

TOURISM ECONOMIC

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว **REVIEW**

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1/2567

TOURIST TREND 2024

แนวโน้มลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวในปี 2567

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย
ไตรมาส 3/2566

ISSN 2697-5513



9 772697 551004 >



TOURISM ECONOMIC

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว **REVIEW**



6

สารบัญ

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1/2567

6 สถานการณ์ท่องเที่ยวโลก

- 7 สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในไตรมาส 3
- 14 สถานการณ์การท่องเที่ยว ภาพรวม 9 เดือน ของปี 2566



38

18 สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย

- 19 สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 3 ปี 2566
- 26 สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในไตรมาส 3 ปี 2566
- 36 สถานการณ์อัตราเข้าพักในไตรมาส 3 ปี 2566

38 แนวโน้มลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวในปี 2567

48 ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ



48

54 บทสรุป

คณะที่ปรึกษา

นางสาวสุดาวรรณ หวังศุภกิจโกศล
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยว
และกีฬา

นายอารักษ์ บุษชัย
ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นางสาววนิดา พันธุ์สอาด
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

บรรณาธิการอำนวยการ

นางสาววนิดา พันธุ์สอาด
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กองบรรณาธิการ

นายชาคริต ปีตานพวงศ์
ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและ
กีฬา และกลุ่มวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา

จัดทำโดย

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
เลขที่ 4 ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100

โทรศัพท์ : 0-2283-1681

Email : researchin.ets@gmail.com

Facebook : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



บรรณาธิการแถลง

ท่องเที่ยวไทย : ความเป็นไปได้ใหม่ ในฐานทรัพยากรเดิม

ปี 2566 อะไรก็เป็นไปได้

ภาคการท่องเที่ยวโลก ใช้เวลาเพียง 4 ปีในการฟื้นตัวกลับไปสู่ความรุ่งเรืองเฟื่องฟู ไกล่เคียงกับปี 2562 ปีก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ระบุว่าในปีนี้จะมียอดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทาง 1.3 พันล้านคน สร้างรายได้ 1.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวถือว่าใกล้เคียงกับปี 2562 มาก ในขณะที่ภาคการท่องเที่ยวไทย แม้จะเติบโตต่อเนื่อง แต่ไม่สามารถขยับเข้าใกล้สถิติที่สร้างไว้ในปี 2562 ได้ โดยในปี 2566 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคาดว่าจะมียอดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 25 - 27 ล้านคน บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ แม้รายได้จากการท่องเที่ยวจะต่ำกว่าเป้าเพียงเล็กน้อยก็ตาม

องค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and cultural organization: UNESCO) ประกาศขึ้นทะเบียนมรดกโลกในไทย 2 แห่งภายในปีเดียว

คือ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และสงกรานต์ ซึ่งปรากฏการณ์นี้ไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยมาก่อน

รัฐบาลตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ เพื่อดำเนินการขับเคลื่อนโครงการ แผนงานและมาตรการต่าง ๆ ที่มีผลกระทบสูงผ่าน 11 อุตสาหกรรม คือ อาหาร กีฬา เฟสตีวัล ท่องเที่ยว ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ เกม ศิลปะ การออกแบบ และแฟชั่น โดยผ่านการดำเนินงาน โครงการ 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์พาวเวอร์ (One Family One Soft Power: OFOS) และ Thailand Creative Contents Agency: THACCA หรือ ทักก้า เป้าหมายสูงสุด คือ การนำอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่เวทีโลก ซึ่งจำเป็นต้องมีการดำเนินการหลายด้าน ที่สำคัญคือ การศึกษาวิจัยข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม แนวโน้มผู้บริโภคเพื่อนำมาออกแบบรายละเอียดทั้งด้านผลิตภัณฑ์ กิจกรรม และกลยุทธ์การตลาด



การเกิดขึ้นของ Generative AI (Artificial Intelligence) ที่นอกจากจะเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์แล้ว ยังเป็น AI ที่มีหัวใจ และตัดสินใจแบบมี Bias ซึ่งหนังสือ AI ที่มีหัวใจ หรือ The Ethical of Algorithm เขียนไว้น่าสนใจมากการที่ประเทศไทยมีความพร้อมด้าน ฐานทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม ฐานทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่น่าสนใจ และฐานทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพ ล้วนสร้างความเป็นไปได้ในการนำมาปรับใช้ในการพัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผ่านรูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่า และคุณค่าเพิ่ม ทางเศรษฐกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น รายงานภาวะเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวฉบับนี้ นอกจากจะวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์ ท่องเที่ยวทั้งระดับโลกและระดับประเทศ โดยเน้นข้อมูลในไตรมาส 3 และภาพรวม 9 เดือนแรกของปีแล้ว รายงานฉบับนี้

ยังนำเสนอแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึก เพื่อใช้เป็น ข้อมูลประกอบการตัดสินใจขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้ตรงกับ ความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะแยกย่อยเฉพาะตัว รวมทั้งการมองหาความเป็นไปได้ทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ผ่าน โลฟส์ไคล์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หวังว่ารายงาน ภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เข้าใจ สถานการณ์ปัจจุบัน คาดการณ์สิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต และมั่นใจ ว่าไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนไปอย่างไร การท่องเที่ยวไทยจะสามารถสร้าง ความเป็นไปได้ใหม่ตลอดเวลา

กลุ่มวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
ธันวาคม 2566



REDEFINE TOURISTS

CATCH ME IF YOU CAN

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกปรับตัวดีขึ้นแทบทุกภูมิภาค อ้างอิงข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ระบุว่า ผู้เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกมีจำนวน 973.34 ล้านคน และคาดว่าจะตลอดปี 2566 จะมีผู้เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก 1.3 พันล้านคน สร้างรายได้คิดเป็นมูลค่า 1.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยข้อมูลด้านรายได้ ถือว่าใกล้เคียงกับปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อน

การระบาดของโควิด-19 และในปีนี้เป็นปีที่แทบจะไม่มีประเทศใดในโลกกังวลกับการระบาดของโรคโควิด-19 แต่การเดินทางท่องเที่ยวในปี 2566 กลับต้องเผชิญกับวิกฤตใหม่ เช่น วิกฤตเศรษฐกิจโลก ทั้งในสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเยอรมัน เป็นต้น รวมถึงปัญหาการเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งมีคู่ขัดแย้งหลายคู่ ทั้งที่เกิดการสู้รบแล้ว ระหว่างรัสเซียกับยูเครน ซึ่งมีปัญหายืดเยื้อตั้งแต่ปี 2558 โดยความขัดแย้งครั้งล่าสุดของรัสเซียกับยูเครน เกิดขึ้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2565 และต่อเนื่องจนถึงปี 2566 และล่าสุด คือ สงครามระหว่างอิสราเอลกับกลุ่มฮามาส เริ่มปะทะกันเมื่อต้นเดือนตุลาคม 2566 สร้างความสูญเสียในชีวิตผู้คนของทั้งสองฝ่าย และเหตุการณ์นี้ ส่งผลต่อความสงบสุขของโลก อีกวิกฤตที่ดูจะสร้างผลกระทบต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว คือ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และพิบัติภัย (Disaster) เริ่มจากเหตุแผ่นดินไหวในตุรกี-ซีเรีย ในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2566 เป็นแผ่นดินไหวขนาด 7.8 และ 7.5 ริกเตอร์ มีผู้เสียชีวิต 51,000 คน นอกจากนี้โลกยังเผชิญกับสภาพอากาศสุดขั้ว เกิดปรากฏการณ์คลื่นความร้อน น้ำท่วม และพายุหมุน ปัจจัยเหล่านี้เกิดขึ้นต่อเนื่อง เป็นระยะ และกระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในโลก ทำให้ผู้คนบนโลกต้องปรับตัวให้ดำรงอยู่ภายใต้สถานการณ์วิกฤตเหล่านี้ จนกลายเป็นความปรกติใหม่ที่ไม่มีใครดีสุด แต่ผู้คนก็ยังคงออกเดินทางท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์แตกต่างกันตามรูปแบบและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปตามระบบเศรษฐกิจใหม่ สังคมใหม่ ทักษะใหม่ และความเชื่อชุดใหม่

สำหรับประเทศไทยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ สูงถึง 20.05 ล้านคน ส่วนใหญ่มาจากประเทศ

ในภูมิภาคใกล้เคียง เช่น มาเลเซีย จีน เกาหลีใต้ อินเดีย และเวียดนาม เป็นต้น ในขณะที่คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ มีจำนวน 135.83 ล้านคน-ครั้ง ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2566 คาดว่า การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยยังคงเติบโตดี เนื่องจากเข้าสู่ฤดูท่องเที่ยว และมีวันหยุดยาวติดต่อกันหลายวัน แต่เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัวดี จึงส่งผลให้คนไทยระมัดระวังในการใช้จ่ายระหว่างเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

โดยในช่วง 9 เดือนแรก การท่องเที่ยวสามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ประมาณ 1,660,243.58 ล้านบาท แบ่งเป็นไตรมาส 1 589,395.45 ล้านบาท ไตรมาส 2 จำนวน 512,117.46 ล้านบาท และไตรมาส 3 จำนวน 558,730.67 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในไตรมาส 1 4,426,015 คน ไตรมาส 2 จำนวน 4,563,563 คน และไตรมาส 3 จำนวน 4,454,690 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 11.50 และ 11.11 ของจำนวนการจ้างงานทั่วประเทศตามลำดับ

นอกจากการนำเสนอสถานการณ์ท่องเที่ยวระดับโลกและระดับประเทศในช่วง 9 เดือนแรก และช่วงไตรมาส 3 แล้ว รายงานฉบับนี้ ยังนำเสนอบทความเกี่ยวกับการติดตามแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึก ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะทางจิตวิทยาได้ 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มดิจิทัลผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคม กลุ่มเน้นความยั่งยืน กลุ่มผู้แสวงหาประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ กลุ่มชื่นชอบการผจญภัย กลุ่มเน้นสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี กลุ่มที่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ และกลุ่มมิลเลนเนียล โดยข้อมูลในส่วนนี้ ผู้อ่านสามารถนำไปวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการบริการในอนาคตที่รองรับนักท่องเที่ยวและแต่ละกลุ่ม รวมถึงการเชื่อมโยงไปเทรนด์การท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเทรนด์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เทรนด์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เทรนด์ที่พัก และเทรนด์ธุรกิจใหม่ ๆ รวมถึง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต



สถานการณ์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโลก

สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกไตรมาส 3 ปี 2566

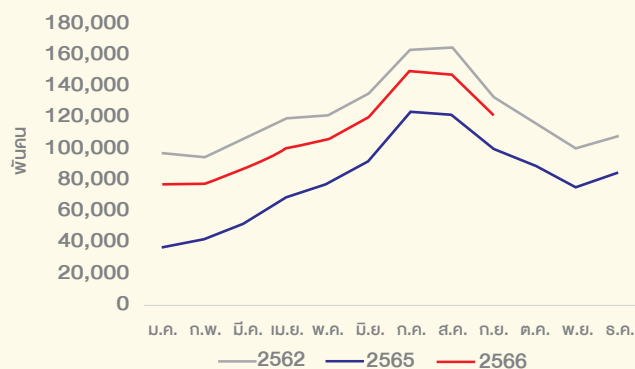


ไตรมาส 3 ปี 2566 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกเติบโตดีขึ้นจากไตรมาส 2 ของปี 2566 จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 ผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกมีจำนวน 414.05 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.24 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.46 จากช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยจำนวนผู้เดินทาง

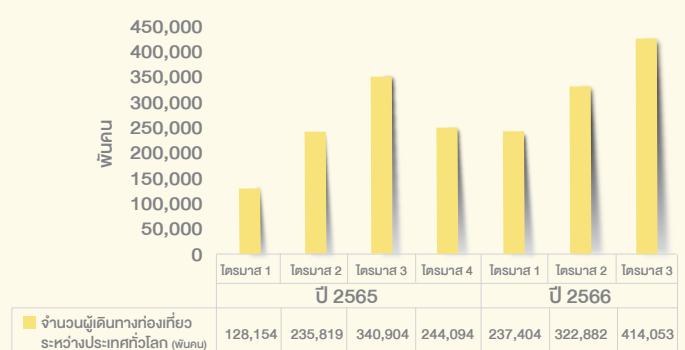
ท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 90.91 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในหลายภูมิภาคทยอยปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกกลางการเติบโตกลับมาสูงกว่าปี 2562

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในไตรมาส 3 ปี 2566

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกรายเดือน



จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกรายไตรมาส



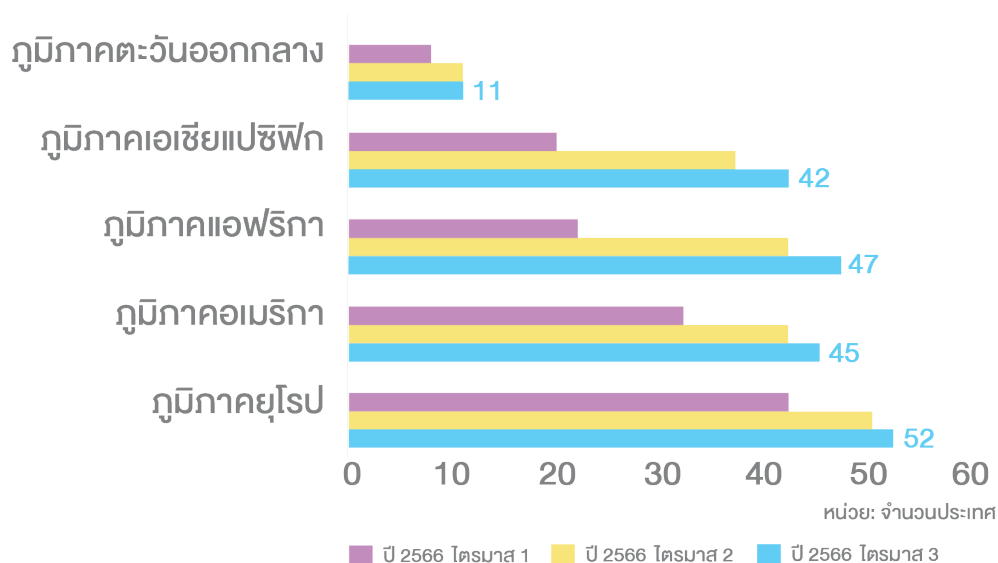
ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ เดือนพฤศจิกายน 2566



โดยปัจจัยสนับสนุนหลักของการเติบโตส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากในไตรมาสนี้ เป็นช่วงของการปิดภาคการศึกษาของหลายประเทศทำให้มีผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากกว่าในไตรมาสอื่นโดยเปรียบเทียบ ประกอบกับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกยังได้รับปัจจัยบวกจากนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของแต่ละประเทศ การจัดงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการจัดการแข่งขันกีฬาระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาชมการแข่งขัน อาทิ การจัดการแข่งขันจักรยานทางไกลที่จัดขึ้นประจำปี Tour de France และการจัดการแข่งขันรักบี้เวิลด์คัพ 2023 (Rugby World Cup 2023) ที่ฝรั่งเศส

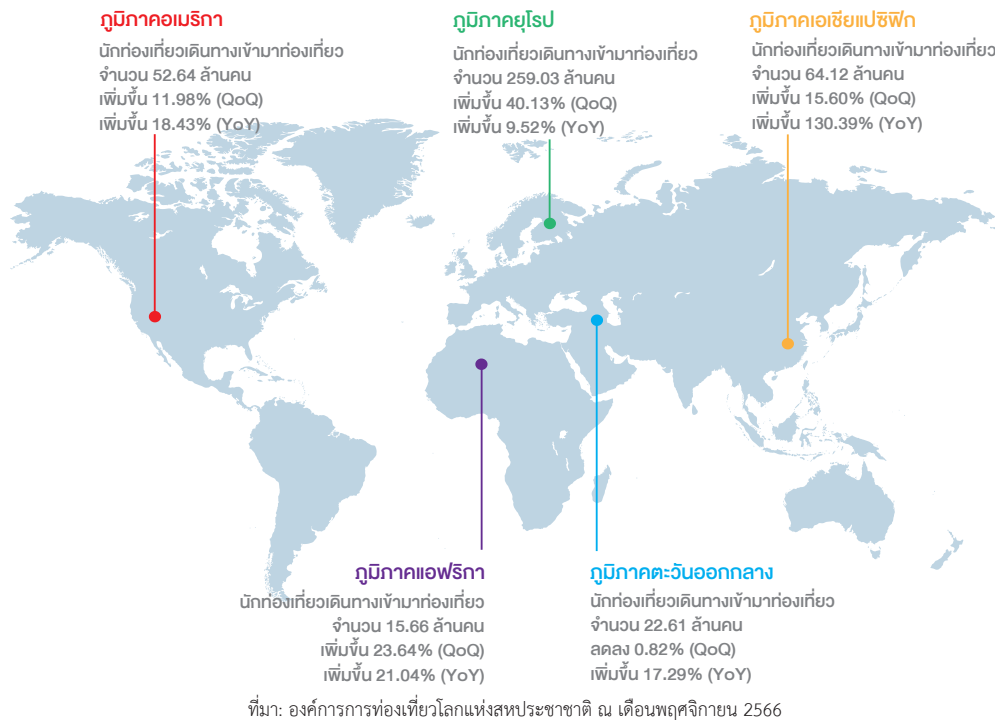
และในไตรมาสนี้ ในหลายประเทศได้ยกเลิกกฎระเบียบการเดินทางเข้าประเทศที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้ว่าสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกได้กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ซึ่งจากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งประชาชาติ ระบุว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 มี 197 ประเทศและเขตปกครองพิเศษยกเลิกมาตรการสำหรับชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศ (Covid-19 Restriction-free Countries) เพิ่มขึ้นจาก 124 ประเทศและเขตปกครองพิเศษในไตรมาส 2 ปี 2566

ประเทศและเขตปกครองพิเศษผ่อนคลายมาตรการสำหรับชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศ (Covid-19 Restriction-free Countries)



ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ เดือนพฤศจิกายน 2566

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในไตรมาส 3 ปี 2566 จำแนกตามภูมิภาค



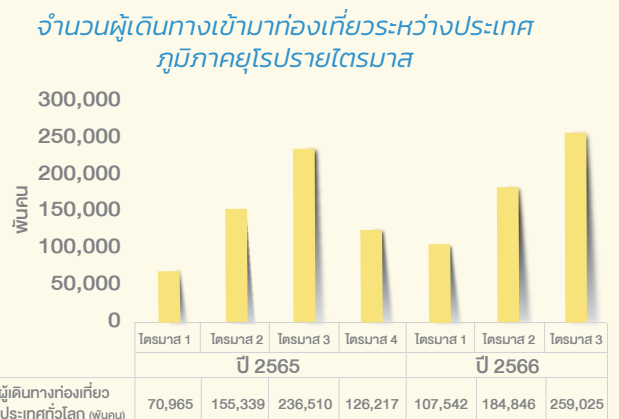
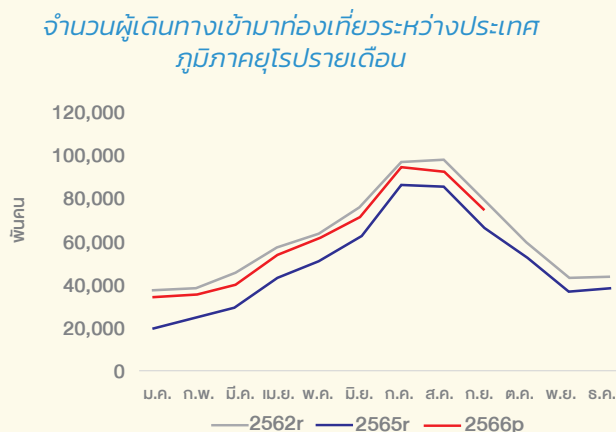
เมื่อพิจารณาสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นรายภูมิภาค ในไตรมาส 3 ปี 2566 พบว่า

ภูมิภาคยุโรป

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปสะท้อนภาพการฟื้นตัวดี และพบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในหลายประเทศมีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จากข้อมูลของ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ระบุว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 มีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปจำนวน 259.03 ล้านคน เติบโตร้อยละ 40.13 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.52 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 95.27 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปในช่วงเดียวกันของปี 2562

“การท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศทางแถบยุโรปได้และเมติเตอร์เรเนียนกลับมาฟื้นตัวสูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19”

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปในไตรมาส 3 ปี 2566



ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ เดือนพฤศจิกายน 2566

ในไตรมาส 3 ของทุกปี การท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปมีจำนวนสูงกว่าในทุกไตรมาส เนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อน (ช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม) และชาวยุโรปนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกัน ซึ่งจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่ชาวยุโรปนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อนส่วนใหญ่ คือ ประเทศทางแถบยุโรปใต้และทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ดังจะเห็นได้จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติระบุว่า การท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศทางแถบยุโรปใต้และทะเลเมดิเตอร์เรเนียนกลับมาฟื้นตัวสูงกว่าระดับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 โดยในไตรมาส 3 ปี 2566 มีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 0.80 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 และประเทศที่มีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 ได้แก่ โปรตุเกส และกรีซ

