

กระทู้ถามที่ ๑๐๕๘ ร.

สภาผู้แทนราษฎร

๒๕ มกราคม ๒๕๕๖

เรื่อง ผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเนื่องจากภาวะสงคราม

กราบเรียน ประธานสภาผู้แทนราษฎร

ข้าพเจ้าขอตั้งกระทู้ถาม ตามรัฐธรรมนูญว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังต่อไปนี้

ขณะนี้สภาวะการณ์ของโลกได้เกิดความผันผวนและเสี่ยงต่อการเกิดภาวะสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและชาติพันธมิตร กับสาธารณรัฐอิรัก เนื่องจากได้ปรากฏเป็นข่าวอย่างต่อเนื่องถึงการเคลื่อนย้ายกำลังพล และอาวุธยุทโธปกรณ์ เข้าประจำการบริเวณอ่าวเปอร์เซีย และหลายฝ่ายประเมินว่าโอกาสที่จะเกิดสงครามเป็นไปได้สูง ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นโอกาสที่ประเทศไทยจะได้รับผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างแน่นอน และอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของประเทศ เพราะประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับมากกว่า ๑ แสนล้านบาท จึงขอเรียนถามว่า

๑. รัฐบาลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ทำการศึกษาและประเมินผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ กรณีเกิดภาวะสงครามไว้หรือไม่ อย่างไร ขอทราบรายละเอียด

๒. รัฐบาลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้เตรียมแผนการในการที่จะแก้ปัญหาหรือมาตรการที่จะรักษาระดับรายได้จากการท่องเที่ยวของปี พ.ศ. ๒๕๕๖ นี้ ไว้บ้างหรือไม่ อย่างไร ขอทราบรายละเอียด

ขอให้ตอบในราชกิจจานุเบกษา

ขอแสดงความนับถืออย่างยิ่ง

เปรมศักดิ์ เพียยุระ

สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคไทยรักไทย

จังหวัดขอนแก่น

คำตอบกระทู้ถามที่ ๑๐๕๘ ร.

ของ นายเปรมศักดิ์ เพียยุระ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดขอนแก่น
เรื่อง ผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเนื่องจากภาวะสงคราม

ข้าพเจ้า นายสนธยา คุณปลื้ม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ขอตอบกระทู้ถาม
ของท่านสมาชิกผู้มีเกียรติ ดังนี้

๑. รัฐบาลได้ทำการประเมินผลกระทบจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ทางการท่องเที่ยวของ
ประเทศไทย กรณีเกิดภาวะสงครามไว้ดังนี้

หากสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรักเกิดขึ้นในราวต้นปี ๒๕๕๖ คาดว่าสถานการณ์
การท่องเที่ยวของไทยในช่วงไตรมาสที่ ๒ และ ๓ จะยังอยู่ในภาวะของการรอดูสถานการณ์จึงทำให้
สถานการณ์ท่องเที่ยวอาจหยุดนิ่งจนถึงขยับตัวเล็กน้อย และจะเริ่มฟื้นตัวเข้าสู่ภาวะปกติในช่วง
ไตรมาสที่ ๔ ซึ่งเป็นช่วงเริ่มฤดูกาลท่องเที่ยวอีกครั้ง ทั้งนี้อัตราการเติบโตทางการท่องเที่ยวและรายได้
จากการท่องเที่ยวในปีนี้อาจจะอยู่ในภาวะการเติบโตในระดับปานกลาง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของ
หลายประเทศที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของไทยยังอยู่ในภาวะถดถอยมาตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมา
อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และไต้หวัน ประกอบกับราคาน้ำมันโลกที่ปรับตัวขึ้นสูงอย่างมาก
และอยู่ในภาวะผันผวนตลอดเวลา อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงมีความคาดหวังในทางบวกกับตลาดระยะใกล้
และระยะไกลที่ยังคงมีเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง เช่น มาเลเซีย จีน เกาหลี สหราชอาณาจักร และเยอรมนี
กอบรับตลาดหลักในตะวันออกกลาง และเอเชียใต้ เช่น อิสราเอล สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อินเดีย
ที่คาดว่าแม้จะได้รับผลกระทบจากสงครามแต่จะสามารถฟื้นตัวได้เร็วที่สุดและมีแนวโน้มที่จะหันเห
การเดินทางมาไทยมากขึ้น ในฐานะที่ประเทศไทยมีความเป็นกลางและต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกเชื้อชาติ

ทั้งนี้ รัฐบาลได้คาดการณ์สถานการณ์ภายหลังจากเกิดสงครามภายใต้ตัวแบบจำลองเหตุการณ์
๓ กรณี ด้วยกัน คือ

