

TOURISM ECONOMIC

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว **REVIEW**

ปีที่ 6 ฉบับที่ 1/2568



FOOD WASTE AND SUSTAINABILITY

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 3/2567

ISSN 2697-5513



9 772697 551004 >



TOURISM **ECONOMIC**

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว **REVIEW**



8



48



62

สารบัญ

ปีที่ 6 ฉบับที่ 1/2568

6 2024 THE JOURNEY BASED ON TRUE STORIES.

8 ภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวโลก

- 13 - **TOURISM SIGNAL 1** EXPERIENCE EXPECTATION
การจับสัญญาณเทรนด์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและจินตนาการใหม่
เชิงกลยุทธ์สำหรับท่องเที่ยวไทย
- 14 - **TOURISM SIGNAL 2** NIGHT TIME TOURISM NIGHT TIME ECONOMY
ท่องเที่ยวยามค่ำคืน ที่ไม่ใช่เที่ยวกลางคืน
- 14 - **TOURISM SIGNAL 3** WELL-TOPIA, WELLNESS TOURISM : FUTURE
IS YESTERDAY ท่องเที่ยวเทรนด์สุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี ทำแล้ว ทำอยู่ ทำต่อ
- 16 - **TOURISM SIGNAL 4** BLUE ZONE DESTINATIONS เทรนด์บลูโซน
สร้างจินตนาการใหม่ในพื้นที่เดิม
- 18 - **TOURISM SIGNAL 5** AI FOR ALL / ALL FOR AI
- 19 - **TOURISM SIGNAL 6** EVENTS TOURISM VS EVENTFUL ECONOMY
- 20 - ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

22 สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย

- 23 สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 3 ปี 2567
- 30 สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ภาพรวมราย 9 เดือนแรก ปี 2567
- 34 สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในไตรมาส 3 ปี 2567
- 42 สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศ ภาพรวมราย 9 เดือนแรก ปี 2567
- 46 สถานการณ์อัตราเข้าพักในไตรมาส 3 ปี 2567
- 47 สถานการณ์อัตราเข้าพัก ภาพรวมราย 9 เดือนแรก ปี 2567

48 " FOOD WASTE AND SUSTAINABILITY "

ขยะอาหาร และความยั่งยืน

62 ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

68 บทสรุป

คณะที่ปรึกษา

นายสรวงศ์ เกียนทอง
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นางสาวนันทริยา ทวีวงศ์
ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นางสาววนิดา พันธสอาด
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

บรรณาธิการอำนวยการ

นางสาววนิดา พันธสอาด
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

2567 จุดเริ่มต้น ของการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยกำลังจะก้าวผ่านปี 2567 ปีที่สถานการณ์โลกมีปรากฏการณ์ที่สำคัญมากมาย เป็นปีที่ได้รับ การกล่าวขานว่า ปีแห่งการเลือกตั้งโลก ผลจากการเลือกตั้งในหลาย ประเทศ สะท้อนเรื่องทิศทางเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งเต็มไปด้วย โอกาสและความเสี่ยง สำนักเศรษฐกิจชั้นนำหลายสำนักชี้ว่า ปี 2567 เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ผลการเลือกตั้ง ในปีนี้ ทำให้คาดการณ์ได้ถึงตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อรูปแบบและ การใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของประชาชน เช่น นโยบายการเงิน/ การค้า ส่งผลต่อ อัตราดอกเบี้ย และภาวะเงินเฟ้อ ส่วนนโยบายทาง การเมือง/การทหาร ส่งผลต่อภาวะสงครามที่อาจรุนแรง และขยายตัว ในหลายพื้นที่

อย่างไรก็ตาม ในปี 2567 ยังเป็นปีที่สถานการณ์ระดับโลก เกิดปรากฏการณ์วิกฤตซ้อนวิกฤต (Polycrisis Phenomenal World) ที่ชัดเจนมากขึ้น แต่จากการติดตามความเคลื่อนไหวด้านสถานการณ์ การท่องเที่ยวทั้งในระดับโลกและประเทศไทย กลับพบสัญญาณ การฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง สัญญาณนี้สะท้อนถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่สามารถปรับตัวกับวิกฤตที่เผชิญอยู่ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่ากังวล สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย คือ สภาวะการแข่งขันของ ประเทศคู่แข่งที่พัฒนาและยกระดับขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานและสมรรถนะของบุคลากร ประกอบกับแนวทางและกิจกรรมเชิงการตลาดที่ใช้ในการดึงดูด นักท่องเที่ยว ล้วนมาจากข้อมูลเชิงลึกที่มาจากการวิจัยผนวกกับ

การใช้จินตนาการเชิงกลยุทธ์ โดยจินตนาการเชิงกลยุทธ์ในโลกปัจจุบัน คือ ทักษะในการออกแบบ กลยุทธ์ที่เชื่อมโยงทั้งข้อมูลเชิงความรู้ ผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ ผสานกับจินตนาการ และแรงบันดาลใจ โดยกลยุทธ์ที่นำเสนอจากกระบวนการเหล่านี้ ล้วนเป็นกลยุทธ์ ที่แปลกใหม่ เข้าถึงง่ายไม่ซับซ้อน หลีกเลียงวิธีคิดแบบสำเร็จรูป หรือการทำตามตำราในทฤษฎีการตลาด

สำหรับรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้ นอกจาก จะนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์ท่องเที่ยวไทย ผลทาง เศรษฐกิจและการจ้างงานช่วงไตรมาส 3 และช่วง 9 เดือนแรก ของปี 2567 แล้ว ยังนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการจับสัญญาณเทรนด์ การท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และบทความเชิงวิชาการเรื่อง **“ขยะอาหาร การท่องเที่ยวและความยั่งยืน”** ผู้อ่านจะได้ตระหนักรู้ว่า การส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร มาพร้อมกับ **“ขยะอาหาร”** ที่จำเป็นต้อง ได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม ในขณะเดียวกัน บทความนี้ ยังนำเสนอกรณีศึกษาด้านการบริหารจัดการขยะอาหารในญี่ปุ่น ฮองกง มาเลเซีย เวียดนาม และ สิงคโปร์

ทีมบรรณาธิการหวังว่ารายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ฉบับนี้ จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ผู้อ่านได้รับทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการต่อยอด ขยายผลในข้อมูลอาจจะ ขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อมของแต่ละท่าน อย่างไรก็ตาม สำหรับ ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุง การแก้ไข และข้อมูลที่ผู้อ่านสนใจ ทีมบรรณาธิการยินดีและพร้อมรับฟังตลอดเวลา

กลุ่มวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
ธันวาคม 2567

2024

THE JOURNEY BASED ON TRUE STORIES.

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เดินทางผ่านไตรมาสที่ 3 และอีกไม่นานจะสิ้นสุดไตรมาสสุดท้ายของปี 2567 ผลจากการผลักดันงานในทุกช่วงเวลา สะท้อนผ่านตัวชี้วัด ภายใต้กระบวนการประเมินอย่างรอบด้าน สำหรับรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Tourism Economic Review) ฉบับนี้ นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวไตรมาส 3 และ สถานการณ์ท่องเที่ยวช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567

Tourism Thailand Situation

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางท่องเที่ยวไทยมีจำนวน 26.09 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ปัจจัยสนับสนุนการเติบโตที่สำคัญ คือ การดำเนินนโยบายมาตรการวีซ่าฟรีถาวรเพื่อการท่องเที่ยว ทำงานหรือการติดต่อธุรกิจระยะสั้น และขยายระยะเวลาพำนักในไทย สำหรับชาวต่างชาติที่ได้รับวีซ่าฟรีจากไม่เกิน 30 วัน เป็นไม่เกิน 60 วัน จำนวน 93 ประเทศ/ดินแดน เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่ 57 ประเทศ/ดินแดน นอกจากนี้ ยังมีประเทศที่ได้รับการยกเว้นการตรวจลงตรา และพำนักในไทยได้น้อยกว่า 60 วัน อีก 6 ประเทศ/ดินแดน ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2567

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศ พบว่าในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวน 148.03 ล้านคน-ครั้ง เติบโตร้อยละ 5.27 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ตลาดไทยเที่ยวไทยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงมาตรการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด ได้แก่

1. มาตรการหักลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา สำหรับค่าใช้จ่ายด้านบริการที่พัก และค่าบริการจากการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท

2. มาตรการหักลดหย่อนภาษีนิติบุคคล สำหรับรายจ่ายการจัดอบรม จัดสัมมนาในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรองและเมืองท่องเที่ยวหลัก

สถานการณ์ด้านการเข้าพักในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 พบว่า สถานพักแรมในประเทศมีอัตราการเข้าพักโดยรวมเท่ากับร้อยละ 71.26 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.47 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกภูมิภาค เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักรายภูมิภาค พบว่า กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 78.75 ภาคใต้ ร้อยละ 76.69 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 62.53 ภาคกลาง ร้อยละ 62.16 และภาคเหนือ ร้อยละ 61.97 อัตราการเข้าพักในภาคเหนือที่เติบโตชะลอตัว ส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยเรื่องน้ำท่วมหลายพื้นที่ภาคเหนือตอนบนในช่วงไตรมาส 3 ของปี 2567 อาทิ น่าน เชียงราย พะเยา และเชียงใหม่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

นอกจากรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วง 9 เดือนแล้ว รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้ ยังนำเสนอบทความ 2 เรื่อง คือ เทรนด์การท่องเที่ยวในอนาคต และ ชยะอาหาร การท่องเที่ยว และความยั่งยืน ซึ่งบทความเทรนด์การท่องเที่ยวในอนาคตนั้น เสนอ 6 สัญญาณเทรนด์การท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ Experience Expectation, Night Time Tourism, Well-topia, Blue Zone Destination, AI for All / All for AI และ Event Tourism

ส่วนบทความเรื่อง ชยะอาหาร การท่องเที่ยวและความยั่งยืน นำเสนอเกี่ยวกับ ชยะอาหารที่มาพร้อมการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วไป และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งชยะอาหารที่มาจากรูทกิจโรงแรม และธุรกิจร้านอาหารทั่วไป โดยบทความนี้นำเสนอข้อเสนอแนะ เพื่อจัดการปัญหาชยะอาหารอย่างยั่งยืนสำหรับประเทศไทย โดยยกกรณีศึกษาการบริหารจัดการชยะอาหารใน 5 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม และฮ่องกง



Policy Brief

นอกจากข้อมูลที่น่าสนใจในรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว ยังมีแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งมอบหมายไว้ ดังนี้

- ผลักดันการท่องเที่ยวและกีฬาให้ก้าวสู่ระดับโลก ภายใต้แผนระยะเร่งด่วนและระยะยาว เพื่อพัฒนาศักยภาพของประเทศในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยวและกีฬาระดับนานาชาติ
- ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลายมิติ โดยเน้นการอำนวยความสะดวกเรื่องการตรวจลงตราสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ
- กระจายการท่องเที่ยวไปยังเมืองนำเที่ยวผ่านแคมเปญต่าง ๆ
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่ช่วยสร้างเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) ตั้งเป้าให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพและผู้สูงอายุ เนื่องจากประเทศไทยได้เปรียบในด้านการบริการที่เป็นเลิศ
- เน้นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม หรือ Low Carbon Tourism โดยสนับสนุนโรงแรม 5 ดาว ให้ดำเนินการด้านนี้
- ปรับปรุง MOU ที่ล้ำสมัย และปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเรือสำราญ



2024 The Journey based on True Stories

สรุปเหตุการณ์สำคัญในประเทศตลอดปี 2567 ที่ส่งผลต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

เดือน	เหตุการณ์
มกราคม	1. เปิดบริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู 2. พบรอยเท้าไดโนเสาร์ที่เพชรบูรณ์
กุมภาพันธ์	1. UNESCO รับรอง “สงกรานต์” เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้
กรกฎาคม	1. กีฬาโอลิมปิกฤดูร้อนที่ปารีส ระหว่าง 26 กรกฎาคม - 11 สิงหาคม 2567 2. UNESCO ประกาศขึ้นทะเบียน อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม
สิงหาคม	1. น้ำท่วมภาคเหนือ 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ใช้ หมีเนย โปรโมทการท่องเที่ยว
กันยายน	1. ปรากฏการณ์ หมูแดง อีโปโปเตมัสเพศเมีย จาก สวนสัตว์เปิดเขาเขียวจังหวัดชลบุรี 2. ผ่านกฎหมายสมรสเท่าเทียม 3. นำเสนอแนวคิด สถานบันเทิงครบวงจร
พฤศจิกายน	1. UNESCO ยกย่องทำอาภาคารยานสุวรรณภูมิ เป็นทำอาภาคารยานที่สวยงาม 1 ใน 6 ของโลก
ธันวาคม	1. UNESCO ขึ้นทะเบียน ดมย้ากุ่ม เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ 2. น้ำท่วมภาคใต้ 3. กทม.ประกาศเตือนภัย ฝุ่น PM 2.5



ภาพรวม สถานการณ์ท่องเที่ยวโลก

เทรนด์การท่องเที่ยวไทยในอนาคต

Tourism Trends For Future Thailand Tourism



บทนำ

จากรายงานสถานการณ์ของสภาเศรษฐกิจโลก Global Risks Report 2023 ของ World Economic Forum (WEF) ชี้ว่า โลกอยู่ในยุคแห่งวิกฤตหลากหลายมิติ หรือ วิกฤตซ้อนวิกฤต (Polycrisis age) ซึ่ง WEF จำแนกวิกฤตออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ (Economic Crisis Dimension) มิติด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical Crisis Dimension) มิติด้านสังคม (Societal Crisis Dimension) มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Crisis Dimension) และมิติด้านเทคโนโลยี (Technological Crisis Dimension) ปรากฏการณ์วิกฤตซ้อนวิกฤต หมายถึง การรวมตัวกันของวิกฤตเชิงระบบที่มีความเชื่อมโยงและเสริมสร้างผลกระทบซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อธรรมชาติและสังคมในระดับโลก นอกจากนี้ยังส่งผลเสียหลายครั้งสำคัญต่อโครงสร้างพื้นฐาน ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้คน โดยกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งครอบคลุมในส่วนของรูปแบบการเดินทางและการใช้เวลาว่าง

บริบทสุดท้ายที่สำคัญ คือ การพัฒนาและความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการอพยพครั้งใหญ่ (The Great Migration) ในช่วงปี 2563-2567 ถือว่าเป็นประวัติศาสตร์หน้าใหม่ที่มีผลกระทบของการท่องเที่ยวระยะยาว (Long-Term Travel) การอพยพครั้งใหญ่เกิดขึ้นจากหลายปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการย้ายถิ่น เช่น ความขัดแย้งทางการเมืองและเศรษฐกิจ ปัจจัยเรื่องการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้เกิด