สำหรับประเทศทางแถบยุโรปเหนือ พบว่า มีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยยังหดตัวเล็กน้อยประมาณร้อยละ 0.40 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยพบว่าประเทศที่มีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 เช่น เดนมาร์ก และไอซ์แลนด์ เป็นต้น ขณะที่ประเทศทางแถบยุโรปตะวันตกพบว่า มีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยยังหดตัวประมาณร้อยละ 1.37 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 สำหรับประเทศที่มีผู้เดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมากและเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 เช่น เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ และลักเซมเบิร์ก เป็นต้น

แต่ภาพรวมการท่องเที่ยวทางแถบยุโรปตะวันออกและกลางยังไม่ฟื้นตัวดี โดยพบว่าผู้เดินทางเข้ามาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยยังหดตัวประมาณร้อยละ 27.10 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยพบว่าประเทศที่มีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2566 เช่น แอลเบเนีย อาร์เมเนีย มอนเตเนโกร และเซอร์เบีย เป็นต้น

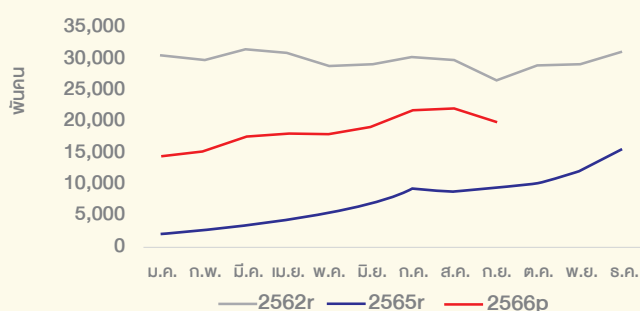
ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ในไตรมาส 3 ปี 2566 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทยอยปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งได้รับปัจจัยบวกจากฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นช่วงปิดภาคเรียนฤดูร้อนของหลายประเทศในภูมิภาคนี้ อาทิ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ นอกจากนี้ยังได้รับปัจจัยจากนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ รัฐบาลไต้หวันจัดแคมเปญ Taiwan the Lucky Land เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเอง โดยสุ่มแจกเงินรางวัล 5,000 ดอลลาร์ไต้หวัน (ประมาณ 5,500 บาท) ในรูปแบบบัตรแทนเงินสดหรือคูปอง ระยะเวลาของแคมเปญนี้ เริ่ม 1 พฤษภาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2568 โดยในปี 2566 คูปองจะถูกแจก 250,000 ใบ

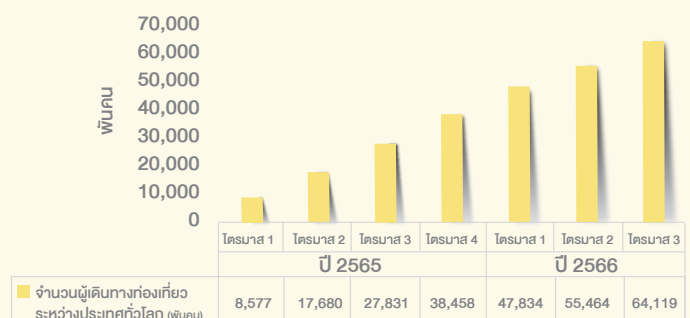
การฟื้นตัวมาจากประเทศมัลดีฟส์ เนื่องจากเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ เดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อน

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในไตรมาส 3 ปี 2566

จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกรายเดือน



จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกรายไตรมาส



ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ เดือนพฤศจิกายน 2566

จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติพบว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 มีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจำนวน 64.12 ล้านคน เติบโตร้อยละ 15.60 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 130.39 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 หรือมีจำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

แปซิฟิกกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.32 ของจำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมดในช่วงเดียวกันของปี 2562 การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกฟื้นตัวช้ากว่าภูมิภาคอื่น ๆ เนื่องจากโครงสร้างของตลาดท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้ ส่วนใหญ่พึ่งพาลาดานักท่องเที่ยวจากจีน

อย่างไรก็ดีเนื่องจากเศรษฐกิจจีนยังไม่ฟื้นตัว ขณะที่กำลังซื้อของชาวจีนยังไม่ฟื้น เส้นทางการบินระหว่างประเทศยังจำกัดเฉพาะเมืองใหญ่ ๆ ของจีน ขณะที่ค่าใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงกว่าปี 2562 ทำให้การกลับมาของนักท่องเที่ยวจีนยังต้องใช้เวลา

ทั้งนี้ สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศทางแถบภูมิภาคเอเชียใต้พบว่า จำนวนชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2.90 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยการฟื้นตัวมาจากประเทศมัลดีฟส์ เนื่องจากเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อน ขณะที่การท่องเที่ยวในประเทศทางแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นต่อเนื่อง แม้ว่าจำนวนชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยยังหดตัวประมาณร้อยละ 25.30 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562

แต่เป็นอัตราการหดตัวที่ชะลอลงจากในไตรมาสก่อนหน้า เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวในประเทศแถบภูมิภาคโอเชียเนียที่จำนวนชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยยังหดตัวประมาณร้อยละ 22.40 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 อย่างไรก็ตามพบว่าประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวทะเลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติโดยเฉพาะจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว การท่องเที่ยวกลับมาเติบโตกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562

ขณะที่ประเทศทางแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ฟื้นตัวช้ากว่าในภูมิภาคอื่น โดยจำนวนชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยยังหดตัวประมาณร้อยละ 32.07 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 แต่ทยอยปรับตัวดีขึ้น โดยหลายประเทศมีชาวต่างชาติเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากขึ้น อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)



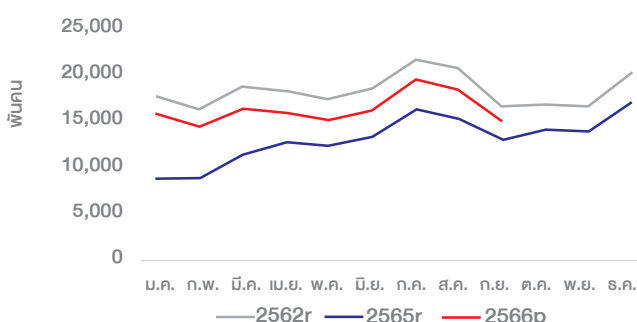
“ประเทศทางภูมิภาค อเมริกากลางมี สถานที่ท่องเที่ยว ธรรมชาติทางทะเล ป่าไม้และภูเขา ที่มีชื่อเสียงรวมถึงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

ภูมิภาคอเมริกา

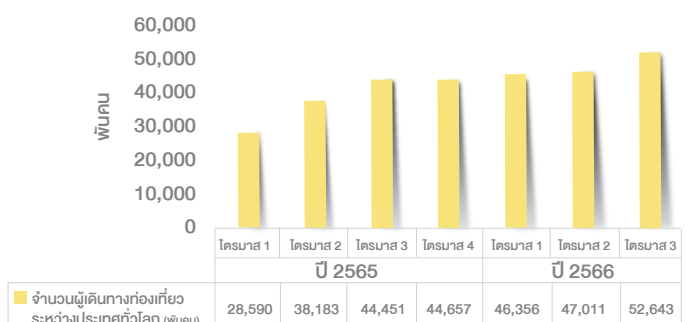
ในไตรมาส 3 ปี 2566 การท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกายังเติบโตต่อเนื่อง จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติพบว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 ภูมิภาคอเมริกามีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 52.64 ล้านคน เติบโตร้อยละ 11.98 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกาในช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า มีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกามาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.42

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคอเมริกาในไตรมาส 3 ปี 2566

จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ภูมิภาคอเมริการายเดือน



จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ภูมิภาคอเมริการายไตรมาส



ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ เดือนพฤศจิกายน 2566

โดยการท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกายังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง โดยภาพรวมการท่องเที่ยวในประเทศทางแถบภูมิภาคอเมริกากลางส่วนใหญ่กลับมาฟื้นตัวและเติบโตกว่าปี 2562 เนื่องจากประเทศทางภูมิภาคอเมริกากลางมีสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล ป่าไม้และภูเขาที่มีชื่อเสียงรวมถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งจากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ระบุว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 ภาพรวมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกากลางเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 11.93 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 สำหรับประเทศที่มีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมีจำนวนมากกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 อาทิ เอลซัลวาดอร์ ฮอนดูรัสและกัวเตมาลา

เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวในประเทศทางแถบแคริบเบียนเติบโตต่อเนื่อง โดยพบว่า ในไตรมาสนี้ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

มีจำนวนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5.20 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยประเทศที่มีจำนวนผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 เช่น โดมินีกัน เกรนาดา อาร์บา และจาไมก้า เป็นต้น

ขณะที่การท่องเที่ยวของประเทศในแถบอเมริกาใต้ฟื้นตัวได้ดีขึ้น โดยจำนวนชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังหดตัวประมาณเฉลี่ยร้อยละ 7.90 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 สำหรับประเทศที่มีจำนวนผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเติบโตกว่าช่วงเดียวกันของปี 2562 อาทิ โคลัมเบีย และอุรุกวัย อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวในประเทศทางแถบอเมริกาเหนือสะท้อนภาพการฟื้นตัวช้ากว่าเมื่อเทียบกับในภูมิภาคเดียวกัน โดยชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนยังหดตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 13.90 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562

ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ไตรมาส 3 ปี 2566 สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางชะลอลงเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้า จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ พบว่าในไตรมาส 3 ปี 2566 มีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคจำนวน 22.61 ล้านคน ลดลงร้อยละ 0.82 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เติบโตร้อยละ 17.29 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 19.71 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

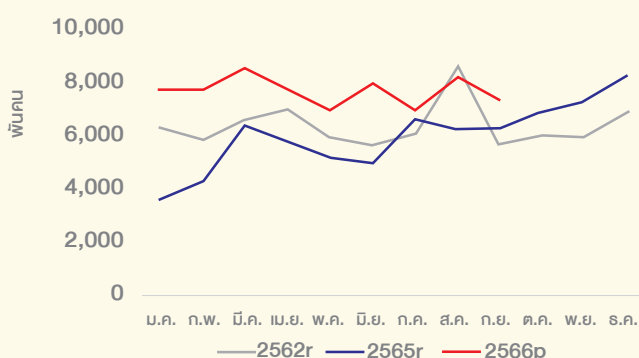
โดยสถานการณ์การท่องเที่ยวหลายประเทศในภูมิภาคนี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีจำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงกว่าปี 2562 อาทิ จอร์แดน โอมาน ซาอุดีอาระเบีย คูไบ (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) และกาตาร์ ซึ่งนอกจากประเทศเหล่านี้จะเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวยอดนิยมของชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นผลจากประเทศในภูมิภาค

“สถานการณ์การท่องเที่ยวหลายประเทศในภูมิภาคนี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีจำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงกว่าปี 2562

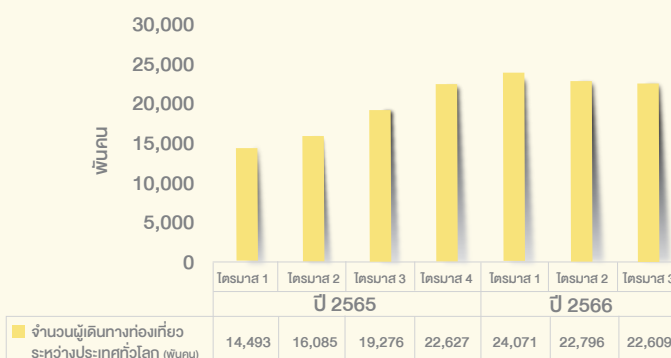
ตะวันออกกลางเป็นศูนย์กลางการจัดงานประชุมสัมมนาระดับนานาชาติ อาทิ งานประชุมเทคโนโลยีโลก (Global Tech Summit 2023) ที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย การประชุมสุดยอดระดับโลกและงานแสดงสินค้าปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์ (Global Summit and Expo on Artificial Intelligence and Robotics) การจัดงานคริปโตเอ็กซ์โปที่ดูไบ (Crypto Expo Dubai)

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางในไตรมาส 3 ปี 2566

จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ภูมิภาคตะวันออกกลางรายเดือน



จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ภูมิภาคตะวันออกกลางรายไตรมาส



ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ เดือนพฤศจิกายน 2566



ประเทศที่มีผู้เดินทางเข้าไป
ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากกว่า
ในช่วงเดียวกันของปี 2562
ได้แก่ โมร็อกโก

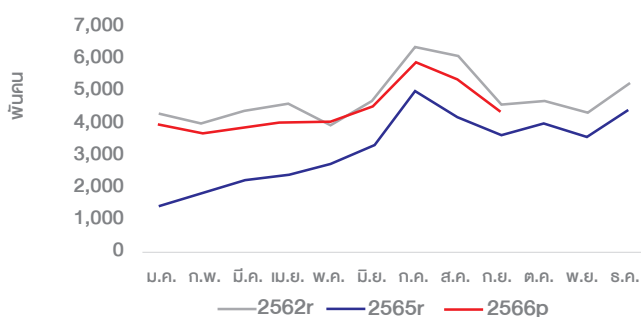
ภูมิภาคแอฟริกา

ไตรมาส 3 ปี 2566 สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคแอฟริกาปรับตัวดีขึ้น จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ พบว่า ภูมิภาคแอฟริกามีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 15.66 ล้านคน เติบโตร้อยละ 23.64 จากไตรมาสก่อนหน้าและเติบโตร้อยละ 21.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคแอฟริกาในช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า มีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.03

สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศทางแถบแอฟริกาเหนือ พบว่าผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยลดลงร้อยละ 1.43 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 แต่พบว่าประเทศที่มีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 ได้แก่ โมร็อกโกซึ่งนักท่องเที่ยวจากยุโรปจะนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนทางชายทะเลในช่วงฤดูร้อนของทุกปี

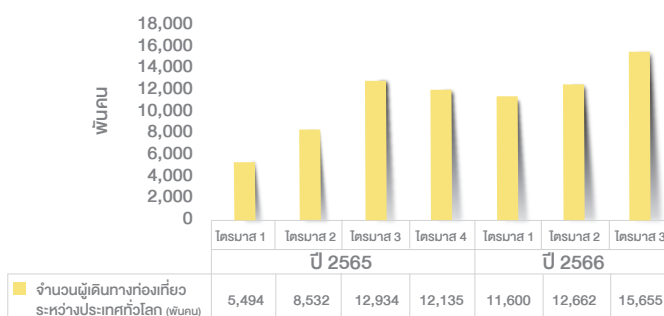
จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคแอฟริกา ในไตรมาส 3 ปี 2566

จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ภูมิภาคแอฟริการายเดือน



ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ เดือนพฤศจิกายน 2566

จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ภูมิภาคแอฟริการายไตรมาส



ขณะที่การท่องเที่ยวในประเทศทางแถบแอฟริกาใต้สะฮารา (Sub-Saharan Africa) ททยอยปรับตัวดีขึ้น แม้จำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวหดตัวร้อยละ 14.30 เมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2562 แต่พบว่าการท่องเที่ยวในบางประเทศ อาทิ แทนซาเนีย

ยังเติบโตต่อเนื่องและเติบโตกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยประเทศแทนซาเนียมีจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวสำคัญ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ การท่องเที่ยวชมสัตว์ป่าที่อยู่ธรรมชาติ หรือซาฟารี

สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566



ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกเติบโตขึ้นต่อเนื่อง โดยข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุว่า ผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกมีจำนวน 974.34 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.23 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 86.89 โดยภูมิภาคตะวันออกกลางมีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 หรือเติบโตร้อยละ 19.71

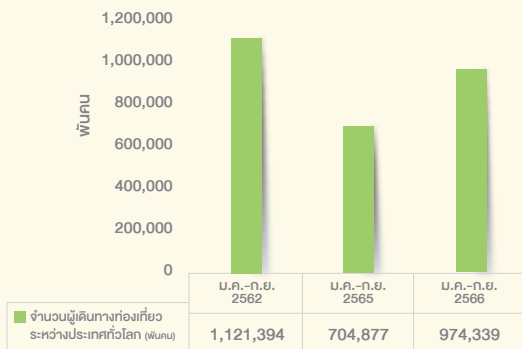
ทั้งนี้ การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกนอกจากจะได้รับปัจจัยบวกจากความกังวลต่อการระบาดของโรคโควิด-19 ลดลง การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความสะดวกสบายและปรับตัวเข้าสู่ภาวะปกติ เมื่อรัฐบาลในหลายประเทศทยอยยกเลิกการกักกันการเดินทางเข้าประเทศที่เกี่ยวข้องกับการระบาดของโรคโควิด-19 เช่น การตรวจหาเชื้อโควิด-19 การกักตัวสำหรับผู้ที่ไม่ได้ฉีดวัคซีน และการขอเอกสารการฉีดวัคซีนโควิดสำหรับชาวต่างชาติที่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั้งทางบกและ

ทางอากาศ เป็นต้น ซึ่งรวมถึงรัฐบาลจีนได้ยกเลิกการกักกันการเดินทางเข้าประเทศที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 สำหรับชาวต่างชาติและประชาชนชาวจีน การเปิดให้นักท่องเที่ยวจีนสามารถเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือกรุ๊ปทัวร์ และเปิดให้ชาวต่างชาติกลับมาทำวีซ่าเพื่อเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศจีนได้ ทำให้ผู้คนมีความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้นแล้ว

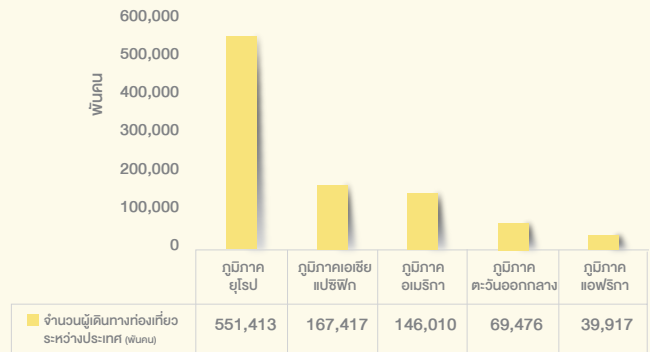
การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากรัฐบาลหลายประเทศที่ได้มีการออกนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศ อาทิ รัฐบาลฮ่องกงร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเอกชนเสนอแคมเปญเฮลโล ฮองกง (Hello Hong Kong) โดยแจกบัตรโดยสารเครื่องบินฟรีไปฮ่องกงมากกว่า 5 แสนที่นั่ง และรัฐบาลไต้หวันจัดแคมเปญ Taiwan the Lucky Land โดยเป็นการสุ่มแจกเงินรางวัล 5,000 ดอลลาร์ไต้หวัน (ประมาณ 5,500 บาท) ในรูปแบบบัตรแทนเงินสดหรือคูปอง ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเอง

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566

จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ทั่วโลกในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566



จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ทั่วโลกในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 จำแนกรายภูมิภาค



ที่มา: องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ณ เดือนพฤศจิกายน 2566

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 เป็นรายภูมิภาค พบว่า



ภูมิภาคยุโรป

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 พบว่า การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปยังสะท้อนภาพที่ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง โดยผู้เดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปมีจำนวน 551.41 ล้านคน (ทั้งนี้ จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 56.59 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก) เติบโตร้อยละ 19.14 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่ามีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.06 แม้ว่าภาพรวมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปยังไม่ฟื้นตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 แต่จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ พบว่าหลายประเทศการท่องเที่ยวระหว่างประเทศกลับมาฟื้นตัวและมีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากกว่าปี 2562 หรือก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 อาทิ แอนโดรา แอลบาเนียมี ไอซ์แลนด์ โปรตุเกส และตุรกี

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทยอยปรับตัวดีขึ้น โดยพบว่าในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวน 167.42 ล้านคน (ทั้งนี้ จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.18 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก) เติบโตร้อยละ 209.53 และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่ามีผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.32 โดยการฟื้นตัวยังช้ากว่าภูมิภาคอื่น ๆ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้พึ่งพาสถานักท่องเที่ยวจีน แต่เนื่องจากประเทศจีนได้เปิดประเทศเมื่อต้นปี 2566 ที่ผ่านมา กอปรกับชาวจีนบางส่วนได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัว สายการบินระหว่างประเทศเชื่อมต่อเมืองต่าง ๆ ในประเทศจีนยังไม่กลับสู่ระดับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้จึงยังต้องใช้เวลากว่าที่นักท่องเที่ยวจีนเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศจะกลับเข้าสู่ระดับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างไรก็ดี จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ พบว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในบางประเทศกลับมาฟื้นตัวและมีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากกว่าปี 2562 อาทิ มัลดีฟส์ เกาเฟรชนโปลิเนียเซียและฟิจิ





ภูมิภาคอเมริกา

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 ภาพรวมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคอเมริกาปรับตัวดีขึ้น โดยพบว่า ผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกามีจำนวน 146.01 ล้านคน (ทั้งนี้ จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.99 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก) เติบโตร้อยละ 31.28 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกามาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.42 ของผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคอเมริกาทั้งหมดในช่วงเดียวกันของปี 2562 เมื่อพิจารณาจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ พบว่าภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในหลายประเทศมีการฟื้นตัวและกลับมาเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 อาทิ เอลซัลวาดอร์ อุรุกวัย โคลอมเบีย หมู่เกาะเวอร์จินของสหรัฐ และฮอนดูรัส