	จำนวนนักท่องเที่ยว	วันพักเฉลี่ย	ค่าใช้จ่าย	รายได้
	ล้านคน	(วัน)	(บาท/คน/วัน)	ล้านบาท
เป้าหมาย ปี ๒๕๕๖	๑๑.๓๕ (+๖.๐๗%)	๘.๑๐	๔,๐๐๐ (+๓.๕๐%)	๓๖๗,๗๐๐ (+๑๑.๕๒%)
ภาพจำลอง กรณี ๑	๑๐.๘๘ (+๑.๖๘%)	๘.๐๘	๓,๘๗๐ (+๐.๕๒%)	๓๔๐,๒๐๐ (+๓.๐๕%)
ภาพจำลอง กรณี ๒	๑๐.๕๔ (+๒.๒๕%)	๘.๐๕	๓,๘๗๒ (+๐.๕๗%)	๓๕๒,๗๐๐ (+๓.๘๕%)
ภาพจำลอง กรณี ๓	๑๑.๑๒ (+๓.๕๓%)	๘.๑๑	๓,๘๗๗ (+๐.๗๐%)	๓๕๕,๖๐๐ (+๕.๕๕%)

แบบจำลองที่ ๑ : กรณีการเกิดสงคราม โดยมียุโรปและออสเตรเลียประสานความร่วมมือกับสหรัฐ ฯ ในการโจมตีอิรัก และอาจมีกลุ่มประเทศมุสลิมไม่เห็นด้วยกับสงครามดังกล่าว จนก่อให้เกิดความหวาดหวั่นไปทั่วโลกว่าอาจจะเป็นชนวนสู่สงครามศาสนา ซึ่งอาจจะมีการก่อการร้าย หากเกิดเหตุการณ์ในลักษณะนี้ คาดว่าตลาดสหรัฐ ฯ และตะวันออกกลางจะชะลอการเดินทางท่องเที่ยวตลอดปี ส่วนตลาดอื่นๆ อาทิ ประเทศที่เป็นพันธมิตรของสหรัฐอเมริกาอาจจะกลับมาเดินทางในช่วงไตรมาสสุดท้ายในระดับปานกลาง (ต่ำกว่าเป้าหมายเดิมที่กำหนดไว้) เนื่องจากผลกระทบด้านจิตวิทยา โดยจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาไทยทั้งหมด ๑๐.๘๘ ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑.๖๘ และมีรายได้ทางการท่องเที่ยวจำนวน ๓๕๐,๒๐๐ ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๐๕

แบบจำลองที่ ๒ : กรณีสงครามจำกัดขอบเขตอยู่แค่ระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก และสงครามสามารถยุติได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว คาดว่าในช่วงครึ่งปีแรก ตลาดสหรัฐอเมริกาและตะวันออกกลางจะชะลอการเดินทางลง โดยจะกลับมาฟื้นตัวในช่วงครึ่งปีหลังในระดับที่ต่ำกว่าเป้าหมาย ส่วนตลาดอื่นๆ จะชะงักการเติบโตในช่วงครึ่งปีแรกเพื่อรอดูสถานการณ์ และจะกลับมาเดินทางอีกครั้งในช่วงครึ่งปีหลังตามแนวโน้มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น ๑๐.๕๕ ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒.๒๕ และมีรายได้จำนวน ๓๕๒,๗๐๐ ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๘๕

แบบจำลองที่ ๓ : กรณีสงครามจำกัดขอบเขตอยู่แค่ระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก โดยสงครามสามารถยุติได้ในเวลาอันรวดเร็ว พร้อมกับเศรษฐกิจโลกยังคงเติบโตในอัตราที่ดี และ ททท. สามารถปรับแผนการตลาดได้ทันท่วงที คาดว่าในช่วงไตรมาสแรกสถานการณ์ตลาดจะหยุดนิ่งเพราะกำลังอยู่ในภาวะสงครามและรอดูสถานการณ์ แต่หาก ททท. ได้ประสานแผนการตลาดอย่างต่อเนื่องคาดว่าในไตรมาสที่ ๒ หากเหตุการณ์คลี่คลายตัวลง ตลาดจะกลับมาเดินทางในระดับการเติบโตปานกลาง และจะกลับฟื้นตัวดีตามแนวโน้มที่วางไว้อีกครั้งในช่วงครึ่งปีหลัง โดยจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาไทยทั้งสิ้น ๑๑.๑๒ ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔ และมีรายได้จำนวน ๓๕๕,๖๐๐ ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๖