การย้ายถิ่นเพื่อความปลอดภัย หรือ เพื่อกลับไปอยู่กับครอบครัว รวมถึงการย้ายถิ่นแบบย้อนกลับ คือ การเดินทางกลับประเทศที่เป็นบ้านเกิด ทั้งนี้ รวมถึงกลุ่มการอพยพของแรงงานระยะไกลที่เลือกทำงานจากสถานที่ท่องเที่ยวหรือ Digital Nomad

สำหรับการย้ายถิ่นในยุคใหม่ นอกจากแรงจูงใจด้านเศรษฐกิจ การหางานทำ และความปลอดภัยแล้ว แนวโน้มการย้ายถิ่นจากสาเหตุเกี่ยวกับสภาพอากาศเปลี่ยนแปลงเริ่มมีสูงขึ้น อัตราเพิ่มขึ้น ของการย้ายถิ่นจากพื้นที่ที่มีอากาศร้อน สู่พื้นที่ที่มีอากาศเย็นเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น พร้อม ๆ กับการย้ายถิ่นด้วยเหตุผลอื่น ๆ เช่น เรื่องค่านิยมทางการเมือง เรื่องสิทธิการทำแท้ง รวมถึง อัตราการย้ายถิ่นเนื่องจาการสนิยมทางเพศ อัตลักษณ์ และการแสดงออกด้านความหลากหลายทางเพศ (Sexual Orientation, Gender Identity of Expression: SOGIE)

การเดินทางท่องเที่ยว นับว่าเป็นการย้ายถิ่นในลักษณะชั่วคราว แต่ในอนาคตอันใกล้นี้ รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวเริ่มมีการให้คำนิยามใหม่ ตามกระแสสังคมที่ปรับเปลี่ยนไป

ดังนั้น การจับสัญญาณแนวโน้มในอนาคต กับการออกแบบอนาคตการท่องเที่ยวของไทย นับว่าเป็นเรื่องที่ต้องใช้จินตนาการชุดใหม่ ควบคู่กับการประเมินเรื่องความได้เปรียบเสียเปรียบ และที่สำคัญ การวางน้ำหนักความสำคัญไว้กับนักท่องเที่ยวในฐานะเจ้าของบ้านด้วย

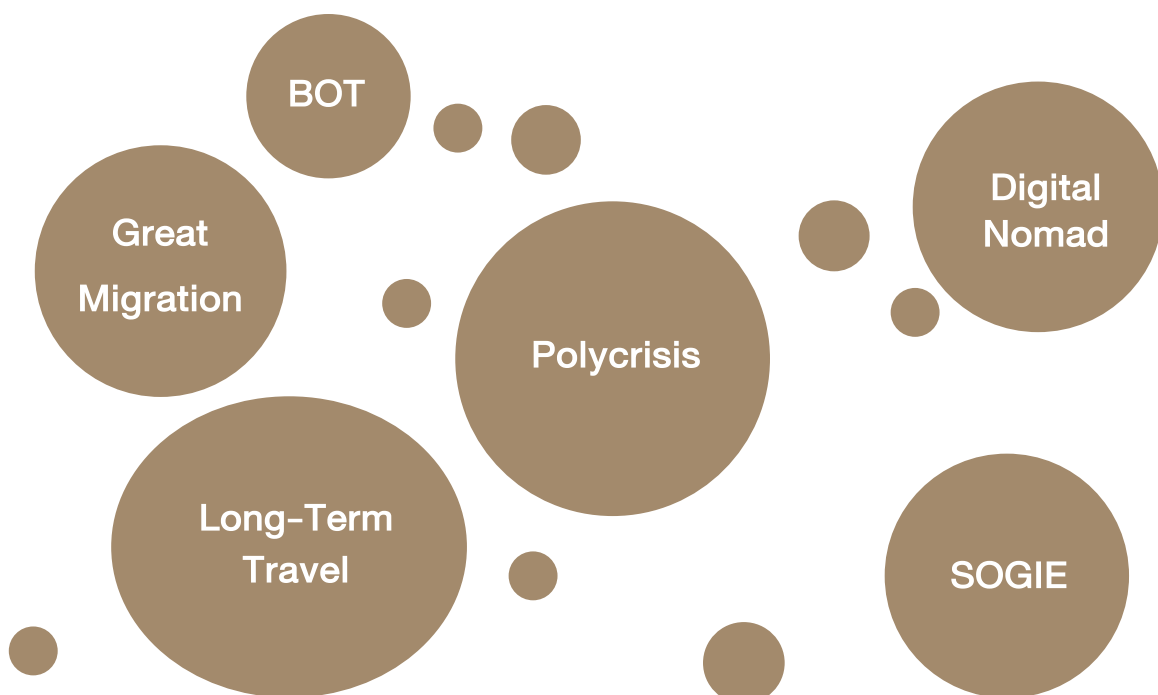


การติดตามแนวโน้มโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในอัตราความเร็ว ชั่ว ที่แตกต่างกัน การเกิดขึ้นของกฎเกณฑ์ภายใต้ระเบียบโลกใหม่ (New World Order) ก่อให้เกิดวัฒนธรรมการใช้ชีวิตแบบใหม่ รูปแบบการทำงานเริ่มมีการเปลี่ยนเป็นการทำงานระยะไกล (Remote Workers) ให้ความสำคัญกับชุดของทักษะใหม่ ๆ (New Skills Set) ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สังคมที่ปรับเปลี่ยนไปก่อให้เกิด ระบบเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับพฤติกรรมคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะพัฒนาไปสู่การเป็น Smart Nation ในทางกลับกัน อัตราการเกิดปัญหาเรื่องความมั่นคงทางไซเบอร์ ก็ทวีความรุนแรงเช่นกัน

บริบทแวดล้อมในสังคมโลกที่กำลังมาข้างหน้า ส่งผลต่อสังคมไทย รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่ต้องเผชิญกับความท้าทายที่แหลมคม รวมทั้งการผนวกประเด็นเรื่องความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงทรัพยากร การเข้ามาของแรงงานข้ามชาติ และ

การก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัย ประกอบกับความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวไทยในอดีตที่ผ่านมา กับการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่พัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว

ดังนั้น ในระยะต่อไป การออกแบบอนาคตการท่องเที่ยวไทย จึงเป็นสิ่งจำเป็น และต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน เนื่องจากจำนวนปัจจัยแวดล้อมมีมากขึ้น ซับซ้อนขึ้น และประเทศคู่แข่งมีจำนวนมากขึ้น ในบทความนี้ จะนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการจับสัญญาณสิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต (Future Scanning) โดยการนำเสนอบทวิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยวและการติดตามความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น (Tourism Trends Analysis & Monitoring) รวมทั้งการนำเสนอฉากทัศน์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Scenario) ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้น



ภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวโลก

The World Economic Forum ได้รายงานดัชนีการพัฒนาการท่องเที่ยวและการเดินทางของปี 2024 (Travel & Tourism Development Index 2024 : TTDI) โดยคาดการณ์ว่า ภาคการท่องเที่ยวและบริการยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยแรงหนุนจากอุปสงค์ที่เกิดจากการที่ผู้บริโภคลดการใช้จ่ายใช้สอยลง (Pent Up Demand) ในช่วงโควิด-19 และการยกเลิกข้อจำกัดการเดินทางของตลาดเอเชีย ปัจจุบันเหล่านี้ ส่งผลต่อการเติบโตด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ ของโลก ประกอบกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและภูมิรัฐศาสตร์โลกแต่อย่างไรก็ตามภาพรวมความต้องการในการเดินทางของนักท่องเที่ยวยังคงแข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง

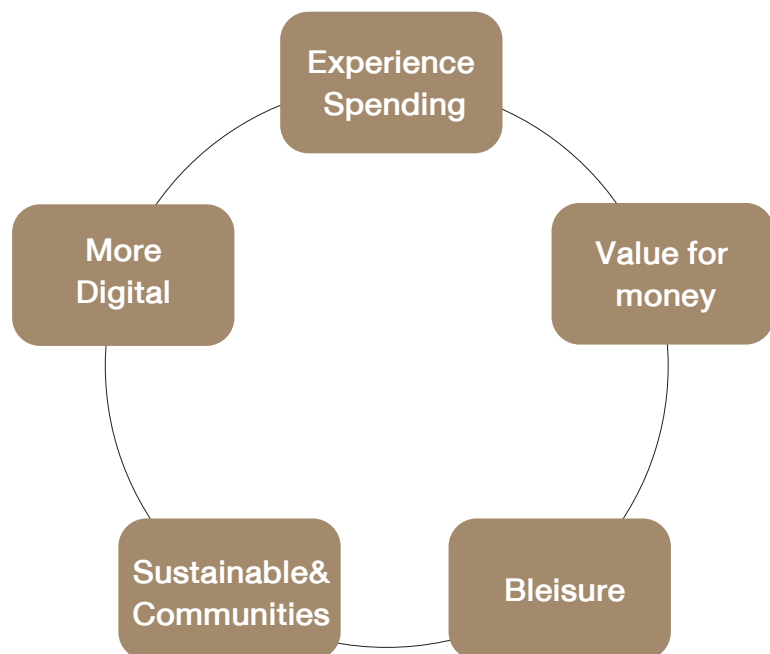
รายงาน "Travel Trends 2024: Breaking Boundaries" โดย Mastercard Economics Institute วิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยวในปี 2567 โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากไตรมาสแรกของปี 2567 ระบุว่า การใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของผู้บริโภคยังคงแข็งแกร่ง ในขณะที่ปริมาณการเดินทางยังคงเติบโตเช่นกัน นักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยขยายระยะเวลาท่องเที่ยวออกไปอีก 1 วัน เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปี 2566 เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่นำเสนอประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง (Unique Experience) นักท่องเที่ยวต้องการอิสระในการจองการเดินทาง และแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับระบบดิจิทัล ความคุ้มค่าของเงิน รวมถึงการให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่น และสภาพแวดล้อมในพื้นที่ที่ไปเยือน

องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Tourism) นำเสนอข้อมูลในไตรมาสแรกของปี 2567 ระบุว่า การท่องเที่ยวโลกมีสัญญาณการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งโดยนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเพิ่มขึ้นร้อยละ 97 เมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นอกจากจะกลับมาเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้งแล้วยังใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวยาวนานขึ้นด้วย

จาก “เจาะเทรนด์โลก 2025 (Trend 2025)” โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Agency : CEA) ระบุว่า ปี 2568 คือ ปีที่เป็นจุดเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ โลกยังคงประสบกับวิกฤตต่าง ๆ ที่มีความยืดหยุ่นกัน ทั้งวิกฤตความไม่เท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความไม่มั่นคงทางการเมือง วิกฤตทั้งหลายล้วนส่งผลซึ่งกันและกัน ซึ่งเรียกช่วงเวลาแบบนี้ว่า “ยุคแห่งวิกฤตซ้อนวิกฤต” (Polycrisis Age) ส่งผลต่อนิเวศทางอารมณ์ของผู้บริโภค เกิดความรู้สึกกังวลใจ และความไม่เชื่อมั่นในการบริหารจัดการวิกฤต อย่างไรก็ตาม ในรายงาน Trend 2025 ระบุว่า ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก มีสัญญาณการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือ ปัญหาภัยพิบัติและสภาพอากาศที่ผิดเพี้ยนไปทั่วโลก ที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือ ปัญหาพายุและน้ำท่วมที่เกิดขึ้นในช่วงนี้ ได้ส่งผลกระทบยาวต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางเตรียมการด้านความปลอดภัย และฤดูกาลท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง

เทรนด์สำคัญที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต

จากการรายงานของ Mastercard Travel & Tourism เรื่อง “Journey to tomorrow: developing a destination strategies for 2025 and beyond” และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะ และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำไปวิเคราะห์หากกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ที่มา: Journey to tomorrow : developing a destination strategies for 2025 and beyond

เทรนด์สำคัญที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต มีดังนี้

1. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายเพื่อประสบการณ์ (Spending on Experience)

มากกว่าสิ่งของ ผลจากการศึกษาล่าสุดจาก Spending Pulse Destination ของ Mastercard ระบุว่า การใช้จ่ายเพื่อประสบการณ์ และชีวิตกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 12 ของยอดขายการท่องเที่ยวทั่วโลก ในไตรมาสแรกของปี 2567 และ ผู้บริโภค 9 ใน 10 ราย มีแผนที่จะใช้จ่ายด้านประสบการณ์ใหม่ ๆ ในจำนวนเท่าเดิม หรือมากกว่า เมื่อเทียบกับปี 2566

2. นักท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่ นอกจากต้องการเดินทางมากขึ้นแล้ว ยังต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรูปแบบใหม่ที่เน้นเทคโนโลยี (More Digital: More Autonomous)

ทั้งการวางแผน การจอง และการออกแบบกิจกรรม จากการศึกษาของ McKinsey & Company ระบุว่า ในปี 2567 มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 17 เท่านั้น ที่ยังคงใช้บริการตัวแทนท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีดิจิทัลเกิดขึ้นมาเรียบร้อยแล้ว และได้เพิ่มความสำคัญมากขึ้นทุกปี สำหรับในปี 2568 นักท่องเที่ยวยังคงให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องคุณภาพของประสบการณ์ดิจิทัล (Digital Experience) มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

3. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับเรื่องคุณค่าของเงิน (Seeking Value For Money)

มีความระมัดระวังในการใช้จ่าย จากการสำรวจของ Booking.com พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 50 เดินทางท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่มีค่าครองชีพต่ำกว่าประเทศบ้านเกิดของตน จุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรกับงบประมาณของนักท่องเที่ยว เช่น วอร์ซอ บูดาเปสต์ บูคาเรสต์ และปราก ได้รับความนิยมมาก



4. การท่องเที่ยวมุ่งเน้นแนวคิดความยั่งยืนและชุมชน

ยังเป็นเทรนด์สำคัญในปี 2568 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมของชุมชน เลือกที่จะอุดหนุนธุรกิจขนาดกลางและเล็ก รวมถึงความพยายามในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งผลกระทบทางสังคม และเศรษฐกิจ จากรายงานการท่องเที่ยวยั่งยืน ปี 2567 (Sustainable Travel Report 2024) ระบุว่า ร้อยละ 71 ของนักท่องเที่ยวต้องการให้จุดหมายปลายทางที่ตนไปเยี่ยมชม มีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ซึ่งนอกจากผลกระทบทางสภาพแวดล้อมแล้ว แนวโน้มในอนาคต นักท่องเที่ยวยังคำนึงถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจสังคม โดยการสนับสนุนการบริการขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมทั้งยินดีที่จะจ่ายให้กับธุรกิจประกอบการที่มีจริยธรรม

จากการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ท่องเที่ยวที่สเปน พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 70 ยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 สำหรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แต่ประเด็นที่น่าสนใจจากการสำรวจครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยว 1 ใน 3 ระบุว่า อุปสรรคหลักในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน คือ การขาดข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

5. วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อธุรกิจและพักผ่อน (Bleisure)