ภูมิภาคตะวันออกกลาง

การเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกกลางการฟื้นตัวและกลับมาเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 พบว่า ผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกกลางมีจำนวน 69.48 ล้านคน (ทั้งนี้ จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.13 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก) เติบโตร้อยละ 39.36 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกกลางเติบโตร้อยละ 19.71 เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ พบว่า จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวหลักในภูมิภาคนี้กลับมาเติบโตเป็นบวกและมีจำนวนผู้เดินทางมากกว่าปี 2562 ซึ่งเป็นผลมาจากหลายประเทศในภูมิภาคนี้ เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวสำคัญของคนต่างชาติที่เดินทางมาพักผ่อน รวมถึงกลุ่มที่เดินทางมาทำธุรกิจและเพื่อการท่องเที่ยว กอปรกับตั้งแต่ต้นปี 2566 หลายประเทศในภูมิภาคนี้มีการจัดงานประชุมสัมมนา และงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง โดยจากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ พบว่าประเทศที่มีจำนวนผู้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวฟื้นตัวและกลับมาเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 อาทิ กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย อียิปต์ และโอมาน



ภูมิภาคแอฟริกา

การเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคแอฟริกาดีขึ้นต่อเนื่อง โดยพบว่า ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 ผู้เดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคแอฟริกา มีจำนวน 39.92 ล้านคน (ทั้งนี้ จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคแอฟริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.10 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก) เติบโตร้อยละ 48.06 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยจำนวนผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคแอฟริกาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.03 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกกลางทั้งหมดในช่วงเดียวกันของปี 2562 เมื่อพิจารณาจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ พบว่าประเทศที่มีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวฟื้นตัว และกลับมาเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 อาทิ จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวชาฟารีอย่างแทนซาเนีย และโมร็อกโกมีผู้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเติบโตร้อยละ 10



จากสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกที่ปรับตัวขึ้นตามลำดับ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติได้ประเมินว่า ในปี 2566 คาดว่าผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกน่าจะมีจำนวนประมาณ 1.3 พันล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 88 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในปี 2562 และน่าจะสร้างรายได้ในภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกคิดเป็นมูลค่า 1.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 99 ของรายได้ท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกในปี 2562

อย่างไรก็ตามเมื่อมองไปข้างหน้า ภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกยังมีความไม่แน่นอนจากปัจจัยลบมากขึ้น ซึ่งอาจมีผลต่อภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงที่เหลือของปี 2566 และปี 2567 โดยนอกจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่กลับสู่ระดับศักยภาพ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นแกนหลักของเศรษฐกิจโลก

อย่างสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเยอรมัน ปัญหาสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครนยังไม่ยุติส่งผลกระทบการท่องเที่ยวของประเทศใกล้เคียงที่ยังไม่ฟื้นตัว อาทิ ลัตเวีย ลิทัวเนีย และเอสโตเนีย ขณะเดียวกันสงครามระหว่างอิสราเอลและกลุ่มฮามาสที่เกิดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคม 2566 นั้น แม้ว่าขณะนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในประเทศอิสราเอลและประเทศใกล้เคียงอย่างจอร์แดน แต่สงครามที่ยังไม่สงบก็ได้สร้างความกังวลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวประเทศอิสราเอลและประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางในระยะข้างหน้าเช่นกัน จำนวน 259.03 ล้านคน เติบโตร้อยละ 40.13 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.52 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 95.27 ของจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคยุโรปในช่วงเดียวกันของปี 2562



สถานการณ์ การท่องเที่ยวในประเทศไทย

สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 3 ปี 2566

สถานการณ์ตลาดชาวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 3 ปี 2566 ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า สะท้อนให้เห็นได้จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าในไตรมาส 3 ปี 2566 ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 7.09 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.13 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 97.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 73.11 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยในช่วงเดียวกันของปี 2562

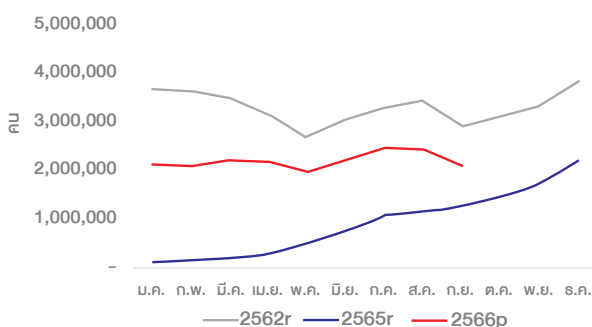
ปัจจัยการฟื้นตัวส่วนหนึ่งเป็นผลจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม ของทุกปี จะเป็นอีกช่วงเวลาหนึ่งที่ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยจำนวนมาก เนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อนของประเทศที่อยู่ทางเหนือของเส้นศูนย์สูตร และในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม เป็นช่วงปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน (Summer break) ของสถานศึกษาส่วนใหญ่ในหลายประเทศ อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สถานศึกษาปิดภาคเรียนฤดูร้อนประมาณ 7 - 9 สัปดาห์ ขณะที่ฝรั่งเศส สถานศึกษาปิดภาคเรียนฤดูร้อนประมาณ 8 - 9 สัปดาห์ และจีน สถานศึกษาปิดภาคเรียนฤดูร้อนประมาณ 7 - 9 สัปดาห์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังได้รับปัจจัยบวกจากสายการบินต่างประเทศเพิ่มเส้นทางและความถี่มาไทย อาทิ จีน อีกทั้งบริษัททัวร์รัสเซียยังคงทำตลาดขายแพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น รวมถึงยังได้รับปัจจัยหนุนใหม่เพิ่มเติมจากการที่รัฐบาลไทยได้ออกมาตรการวีซ่าฟรี 2 ประเทศ คือ จีน และคาซัคสถาน (เริ่มในวันที่ 25 กันยายน 2566 - 29 กุมภาพันธ์ 2567) ซึ่งผลของมาตรการน่าจะเห็นชัดเจนขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2566 และในปีหน้า

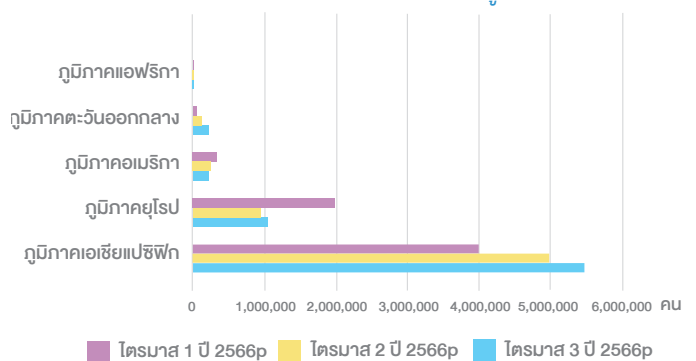


จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 3 ของปี 2566

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ปี 2562-2565



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย รายไตรมาสปี 2566 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2566

สำหรับในไตรมาส 3 พบว่า ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย เติบโตร้อยละ 16.77 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 นักท่องเที่ยวจากรัสเซีย เติบโตร้อยละ 35.10 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 นักท่องเที่ยวจากอิสราเอลเติบโตร้อยละ

36.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบีย เติบโตร้อยละ 493.57 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 และนักท่องเที่ยวจากเวียดนามเติบโตร้อยละ 1.18 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย จำแนกตามภูมิภาค



ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเดินทางมาเที่ยวไทยปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง โดยมีจำนวน 5.49 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.45 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 105.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 เมื่อพิจารณาเป็นรายภูมิภาคพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงสุดมาจากอาเซียน มีจำนวน 2.59 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.09 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.95 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 พบว่านักท่องเที่ยวจากมาเลเซียเดินทางเข้าท่องเที่ยวในไทยมากที่สุดและเป็นอันดับ 1 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด และมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากเวียดนามเดินทางเข้ามามีนักท่องเที่ยวในไทยขยายตัวดีขึ้นต่อเนื่อง และยังมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562

ขณะที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า โดยมีจำนวน 2.21 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.18 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.73 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 ในไตรมาสนี้ ตลาดนักท่องเที่ยวอื่น ๆ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และได้หวันปรับตัวในทิศทางที่เร่งตัวขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวจีนทยอยปรับตัวในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป แม้ว่าในไตรมาส 3 ของทุกปีจะเป็นอีกช่วงเวลาหนึ่งที่ชาวจีนจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นช่วงปิดภาคเรียนฤดูร้อน แต่เนื่องจากกำลังซื้อ

ของชาวจีนส่วนใหญ่ยังไม่ฟื้นตัวซึ่งเป็นผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจจีนที่ยังชะลอตัวกระทบกำลังซื้อของชาวจีนบางกลุ่ม ขณะเดียวกันเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2566 ทางรัฐบาลได้เปิดให้ชาวจีนสามารถเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือกรุ๊ปทัวร์ไปยังประเทศอื่น ๆ เพิ่มเติมอีก 78 ประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย เป็นต้น ซึ่งส่งผลทำให้การแข่งขันในตลาดนักท่องเที่ยวจีนสูงขึ้น

ขณะที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้มีจำนวน 5.02 แสนคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.14 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด โดยจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 2.81 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 เนื่องจากนักท่องเที่ยวจากอินเดียลดลงร้อยละ 8.68 จากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งสถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวอินเดียยังคงต้องติดตามอย่างใกล้ชิด เนื่องจากทางการอินเดียปรับเปลี่ยนแพคเกจท่องเที่ยวปรับขึ้นราคาแพ็คเกจท่องเที่ยวปรับตัวสูงขึ้น

สำหรับนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียยังขยายตัวได้ดี โดยมีจำนวน 1.97 แสนคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.59 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.88 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากภูมิภาคนี้มาจากออสเตรเลียและยังขยายตัวดี เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวจากนิวซีแลนด์ที่ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง

ภูมิภาคยุโรป

ไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย มีจำนวน 1.07 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.85 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 72.87 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 การปรับเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรปในไตรมาสนี้เป็นเฉพาะบางตลาด โดยเมื่อพิจารณาในภาพรวมของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค พบว่า นักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตกเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.71 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และลักเซมเบิร์กยังขยายตัวได้ดี อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากเยอรมันลดลงเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งน่าจะเป็นผลจากเศรษฐกิจเยอรมันที่หดตัวลงส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปใต้และเมดิเตอร์เรเนียนเติบโตสูงถึงร้อยละ 76.14 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่เติบโตแรงขึ้น ได้แก่ สเปน อิตาลี และอิสราเอล โดยนักท่องเที่ยวจากอิสราเอลมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562

อย่างไรก็ดี ในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเหนือหดตัวร้อยละ 6.22 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากเดนมาร์กและนอร์เวย์ยังเติบโตดี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากยุโรปกลางและตะวันออกลดลงร้อยละ 11.92 จากไตรมาส 2 ของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากยุโรปกลางและตะวันออกหดตัวลงทุกตลาดเนื่องจากเป็นเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของนักท่องเที่ยวจากรัสเซีย แม้จำนวนนักท่องเที่ยวจะชะลอตัวลงจากไตรมาสก่อนหน้า แต่นักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางเที่ยวไทยในไตรมาสนี้ มีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 เนื่องจากบริษัททัวร์รัสเซียยังมีการทำตลาดเปิดขายแพ็คเกจท่องเที่ยวมาไทย



ภูมิภาคอเมริกา

ไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาเที่ยวไทยมีจำนวน 2.45 แสนคน ลดลงร้อยละ 12.49 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 65.05 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 การปรับลดลงของนักท่องเที่ยวภูมิภาคอเมริกาส่วนหนึ่งเป็นผลของฤดูกาลท่องเที่ยว โดยตลาดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากภูมิภาคนี้ยังหดตัว ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากเม็กซิโกและเปรู ที่ยังสะท้อนภาพบวกสำหรับตลาดสำคัญในภูมิภาคนี้ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาปรับลดลงร้อยละ 11.94 จากไตรมาสก่อนหน้า เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวจากแคนาดาปรับลดลงร้อยละ 15.89 จากไตรมาสก่อนหน้า

ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางมีจำนวน 2.49 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 83.44 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 97.17 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางปรับตัวดีขึ้นทุกตลาด ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากเลบานอนที่ปรับลดลงแต่นักท่องเที่ยวจากเลบานอนคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.33 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง

ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากในช่วงเดือนกรกฎาคม และเดือนสิงหาคม ของทุกปี จะเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้มาจากซาอุดีอาระเบีย และมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โอมาน คูเวต และกาตาร์ ซึ่งเป็นตลาดสำคัญก็ปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน

ภูมิภาคแอฟริกา

ไตรมาส 3 ปี 2566 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกามีจำนวน 3.12 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.09 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 73.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาปรับตัวดีขึ้นทุกตลาด ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐแอฟริกใต้ ซึ่งเป็นตลาดสำคัญในภูมิภาคนี้ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.89 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด ปรับลดลงร้อยละ 7.75 จากไตรมาสก่อนหน้า ขณะที่นักท่องเที่ยวจากโมร็อกโกมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 100.42 จากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจมีอัตราการเติบโตแรงตัวขึ้น เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวจากเอธิโอเปีย และมอริเชียส



นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย 10 อันดับแรก

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวนสูงสุด 10 อันดับแรก ในไตรมาส 3 ของปี 2566 พบว่า

1. นักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 1 หรือมีจำนวน 1.20 ล้านคน เติบโตร้อยละ 1.21 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 57.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.77

2. นักท่องเที่ยวจากจีน

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 2 หรือมีจำนวน 1.05 ล้านคน เติบโตร้อยละ 13.46 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 1,156.00 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากจีนลดลงร้อยละ 63.37

3. นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 3 หรือมีจำนวน 4.30 แสนคน เติบโตร้อยละ 33.87 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเติบโตร้อยละ 137.15 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ลดลงร้อยละ 12.63

4. นักท่องเที่ยวจากอินเดีย

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 4 หรือมีจำนวน 4.01 แสนคน ลดลงร้อยละ 8.68 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.40 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากอินเดียลดลงร้อยละ 18.25

5. นักท่องเที่ยวจากเวียดนาม

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 5 หรือมีจำนวน 3.17 แสนคน ขยายตัวร้อยละ 10.77 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.42 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากเวียดนามเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.18

6. นักท่องเที่ยวจากเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 6 หรือมีจำนวน 2.56 แสนคน ขยายตัวร้อยละ 25.83 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 1,014.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนลดลงร้อยละ 16.95



7. นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 7 หรือมีจำนวน 2.48 แสนคน ขยายตัวร้อยละ 60.26 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเติบโตร้อยละ 140.85 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 49.10

8. นักท่องเที่ยว สปป. ลาว

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 8 หรือมีจำนวน 2.46 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.13 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.47 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากสปป.ลาว ลดลงร้อยละ 48.98

9. นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 9 หรือมีจำนวน 2.39 แสนคน ลดลงร้อยละ 7.37 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์ลดลงร้อยละ 9.53

10. นักท่องเที่ยวจากไต้หวัน สาธารณรัฐจีน

เดินทางมามีจำนวนมากเป็นอันดับ 10 หรือมีจำนวน 2.02 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.27 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเติบโตร้อยละ 876.66 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจากไต้หวัน สาธารณรัฐจีน ลดลงร้อยละ 0.37

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยสูงสุด 10 อันดับแรก มาจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีจำนวนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.72 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมดในไตรมาส 3 ของปี 2566

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย 10 อันดับแรกรายไตรมาสในปี 2566



ไตรมาส 1 ปี 2566		ไตรมาส 2 ปี 2566		ไตรมาส 3 ปี 2566	
1	 มาเลเซีย 9.21 แสนคน	 มาเลเซีย 1.18 ล้านคน	 มาเลเซีย 1.20 ล้านคน		
2	 รัสเซีย 5.67 แสนคน	 จีน 9.26 แสนคน	 จีน 1.05 ล้านคน		
3	 จีน 5.17 แสนคน	 อินเดีย 4.39 แสนคน	 เกาหลีใต้ 4.30 แสนคน		
4	 เกาหลีใต้ 4.42 แสนคน	 เกาหลีใต้ 3.21 แสนคน	 อินเดีย 4.01 แสนคน		
5	 อินเดีย 3.23 แสนคน	 เวียดนาม 2.86 แสนคน	 เวียดนาม 3.17 แสนคน		
6	 สหรัฐอเมริกา 2.49 แสนคน	 สิงคโปร์ 2.58 แสนคน	 เขตบริหารพิเศษฮ่องกง 2.56 แสนคน		
7	 เยอรมัน 2.35 แสนคน	 รัสเซีย 2.25 แสนคน	 ญี่ปุ่น 2.48 แสนคน		
8	 สหราชอาณาจักร 2.33 แสนคน	 สปป.ลาว 2.24 แสนคน	 สปป.ลาว 2.46 แสนคน		
9	 เวียดนาม 2.23 แสนคน	 สหรัฐอเมริกา 2.10 แสนคน	 สิงคโปร์ 2.39 แสนคน		
10	 สิงคโปร์ 2.13 แสนคน	 เขตบริหารพิเศษฮ่องกง 2.03 แสนคน	 ไต้หวัน สาธารณรัฐจีน 2.02 แสนคน		

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2566

สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566



ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชาวไทยมีจำนวน 20.00 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 254.98 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.66 แม้ในภาพรวมจำนวนชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยยังต่ำกว่าปี 2562 แต่พบว่านักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย รัสเซีย อิสราเอลและซาอุดีอาระเบีย เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนมากกว่าในปี 2562

โดยตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชาวไทยได้รับหลายปัจจัยสนับสนุน อาทิ รัฐบาลจีนได้ยกเลิกกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 การเดินทางเข้าประเทศของชาวจีนและชาวต่างชาติ และการเปิดให้

ชาวจีนสามารถเดินทางต่างประเทศแบบกรุ๊ปทัวร์ มาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติของรัฐบาลไทย ได้แก่ การขยายระยะเวลาพำนักของชาวต่างชาติ ทั้งกลุ่มประเทศที่ได้รับการยกเว้นวีซ่าจากไม่เกิน 30 วัน เป็นไม่เกิน 45 วัน และกลุ่ม Visa on Arrival จากไม่เกิน 15 วัน เป็นไม่เกิน 30 วัน (เริ่มวันที่ 1 ตุลาคม 2565 – 31 มีนาคม 2566) ซึ่งช่วยสนับสนุนชาวต่างชาติพำนักในประเทศไทยนานขึ้น และมาตรการวีซ่าฟรี 2 ประเทศ คือ จีน และคาซัคสถาน นอกจากนี้ ธุรกิจสายการบินเพิ่มความถี่และขยายเส้นทางการบินมาประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งช่วยให้ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินทยอยปรับลดลง รวมถึงปัจจัยบวกจากหน่วยงานการท่องเที่ยวในการทำตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศไทยร่วมกับภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 พบว่า



ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 14.52 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 277.55 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.59 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

ภูมิภาคยุโรป

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 4.06 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 220.86 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.27 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

ภูมิภาคอเมริกา

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 8.82 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 214.82 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.41 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด



ภูมิภาคตะวันออกกลาง

นักท่องเที่ยวภูมิภาคตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 4.62 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 117.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.31 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

ภูมิภาคแอฟริกา

นักท่องเที่ยวภูมิภาคแอฟริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 8.26 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 156.97 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.41 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

สำหรับในช่วงที่เหลือของปี 2566 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยยังมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น จากปัจจัยฤดูกาลท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ รวมถึงมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวชั่วคราว เช่น มาตรการวีซ่าฟรี 2 ประเทศ คือ จีนและและคาซัคสถาน (วันที่ 25 กันยายน 2566-29 กุมภาพันธ์ 2567) มาตรการวีซ่าฟรีขยายระยะเวลาให้นักท่องเที่ยวรัสเซียพำนักรักษาในไทยจาก 30 วัน เป็น 90 วัน (วันที่ 1 พฤศจิกายน 2566-30 เมษายน 2567) และมาตรการวีซ่าฟรีสำหรับอินเดียและไต้หวันให้อยู่ในประเทศไทยได้ไม่เกิน 30 วัน (วันที่ 10 พฤศจิกายน 2566 – 10 พฤษภาคม 2567)

อย่างไรก็ดี การฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในระยะข้างหน้ายังมีหลายปัจจัยที่ต้องระวัง อาทิ กรณีการระบาดใหญ่ที่ศูนย์การค้าสยามพารากอน ในวันที่ 3 ตุลาคม 2566 เศรษฐกิจจีนที่ยังไม่ฟื้นตัวดี ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวจีน และสถานการณ์สงครามระหว่างอิสราเอลและกลุ่มฮามาส ซึ่ง ณ ขณะนี้สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อตลาดนักท่องเที่ยวอิสราเอลแล้ว และหากในระยะข้างหน้าสถานการณ์ยังไม่ยุติน่าจะส่งผลกระทบต่อตลาดนักท่องเที่ยวอิสราเอลยาวต่อเนื่อง

