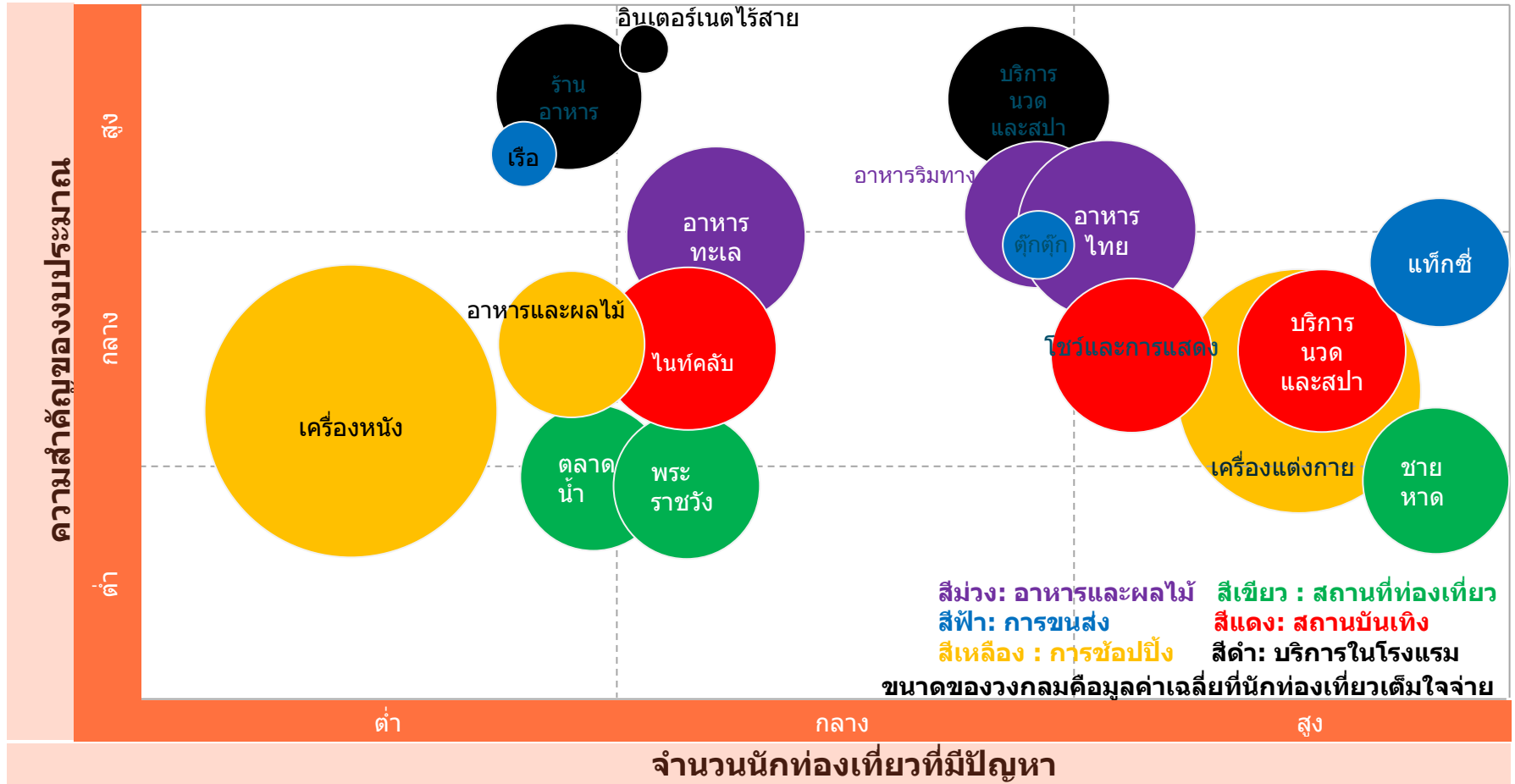


- นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวประเทศไทยจำเป็นที่จะต้องใช้เวลามากกว่า 9 วัน มีจำนวนสัดส่วน 33% คิดว่าควรจะใช้เวลาประมาณ 10 - 14 วันขึ้นไปจะสามารถเที่ยวได้ครบตามที่ตนต้องการ และสัดส่วนอีก 40% คาดว่าต้องใช้เวลาประมาณ 15 - 30 วันจึงจะเหมาะสม
- นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางจะอยู่ในประเทศไทยนานกว่าที่วางแผนไว้โดยมีสาเหตุเนื่องจากต้องเดินทางไปยังสถานที่อื่นๆอีกสัดส่วน 14% และไม่สามารถท่องเที่ยวได้ครบตามที่กำหนดสัดส่วน 3%
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับประเทศก่อนกำหนดจะมีเหตุผลจากเหตุฉุกเฉินส่วนตัวมากกว่าปัญหาอื่นที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย

A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the page. Below it, a solid blue circle is partially visible. The background is a dark teal color. The text 'ข้อเสนอแนะ' is centered on the right side of the page.

ข้อเสนอแนะ

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยว กลุ่มตะวันออกกลาง



บริการนวดและสปา อาหารไทย โชว์และการแสดง การซื้อเครื่องแต่งกาย และรถแท็กซี่ เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางให้ความสำคัญในการใช้จ่ายและเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ





# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง คือ บริการนวดและสปาในที่พัก รถแท็กซี่ อาหารไทย โชว์และการแสดง โดยเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายและมีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญในการใช้จ่าย (1-5)	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย	สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เกิดปัญหา %
บริการนวดและสปาในที่พัก	4.1	1,485	46
อาหารไทย	3.9	2,633	48
รถแท็กซี่	3.7	1,128	76
โชว์และการแสดง	3.5	1,450	46
นวดและสปานอกที่พัก	3.5	1,277	55
เครื่องแต่งกาย	3.5	3,966	60

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a dark teal color. Below it, a solid teal circle is partially visible. The background is a solid, lighter teal color.

# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาว อินเดีย

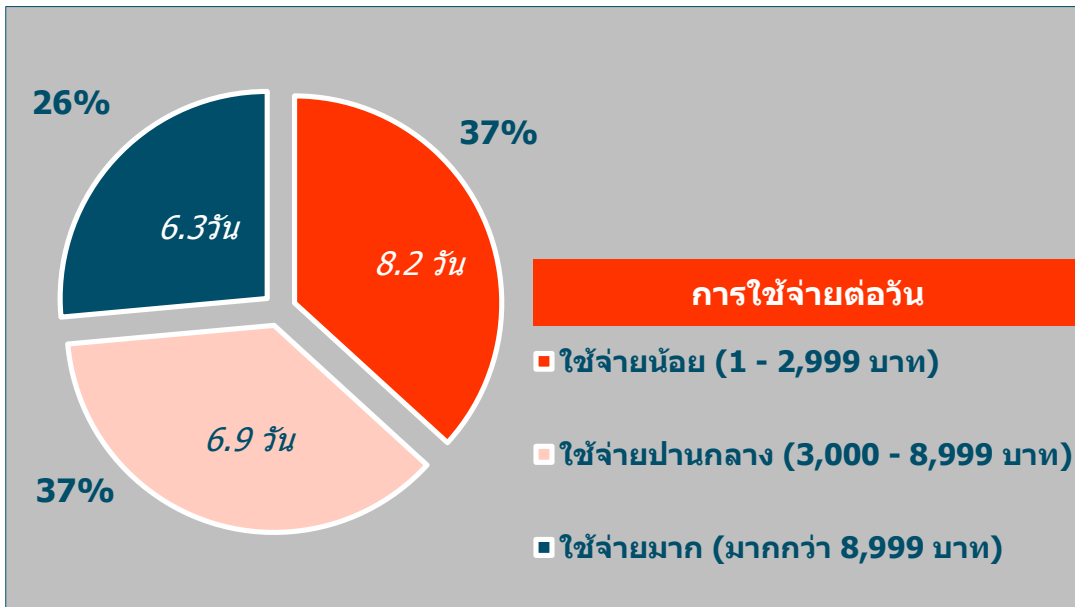
# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย



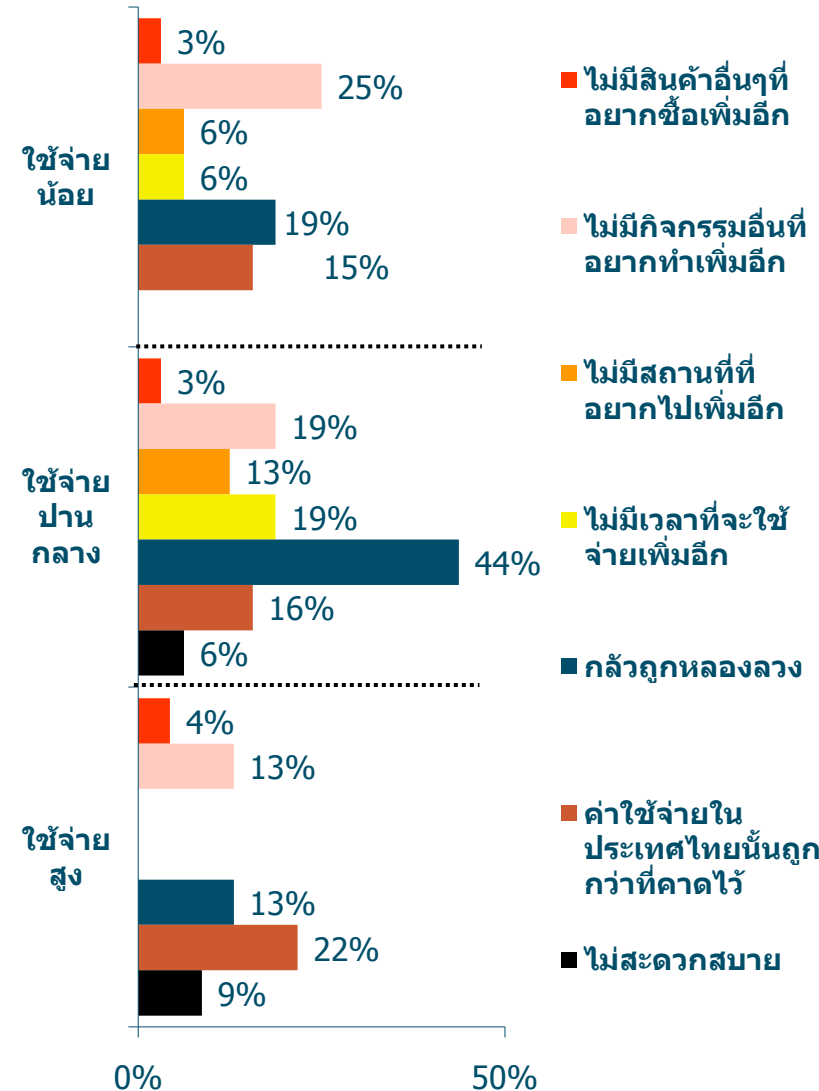
synovate

Business Consulting

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ

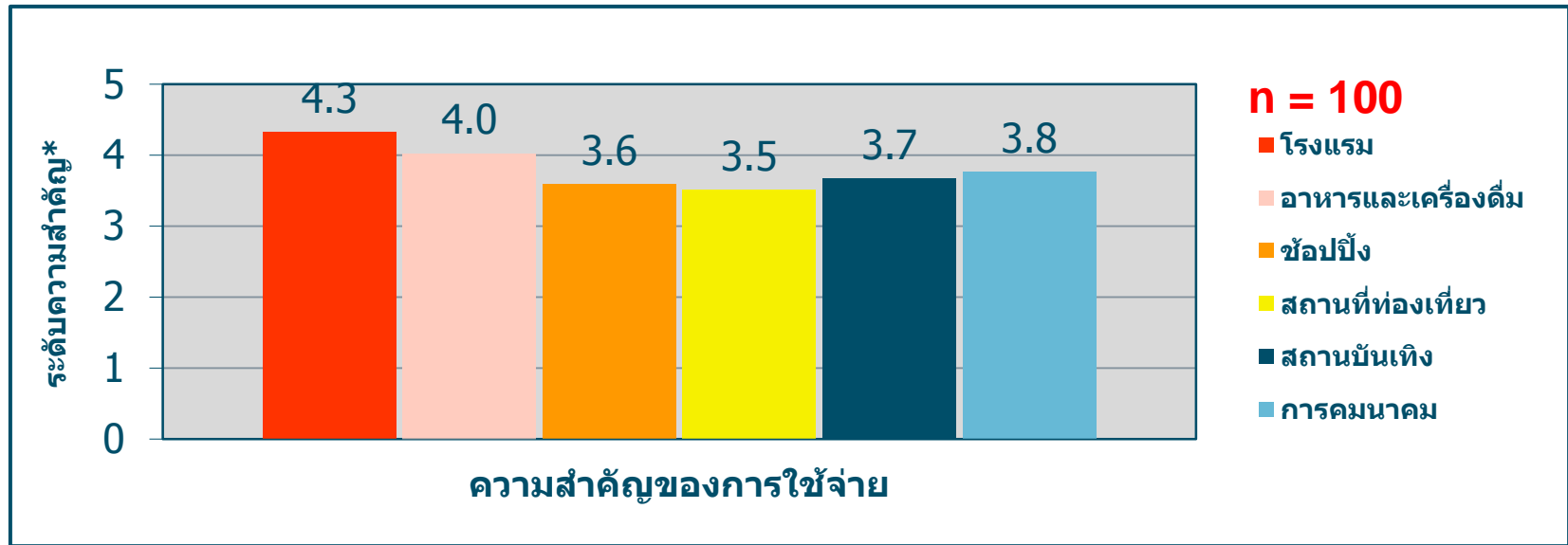


- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีการใช้จ่ายเฉลี่ยในประเทศไทยเท่ากับ 6,885 บาทต่อวัน โดยกลุ่มที่ใช้จ่ายน้อย (1 – 2,999 บาท ต่อวัน) และ กลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลาง (3,000 – 8,999 บาทต่อวัน) มีสัดส่วนกลุ่มละ 37% เท่ากัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันสูง( มากกว่า 8,999 บาทต่อวัน) มีสัดส่วนอยู่ที่ 26%
- นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายน้อยเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยนานที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.2 วัน, กลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลางใช้เวลาท่องเที่ยวในเมืองไทยเฉลี่ย 6.9 วัน และกลุ่มที่มีการใช้จ่ายมากจะใช้เวลาในเมืองไทยเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 6.3 วัน
- สาเหตุสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการคือ กลัวที่จะถูกหลอกหลวง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลางเป็นกลุ่มที่มีปัญหามากที่สุดถึง 44%



# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆของ นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายในหมวดโรงแรม หมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 4.3 และ 4.0 คะแนนตามลำดับ

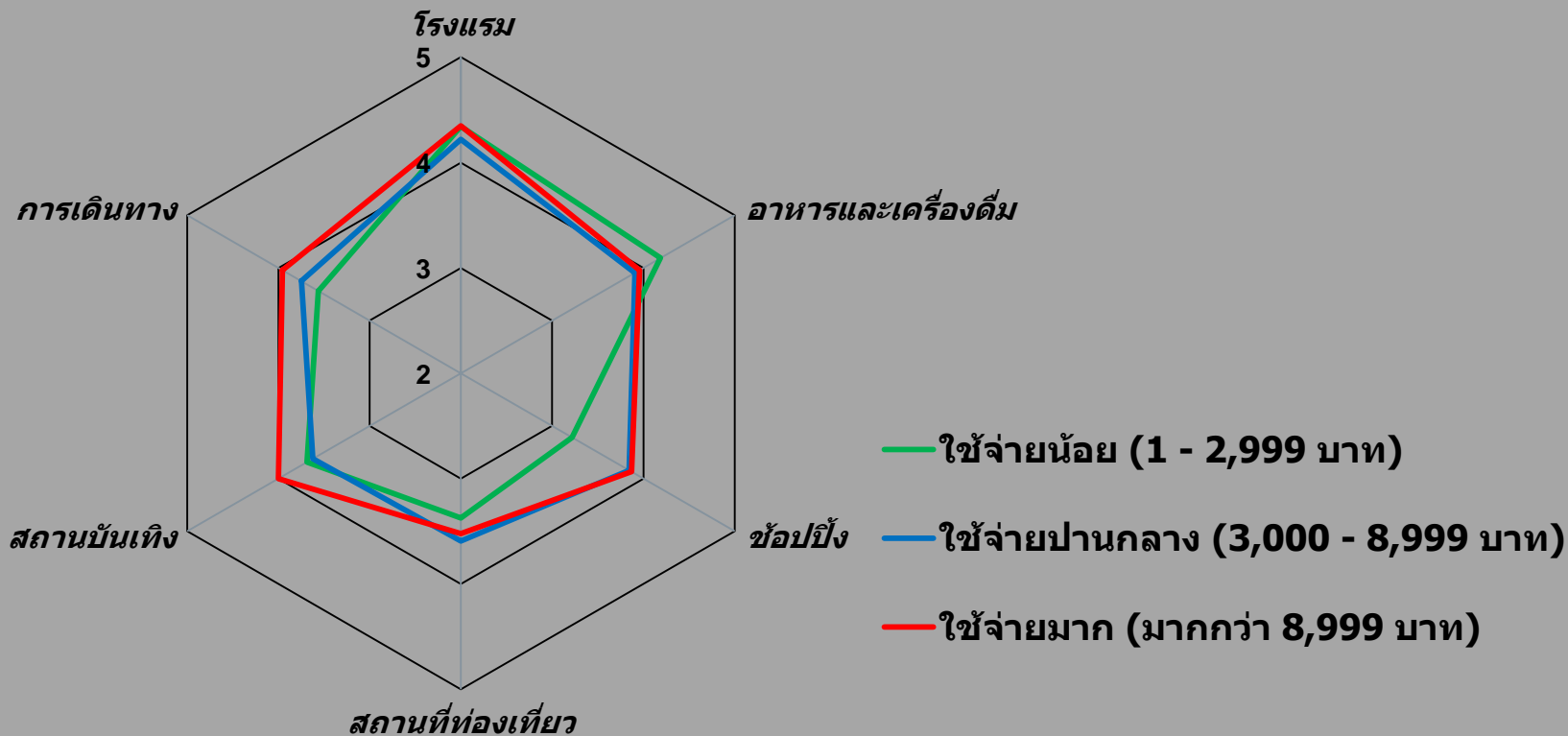


- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับโรงแรมและอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด โดยในส่วนของโรงแรม นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่อง การบริการภายในโรงแรม, ความสวยงาม, สภาพห้องและความปลอดภัย และหมวดอาหารเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียให้ความสำคัญกับรสชาติ, ชนิดอาหาร และข้อมูลส่วนประกอบในอาหาร
- ในส่วนของการเดินทางแม้ว่าประเทศไทยจะมีปัญหาเรื่องรถติดแต่สามารถทดแทนได้ด้วยรถไฟฟ้า อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเคยชินกับการเดินทางไกลๆทำให้การเดินทางไม่ไช่ปัญหา นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีตัวเลือกในการเดินทางค่อนข้างหลากหลาย ตัวอย่างเช่น แท็กซี่ รถเมล์ มอเตอร์ไซร์รับจ้าง และ รถตุ๊กตุ๊ก
- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียจะให้ความสำคัญกับหมวดของสถานที่ท่องเที่ยวน้อยที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.5 คะแนน

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยหรือจะใช้จ่ายน้อย และ 5 มีความสำคัญมากหรือจะใช้จ่ายมาก

# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ

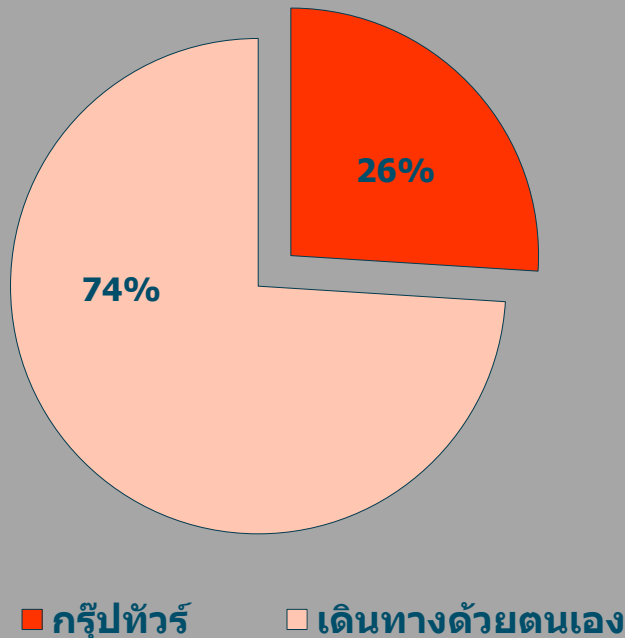
การให้ความสำคัญของการใช้จ่ายในแต่ละหมวดโดยแบ่งตามการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว



- นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันมาก (มากกว่า 8,999 บาทต่อวัน) ให้ความสำคัญกับโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม ยานพาหนะ สถานบันเทิงและการช้อปปิ้งใกล้เคียงกัน โดยจะให้ความสำคัญของการใช้จ่ายกับหมวดสถานที่ท่องเที่ยวน้อยที่สุด
- นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันปานกลาง (3,000-8,999 บาทต่อวัน) จะให้ความสำคัญของการใช้จ่ายกับทุกหมวดอย่างใกล้เคียงกัน
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันน้อย (1,000 – 2,999 บาทต่อวัน) จะให้ความสำคัญกับหมวดโรงแรม หมวดอาหารและเครื่องดื่มมาก แต่จะให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้งน้อยที่สุด


# ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังประเทศไทยจะนิยมเดินทางมาด้วยตนเองจากการสำรวจมีสัดส่วนถึง 74%



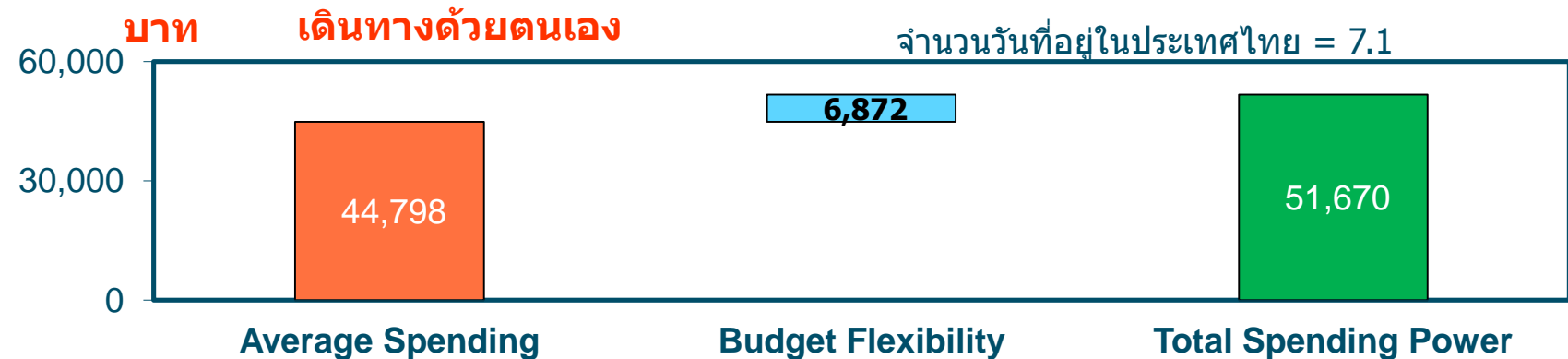
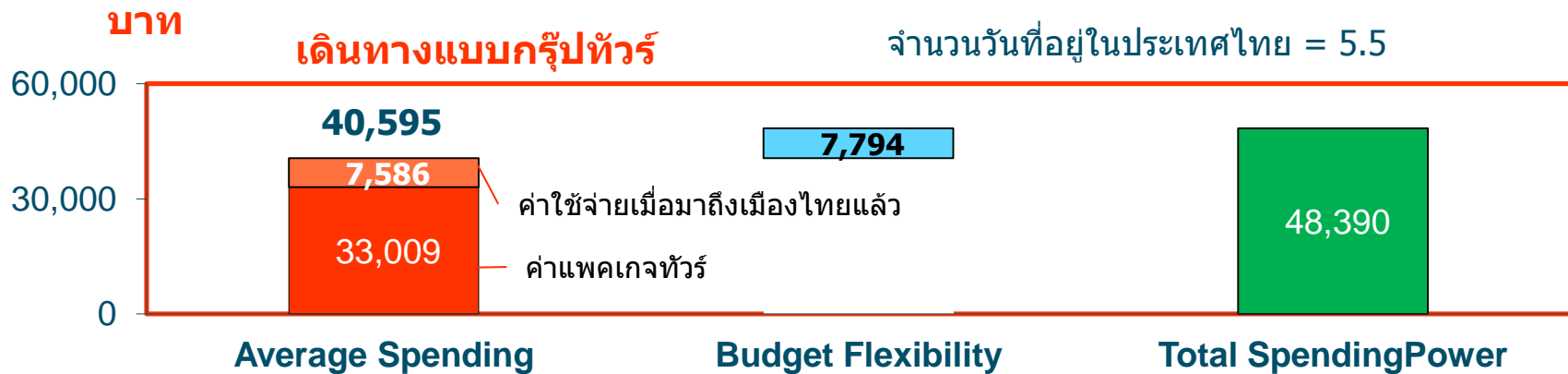
- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียไม่นิยมท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์เนื่องจากชาวอินเดียส่วนใหญ่สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้ อีกทั้งข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สามารถสืบค้นในอินเทอร์เน็ตเป็นภาษาอังกฤษ
- นักท่องเที่ยวที่เลือกจะเดินทางในรูปแบบของกรู๊ปทัวร์ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยเป็นครั้งแรก และเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการวางแผนการท่องเที่ยว

ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวอินเดียเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองถึง 60%\*  
\*ที่มา กรมการท่องเที่ยว : สถิตินักท่องเที่ยวปี 2553



พฤติกรรมการใช้จ่าย  
ของนักท่องเที่ยวชาว  
อินเดีย

# งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

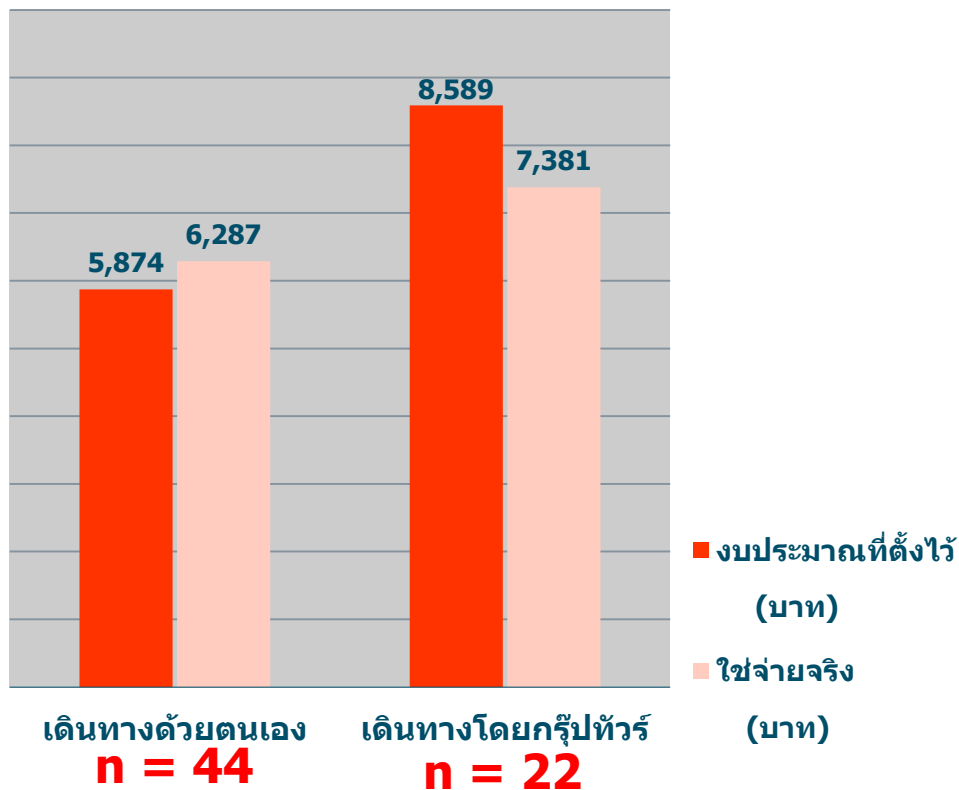


- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่ท่องเที่ยวด้วยตนเองใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 44,798 บาทต่อทริปและมีความสามารถสูงสุดในการใช้จ่ายที่ 51,670 บาทต่อทริป หรือมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง 15%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในรูปแบบกลุ่มทัวร์จะตั้งงบประมาณสำหรับการใช้จ่ายในเมืองไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เนื่องจากในแพคเกจทัวร์นั้นจะรวมค่าที่พัก ค่าเดินทาง และ อาหาร โดยที่นักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์จะมีการใช้จ่ายเมื่อมาถึงเมืองไทยเฉลี่ยที่ 7,586 บาท และใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปเท่ากับ 40,586 บาท
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์จะมีความยืดหยุ่นทางด้านงบประมาณมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเอง โดยความสามารถสูงสุดในการใช้จ่ายที่ 48,390 บาทต่อทริปหรือมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง 19%

# การใช้จ่ายจริงและงบประมาณของนักท่องเที่ยวอินเดีย

นักท่องเที่ยวอินเดียมีการตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวสัดส่วนถึง 66% โดยที่นักท่องเที่ยว 16% จะใช้จ่ายเกินกว่างบประมาณที่กำหนดไว้เฉลี่ยถึง 34% ของงบประมาณที่ตั้งไว้

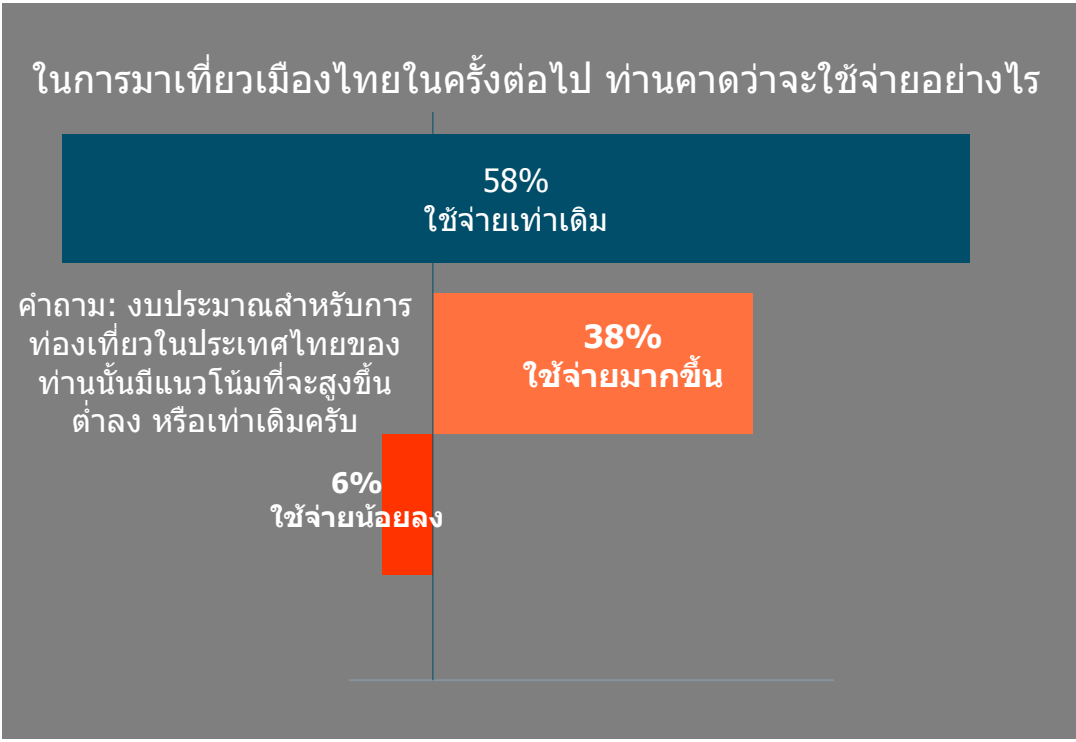
## จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน



- นักท่องเที่ยวอินเดียสัดส่วนร้อยละ 66 มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวสัดส่วนร้อยละ 16 ใช้จ่ายมากกว่างบประมาณที่กำหนดไว้โดยเฉลี่ยถึง 34% ของงบประมาณที่กำหนดไว้
- การใช้จ่ายจริงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยกรู๊ปทัวร์จะน้อยกว่างบประมาณที่นักท่องเที่ยวกำหนดไว้ 14%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองจะใช้จ่ายมากกว่าที่ตนกำหนดไว้ 7% โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้อาจไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้ดีเท่ากับนักท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยกรู๊ปทัวร์จะมีค่าใช้จ่ายต่อวันเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองโดยมีเหตุผลมาจากระยะเวลาท่องเที่ยวค่อนข้างสั้น



# การกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

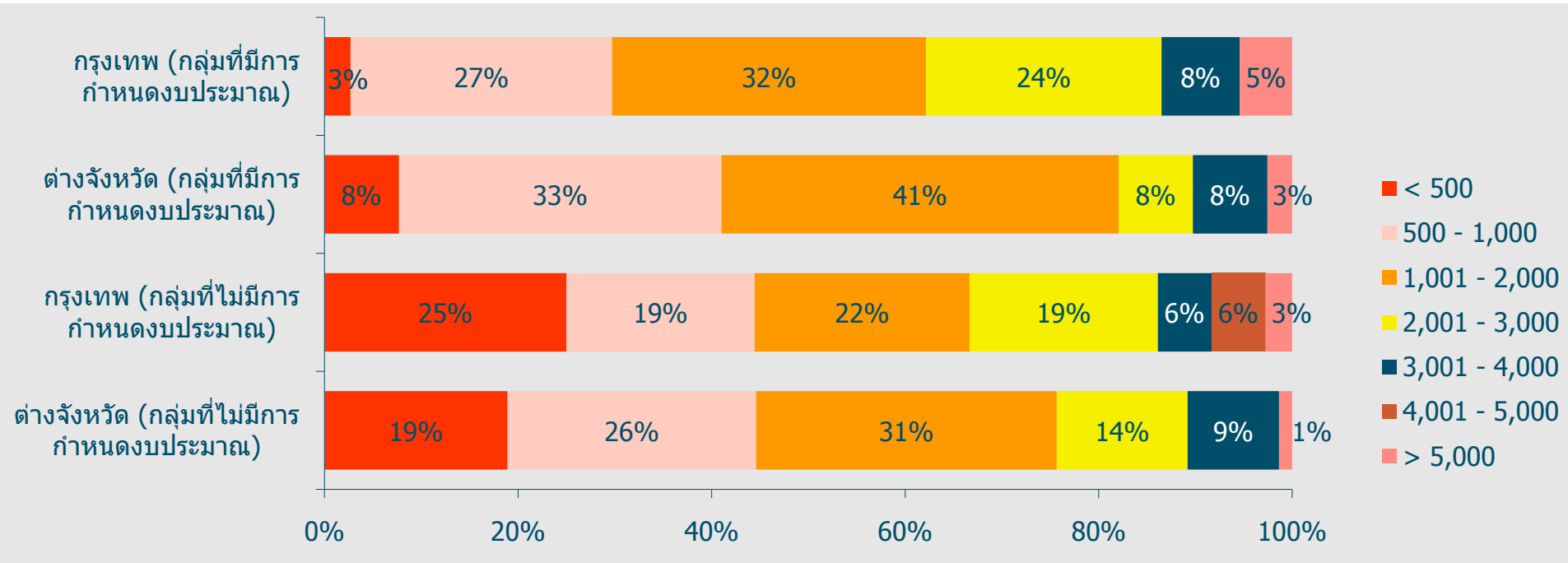


- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียสัดส่วน 58% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนเท่าเดิมสำหรับการเที่ยวเมืองไทยในครั้งต่อไป
- ผู้ที่คาดว่าจะมีการใช้จ่ายมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นคิดเป็นสัดส่วนจำนวน 38% จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดโดยจะกำหนดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 36% ซึ่งอาจมีสาเหตุจาก
  - นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในประเทศไทย และต้องการที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น
  - นักท่องเที่ยว พบว่า ค่าใช้จ่ายต่างๆในเมืองไทยแพงกว่าที่คาดคิดไว้
- มีนักท่องเที่ยวสัดส่วนเพียง 6% เท่านั้นที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายน้อยลงสำหรับการมาเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไป

แนวโน้ม	% การเปลี่ยนแปลงจากงบประมาณในครั้งนี้
จ่ายสูงขึ้น	36%
จ่ายน้อยลง	14%
จ่ายเท่าเดิม	0%

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต

# ค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย



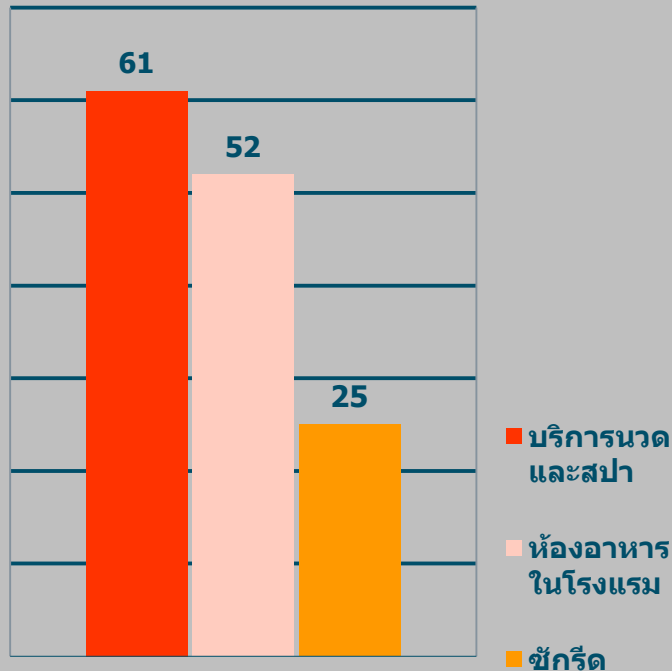
- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่ใช้จ่ายสำหรับห้องพักในช่วงราคา 1,001 – 2,000 บาท ต่อคืน
- ข้อแตกต่างในการใช้จ่ายกับที่พักระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการตั้งงบประมาณกับกลุ่มที่ไม่มีการตั้งงบประมาณ คือ
  - กลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายจะพักในที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาทต่อคืนมากกว่ากลุ่มที่มีการกำหนดงบประมาณ
  - กลุ่มที่มีการตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่พักราคาห้องพักที่สูงกว่ากลุ่มที่ไม่กำหนดงบประมาณ โดย 65 % ของนักท่องเที่ยวที่มีการกำหนดงบประมาณจะใช้จ่ายสำหรับห้องพักอยู่ในช่วง 1,001-5,000 บาท ในขณะที่สัดส่วน 55% ของกลุ่มที่ไม่กำหนดงบประมาณนั้นมีค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักอยู่เพียงในช่วง 1,001-5,000 บาท





**ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยว  
ชาวอินเดียไม่สามารถใช้จ่าย  
ได้ตามต้องการ**

# กิจกรรมและบริการในที่พัก 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



กิจกรรมและบริการ  
n = 100

## บริการนวดและสปา

- ปัญหาค่าบริการในโรงแรมมีราคาแพงหากเปรียบเทียบกับค่าบริการจากร้านภายนอกโรงแรม
- มีข้อจำกัดในด้านเวลาโดยนักท่องเที่ยวไม่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า เช่น ไม่ได้ทำการจองไว้ก่อน บริการนวดและสปาภายในโรงแรมจะปิดบริการเร็วกว่าร้านภายนอกโรงแรม

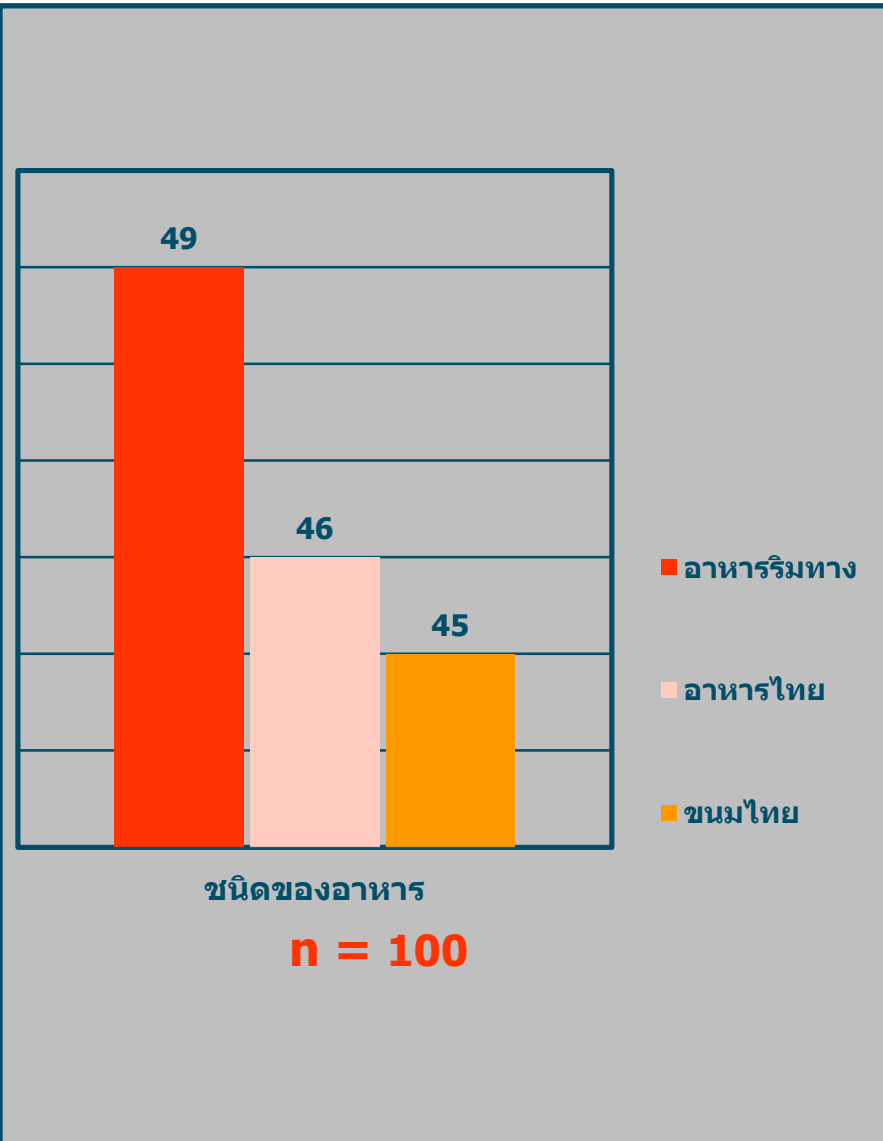
## ห้องอาหาร

- ห้องอาหารภายในโรงแรมมีราคาที่สูงและเนื่องจากไม่ได้ใช้เวลาอยู่ในโรงแรมมากนัก จึงเลือกใช้บริการร้านอาหารจากภายนอกเป็นส่วนใหญ่
- มีปัญหาทางด้านภาษากับร้านอาหารในโรงแรมเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น

## บริการซักรีด

- ราคาค่อนข้างสูง และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียจะใช้เวลาท่องเที่ยวในเมืองไทยเฉลี่ยเพียง 7 วัน ดังนั้นจึงไม่มีความต้องการใช้บริการซักรีดภายในโรงแรมมากนัก
- ปัญหาในการสื่อสารในการใช้บริการร้านซักรีดภายนอกโรงแรม

# อาหารและเครื่องดื่ม 3 อันดับแรกที่ทำให้ชาวอินเดียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## อาหารริมทาง

- ความกังวลในเรื่องความสะอาดกับอาหารริมทาง
- ข้อจำกัดทางด้านภาษาในการสื่อสารกับพ่อค้าอาหารริมทางซึ่งไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้หรือไม่สามารถอธิบายถึงส่วนผสมและวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหาร

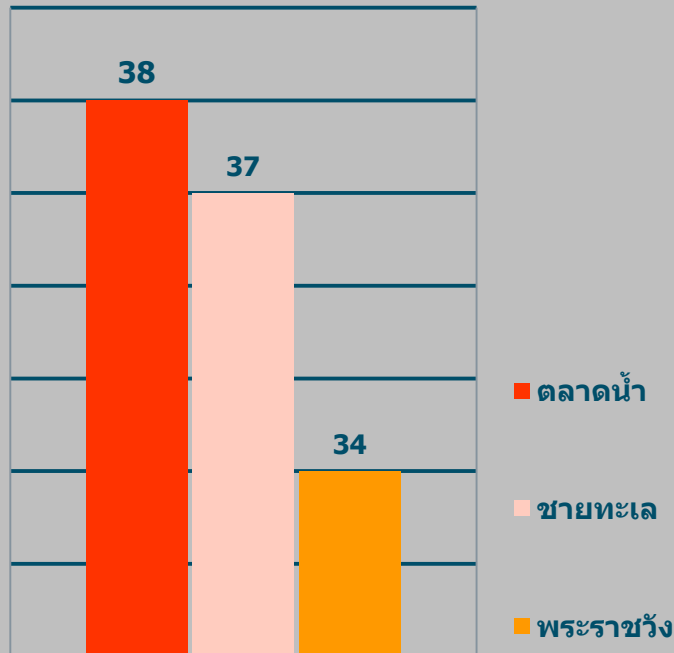
## อาหารไทย

- รสชาติที่เผ็ดของอาหารไทย
- ข้อจำกัดทางด้านภาษา

## ขนมไทย

- ขาดข้อมูลรายละเอียดทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถหาขนมไทยได้
- อุปสรรคทางด้านภาษาทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียไม่สามารถใช้จ่ายกับขนมไทยได้แม้มีความต้องการสูง

# สถานที่ท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่ทำให้ชาวอินเดีย ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



สถานที่ท่องเที่ยว  
n = 100

## ตลาดน้ำ

- ความแออัดหนาแน่นและความไม่สะอาดของสถานที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียไม่ประทับใจและไม่ได้ใช้จ่ายตามที่ต้องการ
- ขาดข้อมูลในการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ

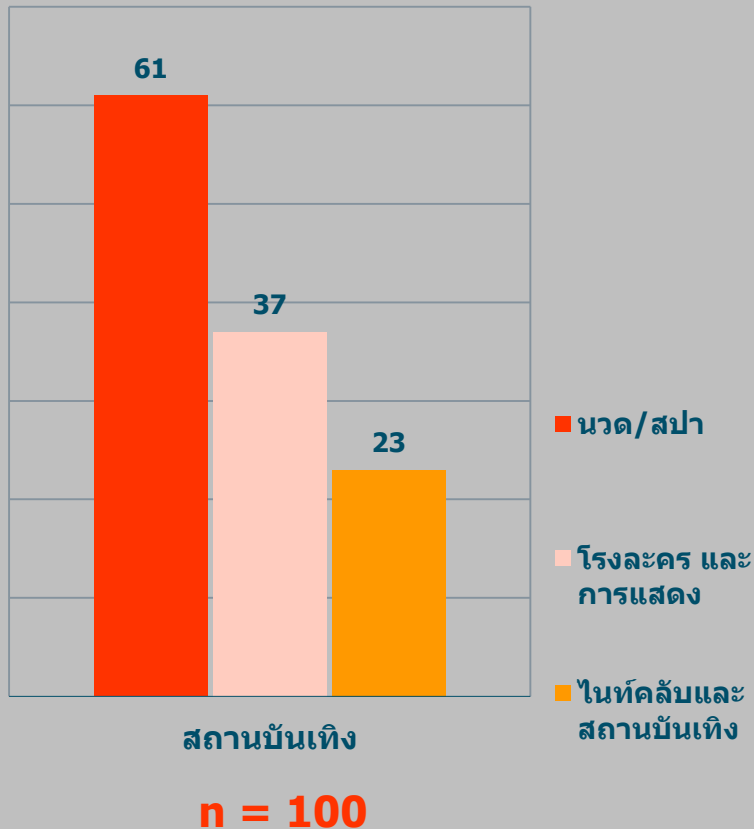
## ชายทะเล

- หลีกเลี้ยงบริเวณชายทะเลที่มีความแออัด
- มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่จำกัด ไม่สามารถจัดการเวลาได้ดีพอสำหรับการเดินทางมายังภาคใต้และชายทะเลในเมืองไทยหรือเดินทางไปหลายภาค

## พระราชวัง

- ข้อจำกัดด้านเวลาถือเป็นอุปสรรคสำคัญ การเดินทางที่ติดขัดในกรุงเทพฯ และพระราชวังส่วนใหญ่ในกรุงเทพฯ จะตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการจราจรหนาแน่นที่ยังไม่มีรถไฟฟ้าเข้าถึง

# สถานบันเทิง 3 อันดับแรกที่ทำให้ชาวอินเดีย ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## บริการนวดสปา

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมนี้รองจากกิจกรรมอื่นๆ
- ราคาแพงทำให้มีความรู้สึกถูกเอาเปรียบ เช่นคิดราคาเพิ่มจากป้ายโฆษณา ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่ดีและไม่กล้าใช้บริการประเภทนี้อีก

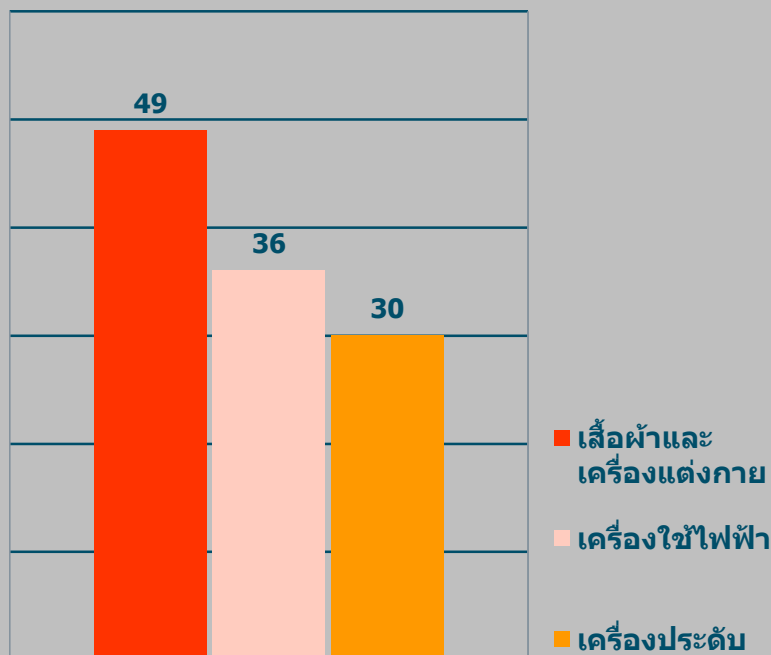
## ไนท์คลับและสถานบันเทิง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาและความแออัด
- ขาดข้อมูลเกี่ยวกับสถานบันเทิง เช่น สถานที่ เวลาทำการ และ ราคา เป็นต้น

## โรงละครและการแสดง

- ปัญหาจากข้อจำกัดด้านเวลาเป็นปัญหาหลักๆ หรืออาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมนี้น้อยกว่ากิจกรรมอื่นๆ
- ขาดข้อมูลรายละเอียด
- อุปสรรคทางด้านภาษา

# การข้อป้บ 3 อันดับแรกทำให้ชาวอินเดียไม่สามารถ ใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ข้อป้บ

n = 100

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวท

## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

- ข้อจำกัดทางด้านภาษานั้นเป็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากผู้ขายไม่สามารถสื่อสารกับผู้ซื้อได้ดี อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทางผู้ขายจะมีประสบการณ์ขายสินค้าให้กับชาวต่างชาติที่พูดภาษาอังกฤษได้แต่สำเนียงและวิธีการพูดของชาวอินเดียนั้นอาจทำให้ยากต่อการเข้าใจ
- ขาดความมั่นใจในการซื้อสินค้าในเมืองไทย เนื่องจากประเทศไทยมีสินค้าลอกเลียนแบบวางขายตามท้องถนนและสามารถพบเห็นได้ง่าย

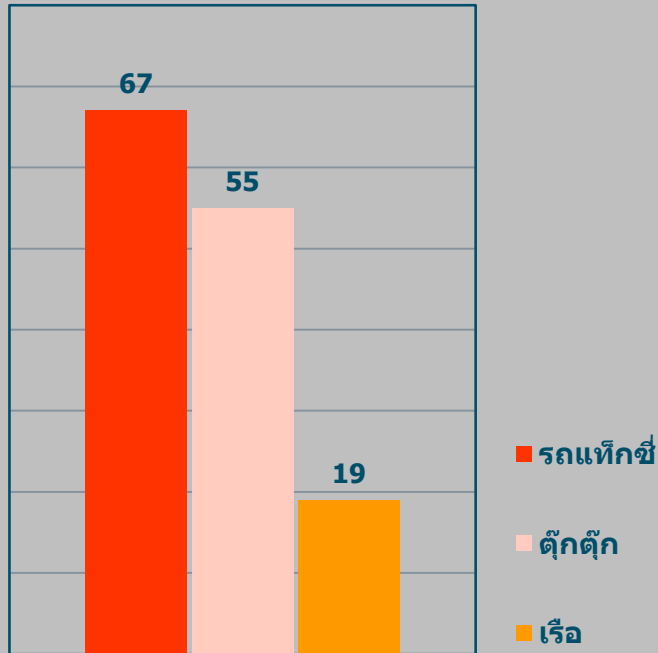
## เครื่องใช้ไฟฟ้า

- มีความกังวลเรื่องสินค้าลอกเลียนแบบและขาดข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับตัวสินค้า แม้ว่าจะมีความนิยมซื้อสินค้าโดยเฉพาะสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในเมืองไทย เนื่องจากมีคุณภาพดีก็ตาม

## เครื่องประดับ

- กลัวถูกหลอกจากการที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงไม่ดีเกี่ยวกับสินค้าลอกเลียนแบบ
- ปัญหาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ รวมทั้งการให้ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆที่ไม่เพียงพอเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า

# ประเภทยานพาหนะ 3 อันดับแรกที่ทำให้ชาวอินเดียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



การเดินทาง

n = 100

## รถแท็กซี่

- กลัวผู้ให้บริการรถแท็กซี่คิดค่าโดยสารเกินความเป็นจริงและมีราคาแพงกว่ามาตรฐาน เนื่องจากคนขับรถไม่ใช้มิเตอร์ในการคิดค่าโดยสาร สัดส่วนถึง 44%
- อุปสรรคทางด้านภาษา ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างคนขับและนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

## รถตุ๊กตุ๊ก

- ความกังวลในด้านความปลอดภัย ทั้งจากสภาพของรถที่ค่อนข้างเก่าแล้วดูไม่แข็งแรง รวมไปถึงลักษณะการขับขี่ของผู้ขับ
- อุปสรรคในด้านภาษาก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวกังวลว่าจะถูกคิดราคาค่าโดยสารที่ไม่เป็นธรรม แม้จะมีความต้องการใช้บริการจำนวนมากเนื่องจากรถตุ๊กตุ๊กจัดว่าเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของประเทศไทย

## เรือ

- มีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการ ทั้งสภาพเรือ ตัวอาคารสถานที่ทรมาน
- ความสะอาดของแม่น้ำและข้อจำกัดในเรื่องเส้นทาง เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือได้

# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยวอินเดีย

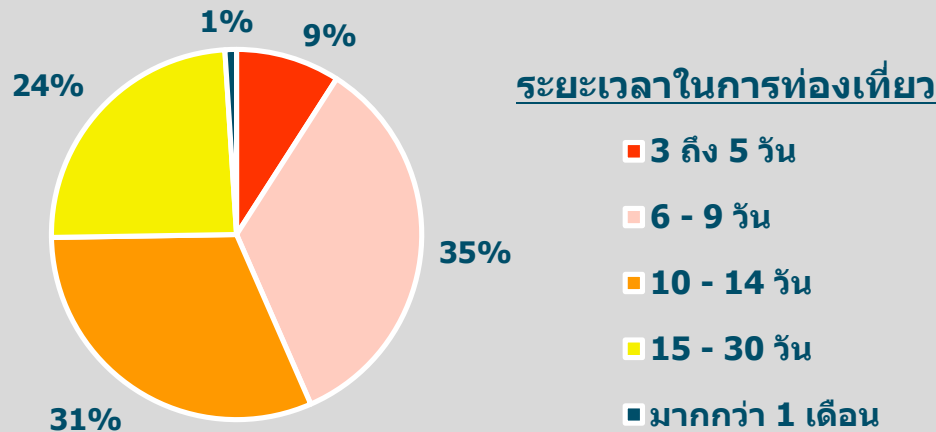
หมวดหมู่	ปัญหาที่พบ	หมายเหตุ
กิจกรรมและบริการในที่พัก	บริการนวดสปา	1. ราคาสูงเกินไป 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. อุปสรรคด้านภาษา
	บริการห้องอาหาร	1. ราคาสูงเกินไป 2. อุปสรรคด้านภาษา 3. ข้อจำกัดด้านเวลา
	บริการซักรีด	1. ราคาสูงเกินไป 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. อุปสรรคด้านภาษา
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารริมทาง	1. ความสะอาด 2. อุปสรรคด้านภาษา 3. ข้อมูลรายละเอียด
	อาหารไทย	1. รสชาติ 2. ข้อมูลรายละเอียด 3. อุปสรรคด้านภาษา
	ขนมไทย	1. ไม่สามารถหาได้ 2. ขาดรายละเอียด 3. อุปสรรคด้านภาษา
สถานที่ท่องเที่ยว	ตลาดน้ำ	1. ความหนาแน่น 2. ความสกปรก 3. ขาดรายละเอียด
	ชายหาด	1. ความหนาแน่น 2. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
	พระราชวัง	1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา 2. การเดินทางไม่สะดวก
สถานบันเทิง	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคาสูงเกินไป 3. รายละเอียดไม่มากพอ
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความแออัดของสถานที่ 3. ขาดรายละเอียด
	โรงละครการแสดง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. รายละเอียดไม่มากพอ 3. อุปสรรคด้านภาษา
ข้อป้ียง	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1. ข้อจำกัดทางด้านภาษา 2. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบ 3. ราคา
	เครื่องใช้ไฟฟ้า	1. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบ 2. ราคาสูงเกินไป 3. ขาดข้อมูลรายละเอียด
	เครื่องเพชรพลอย	1. กลัวเรื่องมาตรฐานของสินค้า 2. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบ 3. อุปสรรคด้านภาษา
ยานพาหนะ	รถแท็กซี่	1. กลัวค่าโดยสารไม่เป็นธรรม 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ความปลอดภัย
	รถตุ๊กตุ๊ก	1. ความปลอดภัย 2. ข้อจำกัดทางด้านภาษา
	เรือ	1. ความปลอดภัย 2. ความสะอาดของแม่น้ำ



A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the image. Below it, there is a solid blue circle. The background is a dark teal color. On the right side, the Thai text 'ระยะเวลาที่เหมาะสม' is written in white.

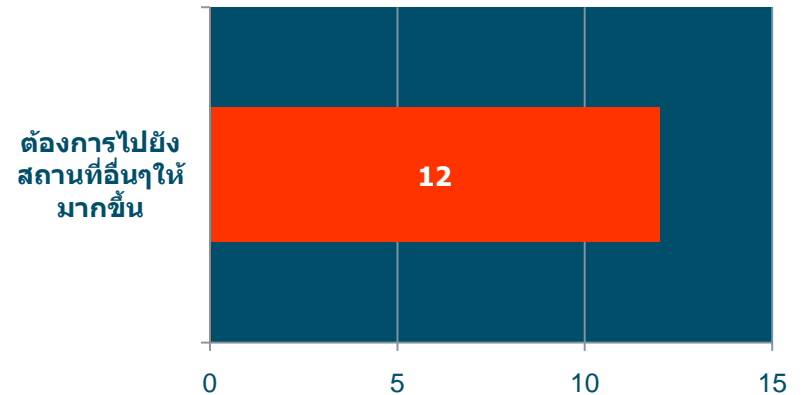
ระยะเวลาที่เหมาะสม

# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวประเทศไทย ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย



- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องใช้เวลามากกว่า 5 วัน โดยสัดส่วน 24% คิดว่าควรใช้เวลาประมาณ 15 – 30 วัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความคิดว่าควรใช้เวลาระยะสั้น ( 3-5 วัน) ในการท่องเที่ยวเมืองไทยมีเพียงสัดส่วน 9% เท่านั้น
- เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียอยู่นานกว่าที่วางแผนไว้ คือ ต้องการไปเที่ยวสถานที่อื่นๆ ด้วย
- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่กลับก่อนกำหนดเนื่องจากมีเหตุฉุกเฉินหรือผิดไปจากความคาดหวังและไม่มีสถานที่อื่นให้เยี่ยมชม

## เหตุผลที่อยู่นานกว่าที่วางแผนไว้



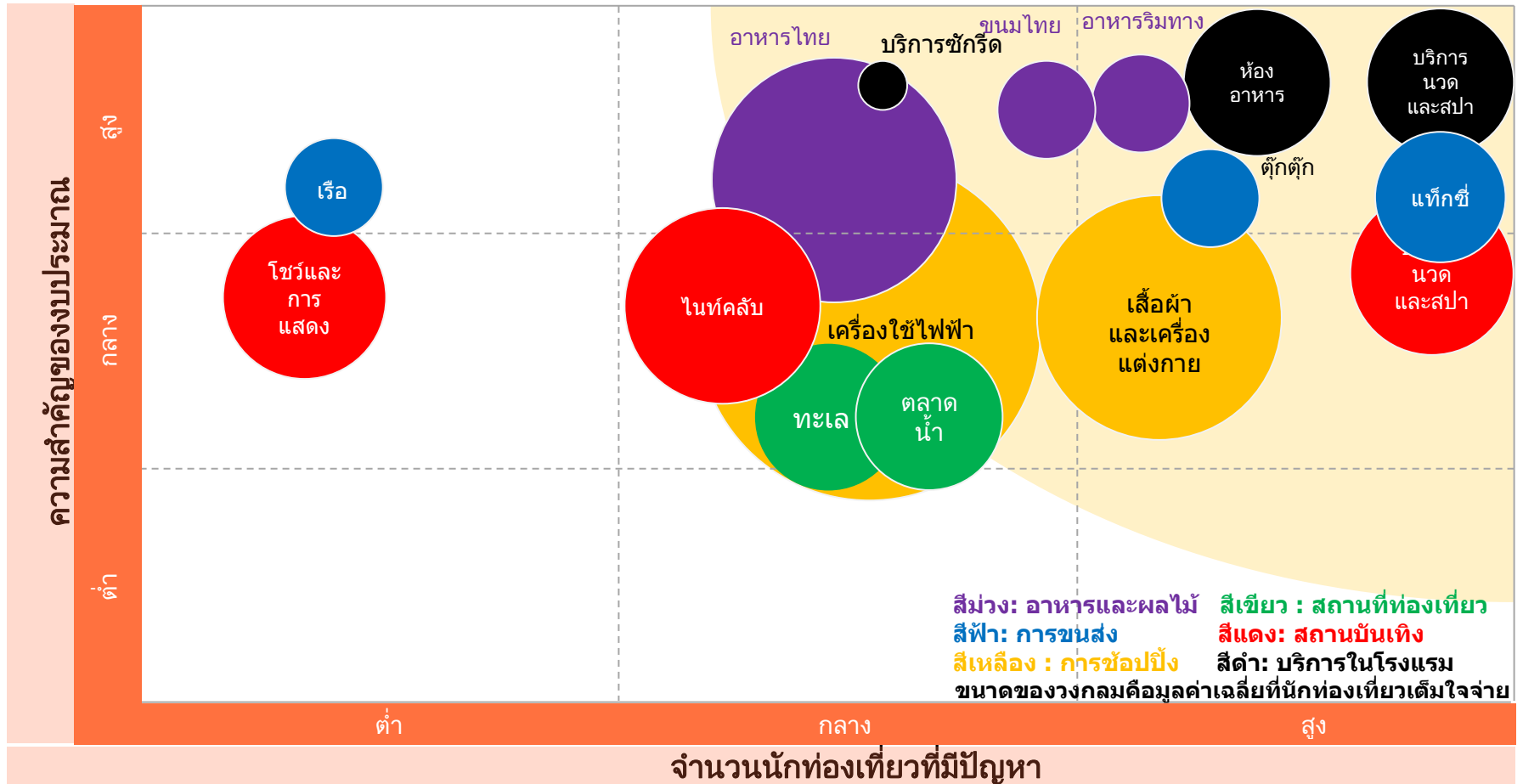
- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียสัดส่วน 12 % ท่องเที่ยวในเมืองไทยนานกว่ากำหนดโดยมีเหตุผล คือ ต้องการไปยังสถานที่อื่นๆในเมืองไทยมากขึ้น
- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียสัดส่วนเพียง 3% ท่องเที่ยวในเมืองไทยสั้นกว่าที่กำหนดไว้

A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the page. Below it, a solid blue circle is partially visible. The background is a dark blue gradient.

ข้อเสนอแนะ

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

ขนมไทย ผลไม้ อาหารทะเล

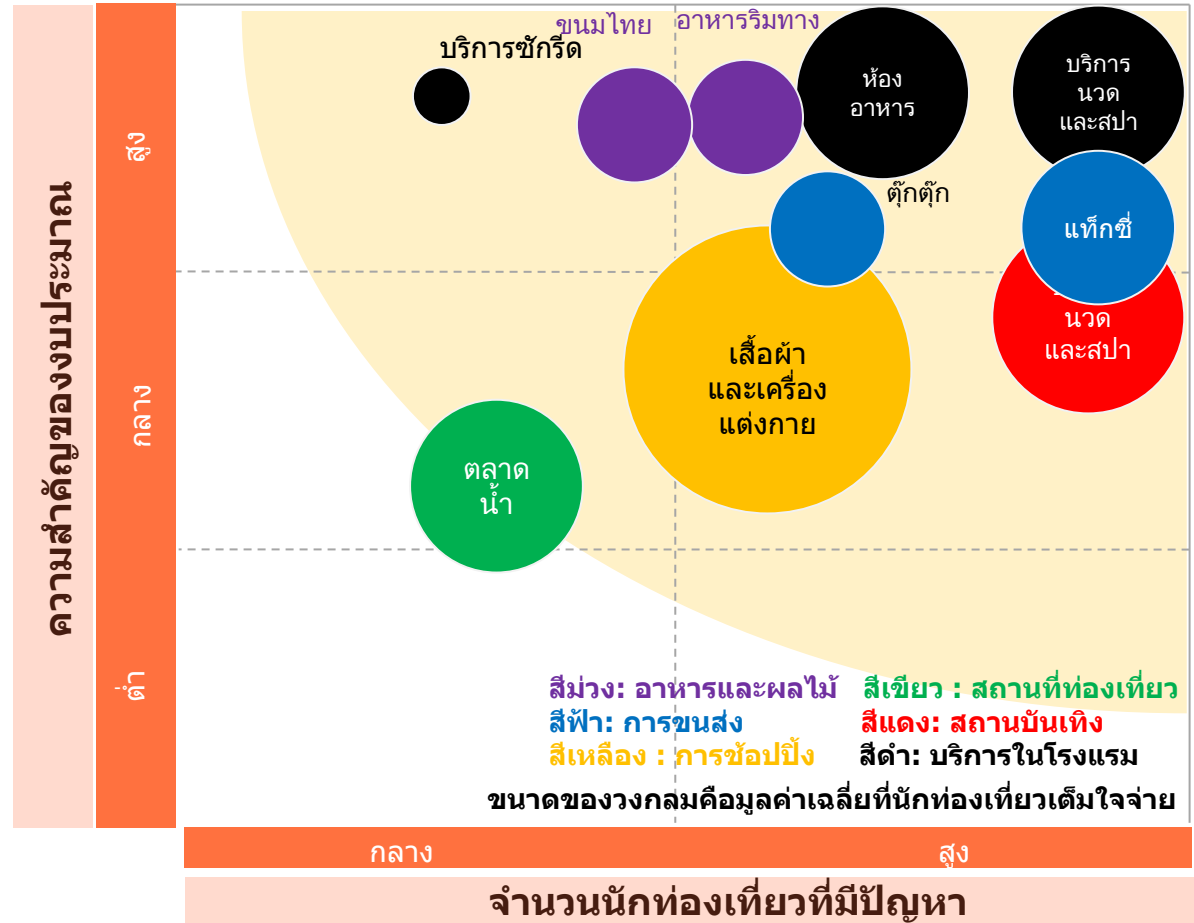


บริการนวดและสปาภายในที่พัก ร้านอาหาร รถแท็กซี่ และการซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูงและเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนมากประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

เมื่อพิจารณาจากระดับความสำคัญ จำนวนผู้ที่ประสบปัญหา และมูลค่าที่นักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะใช้จ่ายเพิ่มแล้ว ปัญหาที่ควรจะได้รับบริการแก้ไข คือ

- บริการนวดและสปาภายในที่พักและโรงแรม เนื่องจากว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้บริการสูงแต่มักนักท่องเที่ยวจำนวนสัดส่วน 61% ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ โดยนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเพิ่มเฉลี่ยอีก 1,377 บาทต่อคน
- เช่นเดียวกับร้านอาหารภายในโรงแรม โดยนักท่องเที่ยวมีปัญหาจำนวนสัดส่วน 52% และมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเพิ่มอีก 1,253 บาท
- นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายกับบริการรถแท็กซี่เพิ่มอีก 1,400 บาทและมีนักท่องเที่ยวสัดส่วนสูงถึง 67% ที่มีปัญหาในการใช้บริการ
- นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายกับเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสูงถึง 3,659 บาท โดยนักท่องเที่ยวชาวอินเดียเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้งพอสมควร



ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต

# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอินเดีย

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอินเดีย คือ บริการนวดและสปาในที่พัก อาหารริมทาง รถแท็กซี่ และ เสื้อผ้ากับเครื่องแต่งกาย โดยเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูงและมีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญในการใช้จ่าย (1-5)	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย (บาท)	จำนวนที่เกิดปัญหา %
บริการนวดสปา	4.3	1,377	61
ห้องอาหาร	4.3	1,253	52
อาหารริมทาง	4.0	750	49
รถแท็กซี่	3.8	1,400	67
เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	3.6	3,659	49

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยหรือจะใช้จ่ายน้อย และ 5 มีความสำคัญมากหรือจะใช้จ่ายมาก

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page, rendered in a lighter shade of teal against a darker teal background. Below it, a solid teal circle is partially visible. The text 'ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย' is centered on the right side of the page.

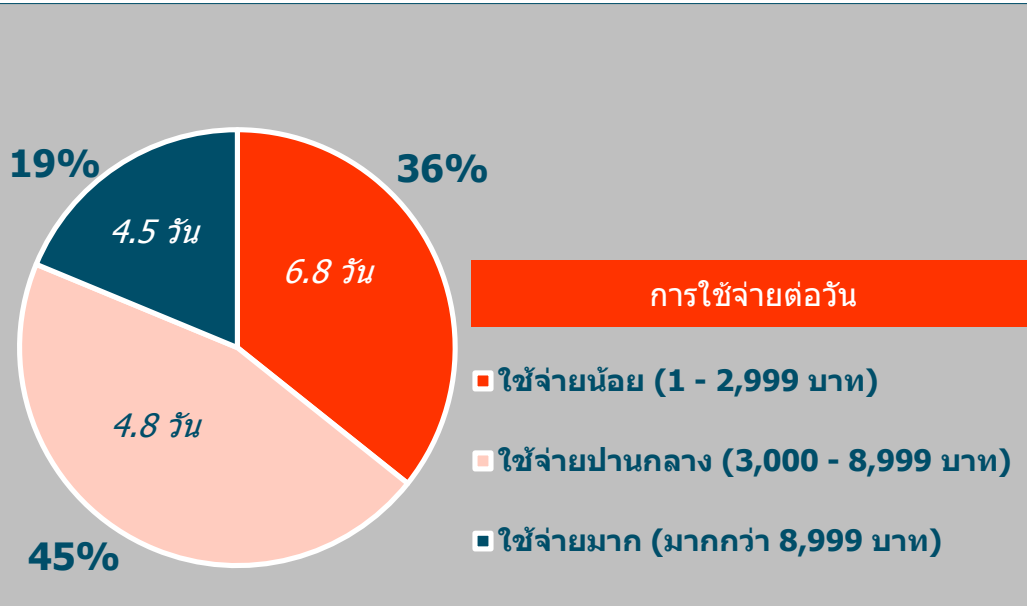
**ข้อมูลนักท่องเที่ยว  
ชาวอินโดนีเซีย**

# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



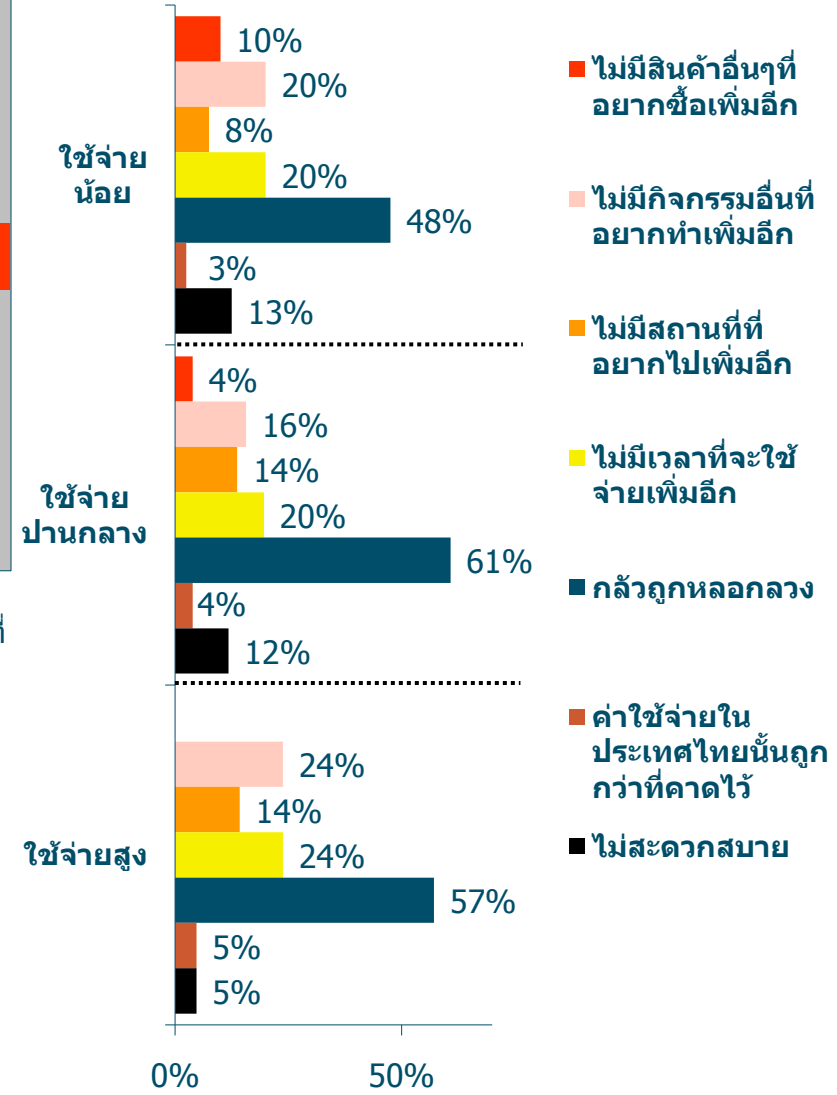
synovate  
Business Consulting

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



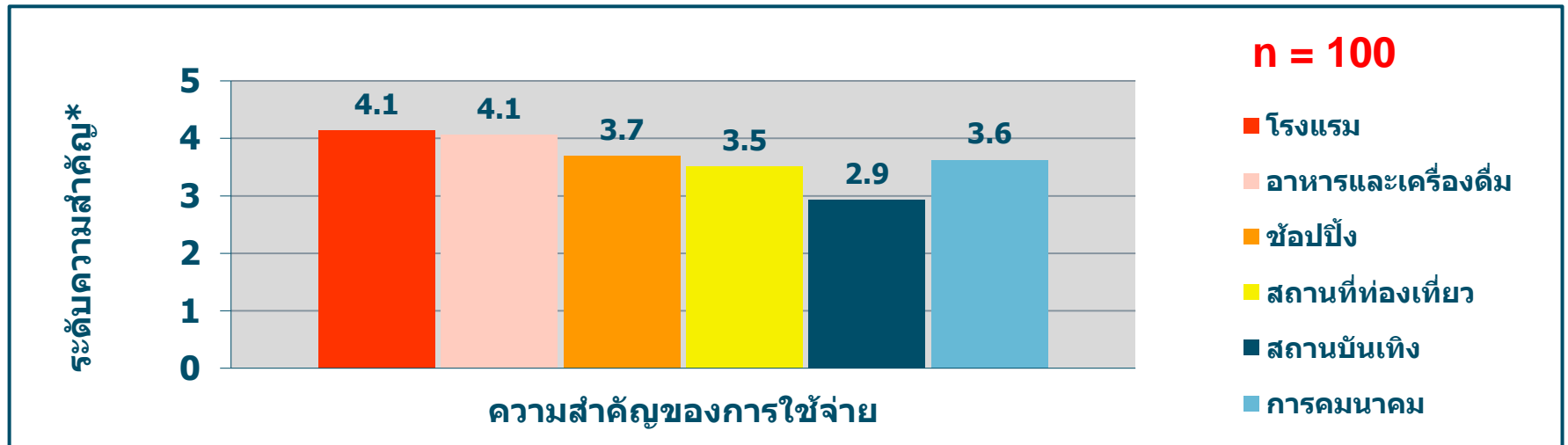
- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย 45% เป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันอยู่ในระดับปานกลาง (3,000-8,999 บาทต่อวัน) และท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย 4.8 วัน โดยสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สามารถใช้จ่ายในเมืองไทยได้ตามต้องการ คือ กลัวการถูกหลอกโดยมีสัดส่วนสูงถึง 61%
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายน้อย (1 – 2,999 บาทต่อวัน) จะใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย 6.8 วัน และสาเหตุที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สามารถใช้จ่ายในเมืองไทยได้ตามที่ต้องการคือ กลัวที่จะถูกหลอกหลวงสัดส่วน 48% และ ไม่สามารถประกอบกิจกรรมอื่นที่ต้องการได้สัดส่วน 20% นอกจากนี้การไม่มีเวลาสำหรับใช้จ่ายเพิ่มอีก โดยมีสัดส่วน 20%
- นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันสูง (มากกว่า 8,999 บาทต่อวัน) คิดเป็นสัดส่วน 19% ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จะอยู่ในประเทศไทย 4.5 วันเท่านั้นเหตุผลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สามารถใช้จ่ายในเมืองไทยได้ตามที่ต้องการ คือ กลัวถูกหลอกสัดส่วน 57% ไม่สามารถหากิจกรรมอื่นที่จะทำให้ได้อีกสัดส่วน 24% และไม่มีเวลาให้ใช้จ่ายเพิ่มอีกสัดส่วน 24%

## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ





# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

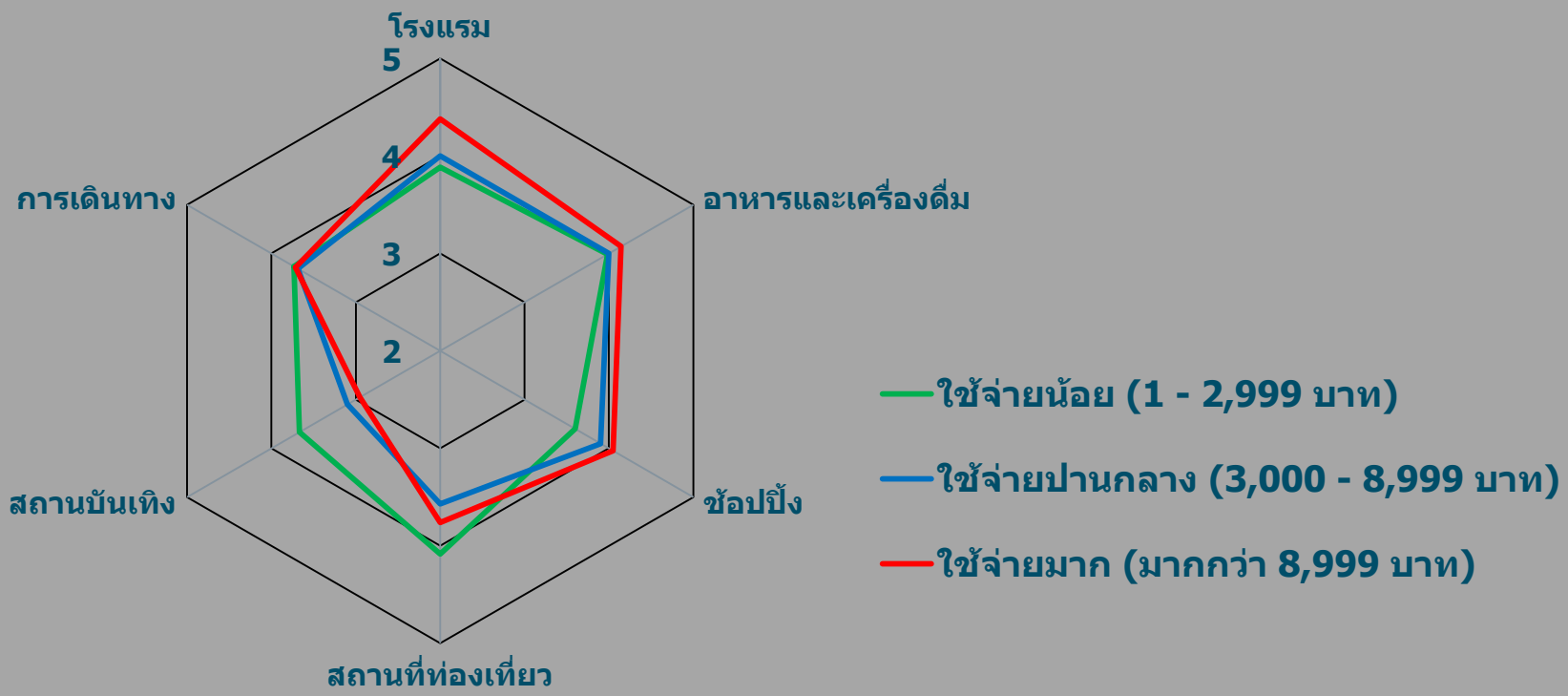


- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับหมวดโรงแรมและหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด โดยให้คะแนนกับสองหมวดนี้สูงถึง 4.1 คะแนน
- การช้อปปิ้งเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.7 คะแนนซึ่งถือว่าเป็นคะแนนที่สูงมากเมื่อเทียบกับการให้คะแนนจากนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆในการศึกษารั้งนี้
- สถาบันเทিংเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญน้อยที่สุด โดยการท่องเที่ยวในสถาบันเทিংนั้นจะเป็นที่นิยมเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันน้อย ซึ่งพฤติกรรมนี้อาจมีผลมาจากข้อห้ามทางศาสนาของชาวอินโดนีเซีย

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญจาก 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายน้อยที่สุด และ 5 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายมาก



# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

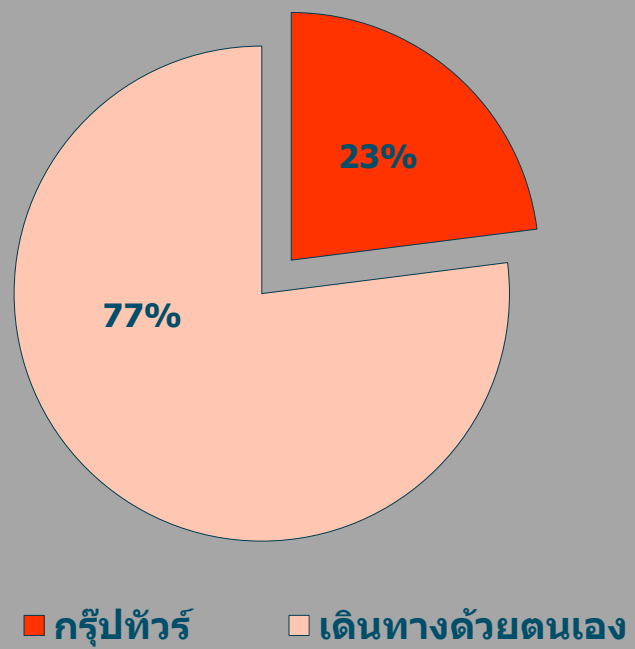


- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียทุกกลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดกับการใช้จ่ายในหมวดโรงแรม หมวดอาหารและเครื่องดื่ม
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ใช้จ่ายต่อวันปานกลางและกลุ่มที่ใช้จ่ายต่อวันมาก จะให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับทุกๆหมวดใกล้เคียงกัน มีเพียงการช้อปปิ้งในประเทศไทยเท่านั้นที่นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญในการใช้จ่ายน้อยที่สุด
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายน้อยให้ความสำคัญกับสถานบันเทิงและสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ อาจเป็นเพราะกลุ่มที่ใช้จ่ายมากนั้นนิยมที่จะพักผ่อนอยู่ในบริเวณโรงแรมมากกว่าที่จะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ



# ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเองสูงถึง 77%



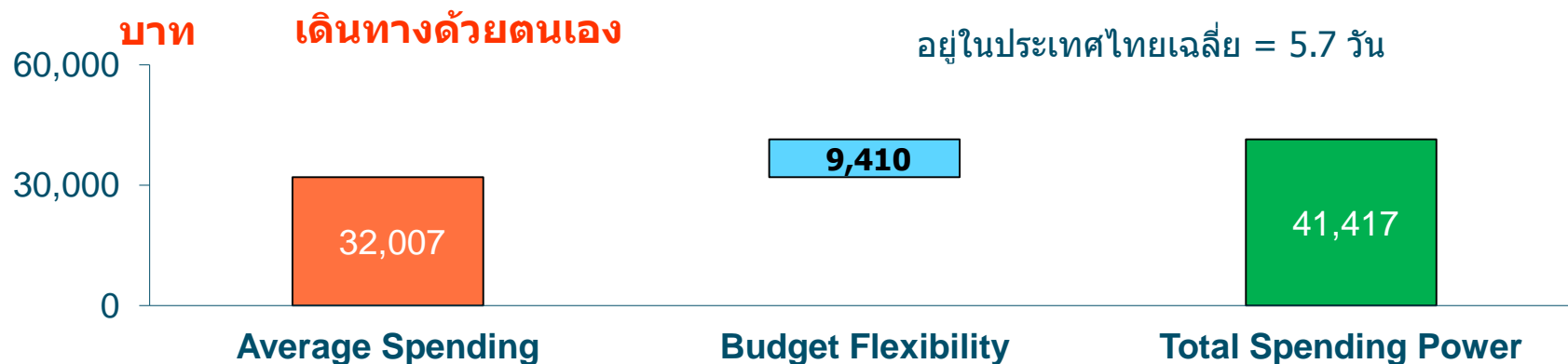
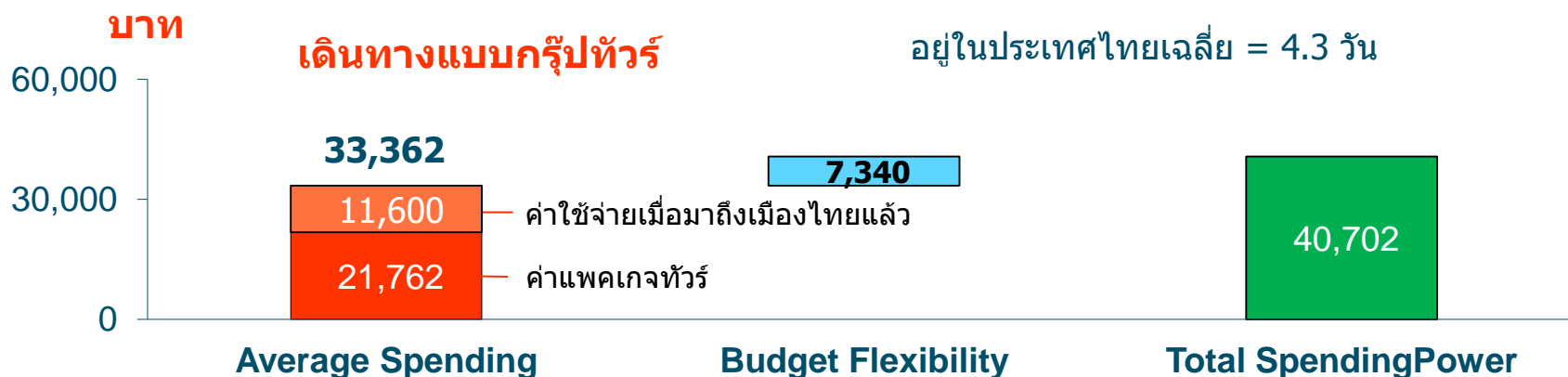
- สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง และเดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์ คือ 77:23
- กรุ๊ปทัวร์ของอินโดนีเซียเน้นไปที่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และยังคงเป็นกลุ่มที่เน้นการช้อปปิ้ง เนื่องจากเป็นประเทศที่เพิ่งจะเริ่มเดินทางออกนอกประเทศ
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองนั้นจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุค่อนข้างต่ำ โดยสัดส่วน 80% มีอายุต่ำกว่า 40 ปี ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์นั้น มีสัดส่วนเพียง 65% ที่อายุต่ำกว่า 40 ปี
- นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวด้วยตนเองจะใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย 5.7 วัน โดยนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์จะท่องเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ย 4.3 วัน

ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียถึง 76%\*ท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง  
\*ที่มา กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวปี 2553



พฤติกรรมการใช้จ่าย  
ของนักท่องเที่ยวชาว  
อินโดนีเซีย

# งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



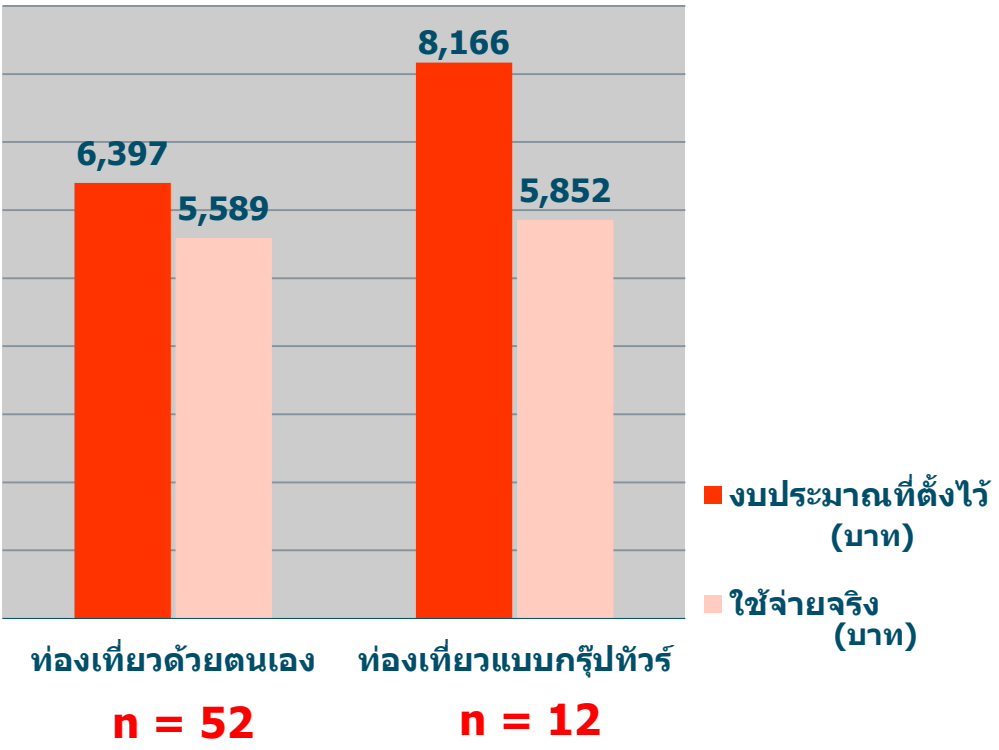
- นักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์และนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองมีการใช้จ่ายที่ใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองจะใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 32,007 บาทต่อทริป โดยนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์จะมีการใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 33,362 บาทต่อทริป
- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองจะมีความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 9,410 บาท ซึ่งมากกว่าความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ 28%



# การใช้จ่ายและงบประมาณของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวและใช้จ่ายต่ำกว่างบประมาณที่กำหนดไว้

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน



- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำนวนสัดส่วน 64% มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวไทย
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองมีการใช้จ่ายจริงใกล้เคียงกับงบประมาณที่ตนกำหนดไว้ โดยใช้จ่ายจริงน้อยกว่างบประมาณที่กำหนดไว้โดยเฉลี่ยเท่ากับ 12%
- นักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายจริงน้อยกว่างบประมาณที่กำหนดไว้โดยเฉลี่ยสูงถึง 28%  
จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์จะมีการตั้งงบประมาณไว้ค่อนข้างสูงแต่อาจเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาจึงทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายได้น้อยกว่าความเป็นจริง

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเว็ด

# การกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ในการมาเที่ยวเมืองไทยในครั้งต่อไป ท่านคาดว่าจะใช้จ่ายอย่างไร

37%  
ใช้จ่ายเท่าเดิม

คำถาม: งบประมาณสำหรับการ  
ท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่านนั้นมี  
แนวโน้มที่จะสูงขึ้น ต่ำลง หรือเท่าเดิม  
ครับ

50%  
ใช้จ่ายมากขึ้น

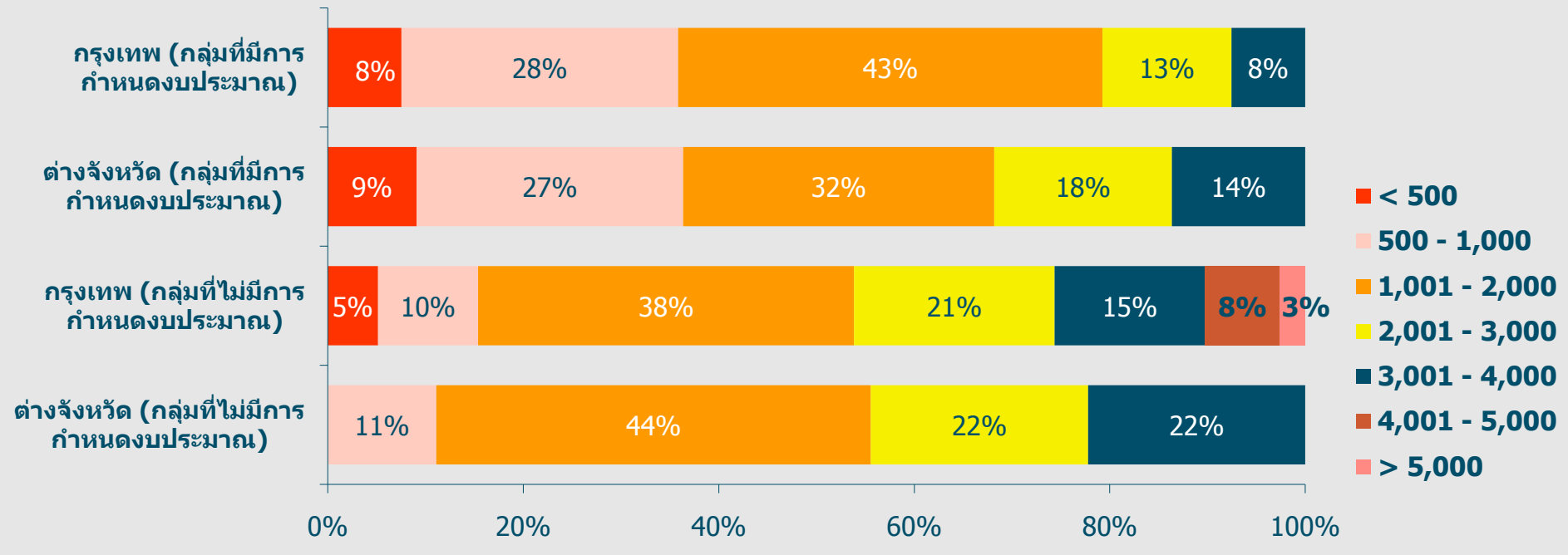
13%  
ใช้จ่ายน้อยลง

- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียสัดส่วน 37% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนเท่าเดิมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งต่อไป
- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจำนวนสัดส่วน 50% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งต่อไป และจะใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 42% ซึ่งสาเหตุของการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นคือนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียต้องการจะเตรียมค่าใช้จ่ายสำหรับการช้อปปิ้งให้มากขึ้น
- มีนักท่องเที่ยวสัดส่วนเพียง 13% เท่านั้นที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายน้อยลงในการเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไป

แนวโน้ม	% การเปลี่ยนแปลงจาก งบประมาณในครั้งนี้
จ่ายสูงขึ้น	42%
จ่ายน้อยลง	15%
จ่ายเท่าเดิม	0%

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# ค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



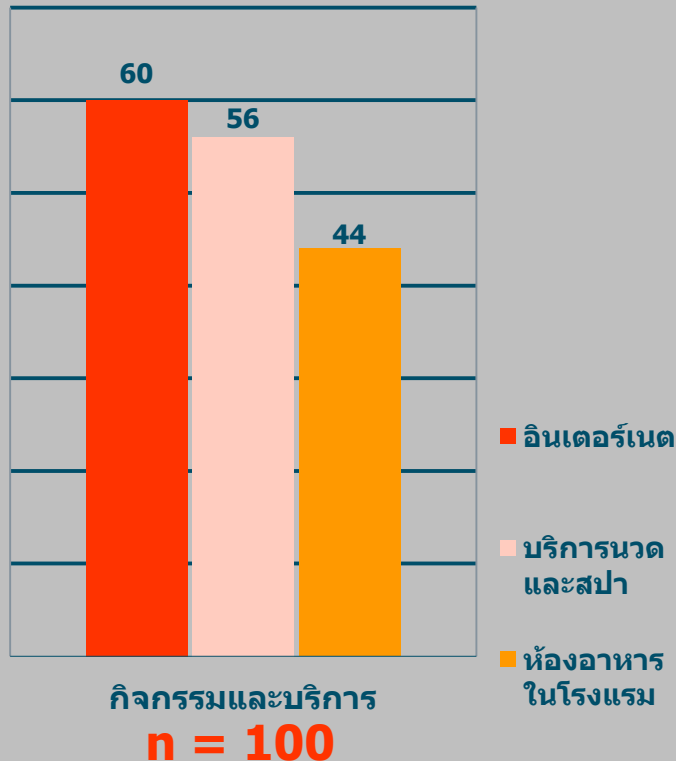
- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจะนิยมเข้าพักในห้องพักที่มีราคา 1,001 – 2,000 บาทต่อคืน มากที่สุด
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวจะใช้จ่ายกับที่พักในกรุงเทพและต่างจังหวัดในราคาใกล้เคียงกัน
- กลุ่มที่กำหนดงบประมาณในการใช้จ่ายมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายกับห้องพักน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณ โดยนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้กำหนดงบประมาณจะเข้าพักในห้องพักที่มีราคา ตั้งแต่ 3,001 บาทต่อคืนขึ้นไปโดยมีสัดส่วนถึง 26 % ในกรุงเทพ และ 22% ในต่างจังหวัด





**ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยว  
ชาวอินโดนีเซียไม่สามารถใช้  
จ่ายได้ตามต้องการ**

# กิจกรรมและบริการในที่พัก 3 อันดับแรกที่ชาวอินโดนีเซียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## อินเทอร์เน็ต

- ความไม่สะดวกในการใช้บริการ นักท่องเที่ยวต้องขอรหัสในการทำงานหรือใช้ได้เฉพาะในบริเวณที่กำหนดไว้เท่านั้น เช่น ล็อบบี้
- ไม่สามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตในโรงแรมเพราะใช้เวลาอยู่ในที่พักและโรงแรมไม่มากนัก

## บริการนวดสปา

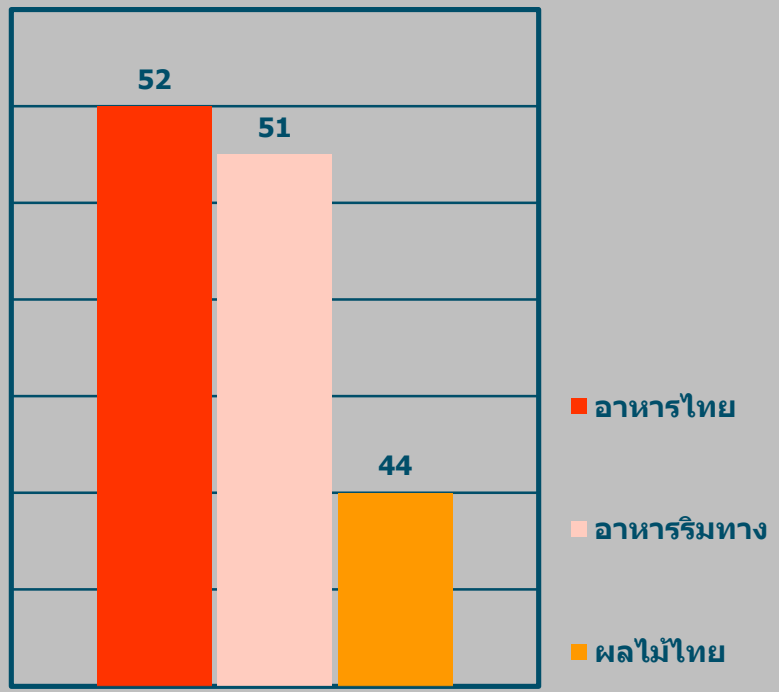
- ข้อจำกัดด้านเวลา โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาไปกับการท่องเที่ยว จึงไม่ได้ใช้เวลาอยู่ในโรงแรมที่พักมากนัก
- ค่าบริการนวดและสปาภายในโรงแรมมีราคาสูงกว่าราคาภายนอกโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเปรียบเทียบและเลือกใช้บริการนวดและสปาจากผู้ให้บริการภายนอกโรงแรม
- โรงแรมไม่มีบริการนวดและสปา ทำให้สูญเสียโอกาส

## ห้องอาหารในโรงแรม

- ราคาอาหารที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารภายนอก ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเลือกที่ใช้บริการห้องอาหารภายนอก
- ข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียไม่ใช้เวลาอยู่ในที่พักมากนัก



# อาหารและเครื่องดื่ม 3 อันดับแรกที่ชาวอินโดนีเซียไม่สามารถ ใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ชนิดของอาหาร  
n = 100

## อาหารไทย

- ขาดข้อมูลรายละเอียด
- มีข้อจำกัดในด้านภาษา ทำให้นักท่องเที่ยวหวงกลัวเรื่องการรับประทานอาหารไทย

## อาหารริมทาง

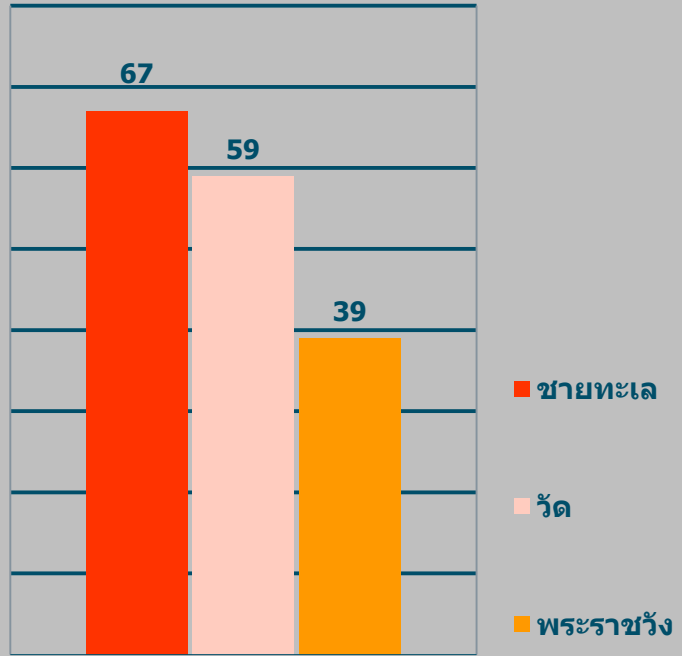
- ปัญหาด้านความสะดวกของอาหารริมทางเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย
- นักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซียที่นับถือศาสนาอิสลาม จึงต้องการรายละเอียดในส่วนประกอบของอาหารที่ตนรับประทานและจากข้อจำกัดทางด้านภาษาทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียหลีกเลี่ยงที่จะรับประทานอาหารบางอย่าง

## ผลไม้ไทย

- มีความกังวลในความสะดวกของผลไม้
- ปัญหาด้านภาษาทำให้ไม่สามารถสื่อสารกับผู้ชายได้



# สถานที่ท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่ทำให้ชาวอินโดนีเซีย ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



สถานที่ท่องเที่ยว  
n = 100

## ชายทะเล

- ความแออัดและหนาแน่นของผู้คนมากเกินไป
- มีระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยค่อนข้างจำกัด

## วัด

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาเป็นปัญหาสำคัญที่สุด
- ปัญหาด้านการจราจร เนื่องจากบริเวณที่ตั้งของวัดไม่มีบริการขนส่งมวลชนที่สะดวกรวดเร็ว
- ขาดข้อมูลรายละเอียดต่างๆในการเดินทาง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเที่ยวชมวัดต่างได้ตามต้องการ

## พระราชวัง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ปัญหาด้านการจราจร
- ขาดข้อมูลรายละเอียดในการเดินทาง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเยี่ยมชมพระราชวังได้ตามที่ต้องการ

# สถานบันเทิง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

## บริการนวดและสปา

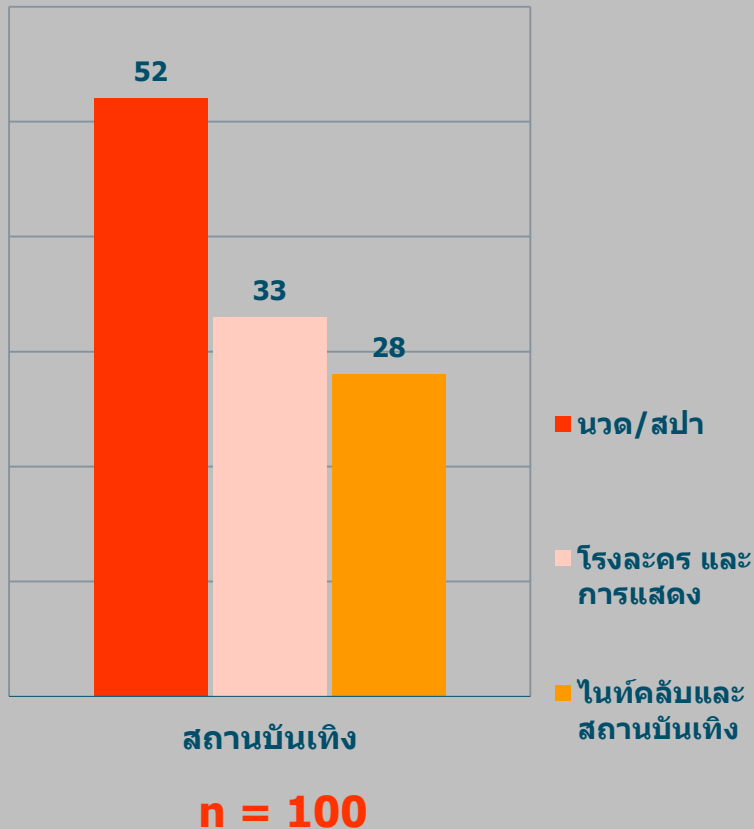
- มีข้อจำกัดทางด้านเวลา นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียแสดงความคิดเห็นในสัดส่วนถึง 80%
- การขาดข้อมูลรายละเอียดของบริการ ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าการบริการดังกล่าวมีราคาที่แพงเกินไป

## โรงละครและการแสดง

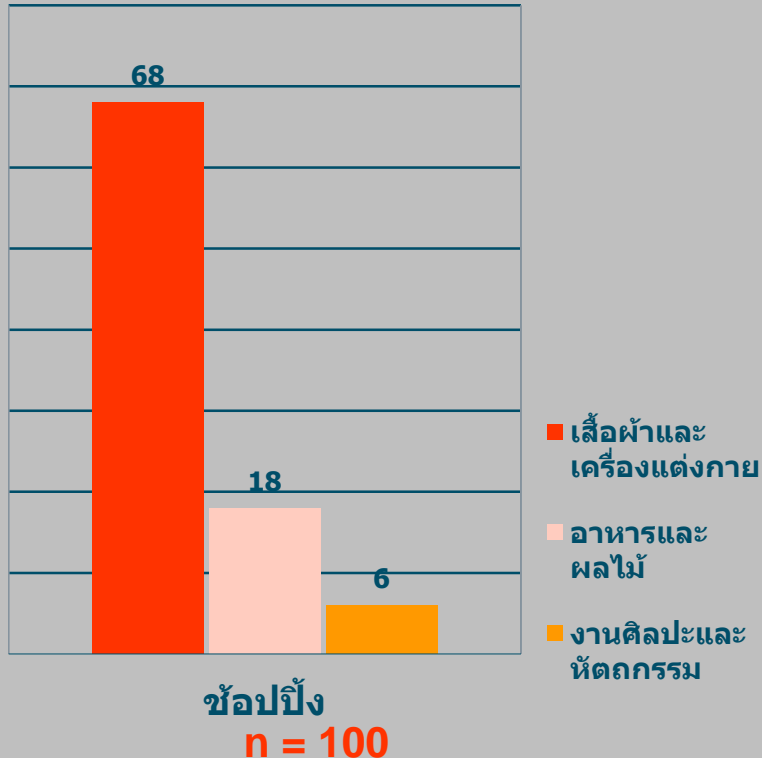
- ข้อจำกัดด้านเวลาหรืออาจเกิดจากนักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญในการเข้าชมการแสดงต่างๆในประเทศไทยมากพอ
- ขาดรายละเอียดข้อมูล

## ไนท์คลับและสถานบันเทิง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ปัญหาในเรื่องของความหนาแน่นแออัดของผู้คน ทำให้นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียพยายามหลีกเลี่ยงการใช้บริการเพราะมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัย
- ราคาของเครื่องดื่มต่างๆในบริเวณสถานบริการมีราคาสูง ทำให้นักท่องเที่ยวต้องควบคุมและระวังในเรื่องของค่าใช้จ่ายเป็นพิเศษ



# การข้อปบ้่ง 3 อันดับแรกที่ทำให้ชาวอินโดนีเซีย ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

- มีความกังวลกับสินค้าและเสื้อผ้าลอกเลียนแบบของเมืองไทยเป็นอย่างมาก
- ปัญหาการสื่อสาร
- ราคาสินค้าที่สูงยังคงเป็นอุปสรรคสำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่ต้องการจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเทศไทย

## อาหารและผลไม้

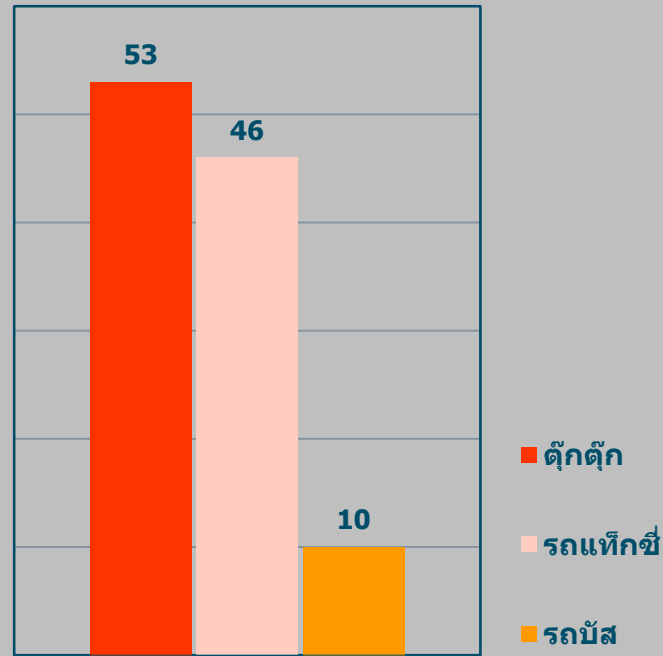
- ปัญหาในเรื่องของการสื่อสารของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับผู้ชายและไม่สามารถหาอาหารและผลไม้ที่ต้องการได้

## งานศิลปะและหัตถกรรม

- ขาดข้อมูลรายละเอียดของสินค้า มาประกอบการตัดสินใจที่มากพอ โดยเฉพาะ งานศิลปะและหัตถกรรม
- งานศิลปะบางชิ้นมีราคาที่สูงเกินกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดคิดไว้



# การเดินทาง 3 อันดับแรกที่ทำให้ชาวอินโดนีเซียไม่สามารถใช้ จ่ายได้ตามต้องการ



การเดินทาง  
n = 100

## รถแท็กซี่

- กลัวว่ารถแท็กซี่จะคิดค่าโดยสารแพง เนื่องจากคนขับรถส่วนใหญ่ไม่ใช่มิเตอร์ในการคิดค่าโดยสาร
- มีปัญหาในด้านการสื่อสารกับคนขับรถแท็กซี่ทำให้เกิดปัญหาและการเข้าใจผิดต่างๆ

## รถตุ๊กตุ๊ก

- ความปลอดภัยในการใช้บริการรถตุ๊กตุ๊กเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด
- กลัวจะถูกคิดค่าโดยสารไม่เป็นธรรม และนักท่องเที่ยวบางกลุ่มคิดว่าค่าบริการนั้นแพงเกินไป
- ปัญหาการสื่อสาร ทำให้เกิดข้อผิดพลาดระหว่างนักท่องเที่ยวและคนขับรถตุ๊กตุ๊ก

## รถบัส

- มีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยการใช้รถโดยสาร เนื่องจากสภาพของรถโดยสารที่เก่าและการขับขี่ที่ไม่ปลอดภัย
- การขาดข้อมูลรายละเอียดของเส้นทางการเดินทาง

# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

หมวดหมู่	ปัญหาที่พบ	หมายเหตุ
กิจกรรมและบริการในที่พัก	อินเทอร์เน็ตไร้สาย	1.ความไม่สะดวกในการใช้บริการ 2.ราคา 3.ข้อจำกัดด้านเวลา
	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคาสูงเกินไป 3. ไม่มีบริการ
	บริการห้องอาหาร	1. ราคาสูงเกินไป 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. ข้อจำกัดด้านภาษา
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารไทย	1. ข้อมูลรายละเอียด 2. ข้อจำกัดด้านภาษา
	อาหารริมทาง	1. ความสะอาด 2. รายละเอียด 3. ข้อจำกัดด้านภาษา
	ผลไม้ไทย	1. ความสะอาด 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. รายละเอียด
สถานที่ท่องเที่ยว	ชายหาด	1. ความหนาแน่น 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. การเดินทาง
	วัด	1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา 2. การเดินทาง 3. รายละเอียด
	พระราชวัง	1. ข้อจำกัดทางด้านเวลา 2. การเดินทาง 3. รายละเอียด
สถานบันเทิง	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคา 3. ขาดรายละเอียด
	โรงละครการแสดง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. รายละเอียด
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความหนาแน่น 3. ราคา
ช้อปปิ้ง	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบ 2. ราคา 3. การสื่อสาร
	อาหารและผลไม้	1. ไม่สามารถหาได้ 2. ข้อจำกัดด้านการสื่อสาร
	ศิลปะและหัตถกรรม	1. ขาดรายละเอียดของสินค้า 2. ราคาสูงเกินไป
การเดินทาง	รถแท็กซี่	1. กลัวการโกง 2. ราคาแพง 3. ข้อจำกัดด้านการสื่อสาร
	รถตุ๊กตุ๊ก	1. ความปลอดภัย 2. กลัวการโกง 3. ราคาแพง
	รถบัส	1. ความปลอดภัย 2. ข้อมูลรายละเอียด

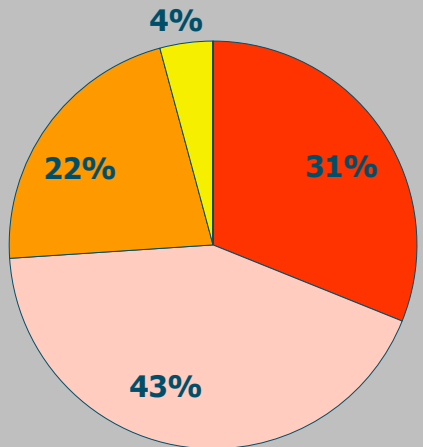


A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the image. Below it, there is a solid blue circle. The background is a dark blue color. On the right side, the Thai text 'ระยะเวลาที่เหมาะสม' is written in white.