การร่วมกันของ Business และ Leisure travel หรือ Bleisure คือ การผสมผสานระหว่างการเดินทางเพื่อธุรกิจและการพักผ่อน ยังคงเป็นแนวโน้มที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจของ Expedia Group ในปี 2023 พบว่า กว่าร้อยละ 75 ของนักเดินทางเพื่อธุรกิจวางแผนที่จะผนวกกิจกรรมพักผ่อนเข้าไปในทริปธุรกิจที่จะเกิดขึ้น โดยแนวโน้มนี้ได้รับความนิยมเป็นพิเศษในกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยร้อยละ 43 ของกลุ่มมิลเลนเนียล และเกือบร้อยละ 40 ของ เจเนอเรชัน Z ยืนยันว่ามีแผนที่จะจัดการเดินทางแบบ Bleisure ในปีหน้า

TOURISM SIGNAL 1

EXPERIENCE EXPECTATION การจับสัญญาณเทรนด์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและจินตนาการใหม่เชิงกลยุทธ์สำหรับท่องเที่ยวไทย

แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์อันเป็นเอกลักษณ์เป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากระยะหนึ่งแล้ว โดยคาดว่าในปี 2568 การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience - Based Tourism) ยังคงจะได้รับความนิยมต่อเนื่อง การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มีความพิเศษเพิ่มมากขึ้นตอบโจทย์ความต้องการ และ สร้างสรรค์กิจกรรมที่แปลกใหม่ขึ้น

กรณีศึกษาการท่องเที่ยวอินเดีย ติดตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ Invest India และ Mastercard เปิดตัวเว็บไซต์ priceless.com เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว ที่มอบประสบการณ์ใหม่ในอินเดีย ได้แก่ การทำอาหาร กีฬา ความบันเทิง และสุขภาพนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมคลาสโยคะกับ โยคี ผู้มีชื่อเสียง หรือ สามารถเข้าพักที่ทัชมาฮาลได้ อินเดียนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ เช่น

- การรับประทานอาหารค่ำสุดหรูพร้อมวิวของกุตบมินาร์ (Qutub Minar) อันเป็นสัญลักษณ์ของอินเดีย
- การเดินทางท่องเที่ยวในเมืองเก่าอัครา
- คลาสเรียนโยคะส่วนตัวกับโยคีชื่อดัง Anshuka Parvani
- วันแห่งสุขภาพที่ดีกับนักโภชนาการชื่อดัง Pooja Makhija
- การออกกำลังกายแบบบอลลีวู้ด กับคนดัง Yasmin Karachiwala
- ประสบการณ์การทานอาหารสุดพิเศษ

ประเทศไทยมีการผลักดันและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยเริ่มดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี ในช่วงแรกจะเน้นเกี่ยวกับการสัมผัสประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชน ต่อมารูปแบบการท่องเที่ยวได้พัฒนาและสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสนใจ เทรนด์ท่องเที่ยวในอนาคตอันใกล้ยังให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ดังนั้นในปี 2568 จุดขายการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้นำเสนอแคมเปญ “สร้างประสบการณ์ที่ดีในทุกย่างก้าว” หรือ 5 must do in Thailand ได้แก่ Must Try, Must See, Must Taste, Must Buy และ Must Seek โดยกลยุทธ์ดังกล่าวยังได้ครอบคลุมมิติที่สอดคล้องและตอบโจทย์ความสนใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เช่น การนำแนวคิดเรื่อง Soft Power ซึ่งประเทศไทยมีความโดดเด่น และติดอันดับ 40 ของโลก อันดับ 3 ในกลุ่มอาเซียน (จากเอกสาร Global Soft Power Index 2024) Soft power ไทยมีชื่อเสียงระดับโลก สามารถสร้างสรรค์ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเช่น อาหารไทย มวยไทย ภาพยนตร์ไทย แฟชั่นไทย และ งานเทศกาลประเพณีไทย

อย่างไรก็ตาม เมื่อเทรนด์นักท่องเที่ยวในอนาคตยังให้ความสำคัญกับเรื่องประสบการณ์ ดังนั้น หากประเทศไทยนำแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ มาสร้างเป็นประสบการณ์อันน่าจดจำ มีลักษณะเฉพาะตัวยากแก่การลอกเลียนแบบ พร้อมนำเสนอให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ ต้องการความพิเศษ จึงน่าจะเป็นกิจกรรมที่สร้างกระแสความนิยมขึ้นมาได้



ตัวอย่างกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่สร้างประสบการณ์สุดพิเศษ เช่น

- กิจกรรมที่เน้นการใช้พื้นที่ท่องเที่ยวหลักของกรุงเทพมหานคร คือ พระบรมมหาราชวัง ได้แก่ การนำเสนอโปรแกรมสุดพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ จำกัดจำนวน ต้องจองก่อนล่วงหน้า เช่น การรับประทานอาหารค่ำสุดพิเศษ และ/หรือ อาหารค่ำสุดหรูบริเวณพระบรมมหาราชวัง โดยคัดเลือกสถานที่ที่มีมุมมอง บรรยากาศดี ห้องอาหาร โต๊ะอาหาร อุปกรณ์ต่าง ๆ ได้รับการออกแบบโดยเฉพาะ เสิร์ฟพร้อมอาหารเช้า และ/หรือ อาหารค่ำแบบไทยประยุกต์ที่มีเอกลักษณ์ ประยุกต์โดยเชฟชาวไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลก

- การจัดกิจกรรมอาบน้ำป่า (Forest Bath) ที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รักธรรมชาติ หรือ นักธุรกิจที่ทำงานหนัก ต้องการกิจกรรมที่สร้างความสงบนิ่ง โดยกิจกรรมอาบน้ำครั้งนี้ นำโดยนักธรรมชาติบำบัดที่มีชื่อเสียงของโลก

- การท่องเที่ยวทางน้ำด้วยเรือรบหลวง ของกองทัพเรือ สำหรับกลุ่มแต่งงาน หรือ อันนิหมัน ที่ต้องการประสบการณ์พิเศษ ในโอกาสพิเศษ รับเฉพาะแขกพิเศษ และมีบุคคลพิเศษของสังคมไทยกล่าวคำอวยพร การออกแบบงานทั้งหมด ดำเนินการโดย Wedding Planner มืออาชีพที่คัดเลือกไว้

TOURISM SIGNAL 2

NIGHT TIME TOURISM NIGHT TIME ECONOMY

ท่องเที่ยวยามค่ำคืน ที่ไม่ใช่เที่ยวกกลางคืน

เศรษฐกิจยามค่ำคืนกำลังจะเปลี่ยนแปลงจากภาพจำเดิมในอดีตซึ่งโดยปกติกิจกรรมช่วงกลางคืนคือการปาร์ตี้ การรับประทานอาหาร และการดื่มสังสรรค์ แต่จากสภาพอากาศเปลี่ยนแปลงไป อุณหภูมิโดยเฉลี่ยสูงขึ้น อากาศร้อนอบอ้าวในช่วงกลางวัน จึงเกิดการออกแบบกิจกรรมในช่วงกลางคืนที่หลากหลายมากขึ้น



สำหรับผู้บริโภคในกลุ่มมิลเลนเนียล สินค้าและบริการด้านสุขภาพถือว่ายังเติบโตต่อเนื่อง สถานที่พักผ่อนและอำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มมิลเลนเนียลทั่วไป เช่น ยิม 24 ชั่วโมง สวนสาธารณะเด็ก บาร์กลางคืนที่มีอีเวนต์เบา ๆ ไม่นั่นแอลกอฮอล์ แต่นั่นประสบการณ์คลายเหงา

พร้อมบริการอาหาร เครื่องดื่มหรือขนม สิ่งเหล่านี้ นอกจากจะตอบโจทย์คนเมืองแล้ว ยังสามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวในอนาคตได้

ปัจจัยด้านอุณหภูมิที่สูงขึ้น กิจกรรมการท่องเที่ยวหลายกิจกรรมจึงปรับเปลี่ยนมาจัดยามค่ำคืน เช่น กลุ่มกิจกรรมกีฬาวิ่ง กลุ่ม Mid night Runner ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อย ๆ สมาชิกมีจำนวนมากขึ้นจัดกิจกรรมในพื้นที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากกิจกรรมวิ่งช่วงกลางคืนแล้ว ยังมีการนำเสนอคอร์สสอนทำอาหาร ในช่วงเวลากลางคืนเริ่มเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น

การเผชิญกับปัญหาภัยพิบัติ และสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง มีการคาดการณ์ว่า ความปั่นป่วนของอากาศจะรุนแรงเพิ่มขึ้น พื้นที่หลายแห่งในโลกจะเผชิญปัญหาเกี่ยวกับความร้อนอบอ้าว ในพื้นที่ที่ไม่เคยเผชิญอากาศร้อนมาก่อน ก็จะต้องรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้

เทรนด์การวางแผนท่องเที่ยวในปี 2568 คือ การจัดตารางการเดินทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลากลางคืน สรรหากิจกรรมในร่มช่วงกลางวัน และกิจกรรมกลางแจ้งในช่วงกลางคืน เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศที่ร้อนระอุ เนื่องด้วยอากาศที่ร้อนขึ้นทั่วโลก ส่งผลให้เกิดเทรนด์ Cool-cation คือ การเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่หนาวเย็น ซึ่งสามารถทำกิจกรรมกลางแจ้งได้อย่างไม่จำกัดเวลา รวมถึงทริป Slow & Low ได้รับความนิยม โดยวางแผนท่องเที่ยวแบบเรียบง่าย ด้วยการใช้บริการรถสาธารณะ และเคาร์พูลชีวิตคนท้องถิ่น เพื่อสร้างประสบการณ์และแรงบันดาลใจใหม่ ๆ

TOURISM SIGNAL 3

ท่องเที่ยวเทรนด์สุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี ทำแล้ว ทำอยู่ ทำต่อ

WELL-TOPIA, WELLNESS TOURISM : FUTURE IS YESTERDAY

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้รับความนิยมมากขึ้นในยุคปัจจุบัน เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการดูแลสุขภาพ รวมถึงความตื่นตัวของผู้คนต่อการดูแลสุขภาพอย่างจริงจัง ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันแนวโน้มนี้ ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพ เช่น โรคเรื้อรัง ความเสื่อมของร่างกาย จากความชราการระบาดของโรคใหม่ๆ และอัตราการเสียชีวิตจากโรคร้ายแรงเช่นมะเร็ง ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการพักผ่อน แต่ยังครอบคลุมการเดินทางเพื่อเสริมสร้างสุขภาพกายและใจอย่างยั่งยืน เช่น การทำสปา การฝึกโยคะ การฟื้นฟูสุขภาพเฉพาะทาง และการเลือกบริโภคอาหารที่เน้นโภชนาการที่ดี การเดินทางลักษณะนี้สะท้อนถึงกระแสความสนใจในคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้นและการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health) ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจและเริ่มเป็นประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันคือ ความเครียด ความกังวล ความซึมเศร้า ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ ประชากรจำนวนมากเริ่มมีอาการนอนไม่หลับ เป็นโรคซึมเศร้า หลีกหนีสังคม และมีปัญหาด้านสุขภาพจิต

Well-topia คือ แนวคิดในการออกแบบชุมชนที่เข้าถึงสุขภาพที่ดี Well-topia เป็นกระแสนการดูแลสุขภาพและการออกแบบเมืองแห่งอนาคต สร้างมาตรฐานใหม่ในการใช้ชีวิต (Quality of Life Development) หรือสังคมที่สนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยผสมผสานเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน

Wellness Tourism หรือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกมากกว่าทศวรรษ โดยจุดเปลี่ยนที่สำคัญ คือ ในช่วงปี 2565 เป็นต้นมา เนื่องจากการระบาดของโควิด-19 ผู้คนที่ใส่ใจเรื่องการดูแลสุขภาพเริ่มจริงจังมากขึ้น วิตกกังวลถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ประกอบกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่พัฒนาก้าวหน้าขึ้น ก่อให้เกิดความเครียดในการใช้ชีวิต ความสนใจในสุขภาพ ก่อให้เกิดรูปแบบการใช้จ่ายในสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง จนกลายเป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า เศรษฐกิจสุขภาพ หรือ Wellness Economy

จากการกำหนดนิยามของ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ของ Global Wellness Institute คือ การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ โดยเน้นการป้องกันโรค การดูแลตนเอง และการยกระดับคุณภาพชีวิต มากกว่าการรักษาโรค ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) คือ การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยแบ่งเวลา

จากการท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมส่งเสริมและฟื้นฟูความสมบูรณ์แข็งแรงของสุขภาพร่างกายและจิตใจ อาจแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เล็กน้อย โดย การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ คือ เดินทางเพื่อรับบริการทางการแพทย์ เพื่อรักษาปัญหาสุขภาพ

จากการศึกษาของ Global Wellness Institute ระบุถึงความสำคัญของเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy) ได้รวมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ด้วยกัน ดังนั้น การท่องเที่ยวสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี จึงรวมรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทย ทำให้ไทยมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น โดยปรากฏข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

- ประเทศไทย ได้ชื่อว่า เป็นเมืองหลวงของโลกด้านการแพทย์และความงามสำหรับกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+) นอกจากนี้จะมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผ่าตัดแปลงเพศ และศัลยกรรมความงามแล้วประเทศไทยยังมีสภาพสังคมที่ยอมรับและเปิดกว้างในเรื่องความหลากหลายทางเพศ ดังนั้น จึงเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มที่ต้องการแสวงหาการเดินทางสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในชีวิต

- ประเทศไทยสร้างสรรค์โปรแกรมการบำบัดเยียวยาทางอารมณ์ที่ดีที่สุดสามารถรองรับกลุ่มที่มีปัญหาความเครียด นอนไม่หลับ ซึมเศร้า โดยมีการนำเสนอหลักสูตรการฟื้นฟูจิตใจตามแนวทางพุทธศาสนา การใช้สมุนไพร และโภชนาการ

- เพื่อรองรับเทรนด์เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ประเทศไทยผลักดันสถาบันเวชศาสตร์การกีฬาและออกกำลังกาย ที่ได้มาตรฐานระดับนานาชาติ มีความพร้อมในการให้บริการนักกีฬาทุกประเภท มีโปรแกรมการป้องกันและฟื้นฟูการบาดเจ็บ มีนักเวชศาสตร์การกีฬาที่ได้รับการฝึกการดูแลสุขภาพนักกีฬาระดับมืออาชีพ

- กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการป้องกัน และสร้างเสริมสุขภาพ สามารถใช้บริการ ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู และเวชศาสตร์ชะลอวัย ซึ่งเป็นการฟื้นฟูระดับเซลล์ และเนื้อเยื่อ รวมทั้งปกป้องการทำงานของอวัยวะให้เป็นปกติ โดยมีจุดมุ่งหมายสูงสุดในการยืดอายุสุขภาพที่ดีให้ยาวนาน ชะลอความร่วงโรยแม้วัยจะมากขึ้น

- ปัจจุบันอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ป่วยมะเร็งมีสูงขึ้นมาก การรักษาผู้ป่วยกลุ่มนี้มีความละเอียดอ่อน ดังนั้น ในประเทศไทย จึงมีการจัดตั้งศูนย์รักษามะเร็งแบบบูรณาการ เป็นโปรแกรมการดูแลรักษาที่ช่วยบำบัดอาการข้างเคียง บรรเทาอาการปวด และเพิ่มภูมิคุ้มกันให้ผู้ป่วยเพิ่มโปรแกรมการล้างพิษ ผสมกับการใช้โภชนาการเพื่อปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต รวมทั้งเน้นด้านการเยียวยาจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก

- ประเทศไทยมีโรงพยาบาลผู้สูงอายุที่ได้มาตรฐาน JCI สามารถดูแลผู้สูงอายุ ด้วยบุคลากรที่ได้รับการอบรมมาอย่างดี ผู้สูงอายุจึงวางแผนใช้ชีวิตหลังเกษียณในประเทศไทย

- ประเทศไทยมีรีสอร์ทเพื่อสุขภาพและสมดุสุขภาพระดับโลก มีสปาเพื่อสุขภาพ และความงาม / Medical Spa / คอร์สฟื้นฟูดูแลสุขภาพเต็มรูปแบบ โดยผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาตะวันออกกับเทคนิคการดูแลสุขภาพสมัยใหม่



TOURISM SIGNAL 4

BLUE ZONE DESTINATIONS

เทรนด์บลูโซน สร้างจินตนาการใหม่ในพื้นที่เดิม

Blue Zone เป็นคำจำกัดความที่สื่อสารถึงจุดหมายปลายทางที่มีประชากรอายุยืนยาว-สุขภาพดีอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากโดยมีอายุ 90-100 ปี และเป็นผู้สูงวัยที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี ใช้ชีวิตอย่างสมดุลทั้ง โภชนาการ และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ส่งผลให้มีสุขภาพแข็งแรง จิตใจแจ่มใส และมีความจำที่ดีเยี่ยม โดยอยู่อาศัยใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมที่ดี หรือ ศูนย์กลางการมีอายุยืนยาว



แนวคิดเรื่อง Blue Zone เริ่มต้นเมื่อปี 2547 โดยนิตยสาร National Geographic ร่วมมือกับ Dan Buettner นักเขียนจากหนังสือพิมพ์ New York Times ให้ความสำคัญและศึกษาสถานที่ที่มีคนอายุยืนยาวบนโลก พร้อมกับศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้คนมีอายุยืน พื้นที่ที่ Dan นำเสนอว่าเป็น Blue Zone มี 5 เมือง คือ

1. เมืองซาร์ดิเนีย (Sardinia) ประเทศอิตาลี ถูกค้นพบเป็นเมืองแรกเป็นเมืองที่อยู่ห่างไกล คนในเมืองนี้มียีนที่ไม่มีการเจือปนกับคนภายนอก ทำให้มีลักษณะทางพันธุกรรมที่เฉพาะตัว แตกต่างจากเมืองอื่นๆ คนที่นี่เน้นอาหารแบบ Plant-Based มีผักผลไม้สด และนมแพะที่ช่วยลดความเสี่ยงของโรคหัวใจ และอัลไซเมอร์ และเลือกกินชีสจากนมแกะ ที่มีโอเมก้า 3 ต้มไวน์แดง (Cannonua) ในปริมาณพอเหมาะ เดินออกกำลังกายเป็นประจำ โดยจะทานเนื้อสัตว์เฉพาะวันอาทิตย์ และโอกาสสำคัญเท่านั้น

2. เกาะโอกินาวา ประเทศญี่ปุ่น เมืองนี้เป็นเมืองที่มีคนอายุยืนมากที่สุด เป็นกลุ่มคนที่มีขนาดเล็ก มีความสามัคคี แน่นแฟ้น คนในชุมชนเอื้อเฟื้อกัน ทำให้ไม่เครียดและไม่กดดัน เมนูหลักของชาวโอกินาวาคือ ผักดอง มันหวานและถั่วเหลือง เต้าหู้ และ ซุปมิโซะ มีคุณค่าทางโภชนาการสูง แคลอรีต่ำ สารพลาโวนอยด์ในเต้าหู้ ช่วยป้องกันโรคหัวใจ และมะเร็งเต้านม ส่วน ถั่วหมัก หรือ นัตโตะ ช่วยปรับสมดุลของลำไส้

3. เมืองโลมา ลินดา รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา เป็นเมืองที่มีกลุ่ม เซเวนเดย์แอดเวนทิสต์ (Seventh-Day Adventist) อยู่ราว ๆ 9,000 คน เป็นกลุ่มคนที่มีศาสนาเป็นที่พึงพอใจ ทานมังสวิรัต ออกกำลังกายสม่ำเสมอและไม่ดื่มแอลกอฮอล์และไม่สูบบุหรี่อาหารทุกมื้อจะถูกกำหนดสัดส่วนให้สมดุล ทั้งพืชตระกูลถั่ว ผลไม้ ธัญพืชไม่ขัดสี ทานน้ำตาลและเกลือน้อย

4. เมืองนิคอยา ประเทศคอสตาริกา เมืองนี้ เป็นกลุ่มคนละติน มีมุมมองการใช้ชีวิตเฉพาะตัว หลีกเลี้ยงอาหารสำเร็จรูป และกินอาหารมื้อเย็นในปริมาณน้อย เน้นกินผักสามพี่น้อง คือ สควอช ข้าวโพด และถั่ว และน้ำดื่มในเมืองนี้ มีปริมาณแคลเซียมสูง ช่วยลดอาการเกิดโรคเกี่ยวกับกระดูก

5. เกาะอิกาลีเรีย ประเทศกรีซ ผู้คนที่นี้จะคล้ายกับชาวซาร์ดิเนีย และผู้คนที่ชื่นชอบนอนกลางวัน กินแต่ผลไม้ ผัก ถั่ว ธัญพืช มันฝรั่ง และใช้น้ำมันมะกอกในการประกอบอาหาร นิยมดื่มชาสมุนไพร

โดยสรุป Blue Zone มีลักษณะพิเศษ ดังนี้ ประชาชนสามารถเข้าถึงอาหารสุขภาพในราคาที่ เป็นธรรม เป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมการเดินมากกว่าการใช้รถ และ สนับสนุนการอยู่ร่วมกับครอบครัว พร้อมกับการขยายพื้นที่สีเขียว หลีกเลี้ยงยาเสพติดและสิ่งเป็นพิษ และมีการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพ



ปัจจัยที่ทำให้บุคคลอายุยืนยาว คือ เคลื่อนไหวร่างกายเป็นประจำ/ มีเป้าหมายในชีวิต/ คิดบวก มองโลกในแง่ดี/ มีส่วนร่วมกับชุมชน/ ความเชื่อ ศาสนา และครอบครัว เป็นความสำคัญอันดับแรกของชีวิต และรับประทานอาหารเช้าพอหายหิว เน้นอาหารจากพืช ผัก และผลไม้

การบริหารจัดการพื้นที่ให้เป็น Blue zone เพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว

Blue Zone กลายเป็นไลฟ์สไตล์ที่ได้รับความนิยม โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบการกิน การทำงาน การพักผ่อน การออกกำลังกาย การนอนหลับ และนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของเวชศาสตร์ชะลอวัยจากสถานการณ์ปัจจุบัน พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนในประเทศที่มีอากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดี เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สกอตแลนด์ การออกแบบท่องเที่ยวจะครอบคลุมเรื่องการใช้ชีวิตตั้งคนพื้นเมืองด้วย เช่น การเข้าบ้านและใช้ชีวิตเหมือนคนท้องถิ่น เป็นต้น ปัจจุบัน มีการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจด้านที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับกลุ่มคนที่ต้องการมีประสบการณ์ใช้ชีวิตแบบคนพื้นเมือง โดยเฉพาะเมืองที่มีบุคคลอายุยืนยาว เช่น ที่โอกินาวา ประเทศญี่ปุ่น

การนำคุณลักษณะของ Blue Zone มาใช้ในการออกแบบพื้นที่การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ เช่น การนำระบบกรองอากาศ และน้ำบริสุทธิ์มาให้บริการในห้องพักของโรงแรม รวมทั้งการเพิ่มการบำบัดร่างกายด้วยความร้อนและความเย็น การจัดสรรพื้นที่สาธารณะเพิ่มขึ้น เป็นต้น ปัจจุบันมีการสร้างเมืองใหม่เพื่อรองรับบริการทางการแพทย์รอบด้าน โดยใช้ระบบฮาร์ดแคร์ (Hard Care) คือ ระบบที่ดูแลผู้ด้อยโอกาส ผู้ที่ถูกลืม หรือผู้ที่ไม่มีโอกาสในการเข้าถึงบริการสุขภาพที่ดี

การผลักดัน พื้นที่ Blue Zone ในประเทศไทย

ในช่วงปี 2564 ประเทศไทยพยายามจะผลักดันการเปิดประเทศ โดยเสนอจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อรับมือกับความหวาดกลัวการระบาดของโควิด-19 โดยประเทศไทยการนำเสนอพื้นที่ Blue Zone Sandbox ในพื้นที่นำร่อง 5 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ ชลบุรี ตรัง พังงา และสุราษฎร์ธานี ซึ่งขั้นตอนการเดินทางประกอบด้วย การรับรองการฉีดวัคซีน และ ผลตรวจโควิด-19 หรือ เรียกขั้นตอนนี้ว่า Test & Go จากนั้นให้เข้ากักตัวในพื้นที่ Blue Zone Sandbox

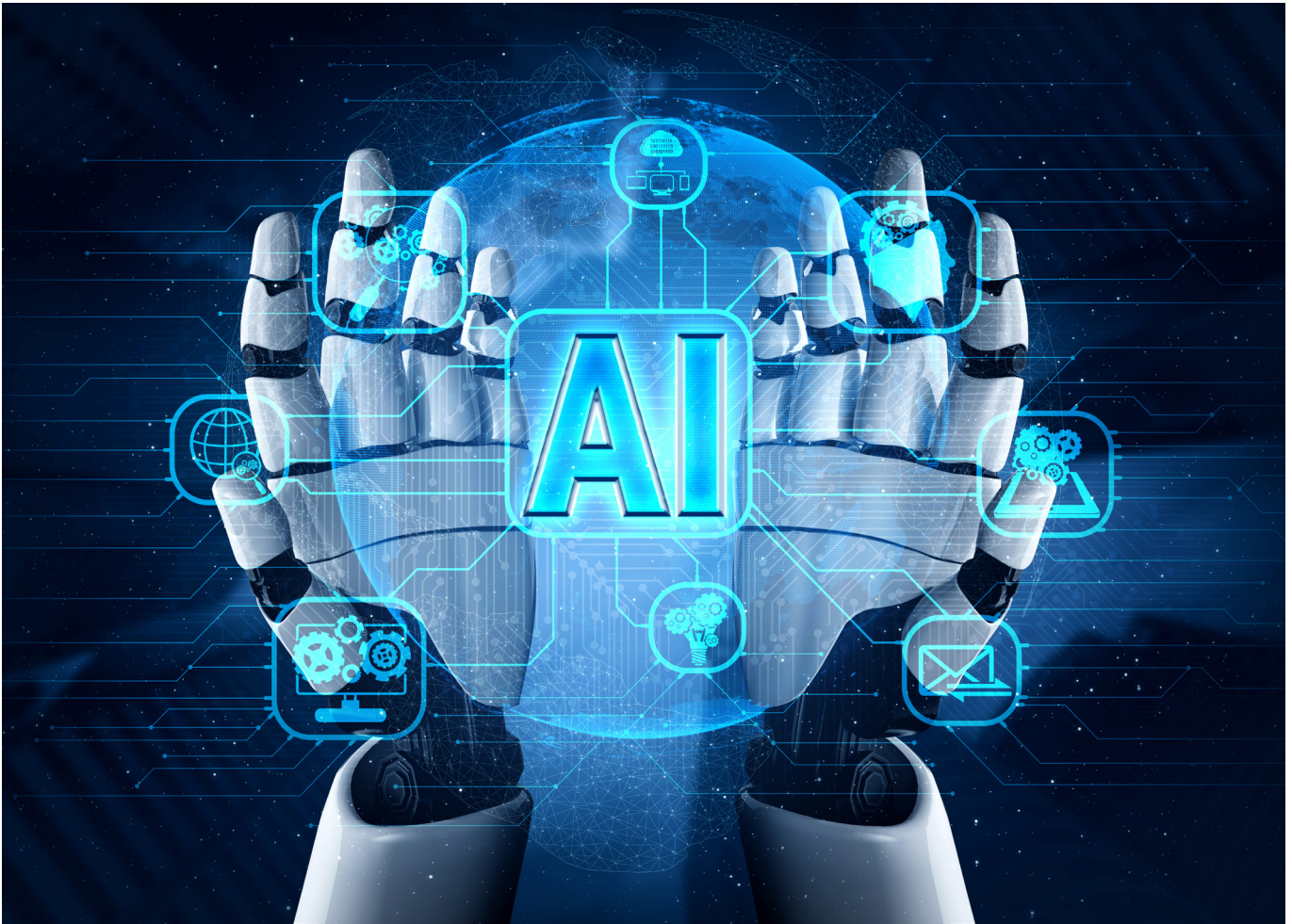
ต่อมาในปี 2567 มีความพยายามผลักดัน “เขาใหญ่” เป็น Blue Zone เมืองท่องเที่ยวสุขภาพที่ดีโดยพื้นที่ที่นำเสนอคือ ชุมชนบ้านท่ามะปราง-คลองเพล ตำบลหมูสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จุดเด่นคือ อากาศบริสุทธิ์ มีความเป็นธรรมชาติ สวยงาม แต่จากข้อมูลที่น่าสนใจ มีได้ระบุลักษณะหลักของ Blue Zone คือ อายุเฉลี่ยของคนในชุมชน การเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ สุขภาพพื้นฐานของคนในชุมชน จุดเด่นที่ชุมชนมีในเรื่องสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ได้ให้ความเห็นว่าการผลักดันประเทศไทยเป็นพื้นที่ Blue Zone เผชิญปัญหาและความท้าทายหลายด้าน เช่น การขาดความรู้และความตระหนักในการดูแลสุขภาพ การใช้สารเคมีเกินขนาดในเกษตรกรรม สภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้อต่อการออกกำลังกาย ปัญหาการสูบบุหรี่ ดื่มสุรา และยาเสพติด รวมถึงมลพิษทางอากาศและสิ่งแวดล้อม สุขภาพจิตที่เสื่อมลงจากความเครียดและการขาดปฏิสัมพันธ์ในชุมชน นอกจากนี้ ประชาชนบางส่วนยังขาดเป้าหมายที่มีคุณค่าในชีวิต ซึ่งส่งผลต่อความสุขและความยืนยาว การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการมีสุขภาพดีและชีวิตที่ยืนยาวในประเทศไทย

