การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

จำนวนหน่วยตัวอย่างทั่วประเทศ 758 ราย

ประเภทธุรกิจ

1. สถานที่พัก	47.89%	6. บริการรถเช่า	3.03%
2. บริษัทนำเที่ยว	26.25%	7. ชุมชนท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว	2.77%
3. ร้านอาหาร	7.92%	8. สวนสนุก ธีมปาร์ค/สถานบันเทิง	2.11%
4. ร้านสินค้าที่ระลึก	4.62%	9. อื่น ๆ	1.45%
5. ธุรกิจสุขภาพ/นวดแผนไทย สปา	3.96%		

ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **60.41%**

ต่างชาติ **39.59%**

กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



74.54% เปิดให้บริการแล้ว

อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





32.21% ลูกค้ากลับมาแล้ว

64.05% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



73.10% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

รูปแบบการจัดโปรโมชั่น

- **81.60%** ลดราคา
- **54.24%** ร่วมโครงการกับ ททท.
- **20.58%** จัดของแถม
- **14.04%** ร่วมโครงการกับบัตรเครดิต
- **12.11%** แจกคูปอง

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

- **96.28%** สื่อออนไลน์
  - Facebook 97.24%
  - LINE 61.76%
  - Instagram 27.57%
- **6.55%** หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- **3.89%** โทรทัศน์
- **3.72%** วิทยุ
- **1.59%** การบอกต่อ

การสนับสนุนที่ต้องการ?



- **72.69%** ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า
  - 56.07% สื่อออนไลน์
  - 18.93% โทรทัศน์
  - 14.15% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
  - 10.24% วิทยุ
  - 0.61% อื่นๆ
- **65.30%** Joint Marketing กับ ททท.
  - 52.48% Online marketplace
  - 47.52% Online trade meeting
- **55.54%** ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA
- **41.95%** ประสงค์ได้รับการอบรม
  - 42.59% Online marketing
  - 36.73% Content marketing
  - 20.68% ด้านสาธารณสุข

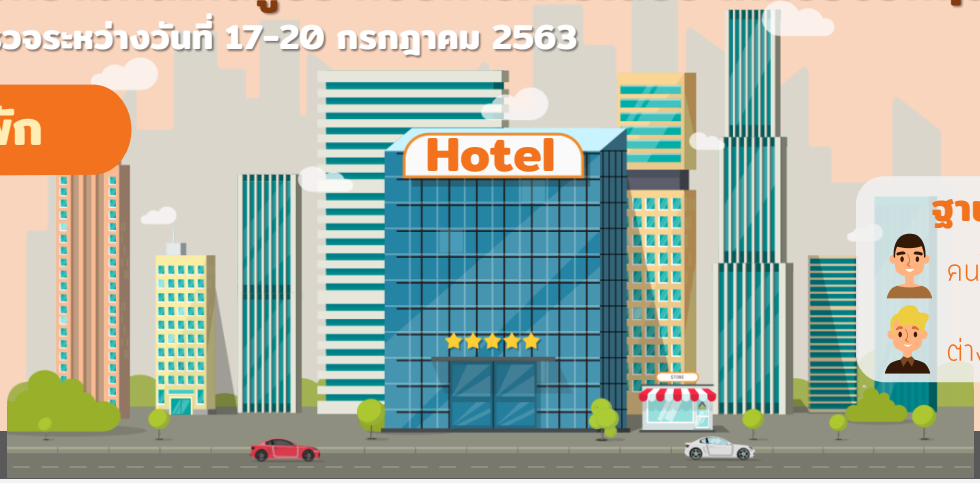
TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