ระยะเวลาที่เหมาะสม



# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในความคิดของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย



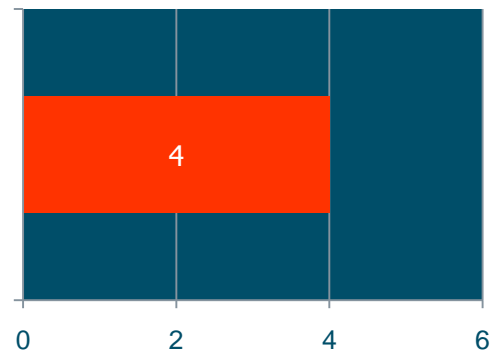
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

- 3 ถึง 5 วัน
- 6 - 9 วัน
- 10 - 14 วัน
- 15 - 30 วัน
- มากกว่า 1 เดือน

- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียสัดส่วน 74% มีความเห็นว่าการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยควรใช้เวลาเพียง 3-9 วัน
- นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย จำนวนสัดส่วน 43% มีความเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องใช้เวลา 6-9 วัน จึงจะท่องเที่ยวได้ตามที่ต้องการ และสัดส่วน 31% มีความเห็นว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยควรใช้เวลาประมาณ 3-5 วัน
- มีนักท่องเที่ยวสัดส่วนเพียง 4% เท่านั้นที่ต้องการเวลามากกว่า 1 เดือนในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

## เหตุผลที่อยู่ได้สั้นกว่าที่วางแผนไว้

ได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี



- จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนมากสามารถท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ในระยะเวลาที่กำหนดไว้
- มีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียสัดส่วนเพียง 4% ที่ต้องเดินทางกลับก่อนเวลาที่กำหนดเนื่องจากได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีในประเทศไทย

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. It is rendered in a dark teal color and has a thick, rounded stroke. Below the character, there is a solid teal circle of a similar color. The background is a solid, lighter teal color.

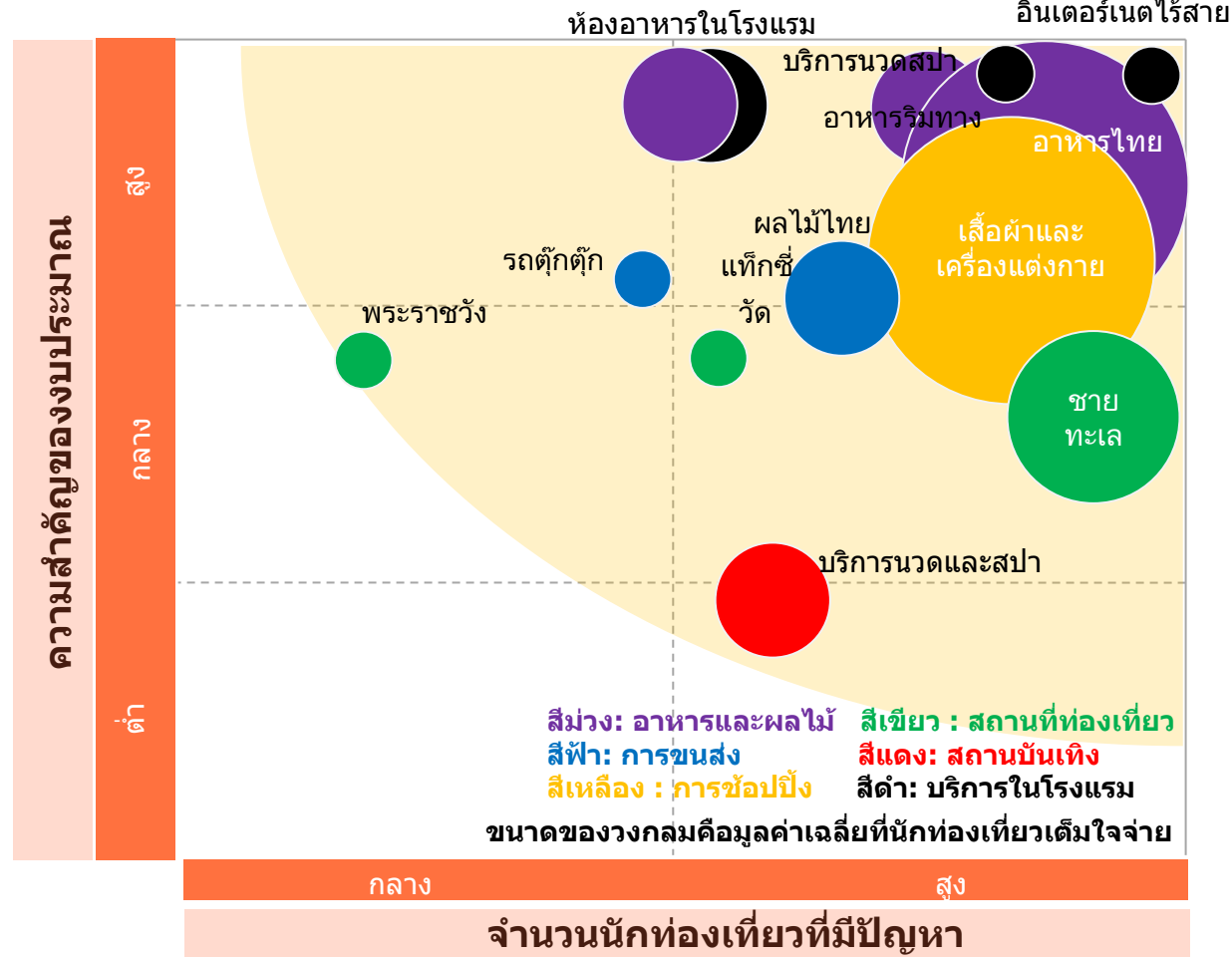
ข้อเสนอแนะ



# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาจากระดับความสำคัญ จำนวนผู้ที่ประสบปัญหาและมูลค่าที่นักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะใช้จ่ายเพิ่มแล้ว ปัญหาที่ควรจะได้รับบริการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียคือ

- ปัญหาในการใช้จ่ายกับเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายโดยมีสัดส่วนสูงถึง 68% และมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเพิ่มอีก 3,605 บาทต่อจากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียจะให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้งสูงพอสมควร
- อาหารไทยเนื่องจากว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงอยู่แล้วโดยมีนักท่องเที่ยวสัดส่วน 52% ที่มีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ
- การเที่ยวทะเลในประเทศไทยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจแต่มีปัญหาในการเข้าถึงสัดส่วนถึง 67% และมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายอีก 1,243 บาท
- ค่าใช้จ่ายในส่วนของแท็กซี่นั้นยังมีค่าสูญเสียอื่นๆตามมา เช่น สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งนั้นสามารถเดินทางได้โดยแท็กซี่เท่านั้น ทำให้เสียโอกาส มีนักท่องเที่ยวระบุปัญหานี้สัดส่วน 53%



ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย คือ เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย อาหารไทย ชายทะเล รถแท็กซี่และอาหารในโรงแรม เพราะเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่าย และมีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมี ปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญใน การใช้จ่าย* (1-5)	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย	จำนวนนักท่องเที่ยว ที่เกิดปัญหา %
อาหารไทย	4.1	3,237	52
เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	3.7	3,605	68
ชายทะเล	3.5	1,243	67
รถแท็กซี่	3.6	516	53
ห้องอาหารในโรงแรม	4.1	656	44

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยหรือจะใช้จ่ายน้อย และ 5 มีความสำคัญมากหรือจะใช้จ่ายมาก

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. Below it, a solid teal circle is partially visible. The background is a uniform teal color. The text is centered on the right side of the page.

ข้อมูลนักท่องเที่ยว  
ชาวสหราชอาณาจักร

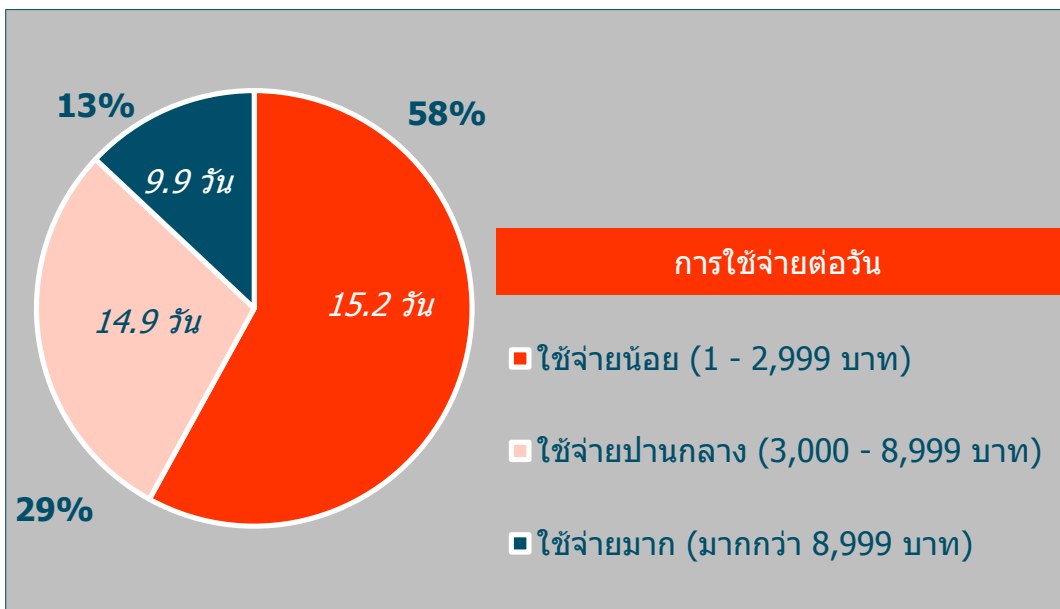
# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร



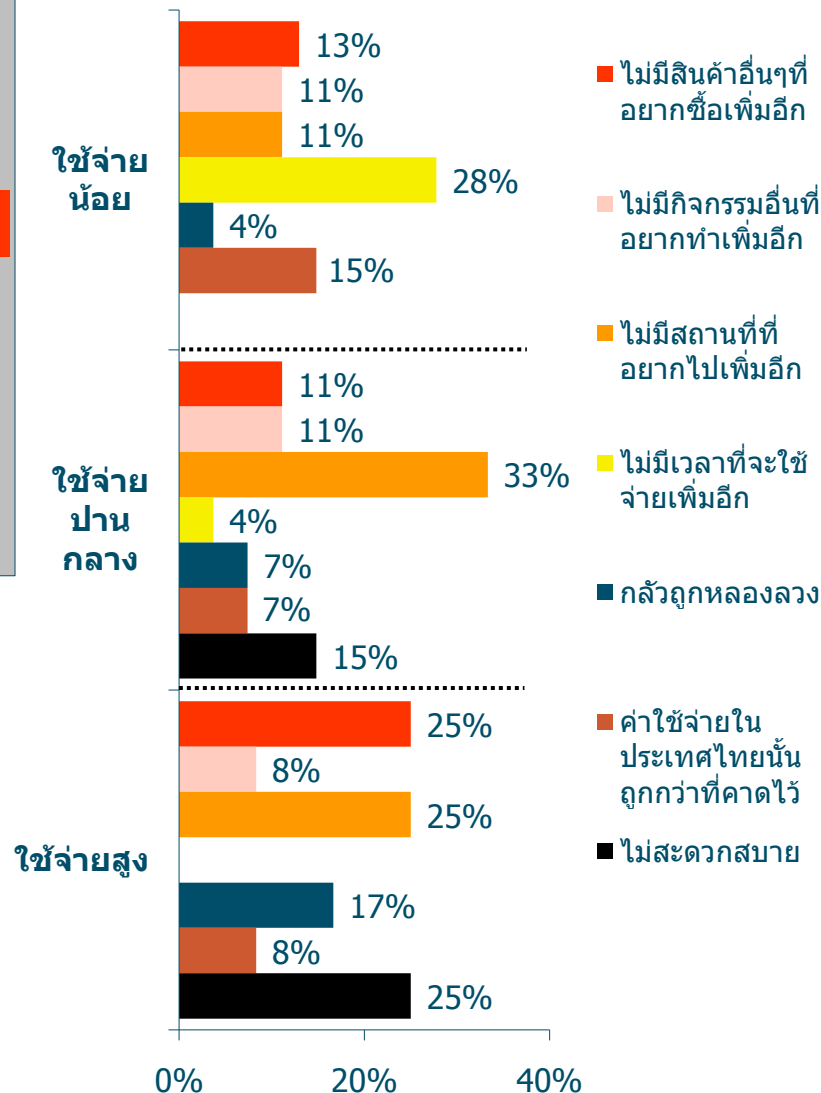
synovate

Business Consulting

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ

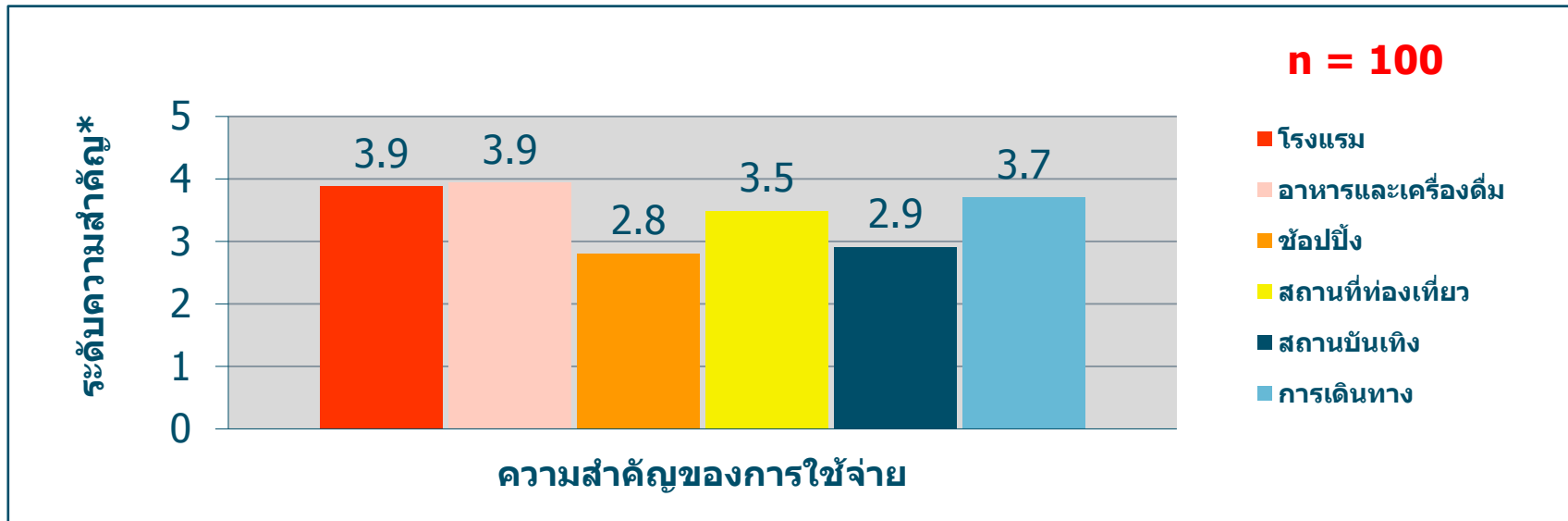


- นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรส่วนใหญ่ 58% จะเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่าย (1 - 2,999 บาทต่อวัน) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลานานถึง 15 วัน ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายรวมสำหรับการเดินทางสูง
- นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันสูง (มากกว่า 8,999 บาทต่อวัน) จะใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยค่อนข้างน้อยเท่ากับ 9.9 วัน และเหตุผลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สามารถใช้จ่ายในเมืองไทยได้ตามที่ต้องการคือ 1. ไม่มีสิ่งของให้ซื้อ 2. ไม่มีสถานที่อื่นๆที่น่าสนใจให้ไปท่องเที่ยว และ 3. ปัญหาด้านของความสะดวกรสบาย

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเวต



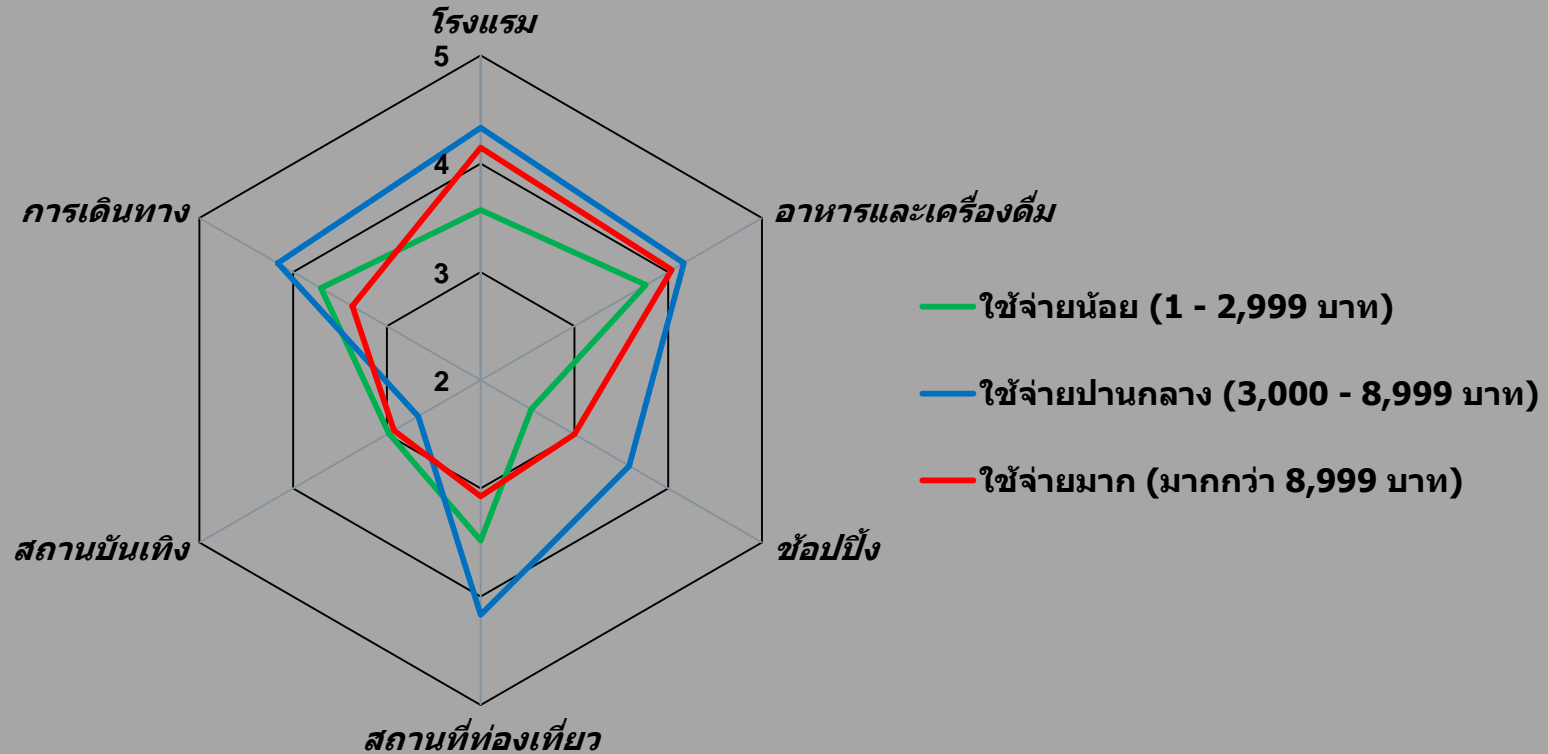
# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร



- นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญกับโรงแรมและอาหารมากที่สุด โดยในส่วนของโรงแรมนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการบริการภายในโรงแรม ความสวยงาม สภาพของห้องและความปลอดภัย ในส่วนของอาหารไทยนั้นถือว่าเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมสูง และอาหารไทยในสหราชอาณาจักรมีราคาเฉลี่ยค่อนข้างสูง ดังนั้นเมื่อได้มารับประทานอาหารไทยในประเทศไทยซึ่งมีราคาถูกกว่าทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับหมวดนี้มากเป็นพิเศษ
- นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการเดินทางมาก เนื่องจากประเทศไทยมีปัญหาการจราจรและระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่สมบูรณ์และครอบคลุม อีกทั้งสภาพอากาศที่ร้อนในประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเดินทางในประเทศไทยมาก โดยเลือกใช้บริการจากรถแท็กซี่รถเมลล์มอเตอร์ไซด์รับจ้าง และรถตุ๊กตุ๊ก เป็นต้น
- นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรนั้นจะให้ความสำคัญกับหมวดของการช้อปปิ้งน้อยที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.8 คะแนน

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญจาก 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายน้อยที่สุด และ 5 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายมาก

# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

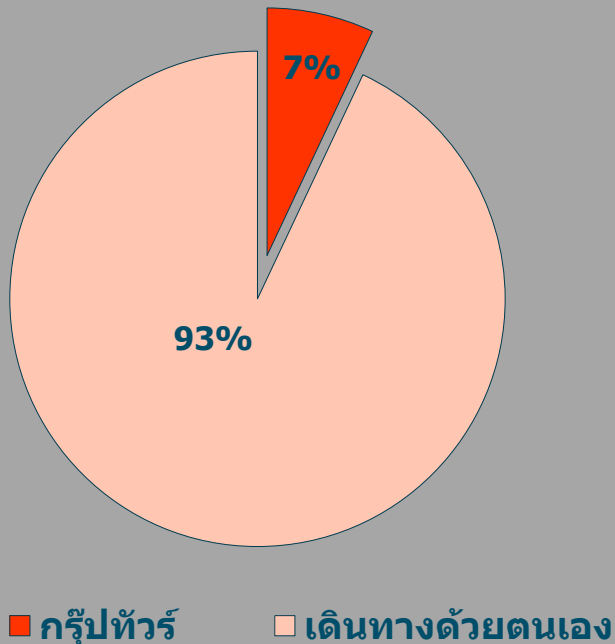


- นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดโรงแรม และ อาหารและเครื่องดื่ม มากกว่าหมวดอื่นๆ และจะให้ความสำคัญของการใช้จ่ายกับสถานบันเทิงน้อยที่สุด
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลางและกลุ่มที่ใช้จ่ายน้อยจะให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายใน 4 หมวดหลัก คือ โรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม สถานที่ท่องเที่ยว และยานพาหนะในการเดินทาง
- หมวดช้อปปิ้งและสถานบันเทิงจะเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายน้อยจะให้คะแนนความสำคัญในการช้อปปิ้งเฉลี่ยเพียง 2.5 คะแนน

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนวेट


# ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรสัดส่วน 93% ท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง



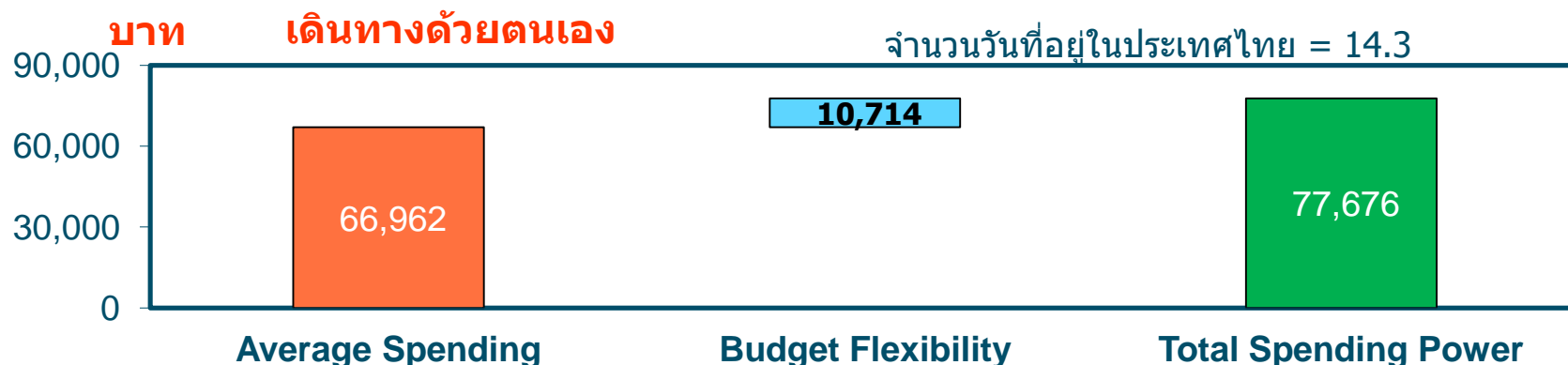
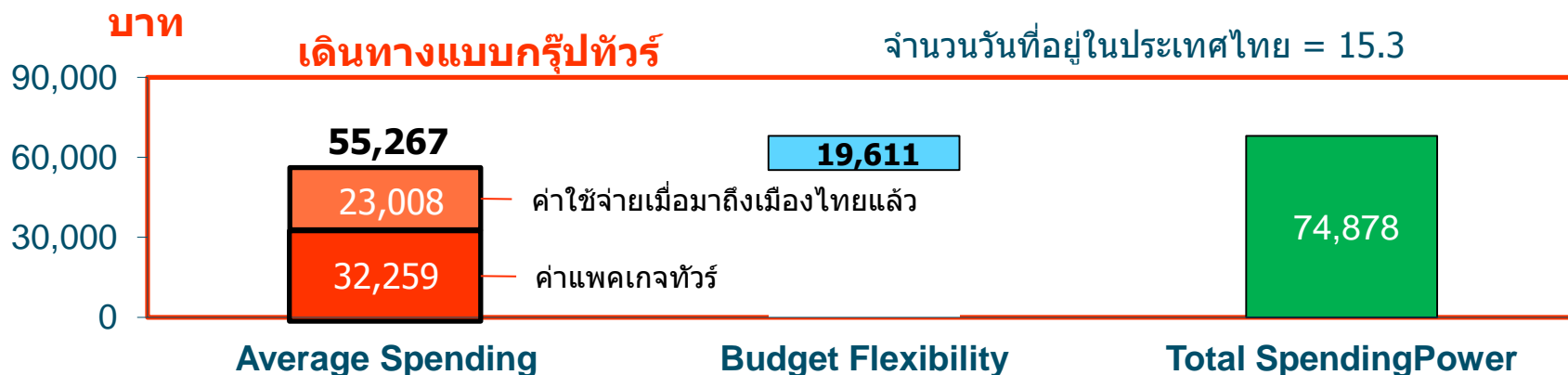
- จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง 93% และท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์ 7%
- นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรไม่นิยมท่องเที่ยวในแบบกรู๊ปทัวร์เนื่องจากผู้เดินทางสามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี และข้อมูลต่างๆที่มีอยู่ในอินเทอร์เน็ตนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของภาษาอังกฤษซึ่งไม่เป็นปัญหาต่อนักท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวที่เลือกจะเดินทางในรูปแบบของกรู๊ปทัวร์จะไม่ได้เดินทางมายังประเทศไทยเพียงที่เดียวแต่จะเดินทางไปยังประเทศอื่นๆภายในภูมิภาคนี้ด้วยซึ่งการเดินทางแบบนี้มีข้อได้เปรียบคือความสะดวกสบายในการจัดการ
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรู๊ปทัวร์นั้นจะเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการวางแผนการท่องเที่ยว

\*ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง 94 %  
ที่มา กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวปี 2553



พฤติกรรมการใช้จ่ายของ  
นักท่องเที่ยวชาว  
สหราชอาณาจักร

# งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สหราชอาณาจักร



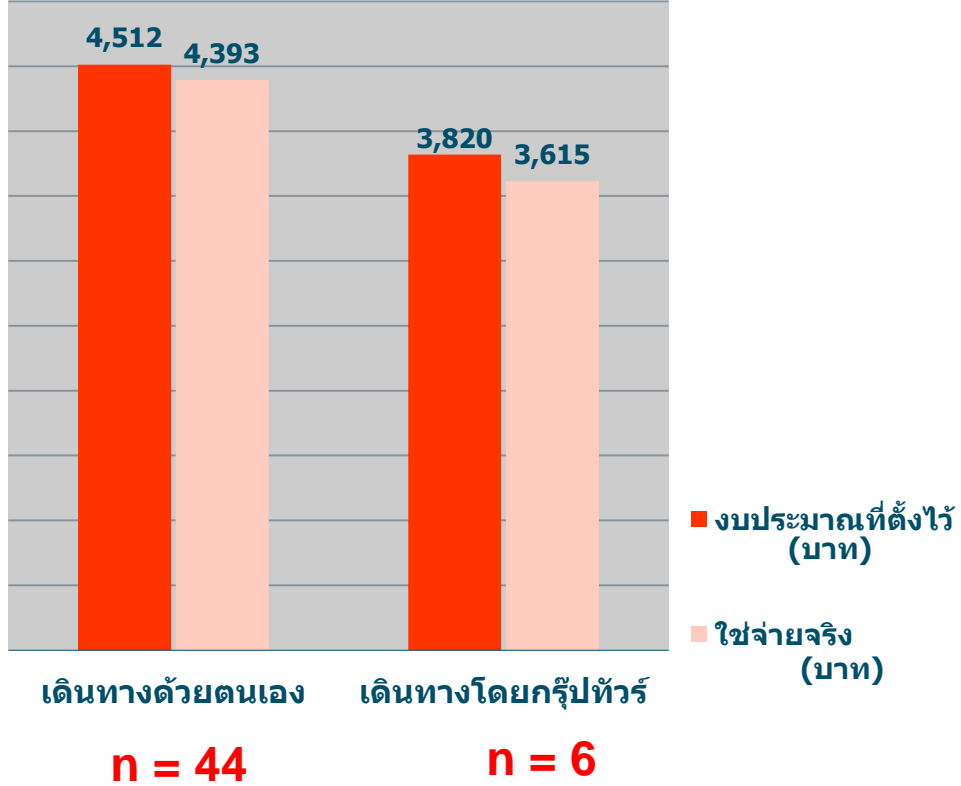
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองจะมีการใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 66,962 บาทและความสามารถสูงสุดในการใช้จ่ายที่ 77,676 บาท หรือมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง 16%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในรูปแบบกลุ่มทัวร์จะมีการตั้งงบประมาณสำหรับการใช้จ่ายเมื่อมาถึงเมืองไทยแล้ว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองเนื่องจากในแพคเกจทัวร์นั้นจะรวมค่าที่พัก ค่าเดินทาง และอาหารแล้ว โดยนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์จะมีการใช้จ่ายเมื่อมาถึงเมืองไทยแล้ว เฉลี่ยที่ 23,008 บาทต่อทริป
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยกรุ๊ปทัวร์นั้นจะมีความยืดหยุ่นทางด้านงบประมาณมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเอง โดยความสามารถสูงสุดในการใช้จ่ายที่ 74,878 บาท หรือมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง 35%



# การใช้จ่ายและงบประมาณของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่มีการกำหนดงบประมาณนั้นโดยเฉลี่ยแล้วจะใช้จ่ายต่ำกว่างบประมาณที่กำหนด

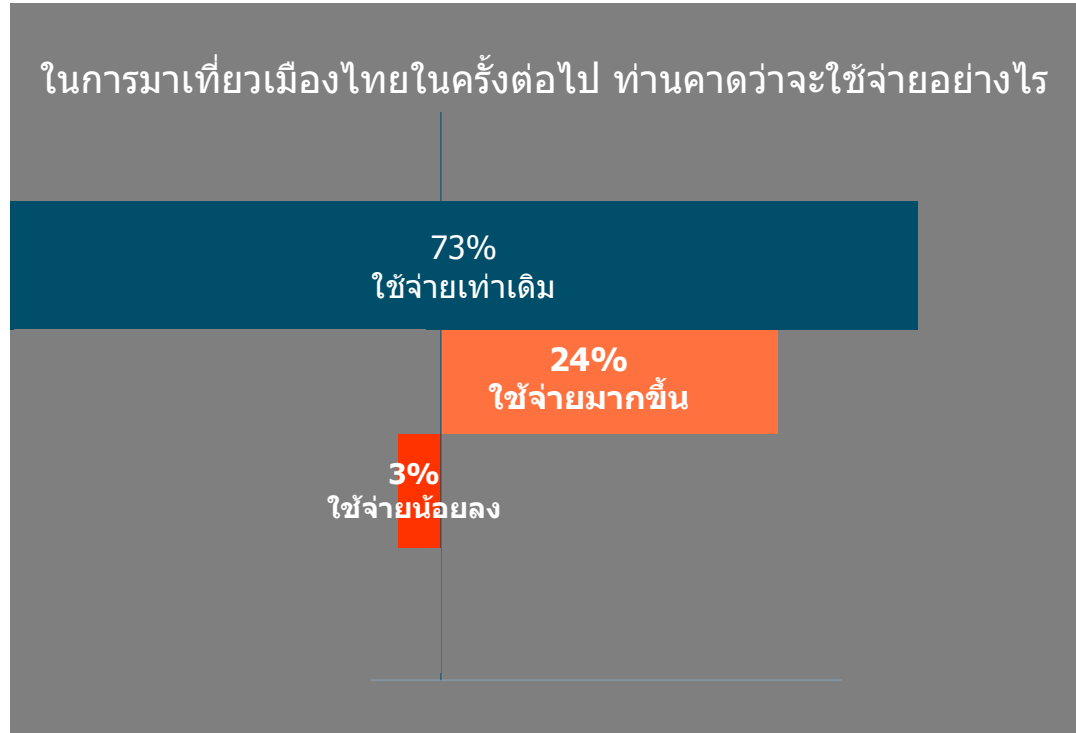
### จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน



- นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรจำนวน 50% มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองและแบบกรู๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายจริงน้อยกว่างบประมาณที่นักท่องเที่ยวกำหนดไว้ 2.6% และ 5.3% ตามลำดับ
- จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์จะมีการใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองประมาณ 18% อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์ไม่มีเวลามากพอในการท่องเที่ยวและใช้จ่าย ทำให้มีการใช้จ่ายต่ำกว่างบประมาณที่กำหนดไว้

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต

# การกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร



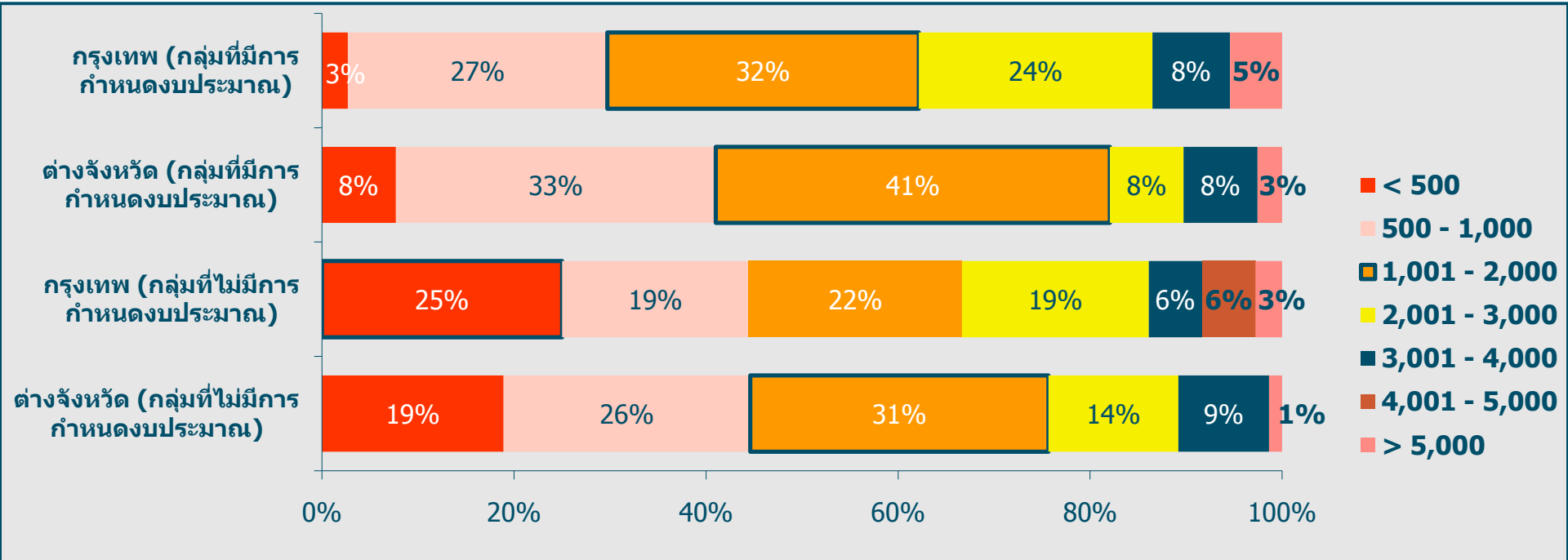
แนวโน้ม	% การเปลี่ยนแปลงจากงบประมาณในครั้งนี้
จ่ายสูงขึ้น	32%
จ่ายน้อยลง	15%
จ่ายเท่าเดิม	0%

- นักท่องเที่ยว 73% ที่เดินทางมาจากสหราชอาณาจักรมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนเท่าเดิม
- ผู้ที่คาดว่าจะมีการใช้จ่ายมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งต่อไป คิดเป็นจำนวน 24% โดยจะกำหนดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 32% เนื่องจาก
  - นักท่องเที่ยวนั้นเกิดความประทับใจในประเทศไทย และต้องการที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น
  - นักท่องเที่ยวพบว่าค่าใช้จ่ายต่างๆในเมืองไทยแพงกว่าที่คาดไว้
- มีนักท่องเที่ยวเพียง 3% เท่านั้นที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายน้อยลงในการเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไป
- อย่างไรก็ตาม สภาพเศรษฐกิจในทวีปยุโรปและค่าเงินบาทนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในอนาคต

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต



# ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร



- นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรไม่นิยมที่จะพักอยู่ในกรุงเทพเป็นเวลานาน โดยนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรส่วนมากจะใช้จ่ายสำหรับห้องพักอยู่ในช่วง 1,001 – 2,000 บาท ต่อคืน
- ข้อแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการตั้งงบประมาณกับกลุ่มที่ไม่มีการตั้งงบประมาณคือ
  - กลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย จะพักในที่พักราคาที่ต่ำกว่า 500 บาทต่อคืนมากกว่ากลุ่มที่มีการกำหนดงบประมาณ
  - กลุ่มที่มีการตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่พักราคาที่สูงกว่า โดย 65 เปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวที่มีการกำหนดงบประมาณจะใช้จ่ายสำหรับห้องพักอยู่ในช่วง 1,001-5,000 บาท ในขณะที่ 55 เปอร์เซ็นต์ของกลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมานนั้นมีค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักอยู่ในช่วง 1,001-5,000 บาท