TOURISM SIGNAL 5

AI FOR ALL / ALL FOR AI

AI FOR ALL / ALL FOR AI แนวคิดที่เน้นการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยว แนวคิดนี้มุ่งให้ AI เป็นเครื่องมือที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่



การพัฒนาและยกระดับ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) เป็นบริบทที่ขับเคลื่อนสังคมและผู้คนทั่วโลกอย่างมีนัยสำคัญ การที่ปัญญาประดิษฐ์พัฒนาการเรียนรู้และความเฉลียวฉลาด ส่งเสริมให้มีการใช้งานผ่านตัวกลางที่เป็นหุ่นยนต์ หรือ Bot ในรูปแบบต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น Nursing Bot คือ หุ่นยนต์ที่ช่วยดูแลรักษาผู้ป่วย ซึ่งสามารถตอบโต้ภัยสังคมผู้สูงวัยได้อย่างดี นอกจากนี้ยังมีการพัฒนา Companion Bot คือ หุ่นยนต์ที่ทำหน้าที่เหมือนเพื่อน ในอนาคตพลังความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ เป็นเหมือนดาบสองคม นอกจากจะช่วยให้มนุษย์มีความสะดวกสบายมากขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่ายลงแล้ว การพัฒนานี้ จะกลายเป็นภัยคุกคามต่อมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ตัวอย่างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ส่งเสริมยกระดับ การพัฒนาการท่องเที่ยว

- นวัตกรรมการแปลภาษา ช่วยลดปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน
- ความรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูล การจอง การจ่ายเงิน และการเปลี่ยนแปลงการเดินทาง
- การลดความตึงเครียดในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม โดยการพัฒนากระบวนการลงทะเบียนท่องเที่ยว การใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว การคัดกรองนักท่องเที่ยว
- การเปลี่ยนแปลงในระบบการศึกษา เนื้อหาเกี่ยวกับปรัชญาการท่องเที่ยว การเดินทาง ที่ใช้สอนในสถานศึกษา ควรต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเน้นเนื้อหาที่เป็นสมัยใหม่ กลไกขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ ๆ

TOURISM SIGNAL 6

EVENTS TOURISM VS EVENTFUL ECONOMY

การเดินทางท่องเที่ยวในอนาคadyที่ยึดโยงกับเทศกาลต่างๆ เช่น กีฬานักการ งานกิจกรรม และอื่นๆ มีปัจจัยที่น่าสนใจคือ ในช่วงของการจัดกิจกรรม จะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในรูปแบบของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น จากการวิเคราะห์ของสำนักเศรษฐกิจมาสเตอร์การ์ด (The Mastercard Economics Institute) ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ ของการจัด "The Eras Tour" ของนักร้องชื่อดัง Taylor Swift โดยรวบรวมข้อมูลจาก 20 จุดแวะพักของทัวร์นี้ทั่วสหรัฐอเมริกา ผลจากการจัดทัวร์ ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจชุมชน โดยร้อยละ 68 เป็นค่าใช้จ่ายที่กระจายลงในร้านอาหารรอบ ๆ สถานที่จัดงาน และร้อยละ 47 กระจายลงไปในธุรกิจที่พัก

ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Events Tourism) และเศรษฐกิจที่เต็มไปด้วยกิจกรรม (Eventful Economy)

- การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Events Tourism) ซึ่งเน้นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือเทศกาลเฉพาะ เช่น คอนเสิร์ต งานกีฬา หรือเทศกาลวัฒนธรรม ที่มีระยะเวลาสั้นและกำหนดช่วงเวลาเฉพาะ

- เศรษฐกิจที่เต็มไปด้วยกิจกรรม (Eventful Economy) ซึ่งมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมและเทศกาลอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อสร้างเศรษฐกิจที่มีความหลากหลาย ดึงดูดนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในระยะยาว

สำหรับเทรนด์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม หรือ event tourism เป็นนโยบายหลักของรัฐบาลไทยในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากเทศกาลสงกรานต์ไทยที่ได้รับการประกาศจากองค์การยูเนสโกให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เมื่อปี 2567 แล้ว ยังมีงานเทศกาลลอยกระทง ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยว

หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการเชิญชวนให้ต่างชาติมาจัดกิจกรรมต่างๆในประเทศไทย ทั้งการประชุม นิทรรศการ กีฬา ดนตรี คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน.

โดยขนาดของงาน แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

- Mega Event / World Festival
- Major Events
- International homegrown events

เทรนด์ท่องเที่ยวไทยในอนาคต เกี่ยวกับการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ได้รับความเห็นชอบจากรัฐบาลและภาคเอกชน โดยในอนาคตอันใกล้ จะมีการสนับสนุนด้านการสร้างแหล่งท่องเที่ยว Man Made และ Entertainment Complex ซึ่งปรากฏในคำแถลงนโยบายท่องเที่ยวของรัฐบาล





ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยพัฒนาและก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ท่ามกลางปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศที่มีความซับซ้อน ความไม่แน่นอน ความโกลาหล สิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง คือ กระบวนการติดตามแนวโน้มการท่องเที่ยวต้องเป็นไปอย่างรอบด้าน ต่อเนื่อง และดำเนินการจัดหมวดหมู่ข้อมูลให้ยืดหยุ่นสัมพันธ์กัน เตรียมความพร้อมบุคลากรด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการประยุกต์ใช้เครื่องมือใหม่ ๆ มาจัดการกับความไม่แน่นอนและความวุ่นวาย เพิ่มทักษะการคิดระยะยาว (Long Term Thinking) ฝึกฝนให้มีความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence) และจินตนาการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Imagination)

ในส่วนของการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบชุดความจริงเชิงประจักษ์ว่า นักท่องเที่ยวยุคใหม่มีรสนิยม และความชอบหลากหลาย พร้อมกับการสมานานวัฒนธรรมย่อย (SubCulture) และวัฒนธรรม ป๊อป (Pop Culture) ที่มีความทันสมัยแบบท้องถิ่นนิยม โดยนักท่องเที่ยวยุคใหม่จะมีโลกทัศน์ที่เปิดกว้าง ไม่ยึดติดกับค่านิยมเดิม แต่ไม่ได้ต่อต้านและมีอคติในทางลบต่อค่านิยมเดิมที่ดำรงอยู่

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวยุคใหม่จำแนกแตกตัวเป็น

กลุ่มย่อยที่มีความเฉพาะเจาะจง มีการสร้างโลกแห่งเนื้อหาและประสบการณ์ในรูปแบบของตัวเอง ดังนั้น การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคตโดยอาศัยแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ และการจำแนกกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวแบบใหม่อาจไม่สามารถเข้าใจนักท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ กิจกรรมการตลาดที่เคยประสบความสำเร็จ ควรได้รับการตรวจสอบ (recheck) หรือ การรื้อสร้าง (Deconstruction) อย่างจริงจัง

สำหรับการผลักดันยุทธศาสตร์สำคัญ รวมถึงการประกาศนโยบายระดับประเทศที่ผ่านมา เช่น Aviation Hub, Agriculture & Food Hub, Logistic Hub, Wellness & Medical Hub, Digital Hub, Financial Hub และ Future Mobility Hub ล้วนเป็นยุทธศาสตร์ที่ส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ยุทธศาสตร์ดังกล่าวควรนำเสนอพร้อมตัวชี้วัด และขอบเขตเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อประโยชน์ในการจัดสรรงบประมาณ การติดตามความก้าวหน้า และการประเมินผลเป็นระยะ ที่สำคัญ คือ ความสำเร็จของยุทธศาสตร์เหล่านี้สามารถใช้เป็นเนื้อหาในการวางสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของไทยได้อย่างมีพลัง

ปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ คือ ความเสี่ยงในอนาคต (Future Risks) วิกฤตกลายเป็นความปกติใหม่ (Crisis as a new normal) รูปแบบของวิกฤตในโลกยุคใหม่ คือ วิกฤตซ้อนวิกฤต การนำพาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฝ่าวิกฤตที่ไม่มีตัวแบบ (Model) ที่เป็นสูตรสำเร็จ แต่ละประเทศล้วนมีสภาพภูมิทัศน์ที่แตกต่างกันทั้ง business landscape/ political landscape ในแต่ละช่วงเวลาที่เผชิญวิกฤต คือ การตัดสินใจ บางครั้งการเลือกที่จะหยุดอยู่กับที่ รอคูท่าที่ เพื่อความปลอดภัย อาจเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องในสถานการณ์ขณะนั้น หรือบางครั้ง การเลือกที่จะถอยหลัง เพื่อทบทวน ปรับทัพ จัดการภายใน ขอเวลาออก เปลี่ยนกลยุทธ์ อาจเป็นการตัดสินใจที่ดีกว่า หรือ ทางเลือกสุดท้าย คือ เดินหน้าเผชิญความเสี่ยง หุ่่มทรัพยากรกำลังทั้งหมดเพื่อกอบกู้ พื้นฟูสถานการณ์ การตัดสินใจเหล่านี้ คือ สิ่งที่มีอาจหลีกเลี่ยงได้ในอนาคต

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จำเป็นต้องทบทวนประเด็นข้อผิดพลาด ปัญหา และอุปสรรคเดิม ที่ยังถูกละเลย ไม่ได้รับการแก้ไข ปัญหาเดิมเหล่านั้น เช่น ปัญหาหกลกกลง เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ปัญหาขยะตกค้างในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาการบำบัดน้ำเสีย ทั้งนี้ เมื่อนำมาผนวกกับกลุ่มปัญหาใหม่ที่เกิดจากกระเียบโลกที่เปลี่ยนไป ระบบเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยี ระบบสังคมแบบใหม่ที่มนุษย์จริงกับมนุษย์เสมือนอยู่ร่วมกัน ทั้งพึ่งพาอาศัยกันและเบียดเบียนกัน ตัวอย่างเช่น ปัญหาความมั่นคงทางไซเบอร์ ปัญหาการนำเข้าขยะอิเล็กทรอนิกส์(E Waste) เพิ่มขึ้นและตกค้างอยู่ในประเทศ ปัญหาการพึ่งพิงแรงงานต่างชาติในภาคบริการ รวมถึงความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากสภาพอากาศเปลี่ยนแปลง เช่น ฝุ่น PM2.5 และความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศทางทะเล ปรากฏการณ์การควบรวมปัญหาเก่า และใหม่ที่ดำรงอยู่ในภาคการท่องเที่ยวของไทยเป็น ส่วนหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีการพัฒนายท่องเที่ยวของไทย (Tourism & Travel Competitiveness Index : TTDI) ซึ่งประเทศไทยมักให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (First Priority) กับดัชนีที่ได้คะแนนต่ำ โดยเน้นกลยุทธ์การปิดจุดอ่อน และมุ่งเฉพาะการประชาสัมพันธ์ดัชนีที่ได้คะแนนสูง โดยละเลยที่จะใช้กลยุทธ์เสริมจุดแข็ง ไม่ว่าจะเป็น การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน (Super Structure) การเพิ่มทักษะ (Up Skill) บุคลากรภาครัฐและเอกชน ให้เป็นมืออาชีพ



สำหรับข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในอนาคต มีดังนี้

1. สร้างกลไกการติดตามความเป็นไปของสังคมและความเคลื่อนไหวของโลกในทุกมิติ ประเมินฉกทัศน์ด้านการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคต พร้อมกับเสนอแนวทางการรับมือกับความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ท่องเที่ยวโลก และจัดวางตำแหน่งของการท่องเที่ยวไทยที่เหมาะสมที่สุดภายใต้ความร่วมมือและบูรณาการกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในมิติของคู่ค้าและคู่แข่ง เพื่อสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับภูมิภาคนี้
2. การทบทวนกฎหมาย กฎระเบียบ แนวนโยบายของรัฐทั้งหมดในอดีตและปัจจุบันที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายระหว่างประเทศที่มีความอ่อนไหว ทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบ เสียประโยชน์ ในรูปของการท่องเที่ยวแบบแฝง อาชญากรรมข้ามชาติ (Transnational Crime) เป็นต้น
3. การผลักดันให้มีการปรับหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการในสถาบันอุดมศึกษาของไทย ปรับปรุงพัฒนาเอกสารที่ใช้ประกอบการศึกษา เนื่องจากการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรจะเป็นบุคลากรที่มีพื้นฐานความรู้ด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ มีระบบคิดที่สามารถบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่เน้นการคิดแบบแยกส่วน
4. สำหรับการขับเคลื่อนในส่วนของภาคเอกชนไทยด้านการท่องเที่ยว ควรวางหลักการสำคัญในลำดับแรก คือ การยกระดับมาตรฐานการบริการ และ รูปแบบบริการใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น อาทิ การผลักดัน "สถาบันเทริงครบวงจร" (Entertainment Complex) โดยเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน รวมทั้งให้ความสำคัญกับมาตรการการลดผลกระทบทางสังคมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการผลักดันสถาบันเทริงครบวงจร ดังกล่าว
5. ประเด็นการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต ควรจะเร่งจัดทำมาตรการที่เหมาะสม เช่น ความเป็นไปได้ในการเก็บภาษีรายได้ส่วนบุคคลกับปัญญาประดิษฐ์ ในขณะเดียวกัน ควรนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับแรงงานมนุษย์ที่ได้รับผลกระทบจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในภาคการท่องเที่ยว





สถานการณ์ การท่องเที่ยวในประเทศไทย

สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยไตรมาส 3

สถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 3 ปี 2567

สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 3 ปี 2567 เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ของปี 2567 ซึ่งเป็นผลของการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย ภูมิภาคตะวันออกกลาง และภูมิภาคยุโรป เนื่องจากเป็นช่วงของการปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน (Summer break) ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม ของทุกปี ของสถานศึกษาส่วนใหญ่ในหลายประเทศเฉลี่ยประมาณ 7-9 สัปดาห์ เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ในช่วงวันที่ 1 กรกฎาคม - 26 สิงหาคม 2567) ญี่ปุ่น (ในช่วงวันที่ 21 กรกฎาคม - 31 สิงหาคม 2567) และจีน (ในช่วงวันที่ 15 กรกฎาคม - 31 สิงหาคม 2567) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นช่วงฤดูร้อนของประเทศที่อยู่ทางเหนือของเส้นศูนย์สูตร ชาวต่างชาติบางกลุ่มจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนต่างประเทศ ทำให้ช่วงไตรมาส 3 ของทุกปีจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่าในช่วงไตรมาส 2

นอกจากนี้ ในไตรมาส 3 นี้ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการวีซ่าฟรี (ได้รับการยกเว้น