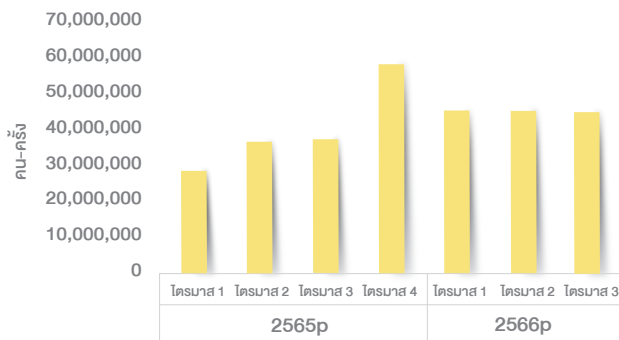


สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศ ในไตรมาส 3 ปี 2566

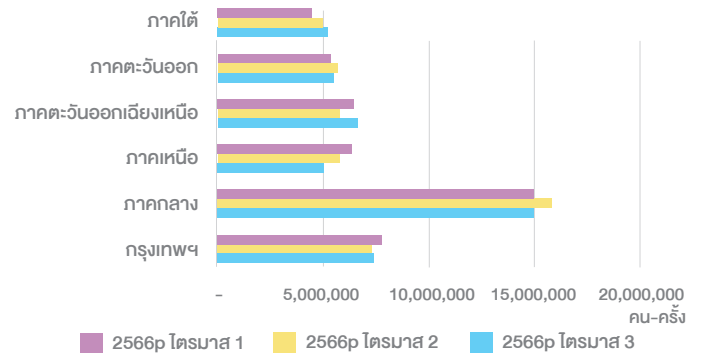
ไตรมาส 3 ของปี 2566 การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยชะลอลงเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นช่วงสู่ฤดูฝน ประกอบกับตลาดไทยเที่ยวไทยไม่มีปัจจัยหนุนใหม่เข้ามากระตุ้น จากข้อมูลของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในไตรมาส 3 ของปี 2566 นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 45.05 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 0.65 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเติบโตร้อยละ 8.35 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาส 3 ปี 2566

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว
ภายในประเทศรายไตรมาส



จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว
ภายในประเทศรายภูมิภาคไตรมาสในปี 2566



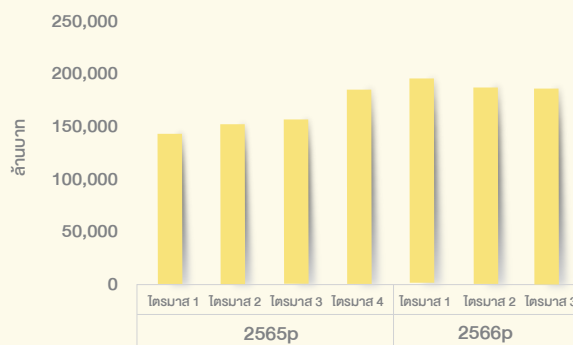
ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนมกราคม 2567

สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาส 3 ปี 2566 พบว่า มีมูลค่าประมาณ 203,543.85 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.02 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ลดลง แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.00 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 อย่างไรก็ดี แม้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเติบโตมากกว่าช่วงเดียวกันของปี 2562 แต่รายได้จากการท่องเที่ยวในภาพยังไม่ฟื้นตัว โดยยังลดลง

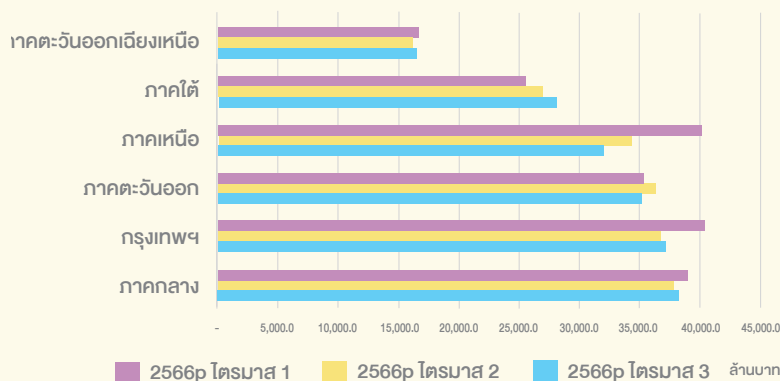
ร้อยละ 24.53 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งการปรับลดลงของการใช้จ่ายปัจจัยส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของกำลังซื้อที่ยังไม่ฟื้นตัว ทำให้นักท่องเที่ยวปรับลดความจำเป็นการซื้อสินค้าของที่ระลึกหรือของฝาก ขณะที่ปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อรายได้ท่องเที่ยว อาทิ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมากขึ้น และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เน้นการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

รายได้ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาส 3 ปี 2566

รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว
ภายในประเทศรายไตรมาส



รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว
ภายในประเทศรายภูมิภาคไตรมาส ปี 2566



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนมกราคม 2567

นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยจำแนกตามภูมิภาค

เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยจำแนกตามภูมิภาค ในไตรมาส 3 ปี 2566 พบว่า การท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคของไทยมีการเติบโตที่ต่างกัน ซึ่งนอกจากเป็นเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการทำตลาดของผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่เช่นกัน



ภาคกลาง

ไตรมาส 3 ของปี 2566 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว 14.99 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 5.27 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 ส่วนหนึ่งผลของฤดูกาลท่องเที่ยว แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.67

โดยการท่องเที่ยวหลายจังหวัดในภาคกลางยังเติบโตได้ดีต่อเนื่องเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ทางทะเล ภูเขา/น้ำตก แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและความเชื่อ อีกทั้งยังอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และสามารถเดินทางไปเข้า-เย็นกลับ สำหรับจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากที่สุด ในภาคกลางยังคงเป็นจังหวัดกาญจนบุรี รองลงมา คือ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ พระนครศรีอยุธยา และสมุทรสงคราม เป็นต้น

ในไตรมาสนี้ การท่องเที่ยวหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคกลางส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชนมี การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การจัดงานประเพณี วัฒนธรรม เช่น งานประเพณี "ลอยเรือสะเดาะเคราะห์" ของชาวไทยเชื้อสายมอญ และงานย้อนรอยกรุงเก่ากาญจนบุรี ที่จังหวัดกาญจนบุรี งานประเพณีตักบาตรชนมรงค์-น้ำตาลทราย ที่จังหวัดสมุทรสงคราม งานประเพณียายดอกไม้ (ตักบาตรดอกไม้) เนื่องในงานเทศกาลเข้าพรรษา ตำบลบ้านแปง จังหวัดสิงห์บุรี งานแห่เทียนพรรษาทางน้ำ และงานเปิดโลกทัศน์วัฒนธรรมริมสายน้ำ ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น ศูนย์ศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลนสิรินาถราชินี จัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ กิจกรรม "ตุนก" กิจกรรม "สายลับจับปู" ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กรุงเทพมหานคร

ไตรมาส 3 ปี 2566 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 7.48 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.49 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.70 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยในไตรมาสนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้า ส่วนหนึ่งเป็นผลจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว ประกอบกับในไตรมาสนี้ หลายพื้นที่มีการจัดงานกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่คนไทยส่วนหนึ่งมีการปรับเปลี่ยนการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ มากขึ้น

สำหรับรายได้ท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีมูลค่า 39,242.64 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.37 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.50 ซึ่งการปรับลดลงของรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นผลมาจากกำลังซื้อ และราคาสินค้าที่ปรับสูงขึ้นทำให้ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวยังมีความระมัดระวัง

และกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น กิจกรรมรัก(ษ์) นะ..แม่น้ำปรางพายเรือคายัคเก็บขยะในแม่น้ำปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น การจัดกิจกรรมวิ่งมาราธอน อาทิ งานวิ่งแม่น้ำแควฮาร์ฟมาราธอนนานาชาติ (River Kwai International Half Marathon) ที่จังหวัดกาญจนบุรี และงานประมงไทยชนวิ่ง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมถึงการแข่งขันเรือยาวประเพณี (Ayutthaya Long Boat Racing 2023) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น งานอาร์ต แอนด์คราฟต์ (Arts & Crafts @Skywalk Kanchanaburi) ที่จังหวัดกาญจนบุรี งานถนนคนเดินเมืองเพชร (Walking Street Phetch Fest 2023) และงานมหกรรมวัฒนธรรมพื้นบ้าน อาหารผาสานศิลป์ Eat & Art Unlimited ที่จังหวัดเพชรบุรี และงานสาครซีฟู้ดส์ เฟสติวัล "Sakhon Seafood Festival" ที่จังหวัดสมุทรสาคร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนสินค้าทางเกษตร อาทิ เทศกาลทุเรียนปาละฮู เมืองหัวหิน ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เทศกาลทุเรียนเพชรบุรี หมอนเมืองเพชร ที่จังหวัดเพชรบุรี และงานส้มโอขาวแตงกวา และของดีศรีท้อถิ่น ที่จังหวัดชัยนาท รวมถึงงานเทศกาลดนตรี อาทิ งานดนตรีหัวหินบีชไลฟ์ (Huahin Beach Life 2023)

สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีมูลค่า 41,717.72 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.53 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.22 ทั้งนี้ รายได้การท่องเที่ยวลดลงสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ลดลง อย่างไรก็ตาม อัตราการลดลงของรายได้้น้อยกว่าอัตราการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่



ภาคเหนือ

ไตรมาส 3 ปี 2566 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยว 5.14 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 10.81 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงส่วนหนึ่งเป็นผลจากฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นช่วงฤดูฝน ไม่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภูเขา/ยอดดอย นอกจากนี้อุทยานแห่งชาติบางแห่งปิดให้บริการนักท่องเที่ยวชั่วคราวเพื่อให้ธรรมชาติฟื้นฟู อาทิ อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อุทยานแห่งชาติถ้ำสะเกิน อุทยานแห่งชาติดอยหลวง อุทยานแห่งชาติผาแดง แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.82

สำหรับกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ภาคเหนือในไตรมาสนี้ เช่น กิจกรรมประเพณีวัฒนธรรม อาทิ งานประเพณีสลากย้อมเมืองลำพูน ที่จังหวัดลำพูน งานประเพณีตานก๋วยสลาก ในหลายจังหวัดทางภาคเหนือ งานเวียนเทียนทางน้ำกลางกว๊านพะเยา ที่จังหวัดพะเยา งานประเพณีโล้ชิงช้า " บ่อ น่อง ตู " และงานประเพณีไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ที่จังหวัดเชียงราย เป็นต้น การจัดกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ งาน "วิจิตรอุเชียงใหม่ สีสันแห่งแสงสนน้ำพุร้อนสันกำแพง

โครงการตามพระราชดำริ" ที่จังหวัดเชียงใหม่ งานแสดง แสง สี ที่วัดสระศรี อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดสุโขทัย งานประเพณีสารทไทยกล้วยไข่ และของดีเมืองกำแพง ประจำปี 2566 กิจกรรมเปิดสวนทุเรียนและของดีตำบลห้วยไคร้ อำเภอมะขาม เป็นต้น และการจัดงานเทศกาลดนตรี อาทิ งานดนตรีปาย แจ๊สแอนด์บลู (Pai Jazz & Blues Fest 2023)

นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมแข่งขันวิ่งและเดิน อาทิ การจัดงาน น่านเทรลรันนิ่ง 2023 (Nan Sakad Scenic Trail 2023) กิจกรรมวิ่งกำแพงเพชรมาราธอน เวิลด์ เฮอร์ริเทจ Kamphaeng Phet Marathon World Heritage Run งานแข่งเดิน (Chiang Mai Walk Rally) รวมถึงการจัดงานแข่งขันกีฬาจักรยานเสือหมอบ เสือภูเขา ที่เขื่อนภูมิพล จังหวัดตาก และงานประเพณีแข่งเรือจังหวัดน่าน

สำหรับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีมูลค่า 33,211.74 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.64 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 โดยรายได้การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือที่ลดลงจากไตรมาสก่อนหน้า สอดคล้องไปกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.14



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไตรมาส 3 ปี 2566 ภาพรวมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มีจำนวน 6.62 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.86 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าภูมิภาคอื่น ๆ เนื่องจากในไตรมาสนี้ หลายจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการจัดกิจกรรมประเพณีที่สำคัญ คือ ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา รวมถึงเทศกาลดนตรี ซึ่งเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งในจังหวัดใกล้เคียง และจังหวัดอื่น เดินทางมาร่วมงานและท่องเที่ยว และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.56

สำหรับกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในไตรมาส 3 ปี 2566 อาทิ การจัดงานประเพณีแห่เทียนพรรษา ซึ่งหลายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการจัดงานประเพณีแห่เทียนพรรษา ซึ่งเป็นประเพณีที่มีการจัดมานาน และในทุกปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางร่วมชมงานเป็นจำนวนมาก อาทิ ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ประเพณีแห่เทียนพรรษา “แสงเทียนแห่งศรัทธา แห่เทียนพรรษาเมืองโคราช” ที่จังหวัดนครราชสีมา ประเพณีแห่เทียนพรรษา อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ และมหรสพแห่เทียนพรรษา และตักบาตรบิณฑบาตหลังช้างจังหวัดสุรินทร์ อีกทั้งยังมีการจัดงานประเพณีท้องถิ่นอื่น อาทิ ประเพณี

บวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช ที่จังหวัดนครพนม การจัดงานบุญพวงมาลัยในประเพณีบุญข้าวประดับดิน บ้านกุดหว้า ที่จังหวัดกาฬสินธุ์ การจัดงานประเพณีแห่ผีคุ้ม บุญเดือน 10 ที่จังหวัดชัยภูมิ

นอกจากนี้ ยังมีการจัดงานที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เทศกาลหนังเมืองโคราช (Korat movie festival 2023) ที่จังหวัดนครราชสีมา กิจกรรมวิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ ชัยภูมิแฟนตาซีบอสซัมรันนิ่ง “ยลสายหมอก หยอกดอกกระเจียว” (Chaiyaphum Fancy blossom Running @ Saithong National Park) ที่จังหวัดชัยภูมิ กิจกรรมท่องเที่ยว อาทิ ปรากฏการณ์พระอาทิตย์ขึ้นตรง 15 ช่องประตู ณ ปราสาทพนมรุ้ง ที่จังหวัดบุรีรัมย์ เทศกาลท่องเที่ยวดอกกระเจียวบาน ที่จังหวัดชัยภูมิ ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติทุ่งดอกขจรที่จังหวัดอุบลราชธานี

จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เพิ่มขึ้น และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวนี้ ทำให้ในไตรมาส 3 ของปี 2566 รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่า 19,692.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.65 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 46.12

ภาคตะวันออก

ไตรมาส 3 ปี 2566 การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 5.47 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 4.36 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงส่วนหนึ่งเป็นผลจากฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นช่วงฤดูฝน แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.83

ในไตรมาสนี้ การท่องเที่ยวหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออกส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชนมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยกิจกรรมที่สำคัญ อาทิ การจัดงานเทศกาลประเพณี อาทิ ประเพณีไหว้พระจันทร์ของชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว ที่จังหวัดชลบุรี งานสืบสานประเพณีแห่เทียนพรรษา “วิถีถิ่นอำเภอเมืองนครนายก” และ “งานรำบวงสรวงเจ้าพ่อขุนด่าน” ที่จังหวัดนครนายก

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ การแต่งกายย้อนยุคงาน “เปิดอาณาจักร ขอมโบราณ เล่าขานตำนาน เมืองเพนียด” ที่จังหวัดจันทบุรี การจัดงานรำลึก 170 ปี สี่ซัง วันคล้ายวัน

พระราชสมภพสมเด็จพระปิยมหาราช แต่งกายชุดไทยย้อนยุค เกาะสีชัง ที่จังหวัดชลบุรี งาน “ยมจินดา มาแล้วจะรัก” ชม แสง ศิลป์ ถิ่นระยอง ที่จังหวัดระยอง เทศกาลล่องเรือลอดถ้ำ ที่จังหวัดระยอง การจัดกิจกรรมล่องแก่งนครนายก ที่จังหวัดนครนายก เทศกาลดูผีเสื้อปางสีดา ที่จังหวัดสระแก้ว เทศกาลล่องแก่งหินเพิง และกิจกรรมปราจีนรักจักรยานสัมพันธ์ ปี 5 (ประจันตคามออนทัวร์ ปี 4) ที่จังหวัดปราจีนบุรี รวมถึงการจัดกิจกรรมวิ่ง อาทิ กิจกรรมวิ่งพิทยามารธอน และงานวิ่งเขาเขียว ที่จังหวัดชลบุรี การงานแข่งขันกีฬาทางน้ำ (Rayong Skim Festival) ที่จังหวัดระยอง การจัดกิจกรรมปราจีนรักจักรยานสัมพันธ์ ปี 5 (ประจันตคามออนทัวร์ ปี 4) ที่จังหวัดปราจีนบุรี

สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออก มีมูลค่า 35,975.27 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.36 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 ซึ่งสอดคล้องไปกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวลดลง แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565





ภาคใต้

ไตรมาส 3 ปี 2566 สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวน 5.34 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.50 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเมื่อเทียบกับ ช่วงเดียวกันของปี 2565 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในภาคใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.61

ในไตรมาสนี้ การท่องเที่ยวหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ส่วนหนึ่ง ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยกิจกรรมที่สำคัญ อาทิ การจัดงานเทศกาลประเพณี อาทิ ประเพณีไหว้พระจันทร์ ที่จังหวัดสงขลาและภูเก็ต งานบวรนคร (บวรบาซาร์) ประเพณี

บุญสารทเดือนสิบ ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช การจัดงานสนับสนุน การท่องเที่ยว อาทิ งาน "วันทุเรียนสองฟัน" ที่จังหวัดสงขลา การจัดงาน เทศกาลดนตรี อ่าวนาง ที่จังหวัดกระบี่ รวมถึงการจัดกิจกรรมวิ่ง อาทิ กิจกรรมวิ่ง ปัน รักษาทรัพย์ ปลุกเมืองคองหงส์ และการแข่งขันสงขลามารathon นานาชาติ 2023 ที่จังหวัดสงขลา งานวิ่งชายหาดขนอม วิ่งแบบมีสไตล์กับ Khanom Beach Run 2023 ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีมูลค่า 33,703.88 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.98 จากไตรมาสแรกของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 58.97 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทย			
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)
กรุงเทพมหานคร	7,479,885	+2.70	39,242.64	+4.50
ภาคกลาง	14,994,732	+32.67	41,717.72	+37.22
ภาคเหนือ	5,135,811	+5.82	33,211.74	+15.14
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6,624,110	+16.56	19,692.60	+46.12
ภาคตะวันออก	5,473,620	+29.83	35,975.27	+36.73
ภาคใต้	5,340,300	+24.61	33,703.88	+58.97
รวมทั้งประเทศ	45,048,458	+19.73	203,543.85	+29.00

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนมกราคม 2567

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรก

สำหรับจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรก ในไตรมาส 3 ปี 2566 ได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร

มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 7.48 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.49 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.70 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

2. กาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 3.40 ล้านคน ลดลงร้อยละ 1.53 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.35 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

3. ชลบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 3.31 ล้านคน ลดลงร้อยละ 2.82 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

4. เพชรบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.51 ล้านคน ลดลงร้อยละ 5.64 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.87 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

5. ประจวบคีรีขันธ์

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.37 ล้านคน ลดลงร้อยละ 8.77 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

6. พระนครศรีอยุธยา

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.16 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.35 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.92 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

7. นครราชสีมา

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.95 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.89 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

8. สมุทรสงคราม

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.59 ล้านคน ลดลงร้อยละ 1.94 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

9. เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.59 ล้านคน ลดลงร้อยละ 10.81 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และลดลงร้อยละ 5.18 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

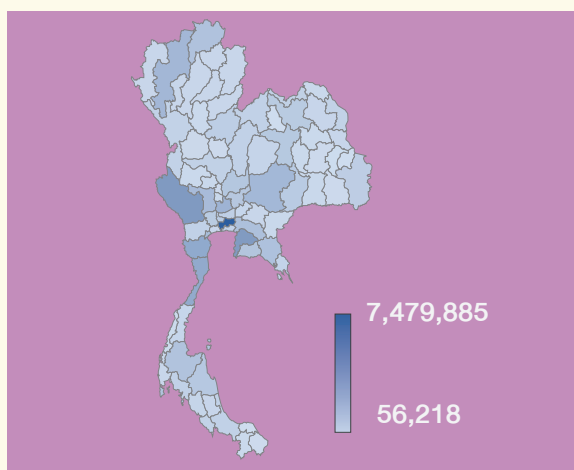
10. สุพรรณบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.58 ล้านคน ลดลงร้อยละ 3.85 จากไตรมาส 2 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 79.22 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

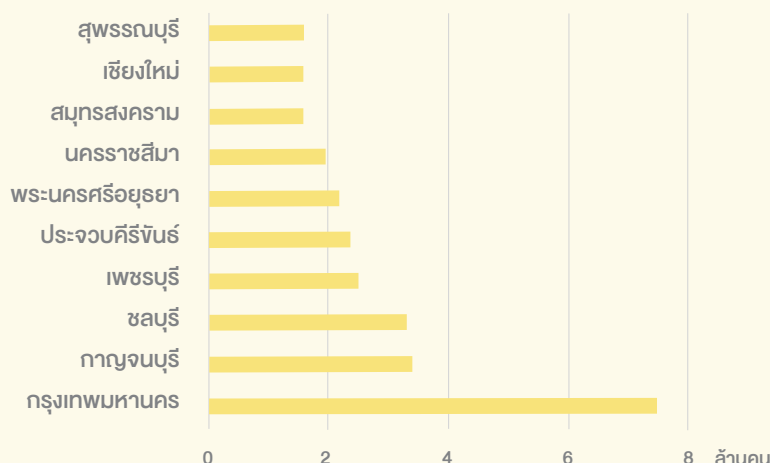
ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใน 10 จังหวัด มีจำนวน 27.94 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.01 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในไทยทั้งหมดในไตรมาส 3 ของปี 2566 และการท่องเที่ยวส่วนส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลาง

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไปท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดในไตรมาส 3 ปี 2566

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว
ในต่างจังหวัดในไตรมาส 3 ปี 2566



จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด
10 อันดับแรก ในไตรมาส 3 ปี 2566



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนมกราคม 2567

สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566



ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศเติบโตดีขึ้นต่อเนื่อง และพบว่าชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวน 135.83 ล้านคน-ครั้ง เติบโตร้อยละ 31.64 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเติบโตร้อยละ 13.39 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งนี้ ตลาดไทยเที่ยวไทยได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายภาคประชาชน โดยส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวในประเทศผ่านโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 5 (ระหว่างวันที่ 10 มีนาคม - 30 เมษายน 2566) นอกจากนี้ ความถี่และ

เส้นทางการบินในประเทศกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ขณะเดียวกันในธุรกิจสายการบินมีการแข่งขันกันรุนแรง ทำให้ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินปรับลดลง รวมถึงหน่วยงานท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องทำตลาดประชาสัมพันธ์กระตุ้นการท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีมูลค่า 623,729.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.94 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศยังลดลงร้อยละ 21.26

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยจำแนกตามภูมิภาค ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 พบว่า



กรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีจำนวน 22.57 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.70 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 สำหรับรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีมูลค่า 121,200.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.29 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

ภาคกลาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีจำนวน 45.78 ล้านคน - ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีมูลค่า 125,636.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 42.92 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

ภาคเหนือ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีจำนวน 17.26 ล้านคน - ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.03 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีมูลค่า 109,917.79 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวน 18.86 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.88 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีมูลค่า 58,136.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

ภาคตะวันออก

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกมีจำนวน 16.55 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 87.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกมีมูลค่า 109,648.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

ภาคใต้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีจำนวน 14.82 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 42.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีมูลค่า 99,189.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 60.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

สำหรับแนวโน้มในไตรมาสสุดท้ายของปี 2566 การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยยังคงเติบโตดี เนื่องจากเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยวของคนไทยและมีช่วงวันหยุดยาวติดต่อกันหลายวัน อีกทั้งในหลายจังหวัดยังมีกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานประเพณีออกพรรษา การจัดงานเทศกาลลอยกระทง และการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ อย่างไรก็ตาม รายได้ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยคงจะต้องใช้เวลากว่าที่กลับสู่ช่วงก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจในประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวดี ซึ่งมีผลต่อการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว



สถานการณ์อัตราเข้าพัก

สถานการณ์อัตราการเข้าพักของสถานพักแรมในประเทศไทยไตรมาส 3 ปี 2566 จากข้อมูลของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า สถานพักแรมทั่วประเทศมีอัตราการเข้าพักโดยรวมเท่ากับร้อยละ 66.32 ลดลงร้อยละ 0.90 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.33 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยในไตรมาสนี้ อัตราการเข้าพักในภาคใต้และภาคกลางปรับลดลงจากไตรมาส 2 ของปี 2566

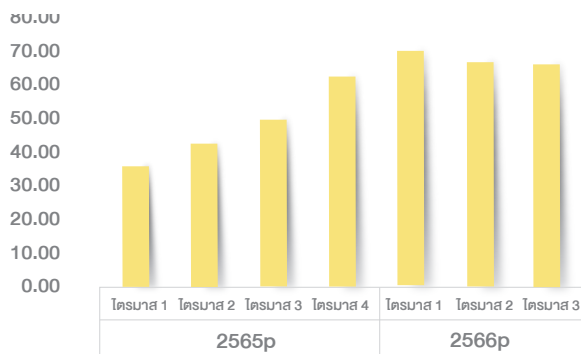
เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักรายภูมิภาค พบว่า กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 77.03 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.46 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน

ของปี 2565 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนมาก

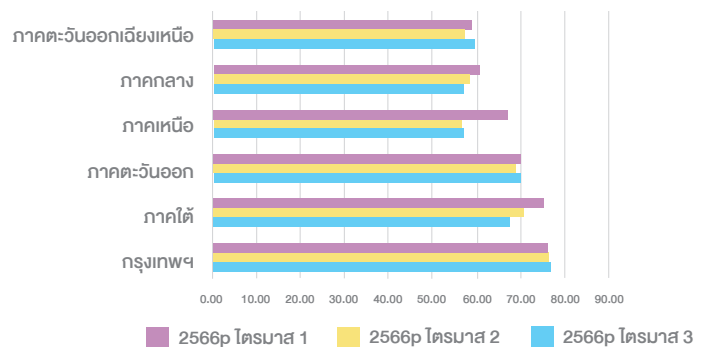
สำหรับภาคที่มีอัตราการเข้าพักสูงรองลงมา คือ ภาคตะวันออก มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 70.17 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.56 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 นอกจากนี้ ภาคใต้มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 67.63 ลดลงร้อยละ 4.60 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.35 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

อัตราการเข้าพักของสถานพักแรมทั่วประเทศในไตรมาส 3 ปี 2566

อัตราการเข้าพักของสถานพักแรม
ในประเทศไทยไตรมาส



อัตราการเข้าพักแรมภายในประเทศ
จำแนกตามภูมิภาคไตรมาส ปี 2566



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนมกราคม 2567



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 59.62 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.76 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.95 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 ภาคเหนือมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 57.02 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.56 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 ขณะที่ภาคกลางมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 56.99 ลดลงร้อยละ 2.60 จากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.59 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

อัตราการเข้าพักทั่วประเทศและจำแนกตามภูมิภาคในไตรมาส 3 ปี 2566

ภูมิภาค	อัตราการเข้าพัก	
	อัตราการเข้าพัก	อัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ (YoY)
กรุงเทพมหานคร	77.03	+24.81
ภาคกลาง	56.99	+6.59
ภาคเหนือ	57.02	+8.54
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	59.62	+9.95
ภาคตะวันออก	70.17	+16.76
ภาคใต้	67.63	+33.35
รวมทั้งประเทศ	66.32	+16.33

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนมกราคม 2567

ที่มาของข้อมูล

- องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



แนวโน้มลักษณะของ กลุ่มนักท่องเที่ยว ในปี 2567



คาดการณ์ว่าจำนวน
นักท่องเที่ยวต่างชาติ
ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย
ในปี พ.ศ. 2566 อาจจะ
สูงประมาณ 25-27 ล้านคน

หลังจากวิกฤติการณ์โควิด-19 เศรษฐกิจไทยยังคงฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยจากการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีการคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2567 เศรษฐกิจของประเทศไทยจะขยายตัวถึงประมาณร้อยละ 3.7 ซึ่งสูงกว่าปีที่แล้วที่ขยายตัวร้อยละ 2.6¹ แม้ว่าเศรษฐกิจโลกจะชะลอตัวลงแต่การท่องเที่ยวกลับมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวดีขึ้น โดยประเทศจีนได้เปิดประเทศเร็วกว่าเดิมและมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจีนจะเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น² โดยมีการคาดการณ์ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนปีนี้มีมีการกลับมาประมาณ 5 ล้านคน ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนเกือบ 11 ล้านคนที่เดินทางเข้ามาในปี พ.ศ. 2562³ นอกจากนี้ ยังมีการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2566 อาจจะสูงประมาณ 25-27 ล้านคน¹ การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวจะช่วยสนับสนุนธุรกิจอื่น ๆ ในภาคบริการของประเทศ รวมทั้งส่งผลต่อการขยายตัวไปยังธุรกิจเอกชน และยังส่งผลต่อการจ้างงาน การกระจายรายได้ และผู้ประกอบการธุรกิจอิสระเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะยังกลับมาน้อย เมื่อเทียบกับช่วงก่อนวิกฤติการณ์โควิด-19 แต่สถานการณ์ภาพรวมของการท่องเที่ยวของประเทศไทยก็ดีกว่าหลายประเทศในภูมิภาค เช่น ฮองกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ เป็นต้น ในเรื่องการกลับมาของจำนวนนักท่องเที่ยวภายหลังจากวิกฤติการณ์โควิด-19⁴ นอกจากนี้ การขยายกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นของภาคครัวเรือนได้ส่งผลให้เกิดการบริโภคที่สูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวและยังเป็นตัวช่วยในการฟื้นฟูและเติบโตของระบบเศรษฐกิจประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา⁵ เนื่องด้วยการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องภายใต้ผลกระทบของค่านิยมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงในการตัดสินใจของผู้บริโภค⁶ เมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่ปี พ.ศ. 2567 ก็ย่อมต้องอยู่ในโลกของการท่องเที่ยวที่กำลังผ่านการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนี้ด้วย ด้วยเหตุนี้ บทความนี้จะกล่าวถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2567 ที่มีความหลากหลายจากปัจจัยหลายประการ อาทิ เทคโนโลยีที่กำลังเปลี่ยนแปลง



การเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์สำคัญทั่วโลก และการเปลี่ยนแปลงของสังคมและค่านิยม โดยจำแนกแนวโน้มลักษณะของนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2567 ออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวดิจิทัลผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคม (Digital travelers who are socially connected)

เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชำนาญด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก พวกเขาจะพึ่งพาการใช้สมาร์ทโฟน และแอปพลิเคชันท่องเที่ยวในการวางแผนการเดินทาง การค้นหาจุดหมายปลายทางใหม่ ๆ และบันทึกประสบการณ์ของพวกเขาด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality: AR) และความจริงเสมือน (Virtual Reality: VR) ถือเป็นเครื่องมือที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการค้นหาและสัมผัสประสบการณ์จุดหมายปลายทางก่อนตัดสินใจเดินทาง⁹ โดยงานวิจัยล่าสุด¹⁰ ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ภายใต้อุปกรณ์ที่ชื่อว่า ChatGPT ในการหาข้อมูลเพื่อการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวของพวกเขา แม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนจำกัด แต่ในอนาคตกลุ่มนักท่องเที่ยวดิจิทัลผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคมจะใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบการเดินทาง รวมทั้งวางแผนในการจองตั๋วเครื่องบินและที่พักเพื่อความสะดวกในการจัดการ โดยกล่าวว่าร้อยละ 40 ของกลุ่มนักเดินทางในอนาคตจะใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการค้นหาที่พักที่เหมาะสมในการเดินทางของพวกเขา ธุรกิจการท่องเที่ยวและการเดินทางถือเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจ¹⁰ ที่จะถูกดิจิทัลเข้ามาแทนที่ (Digital Disruptive) เพราะปัญญาประดิษฐ์จะช่วยนักท่องเที่ยวในกระบวนการค้นหาการเดินทางให้สะดวกขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการทราบว่า จะเดินทางไปไหน ต้องการพักที่ไหน และต้องการอะไร รวมถึงวางแผนการเดินทางในแต่ละวันอย่างไร ปัญญาประดิษฐ์ก็จะเป็นตัวช่วยตอบโจทย์การวางแผนการเดินทางให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างง่ายดาย



ปัญญาประดิษฐ์ ChatGPT

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบและให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่อทางสังคม ซึ่งพวกเขาจะแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางของตนเองลงบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย หรือสื่อสังคม¹¹ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) พวกเขาจะขอคำแนะนำจากเพื่อนฝูงและใช้การรีวิวออนไลน์เพื่อการตัดสินใจในการเดินทาง การศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของโซเชียลมีเดียในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว¹²

พบว่า โซเชียลมีเดียมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมในการเดินทางของพวกเขา ผลกระทบทางอ้อมเกิดขึ้นมาจากการที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมโซเชียลมีเดีย โดยที่พวกเขาไม่ได้ตั้งใจค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางในการท่องเที่ยว แต่บทบาทของโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลทางอ้อมให้กับนักท่องเที่ยวดิจิทัลผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคม¹¹ โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1. ผู้สร้างความต้องการ (Need Generator) 2. ผู้สนับสนุน (Supporter)

โดยสำหรับลักษณะของผู้สร้างความต้องการ โซเชียลมีเดียสามารถ

1. สร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางผ่านการนำเสนอรูปภาพและวิดีโอที่สวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทั่วโลก
2. ช่วยนักท่องเที่ยวในการค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ซึ่งพวกเขาอาจไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมถึง
3. ช่วยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย

ในขณะที่โซเชียลมีเดียสามารถเป็นลักษณะของผู้สนับสนุน กล่าวคือ โซเชียลมีเดียสามารถ

1. ช่วยนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และกิจกรรมต่างๆ ได้โดยการนำเสนอรีวิวของกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ
2. ช่วยนักท่องเที่ยวในการเปรียบเทียบราคาและบริการของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้
3. ช่วยนักท่องเที่ยวในการอ่านและรับรู้คำแนะนำจากนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ หรือจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

ในส่วนของผลกระทบทางตรง เมื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวดิจิทัลเป็นผู้ที่ชอบเชื่อมต่อทางสังคมส่วนมากพวกเขาใช้โซเชียลมีเดียช่วยในการตัดสินใจสำหรับการเลือกใช้บริการ หรือยกเลิกการตัดสินใจผ่านการใช้โซเชียลมีเดียของพวกเขา โดยบทบาทของโซเชียลมีเดียส่งผลกระทบทางตรงแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้¹¹ แบ่งออกเป็น

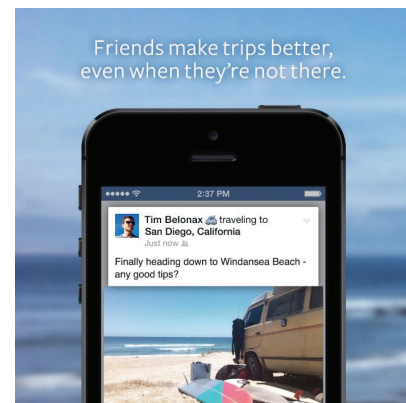
1. บทบาทนำทาง (Guide) โดย บทบาทนำทางของการใช้โซเชียลมีเดีย คือ

- 1.1. สามารถช่วยพวกเขาในการค้นหาเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้
- 1.2. สามารถช่วยพวกเขาในการค้นพบร้านอาหาร ร้านค้า และสถานที่สำคัญอื่นๆ ใกล้กับที่พักของพวกเขา
- 1.3. สามารถช่วยพวกเขาในการหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งแออัดหรือมีปัญหาต่าง ๆ

2. บทบาทของผู้อนุมัติรับรองของโซเชียลมีเดีย (Approver Roles of Social Media)

ในขณะที่ บทบาทของผู้อนุมัติรับรองของโซเชียลมีเดีย คือ นักท่องเที่ยวดิจิทัลผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคมจะขอรับฟัง "ความคิดเห็นในการตัดสินใจ"

จากโซเชียลมีเดียก่อนที่จะพวกเขาจะตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการ ซึ่งมักจะเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง และบางครั้งเมื่ออยู่หน้าสินค้าหรือบริการที่พวกเขาจะตัดสินใจเลือก โซเชียลมีเดียจะให้ความเห็นในการเลือกสินค้าหรือบริการนั้น ผ่านการแนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการหรือพิจารณาตัวเลือกอื่น ๆ บทบาทนี้จะเกิดขึ้นก่อนขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ก่อนการตัดสินใจเลือกหรือซื้อสินค้าหรือบริการ ยกตัวอย่าง นักท่องเที่ยวกำลังพิจารณาว่าจะไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารแห่งหนึ่ง โดยพวกเขาจะค้นหาชื่อร้านอาหารนั้นบนโซเชียลมีเดีย เพื่ออ่านรีวิวของลูกค้าคนอื่น ๆ หากผลรีวิวเป็นไปในทิศทางที่เป็นบวก นักท่องเที่ยวก็จะมีแนวโน้มที่จะเลือกเข้าไปใช้บริการที่ร้านอาหารแห่งนั้น แต่หากผลรีวิวเป็นไปในทิศทางที่เป็นลบ นักท่องเที่ยวก็อาจเลือกไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารอื่นแทน กลุ่มนักท่องเที่ยวดิจิทัลผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคมอีกประเภท คือ กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์สายท่องเที่ยว (Travel Influencer)¹² คือ คนที่มีอิทธิพลจากการเผยแพร่คอนเทนต์ผ่านการเล่าเรื่องราวหรือแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวบนสื่อสังคม อาทิ อินสตาแกรม (Instagram) เฟซบุ๊ก (Facebook) โดยพวกเขาจะมีคนติดตามจำนวนมาก



นักท่องเที่ยวดิจิทัลผู้ชอบเชื่อมต่อทางสังคมผ่านสื่อสังคมเฟสบุ๊ก

ในสื่อสังคม พวกเขาใช้อิทธิพลในการโน้มน้าวใจผู้ฟังในวงกว้างและมีความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลในการโฆษณาตลาดการท่องเที่ยว ในปัจจุบัน เนื่องจากสื่อสังคมมีอิทธิพลอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยส่งผลต่อชีวิตประจำวันและสภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้คน

2. นักท่องเที่ยวซึ่งเน้นถึงความยั่งยืน (Sustainability-conscious travelers)

การตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมถือเป็นสิ่งสำคัญของแนวคิดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้¹³ โดยพวกเขาให้ความสำคัญกับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การขนส่งที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral)¹⁴ และประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เน้นการอนุรักษ์และสวัสดิภาพสัตว์ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่คำนึงถึงความยั่งยืนจะมีความคิดที่เชื่อมโยงกัน 3 อย่าง¹⁵ คือ (1) ประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อชุมชนท้องถิ่น (2) การลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และ (3) การมีส่วนร่วมทางสังคม

โดยความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมและความรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมของพวกเขาส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรม การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของพวกเขานักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เลือกที่จะสนับสนุนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการ อาทิ ที่พัก ร้านอาหาร ซึ่งมีกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หรือเลือกใช้พาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การโดยสารรถไฟ การขี่จักรยาน หรือการเดินทางโดยถือเป็นลักษณะหนึ่งของพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน บางครั้งเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางด้วยเครื่องบิน พวกเขาเลือกที่จะเข้าร่วมโปรแกรมซึ่งชดเชยการปล่อยก๊าซคาร์บอน เพื่อสนับสนุนโครงการที่ต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ยกตัวอย่าง สายการบินเอทิฮัด (Etihad Airways) ได้นำเสนอโปรแกรมที่ชื่อว่า Greenliner¹⁶ ซึ่งสายการบินใช้เครื่องบินโบอิง 787 ที่ถือเป็นสุดยอดนวัตกรรมในการให้บริการ ซึ่งผู้โดยสารกลุ่มนี้จะเดินทางด้วยเครื่องบินที่มีการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนผ่านการใช้เชื้อเพลิงการบินที่ยั่งยืน โดยถือเป็นการสร้างความยั่งยืนในการเดินทางผ่านการลดการปล่อยคาร์บอนให้ได้มากที่สุด

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวซึ่งเน้นถึงความยั่งยืนยังสนใจเลือกบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยังเป็นผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย¹⁷ พวกเขาจะสนับสนุนธุรกิจและจุดหมายปลายทางที่ให้ความสำคัญกับแนวทางปฏิบัติทางจริยธรรม ค่าแรงที่เป็นธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยพวกเขาจะมีการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนภายใต้การออกแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่พวกเขาได้เลือกไว้



สายการบินเอทิฮัด (Etihad Airways) กับเครื่องบิน Greenliner

(อาทิ รูปแบบการดำเนินชีวิตเพื่อสุขภาพและความยั่งยืน การใช้ชีวิตแบบช้า ๆ การใช้ชีวิตภายใต้สังคมคาร์บอนต่ำ) รวมถึงรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค (การค่าที่เป็นธรรม ค่านิยม และการแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต) รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะเป็นได้ทั้งในระดับที่กว้างหรือที่แคบ แต่ไม่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตใดที่เป็นสากลหรือตายตัว ในขณะที่การบริโภคอย่างมีสติและรับผิดชอบต่อสังคมต้องใช้กระบวนการในระยะยาวและเป็นระดับที่สูงขึ้น โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการเมืองและการตลาด เป็นต้น¹⁸ จากการศึกษาได้พบว่า ทศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ (Perceived Behavioral Control) ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Consumption: SRC) โดยพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าจากองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม (CSR) (2) ความตั้งใจที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และ (3) ความตั้งใจที่จะพยายามหลีกเลี่ยงหรือลดการใช้สินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นทั้งผู้บริโภคที่มีรับผิดชอบต่อสังคมและยังคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

3. นักท่องเที่ยวผู้แสวงหาประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ (Immersive travelers)