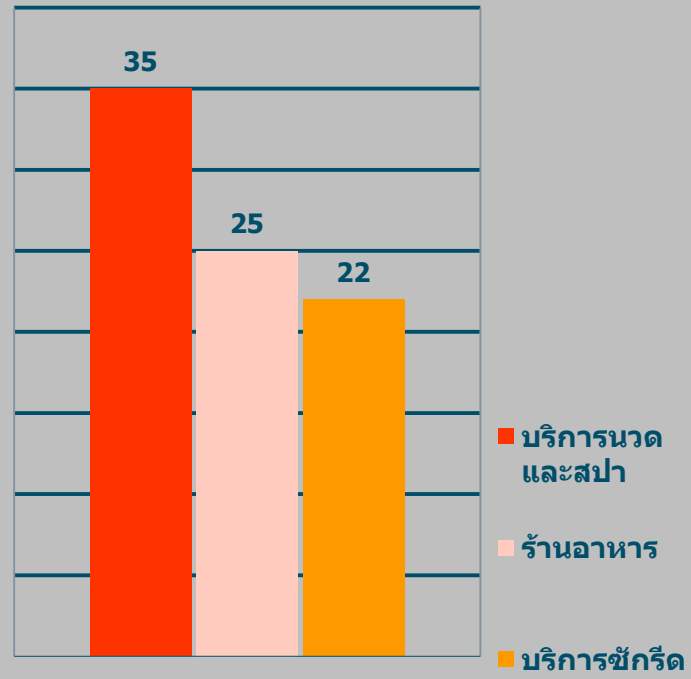




**ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยว  
ชาวสหราชอาณาจักร  
ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ**



# กิจกรรมและบริการในที่พัก 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



กิจกรรมและบริการ  
n = 100

## บริการนวดและสปา

- ค่าบริการมีราคาแพงกว่าภายนอกโรงแรมเกินกว่าที่นักท่องเที่ยวจะยอมรับได้
- มีข้อจำกัดในด้านเวลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้มีการวางแผนที่จะใช้บริการนวดและสปาจึงไม่ได้ติดต่อสอบถามถึงเวลาในการให้บริการ ซึ่งบริการนวดและสปาในโรงแรมจะหยุดให้บริการเร็ว ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้ารับบริการได้

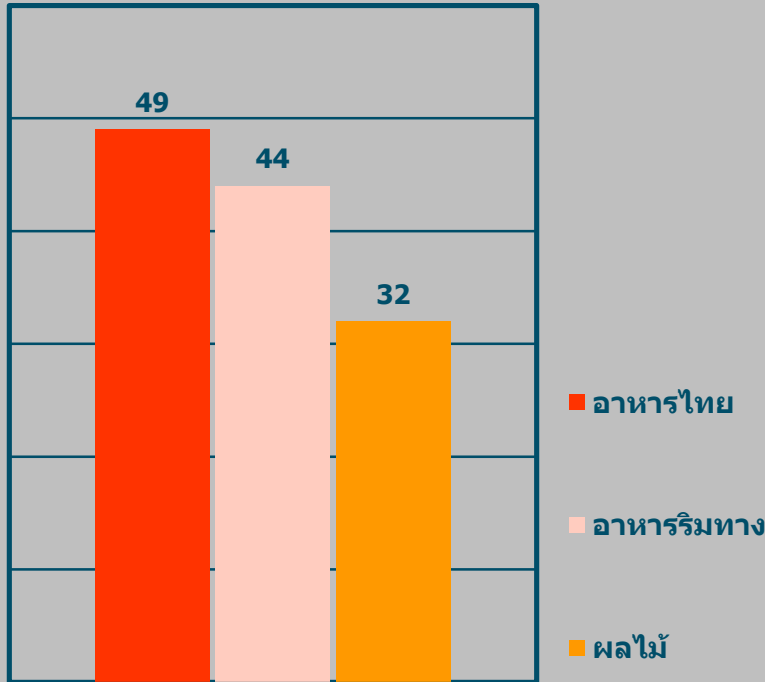
## ห้องอาหาร

- ราคาอาหารสำหรับห้องอาหารภายในโรงแรมส่วนใหญ่มีราคาที่สูงกว่าร้านที่อยู่ภายนอก
- ข้อจำกัดด้านภาษา

## บริการซักรีด

- มีราคาสูงซึ่งเหมาะกับนักธุรกิจแต่ไม่เหมาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวธรรมดาที่พักผ่อนเป็นเวลานาน
- ปัญหาในด้านการสื่อสาร
- ไม่มีบริการในโรงแรม
- ไม่มีรายละเอียดในการใช้บริการ เช่น ราคา และเวลาในการให้บริการ

# อาหารและเครื่องดื่ม 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ชนิดของอาหาร

n = 100

## อาหารไทย

- ไม่ชอบรสชาติที่เผ็ดของอาหารไทยและคิดว่าอาหารไทยส่วนใหญ่จะมีรสชาติเผ็ดเหมือนกันหมด การไม่รู้ถึงส่วนประกอบต่างๆที่มีอยู่ในอาหารที่ต่างจากในประเทศของนักท่องเที่ยว
- ความสะอาด ไม่สามารถหาอาหารที่มีความสะอาดรับประทานได้
- ราคาแพง เป็นสาเหตุรองลงมาที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถรับประทานอาหารไทยได้

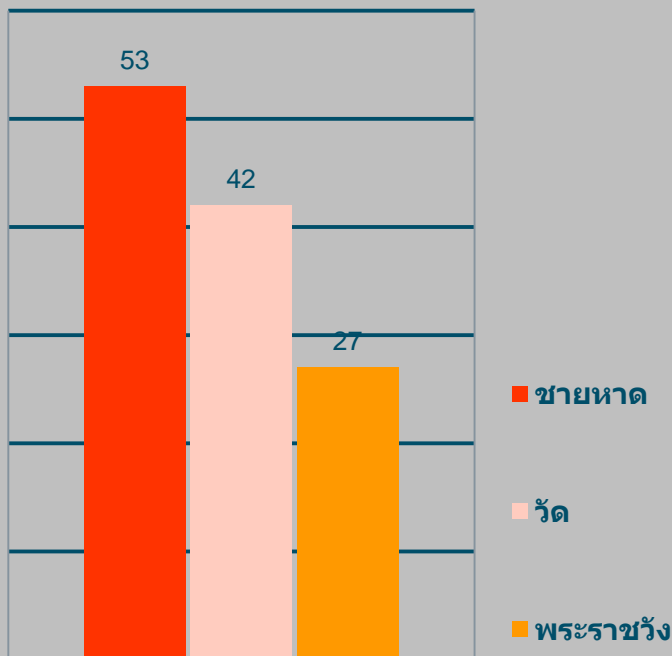
## อาหารริมทาง

- ความสะอาด ไม่สามารถลองรับประทานอาหารริมทางได้เนื่องจากมีความกังวลเรื่องความสะอาด
- ข้อจำกัดทางด้านภาษาทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถรู้ถึงส่วนประกอบของอาหารจากผู้ขายได้

## ผลไม้

- การขาดข้อมูลรายละเอียดที่เพียงพอทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถหาซื้อผลไม้ชนิดที่ตั้งใจจะรับประทานทานได้ เช่น นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าถ้าต้องการซื้อผลไม้ที่อยู่นอกฤดูกาลจะต้องไปหาซื้อที่ใด พบว่านักท่องเที่ยวมักจะได้รับประทานแต่ผลไม้ที่ทางโรงแรมหรือร้านอาหารจัดไว้ให้ ซึ่งไม่หลากหลายตรงตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้
- จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีปัญหาทางด้านราคาของผลไม้ในประเทศไทยในสัดส่วนไม่มาก

# สถานที่ท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



สถานที่ท่องเที่ยว  
n = 100

## ชายหาด

- ปัญหาพื้นที่แออัด โดยเลือกที่จะกลับไปพักผ่อนบริเวณห้องพักในโรงแรมเพื่อรอทำกิจกรรมถัดไป
- มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวจำกัด เนื่องจากบางกลุ่มนั้นอาจเดินทางไปท่องเที่ยวในบริเวณภาคอื่นๆของประเทศไทยก่อน ทำให้ไม่สามารถจัดการเวลาได้ดีพอสำหรับการเดินทางมายังภาคใต้
- ความสกปรกของชายหาด โดยบริเวณที่นักท่องเที่ยวพูดถึงนั้น คือ เขตพัทยา

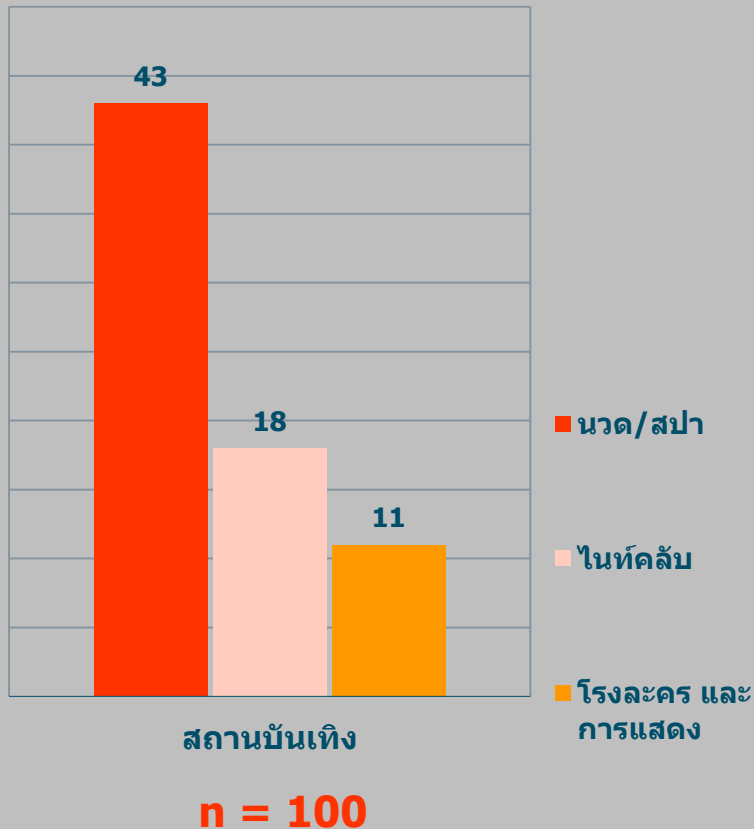
## วัด

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากที่ตั้งของวัดในประเทศไทยมีการกระจุกตัวค่อนข้างสูงและเป็นเขตที่ระบบขนส่งมวลชน เช่น BTS หรือ MRT ไม่สามารถเข้าถึง อีกทั้งเป็นบริเวณที่มีการจราจรหนาแน่นทำให้เสียเวลาในการเดินทางค่อนข้างมาก

## พระราชวัง

- ข้อจำกัดด้านเวลานั้นถือเป็นอุปสรรคที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้ไปเยี่ยมชม หรือไม่สามารถไปเยี่ยมชมได้ตามที่ต้องการ เนื่องจากว่าการเดินทางไปเยี่ยมชม พระราชวังส่วนใหญ่นั้นมักจะอยู่ในบริเวณที่ไม่มีรถไฟฟ้าเข้าถึง

# สถานบันเทิง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## บริการนวดสปา

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจจะจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมนี้รองจากกิจกรรมอื่นๆทำให้ไม่มีโอกาสได้ใช้บริการอย่างตั้งใจไว้
- ปัญหาเกี่ยวกับราคาที่แพงกว่าที่คิดไว้ ทำให้มีความรู้สึกถูกเอาเปรียบ จากการคิดราคาเพิ่มตามที่บอกไว้บนป้าย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่ดีและไม่กล้าใช้บริการอีก

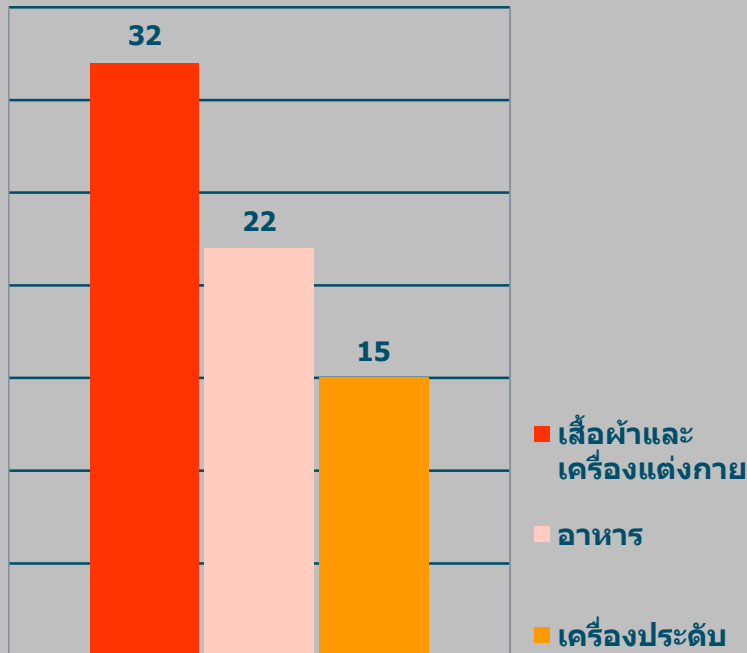
## ในท์คลับและสถานบันเทิง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ราคาแพง นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่าต้องจ่ายค่าบริการที่แพงและรู้สึกไม่พอใจที่ต้องจ่ายค่าบริการที่แพงกว่าคนไทย และยังมีความรู้สึกเหมือนถูกยึดเยียดให้ต้องซื้อเครื่องดื่มตลอดเวลา
- ความแออัดและความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่ปลอดภัยในสถานบันเทิงเพราะมีความแออัดมาก หากเกิดเหตุการณ์ต่างๆ เช่น หากเกิดไฟไหม้ อาจทำให้เจ้าหน้าที่มาดูแลไม่ทัน

## โรงละครและการแสดง

- ข้อจำกัดด้านเวลา
- ขาดรายละเอียดเป็นปัญหาหลักๆที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรไม่สามารถชมการแสดงในโรงละครได้ตามต้องการ หรืออาจเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมนี้น้อยกว่ากิจกรรมอื่นๆ
- จากการสำรวจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายกับการชมการแสดงในโรงละครมากที่สุดในหมวดบันเทิงเฉลี่ยเท่ากับ 3,100 บาท ต่อคน

# การข้อปบ้่ง 3 อันดับแรกที่ทำให้พนักงานเชี่ยวชาญชาวสหราชอาณาจักร ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ข้อปบ้่ง  
n = 100

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

- ไม่สามารถหาขนาดของเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับตัวเองได้เนื่องจากขนาดเสื้อผ้าของชาติตะวันตกมีขนาดใหญ่กว่าขนาดเสื้อผ้าของคนไทยอยู่พอสมควร
- คุณภาพของสินค้าต่ำและขาดความทนทาน
- มีความกังวลใจในสินค้าลอกเลียนแบบเพราะพบเห็นว่ามีจำหน่ายอย่างแพร่หลายในประเทศไทย

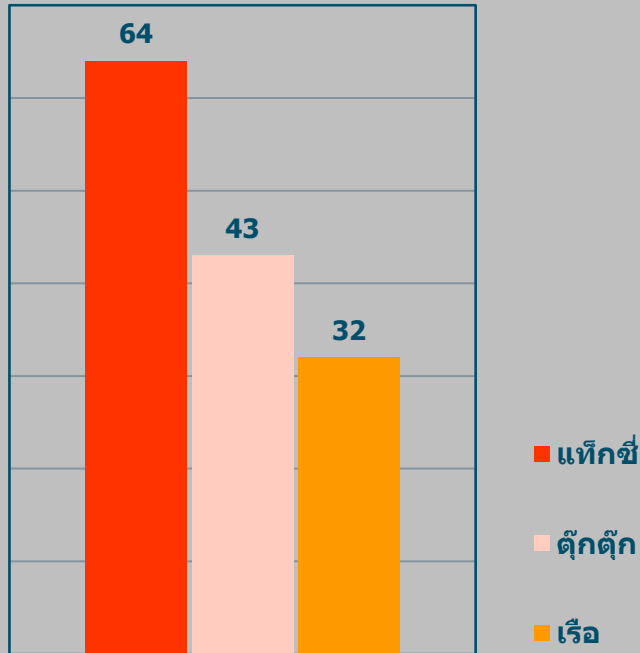
## อาหารและผลไม้

- ปัญหากฎหมายป้องกันและควบคุมในการนำกลับเข้าประเทศ
- ปัญหาข้อกำหนดเรื่องน้ำหนักบรรทุกทุกบนเครื่องบิน

## เครื่องประดับ

- กลัวการถูกโกงเนื่องจากประเทศไทยนั้นมีชื่อเสียงที่ไม่ดีเกี่ยวกับสินค้าลอกเลียนแบบ
- ปัญหาการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษเนื่องจากภาษาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพนักงานผู้เชี่ยวชาญในการสอบถามรายละเอียดต่างๆเพื่อตัดสินใจซื้อ

# การเดินทาง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



การเดินทาง

n = 100

## รถแท็กซี่

- 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากสหราชอาณาจักรกลัวการที่รถแท็กซี่คิดค่าโดยสารมากกว่าความเป็นจริง
- ความกังวลที่มีต่อการบริการของแท็กซี่ในประเทศไทย เพราะว่าบางสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่มียระบบขนส่งมวลชนที่ดี

## รถตุ๊กตุ๊ก

- ปัญหาด้านความปลอดภัย ทั้งจากสภาพของรถที่ค่อนข้างเก่า ดูไม่แข็งแรง รวมไปถึงลักษณะการขับของผู้ขับอีกด้วย ทั้งๆที่รถตุ๊กตุ๊กถือเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวต้องการทดลองใช้บริการ

## เรือ

- มีความกังวลทางด้านความปลอดภัย แม้ว่าการเดินทางโดยเส้นทางน้ำจะเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่น่าสนใจ แต่เพราะสภาพเรือโดยสารและสภาพของตัวอาคารสถานีค่อนข้างทรุดโทรม
- ปัญหาทางด้านความไม่สะอาดของแม่น้ำในประเทศไทย มีกลิ่นและสกปรกเป็นอย่างมากส่งผลให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเลือกที่จะไม่เดินทางทางน้ำ

# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

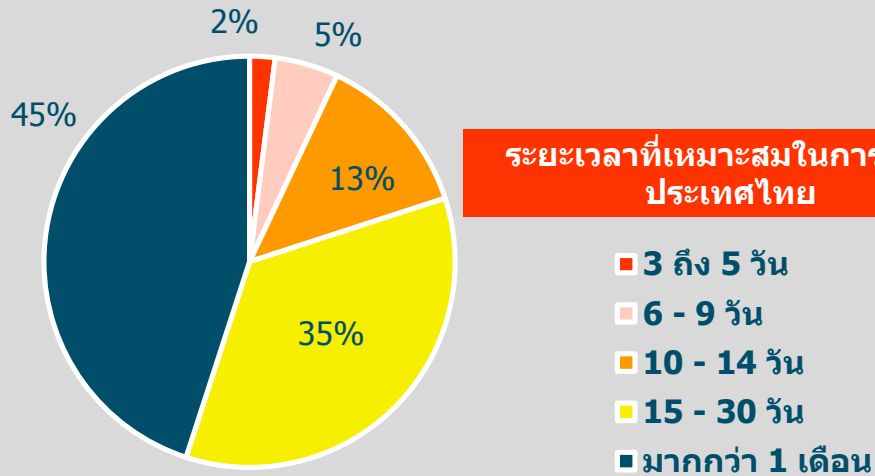
หมวดหมู่	ปัญหาที่พบ	หมายเหตุ
กิจกรรมและบริการในโรงแรม	บริการนวดสปา	1. ราคา 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. ข้อจำกัดด้านภาษา
	บริการห้องอาหาร	1. ราคา 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ข้อจำกัดด้านเวลา
	บริการซักรีด	1. ราคา 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ข้อจำกัดด้านเวลา
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารไทย	1. รสชาติไม่ถูกปาก 2. ความสะอาด 3. ราคา
	อาหารริมทาง	1. ความสะอาด 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3. ขาดรายละเอียด
	ผลไม้	1. ไม่สามารถหาซื้อได้ 2. ขาดรายละเอียด 3. ราคา
สถานที่ท่องเที่ยว	ชายหาด	1. ความแออัด 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. ความสะอาด
	วัด	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ปัญหาการเดินทาง 3. ความแออัด
	พระราชวัง	
สถานบันเทิง	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคา 3. กลัวการเอาเปรียบ
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคา 3. ความแออัด
	โรงละครการแสดง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ขาดรายละเอียด
ช้อปปิ้ง	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1. ไม่มีขนาดที่ต้องการ 2. คุณภาพของสินค้า
	อาหารและผลไม้	1. กฎหมายของประเทศนั้น 2. เกินน้ำหนักที่จำกัด
	เครื่องเพชรพลอย	1. กลัวสินค้านอกเลียนแบบ 2. ข้อจำกัดด้านภาษา
การเดินทาง	รถแท็กซี่	1. กลัวถูกคิดราคาเกินจริง 2. ข้อจำกัดด้านภาษา
	รถตุ๊กๆ	1. ความปลอดภัย 2. กลัวถูกคิดราคาเกินจริง
	เรือ	1. ความปลอดภัย 2. ความสกปรก



A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the image. Below it, there is a solid blue circle. The background is a dark blue color. The text 'ระยะเวลาที่เหมาะสม' is written in white Thai script on the right side of the image.

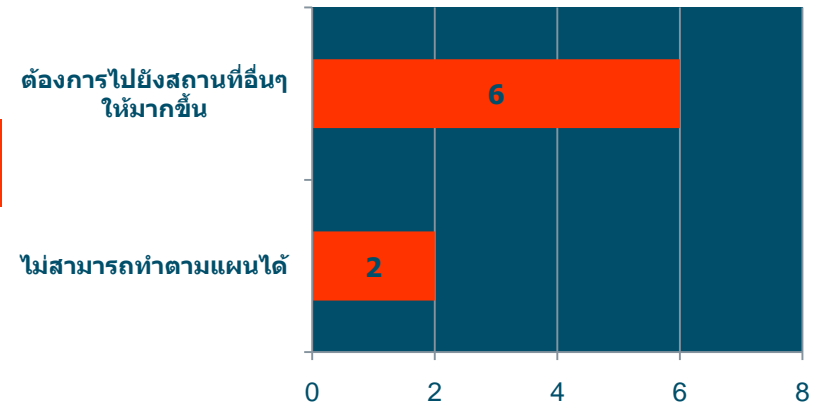
ระยะเวลาที่เหมาะสม

# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

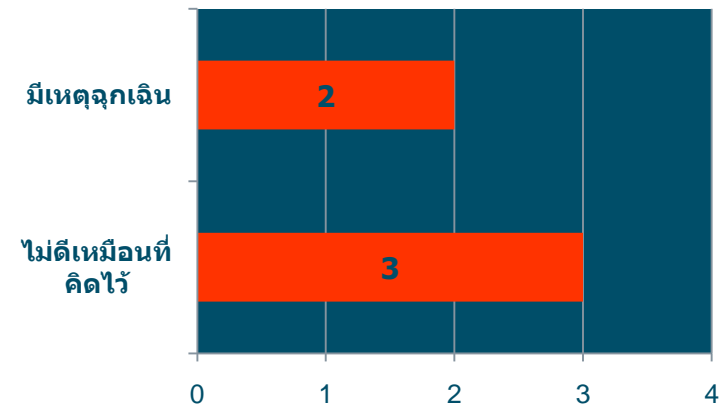


- นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นจำเป็นที่จะต้องใช้เวลามากกว่า 15 วัน โดยนักท่องเที่ยวจำนวนสัดส่วน 45% คิดว่าควรมีเวลามากกว่า 1 เดือน
- เหตุผลที่นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรอยู่นานกว่าที่วางแผนไว้คือต้องการไปเที่ยวสถานที่อื่น ๆ เพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนจำนวน 6%
- ส่วนเหตุผลที่ต้องเดินทางกลับเร็วกว่ากำหนดเนื่องจาก มีเหตุฉุกเฉิน สัดส่วน 2% และการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ดีเหมือนที่คิดไว้สัดส่วน 3%

## เหตุผลที่อยู่นานกว่าที่วางแผนไว้



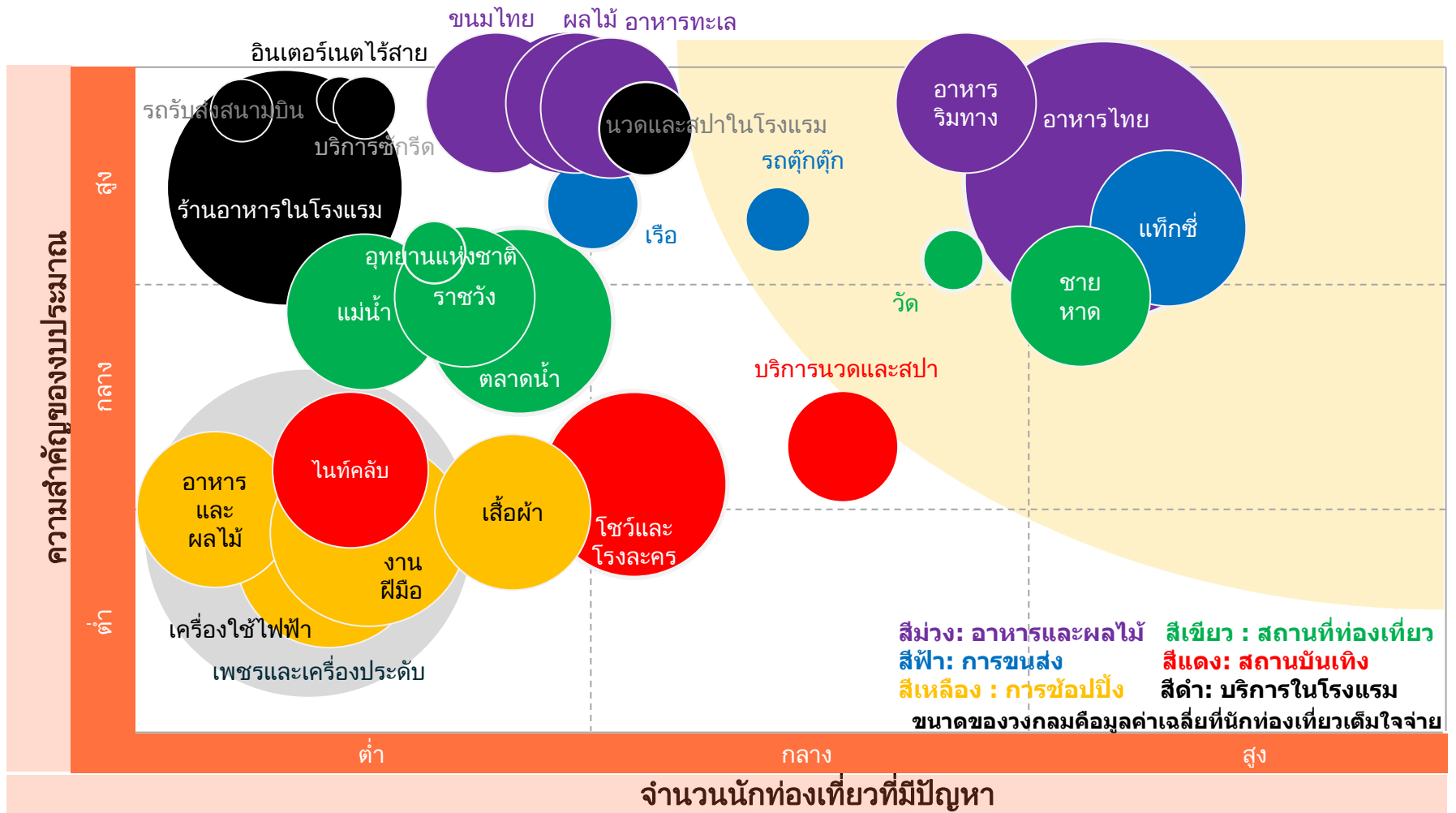
## เหตุผลที่อยู่ได้สั้นกว่าที่วางแผนไว้



A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the page. Below it, a solid blue circle is partially visible. The background is a dark blue color. The text 'ข้อเสนอแนะ' is written in white Thai script on the right side of the page.

ข้อเสนอแนะ

# การเปรียบเทียบระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

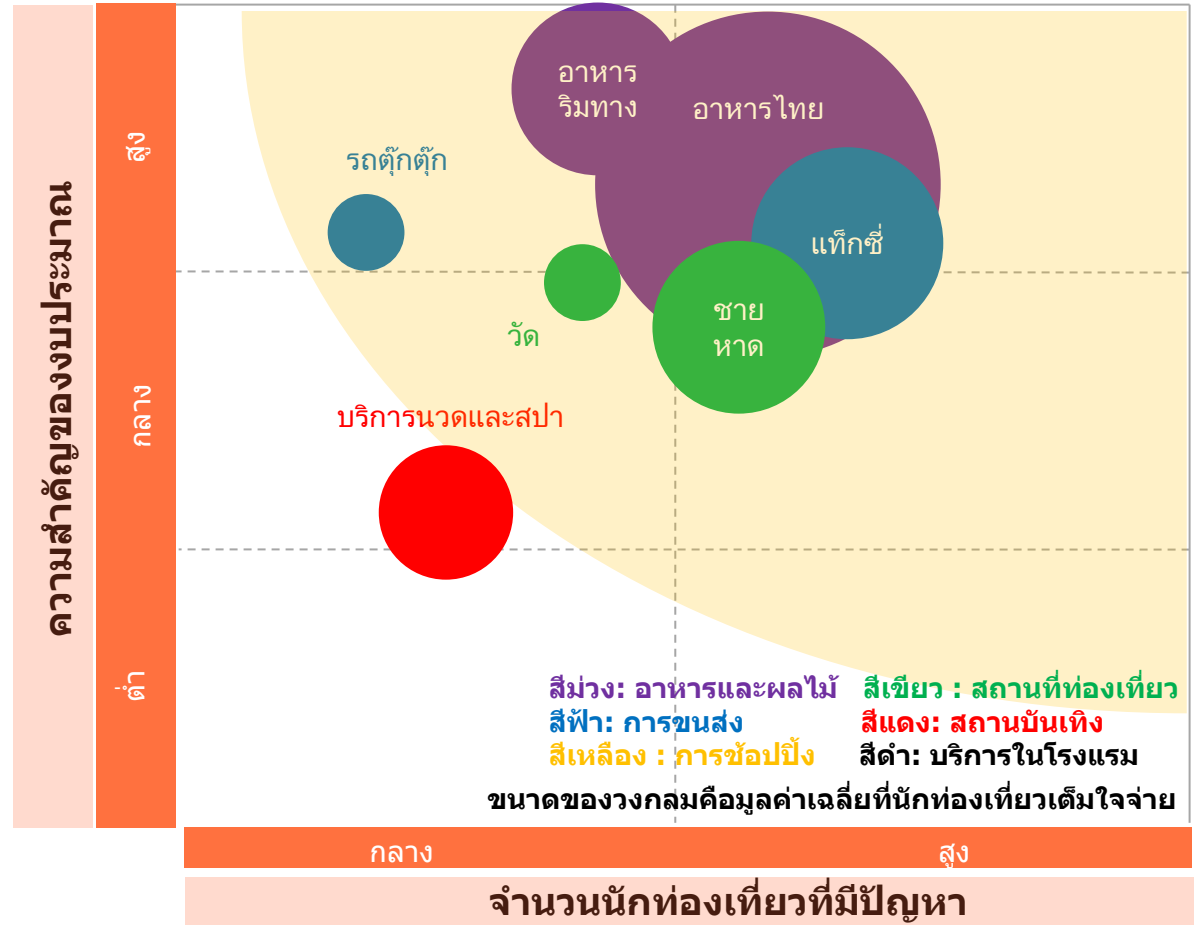


อาหารไทย อาหารริมทาง แท็กซี่ และชายหาด เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูง และเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรส่วนมากประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

เมื่อดูจากทั้งระดับความสำคัญ จำนวนผู้ที่  
ประสบปัญหา และรายได้ที่ควรจะได้รับ  
ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข คือ

- อาหารไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้  
ความสำคัญในการใช้จ่ายสูง แต่เนื่องจาก  
อุปสรรคต่างๆ เช่น รสชาติของอาหารที่เผ็ด  
จนเกินไปและความไม่มั่นใจในส่วนผสมทำ  
ให้นักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้จ่ายได้มากตาม  
ที่ต้องการ
- อาหารริมทาง เป็นอีกหนึ่งรายการของประเทศไทย  
ที่มีชื่อเสียงแต่นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะ  
ซื้อมารับประทานเนื่องจากปัญหาเรื่องความ  
สะอาด
- ปัญหาการใช้บริการรถแท็กซี่ไม่ได้ตาม  
ต้องการ ทำให้ประเทศไทยเกิดการสูญเสีย  
รายได้อื่นๆ เพราะทำให้นักท่องเที่ยวไม่  
สามารถเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งได้
- วัดเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ  
และมีปัญหาในการเข้าชมแต่เนื่องจากตัว  
สถานที่ไม่ได้มีกิจกรรมให้ใช้จ่ายมากนัก  
นักท่องเที่ยวจึงไม่ให้ความสำคัญกับการ  
ใช้จ่ายในการเยี่ยมชมวัดเท่าที่ควร



ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต

# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร คือ อาหารไทย อาหารริมทาง รถแท็กซี่ และชายทะเล โดยเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายและมีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญในการใช้จ่าย (1-5)	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย	สัดส่วนที่เกิดปัญหา %
อาหารไทย	3.9	1,485	49
อาหารริมทาง	3.9	2,633	44
รถแท็กซี่	3.7	1,128	64
ชายทะเล	3.5	1,450	53



ข้อมูลนักท่องเที่ยว  
ชาวสหรัฐอเมริกา

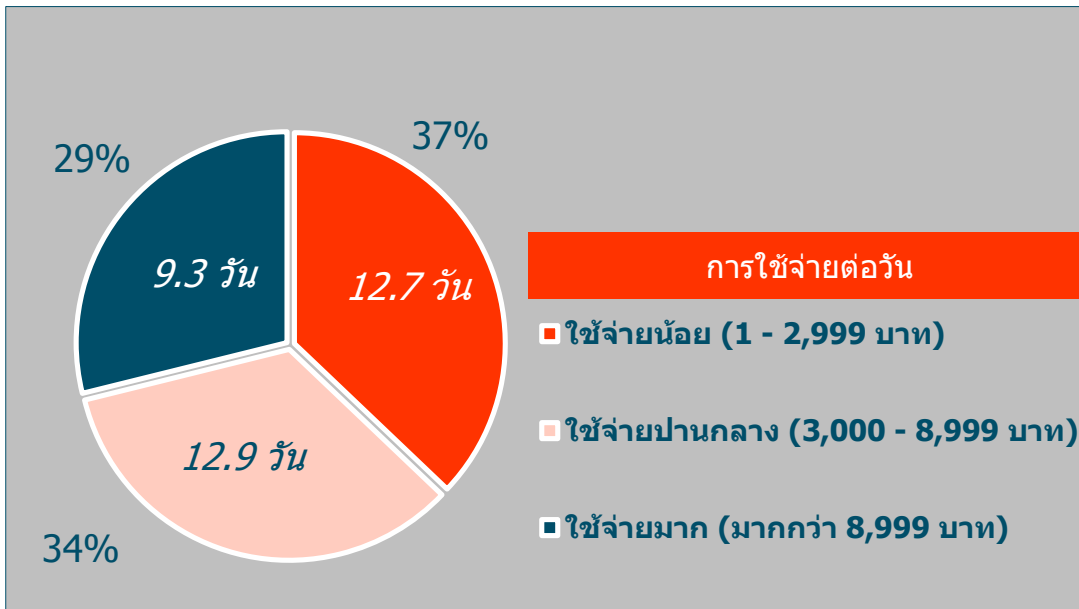
# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา



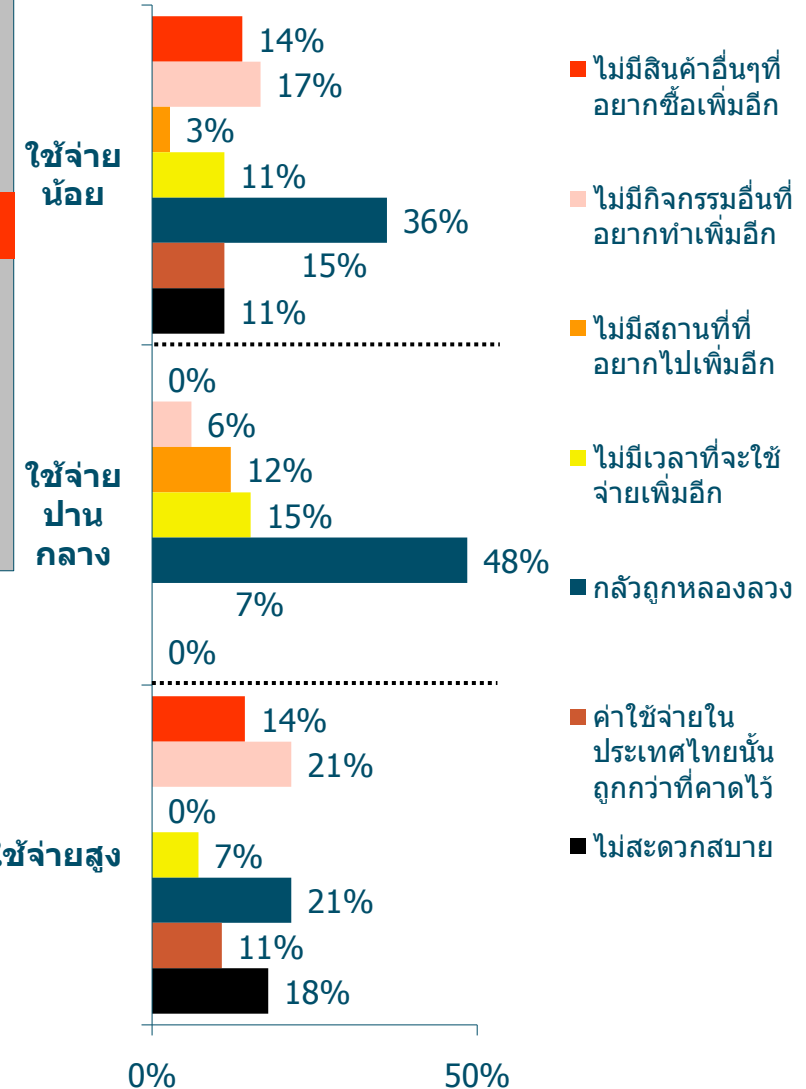
synovate

Business Consulting

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ

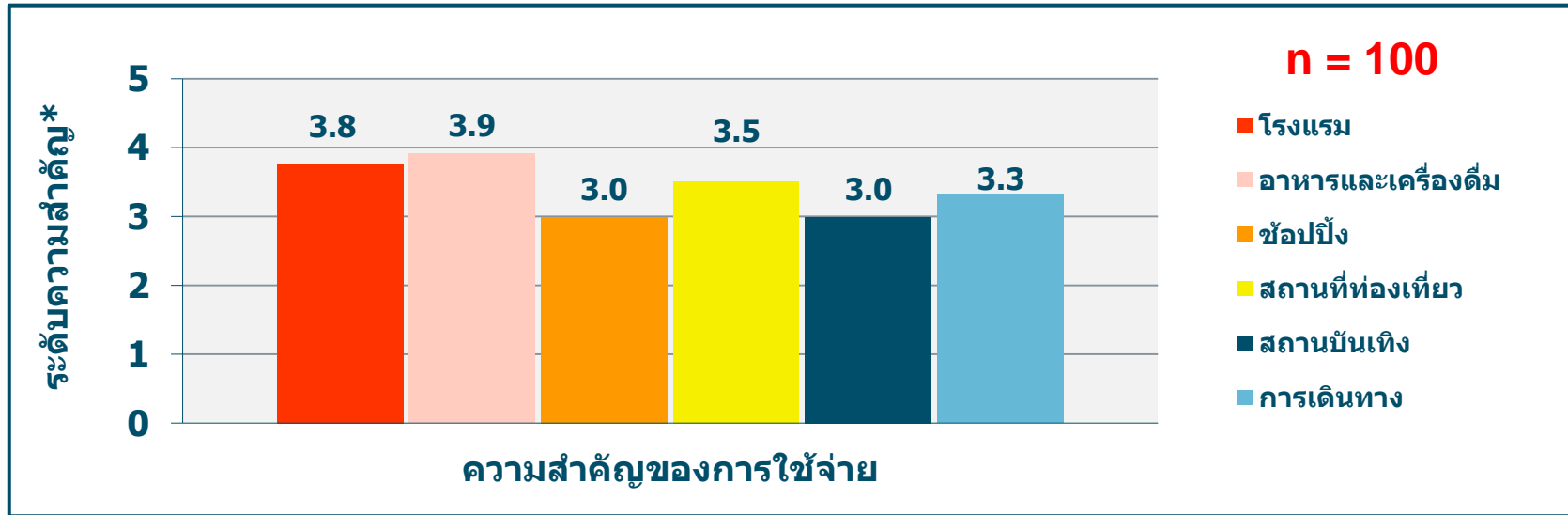


- นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลานานเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆโดยใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเฉลี่ย 11.8 วัน
- จากการจำแนกนักท่องเที่ยวตามปริมาณการใช้จ่ายในแต่ละทริปพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาทั้งสามกลุ่มมีสัดส่วนการใช้จ่ายที่ใกล้เคียงกัน คือนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันน้อยมีจำนวน 37% ,นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันมากมีจำนวนสัดส่วน 34% และนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายมากมีจำนวนสัดส่วน 29% ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาทั้งหมด
- เหตุผลหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาทุกกลุ่มไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการนั้นคือ 1.การกลัวถูกหลอกลวงโดยร้านค้าหรือผู้ให้บริการ 2.ไม่มีกิจกรรมอื่นที่อยากทำเพิ่มอีก และ 3.ไม่มีสินค้าอื่นๆที่อยากซื้อเพิ่มอีก

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนวेट



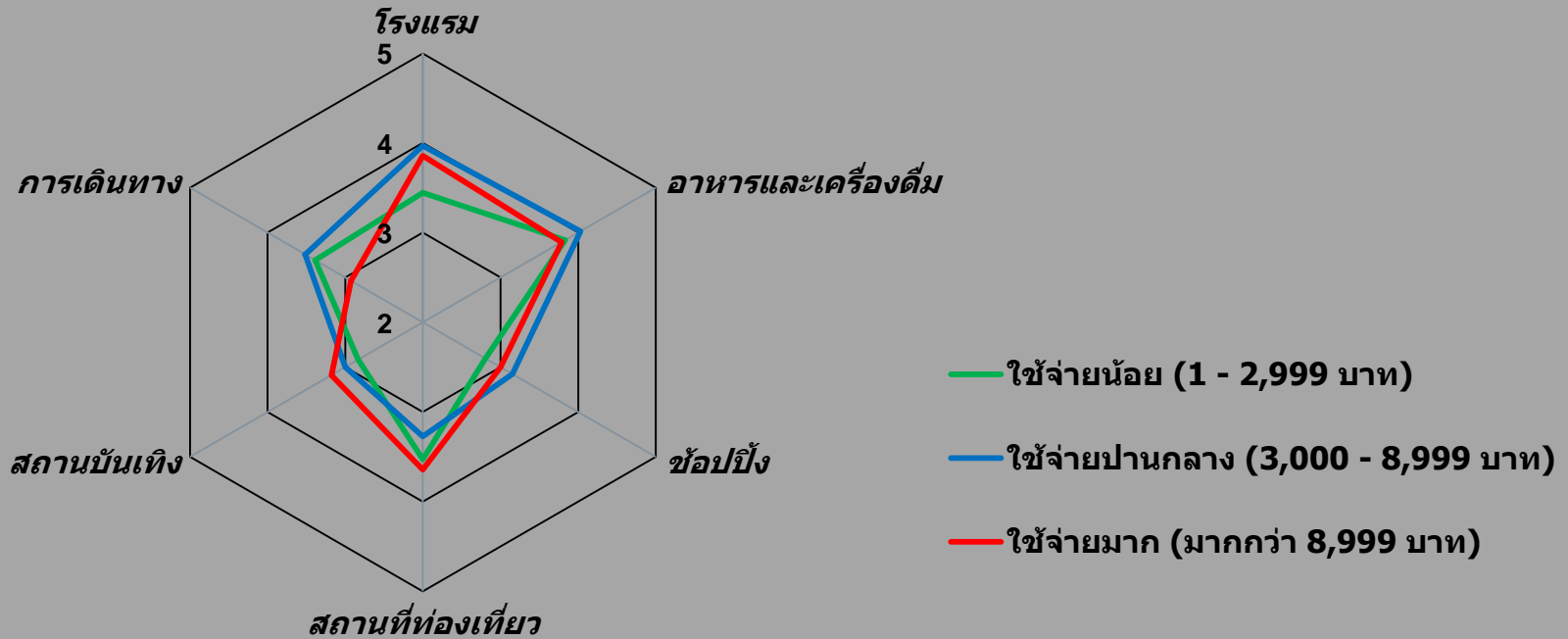
# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา



- นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายกับหมวดโรงแรม หมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด โดยในหมวดโรงแรม นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการบริการภายในโรงแรม ความสวยงาม สภาพของห้องพักและความปลอดภัย ส่วนในหมวดของอาหารและเครื่องดื่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.9 คะแนน
- สถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายรองลงมา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.5 และ 3.3 คะแนน ตามลำดับ
- หมวดช้อปปิ้งและสถานบันเทิงเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญน้อยที่สุด จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าในเมืองไทยจึงไม่ให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้งในเมืองไทยมากนัก

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญจาก 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายน้อยที่สุด และ 5 มีความสำคัญหรือจะใช้จ่ายมาก

# การให้ความสำคัญของการใช้จ่ายในแต่ละหมวด ของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

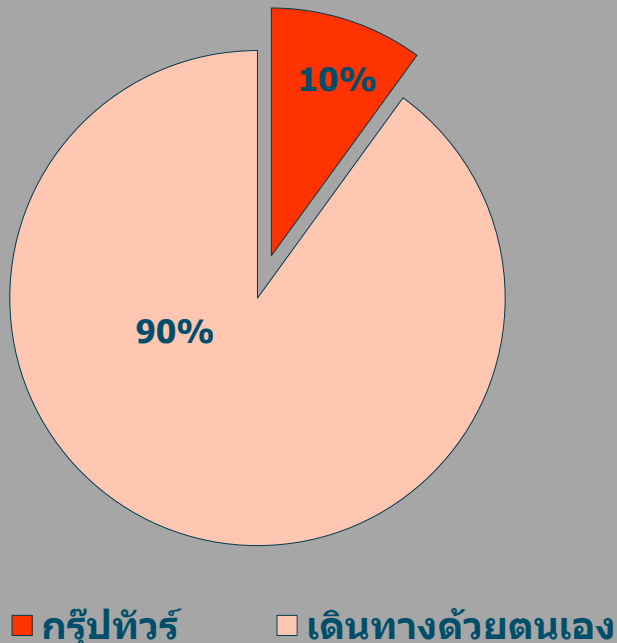


- นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาทุกกลุ่มจะให้ความสำคัญในการใช้จ่ายในหมวดโรงแรมและหมวดอาหารและเครื่องดื่มมาก มีเพียงนักท่องเที่ยวกลุ่มใช้จ่ายปานกลางเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายสำหรับห้องพักใกล้เคียงกับหมวดสถานที่ท่องเที่ยว
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูงจะให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวมากและไม่ให้ความสำคัญในเรื่องของการเดินทางและการช้อปปิ้งในประเทศไทยมากนัก
- สถานบันเทิงเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาทุกกลุ่มให้ความสำคัญในการใช้จ่ายน้อยที่สุด

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาสวนใหญ่ที่เดินทางมายังประเทศไทยจะนิยมเดินทางมาด้วยตนเองจากการสำรวจมีสัดส่วนถึง 90%



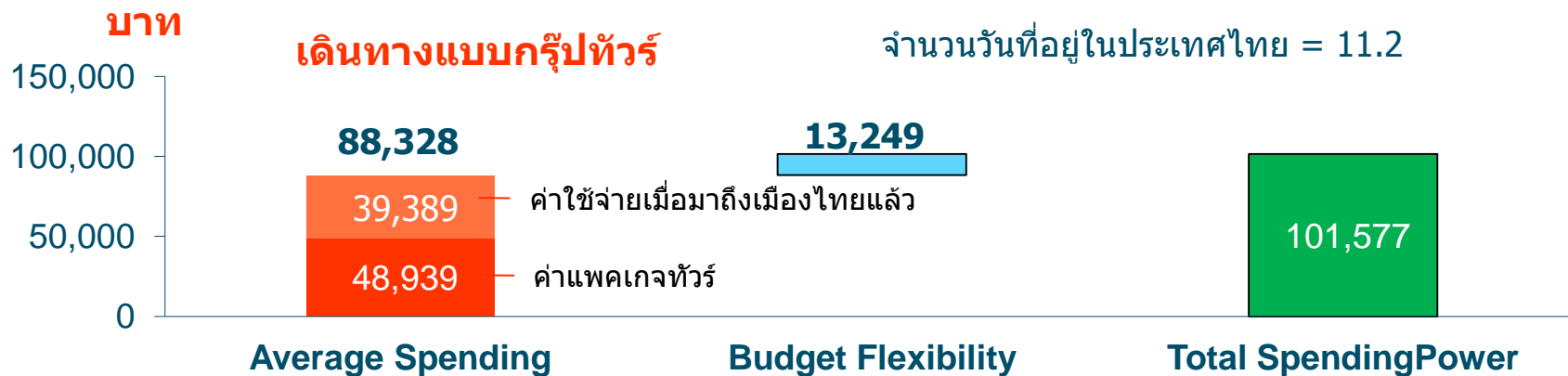
- จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาจำนวนสัดส่วน 90% เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากสหรัฐอเมริกาไม่นิยมท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์ เนื่องจากสามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี และข้อมูลต่างๆที่มีอยู่ในอินเตอร์เน็ตส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของภาษาอังกฤษ
- นักท่องเที่ยวที่เลือกจะเดินทางในรูปแบบของกรู๊ปทัวร์จะไม่ได้เดินทางมายังประเทศไทยเพียงประเทศเดียวแต่จะเดินทางไปยังประเทศอื่นๆภายในภูมิภาคนี้อีกด้วยซึ่งการเดินทางแบบนี้มีข้อได้เปรียบคือความสะดวกสบาย
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรู๊ปทัวร์จะเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการวางแผนการท่องเที่ยวมาก

ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา 93\* % ท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง  
\*ที่มา กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยวปี 2553



**พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว  
ชาวสหรัฐอเมริกา**

# งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

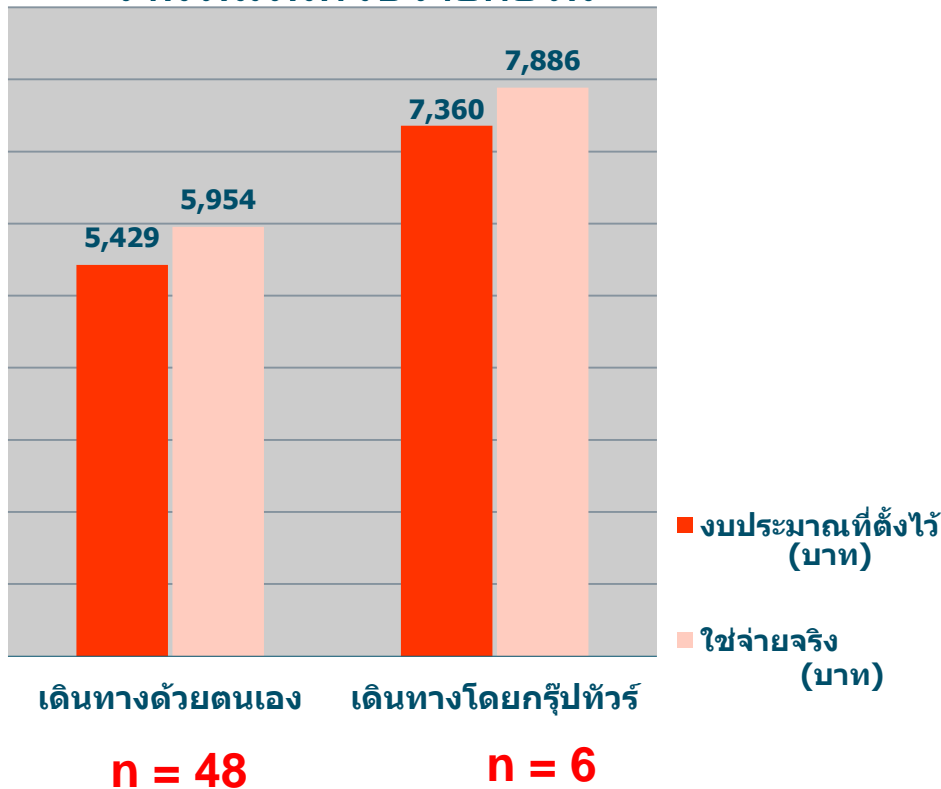


- นักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง 14%
- นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาที่เดินทางมาด้วยตนเองมีความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายใกล้เคียงกับความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์
- นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีค่าเฉลี่ยของจำนวนวันในประเทศไทยใกล้เคียงกันคือประมาณ 11.4 วัน ดังนั้นหากเปรียบเทียบมูลค่าการใช้จ่ายต่อวันแล้ว นักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์จะมีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวด้วยตนเอง

# การใช้จ่ายและงบประมาณของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกามีการใช้จ่ายจริงสูงกว่างบประมาณที่ตนกำหนดไว้

## จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน

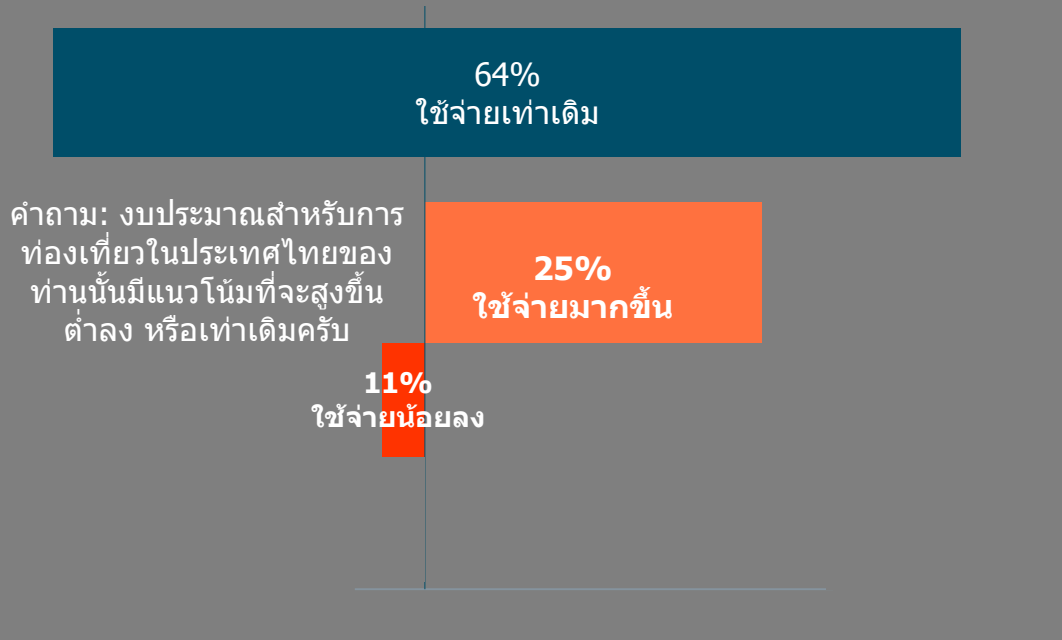


- นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกามีจำนวนสัดส่วน 54% มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยว
- การใช้จ่ายจริงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองและแบบกรุ๊ปทัวร์จะมากกว่างบประมาณที่กำหนดไว้ โดยนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์จะใช้จ่ายมากกว่างบประมาณ 7% และนักท่องเที่ยวด้วยตนเองจะใช้จ่ายมากกว่างบประมาณ 9%
- จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์จะมีการใช้จ่ายต่อวันมากกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์จะมีการใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 7,886 บาทต่อวันซึ่งมากกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง 32%

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# การกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป ของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

ในการมาเที่ยวเมืองไทยในครั้งต่อไป ท่านคาดว่าจะใช้จ่ายอย่างไร

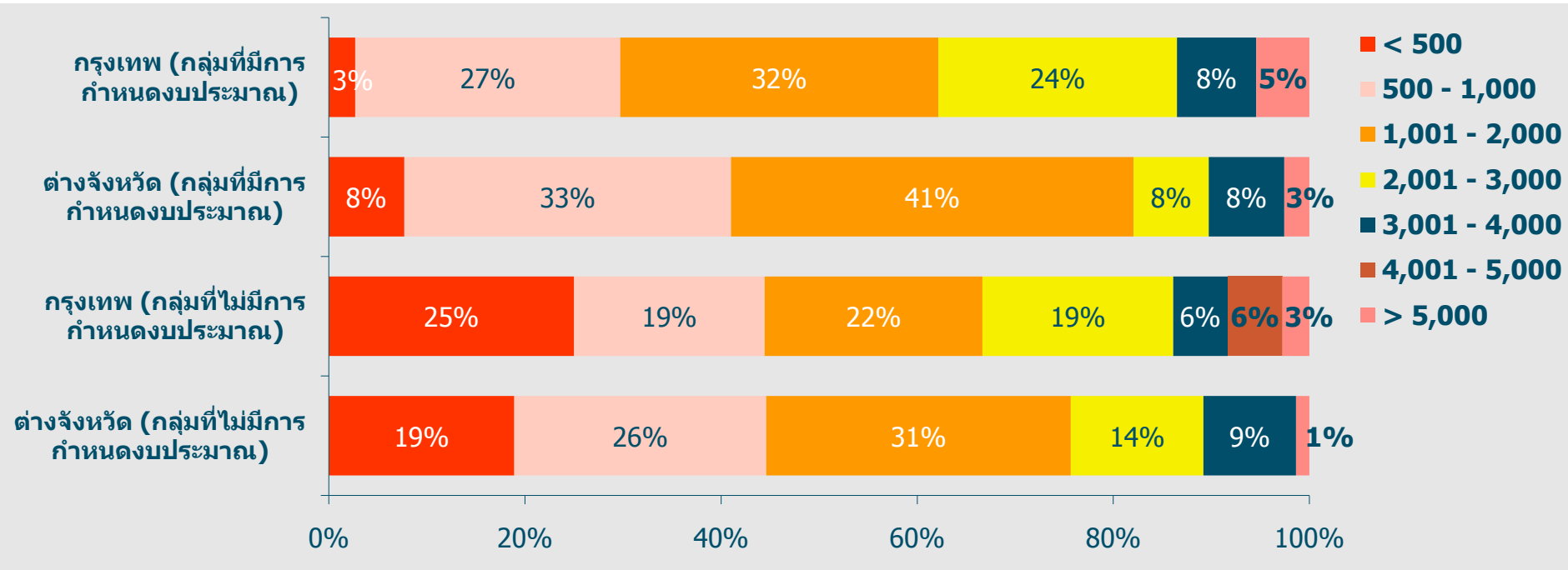


แนวโน้ม	% การเปลี่ยนแปลงจากงบประมาณในครั้งนี้
จ่ายสูงขึ้น	30%
จ่ายน้อยลง	21%
จ่ายเท่าเดิม	0%

- นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาสัดส่วน 64% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเป็นจำนวนเท่าเดิมสำหรับการท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งต่อไป
- นักท่องเที่ยวสัดส่วนร้อยละ 25 จะกำหนดงบประมาณเพิ่มขึ้น โดยจะเพิ่มขึ้นประมาณ 30% เนื่องจาก
  - นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในประเทศไทย และต้องการที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น
  - นักท่องเที่ยวพบว่าค่าใช้จ่ายต่างๆในเมืองไทยแพงกว่าที่คาดไว้
- นักท่องเที่ยวสัดส่วนเพียง 11% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายน้อยลงในการเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไปประมาณ 21%
- อย่างไรก็ตาม สภาพเศรษฐกิจในทวีปอเมริกาและค่าเงินบาทเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในอนาคต

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# ค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักของนักท่องเที่ยวชาว สหรัฐอเมริกา



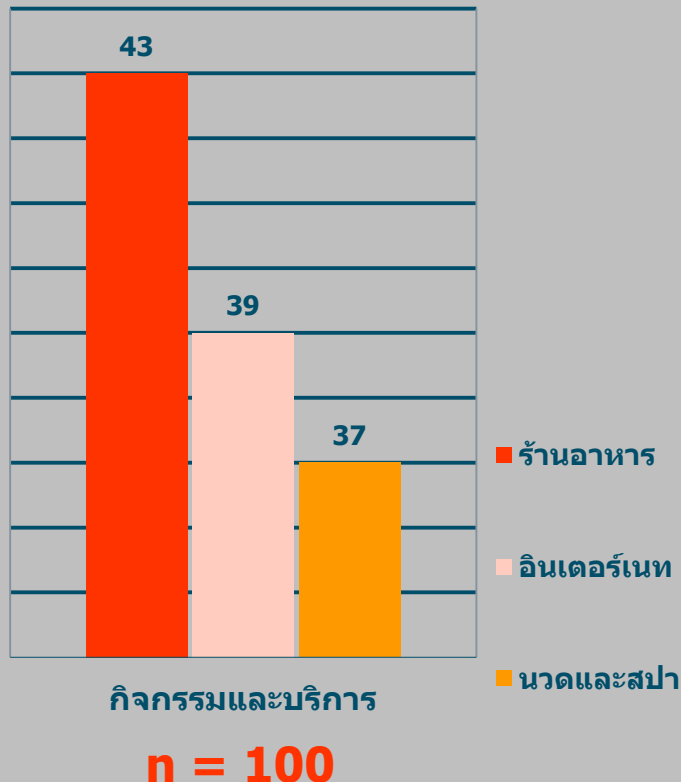
- นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาส่วนมากใช้จ่ายสำหรับห้องพักอยู่ในช่วง 1,001 – 2,000 บาท ต่อคืน
- ข้อแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการตั้งงบประมาณกับกลุ่มที่ไม่มีการตั้งงบประมาณคือ
  - กลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายจะพักในที่พักที่มีราคาต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน มากกว่ากลุ่มที่มีการกำหนดงบประมาณ
  - กลุ่มที่มีการตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวจะเข้าพักในห้องพักที่มีราคา 1,001 - 2,000 บาทต่อคืนสัดส่วน 32% ในกรุงเทพ และ สัดส่วน 41% ในต่างจังหวัด





ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยว  
ชาวสหรัฐอเมริกา  
ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

# กิจกรรมและบริการในที่พัก 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## ห้องอาหาร

- อาหารในห้องอาหารของโรงแรมมีราคาสูงเมื่อเทียบกับร้านขายอาหารชนิดเดียวกันภายนอก
- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ไม่มีบริการห้องอาหารภายในโรงแรม สำหรับนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เข้าพักในโรงแรมขนาดเล็ก

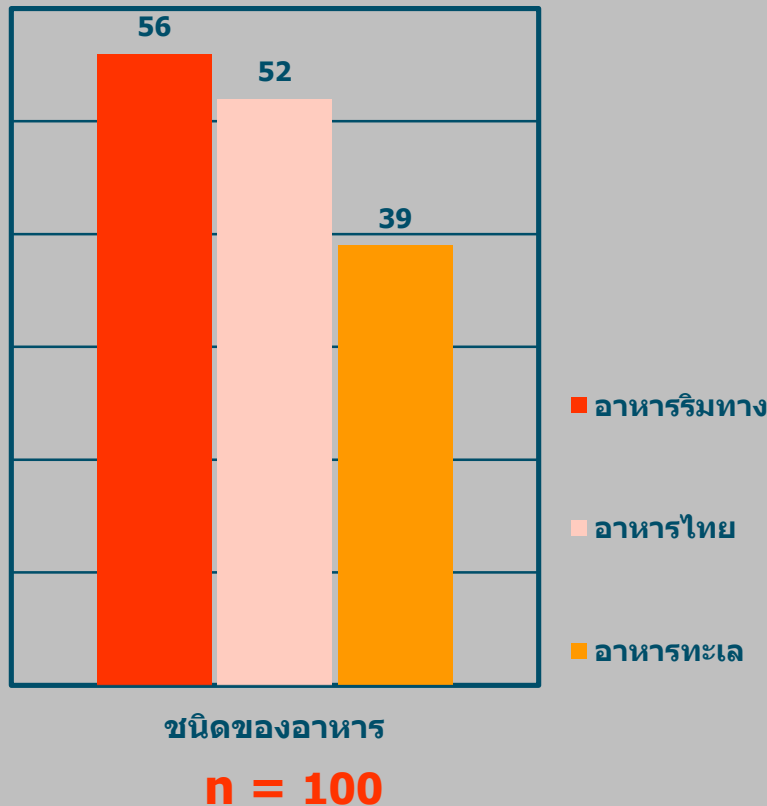
## อินเทอร์เน็ต

- ความไม่สะดวกสบาย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตในโรงแรมได้ตามต้องการ ได้แก่ มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตเฉพาะบางบริเวณในโรงแรมเท่านั้น และคุณภาพของอินเทอร์เน็ตไร้สายที่ยังไม่ดี
- โรงแรมบางแห่งไม่มีบริการอินเทอร์เน็ต
- ทางโรงแรมคิดค่าบริการอินเทอร์เน็ตสูง

## บริการนวดสปา

- ราคาของบริการนวดในโรงแรมสูงกว่าด้านนอก จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเปรียบเทียบ ขาดรายละเอียดข้อมูลเพื่ออธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงความสะดวกและปลอดภัยในการใช้บริการนวดและสปาภายในโรงแรม
- ไม่มีบริการนวดและสปาไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในโรงแรมบางแห่ง

# อาหารและเครื่องดื่ม 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## อาหารริมทาง

- ปัญหาทางด้านความสะดวก จากการสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวมีความตั้งใจมารับประทานทานอาหารริมทางในประเทศไทยแต่เมื่อมาถึงเมืองไทยแล้วพบว่า ไม่สามารถรับประทานอาหารริมทางได้เนื่องจากมีความกังวลเรื่องความสะดวก
- ข้อจำกัดทางด้านภาษา ทำให้ไม่สามารถรู้ถึงส่วนประกอบของอาหารจากผู้ขายได้

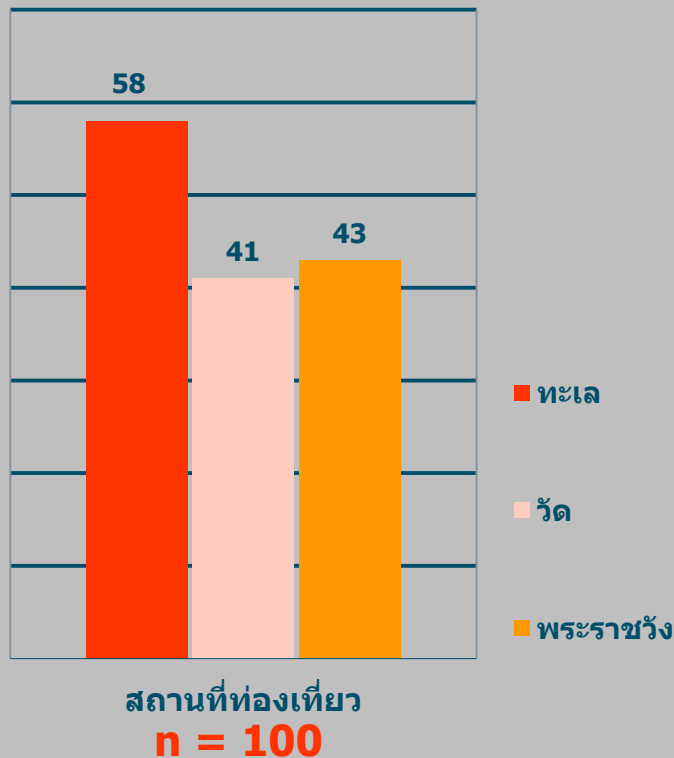
## อาหารไทย

- ปัญหารสชาติที่เผ็ดของอาหารไทย ทำให้คิดว่าอาหารไทยส่วนใหญ่จะมีรสชาติเผ็ดเหมือนกันหมด
- การไม่รู้ถึงส่วนประกอบต่างๆที่มีอยู่ในอาหาร ทำให้เกิดความกังวลที่จะลองรับประทานอาหารที่ไม่คุ้นเคย
- ความสะดวกเป็นสาเหตุรองลงมา

## อาหารทะเล

- ขาดรายละเอียดร้านอาหารทะเลที่มากพอ เช่น รายละเอียดของร้านและสถานที่ที่ควรจะไปและรายการอาหารทะเลที่ควรรับประทานในเมืองไทยทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าควรสั่งอาหารแบบใดมารับประทาน
- ความสะดวกและราคา

# สถานที่ท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## ทะเล

- ความแออัดบริเวณชายหาด ทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงในการเที่ยวชมชายหาดต่างๆในประเทศไทย
- มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่จำกัดและอาจเดินทางไปท่องเที่ยวในบริเวณภาคอื่นๆของประเทศไทยก่อนจึงไม่สามารถจัดเวลาได้ดีพอสำหรับการท่องเที่ยวทะเลในประเทศไทย
- ความไม่สะดวกสบายในการเดินทาง

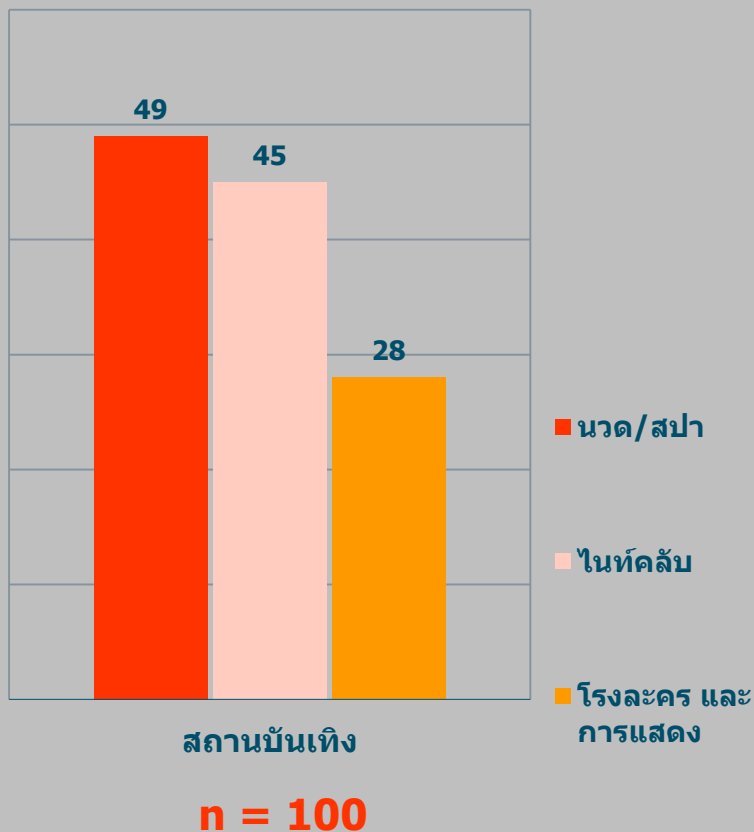
## วัด

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากที่ตั้งของวัดในประเทศไทยเป็นเขตที่ระบบการขนส่งมวลชนเช่น BTS หรือ MRT ไม่สามารถเข้าถึงได้ ซึ่งบริเวณเหล่านั้นเป็นบริเวณที่มีการจราจรค่อนข้างหนาแน่นทำให้เสียเวลาในการเดินทางค่อนข้างมาก
- อากาศที่ร้อนอบอ้าวของประเทศไทยและการเดินทางที่ไม่สะดวกทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปยังสถานที่อื่นแทนการเที่ยวชมวัด

## พระราชวัง

- ข้อจำกัดด้านเวลา เพราะการเดินทางไปเยี่ยมชม พระราชวังส่วนใหญ่ มักจะอยู่ในบริเวณที่ไม่มีรถไฟฟ้าเข้าถึงและการจราจรหนาแน่น

# สถานบันเทิง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## บริการนวดสปา

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการวางแผนเพื่อใช้บริการนวด/สปา แต่จัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมนี้รองจากกิจกรรมอื่นๆทำให้ไม่มีโอกาสได้ใช้บริการอย่างที่ตั้งใจไว้
- ปัญหาราคาที่แพงกว่าที่คาดไว้ อีกทั้งมีความรู้สึกถูกเอาเปรียบจากการคิดราคาเพิ่มขึ้นจากป้ายโฆษณา

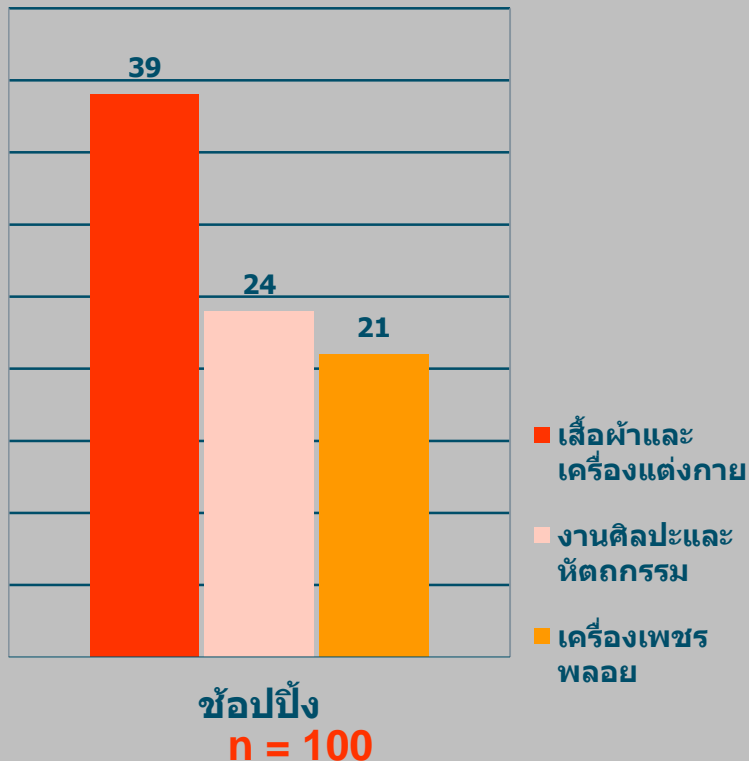
## ไนท์คลับและสถานบันเทิง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา แออัด และ ความปลอดภัย
- รู้สึกไม่ปลอดภัยในสถานบันเทิงเพราะมีความแออัดมาก

## โรงละครและการแสดง

- ปัญหาจากข้อจำกัดด้านเวลา
- ขาดรายละเอียด ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถชมการแสดงในโรงละครได้ตามต้องการ นอกจากนี้อาจเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมประเภทนี้น้อยกว่ากิจกรรมอื่นๆ

# การข้อปบ่ง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

- นักท่องเที่ยวมีความกังวลเรื่องสินค้าลอกเลียนแบบเพราะมีวางจำหน่ายตามท้องถนนอยู่เป็นจำนวนมากและสามารถพบเห็นได้ง่าย
- ข้อจำกัดทางด้านภาษาทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารกับทางผู้ขายและไม่สามารถสอบถามถึงรายละเอียดของสินค้าได้

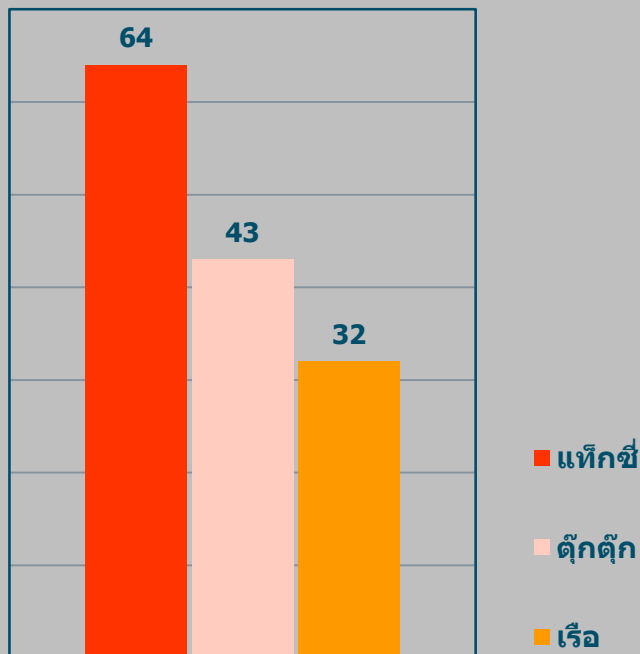
## งานศิลปะและหัตถกรรม

- มีความกังวลในเรื่องของการปลอมแปลงสินค้า ทำให้ไม่มีความมั่นใจในสินค้าว่าเป็นสินค้าจริงหรือสินค้าลอกเลียนแบบ
- มีปัญหาในเรื่องคุณภาพและการออกแบบของสินค้าที่ยังไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

## เครื่องประดับ เพชรพลอย

- มีความกังวลในการถูกหลอกหลงจากการซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับค่อนข้างมาก เพราะปลอมแปลงได้ง่ายและบางร้านค้าที่ไม่มีใบรับประกันสินค้า
- ราคาที่สูงเกินไป