สถานที่พัก



ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **59.08%**

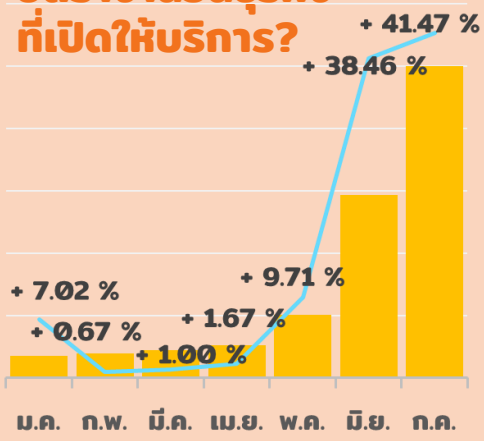
ต่างชาติ **40.92%**

กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



82.37% เปิดให้บริการแล้ว

อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





31.89% ลูกค้ากลับมาแล้ว

66.31% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



82.94% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

รูปแบบการจัดโปรโมชั่น



- **88.31%** ลดราคา
- **58.47%** ร่วมโครงการกับ ททท.
- **18.55%** จัดของแถม
- **16.13%** ร่วมโครงการกับบัตรเครดิต
- **11.69%** แจกคูปอง

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

- **97.99%** สื่อออนไลน์
  - 98.63%
  - LINE 55.97%
  - 28.67%
- **5.35%** หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- **3.01%** โทรทัศน์
- **2.68%** วิทยุ
- **1.00%** การบอกต่อ

การสนับสนุนที่ต้องการ?



- **80.17%** ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า
  - 58.59% สื่อออนไลน์
  - 18.63% โทรทัศน์
  - 12.85% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
  - 9.53% วิทยุ
  - 0.40% อื่นๆ
- **68.04%** Joint Marketing กับ ททท.
  - 53.70% Online marketplace
  - 46.30% Online trade meeting
- **55.92%** ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA
- **39.67%** ประสงค์ได้รับการอบรม
  - 40.69% Online marketing
  - 37.54% Content marketing
  - 21.77% ด้านสาธารณสุข

TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

บริษัทนำเที่ยว



ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **51.76%**

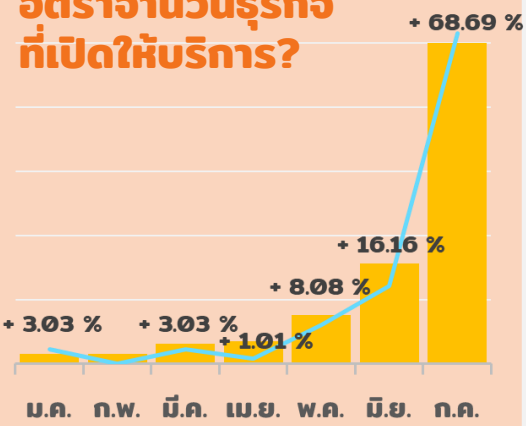
ต่างชาติ **48.24%**

กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



49.75% เปิดให้บริการแล้ว

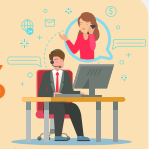
อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





15.87% ลูกค้ากลับมาแล้ว

48.90% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



73.74% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย



รูปแบบการจัดโปรโมชั่น

- **67.12%** ลดราคา
- **58.90%** ร่วมโครงการกับ ททท.
- **19.18%** จัดของแถม
- **8.22%** แจกคูปอง
- **2.74%** สะสมแต้ม

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

- **96.97%** สื่อออนไลน์
  - 94.79%
  - LINE 78.13%
  - 25.00%
- **6.06%** วิทยุ
- **5.05%** ติดต่อลูกค้าโดยตรง
- **3.03%** หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- **2.02%** โทรทัศน์

การสนับสนุนที่ต้องการ?



- **65.83% Joint Marketing กับ ททท.**
  - 50.51% Online trade meeting
  - 49.49% Online marketplace
- **61.31% ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA**
- **58.79% ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า**
  - 57.15% สื่อออนไลน์
  - 19.89% โทรทัศน์
  - 12.76% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
  - 9.69% วิทยุ
  - 0.51% อื่นๆ
- **42.21% ประสงค์ได้รับการอบรม**
  - 44.23% Online marketing
  - 36.54% Content marketing
  - 19.23% ด้านสาธารณสุข

TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

ร้านอาหาร



ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **77.27%**

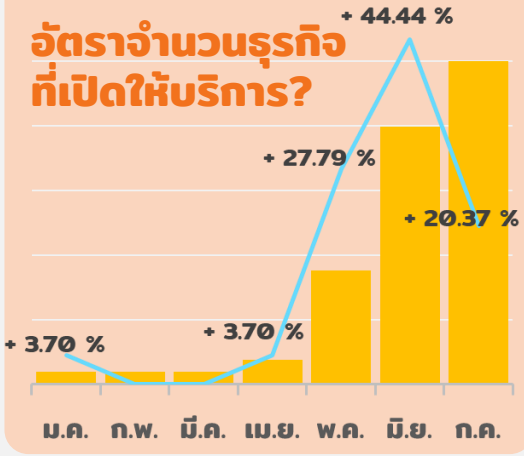
ต่างชาติ **22.73%**

กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



90.00% เปิดให้บริการแล้ว

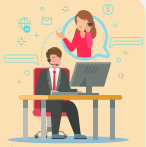
อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





52.46% ลูกค้ากลับมาแล้ว

73.28% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



44.44% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

รูปแบบการจัดโปรโมชั่น



- **58.33%** ลดราคา
- **29.17%** ร่วมโครงการกับ ททท.
- **25.00%** สะสมแต้ม
- **20.83%** จัดของแถม
- **20.83%** ร่วมโครงการกับบัตรเครดิต

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

- **96.30%** สื่อออนไลน์
  - 94.23%
  - LINE 59.62%
  - 19.23%
- **3.70%** วิทยุ
- **1.85%** หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- **1.85%** โทรทัศน์

การสนับสนุนที่ต้องการ?



- **81.67% ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า**
  - 67.61% สื่อออนไลน์
  - 12.68% โทรทัศน์
  - 9.85% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
  - 8.45% วิทยุ
  - 1.41% อื่นๆ
- **61.67% Joint Marketing กับ ททท.**
  - 52.00% Online marketplace
  - 48.00% Online trade meeting
- **46.67% ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA**
- **41.67% ประสงค์ได้รับการอบรม**
  - 45.83% Online marketing
  - 31.25% Content marketing
  - 22.92% ด้านสาธารณสุข

TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

ร้านสินค้าที่ระลึก



ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **84.69%**

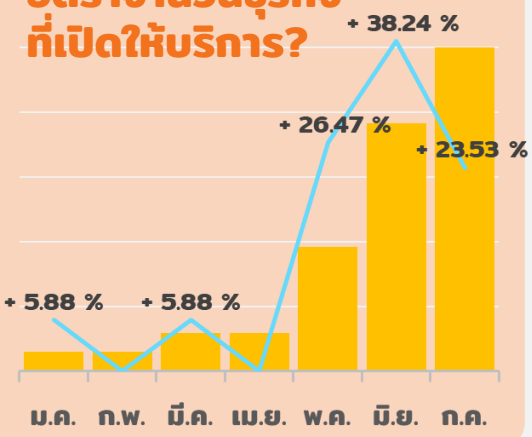
ต่างชาติ **15.31%**

กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



97.14% เปิดให้บริการแล้ว

อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





43.68% ลูกค้ากลับมาแล้ว

71.65% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



47.06% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

รูปแบบการจัดโปรโมชั่น



- **81.25%** ลดราคา
- **31.25%** ร่วมโครงการกับ ททท.
- **31.25%** จัดของแถม
- **12.50%** สะสมแต้ม
- **12.50%** ร่วมโครงการกับบัตรเครดิต

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

88.24% สื่อออนไลน์

100.00% LINE 53.33% 30.00%

- **5.88%** การบอกต่อ
- **5.88%** ไม่มีการประชาสัมพันธ์
- **2.94%** หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- **2.94%** ติดต่อลูกค้าโดยตรง

การสนับสนุนที่ต้องการ?



57.14% Joint Marketing กับ ททท.