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่เพียงแต่สนใจเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่พวกเขาต้องการประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ¹⁹ โดยพวกเขาต้องการแสวงหาโอกาสในการเชื่อมต่อกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ลองรับประทานอาหารต้นตำรับ เข้าร่วมกิจกรรมแบบลงมือปฏิบัติ และมีปฏิสัมพันธ์ที่สำคัญกับผู้ที่อยู่อาศัยในท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเน้นถึงประสบการณ์ในการเข้าถึงสถานที่เฉพาะ จังหวัด หรือประเทศโดยการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และมีความหมายกับประวัติศาสตร์ คน วัฒนธรรม อาหาร และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้นๆ ในเชิงกิจกรรม และเชิงความหมาย ยกตัวอย่าง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะสนใจท่องเที่ยวชุมชน เน้นรับประทานอาหารท้องถิ่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านนั้นๆ ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์มิชลินสตาร์²⁰ ได้แนะนำการท่องเที่ยวจังหวัดตราด สำหรับคนที่แสวงหาประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ โดยกล่าวถึงอาหารหวานที่ชื่อว่า ขนมจ้างโบราณ ซึ่งคนในชุมชน เรียกว่า “ขนมต่าง” เป็นขนมที่ทำมาจากข้าวเหนียวผสมกับน้ำตาล โดยนำน้ำจากการผสมข้า้เข้าโงกทาง ซึ่งเป็นข้า้เถ้าของต้นโงกทางในป่าชายเลนชุมชน ซึ่งว่ากันว่าเป็นป่าที่อุดมไปด้วยด้วยแร่ธาตุหลายชนิด และเมื่อเอาข้าวเหนียวมาผสมกับน้ำตาล สีของข้าวเหนียวก็จะเปลี่ยนเป็นสีเหลืองนวลตามภูมิปัญญาของคนในชุมชน หลังจากนั้นก็นำมาทอดด้วยใบไม้ และมัดด้วยเชือกให้แน่น แล้วจึงนำไปต้มจนเนื้อสุกได้สีเหลืองสวย นักท่องเที่ยวนิยมทานคู่กับน้ำตาลอ้อยหรือเอามาราดน้ำเชื่อมทานกับน้ำแข็งคลายร้อน ซึ่งขนมจ้างถือเป็นของหวานที่นิยมรับประทานกันและนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งแสวงหาประสบการณ์ที่ดื่มด่ำต่างสนใจมาลองรับประทานขนมหวานนี้



ประสบการณ์กินอาหารท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวผู้แสวงหาประสบการณ์ที่ดื่มด่ำยังให้ความสำคัญกับประสบการณ์ทางวัฒนธรรม²¹ พวกเขาชื่นชอบการสำรวจประเพณีท้องถิ่น ศิลปะ ดนตรี และมรดกทางวัฒนธรรม เทศกาลวัฒนธรรม นิทรรศการศิลปะ และสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่พวกเขาสนใจเป็นพิเศษ งานวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเติบโตอย่างรวดเร็ว²¹ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาการบริโภคด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์มรดก เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มานุษยวิทยา และความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตัวอย่างเช่น การศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism: CBT) ในประเทศไทย²² พบว่า ชุมชนการท่องเที่ยวในประเทศไทยถูกจัดแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนพื้นฐานธรรมชาติ 2) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงขอปึงตามอาคารและเขตประวัติศาสตร์ และ 3) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม กลุ่มเหล่านี้แสดงถึงความหลากหลายและความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่มีอยู่และกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) กลุ่มเหล่านี้มุ่งเน้นไปที่ "กิจกรรมการท่องเที่ยว" ต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากมรดกทางธรรมชาติ อาคารและเขตประวัติศาสตร์ รวมถึงทรัพยากรภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมมากกว่ามรดกทางวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นอย่างมีโครงสร้าง (อาทิ วัด อาคารเก่า และแหล่งโบราณคดี) ดังนั้น การศึกษา²² พบว่า มีความเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างอัตลักษณ์แท้จริงกับกิจกรรมในสถานที่ของนักท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า อัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) เกี่ยวข้องกับการจัดการในท้องถิ่นและวิถีที่บุคคลตีความมรดกของตน ซึ่งสะท้อนให้เห็นในอิทธิพลที่หลากหลาย ผ่านการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนใคร แม้ว่า ผลการศึกษาจะเน้นถึงความแตกต่างที่สำคัญระหว่างการท่องเที่ยวชุมชนแต่ละกลุ่ม แต่นักท่องเที่ยวก็มีลักษณะร่วมกันบางประการ โดยเฉพาะการมี "อัตลักษณ์ในท้องถิ่น" (Local Identity) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงธรรมชาติรอบข้างและมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน เช่น ต้นไม้ ภูเขา ป่าไม้ ถ้ำ ชายหาด อาคาร เขตประวัติศาสตร์ รวมถึงภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม อาทิ นาข้าว ประมงชายฝั่ง ยกตัวอย่างในปี พ.ศ. 2567 กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศสเป็นเจ้าภาพในการจัดกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อนครั้งที่ 33 หรือที่เรียกว่าโอลิมปิก ปารีส 2024 หรือ Paris 2024 โดยจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 26 กรกฎาคม - 11 สิงหาคม พ.ศ. 2567 ถือเป็นโอกาสกลับมาเป็นเจ้าภาพของเมืองปารีสในงานมหกรรมกีฬาโลกอีกครั้งในรอบ 100 ปี ด้วยเหตุนี้ ภายใต้อาณัติของผู้แสวงหาประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวผู้สนใจกีฬาและชื่นชอบวัฒนธรรมเดินทางมากรุงปารีสในช่วงเทศกาลโอลิมปิก 2024 เนื่องจากกรุงปารีสเป็นหนึ่งในเมืองที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก²³ รวมถึงภาพลักษณ์ในอุดมคติของปารีสได้แพร่กระจายไปทั่วโลกผ่านทางภาพยนตร์ เพลง และวรรณกรรม ส่งผลให้เกิดการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวที่จำลองปารีสขึ้นในหลายประเทศ สถานที่เหล่านี้มักจะนำเสนอภาพลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมของกรุงปารีสซึ่งรวมถึงหอไอเฟล ร้านกาแฟที่มีโต๊ะอยู่กลางแจ้ง และถนนสายโรแมนติก ด้วยเหตุนี้เอง การจัดกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อนครั้งที่ 33 ในปี พ.ศ. 2567 จึงเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สนใจกีฬาและชื่นชอบวัฒนธรรม นอกเหนือจากเข้าชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โดยกลุ่ม

นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบวัฒนธรรมจะเที่ยวชมกรุงปารีสภายใต้ประเพณีท้องถิ่น ศิลปะ ดนตรี และมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองในช่วงฤดูร้อน โดยในช่วงฤดูการแข่งขัน เป้าหมายของกรุงปารีสในด้านการขนส่งมวลชน²⁴ คือ การให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่จัดการแข่งขันได้

โดยการใช้ขนส่งสาธารณะ หรือด้วยการปั่นจักรยาน เนื่องจากปัจจุบัน กรุงปารีสมีเครือข่ายของเส้นทางเดินทางด้วยจักรยานยาวกว่า 1,000 กิโลเมตร ถือเป็นการตอบสนองความต้องการของลักษณะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้แสวงหาประสบการณ์ที่ดื่มด่ำได้อย่างดี



โอลิมปิกฤดูร้อนครั้งที่ 33 ที่กรุงปารีส ปี พ.ศ. 2567

4. นักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบการผจญภัย (Adventure enthusiastic travelers)

กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบการผจญภัย มีความสนใจในกิจกรรมต่าง ๆ²⁵ เช่น การเดินป่า ขี่จักรยาน กีฬาทางน้ำ และการสำรวจจุดหมายปลายทางนอกเส้นทางท่องเที่ยวแบบเดิม การท่องเที่ยวผจญภัยและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ยกตัวอย่าง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการปีนเขามาซูปิกชู (Machu Picchu)²⁶ ที่ประเทศเปรู ซึ่งเป็นเมืองโบราณที่ตั้งอยู่บนภูเขาสูงกว่า 2,430 เมตรจากระดับน้ำทะเล เป็นซากเมืองโบราณของอารยธรรมอินคา ถือเป็นส่วนหนึ่งของจักรวรรดิอินคาที่เคยรุ่งเรืองในภูมิภาคอเมริกากลางระหว่างศตวรรษที่ 13-16 นักโบราณคดีบางกลุ่มเชื่อว่า^{27,28} มาซูปิกชูถูกสร้างขึ้นเป็นเมืองที่มั่นคงเพื่อหลบหนีจากการรุกรานของนักล่าอาณานิคม ในอดีต มาซูปิกชูเป็นเมืองที่เข้าถึงด้วยความยากลำบากและมีความเร้นลับ เนื่องจากตัวเมืองตั้งอยู่บนภูเขาสูง ซึ่งภูเขาดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งในแนวเทือกเขาแอนดิสที่สูงใหญ่ที่สุดในโลก มาซูปิกชูถูกสร้างขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 15

และเคยเป็นดินแดนที่มีความเจริญรุ่งเรืองในยุคที่อาณาจักรอินคาเฟื่องฟู หลังจากนั้น เมื่ออาณาจักรอินคาล่มสลายด้วยการขยายอำนาจและการบุกรุกของประเทศสเปน มาซูปิกชูได้ถูกทอดทิ้งและกลายเป็นเมืองที่สาบสูญไปในช่วงศตวรรษที่ 16 และกลับมาได้รับความนิยม จนกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในฝันของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการผจญภัยจากทั่วโลก ที่มีผู้ไปเยือนปีละกว่า 1.5 ล้านคน



ฉลามวาฬในหมู่เกาะสุรินทร์

ยกตัวอย่างการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย นักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบการผจญภัยมักจะเดินทางไปดำน้ำเพื่อดูฉลามวาฬที่อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะพยายามไปสำรวจแหล่งดำน้ำต่างๆ แถวหมู่เกาะสุรินทร์เพื่อตามหาปลาฉลามวาฬ รวมถึงการว่ายน้ำเคียงข้างกับกลุ่มฝูงฉลามวาฬและดูการดำเนินชีวิตของสัตว์น้ำในท้องทะเลแถวหมู่เกาะสุรินทร์



มาซูปิกชู (Machu Picchu) ประเทศเปรู

5. นักท่องเที่ยวผู้เน้นสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Health and wellness travelers)

ภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวประเภทนี้²⁹ โดยพวกเขาให้ความสำคัญกับจุดหมายปลายทางและที่พักที่เสนอโปรแกรมสุขภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสปา และกิจกรรมกลางแจ้งที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีทางร่างกายและจิตใจ โดยตลาดการท่องเที่ยวด้านสุขภาพได้รับความนิยมและมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในทวีปเอเชีย อาทิ ประเทศไทย จีน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินเดีย และเกาะฮ่องกง³⁰ เนื่องจากการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา งานวิจัย³¹ สํารวจถึงแรงบันดาลใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีโดยนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกหลายประการ เช่น การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว การสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมการบอกต่อปากต่อปาก จากการศึกษาพบว่า จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพสามารถส่งเสริมการเป็นพลเมืองท่องเที่ยว (Tourist Citizenship Behavior: TCB)³² หมายถึง การประพฤติตนอย่างรับผิดชอบและกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อจุดหมายปลายทางและชุมชนท้องถิ่น เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญระดับโลก โดยแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นสุขภาพจะช่วยเพิ่มความรู้สึกถึงความสงบ การสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม รวมทั้งการส่งเสริมความเป็นเจ้าของทางด้านจิตวิญญาณในหมู่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การศึกษา³¹ ยังเน้นถึงความสำคัญของแรงบันดาลใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่เกิดจากประสบการณ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ อันส่งผลในเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว³¹ ที่เน้นสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อจุดหมายปลายทางและนักท่องเที่ยว อาทิ การเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว คุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวดีขึ้น การเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้ ผลการศึกษา³³ พบว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะเกี่ยวข้องกับการผสมผสานการรักษาสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ และสถานที่ท่องเที่ยวที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีอย่างครบถ้วน โดยจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิ การรักษาทางการแพทย์แบบดั้งเดิม การรักษาทางเลือก และสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งครอบคลุมคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบหลายมิติ นอกจากนี้ ความสมดุลที่เหมาะสมระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและการรับรู้ต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งผลต่อระดับการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี รวมถึงพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว แนวโน้มล่าสุดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะสะท้อนถึงความซับซ้อนที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีการเข้าถึงการรักษาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีได้อย่างหลากหลาย



การท่องเที่ยวด้านสุขภาพ

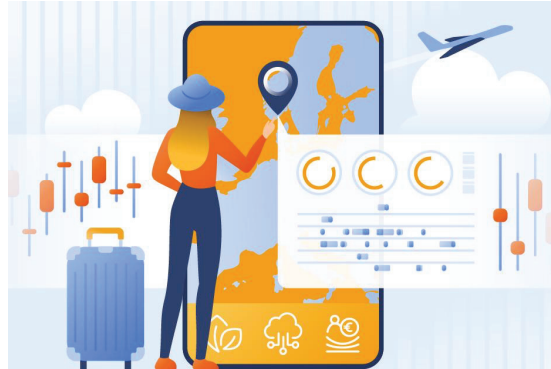
6. นักท่องเที่ยวที่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่าง ๆ (Resilient travelers)

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เรียนรู้ที่จะปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว³⁴ พวกเขามีความยืดหยุ่นมากขึ้นในแผนการเดินทาง รวมถึงมีความเต็มใจที่จะปรับเปลี่ยนกำหนดการและเปิดรับการเปลี่ยนแปลงในนาทีสุดท้ายอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดหรือข้อจำกัดในการเดินทาง จากการศึกษา³⁵ ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่าง ๆ ภายหลังจากวิกฤติการณ์โควิด-19 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีอยู่ 2 ประเภท คือ 1) ระดับบุคคล และ 2) ระดับสังคม โดยมีผลกระทบแตกต่างกันภายใต้กลยุทธ์ในการรับมือที่เน้นแก้ปัญหา (Problem-focused Coping Strategies) และเน้นอารมณ์ (Emotional-focused Coping Strategies) นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่า กลยุทธ์การรับมือผ่านความยืดหยุ่นทางจิตใจสามารถเปลี่ยนแปลงเจตนาการเดินทางระหว่างและหลังการระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะในแง่ของการบรรเทาความเครียดในระยะสั้น บุคคลที่ใช้กลยุทธ์การรับมือที่เน้นอารมณ์ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 พวกเขาจะแสดงให้เห็นถึงความเต็มใจที่จะตอบสนองต่ออารมณ์เชิงลบได้อย่างรวดเร็ว การศึกษานี้ยังให้ข้อมูล

เชิงลึกเกี่ยวกับการฟื้นตัวของความต้องการด้านการท่องเที่ยวในการตอบสนองต่อการระบาดของโรคโควิด-19 และกลยุทธ์ในการจัดการวิกฤติในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงระดับบุคคลหมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความเสี่ยงส่วนบุคคลของตนเองในการติดเชื้อโรคโควิด-19 ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงระดับสังคมหมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความเสี่ยงของสังคมโดยรวมในการระบาดของโรคโควิด-19 การศึกษายังพบต่อไปว่า³⁵ การรับรู้ความเสี่ยงระดับบุคคลมีผลในเชิงบวกต่อกลยุทธ์การรับมือที่เน้นแก้ปัญหา ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงระดับสังคมมีผลในเชิงบวกต่อกลยุทธ์การรับมือที่เน้นอารมณ์ ผลการศึกษารังนี้³⁵ ชี้ให้เห็นว่า การจัดการความเสี่ยงและการเสริมสร้างความยืดหยุ่นทางจิตใจเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการศึกษายังกล่าวว่า การสื่อสารและการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การรับมือที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถรับมือกับความเครียดและรักษาเจตนาในการเดินทางระหว่างและหลังการระบาดของโรคโควิด-19 ได้สอดคล้องกับการศึกษาอีกชิ้นหนึ่ง³⁶ ที่กล่าวว่า

ความยืดหยุ่นในบริบทการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการใช้ทรัพยากรทางจิตวิทยาและสังคมเพื่อปรับตัวและฟื้นตัวจากความทุกข์ยาก โดยกลุ่มนักวิจัย³⁶ ได้ตั้งทฤษฎีว่า ความยืดหยุ่นของนักท่องเที่ยวมีโครงสร้างหลายมิติ ซึ่งจะประกอบด้วยกัน 4 มิติ ได้แก่ 1) ความพร้อม (Preparedness) 2) การปรับตัว (Adaptiveness)

3) การสนับสนุนทางสังคม (Social Support) และ 4) การลดความเสี่ยง (Risk Reduction) ด้วยเหตุนี้เอง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ จะมีองค์ประกอบที่กล่าวมาในการเดินทางของพวกเขา



นักท่องเที่ยวที่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ

7. นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennial travelers)

ปัจจุบันนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่จะมาจากทุกกลุ่มที่มีความแตกต่างด้านอายุและภูมิหลัง กลุ่มของคนรุ่นใหม่ที่จะพูดถึง คือ กลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials)³⁷ คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 - 2543³⁸ ซึ่งมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยว เนื่องจากความชอบในประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและความสนใจในเรื่องความยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ³⁹ พร้อมที่จะเปิดรับการผจญภัยและประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบเต็มตัวเพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวมิลเลนเนียลถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เพราะถือเป็นกลุ่มที่ได้ประสบกับเหตุการณ์สำคัญ 2 อย่างที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของพวกเขา คือ การปฏิวัติของอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน ส่งผลทำให้พวกเขากลายเป็นคนที่ชื่นชอบดิจิทัลโดยเน้นการเชื่อมต่อกับดิจิทัลตลอดเวลา รวมทั้ง เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตของพวกเขา ส่งผลให้พวกเขาที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี เชื่อมต่อแบบไฮเปอร์ รวมถึงการแสดงให้เห็นถึงการใช้โทรศัพท์มือถือ สื่อสังคม และเทคโนโลยีที่ใช้เว็บอย่างต่อเนื่อง

โดยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล⁴⁰ จะมีแนวโน้มออกเป็น 4 แบบคือ



นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล

1) **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)** นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ จะเน้นการแสวงหาอิสรภาพและความยืดหยุ่น พวกเขา มองว่า การเดินทางเป็นโอกาสอันล้ำค่าในการค้นพบโลกและตัวตนของพวกเขา โดยจะพวกเขามักนิยมสร้างประสบการณ์ในการเดินทางที่ไม่เหมือนใครของตัวเองมากกว่าประสบการณ์แบบเดิมๆ ซึ่งพวกเขามีแนวโน้มที่จะวางแผนเส้นทางการเดินทางด้วยตนเองและเดินทางโดยอิสระมากกว่าที่จะอาศัยคำแนะนำจากตัวแทนท่องเที่ยวหรือเข้าร่วมทัวร์แพ็คเกจหรือการเดินทางแบบกลุ่ม

2) **การท่องเที่ยวนอกเส้นทาง (Off-the-beaten-track Tourism)** หมายถึง นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะหลีกเลี่ยงจุดหมายปลายทางที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหนาแน่น แต่จะเน้นไปที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีคนน้อย เพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง

3) **การเลือกพักผ่อนแบบทางเลือก (Alternative Accommodation)** หมายถึง รูปแบบที่พักประเภทใดก็ตามที่ไม่ใช่โรงแรมแบบดั้งเดิม อาทิ บ้านพักตากอากาศ โฮสเทล เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ โดยจะเน้นที่พักที่มีพื้นที่และความเป็นส่วนตัวมากขึ้น สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงมีโอกาสเชื่อมต่อกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ

4) **ดิจิทัลเต็มรูปแบบ (Fully Digital Tourism)** เนื่องจากพวกเขาเติบโตในยุคของอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลเป็นคนที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและออนไลน์อยู่เสมอ โดยในโลกของการท่องเที่ยว พวกเขาออกแบบการเดินทางทั้งหมดผ่านระบบดิจิทัลและมีมือถือ ซึ่งพวกเขาทำทุกขั้นตอนในการเดินทางบนสมาร์ทโฟนของตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลจะหาแรงบันดาลใจจากการอ่านบล็อกการท่องเที่ยว โดยวางแผนการเดินทางตามเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ รีวิวของลูกค้า และเว็บไซต์การท่องเที่ยว และจองเที่ยวบินและที่พักบนแอปพลิเคชันการจองและเอเจนซีท่องเที่ยวออนไลน์ รวมถึง การสำรวจเส้นทางการเดินทางในจุดหมายปลายทางด้วยความช่วยเหลือของสมาร์ทโฟนและแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว สุดท้าย พวกเขาจะแบ่งปันประสบการณ์ของพวกเขาลงบนสื่อสังคมเพื่อจุดประกายแรงบันดาลใจในการเดินทางในหมู่เพื่อน ๆ

กล่าวโดยสรุป แนวโน้มนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2567 จะมีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นและหลากหลาย อาทิ ความมุ่งมั่นในความยั่งยืน ความรักในประสบการณ์ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความกระหายในการผจญภัยและวัฒนธรรม และการมุ่งเน้นไปที่สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ความสามารถในการปรับตัวและมีความอดทนและพร้อมที่จะออกสำรวจโลกในแบบที่สอดคล้องกับค่านิยมของพวกเขา รวมถึงความต้องการเดินทางเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมายสำหรับพวกเขา กล่าวโดยรวม ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2567 จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นภายหลังวิกฤติการณ์โควิด แม้ว่าในปี พ.ศ. 2566 รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยอาจจะต่ำกว่าที่คาดไว้ โดยฟื้นตัวเพียงร้อยละ 65 ของระดับที่ก่อนวิกฤติการณ์โควิด-19 แต่ประเทศไทยได้รับเลือกจาก **Readers' Choice Awards ของ Condé Nast Traveler Magazine ในปี พ.ศ. 2565 ให้เป็นหนึ่งในสามของประเทศที่ดีที่สุดของโลกในการเดินทาง**

ด้วยเหตุนี้เอง ภาครัฐควรจะมีการวางแผนและปรับปรุงเพื่อต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2567 โดยแบ่งออกเป็นข้อเสนอแนะที่เร่งด่วน คือ