# การเดินทาง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



การเดินทาง

n = 100

## รถแท็กซี่

- กลัวการคิดค่าโดยสารเกินกว่าความเป็นจริงสัดส่วน 74% ของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน
- ปัญหาในการสื่อสารเป็นปัญหาสำคัญ ทำให้เกิดการเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างคนขับกับนักท่องเที่ยว
- มีความกังวลที่มีต่อการบริการของแท็กซี่ในประเทศไทยสูง

## รถตุ๊กตุ๊ก

- กลัวถูกคิดราคาที่ไม่เป็นธรรมจึงหลีกเลี่ยงที่จะใช้บริการโดยวิธีนี้
- ความปลอดภัย

## เรือ

- มีความกังวลทางด้านความปลอดภัย เนื่องจากว่าสภาพของเรือโดยสารและสภาพของตัวอาคารสถานที่ทรมาน แม้จะมีความต้องการไปใช้บริการสูง นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้บริการเรือโดยสารตามที่ต้องการ
- มีข้อจำกัดด้านเวลาทำให้ไม่สามารถใช้บริการเรือโดยสารได้ตามต้องการ

# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

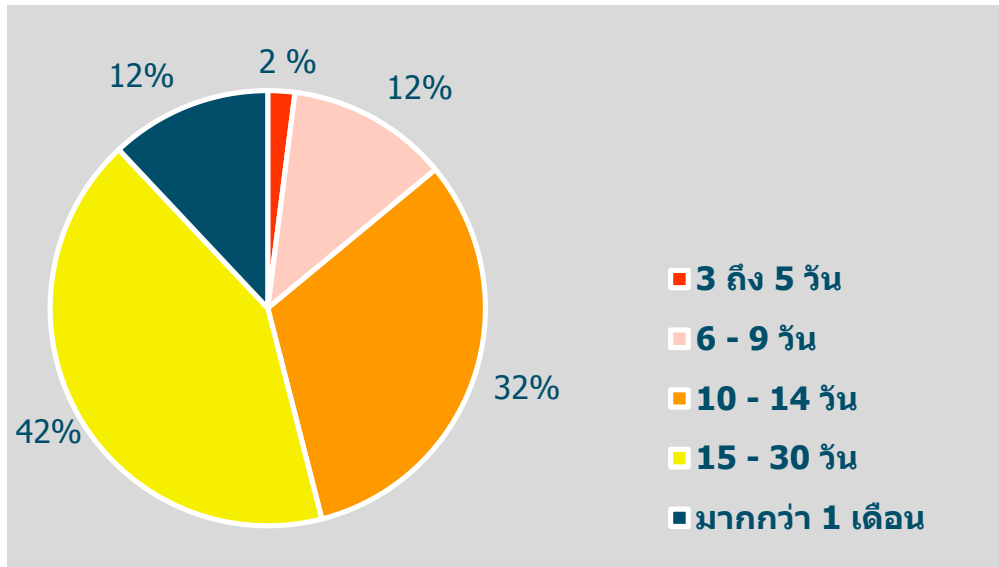
หมวดหมู่	ปัญหาที่พบ	หมายเหตุ
กิจกรรมและบริการในที่พัก	ห้องอาหาร	1. ราคา 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. ไม่มีบริการ
	บริการอินเทอร์เน็ต	1. ความไม่สะดวก 2. ไม่มีบริการ 3. ราคาแพง
	บริการนวดและสปา	1. ราคา 2. ขาดรายละเอียด 3. ไม่มีบริการ
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารริมทาง	1. ความสะอาด 2. ข้อจำกัดด้านภาษา
	อาหารไทย	1. รสชาติไม่ถูกปาก 2. ขาดรายละเอียด 3. ความสะอาด
	อาหารทะเล	1. ขาดรายละเอียด 2. ไม่มีบริการ
สถานที่ท่องเที่ยว	ชายหาด	1. ความแออัด 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3. เดินทางลำบาก
	วัด	1. การเดินทางไม่สะดวก 2. การจราจร 3. ความแออัด
	พระราชวัง	
สถานบันเทิง	บริการนวดสปา	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคาแพง 3. กลัวการเอาเปรียบ
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1. ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ความแออัด 3. ความปลอดภัย
	โรงละครการแสดง	1. ขาดรายละเอียด 2. ข้อจำกัดด้านเวลา
ช้อปปิ้ง	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบ 2. ข้อจำกัดด้านภาษา
	งานศิลปะและหัตถกรรม	1. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบ 2. ไม่สามารถหาได้ 3. คุณภาพสินค้า
	เครื่องเพชรพลอย	1. กลัวสินค้าลอกเลียนแบบ 2. ราคาแพง
การเดินทาง	รถแท็กซี่	1. กลัวการเอาเปรียบ 2. ข้อจำกัดด้านการสื่อสาร 3. ความปลอดภัย
	รถตุ๊กๆ	1. กลัวการเอาเปรียบ 2. ข้อจำกัดด้านการสื่อสาร 3. ความปลอดภัย
	เรือ	1. ความปลอดภัย 2. ข้อจำกัดด้านเวลา





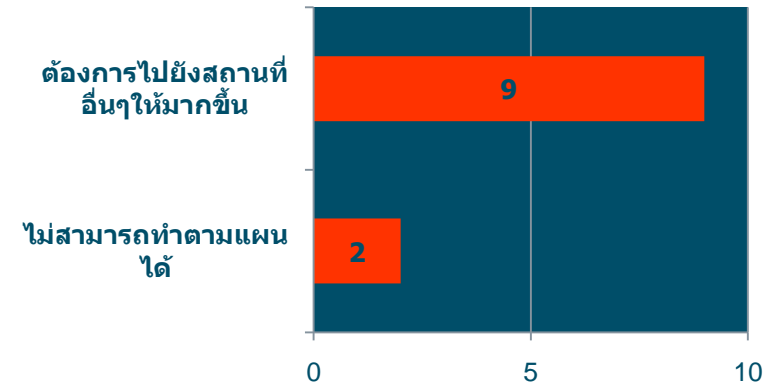
ระยะเวลาที่เหมาะสม  
ของนักท่องเที่ยวชาว  
สหรัฐอเมริกา

# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในความคิดของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา



- นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำเป็นที่จะต้องใช้เวลา มากกว่า 10 วัน โดยคิดเป็นจำนวนสัดส่วนถึง 75 % มีนักท่องเที่ยวสัดส่วนเพียง 14% ที่คิดว่าควรใช้เวลาในประเทศไทยน้อยกว่า 9 วัน
- นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาสัดส่วน 42% มีความเห็นว่าจะต้องใช้เวลามากกว่า 15 - 30 วันสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

## เหตุผลที่อยู่นานกว่าที่วางแผนไว้

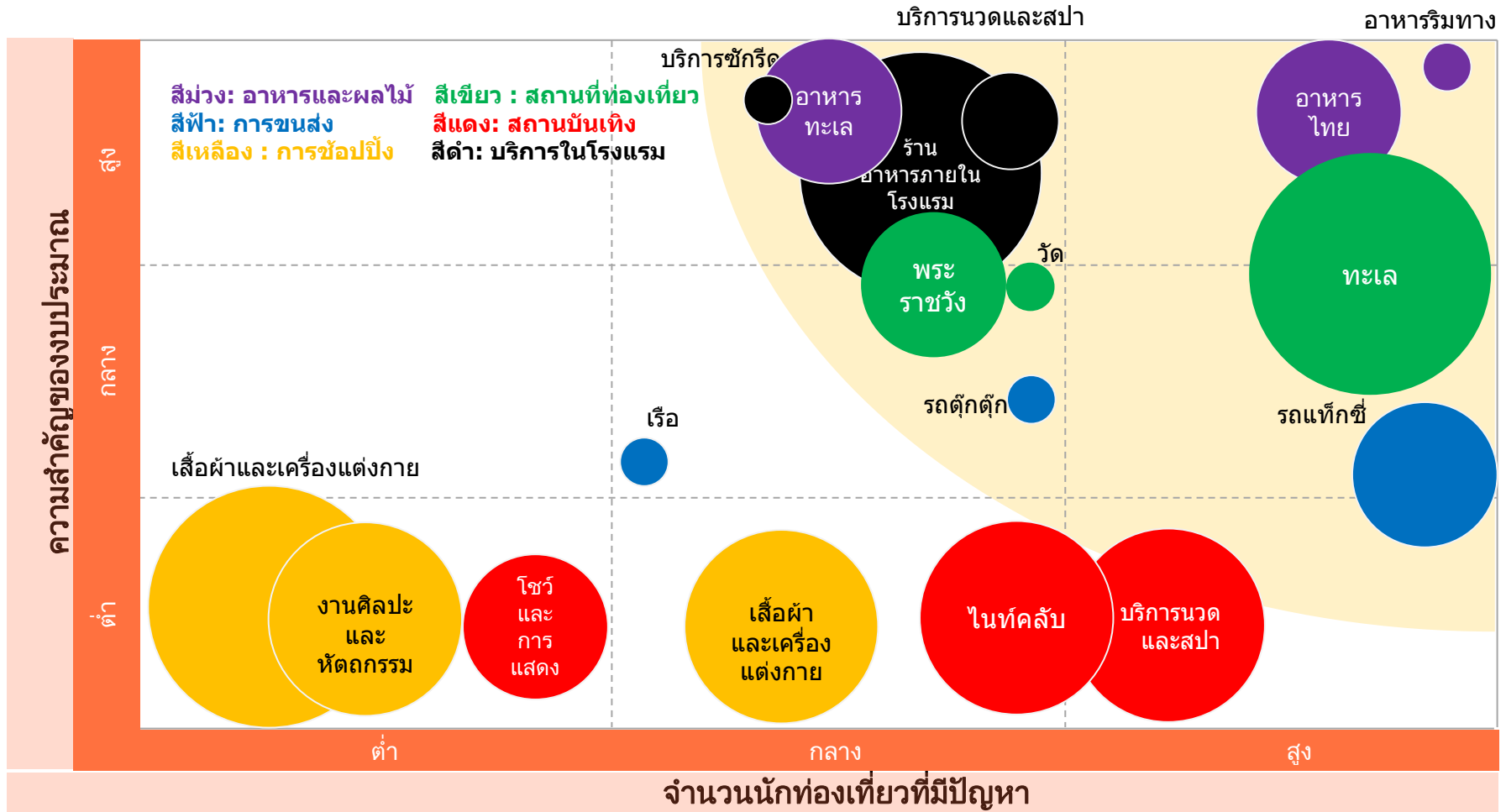


- นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาส่วนมากจะสามารถท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ตามกำหนด มีนักท่องเที่ยวสัดส่วน 9% อยู่นานกว่าที่วางแผนไว้ โดยเหตุผลคือ
  - ต้องการไปเที่ยวสถานที่อื่นๆ ซึ่งสถานที่เหล่านั้นอาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางจึงไม่ได้รับการโปรโมตผ่านทางสื่อต่างๆ เท่าที่ควร มีผลให้การคำนวณระยะเวลาในการท่องเที่ยวสั้นกว่าปกติ
- มีนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถเที่ยวในเมืองไทยได้ตามแผนที่กำหนดไว้เพียงสัดส่วน 2%

A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. It is rendered in a dark teal color and has a thick, rounded stroke. Below the character, there is a solid teal circle of a similar color. The background is a solid, slightly lighter teal color.

ข้อเสนอแนะ

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา



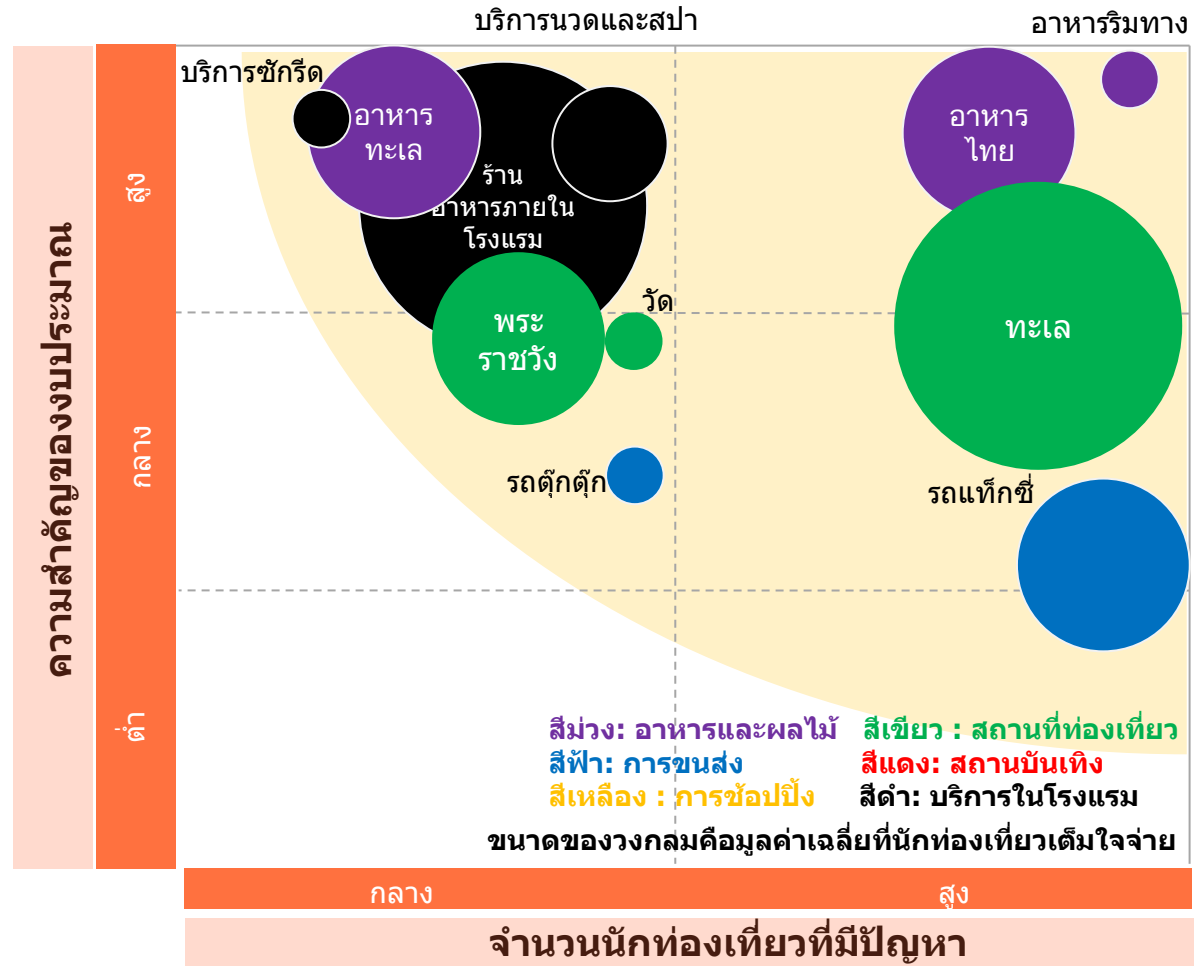
อาหารไทย อาหารทะเล ร้านอาหารภายในโรงแรม ชายหาด และ แท็กซี่ เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูงและเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาสวนมากประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

ขนาดของวงกลมคือมูลค่าเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่าย

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาจากทั้งระดับความสำคัญ จำนวนผู้ที่ประสบปัญหา และมูลค่าที่นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาเต็มใจจ่ายเพิ่ม ปัญหาที่ควรแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา คือ

- อาหารไทย เนื่องจากว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการมากแต่พบอุปสรรคมากมีสัดส่วนถึง 52% โดยนักท่องเที่ยวจะมีปัญหากับรสชาติของอาหารที่เผ็ดจนเกินไปไม่เหมือนที่เคยรับประทานและความไม่มั่นใจในส่วนผสม
- ค่าใช้จ่ายในส่วนของแท็กซี่นั้นยังมีค่าสูญเสียอื่นๆ โดยนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกามีปัญหากับการใช้จ่ายกับแท็กซี่สัดส่วนถึง 64%
- ขาดขาดเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและมีปัญหาในการเข้าพบจำนวนมากถึงสัดส่วน 58% และมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายโดยเฉลี่ยอีกคนละ 3,778 บาทต่อคน



ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเว็ต

# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา คือ อาหารไทย อาหารทะเล ร้านอาหารภายในโรงแรม และ พื้นที่บริเวณชายหาด

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญในการใช้จ่าย (1-5)*	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย (บาท)	สัดส่วนที่เกิดปัญหา %
อาหารไทย	3.9	2,069	52
อาหารทะเล	3.9	1,925	39
ร้านอาหารภายในโรงแรม	3.8	3,030	39
ชายหาด	3.5	3,778	58
แท็กซี่	3.3	1,798	64

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยหรือจะใช้จ่ายน้อย และ 5 มีความสำคัญมากหรือจะใช้จ่ายมาก



ข้อมูลนักท่องเที่ยว  
ชาวออสเตรเลีย

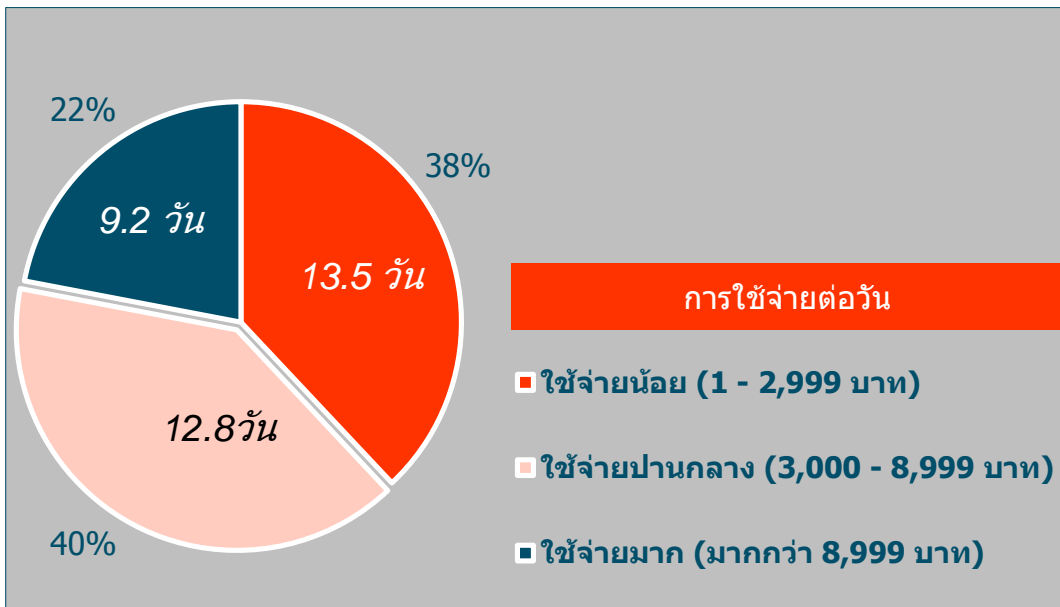
# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย



synovate

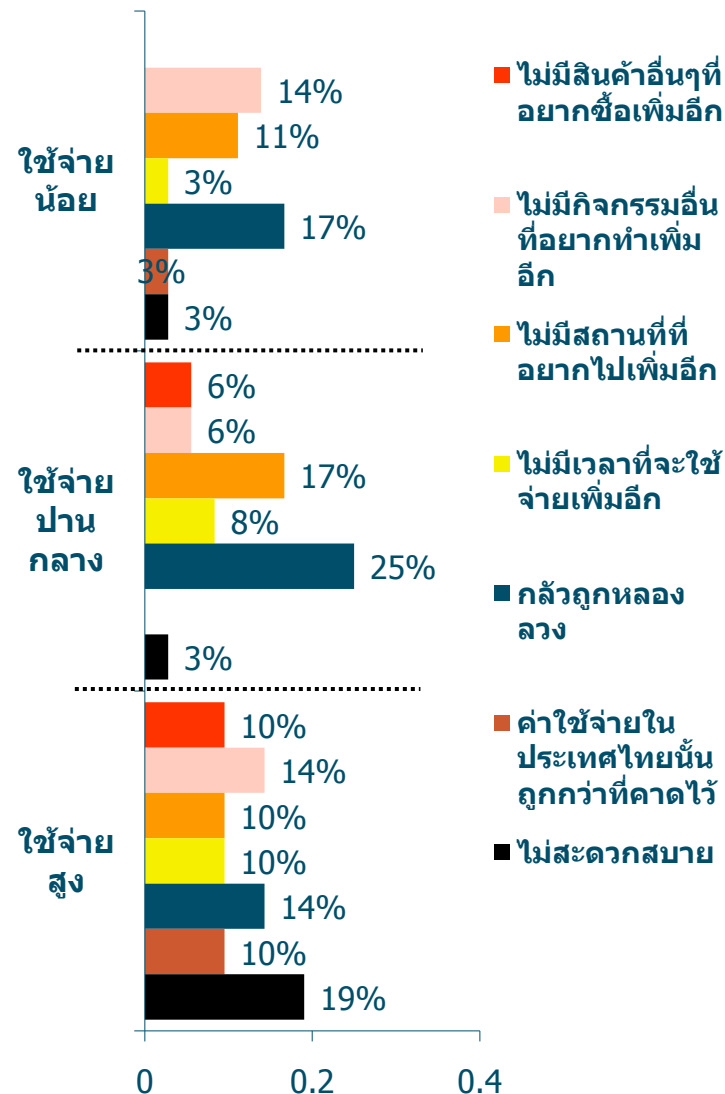
Business Consulting

## สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแบ่งตามการใช้จ่ายต่อวัน



- นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียสัดส่วน 40% เป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายปานกลาง โดยมีการใช้จ่ายระหว่าง 3,000 – 8,999 บาทต่อวัน รองลงมาคือกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันน้อยโดยมีการใช้จ่ายต่อวัน 1 – 2,999 บาทคิดเป็นจำนวนสัดส่วน 38% ของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียทั้งหมด
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันน้อยใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย 13.5 วัน โดยกลุ่มที่ใช้จ่ายต่อวันปานกลางใช้เวลา 12.8 วันและกลุ่มที่มีการใช้จ่ายมาก จะใช้เวลาท่องเที่ยวเพียง 9.2 วัน
- ปัญหาสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียไม่สามารถใช้จ่ายเงินได้มากตามต้องการคือ 1. กลัวที่จะถูกหลอกหลวง 2. ไม่มีกิจกรรมและ 3. ไม่มีสถานที่อื่นๆที่อยากไปเพิ่มอีก

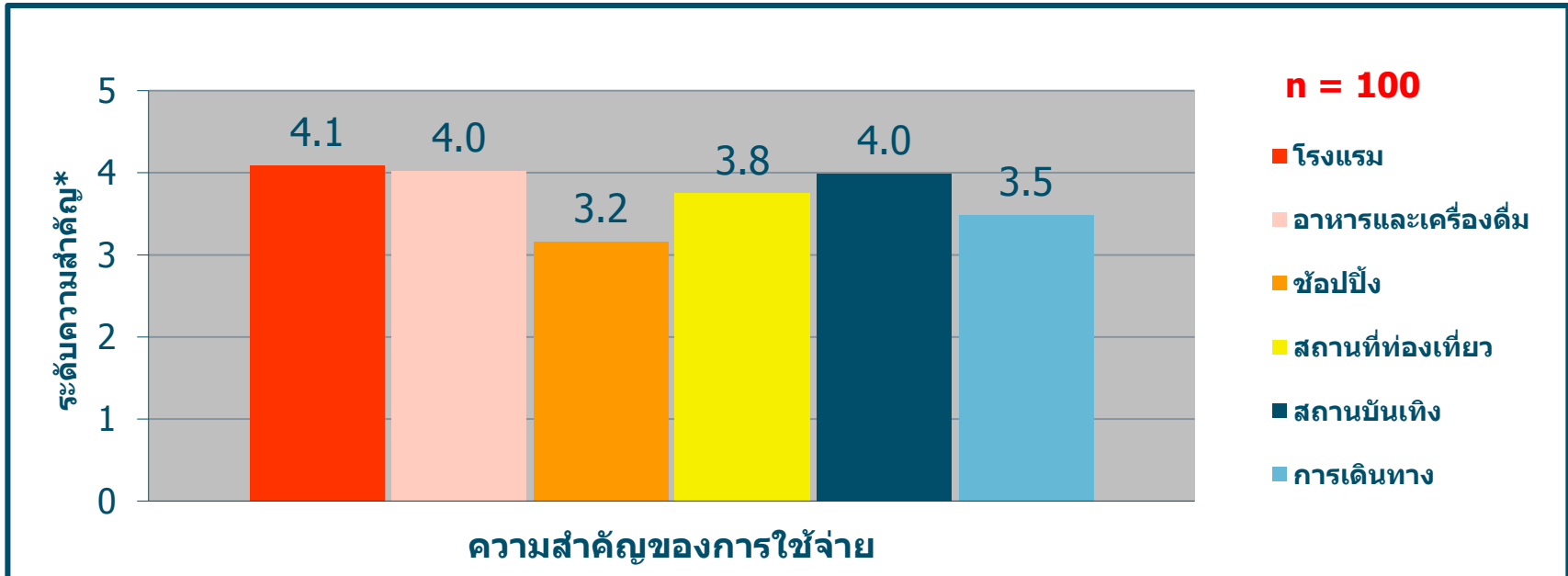
## ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้มากตามที่ต้องการ



ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซิน โนเวต



# ระดับความสำคัญของการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

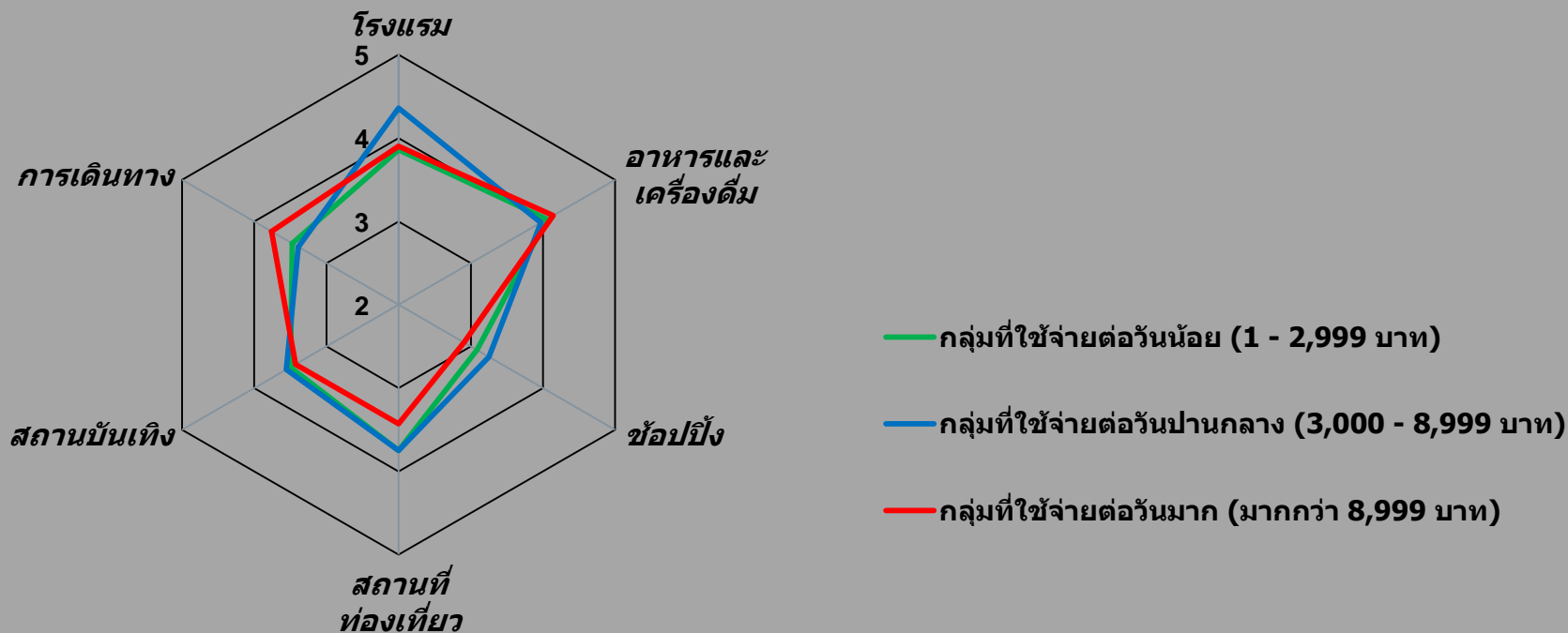


- นักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียจะให้ความสำคัญในการใช้จ่ายกับโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม และสถานบันเทิงมากกว่าหมวดอื่นๆ อาจมีเหตุผลมาจากว่านักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียส่วนใหญ่มีความต้องการมาเมืองไทยเพื่อพักผ่อนเป็นหลัก
- การคมนาคมและช้อปปิ้งเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียให้ความสำคัญในการใช้จ่ายน้อยที่สุด โดยมีคะแนน 3.5 และ 3.2 คะแนน ตามลำดับ

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยหรือจะใช้จ่ายน้อย และ 5 มีความสำคัญมากหรือจะใช้จ่ายมาก

# ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

## การให้ความสำคัญของการใช้จ่ายในแต่ละหมวด

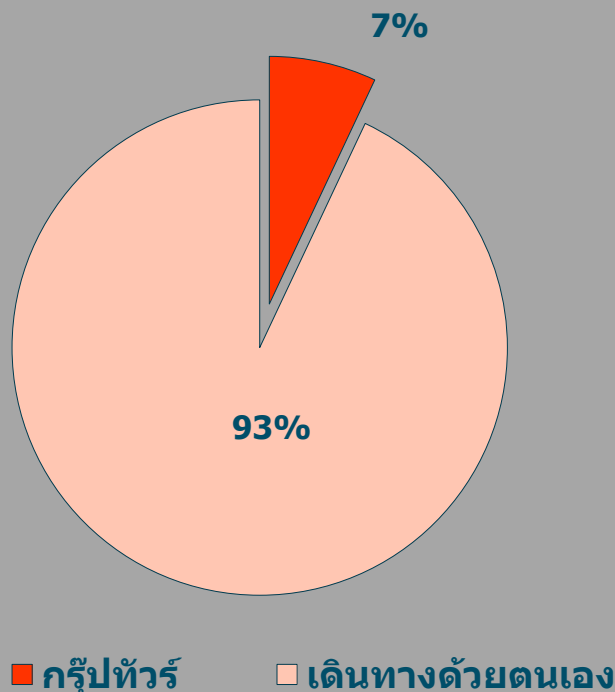


- นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียจะให้ความสำคัญของการใช้จ่ายกับหมวดโรงแรมและหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าหมวดอื่นๆ โดยมีคะแนนความสำคัญเฉลี่ยที่ 4 คะแนน\*
- นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันปานกลาง (3,000 – 8,999 บาท ต่อวัน) จะให้ความสำคัญของการใช้จ่ายกับโรงแรมมากที่สุดและจะให้ความสำคัญการใช้จ่ายกับการเดินทางน้อยที่สุด
- การช้อปปิ้งเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียทุกกลุ่มให้ความสำคัญน้อยที่สุด

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยและ 5 มีความสำคัญมาก

# ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยด้วยตนเอง  
จากการสำรวจมีสัดส่วน 93%



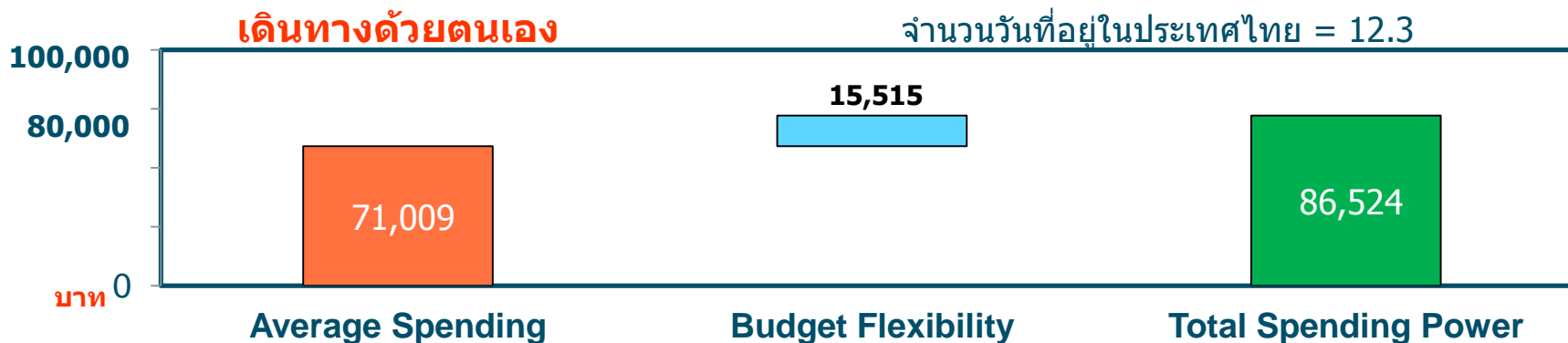
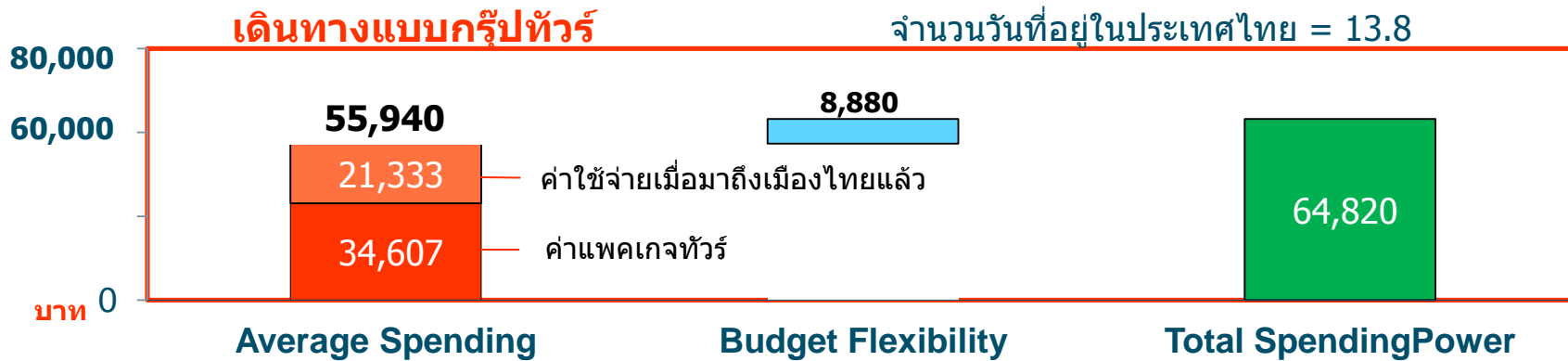
- นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยด้วยตนเองมากกว่าแบบกรู๊ปทัวร์โดยมีสัดส่วนที่ 93:7
- แพคเกจทัวร์ที่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียเลือกจะรวมค่าห้องพัก ตัวเครื่องบิน ยานพาหนะ อาหาร และ ตัวสำหรับเข้าชมสถานที่ต่างๆ ซึ่งถือว่าค่อนข้างครอบคลุมค่าใช้จ่ายต่างๆในการท่องเที่ยว
- อายุเฉลี่ยของนักเดินทางทั้ง 2 กลุ่มจะมีความแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองจะมีอายุเฉลี่ยที่ 33 ปี และ นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางโดยกรู๊ปทัวร์นั้นจะอยู่ที่ 23 ปี

ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย 92%\* เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง  
\* ที่มา กรมการท่องเที่ยว สถิตินักท่องเที่ยว 2553



พฤติกรรมการใช้จ่ายของ  
นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

# การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

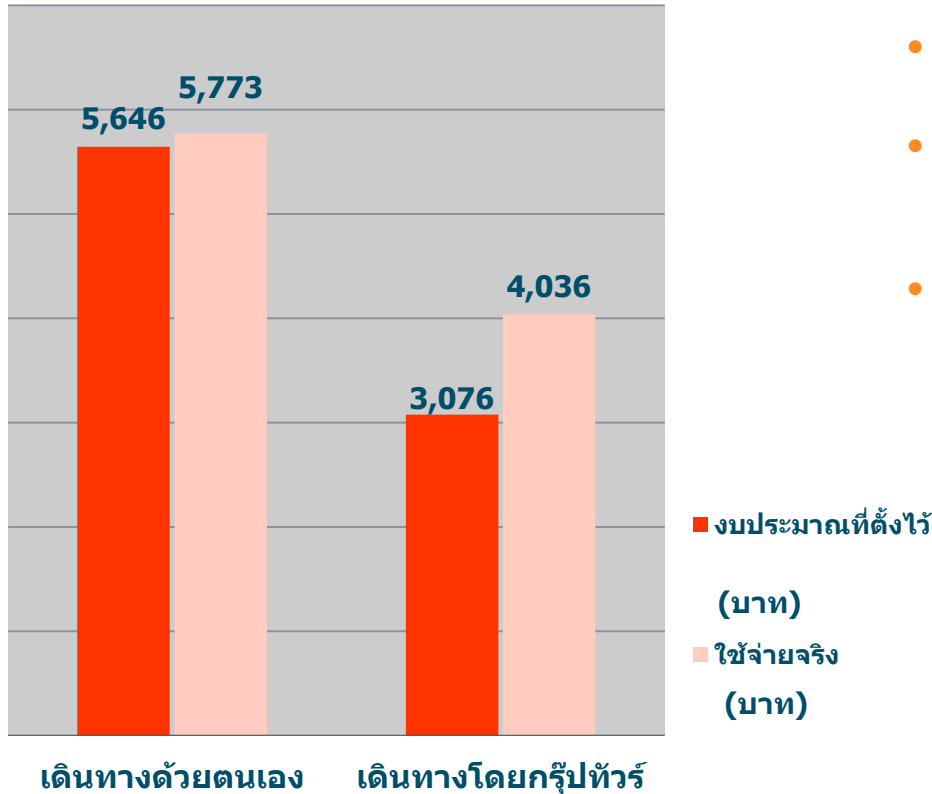


- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 71,009 บาทต่อทริป โดยมากกว่าค่าใช้จ่ายของกลุ่มที่เดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์ประมาณ 21% อาจมีสาเหตุมาจากอายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยกรุ๊ปทัวร์ค่อนข้างน้อย (23 ปี) ทำให้มีความสามารถในการใช้จ่ายน้อยกว่ากลุ่มที่เดินทางมาด้วยตนเอง
- จำนวนวันในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบแพคเกจทัวร์จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่เดินทางด้วยตนเองประมาณ 1.5 วัน