- 57.69% Online marketplace
- 42.31% Online trade meeting

48.57% ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า

- 43.24% สื่อออนไลน์
- 24.32% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- 21.62% โทรทัศน์
- 10.82% วิทยุ

48.57% ประสงค์ได้รับการอบรม

- 57.14% Online marketing
- 32.14% Content marketing
- 10.72% ด้านสาธารณสุข

37.14% ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA

TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

ธุรกิจสุขภาพ/นวดแผนไทย สปา





ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **63.67%**

ต่างชาติ **36.33%**

กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



90.00% เปิดให้บริการแล้ว

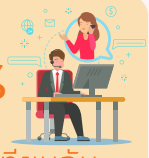
อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





38.93% ลูกค้ากลับมาแล้ว

66.30% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



74.07% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

รูปแบบการจัดโปรโมชั่น



- **70.00%** ลดราคา
- **40.00%** ร่วมโครงการกับ ททท.
- **30.00%** สะสมแต้ม
- **25.00%** จัดของแถม
- **25.00%** แจกคูปอง

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

- **88.89%** สื่อออนไลน์
  - Facebook 100.00%
  - LINE 66.67%
  - Instagram 45.83%
- **11.11%** โทรทัศน์
- **7.41%** หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- **7.41%** การบอกต่อ

การสนับสนุนที่ต้องการ?



- **80.00%** ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า
  - 59.46% สื่อออนไลน์
  - 18.92% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
  - 16.22% โทรทัศน์
  - 5.40% วิทยุ
- **70.00%** Joint Marketing กับ ททท.
  - 51.61% Online trade meeting
  - 48.39% Online marketplace
- **70.00%** ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA
- **56.67%** ประสงค์ได้รับการอบรม
  - 38.24% Content marketing
  - 35.29% Online marketing
  - 26.47% ด้านสาธารณสุข

TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

บริการรถเช่า



ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **45.26%**

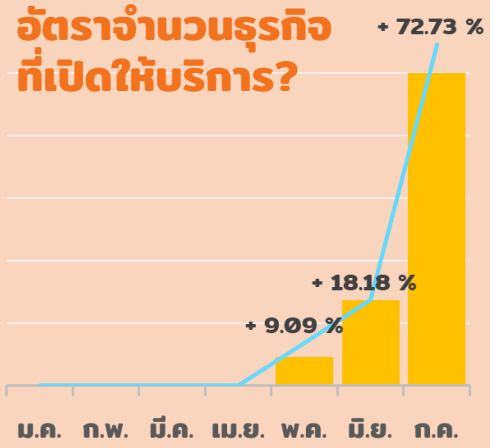
ต่างชาติ **54.74%**

กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



47.83% เปิดให้บริการแล้ว

อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





17.91% ลูกค้ากลับมาแล้ว

29.73% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



63.64% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

รูปแบบการจัดโปรโมชั่น



100.00% ลดราคา
42.86% ร่วมโครงการกับ ททท.
14.29% แจกคูปอง
14.29% จัดของแถม

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

100.00% สื่อออนไลน์
100.00% LINE 72.73% 18.18%
27.27% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
9.09% ตามสถานที่ต่างๆ
9.09% วิทยุ
9.09% โทรทัศน์

การสนับสนุนที่ต้องการ?

65.22% ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า
38.89% สื่อออนไลน์
22.22% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
22.22% โทรทัศน์
13.89% วิทยุ
2.78% อื่นๆ

56.52% Joint Marketing กับ ททท.
59.09% Online marketplace
40.91% Online trade meeting

56.52% ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA

34.78% ประสงค์ได้รับการอบรม
47.06% Online marketing
41.18% Content marketing
11.76% ด้านสาธารณสุข

TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

ชุมชนท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว

ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **84.71%**

ต่างชาติ **15.29%**

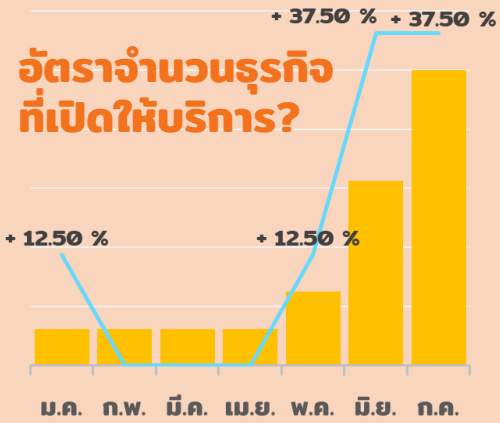


กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



76.19% เปิดให้บริการแล้ว

อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





39.38% ลูกค้ากลับมาแล้ว

73.44% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



56.25% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

รูปแบบการจัดโปรโมชั่น



- **88.89%** ลดราคา
- **33.33%** จัดของแถม
- **22.22%** ร่วมโครงการกับ ททท.
- **11.11%** จัดโปรโมชั่นเอง