การตรวจลงตรา) เพื่อการท่องเที่ยว ทำงานหรือการติดต่อธุรกิจระยะสั้น และขยายระยะเวลาพำนักในไทยสำหรับชาวต่างชาติที่ได้รับวีซ่าฟรีจากไม่เกิน 30 วัน เป็นไม่เกิน 60 วัน จำนวน 93 ประเทศ/ดินแดนเพิ่มเติมจากเดิมที่มีอยู่ 57 ประเทศ/ดินแดน นอกจากนี้ ยังมีประเทศที่ได้รับการยกเว้นการตรวจลงตรา และพำนักในไทยได้น้อยกว่า 60 วัน อีก 6 ประเทศ/ดินแดน โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2567

ข้อมูลมาตรการฟรีวีซ่า (ได้รับการยกเว้นการตรวจลงตรา) เพื่อการท่องเที่ยว ทำงานหรือการติดต่อธุรกิจระยะสั้น

รายละเอียด	ประเทศ
ประเทศที่ได้รับสิทธิเดิม 57 ประเทศ/ดินแดน ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ขยายระยะเวลาพำนักในไทย เป็นไม่เกิน 60 วัน	ราชอาณาจักรอิตาลี เครือรัฐออสเตรเลีย สาธารณรัฐออสเตรเลีย ราชอาณาจักรเบลเยียม รัฐบาลบาเรน สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล เนการาบรูไนดารุสซาลาม แคนาดา สาธารณรัฐเช็ก ราชอาณาจักรเดนมาร์ก สาธารณรัฐเอสโตเนีย สาธารณรัฐฟินแลนด์ สาธารณรัฐฝรั่งเศส สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเฮลเลนิก (กรีซ) สาธารณรัฐฮังการี สาธารณรัฐไอซ์แลนด์ สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ไอร์แลนด์ รัฐอิสราเอล สาธารณรัฐอิตาลี ญี่ปุ่น รัฐคูเวต สาธารณรัฐลัตเวีย ราชอาณาจักรลิทัวเนีย สาธารณรัฐลักเซมเบิร์ก มาเลเซีย สาธารณรัฐมัลดีฟส์ สาธารณรัฐมอริเชียส ราชอาณาจักรโมนาโก ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ ราชอาณาจักรนอร์เวย์ รัฐตุรกี ราชอาณาจักรโอมาน สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐโปแลนด์ สาธารณรัฐโปรตุเกส สาธารณรัฐรวันดา สาธารณรัฐโรมาเนีย สาธารณรัฐรัสเซีย สาธารณรัฐสโลวาเกีย สาธารณรัฐสโลวีเนีย ราชอาณาจักรสเปน สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ สาธารณรัฐเกาหลี ราชอาณาจักรสวีเดน สมาพันธรัฐสวิส สาธารณรัฐตุรกี ยูเครน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหราชอาณาจักรบริเตนใหญ่และไอร์แลนด์เหนือ สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเปรู เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย
รายชื่อประเทศ/ดินแดนที่ได้รับสิทธิตรวจลงตรา ณ ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมือง (Visa on Arrival : VOA) จำนวน 13 ประเทศ/ดินแดน พำนักในไทย เป็นระยะเวลาไม่เกิน 60 วัน	ราชอาณาจักรภูฏาน สาธารณรัฐบัลแกเรีย สาธารณรัฐไซปรัส สาธารณรัฐฟีจี จอร์เจีย สาธารณรัฐอินเดีย สาธารณรัฐคาซัคสถาน สาธารณรัฐมอลตา สหรัฐเม็กซิโก รัฐเอกราชปาปัวนิวกินี โรมานี สาธารณรัฐอุซเบกิสถาน สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)
รายชื่อประเทศ/ดินแดนที่ได้รับสิทธิตามความตกลงยกเว้นการตรวจลงตรา สามารถพำนักในประเทศไทยได้น้อยกว่า 60 วัน จำนวน 6 ประเทศ/ดินแดน	สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เขตบริหารพิเศษมาเก๊า แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน มองโกเลีย สหพันธรัฐรัสเซีย และราชอาณาจักรกัมพูชา

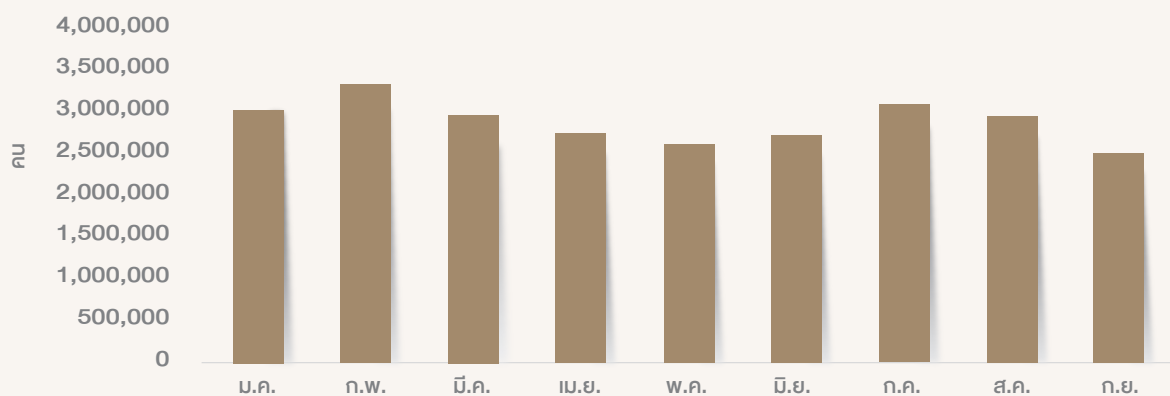
ที่มา: เว็บไซต์ <https://www.thansettakij.com/business/tourism/601710>

ทั้งนี้ จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า

ในไตรมาส 3 ปี 2567 ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 8.59 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.62 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 88.48 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในช่วงเดียวกันของปี 2562



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2567



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)	3,035,296	3,352,302	2,982,721	2,757,128	2,633,464	2,740,372	3,103,420	2,963,147	2,521,005
---------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยเป็นรายภูมิภาค พบว่า

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ไตรมาส 3 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเดินทางมาท่องเที่ยวไทยยังเติบโตต่อเนื่อง โดยมีจำนวน 6.69 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 เมื่อพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า



ภูมิภาคเอเชียตะวันออก

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกกลับมาจำนวนมากเป็นอันดับ 1 ของจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด ซึ่งเป็นผลจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว โดยมีจำนวนกว่า 3.12 ล้านคน หรือจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.70 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด โดยเติบโตร้อยละ 41.59 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งเป็นผลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และกลับมาครองอันดับ 1 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด หรือมีจำนวน 1.82 ล้านคน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสำคัญจากภูมิภาคนี้ที่มีจำนวนมากรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ มีจำนวน 4.48 แสนคน และมากเป็นอันดับ 4 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด และรองลงมา คือ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และฮ่องกง

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.94 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.74 ล้านคน เติบโตร้อยละ 5.90 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ มาเลเซีย มีจำนวนกว่า 1.31 ล้านคน ซึ่งมากเป็นอันดับ 2 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจและยังเติบโตดี คือ นักท่องเที่ยวจากสปป.ลาว อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตาม ในไตรมาส 3 พบว่า นักท่องเที่ยวจากเวียดนาม สิงคโปร์ และกัมพูชาปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน



นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและกลับมาครองอันดับ 1 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย

ภูมิภาคเอเชียใต้

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.08 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด หรือมีจำนวน 6.07 แสนคน เติบโตร้อยละ 21.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากภูมิภาคนี้มาจากอินเดีย มีจำนวนกว่า 4.96 แสนคน และมากเป็นอันดับ 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

ภูมิภาคโอเชียเนีย

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.27 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.19 แสนคน เติบโตร้อยละ 10.96 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้มาจากออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

ภูมิภาคยุโรป

ในไตรมาส 3 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยยังเติบโต ซึ่งเป็นผลจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว โดยพบว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.33 จากช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีจำนวน 1.28 ล้านคน เมื่อพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า



นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากเยอรมนี ฝรั่งเศส และ เนเธอร์แลนด์

ภูมิภาคยุโรปเหนือ

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.38 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.61 แสนคน เติบโตร้อยละ 14.06 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร นอร์เวย์ ไอร์แลนด์ เดนมาร์ก และสวีเดน

ภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออก

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.69 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออก มีจำนวน 3.16 แสนคน เติบโตร้อยละ 20.64 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวจากรัสเซียมีจำนวน 2.39 แสนคน หรือมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 75.54 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออกทั้งหมด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวจากคาซัคสถานและโปแลนด์ มีอัตราการเติบโตดี

ภูมิภาคยุโรปตะวันตก

แม้ว่าในไตรมาส 3 ปี 2567 ประเทศทางภูมิภาคยุโรปตะวันตกจะเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมแข่งขันกีฬาระดับโลก ได้แก่ ประเทศฝรั่งเศสเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก และประเทศเยอรมนีเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2024 (UEFA EURO 2024) แต่จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ยังเติบโต โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.61 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด หรือมีจำนวน 4.30 แสนคน เติบโตร้อยละ 16.86 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากที่สุดจากภูมิภาคนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากเยอรมนี ฝรั่งเศส และ เนเธอร์แลนด์

ภูมิภาคยุโรปใต้และเมดิเตอร์เรเนียน

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.05 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.69 แสนคน เติบโตร้อยละ 27.20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากอิสราเอล ซึ่งในไตรมาส 3 นักท่องเที่ยวอิสราเอลยังเติบโต โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสูงถึง 8.62 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 13.83 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์สงครามยังไม่คลี่คลาย ดังนั้น การฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวจากอิสราเอลยังมีความไม่แน่นอนสูง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่มีจำนวนมากรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจาก สเปน อิตาลี และตุรกี

ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ในไตรมาส 3 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางมีจำนวน 3.03 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.66 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยไตรมาส 3 ของทุกปี เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากกว่าไตรมาสอื่น เนื่องจากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบีย มีจำนวน 8.18 หมื่นคน หรือมีส่วนคิดเป็นร้อยละ 26.96 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง



ตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ
จากภูมิภาคนี้ ได้แก่
นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบีย

ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาเดินทางมาเที่ยวไทยมีจำนวน 8.10 หมื่นคน หรือมีส่วนคิดเป็นร้อยละ 26.70 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวที่สำคัญอื่น ๆ จากภูมิภาคนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากโอมาน คูเวต และกาตาร์

ภูมิภาคอเมริกา

ในไตรมาส 3 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาเที่ยวไทยมีจำนวน 2.73 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.34 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชะลอลงจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลมาจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว



นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา
ซึ่งเป็นตลาดหลักของภูมิภาคนี้
หรือมีส่วนสูงถึงร้อยละ 73.23

สำหรับตลาดสำคัญ 5 อันดับแรกของภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดหลักของภูมิภาคนี้ หรือมีส่วนสูงถึงร้อยละ 73.23 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคอเมริกาทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.00 แสนคน หรือเติบโตร้อยละ 8.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากแคนาดา เม็กซิโก บราซิล และโคลอมเบีย



ภูมิภาคแอฟริกา

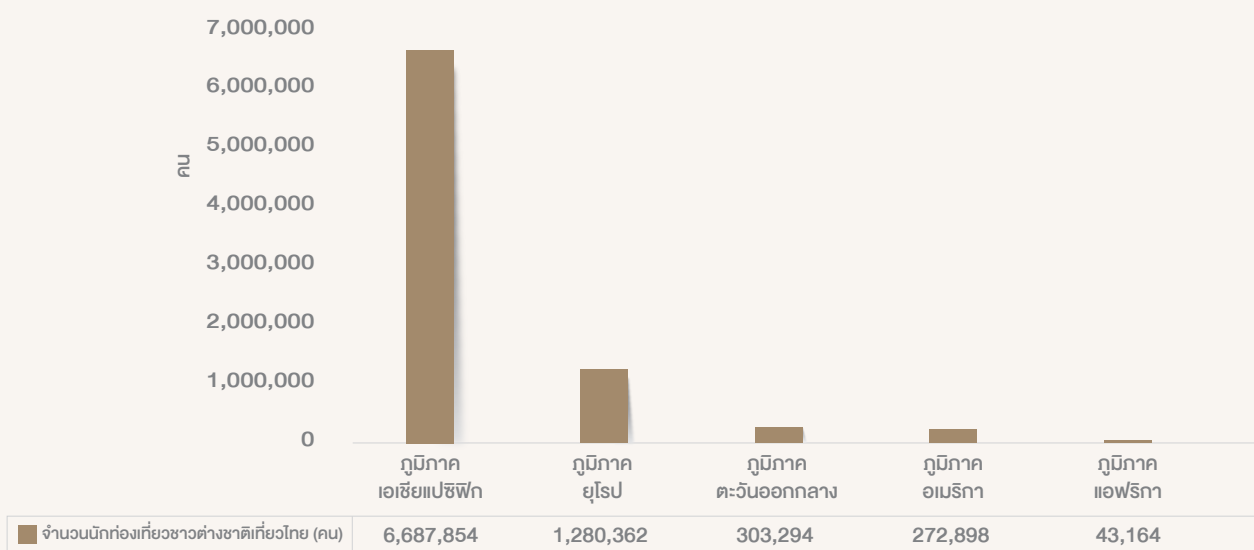
ในไตรมาส 3 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกามีจำนวน 4.32 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.14 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับตลาดสำคัญในภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐแอฟริกากลางได้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 32.19 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด หรือมีจำนวน 1.39 หมื่นคน



ตลาดสำคัญในภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐแอฟริกากลาง ประมาณร้อยละ 32.19 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด

ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ที่เดินทางเข้ามามารองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากโมร็อกโก มีจำนวน 7.42 พันคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 17.19 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากเอธิโอเปีย มีจำนวน 5.71 พันคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 13.22 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวที่สำคัญอื่น ๆ จากภูมิภาคนี้ อาทิ นักท่องเที่ยวจากมอริเชียส และเคนยา

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยรายภูมิภาคในไตรมาส 3 ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย 10 อันดับแรก ในไตรมาส 3 ของปี 2567 ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวจากจีน

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 1 หรือมีจำนวน 1.82 ล้านคน เติบโตร้อยละ 72.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ยังหดตัวร้อยละ 38.03

2. นักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 2 หรือมีจำนวน 1.31 ล้านคน เติบโตร้อยละ 9.06 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.27 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

3. นักท่องเที่ยวจากอินเดีย

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 3 หรือมีจำนวน 4.96 แสนคน เติบโตร้อยละ 23.79 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.00 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

4. นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 4 หรือมีจำนวน 4.48 แสนคน เติบโตร้อยละ 4.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 หดตัวร้อยละ 8.13

5. นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 5 หรือมีจำนวน 2.92 แสนคน เติบโตร้อยละ 17.68 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่หดตัวร้อยละ 39.18 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

6. นักท่องเที่ยวจากเวียดนาม

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 6 หรือมีจำนวน 2.84 แสนคน ลดลงร้อยละ 10.39 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และลดลงร้อยละ 9.27 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