# การใช้จ่ายและงบประมาณของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

## จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อวัน

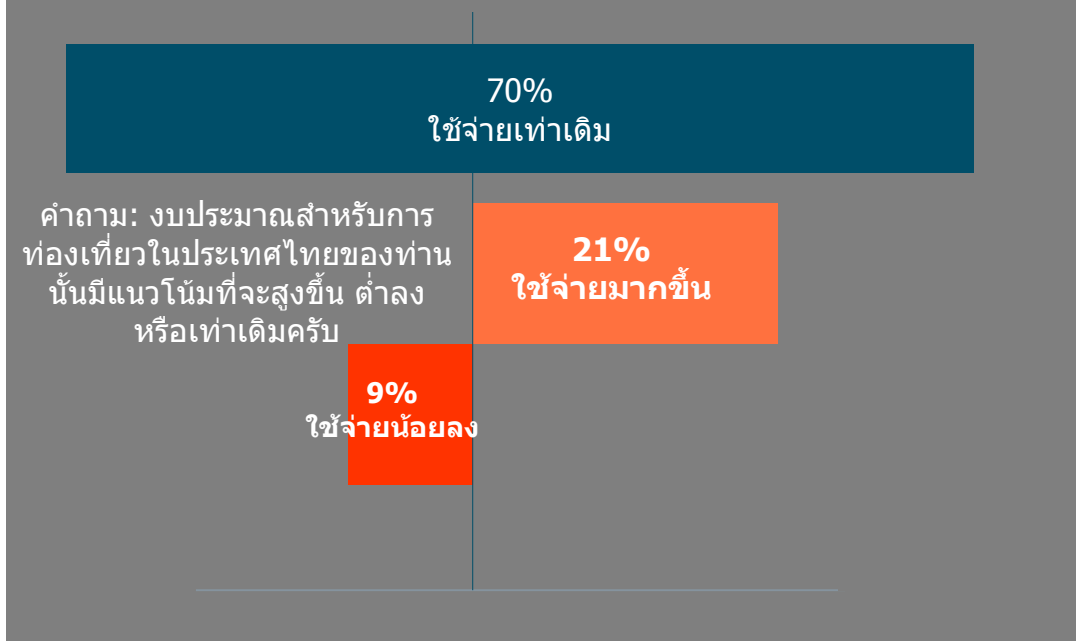


**n = 49**

- นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียจำนวนสัดส่วน 49 % มีการกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองจะมีการใช้จ่ายจริงใกล้เคียงกับงบประมาณที่ตั้งไว้ โดยมีการใช้จ่ายสูงกว่างบประมาณที่กำหนดไว้เพียง 2.24%
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยกรู๊ปทัวร์จะมีการใช้จ่ายจริงมากกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ถึง 31%

# การกำหนดค่าใช้จ่ายสำหรับเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป ของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

ในการมาเที่ยวเมืองไทยในครั้งต่อไป ท่านคาดว่าจะใช้จ่ายอย่างไร

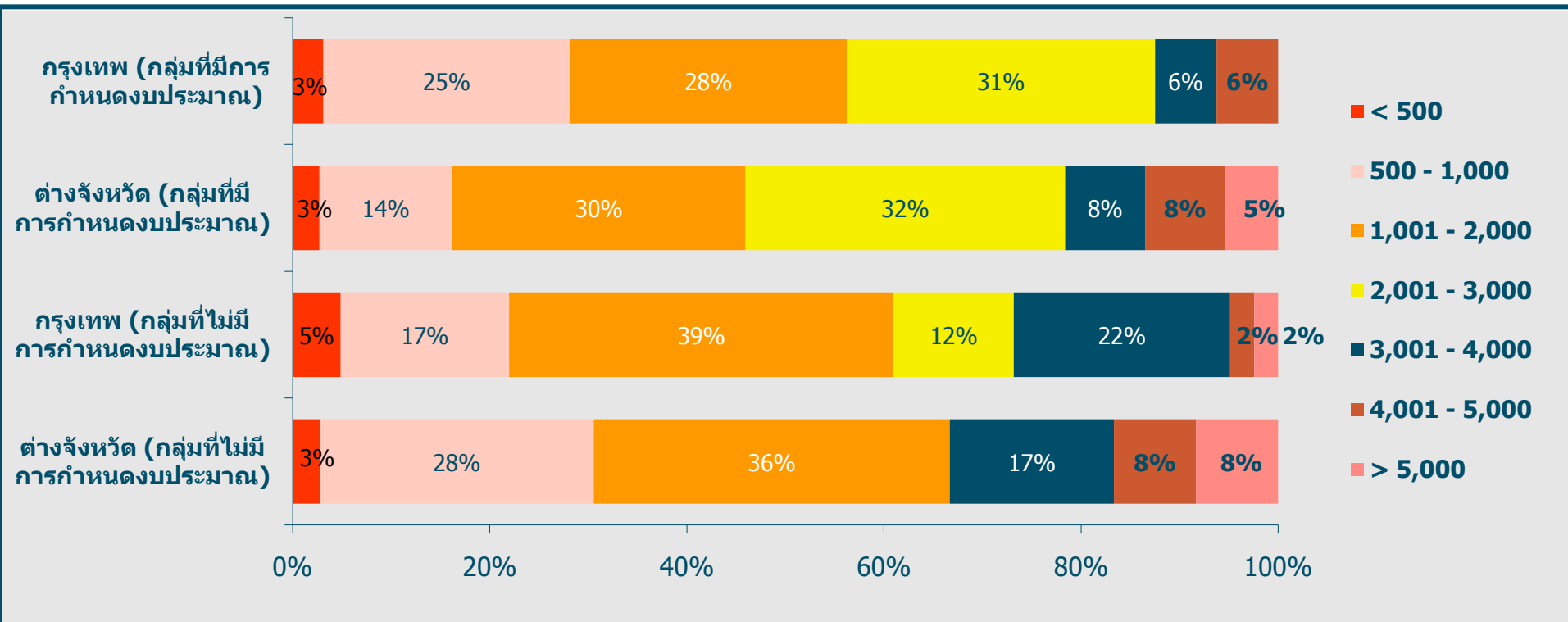


- นักท่องเที่ยวออสเตรเลียสัดส่วน 70% มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเท่าเดิมสำหรับการเที่ยวเมืองไทยครั้งต่อไป
- มีผู้ระบุว่า จะใช้จ่ายมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งต่อไป สัดส่วน 21% โดยจะกำหนดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 25%
- มีนักท่องเที่ยวสัดส่วนเพียง 9% เท่านั้นที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายน้อยลงในการเที่ยวประเทศไทยในครั้งต่อไป

แนวโน้ม	% การเปลี่ยนแปลงจากงบประมาณในครั้งนี้
จ่ายสูงขึ้น	25%
จ่ายน้อยลง	11%
จ่ายเท่าเดิม	0%

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวต

# ค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย



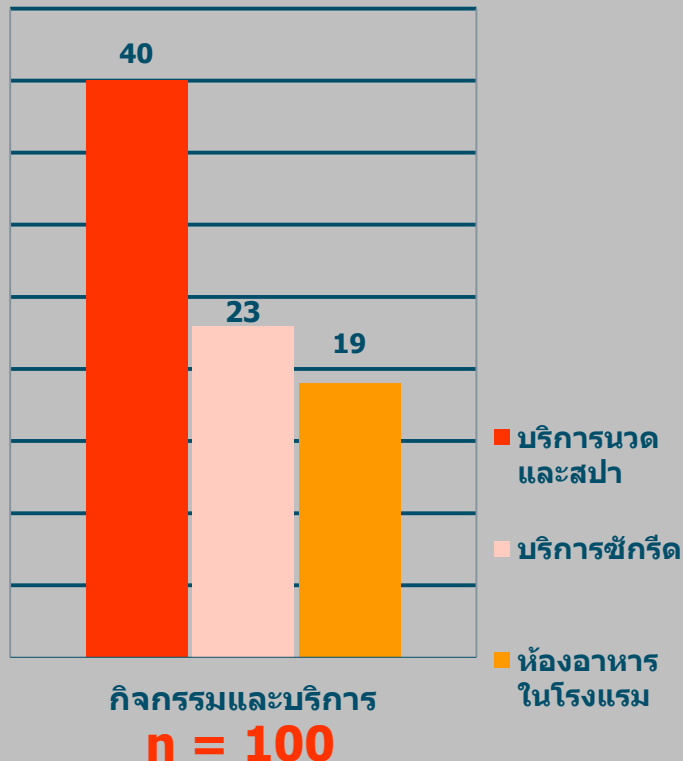
- นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียนิยมที่พักที่มีราคาอยู่ในช่วง 1,001 – 2,000 บาท ต่อคืน
- ข้อแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการกำหนดงบประมาณกับกลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณ คือ
  - กลุ่มที่ไม่มีการกำหนดงบประมาณมีแนวโน้มจะเข้าพักในห้องพักที่มีราคาสูงกว่ากลุ่มที่มีการกำหนดงบประมาณ โดยใช้จ่ายกับห้องพักราคา 3,001 – 4,000 บาท จำนวนสัดส่วนถึง 22% สำหรับที่พักในกรุงเทพ และสัดส่วน 17% สำหรับที่พักในต่างจังหวัด
  - กลุ่มที่มีการตั้งงบประมาณในการท่องเที่ยวจะใช้จ่ายกับที่พักราคาห้องที่มีราคาตั้งแต่ 2,000 บาท ลงไป จำนวนสัดส่วน 56% สำหรับที่พักในกรุงเทพ และสัดส่วน 47% สำหรับที่พักในต่างจังหวัด





**ปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยว  
ชาวออสเตรเลียไม่สามารถใช้  
จ่ายได้ตามต้องการ**

# กิจกรรมและบริการในที่พัก 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## บริการนวดและสปา

- ค่าบริการสูง มีสัดส่วนสูงถึง 40% ของนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียทั้งหมด

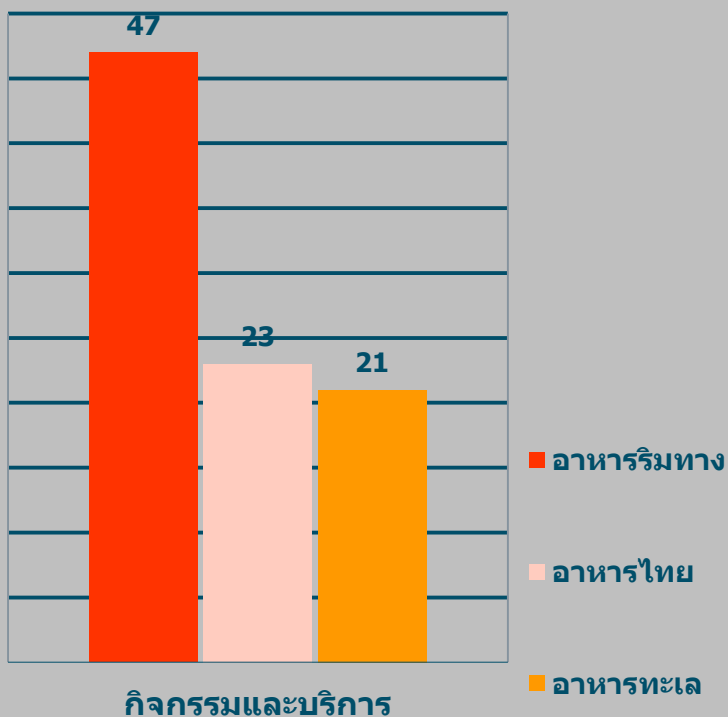
## บริการซักรีด

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ความสะอาด
- ราคาในการใช้บริการซักรีดภายในที่พัก

## ห้องอาหารในโรงแรม

- ราคาอาหารของห้องอาหารภายในโรงแรมค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารที่จำหน่ายบริเวณนอกโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะรับประทานอาหารนอกโรงแรม

# อาหารและเครื่องดื่ม 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



n = 100

## อาหารริมทาง

- ความสะอาดของอาหารริมทางเป็นปัญหาสำคัญที่สุด
- ข้อจำกัดทางด้านภาษา โดยผู้ชายไม่สามารถอธิบายถึงส่วนประกอบในอาหารได้

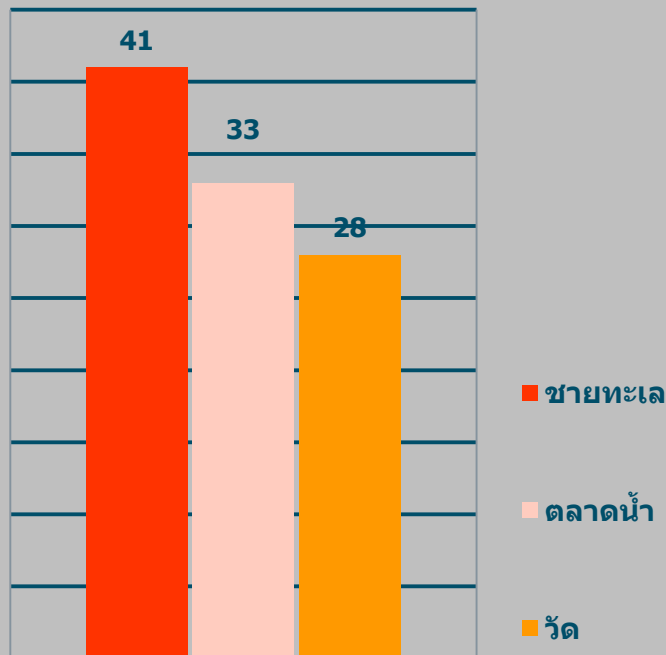
## อาหารไทย

- ปัญหาด้านความสะอาดของร้านอาหารไทย
- ข้อจำกัดด้านภาษาที่ไม่สามารถสื่อสารกันได้อย่างละเอียด

## อาหารทะเล

- ปัญหาการขาดความมั่นใจด้านความสะอาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องอุณหภูมิในการเก็บรักษาอาหารอีกทั้งความสะอาดของการจัดเรียงสินค้า แต่ร้านอาหารทะเลนิยมนำมาวางไว้บริเวณหน้าร้านเพื่อแสดงถึงความสดใหม่
- ราคาอาหารทะเลแพงเกินไป

# สถานที่ท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยว ออสเตรเลียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



สถานที่ท่องเที่ยว  
n = 100

## ชายทะเล

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาเพราะได้จัดสรรเวลากับการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมอื่นๆมากกว่า
- ปัญหาเรื่องความแออัดหนาแน่นของนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาด

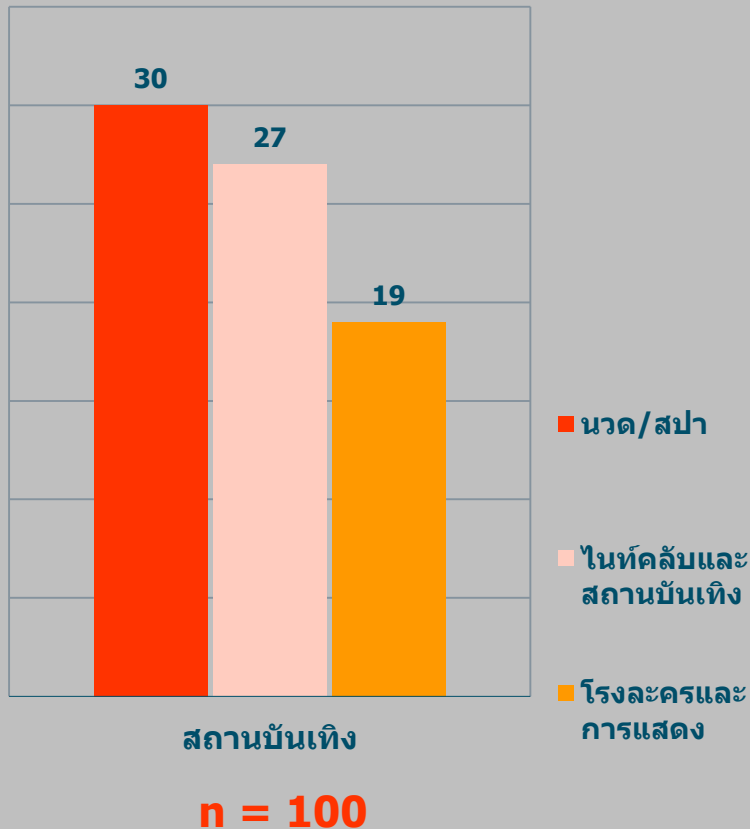
## ตลาดน้ำ

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาและความลำบากในการเดินทาง
- ขาดข้อมูลที่เพียงพอ เช่น สถานที่ตั้ง การเดินทาง และ ระยะเวลาทำการ

## วัด

- ข้อจำกัดทางด้านเวลาและปัญหาจากการจราจรที่ติดขัดทำให้เสียเวลาในการเดินทาง

# สถานบันเทิง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



## บริการนวดสปา

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา
- ราคาแพง อาจเกิดจากการที่ผู้ประกอบการบางรายคิดราคาชาวต่างชาติสูงกว่าปรกติหรือแตกต่างจากคนไทย

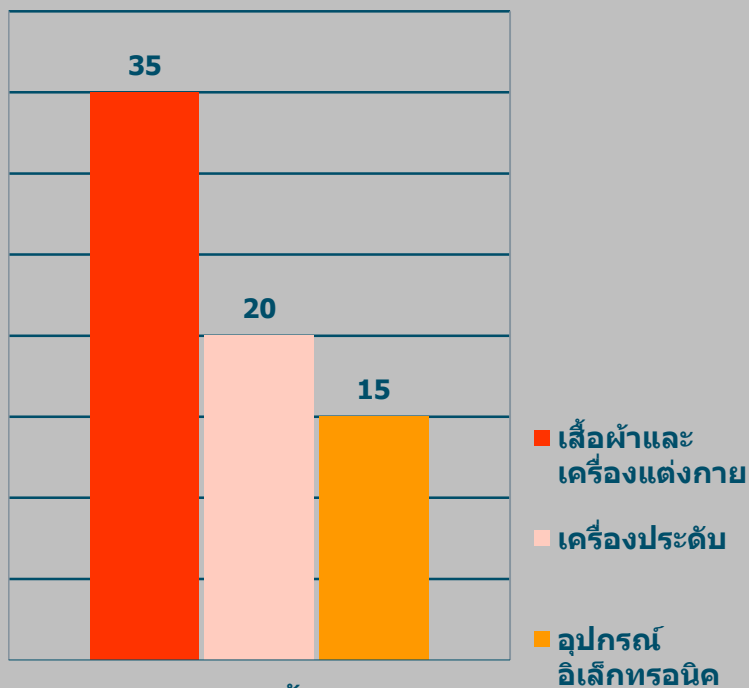
## ในท์คลับและสถานบันเทิง

- ความปลอดภัยและความแออัดทำให้มีความกังวลถึงความปลอดภัย
- การขาดรายละเอียดเช่น สถานที่ตั้ง เวลาทำการให้มากขึ้น

## โรงละครและการแสดง

- ข้อจำกัดทางด้านเวลา อาจมีเหตุผลว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญในการเข้ามาชมการแสดงมากพอ
- การขาดข้อมูลรายละเอียด ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความสนใจและไม่ให้ความสำคัญกับการเข้าชมการแสดงต่างๆ

# การข้อปบ้่ง 3 อันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวนชาวออสเตรเลียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



ข้อปบ้่ง  
n = 100

ที่มา : การวิเคราะห์โดยบริษัทซินโนเวท

## เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

- ข้อจำกัดทางการสื่อสารกับผู้ชาย
- คุณภาพและการออกแบบของสินค้ายังไม่ถูกใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

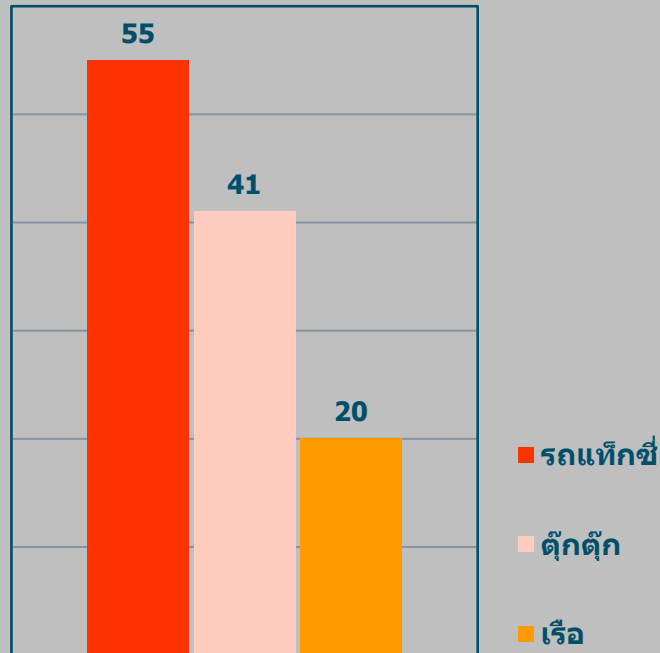
## เครื่องประดับ

- ปัญหาด้านการสื่อสาร
- นักท่องเที่ยวกลัวถูกหลอกในการซื้อสินค้าเครื่องประดับ

## อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

- มีความกังวลในคุณภาพของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตในเมืองไทย
- ข้อจำกัดของน้ำหนักสัมภาระในการขึ้นเครื่องบิน

# การเดินทาง 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ



การเดินทาง

n = 100

## รถแท็กซี่

- กลัวรถแท็กซี่คิดค่าโดยสารเกินกว่าความเป็นจริง เนื่องจากรถแท็กซี่ส่วนใหญ่ไม่ยอมใช้มิเตอร์ในการคิดค่าบริการทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถูกเอาเปรียบ
- กังวลในเรื่องของความปลอดภัยจากการใช้บริการของรถแท็กซี่

## รถตุ๊กตุ๊ก

- ปัญหาทางด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียไม่ใช้บริการรถตุ๊กตุ๊ก
- ปัญหาด้านภาษาและความกลัวที่จะถูกคิดค่าบริการที่ไม่เป็นธรรม

## เรือ

- ความปลอดภัยในการใช้บริการ เนื่องจากความหนาแน่นแออัดทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้บริการเรือในการเดินทาง
- ขาดข้อมูลรายละเอียดที่เพียงพอ

# บทสรุปปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

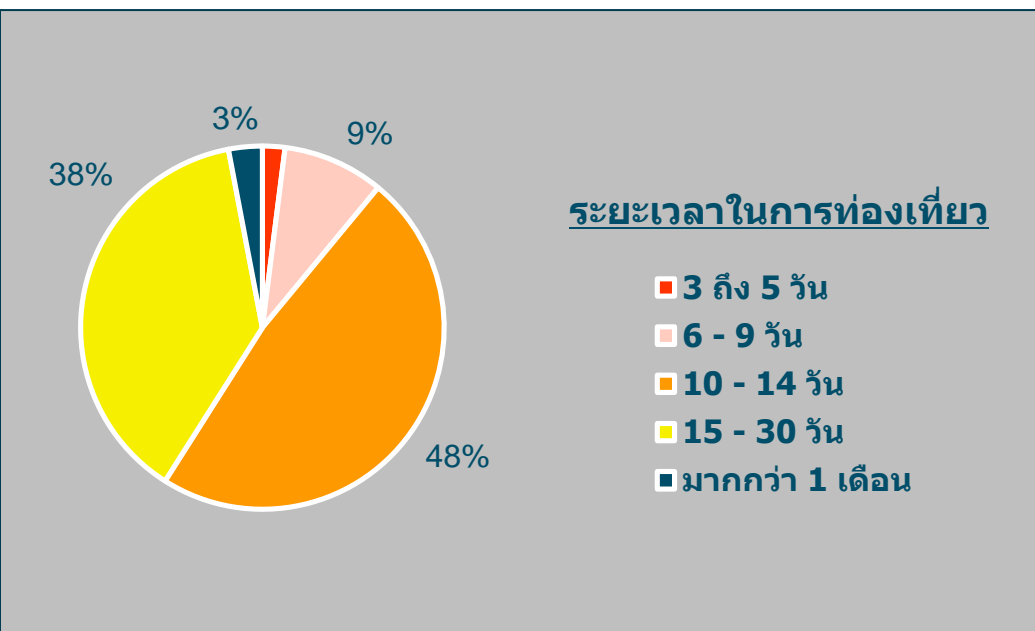
หมวดหมู่	ปัญหาที่พบ	หมายเหตุ
กิจกรรมและบริการในที่พัก	บริการนวดสปา	1.ค่าบริการ 2. ข้อจำกัดด้านเวลา 3.ไม่มีบริการ
	บริการซักรีด	1.ข้อจำกัดด้านเวลา 2.ความสะอาด 3.ไม่มีรายละเอียดที่มากพอ
	บริการห้องอาหาร	1.ค่าบริการ 2. ข้อจำกัดทางด้านเวลา
อาหารและเครื่องดื่ม	อาหารริมทาง	1.ความสะอาด 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3.ข้อมูลรายละเอียด
	อาหารไทย	1.ความสะอาด 2. ข้อจำกัดด้านภาษา 3.ข้อมูลรายละเอียด
	อาหารทะเล	1.ความสะอาด 2. ข้อมูลรายละเอียด 3.ราคาแพง
สถานที่ท่องเที่ยว	ทะเล	1.ความแออัดของนักท่องเที่ยว 2.ข้อจำกัดด้านเวลา
	ตลาดน้ำ	1.ข้อจำกัดด้านเวลา 2.ข้อมูลรายละเอียด 3.การเดินทาง
	วัด	1.ข้อจำกัดด้านเวลา 2.การเดินทาง 3. ความแออัดของนักท่องเที่ยว
สถานบันเทิง	บริการนวดสปา	1.ข้อจำกัดด้านเวลา 2. ราคาแพง
	ไนท์คลับและสถานบันเทิง	1.ความปลอดภัย 2.ความแออัด 3.ข้อมูลรายละเอียด
	โรงละครการแสดง	1.ข้อจำกัดด้านเวลา 2.ข้อมูลรายละเอียด
ช้อปปิ้ง	เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	1.ข้อจำกัดด้านภาษา 2.การออกแบบและคุณภาพของสินค้า
	เครื่องประดับ	1.ข้อจำกัดด้านภาษา 2.กลัวถูกหลอก 3.ข้อมูลรายละเอียดของสินค้า
	อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	1.คุณภาพของสินค้า 2. ข้อจำกัดทางด้านภาษา
ยานพาหนะ	รถแท็กซี่	1. กลัวถูกหลอก 2. ความปลอดภัย 3.ข้อจำกัดด้านภาษา
	รถตุ๊กๆ	1.ความปลอดภัย 2.กลัวถูกหลอก 3.ข้อจำกัดด้านภาษา
	เรือ	1. ความปลอดภัย 2. ข้อมูลรายละเอียด 3.ความสะอาด



A large, stylized blue letter 'P' is positioned on the left side of the image. Below it, there is a solid blue circle. The background is a dark blue color. On the right side, the Thai text 'ระยะเวลาที่เหมาะสม' is written in white.

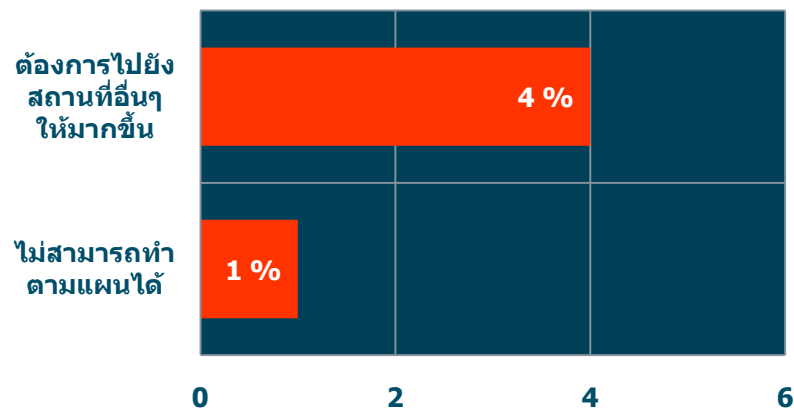
ระยะเวลาที่เหมาะสม

# ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

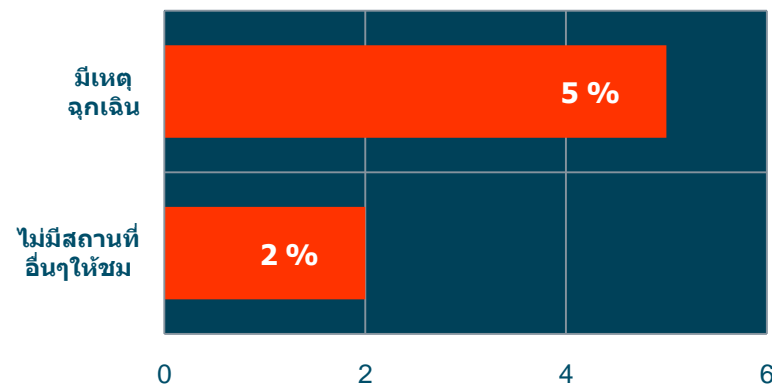


- นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียส่วนใหญ่สัดส่วน 48% มีความเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องใช้เวลาประมาณ 10 - 14 วัน จึงจะสามารถเที่ยวได้ครบตามที่ตนต้องการ โดยนักท่องเที่ยวจำนวนสัดส่วน 38% คาดว่าต้องใช้เวลาประมาณ 15 - 30 วัน
- นักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียจะอยู่ในประเทศไทยนานกว่าที่วางแผนไว้ เนื่องจากมีความต้องการจะต้องเดินทางไปยังสถานที่อื่นๆอีก

## เหตุผลที่ยูานานกว่าที่วางแผนไว้



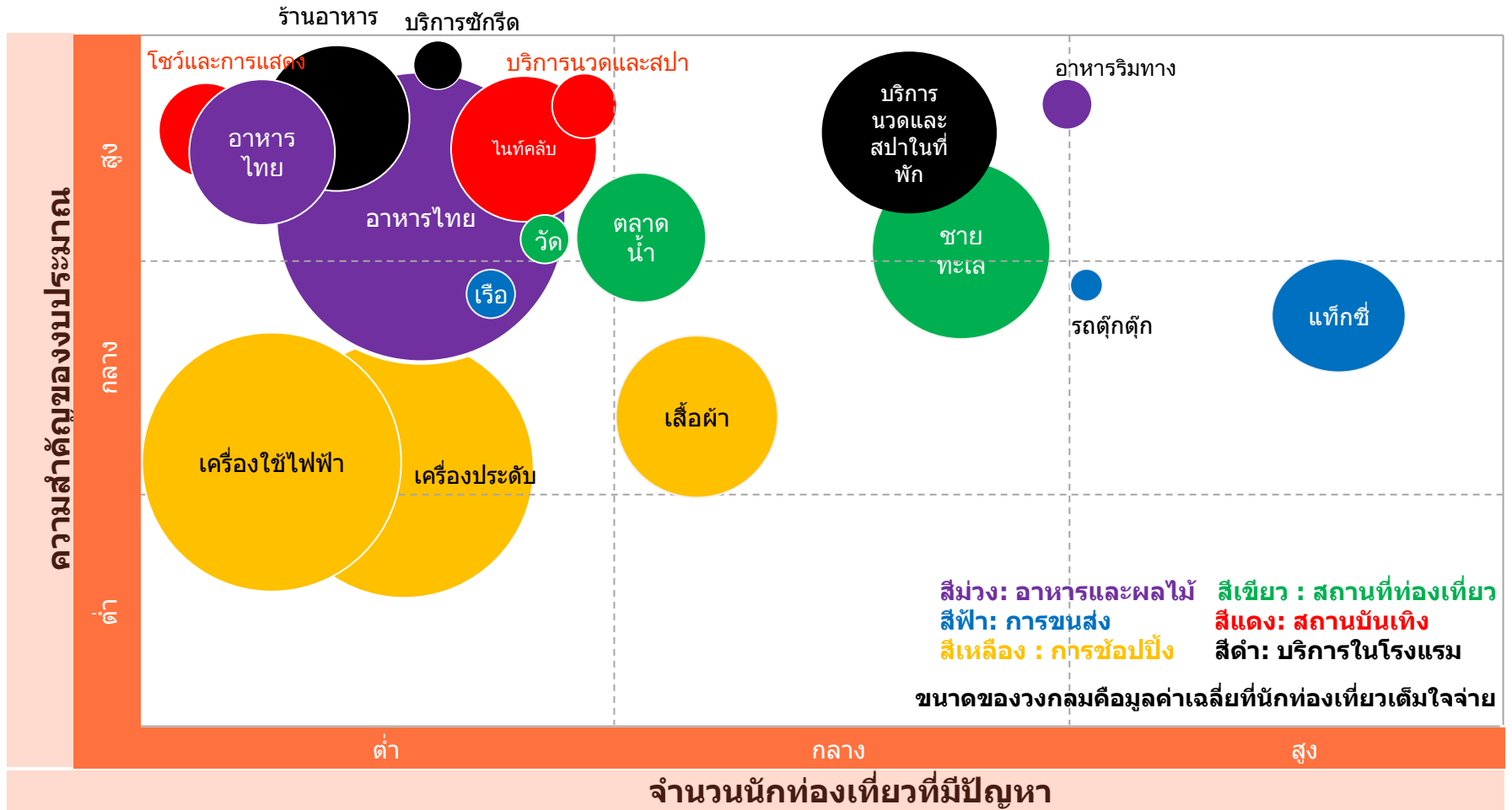
## เหตุผลที่อยู่ได้สั้นกว่าที่วางแผนไว้



A large, stylized Thai character 'พ' (Pho) is positioned on the left side of the page. Below it, a solid teal circle is partially visible. The background is a uniform teal color.

**ข้อเสนอแนะ**

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

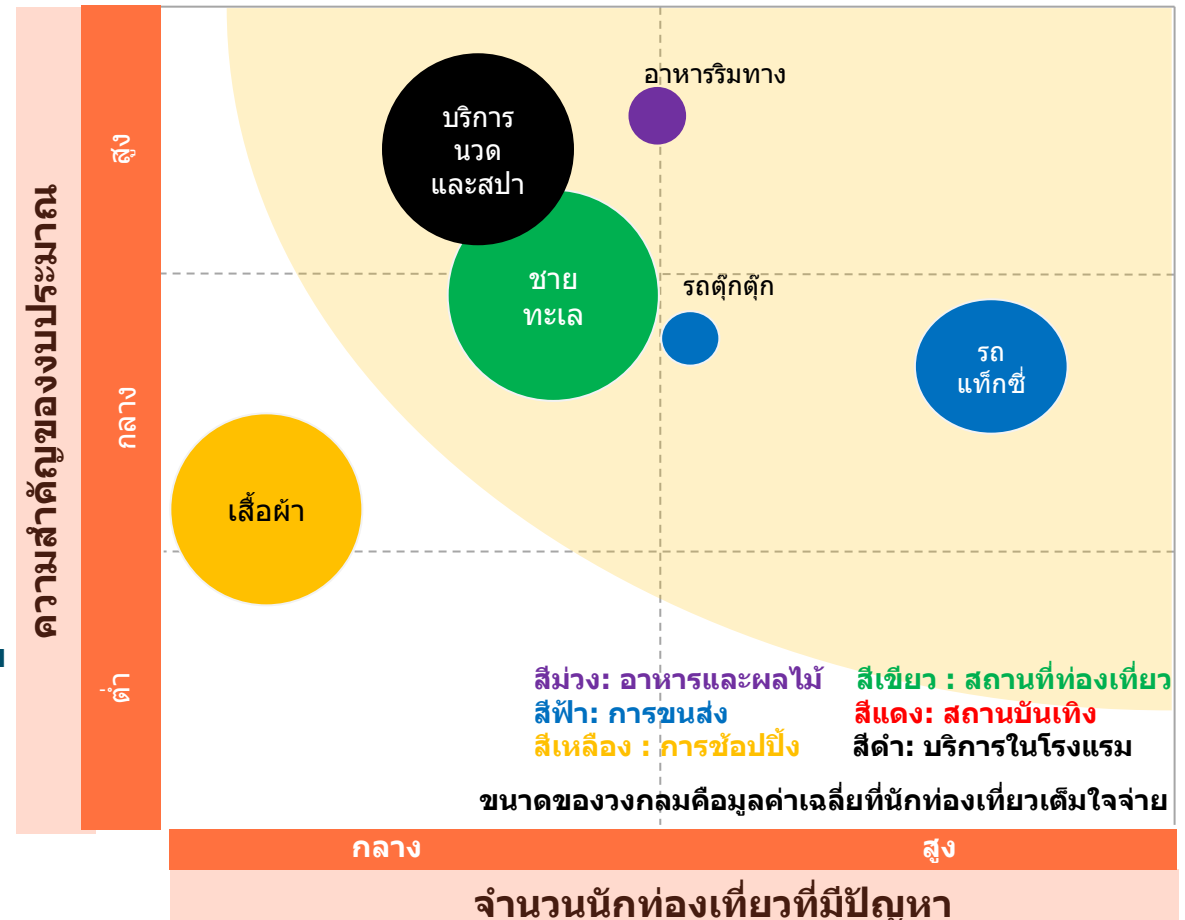


บริการนวดและสปาในที่พัค ชายทะเล แท็กซี่ อาหารริมทาง และรถตุ๊กตุ๊ก เป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียให้ความสำคัญในการใช้จ่ายสูง และเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียส่วนมากประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

# การเปรียบเทียบกันระหว่างกิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

เมื่อพิจารณาจากระดับความสำคัญในการใช้จ่ายและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ พบว่าปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียคือ

- บริการนวดและสปาภายในที่พัก นักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้บริการสูง แต่จากอุปสรรคต่างๆ เช่น เวลาทำการและราคาบริการที่สูง ทำให้นักท่องเที่ยวร้อยละ 40 ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ
  - ทะเลที่มีความแออัดและไม่สะอาด นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียสัดส่วน 41% จะหลีกเลี่ยงชายหาดที่มีความหนาแน่นและสกปรก
  - อาหารริมทาง เป็นรายการที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยแต่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียสัดส่วน 47 % ไม่สามารถซื้อมารับประทานได้จากความกังวลในเรื่องความสะอาด
  - รถแท็กซี่ และรถตุ๊กตุ๊ก นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียสัดส่วน 55% มีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้เต็มที่ และนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายสำหรับรถแท็กซี่โดยเฉลี่ยต่อคนอีก 1,083 บาท
- นักท่องเที่ยชาวออสเตรเลียสัดส่วน 41% มีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายกับรถตุ๊กตุ๊กได้ตามต้องการ





# สรุปปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลีย

ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย คือ บริการนวดและสปาในที่พัก อาหารริมทาง ชายทะเล รถแท็กซี่และรถตุ๊กตุ๊ก โดยเป็นหมวดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายและมีปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ

กิจกรรม/บริการที่นักท่องเที่ยวมีปัญหาในการใช้จ่าย	ระดับความสำคัญในการใช้จ่าย* (1-5)	มูลค่าที่เต็มใจจ่าย	สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เกิดปัญหา %
บริการนวดและสปาในที่พัก	4.1	1,820	40
อาหารริมทาง	4.0	550	47
ชายทะเล	3.8	2,213	41
รถแท็กซี่	3.5	1,083	55
รถตุ๊กตุ๊ก	3.5	183	41

\*หมายเหตุ ระดับความสำคัญ 1-5 โดยที่ 1 มีความสำคัญน้อยหรือจะใช้จ่ายน้อย และ 5 มีความสำคัญมากหรือจะใช้จ่ายมาก



**แบบสอบถามเชิงลึก**  
**แบบสอบถามเชิงปริมาณ**