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

- **93.75%** สื่อออนไลน์
  - Facebook 93.33%
  - LINE 73.33%
  - Instagram 13.33%
- **18.75%** โทรทัศน์
- **12.50%** หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- **6.25%** วิทยุ
- **6.25%** การบอกต่อ

การสนับสนุนที่ต้องการ?



- **66.67%** ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า
  - 37.50% สื่อออนไลน์
  - 21.88% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
  - 21.87% โทรทัศน์
  - 18.75% วิทยุ
- **57.14%** Joint Marketing กับ ททท.
  - 52.63% Online marketplace
  - 47.37% Online trade meeting
- **52.38%** ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA
- **52.38%** ประสงค์ได้รับการอบรม
  - 42.85% Content marketing
  - 38.10% Online marketing
  - 19.05% ด้านสาธารณสุข

TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy

การสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภายในประเทศช่วงวิกฤติโควิด-19

ข้อมูลการสำรวจระหว่างวันที่ 17-20 กรกฎาคม 2563

สวนสนุก ธีมปาร์ค/สถานบันเทิง



ฐานลูกค้าเดิม

คนไทย **62.50%**

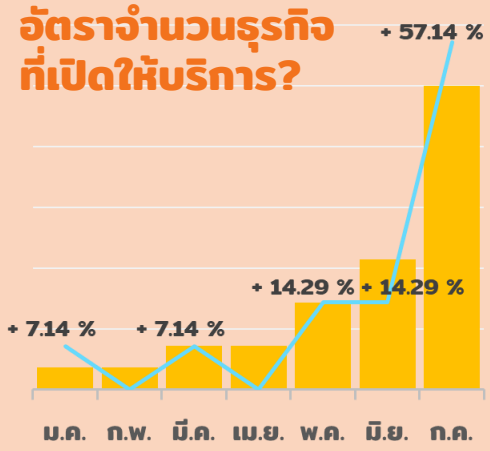
ต่างชาติ **37.50%**

กลับมาเปิดกิจการแล้ว?



87.50% เปิดให้บริการแล้ว

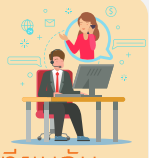
อัตราจำนวนธุรกิจที่เปิดให้บริการ?





29.36% ลูกค้ากลับมาแล้ว

73.21% สัดส่วนการให้บริการเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ



ยังต้องส่งเสริมการขาย?



42.86% มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย



รูปแบบการจัดโปรโมชั่น

- **100.00%** ลดราคา
- **100.00%** ร่วมโครงการกับ ททท.
- **66.67%** แจกคูปอง
- **66.67%** ร่วมโครงการกับบัตรเครดิต
- **50.00%** จัดของแถม

ประชาสัมพันธ์ช่องทางไหน?

85.71% สื่อออนไลน์

Facebook 91.67% LINE 58.33% Instagram 33.33%

21.43% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ

14.29% โทรทัศน์

14.29% ศูนย์การค้า สมาคม

7.14% วิทยุ

การสนับสนุนที่ต้องการ?

93.75% ประชาสัมพันธ์ตรงไปยังลูกค้า

- 40.54% สื่อออนไลน์
- 24.32% โทรทัศน์
- 16.22% หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่นๆ
- 16.22% วิทยุ
- 2.70% อื่นๆ

43.75% ประสงค์ได้รับการอบรม

- 43.75% Online marketing
- 31.25% Content marketing
- 25.00% ด้านสาธารณสุข

37.50% Joint Marketing กับ ททท.

- 50.00% Online marketplace
- 50.00% Online trade meeting

25.00% ประสงค์ได้รับการรับรองมาตรฐาน SHA

TAT Intelligence Center

IN-TOUCH Research & Consultancy