๒. รัฐบาลได้เตรียมแผนการในการที่จะแก้ปัญหา โดยมีมาตรการที่จะรักษาระดับรายได้ทางการท่องเที่ยวในปี ๒๕๕๖ ไว้ให้ใกล้เคียงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้มากที่สุด โดยได้กำหนดกลุ่มตลาดที่ควรให้ความสำคัญ รวมทั้งแผนการตลาดที่เหมาะสมเพื่อรองรับวิกฤติสงคราม ดังต่อไปนี้

กลุ่มตลาดที่ควรให้ความสำคัญ

- ตลาดที่ควรให้ความสำคัญในลำดับต้น (ตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง) : มาเลเซีย จีน เกาหลี สหราชอาณาจักร เยอรมนี อินเดีย

- ตลาดที่ควรให้ความสำคัญในลำดับกลาง (ตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตระดับกลาง) : ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฮังการี ไต้หวัน ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา แอฟริกาใต้ แคนาดา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิสราเอล สวีเดน

- ตลาดที่ควรให้ความสำคัญเพิ่มเติมหากมีงบประมาณเพียงพอ (ตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง แต่ยังคงมีสัดส่วนตลาดต่ำ) : อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ รัสเซีย สวิตเซอร์แลนด์ ฟินแลนด์

แผนการตลาดในภาพรวม

เพื่อให้การจัดการวิกฤติการณ์ท่องเที่ยวในช่วงสงครามประสบความสำเร็จและทันสถานการณ์ ททท. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการประสานความร่วมมือกันในการเตรียมแผนการรับมือใน ๓ ระยะ คือ ก่อนเกิดวิกฤติ ขณะเกิดวิกฤติ และหลังวิกฤติ โดยจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่นักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

ช่วงก่อนเกิดวิกฤติ

- ประชาสัมพันธ์แผนการเตรียมตัวด้านความปลอดภัยในประเทศ รวมทั้งการจัดตั้ง คณะกรรมการแก้ไขวิกฤติการณ์ท่องเที่ยวของไทย (CMC) และศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์จากนักท่องเที่ยวของ ททท. ให้สื่อมวลชนในต่างประเทศได้รับทราบ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

- เตรียมแผนการตลาดและงบประมาณสำหรับการทำตลาดในช่วงหลังวิกฤติ โดยประสาน แผนการตลาดและการทำโปรโมชั่นร่วมกับภาคเอกชน

- ขอความร่วมมือภาคเอกชนในการจัดส่งรายการยกเลิกการเดินทาง รายการจองบริการต่างๆ ให้ ททท. อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถวางแผน/จัดสรรงบประมาณให้ตลาดที่มีปัญหาได้อย่างทันที่

- เตรียมจัดส่งคู่มือการท่องเที่ยว แผนการรักษาความปลอดภัย เอกสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้สำนักงานต่างประเทศให้พอเพียงสำหรับการเผยแพร่ในช่วงหลังวิกฤติ เนื่องจากในช่วงสงครามการติดต่อ สื่อสารอาจกระทำลำบาก

- ฝึกอบรมเรื่องมาตรการรักษาความปลอดภัย รวมทั้งแนวทางการสอดส่องและป้องกันการก่อการร้ายให้แก่ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยประสานกับตำรวจท่องเที่ยว

- ประสานความร่วมมือกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเพื่อหามาตรการป้องกันเหตุร้ายในภูมิภาค และส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกัน

ช่วงเกิดวิกฤติ

- ประเทศไทยควรวางตัวเป็นกลางและรักษาภาพลักษณ์ของประเทศให้มีสันติภาพ ปลอดภัย และมั่นคง

- งดใช้การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ ในขณะที่ภาพสงครามยังคงเกิดขึ้น
- หากสงครามไม่กระจายตัวมายังภูมิภาคเอเชีย ให้ประสานความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนภายในภูมิภาคในการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวระหว่างกัน และทำโปรโมชั่นเป็นพิเศษในตลาดนี้ โดยใช้มาตรการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้สินค้า (ห้ามใช้การลดราคา/ตัดราคาเด็ดขาด) เช่น การเพิ่มวันหยุดในโรงแรมให้ฟรี ๑ คืน หรือการให้คูปองแถมสินค้า ฯลฯ
- ส่งเสริมตลาดในประเทศ ทดแทนรายได้ที่ขาดหายไปจากตลาดต่างประเทศ
- ส่งเสริมกลุ่ม Oversea Thai ให้เดินทางกลับมาเยี่ยมเมืองไทยในช่วงที่ต่างประเทศกำลังมีภาวะสงคราม
- ประชาสัมพันธ์เรื่องการรักษาความปลอดภัยของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และจัดตั้งหน่วยรับคำร้องจากนักท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ตลอด ๒๔ ชั่วโมง โดยประสานกับตำรวจท่องเที่ยว
- ประสานงานด้านข้อมูลการตลาดและประชุมกับภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมปรับเปลี่ยนแผนอย่างทันทั่วถึง
- หากภาวะสงครามยืดเยื้อ อาจใช้ช่วงเวลานี้ในการปรับปรุง/พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมตลาด

ช่วงหลังเกิดวิกฤติ

- ทำการประชาสัมพันธ์เข้มข้นทันทีในตลาดต่างประเทศที่เป็นตลาดหลัก (ตามที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น) โดยกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้ประเทศไทยเป็นแหล่งฟื้นฟูสภาพจิตและกาย ภายหลังความตึงเครียดหลังสงคราม ซึ่งจะต้องชูภาพลักษณ์ของความปลอดภัยและสันติภาพในประเทศไทย
- จัดกิจกรรมให้ประเทศไทยมีความคึกคัก สดใส รื่นเริง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่ามาเยือน และลดความตึงเครียดภายหลังสงคราม
- ประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนทุกฝ่ายในการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อประหยัดงบประมาณและแสดงความเป็นหนึ่งเดียว โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้ามากกว่าการลดราคา
- จัด Fam Trip พาสื่อมวลชนและบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศมาดูสถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยว่าปลอดภัยและน่าเที่ยว
- ส่งเสริมการทำข่าวแบบ Testimonial ในเมืองไทย โดยให้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในพื้นที่ถึงความรู้สึกที่ได้มาเที่ยวเมืองไทย และเผยแพร่ในต่างประเทศ

• เจาะกลุ่มผู้สูงอายุผ่านทางสมาคม/สโมสรต่างๆ ในต่างประเทศ โดยเสนอภาพความปลอดภัยและสงบในประเทศไทย รวมทั้งการเสนอขาย long stay

• ส่งเสริมตลาด MICE โดยเน้นตลาดภายในภูมิภาค

• ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

แผนการตลาดในแต่ละกลุ่มตลาดหลัก

ภูมิภาค/ตลาด	จุดขาย	สินค้าที่เสนอขาย
เอเชียตะวันออก : กลุ่มครอบครัว กลุ่มระดับกลาง-บน, กลุ่มตลาด เฉพาะด้าน, กลุ่ม incentive, กลุ่มฮันนีมูน	ความสงบ ปลอดภัย บรรยากาศ การพักผ่อนที่รื่นรมย์มีสีสัน อาหารอร่อย และความคุ้มค่าเงิน	การท่องเที่ยวทางรถยนต์ การท่องเที่ยวทางศาสนา อาหารหลากหลาย ช้อปปิ้ง กอล์ฟ Long stay การท่องเที่ยว เพื่อสุขภาพ Theme Park
ยุโรป : กลุ่มตลาดมาเยือนซ้ำ, กลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มครอบครัว, กลุ่มวัยรุ่น, กลุ่มรักการผจญภัย	'Enchant Body & Mind (After intense of war)', ความคุ้มค่าเงิน	การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ชายทะเล ดำน้ำ วัฒนธรรมประเพณีไทย Gateway to Indochina การศึกษา แลกเปลี่ยน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
โอเชียเนีย : กลุ่มตลาดมาเยือนซ้ำ กลุ่มสูงอายุ, กลุ่มครอบครัว, กลุ่มวัยรุ่น, กลุ่มรักการผจญภัย	ความสงบ ปลอดภัย ความคุ้มค่าเงิน	Gateway to Indochina ช้อปปิ้ง การศึกษาแลกเปลี่ยน วัฒนธรรม ประเพณีไทย ชายทะเล การท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์
ตะวันออกกลาง/เอเชียใต้ : กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มครอบครัว กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	ความเป็นกลาง และการต้อนรับ นักท่องเที่ยวทุกชาติ	การตรวจสุขภาพ การรักษาพยาบาล สปา ช้อปปิ้ง Theme Park อาหารทะเล แหล่งบันเทิงยามราตรี
สหรัฐอเมริกา : กลุ่มสูงอายุ กลุ่มหนุ่มสาวที่รักการผจญภัย	ความปลอดภัย ห่วงไกลสงคราม	วัฒนธรรม/ประเพณีไทย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผจญภัย Long Stay Gateway to Indochina