1. **การเน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน:** ภาครัฐควรเน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยนำนโยบายมาใช้เพื่อสนับสนุนการเดินทางที่รับผิดชอบ ลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการสร้างกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะ การใช้พลังงาน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนเพิ่มขึ้น เพื่อสอดคล้องกับการประชุมประเทศภาคี (Conference of the Parties) ครั้งที่ 28 หรือ COP28 ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยมุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกก่อนปีพ.ศ. 2593
2. **การจัดการวิกฤติ:** ภายใต้อาณัติความไม่แน่นอน ภาครัฐจำเป็นต้องมีแผนการจัดการวิกฤติที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการเตรียมตัวรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด อาทิ ภัยธรรมชาติ ภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุข หรือปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว
3. **การปรับปรุงนโยบายการท่องเที่ยวเฉพาะทาง:** การปรับปรุงนโยบายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม อาทิ นักผจญภัย นักท่องเที่ยวทางนิเวศ หรือผู้รักศิลปะและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังรวมถึงการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมหรือมีความเป็นกลางทางคาร์บอน

ในขณะที่ข้อเสนอแนะสำหรับการวางแผนและปรับปรุงในระยะยาว ได้แก่

1. **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน:** ภาครัฐควรลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเครือข่ายการขนส่ง การขยายตัวเลือกที่พักอาศัยให้มากขึ้นสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสมัยใหม่
2. **การเน้นนวัตกรรมดิจิทัล:** ภาครัฐควรจะใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว ให้ธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ภาครัฐควรจะมีการใช้เทคโนโลยีในการสร้างเมืองอัจฉริยะ หมายถึง เมืองที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและชาญฉลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและการบริหารจัดการเมือง โดยมีการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับมือถือเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ รวมถึงการสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการแพร่สารและการสื่อสารในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ภายใต้อาณัติของเมืองอัจฉริยะ
3. **การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย:** ภาครัฐควรจะร่วมมือกับภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และองค์กรนานาชาติเพื่อพัฒนาและนำกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึง การร่วมมือช่วยกันดูแลทั้งภาพลักษณ์โดยรวม และการสร้างเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศทางด้านสิ่งแวดล้อมให้มีความชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. เฌอ สุภาพงษ์. ภาวะเศรษฐกิจโลก และแนวโน้มเศรษฐกิจไทย [อินเทอร์เน็ต]. สนาครแห่งประเทศไทย. 2566. เข้าถึงได้จาก: https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/news-and-media/speeches/SpeechDeputyGov_17Mar2023.pdf
2. Sangwongwanich P. Chinese Tourist Arrivals in Thailand This Year Reach 1 Million. Bloomberg [Internet]. 2023 May 28; Available from: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-05-28/chinese-tourist-arrivals-in-thailand-this-year-reach-1-million#xj4y7vzkg>
3. Head J. Chinese tourists are returning – but not to Thailand. BBC [Internet]. 2023 Nov; Available from: <https://www.bbc.com/news/world-asia-67305693>
4. ธนินธร มหาพรประจักษ์. จัปชพจรเศรษฐกิจไทย. ไทยรัฐ [อินเทอร์เน็ต]. 2566; เข้าถึงได้จาก: <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2023oct14.html>
5. Enilov M, Wang Y. Tourism and economic growth: Multi-country evidence from mixed-frequency Granger causality tests. Tour Econ [Internet]. 2022;28(5):1216–39. Available from: <https://doi.org/10.1177/1354816621990155>
6. Correia A, Kozak M. Past, present and future: trends in tourism research. Curr Issues Tour [Internet]. 2022 Mar 19;25(6):995–1010. Available from: <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1918069>
7. The Future of Travel: Trends and Predictions for 2024 [Internet]. RoamRealm. 2023 [cited 2023 Nov 22]. Available from: <https://www.roamrealm.com/categories/travel-inspiration/future-of-travel-trends-predictions-2024>
8. Marr B. Extended Reality In Tourism: 4 Ways VR And AR Can Enhance The Travel Experience. Forbes [Internet]. 2011 Jun 11 [cited 2023 Oct 6]; Available from: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2021/06/11/extended-reality-in-tourism-4-ways-vr-and-ar-can-enhance-the-travel-experience/?sh=538f925f82ff>
9. Dong C. The Biggest Travel Trends of 2024, According to Expedia Group's President. Travel+Leisure [Internet]. 2023 Nov 8; Available from: <https://www.travelandleisure.com/the-biggest-travel-trends-of-2024-according-to-the-president-of-expedia-group-8399182>

10. Cosmas A, Krishnan V. What AI means for travel—now and in the future [Internet]. McKinsey & Company. 2023 [cited 2023 Nov 10]. Available from: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/what-ai-means-for-travel-now-and-in-the-future>
11. Liu X, Mehraliyev F, Liu C, Schuckert M. The roles of social media in tourists' choices of travel components. *Tour Stud* [Internet]. 2020;20(1):27–48. Available from: <https://doi.org/10.1177/1468797619873107>
12. Saini H, Kumar P, Oberoi S. Welcome to the destination! Social media influencers as cogent determinant of travel decision: A systematic literature review and conceptual framework. *Cogent Soc Sci* [Internet]. 2023 Dec 31;9(1):2240055. Available from: <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2240055>
13. Wybrew A. Looking to travel more sustainably? Sweden, Finland and Austria are the places to go to. *Euronews* [Internet]. 2023; Available from: <https://www.euronews.com/travel/2023/08/22/looking-to-travel-more-sustainably-sweden-finland-and-austria-are-the-places-to-go-to>
14. Wu X, Tian Z, Guo J. A review of the theoretical research and practical progress of carbon neutrality. *Sustain Oper Comput* [Internet]. 2022;3:54–66. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666412721000453>
15. Ibnou-Laaroussi S, Rjoub H, Wong WK. Sustainability of green tourism among international tourists and its influence on the achievement of green environment: Evidence from North Cyprus. *Sustain* [Internet]. 2020;12(14). Available from: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/14/5698>
16. Etihad Airways. Etihad Greenliner programme [Internet]. 2023 [cited 2023 Nov 11]. Available from: <https://www.etihad.com/en-th/sustainability/sustainable-flight>
17. Mondal S, Samaddar K. Responsible tourism towards sustainable development: literature review and research agenda. *Asia Pacific Bus Rev* [Internet]. 2021 Mar 15;27(2):229–66. Available from: <https://doi.org/10.1080/13602381.2021.1857963>
18. Lubowiecki-Vikuk A, Dąbrowska A, Machnik A. Responsible consumer and lifestyle: Sustainability insights. *Sustain Prod Consum* [Internet]. 2021;25:91–101. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352550920304371>
19. Phillips M. Paintings, Projections, V.R. Starry Nights: Can We Ever Know van Gogh? *The New York Times* [Internet]. 2021 Jul 18; Available from: <https://www.nytimes.com/2021/07/18/arts/design/van-gogh-virtual-reality-immersive.html>
20. Li Z. ท่องแดนไทยถิ่นของอร่อย เทียบชุมชนวิถีคนตราด อาหารถูกปากสงวนัก [อินเทอร์เน็ต]. Michelin Guide. 2020 [อ้างถึง 12 พ.ย. 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://guide.michelin.com/th/th/article/features/gastronomy-journey-the-series-of-thailand-ep-7-cultural-feast-and-treats-at-trat>
21. Richards G. Cultural tourism: A review of recent research and trends. *J Hosp Tour Manag*. 2018;36:12–21.
22. Yodsurang P, Kiatthanawat A, Sanoamuang P, Kraseain A, Pinijvarasin W. Community-based tourism and heritage consumption in Thailand: An upside-down classification based on heritage consumption. *Cogent Soc Sci* [Internet]. 2022 Dec 31;8(1):2096531. Available from: <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2096531>
23. Gravari-Barbas M. What makes Paris being Paris? Stereotypes, simulacra and tourism imaginaries. *J Tour Cult Chang* [Internet]. 2019;17(1):27–41. Available from: <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1560765>
24. Pfalz L. What travelers should know about the Paris 2024 Olympics and Paralympics. *The Spokesman-Review* [Internet]. 2023 Nov 7; Available from: <https://www.spokesman.com/stories/2023/nov/07/what-travelers-should-know-about-the-paris-2024-ol/>
25. Gross S, Sand M. Adventure tourism: a perspective paper. *Tour Rev* [Internet]. 2020 Jan 1;75(1):153–7. Available from: <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0211>
26. Morton C. 28 Adventures to Travel For, From Glacier Chasing in Greenland to Sand Surfing in the Sahara [Internet]. *Condé Nast Traveler*. 2023 [cited 2023 Nov 13]. Available from: <https://www.cntraveler.com/gallery/adventures-to-have-in-a-lifetime>
27. “มาซูบิกซุ” ไม่ใช่ชื่อโบราณสถานบนยอดเขาสูงของเปรู ชีชาวโลกเรียกพัฒนามานกว่าร้อยปี. *BBC* [อินเทอร์เน็ต]. 2565; เข้าถึงได้จาก: <https://www.bbc.com/thai/international-60869035>
28. โบราณคดี : ไขปริศนาที่ตั้ง “มาซูบิกซุ” พบจวงโจวสร้างบนรอยเลื่อนแผ่นดินเปลือกโลก. *BBC* [อินเทอร์เน็ต]. 2562; เข้าถึงได้จาก: <https://www.bbc.com/thai/features-49871142>
29. Kazakov S, Oyner O. Wellness tourism: a perspective article. *Tour Rev* [Internet]. 2021 Jan 1;76(1):58–63. Available from: <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0154>
30. Han H, Kiatkawsin K, Jung H, Kim W. The role of wellness spa tourism performance in building destination loyalty: the case of Thailand. *J Travel Tour Mark*. 2018;35(5):595–610.
31. He M, Liu B, Li Y. Tourist Inspiration: How the Wellness Tourism Experience Inspires Tourist Engagement. *J Hosp Tour Res* [Internet]. 2021 Jun 24;47(7):1115–35. Available from: <https://doi.org/10.1177/10963480211026376>
32. Torres-Moraga E, Rodriguez-Sanchez C, Sancho-Esper F. Understanding tourist citizenship behavior at the destination level. *J Hosp Tour Manag* [Internet]. 2021;49:592–600. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677021001960>
33. Majeed S, Gon Kim W. Emerging trends in wellness tourism: a scoping review. *J Hosp Tour Insights* [Internet]. 2023 Jan 1; 6(2):853–73. Available from: <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2022-0046>
34. Altshuler A, Schmidt J. Why does resilience matter? Global implications for the tourism industry in the context of COVID-19. *Worldw Hosp Tour Themes*. 2021;13(3):431–6.
35. Han S, Yoon A, Kim MJ, Yoon JH. What influences tourist behaviors during and after the COVID-19 pandemic? Focusing on theories of risk, coping, and resilience. *J Hosp Tour Manag* [Internet]. 2022;50:355–65. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677022000365>
36. Prayag G. Tourism resilience in the ‘new normal’: Beyond jingle and jangle fallacies? *J Hosp Tour Manag* [Internet]. 2023;54:513–20. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677023000190>
37. Cagnano E, Staffieri S, Postma A. Understanding millennials' tourism experience: values and meaning to travel as a key for identifying target clusters for youth (sustainable) tourism. *J Tour Futur* [Internet]. 2018 Jan 1;4(1):31–42. Available from: <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0058>
38. Robinson VM, Schänzel HA. A tourism inflex: Generation Z travel experiences. *J Tour Futur*. 2019;5(2):127–41.
39. Harvey J, Guo W, Edwards S. Increasing mobility for older travellers through engagement with technology. *Transp Res Part F Traffic Psychol Behav* [Internet]. 2019;60:172–84. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S136984781830487X>
40. Ketter E. Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *J Tour Futur* [Internet]. 2020 Jan 1;7(2):192–6. Available from: <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0106>

ผลกระทบของ
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ไตรมาส 3 ปี 2566 ภาคการท่องเที่ยวยังคงเติบโตต่อเนื่องและยังคงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ แม้การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของชาวไทยจะลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 2 ของปี 2566 แต่พบว่าในไตรมาสนี้ ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลายประเทศ อาทิ จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 การใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติและชาวไทยมีมูลค่ารวม 545,213.79 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 8.14 จากไตรมาสก่อนหน้า และเติบโตร้อยละ 105.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวตั้งแต่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง จนถึงขนาดเล็ก ระดับชุมชน

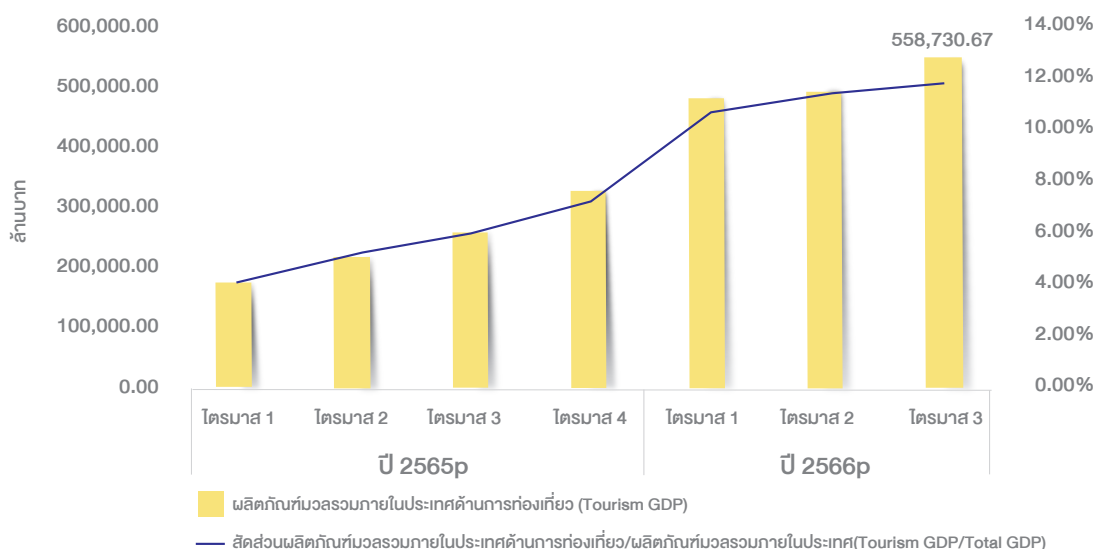
สะท้อนให้เห็นได้จากข้อมูลบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account หรือ TSA) ที่จัดทำขึ้นโดย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดบทบาทของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ รวมถึงยังได้สะท้อนให้เห็นถึงเม็ดเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของชาวต่างชาติและชาวไทยส่งผลต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และในไตรมาส 3 ของปี 2566 ผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทั้งทางตรงรวมกับทางอ้อม (Tourism direct and indirect Gross Domestic Product) ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศของทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย คิดเป็นมูลค่าประมาณ 558,730.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.10 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 109.68 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการ



ท่องเที่ยวในประเทศทั้งทางตรงรวมกับทางอ้อมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.58 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP/ Total GDP) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนหน้า ตามกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศที่ทยอยฟื้นตัว

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวที่เติบโตยังได้ก่อให้เกิดการจ้างงาน โดยในไตรมาสนี้ ภาคการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน 4.45 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.11 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมด ขณะที่ภาษีทางตรงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีมูลค่า 16,250.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.68 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 108.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) จำแนกไตรมาส



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือน กุมภาพันธ์ 2567

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม (Tourism direct and indirect Gross Domestic Product) พบว่า



ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product)

ในไตรมาส 3 ปี 2566 พบว่ามีมูลค่า 231,665.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.12 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 115.21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 ซึ่งมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.22 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ทั้งนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product) ในสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าผลผลิตมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การบริการโรงแรมและที่พัก การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การจำหน่ายสินค้าปลีกและของที่ระลึก การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศและกิจกรรมของตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวและบริการสำรองการท่องเที่ยว ซึ่งมีมูลค่าผลผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 73.99 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การบริการโรงแรมและที่พัก

มีมูลค่า 66,614.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 136.46 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยมูลค่าผลผลิตในธุรกิจโรงแรมและที่พักมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 28.75 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

โดยมูลค่าที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ และส่วนหนึ่งเป็นผลจากราคาห้องพักที่ปรับขึ้นจากข้อมูลของ ธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ในช่วงไตรมาส 3 ของปี 2566 ราคาห้องพักทั่วประเทศปรับสูงขึ้นถึงร้อยละ 40.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565

2. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม

มีมูลค่า 49,022.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 62.21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยมูลค่าผลผลิตในการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีสัดส่วนร้อยละ 21.16 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

ทั้งนี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติค่อนข้างมาก ดังจะเห็นได้จากสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ YouTube Facebook Instagram และ TikTok ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มีการนำเสนอคลิปวิดีโอแนะนำร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในไทย รวมถึงร้านอาหารข้างทาง หรือ Street food เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ และเป็นสิ่งที่ช่วยจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเดินทางไปตามหาร้านอาหารที่มีการกล่าวถึงในสื่อสังคมออนไลน์

นอกจากนี้ อาหารไทยยังติดอันดับโลกและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น สะท้อนให้เห็นได้จากเว็บไซต์ TasteAtlas ซึ่งเป็นเว็บไซต์อาหารที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก และอาหารไทยหลายประเภทถูกจัดอันดับเป็นอาหารที่ดีที่สุดในโลก อาทิ ผัดกะเพราของไทย ถูกจัดให้เป็นอันดับที่ 1 สำหรับอาหารประเภทผัดที่ดีที่สุดในโลก ขณะที่ ปาท่องโก๋ ติดอันดับที่ 5 ของหวานร้านข้างทาง Street food ที่ดีที่สุดในโลก และชาไทยเย็น ติดอันดับที่ 7 ของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ที่อร่อยที่สุดในโลกปี 2566 นอกจากนี้ยังมีอาหารไทยอีกหลายประเภทที่ติดอันดับโลกรวมถึงยังมีร้านอาหารที่ได้รับการรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียงระดับโลกอย่างมิชลิน ไกด์ ซึ่งร้านอาหารดังกล่าวเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในไทยจะต้องแวะเวียนไป

3. การจำหน่ายสินค้าปลีกและของที่ระลึก

มีมูลค่า 32,269.08 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 181.63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยมูลค่าผลผลิตในจำหน่ายสินค้าปลีกและของที่ระลึกมีสัดส่วนร้อยละ 13.18 ของมูลค่าผลผลิตทั้งหมดด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

อย่างไรก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่า มูลค่าการจำหน่ายสินค้าปลีกและของที่ระลึกยังไม่ฟื้นตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นในหลายประเทศ โดยปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากเรื่องของกำลังซื้อ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่จำกัดในนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ซึ่งจากผลสำรวจพฤติกรรมค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวของ Simon Kucher เดือนกรกฎาคม 2566 พบว่า ท่ามกลางเงินเพื่อที่ปรับตัวสูงส่งผลกระทบต่อประมาณการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และผลสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่จะปรับลดการใช้จ่ายในเรื่องของสินค้าของที่ระลึกมากที่สุด ขณะที่การใช้จ่ายด้านอาหารมีการปรับลดน้อยที่สุด

นอกจากนี้ การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่ลดลงยังเป็นผลมาจากพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนไป โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการใช้จ่ายเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยว การเก็บเกี่ยวประสบการณ์ระหว่างการเดินทาง และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



4. การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ

มีมูลค่า 13,499.47 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 195.51 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยมูลค่าผลผลิตในการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีสัดส่วนร้อยละ 5.83 ของมูลค่าผลผลิตทั้งหมดด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

กิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันราคาบัตรโดยสารเครื่องบินในประเทศปรับลดลงจากปีที่ผ่านมา ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวใช้บริการสายการบินในการเดินทางเพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้มูลค่าในธุรกิจขนส่งทางอากาศปรับตัวเพิ่มขึ้น จากข้อมูลของผู้ประกอบการสายการบินในประเทศ พบว่า ในไตรมาส 3 ปี 2566 ราคาบัตรโดยสารในประเทศเฉลี่ยปรับลดลงประมาณร้อยละ 2.0 จากไตรมาสก่อนหน้า

5. กิจกรรมของตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว

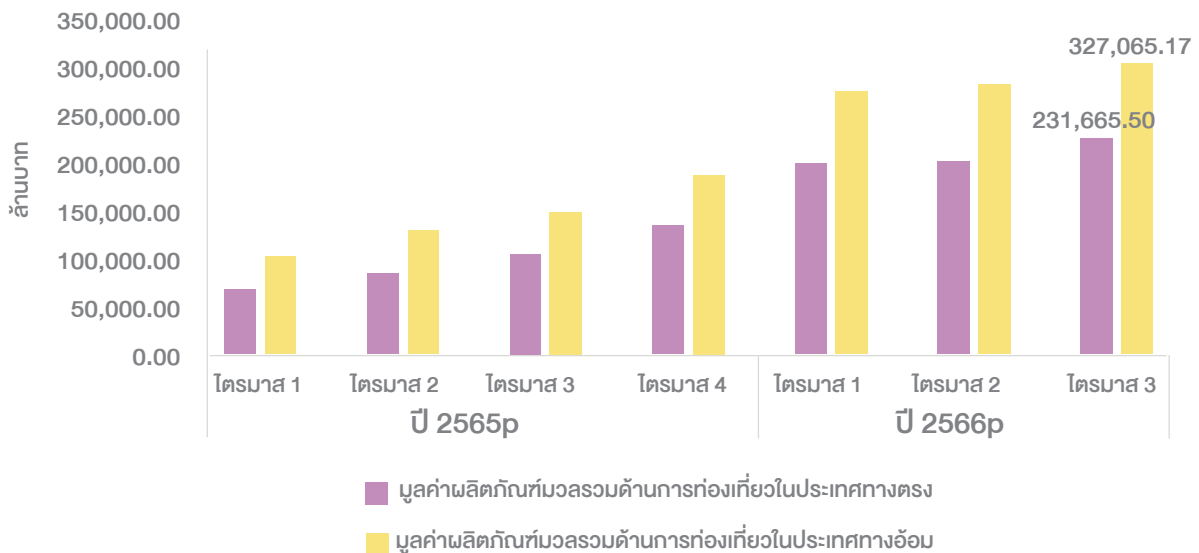
มูลค่า 10,012.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1,354.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 โดยมูลค่าผลผลิตในธุรกิจธุรกิจท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวมีสัดส่วนสูงร้อยละ 4.32 ของมูลค่าผลผลิตทั้งหมดด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด โดยมูลค่าธุรกิจท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น โดยได้รับปัจจัยบวกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไตรมาสนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศโดยปกติจะมีการซื้อบริการจองแพ็คเกจท่องเที่ยวในประเทศ

ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อม (Tourism indirect Gross Domestic Product)

ผลที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผลของการเชื่อมโยงการผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อเนื่องในห่วงโซ่ การผลิตร่วมกันไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ มีมูลค่า 327,065.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.40 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 105.94 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 ซึ่งมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.36 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ



มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงและทางอ้อม



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือน กุมภาพันธ์ 2567

ทั้งนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยมีความสำคัญกิจกรรมเศรษฐกิจของประเทศ แม้ว่าในภาพรวมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวส่งผ่านมายังกิจกรรมเศรษฐกิจในภาคการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวดีขึ้นตามลำดับ แต่การฟื้นตัวยังไม่ทั่วถึงและยังต่ำกว่าปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 ขณะที่มองไปข้างหน้า ภาคการท่องเที่ยวมีภาพของปัจจัยลบมากขึ้น โดยเฉพาะปัจจัยด้านลบที่มีผลต่อการฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ อาทิ การเติบโตของเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มชะลอตัว สถานการณ์สงครามระหว่างอิสราเอลและกลุ่มฮามาสที่ยังไม่ยุติ และการแข่งขันดึงดูดด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นอกจากนี้ พฤติกรรมและความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป อาทิ เทรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวที่เน้นการหาประสบการณ์และเรียนรู้ระหว่างการท่องเที่ยวอย่างการสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น รวมถึงเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการวางแผนและการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเองมากขึ้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่อง

ทั้งนี้ ภาครัฐคงจะต้องเตรียมมาตรการรองรับอย่างการมองไปในเรื่องของการเพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อคนต่อทริปเพิ่มขึ้นในกลุ่มที่มีกำลังซื้อ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องไปกับเทรนด์และความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มระหว่างการท่องเที่ยว อาทิ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารหรือ Gastronomy Tourism ซึ่ง ณ ขณะนี้ อาหารไทยกำลังเป็นที่นิยมและเป็นที่กล่าวถึงในระดับโลก ซึ่งการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่เฉพาะแต่เป็นการประชาสัมพันธ์อาหารไทย หรือร้านอาหาร แต่ควรมีการพัฒนาไปสู่ห่วงโซ่ของการผลิตอาหาร อาทิ การท่องเที่ยวเชิงวิถีการทำเกษตรกรรม การนำเสนออาหารพื้นบ้านตามวัฒนธรรมอาหารที่มีเอกลักษณ์ต่างกันในแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดขึ้น

ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

รายละเอียด	ปี 2565p					ปี 2566p		
	Q1P	Q2P	Q3P	Q4P	รวม2565P	Q1P	Q2P	Q3P
ค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว (รายได้จากการท่องเที่ยว) (Tourism Expenditure)	186,766.80	232,182.24	265,909.89	334,640.14	1,019,640.14	572,495.85	504,161.46	545,213.79
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	69.66	331.40	661.42	111.81	185.72	206.53	117.14	105.04
มูลค่าการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	42,299.55	778,798.02	108,121.16	148,576.15	377,944.88	362,185.77	294,285.46	341,669.94
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	99.71	354.53	371.63	261.17	268.17	753.21	273.47	216.01
มูลค่าการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวภายในประเทศ	144,317.25	153,384.22	157,788.73	186,063.99	641,554.19	210,310.08	209,876.00	203,543.85
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	62.47	320.41	1,215.12	59.23	152.42	45.73	36.83	29.00
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)	181,716.31	225,743.37	266,464.56	336,747.93	1,010,672.17	589,395.45	512,117.46	558,730.67
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	69.49	321.60	653.74	113.04	183.81	224.35	126.86	109.68
- ทางตรง	70,614.97	87,272.87	107,647.15	136,692.04	402,227.03	245,585.01	210,383.24	231,665.50
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	69.61	331.42	694.07	125.73	195.81	247.78	141.06	115.21
- ทางอ้อม	111,101.34	138,470.50	158,817.41	200,055.89	608,445.14	343,810.44	301,734.22	327,065.17
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	64.57	315.63	628.66	105.17	176.40	209.46	117.91	105.94
ภาษีจากการท่องเที่ยว (ทางตรง)	4,890.14	6,060.82	7,783.97	9,385.17	28,120.10	16,201.10	14,422.09	16,250.94
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	59.08	294.17	679.17	113.84	181.22	231.30	137.96	108.77
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP of the Country)*	4,286,186	4,213,739	4,337,270	4,533,041	17,370,236	4,518,804	4,332,825	4,442,251
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ด้านการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP / Total GDP)	4.24	5.36	6.14	7.43	5.82	13.04	11.82	12.58
- สัดส่วน TGDP ทางตรง / ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	1.65	2.07	2.48	3.02	2.32	5.43	4.86	5.22
- สัดส่วน TGDP ทางอ้อม/ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	2.59	3.29	3.66	4.41	3.50	7.61	6.96	7.36
การจ้างงานในด้านการท่องเที่ยว (Total Employment in TourismSector)	4,206,815	4,181,396	4,170,885	4,162,903	4,180,500	4,426,015	4,563,563	4,454,690
การจ้างงานทั้งหมด**	38,715,590	39,010,920	39,566,020	39,590,000	39,220,633	39,629,216	39,677,453	40,091,326
สัดส่วนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมด (ร้อยละ)	10.87	10.72	10.54	10.52	10.66	11.17	11.50	11.11

หมายเหตุ การประมวลผลชุดนี้ได้มีการปรับข้อมูลตามบัญชีประชาชาติของไตรมาสที่ 3 พ.ศ. 2565 ของสภาพัฒน์ฯ และยังมีการปรับปรุงแก้ไขย้อนหลัง ประกอบด้วย

1. แก้ไขสูตรการคำนวณ indirect economic impact ใหม่ให้ถูกต้องตามนิยามและวิธีการของ Input-Output analysis
2. การคำนวณค่า economic impact ช่วง พ.ศ. 2556-2557 ใช้ตาราง Tourism Input-Output table, producer price 2010 และ พ.ศ. 2558-ปัจจุบัน

ใช้ตาราง Tourism Input-Output table, purchaser price 2017

3. ตัวเลขรายการต่างๆของปี พ.ศ. 2564 ได้ปรับให้ตรงกับค่าเบื้องต้นของ TSA แล้วซึ่งข้อมูล TSA ชุดนี้มีการแก้ไขย้อนหลังถึงปี พ.ศ. 2563 ผลรวมรายไตรมาสของปีอาจต่างจากค่ารายปี เนื่องจากการปิดค่าทศนิยม

ที่มา

* ข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

** ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ



Tourism Thailand 2024

New High Resolution

ปี 2566 ภาคการท่องเที่ยวโลก เริ่มปรับตัวเข้าสู่สภาวะที่ใกล้เคียงกับปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะรายได้จากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ แตกต่างจากการท่องเที่ยวของไทย แม้ว่าจะฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ไม่สามารถเข้าสู่สภาวะที่ใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวไทยในปี 2562 ได้ อย่างไรก็ตาม จากการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และชาวไทยในปี 2566 พบว่า บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือประมาณ 25 - 27 ล้านคน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยว ยังต่ำกว่าเป้าเพียงเล็กน้อย

ท่ามกลางการเผชิญวิกฤตรอบด้านในปี 2566 ทั้งวิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตการเมืองระหว่างประเทศ วิกฤตพิบัติภัยธรรมชาติ ทำให้ผู้คนบนโลกจำเป็นต้องปรับตัวให้อยู่กับวิกฤต และเมื่อมองไปยังปีหน้า 2567 สัญญาณต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้เราต้องเตรียมพร้อมรองรับ เช่น

การจับสัญญาณการเลือกตั้งทั่วไปในหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อินเดีย รัสเซีย ไต้หวัน อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และสหราชอาณาจักร เป็นต้น โดยเฉพาะบทบาทของอินเดีย ประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก และกำลังเป็นประเทศมหาอำนาจใหม่ มีตลาดใหญ่ และเต็มไปด้วยแรงงานที่มีศักยภาพ มีความเป็นไปได้สูงมากที่อินเดียจะเป็นประเทศที่สามารถกำหนดระเบียบโลกใหม่ (New World Order) ภายใต้วิสัยทัศน์ New India

ในขณะเดียวกัน ปี 2567 เป็นปีที่มีมหกรรมกีฬาระดับโลก 2 มหกรรมใหญ่ คือ ฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2024 (2024 UEFA European Football Championship) หรือ ยูโร 2024 เป็นการแข่งขันครั้งที่ 17 จัดขึ้นที่ประเทศเยอรมนี ระหว่างวันที่ 14 มิถุนายน - วันที่ 14 กรกฎาคม 2567 ต่อด้วยกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อน 2024 หรือเป็นที่รู้จักกันในชื่อ ปารีสโอลิมปิก 2024 เป็นมหกรรมกีฬาแห่งสันติภาพ จัดขึ้นท่ามกลางไฟสงคราม และการเมืองโลกระหว่างวันที่ 26 กรกฎาคม - วันที่ 11 สิงหาคม 2567 เป็นการฉลองครบรอบ 100 ปีที่กรุงปารีส เคยเป็นเจ้าภาพ เมื่อปี 1924 จากข้อมูลที่น่าสนใจในอดีต พบว่าโอลิมปิกมิวนิก 1972 กลุ่ม Black September จับตัวนักกีฬาอิสราเอล 9 คน และสังหารในเวลาต่อมา ดังนั้น ปารีส 2024 จึงมีความพยายามที่จะวางแผนด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างรัดกุมที่สุด และคาดเดาได้ว่า ในปี 2567 นักเดินทางทั่วโลก จะมุ่งเดินทางไปชม และ เชียร์ เกมกีฬาทั้ง 2 อาจทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทย ลดน้อยลงในช่วงการแข่งขันกีฬา

ภูมิภาคเอเชีย จะเป็นภูมิภาคที่มีประชากรมีเลนเนียมากที่สุดในโลก และจะเป็นกลุ่มคนที่ถือพาสปอร์ต 2 สัญชาติ และเป็นกลุ่มที่สามารถเชื่อมโยงค่านิยม ทศนคติ กับกลุ่มย่อยอื่น ทั้งกลุ่ม Gen x, Gen Z และ Gen Alpha จนเกิดเป็นกลุ่มย่อยที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น Gen x + Millennial = Xennials หรือ กลุ่ม Millennial + Gen Z = Zennials หรือ กลุ่ม Gen Z + Gen Alpha = Zalphas เป็นต้น การเกิดกลุ่มย่อยในลักษณะนี้ มีสัญญาณในช่วงปี 2565-2566 และคาดว่า ในปี 2567 กลุ่มย่อยดังกล่าวจะมีจำนวนมากขึ้น



ในปี 2567 เป็นปีที่เกิดกลุ่มผู้เร่ร่อนทางดิจิทัล หรือ Digital Nomads มากถึง 1,000 ล้านคนทั่วโลก และเริ่มจะมีการนำเสนอธุรกิจที่ตอบโจทย์กลุ่มนี้ เช่น Insurance for Digital Nomads คุ้มครองสุขภาพ สายตา ทันตกรรม การตั้งครรภ์ และคลอดบุตร ส่วนด้านการท่องเที่ยว ก็จะเกิด Co working Space Hotel หรือการออกแบบเก้าอี้บนเครื่องบิน ให้มีลักษณะเป็น Co working Space ถ้าเครื่องบินจะขึ้นหรือลง สามารถปรับเก้าอี้ให้หันไปข้างหน้าได้ เพื่อความปลอดภัย

ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม และการเตรียมพร้อมสำหรับภาวะฉุกเฉิน ด้านสภาพแวดล้อมถูกสอดแทรกในทุกมิติ มีการขับเคลื่อนอย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรม เช่นการผลักดันเรื่อง เทคโนโลยีสะอาด (cleantech) และการเพิ่มทักษะสีเขียว (Green Skills) รวมถึง การรณรงค์ Nature First ความกล้าหาญของการพัฒนาความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ นอกจากจะแทนที่แรงงานมนุษย์แล้ว ยังสามารถทำนายแนวโน้มและ ความนิยมของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ

เพื่อให้การท่องเที่ยวไทย พัฒนาและก้าวหน้าไปอย่างมีคุณภาพ และเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงวิเคราะห์สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในปีหน้า ทั้งมิติการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และที่สำคัญ คือ การวางน้ำหนักความสนใจ ไว้ที่การจับสัญญาณความต้องการของผู้บริโภค ทิศทางในอนาคต เพื่อมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยว การกำหนด เป้าหมายท่องเที่ยวในปี 2567 คือ รายได้จากการท่องเที่ยว 3.5 ล้านล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.5 ล้านล้านบาท และ นักท่องเที่ยวชาวไทย 1 ล้านล้านบาท โดยเป้าหมายนี้ ถือได้ว่าเป็น New High นับตั้งแต่ปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนเกิดการระบาดของ โรคโควิด-19 กลยุทธ์หลักที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งปณิธานไว้ คือ กลยุทธ์ PASS คือ P-Partnership ประสานความร่วมมือกับพันธมิตร รอบทิศอย่างมีประสิทธิภาพ A-Accelerate Access to Digital World ผลักดันการพัฒนาด้วยฐานข้อมูลและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ S-Sub Culture movement ลงลึกกลุ่มวัฒนธรรมย่อย S-Sustainable Now ผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน ทั้งนี้ อาจจะใช้กระแสความสนใจในเรื่องกีฬา ซึ่งอยู่ในความสนใจอยู่แล้ว มาส่งเสริมการท่องเที่ยว น่าจะหวังผลได้ รวมทั้งการวิเคราะห์ตลาด อินเดียเชิงลึก ซึ่งน่าจะเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง นอกเหนือจากการ เจาะกลุ่มแต่งงานเท่านั้น

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ปีที่ 5 ฉบับที่ 1/2567

ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 7.09 ล้านคน และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย 45.05 ล้านคน-ครั้ง ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว มูลค่า 0.55 ล้านล้านบาท มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) 0.56 ล้านล้านบาท เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 4.45 ล้านคน



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ล้านคน)								
2564	2565P					2566P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
0.51	11.07	0.49	1.56	3.58	5.43	6.52	6.44	7.09
-92.41	2,066.39	1,173.06	4,408.32	5,341.51	1,360.14	1,237.43	311.41	97.89



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวไทยภายในประเทศ (ล้านคน-ครั้ง)								
2564	2565P					2566P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
53.03	151.45	28.78	36.77	38.67	47.22	45.44	45.34	45.05
-45.14	185.60	67.51	395.93	1,170.80	86.01	57.85	23.30	16.50



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

ค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว (ล้านล้านบาท)								
2564	2565P					2566P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
0.36	1.02	0.19	0.23	0.27	0.33	0.57	0.50	0.55
-59.78	185.72	69.66	331.40	661.42	111.81	206.53	117.14	105.04



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

การจ้างงานด้านการท่องเที่ยว (ล้านคน)								
2564	2565P					2566P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
3.98	4.18	4.21	4.18	4.17	4.16	4.43	4.56	4.45
1.92	4.92	0.48	-0.80	11.40	9.77	5.21	9.14	6.8



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) (ล้านล้านบาท)								
2564	2565P					2566P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
0.36	1.01	0.18	0.23	0.27	0.34	0.59	0.51	0.56
-60.51	183.81	66.49	321.60	653.74	113.04	224.35	125.86	109.68



สถานการณ์เศรษฐกิจการท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 3 ปี 2566p

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)

■ มูลค่า Tourism GDP — % (QoQ)

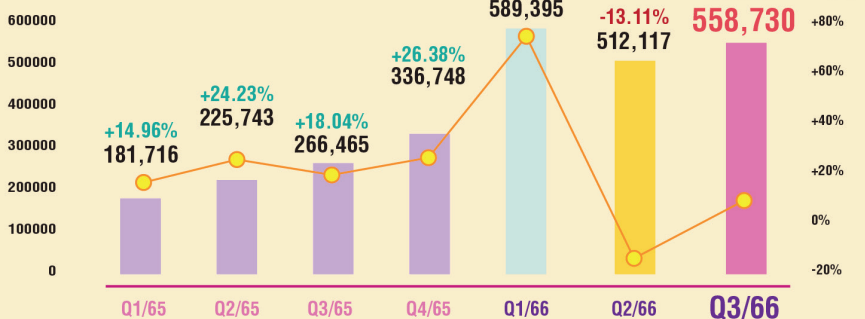
558,730 MILLION BAHT
ล้านบาท

TOURISM GDP

$\frac{\text{Tourism GDP}}{\text{Total GDP}} = 12.58\%$

GDP ประเทศ : 4,442,251 ล้านบาท

มูลค่า Tourism GDP
หน่วย : ล้านบาท



มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

มูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมด = มูลค่าการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ + มูลค่าการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

545,214 MILLION BAHT ล้านบาท
Y-o-Y +105.04%

= **341,670** MILLION BAHT ล้านบาท
Y-o-Y +216.01%

+ **203,544** MILLION BAHT ล้านบาท
Y-o-Y +29.00%

มูลค่าการผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมฯ ด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) = มูลค่าทางตรง (Tourism Direct GDP) + มูลค่าทางอ้อม (Tourism Indirect GDP)

558,730 MILLION BAHT ล้านบาท
Y-o-Y +109.68%

= **231,665** MILLION BAHT ล้านบาท
Y-o-Y +115.21%

+ **327,065** MILLION BAHT ล้านบาท
Y-o-Y +105.94%

การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4.45 ล้านคน
คิดเป็น 11.11% ของการจ้างงานทั้งหมด
การจ้างงานทั้งหมด 40.09 ล้านคน

ภาษีทางตรงจากการท่องเที่ยว

16,251 ล้านบาท
Y-o-Y +108.77%

สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด 5 อันดับแรก

1 **66,615** MILLION BAHT ล้านบาท
การบริการโรงแรมและที่พัก
Y-o-Y +136.46%

2 **49,023** MILLION BAHT ล้านบาท
การบริการอาหารและเครื่องดื่ม
Y-o-Y +62.21%

3 **32,269** MILLION BAHT ล้านบาท
การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศ
Y-o-Y +181.63%

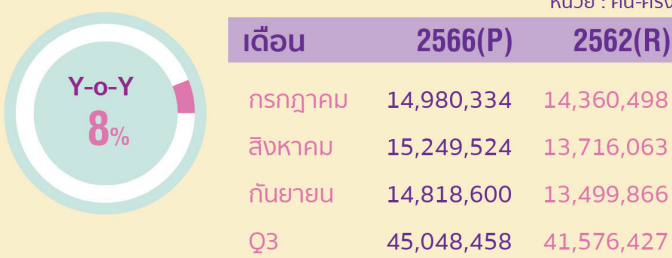
4 **13,499** MILLION BAHT ล้านบาท
การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ
Y-o-Y +195.51%

5 **10,012** MILLION BAHT ล้านบาท
การบริการด้านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว
Y-o-Y +1,354.56%

หมายเหตุ : การผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกออกเป็น 12 สาขา

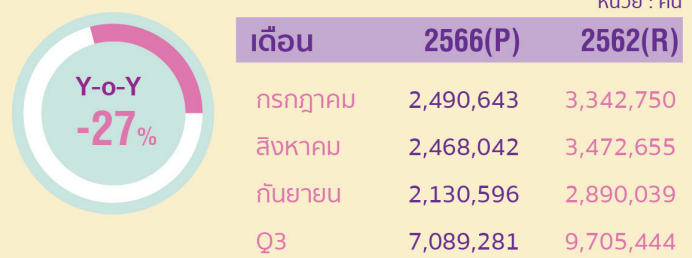
สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย

หน่วย : คน-ครั้ง



สถานการณ์ท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย

หน่วย : คน



หมายเหตุ : p ข้อมูลเบื้องต้น ณ วันที่ 31 มกราคม 2567
ผลรวมรายไตรมาสของปีอาจต่างจากค่ารายปี เนื่องจากการปิดค่าทศนิยม

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



**กลุ่มวิจัยและพัฒนาวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**

เลขที่ 4 ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร 10100
โทรศัพท์ : 0-2283-1681

ภายใต้โครงการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