7. นักท่องเที่ยวจากสปป.ลาว

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 7 หรือมีจำนวน 2.81 แสนคน เติบโตร้อยละ 14.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่ลดลงร้อยละ 44.35 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

8. นักท่องเที่ยวจากฮ่องกง

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 8 หรือมีจำนวน 2.66 แสนคน เติบโตร้อยละ 3.91 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่ลดลงร้อยละ 16.00 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

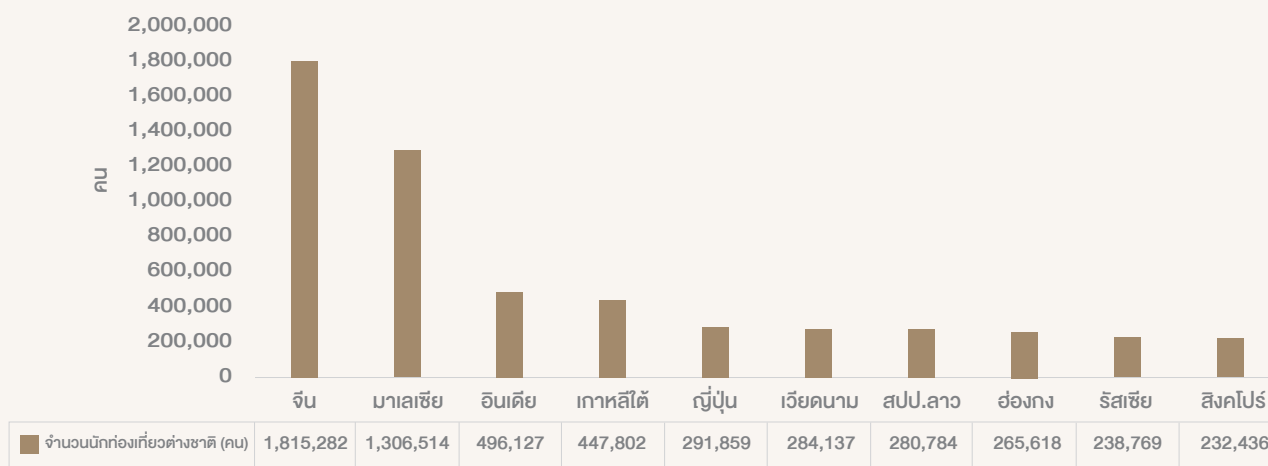
9. นักท่องเที่ยวจากรัสเซีย

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 9 หรือมีจำนวน 2.39 แสนคน เติบโตร้อยละ 19.27 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 64.84 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

10. นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 10 หรือมีจำนวน 2.32 แสนคน ลดลงร้อยละ 2.87 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่ลดลงร้อยละ 15.88 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย 10 อันดับแรก ในไตรมาส 3 ปี 2567



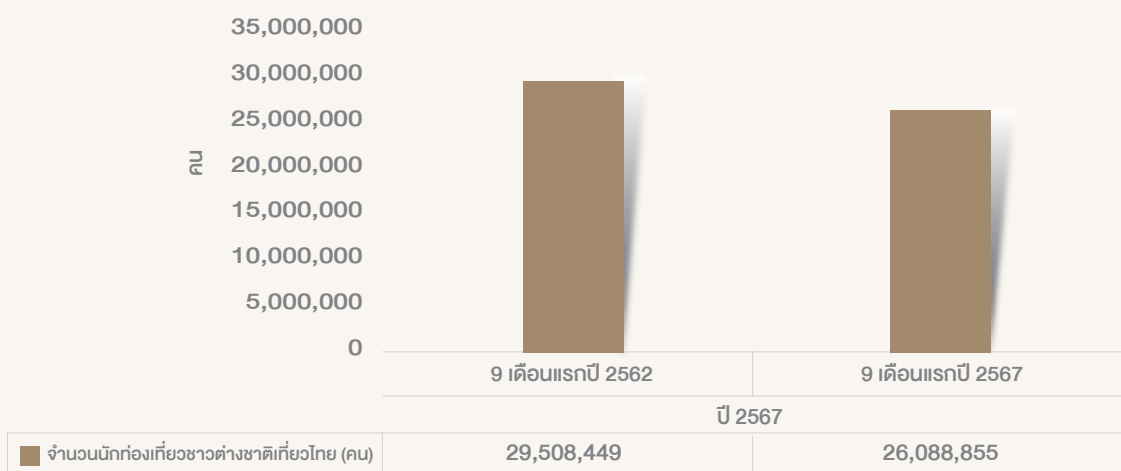
ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567



ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทย ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวไทยมีจำนวน 26.09 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า ภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวไทยกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.41

เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2562 และปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

ปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยที่สำคัญ คือ การดำเนินนโยบายมาตรการวีซ่าฟรีถาวร (ได้รับการยกเว้นการตรวจลงตรา) เพื่อการท่องเที่ยว ทำงานหรือการติดต่อธุรกิจระยะสั้น และขยายระยะเวลาพำนักในไทยสำหรับชาวต่างชาติที่ได้รับวีซ่าฟรีจากไม่เกิน 30 วัน เป็นไม่เกิน 60 วัน จำนวน 93 ประเทศ/ดินแดนเพิ่มเติมจากเดิมที่มีอยู่ 57 ประเทศ/ดินแดน นอกจากนี้ ยังมีประเทศที่ได้รับการยกเว้นการตรวจลงตรา และพำนักในไทยได้น้อยกว่า 60 วัน อีก 6 ประเทศ/ดินแดน ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2567

นอกจากนี้ ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการทำตลาดประชาสัมพันธ์กระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และสายการบินเพิ่มเที่ยวบินและขยายเส้นทางการบินมายังประเทศไทย จากข้อมูลของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ระบุว่า ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 ปริมาณเที่ยวบินระหว่างประเทศจำนวน 3.25 แสนเที่ยวบิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.68 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยรายภูมิภาคพบว่า

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเร่งตัวขึ้น โดยเติบโตกว่าร้อยละ 33.34 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือมีจำนวน 19.43 ล้านคน แต่ยังคงลดลงร้อยละ 16.23 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 74.48 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

เมื่อพิจารณาสถานการณ์รายภูมิภาค พบว่า ภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวน 8.94 ล้านคน เติบโตสูงถึงร้อยละ 64.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับปัจจัยบวกจากการกลับมาของนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งมีจำนวน 5.25 ล้านคน เติบโตสูงถึงร้อยละ 110.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกที่สำคัญ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และฮ่องกง

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีจำนวน 8.02 ล้านคน เติบโตร้อยละ 12.34 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน

ของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย ซึ่งมีจำนวน 3.74 ล้านคน เติบโตร้อยละ 12.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจาก สปป.ลาว เวียดนาม และสิงคโปร์

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียใต้มีจำนวน 1.85 ล้านคน เติบโตร้อยละ 29.70 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากอินเดียเป็นตลาดที่สำคัญ มีจำนวนกว่า 1.54 ล้านคน เติบโตร้อยละ 32.17 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากภูมิภาคเอเชียใต้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากบังกลาเทศ อิหร่าน และศรีลังกา

ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนียมีจำนวน 6.17 แสนคน เติบโตร้อยละ 10.25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียเป็นตลาดที่สำคัญ มีจำนวนกว่า 5.45 แสนคน เติบโตร้อยละ 10.02 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน



ภูมิภาคยุโรป

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 4.97 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.50 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 5.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.04 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชาวไทยทั้งหมด

เมื่อพิจารณาสถานการณ์รายภูมิภาค พบว่า นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออกมีจำนวนสูงถึง 1.63 ล้านคน เติบโตร้อยละ 20.94 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากรัสเซีย เป็นตลาดที่สำคัญ ซึ่งมีจำนวนกว่า 1.16 ล้านคน เติบโตร้อยละ 16.94 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออกที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากคาซัคสถาน และโปแลนด์

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปตะวันตกมีจำนวน 1.57 ล้านคน เติบโตร้อยละ 24.75 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากเยอรมนีมีจำนวน 5.88 แสนคน เติบโตร้อยละ 22.00 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส มีจำนวน 5.15 แสนคน เติบโตร้อยละ 33.77 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวจากเนเธอร์แลนด์ และสวิตเซอร์แลนด์ เป็นตลาดที่สำคัญ

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเหนือ โดยมีจำนวน 1.08 ล้านคน เติบโตร้อยละ 18.23 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากสหราชอาณาจักรมีจำนวน 6.67 แสนคน เติบโตร้อยละ 18.40 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่นักท่องเที่ยวจากสวีเดนมีจำนวน 1.30 แสนคน เติบโตร้อยละ 14.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวจากเดนมาร์ก และนอร์เวย์เป็นตลาดที่สำคัญ

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปใต้มีจำนวน 6.66 แสนคน เติบโตร้อยละ 28.02 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากที่สำคัญมาจากอิสราเอลมีจำนวน 1.94 แสนคน เติบโตร้อยละ 4.22 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเหตุการณ์สงครามที่เกิดขึ้นระหว่างอิสราเอลและฮามาส ได้ขยายไปยังประเทศเลบานอน และสถานการณ์มีแนวโน้มที่จะยังไม่ยุติ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวจากอิสราเอลในช่วงที่เหลือของปีนี้ ขณะที่นักท่องเที่ยวจากอิตาลี มีจำนวน 1.81 แสนคน เติบโตร้อยละ 39.55 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากสเปนและตุรกี ยังเป็นตลาดที่สำคัญ

ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 5.78 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.94 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.21 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ อาทิ นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบียมีจำนวน 1.73 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.40 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีจำนวน 1.36 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากโอมานมีจำนวน 8.52 หมื่นคน และนักท่องเที่ยวจากคูเวตมีจำนวน 7.69 หมื่นคน อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ยังต้องติดตามสถานการณ์สงครามที่เกิดขึ้นในภูมิภาคตะวันออกกลาง เนื่องจากสงครามมีประเทศที่เกี่ยวข้องมากขึ้น จากเดิมที่เป็นสงครามระหว่างอิสราเอลและกลุ่มฮามาส ขณะนี้เพิ่มมาเป็นสงครามระหว่างอิสราเอลและเลบานอน



ภูมิภาคอเมริกา

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 1.01 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.98 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.86 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

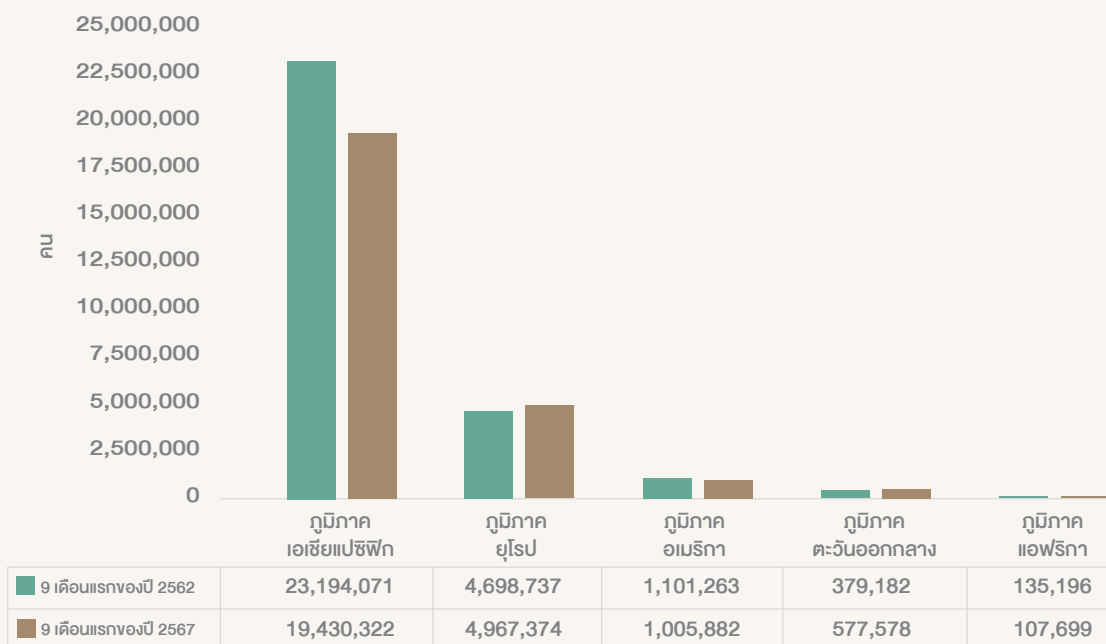
สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดมีจำนวน 7.07 แสนคน เติบโตร้อยละ 9.95 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และรองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากแคนาดามีจำนวน 1.73 แสน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากบราซิล 3.89 หมื่นคน และนักท่องเที่ยวจากเม็กซิโกมีจำนวน 2.85 หมื่นคน

ภูมิภาคแอฟริกา

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 1.08 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.33 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.41 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงสุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐแอฟริกใต้ มีจำนวน 4.46 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากเอธิโอเปียมีจำนวน 1.36 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.51 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากโมร็อกโก มีจำนวน 1.19 หมื่นคน และนักท่องเที่ยวจากมอริเชียสมีจำนวน 1.05 หมื่นคน

นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยรายภูมิภาคในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567



ตลาดนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศ ในไตรมาส 3 ปี 2567

สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยในไตรมาส 3 ปี 2567 ชะลอตัวจากในไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลจากฤดูกาล เนื่องจากเข้าสู่ฤดูฝน และหลายพื้นที่ในประเทศไทยประสบกับปัญหาอุทกภัย โดยเฉพาะหลายจังหวัดทางภาคเหนือ อาทิ น่าน เชียงราย เชียงใหม่ พิจิตร และสุโขทัย นอกจากนี้ ทางพื้นที่ภาคใต้อย่างภูเก็ต ได้รับผลกระทบจากฝนตกน้ำท่วมเช่นกัน จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 47.94 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 6.42 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาส 3 ปี 2567 พบว่า มีมูลค่าประมาณ 225,484.44 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.78 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

อย่างไรก็ดี ในไตรมาส 3 การท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยยังพอมีปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด ได้แก่

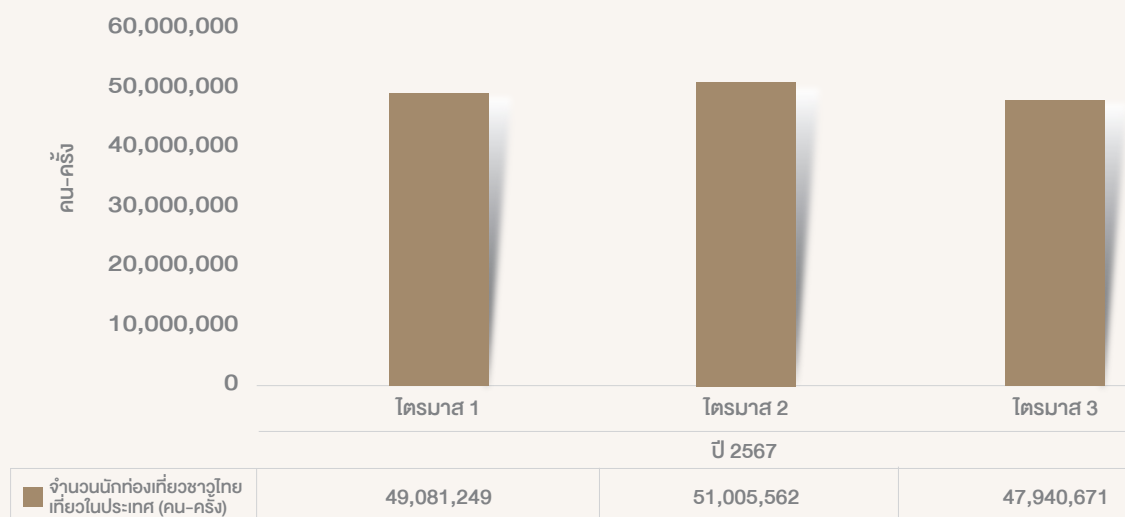
1. มาตรการหักลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา

สำหรับค่าใช้จ่ายด้านบริการที่พัก (โรงแรม โฮมสเตย์และที่พักที่ไม่เป็นโรงแรม) และค่าบริการจากการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท โดยต้องมีการออกใบกำกับภาษีแบบเต็มผ่านระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & e-Receipt)

2. มาตรการหักลดหย่อนภาษีนิติบุคคล

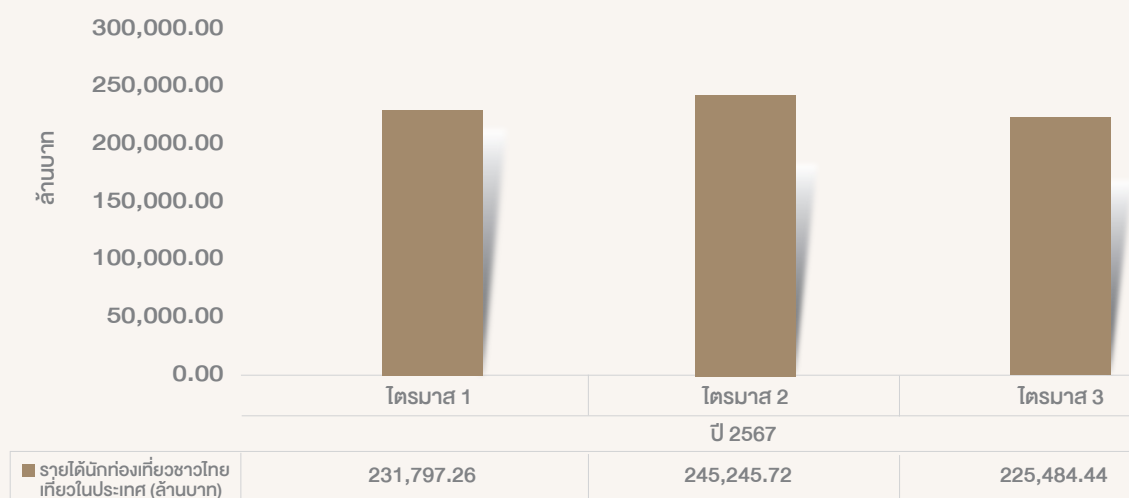
สำหรับรายจ่ายการจัดอบรมจัดสัมมนาในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรอง สามารถนำมาหักได้ 2 เท่าของรายจ่ายตามที่จ่ายจริง ขณะที่เมืองท่องเที่ยวหลักสามารถนำรายจ่ายมาหักได้ 1.5 เท่าของรายจ่ายตามที่จ่ายจริง โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม ถึง วันที่ 30 พฤศจิกายน 2567 เพื่อกระตุ้นคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศ รายไตรมาส 3 ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

รายได้ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศ รายไตรมาสปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567



กรุงเทพมหานคร

ไตรมาส 3 ปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีจำนวน 7.85 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 0.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับรายได้ท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครมีมูลค่า 44,815.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับในไตรมาส 3 ปี 2567 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีการจัดงานที่สำคัญได้แก่การจัดงานนิทรรศการตามรอยบาทพระจอมเกล้าฯ ทรงพระผนวช ๒๐๐ ปี ซึ่งมีการจัดงานทั้งหมด 4 วัด ได้แก่ วัดราชาธิวาสวิหาร วัดบวรนิเวศวิหาร วัดราชประดิษฐ์สถิตมหาสีมาราม และวัดมกุฏกษัตริยารามราชวรวิหาร รวมถึงการแสดงแสง สี เสียง (Installation 3D Projection Mapping) การจัดงานมหรศพสมโภชเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาส

พระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ 28 กรกฎาคม 2567 ที่สนามหลวง การซ้อมย่อยและการซ้อมใหญ่ ขบวนพยุหยาตราทางชลมารค เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ 28 กรกฎาคม 2567 ซึ่งประชาชนสามารถเข้าชมได้ ทั้ง 2 ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่ สะพานพระราม 8 ถึง วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร

นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ อาทิ การจัดงานเทศกาลดนตรีอย่างงาน Output Festival 2024 การจัดกิจกรรมถนนคนเดินที่งาน "Amazing Walking Street Food ONG ANG Canal" ที่คลองโอ่งอ่าง และงานถนนคนเดินมหรณพ รวมถึงการจัดงานตามรอยร็อคสตาร์ที่เยาวราช ทรงวาด และตลาดน้อย (Follow the Rock Star to Yaowarat and Beyond)



ภาคกลาง

ไตรมาส 3 ของปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีจำนวน 15.85 ล้านคน-ครั้ง หดตัวร้อยละ 4.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีมูลค่า 45,778.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยพื้นที่ภาคกลางมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติภูเขา ทะเล รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประวัติศาสตร์และศาสนา อีกทั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวแบบเช้า-เย็นกลับ โดยจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อาทิ กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี พระนครศรีอยุธยา สมุทรสงคราม และสุพรรณบุรี

สำหรับในไตรมาส 3 ปี 2567 หลายจังหวัดในภาคกลางมีการจัดงานที่สำคัญ อาทิ การจัดงานประเพณีทางศาสนาที่สำคัญ ได้แก่ งานแห่เทียนเข้าพรรษา โดยมีการจัดขึ้นในหลายพื้นที่ ได้แก่ งานประเพณียาดอกไม้ (ตักบาตรดอกไม้ม) 2567 จังหวัดสิงห์บุรี งานประเพณีแห่เทียนพรรษาทางน้ำ ครั้งที่ 13 ประจำปี 2567 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานประเพณีตักบาตรดอกไม้อเข้าพรรษา และถวายเทียนพระราชทาน ประจำปี 2567 จังหวัดสระบุรี และงานสืบสานวัฒนธรรมประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดสุพรรณบุรี

การจัดงานมหกรรมเสน่ห์ไทย 5 ภูมิภาค สัมผัสวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการจัดงานแสดง 3D Mapping Light and sound โดยภาคกลางจัดขึ้นที่จังหวัดกาญจนบุรี งาน “The River of Time สายน้ำแห่งกาลเวลา”

การจัดกิจกรรมวิ่ง ได้แก่ การจัดงานวิ่งมหากาพย์รามเกียรติ์ 3 ซีรีส์ 3 จังหวัด ได้แก่ ท้าพแรก : ทศกัณฐ์ยกทัพ ณ อุทยาน ร.2 อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ท้าพสอง : พระนารายณ์อวตาร ณ วัดขนอนหนังใหญ่ โพธาราม จังหวัดราชบุรี และท้าพสาม : ศักกุมภกรรณ ณ วัดเขาสมอคอน ท่าวัง จังหวัดลพบุรี การจัดงานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนรายการ The Cave Run 2024 วิ่งทะลุมิติ Unseen New Chapters ณ บริเวณอุโมงค์สามมิติ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อกระตุ้นการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y และผู้ชื่นชอบกีฬา การจัดงานวิ่ง #ประมงไทยชนวิ่ง ครั้งที่ 3 ชวนคุณร่วมสร้างสรรค์ศิลปะจากขยะ เพื่อทะเลที่สวยงาม ประจวบคีรีขันธ์ และการจัดงานเดิน-วิ่งการกุศล ROTARY RUN จังหวัดราชบุรี

การจัดงานเทศกาลอาหารและดนตรี อาทิ การจัดงานเทศกาลดนตรี “เขามันส์ได้” WHY Festival Carnival Charity จังหวัดราชบุรี การจัดงานหรรษนาฏดนตรี เปิดตำนานการแสดงลิเก ครั้งที่ 2 เทศกาลงานอาร์ตและดนตรี “FAT CAMP@Cha-am Beach” จังหวัดเพชรบุรี การจัดงานเทศกาลกินหอย ตกหมึก @ชะอำ ประจำปี 2567 จังหวัดเพชรบุรี และการจัดงาน Ayutthaya Morning Drip ครั้งที่ 4 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น การจัดงาน “Amazing Green Route คาราวานรถยนต์ไฮบริดพิชิตแหล่งมรดกโลก (เพชรบุรี-แก่งกระจาน)” ที่จังหวัดเพชรบุรี การจัดงานเทศกาลมินิบอลูน “MINI Balloon Festival” จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และการจัดงานประเพณีแข่งขันเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน ประจำปี 2567 ปีที่ 15 ณ บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา จังหวัดนนทบุรี เป็นต้น

ภาคเหนือ

การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือไตรมาส 3 ปี 2567 หลายจังหวัดปรับตัวลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากฝนตกหนัก ทำให้เกิดน้ำป่าไหลหลากและน้ำท่วมในพื้นที่เศรษฐกิจในหลายพื้นที่ อาทิ น่าน เชียงราย เชียงใหม่ พะเยา และสุโขทัย เป็นต้น ในช่วงเดือนสิงหาคมต่อเนื่องมายังเดือนกันยายน 2567 ซึ่งส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวภาคเหนือหดตัวร้อยละ 23.57 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีจำนวน 4.98 ล้านคน-ครั้ง ขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีมูลค่า 32,211.75 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญที่จัดขึ้นในพื้นที่ภาคเหนือ อาทิ การจัดงานประเพณีท้องถิ่น เช่น การจัดงานประเพณีถวายข้าวมธุปายาสของชาวไทยใหญ่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน การจัดงานประเพณีงานอัฐมพระดำน้ำ จังหวัดเพชรบูรณ์ การจัดงานเทศกาลโล่ชิงช้ากระทุ้งกระบอกไม้ไผ่ “บ่อ ผ่อง ตู” จังหวัดเชียงราย การจัดงานตามรอยสองจันทร์ สานผืนดอยบุษราคัม จังหวัดพะเยา การจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ประจำปี 2567-2568 (ถ้านั่ง 109) จังหวัดนครสวรรค์ การจัดงาน 118 ปี ตามรอยพระพุทธเจ้าหลวง เสด็จประพาสต้นฯ ณ วัดพระพรหมคีรี จังหวัดนครสวรรค์ การจัดงานประเพณีสานสัมพันธ์วัฒนธรรม 4 ไต (ไตเงิน ไตยอง ไตลื้อ และไตยวน) จังหวัดเชียงใหม่ และการจัดงาน “ตาก วัฒนธรรม ๒ แผ่นดิน” จังหวัดตาก เป็นต้น

การจัดงานประเพณีแข่งเรือ เช่น การแข่งขันเรือยาวประเพณีชิงถ้วยพระราชทาน จังหวัดพิจิตร การแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดนครสวรรค์ ประจำปี 2567 จังหวัดนครสวรรค์ การจัดงานประเพณีแข่งเรือเอกลักษณ์น่านสานสัมพันธ์ น่านเหนือ น่านกลาง น่านใต้

ประจำปี 2567 และงานประเพณีแข่งเรืออำเภอท่าวังผา “แข่งเรือปลอดเหล้าเบียร์ เข้าหาพระธรรม” จังหวัดน่าน เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานมหกรรมเสน่ห์ไทย 5 ภูมิภาค สัมผัสวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการจัดงานแสดง 3D Mapping Light and sound โดยภาคเหนือจัดขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ งาน “HOP Chiangmai Art & Music Festival” งานวิจิตรธานี ถิ่นนี้อุทัย 191 ปี บ้านสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี การจัดงาน “วิจิตร @แม่ฮ่องสอน เมืองแสงสีนงา” จังหวัดแม่ฮ่องสอน การจัดงานกิจกรรมท่องเที่ยว งาน “กว่าง” ยอดนักสู้แห่งล้านนา (Chiang Rai Beetles Festival 2024) จังหวัดเชียงราย การจัดงานเทศกาลชนหัวลูกเวียงพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ การจัดงาน “เทศกาลอะโวกาโด และของดีอำเภอหางดง ครั้งที่ 4” จังหวัดเชียงใหม่ งานเทศกาลดนตรี The Music of History เล่าขานตำนานเมืองสองแคว จังหวัดพิษณุโลก งานเทศกาลบอลลูนแฟ้นชีสุด Cute ที่บริเวณริมน้ำศาลาสีริชล เชื้อนภูมิพล จังหวัดตาก และการจัดงานมหกรรมปิ้งย่าง “Nakhonsawan Big Grill Fest 2024” จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น

รวมถึงการจัดกิจกรรมกีฬา อาทิ การจัดกิจกรรมเดิน-วิ่งซิลล์ ๆ ชมวิวดูสะแกกรัง (UTFC RUN 2024) จังหวัดอุทัยธานี การจัดกิจกรรมวิ่ง “วิ่งแม่กาษา Run ดิคราฟท์” จังหวัดตาก การจัดกิจกรรมงานวิ่ง “วิจิตร @แม่ฮ่องสอน เมืองแสงสีนงา” WALK RUN NIGHT เมืองสามหมอก จังหวัดแม่ฮ่องสอน การจัดกิจกรรม “รวมพลคน Harley รักในหลวง” โดยชมรม Immortals และผู้ขับขี่สองล้อกว่า 1,000 คัน ร่วมแปรขบวนเป็นอักษรคำว่า “WE LOVE THE KING 10” จังหวัดอุทัยธานี และการแข่งขันกีฬาจักรยาน “เชื้อมภูมิพล เสือหมอบ เสือภูเขา สิงหาพาแม่เที่ยว ครั้งที่ 21” ประจำปี 2567 จังหวัดตาก



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไตรมาส 3 ปี 2567 ภาพรวมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีจำนวน 7.66 ล้านคน-ครั้ง และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.04 สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่า 22,310.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.29 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญที่จัดขึ้นในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาทิ การจัดงานประเพณีแห่เทียนพรรษาประจำปี เช่น การจัดงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาอุบลราชธานี 2567 จังหวัดอุบลราชธานี การจัดงานประเพณีแห่เทียนโคราช ประจำปี 2567 จังหวัดนครราชสีมา การจัดงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาเทศบาลเมืองชัยภูมิ 2567 จังหวัดชัยภูมิ การจัดงานประเพณีสืบสานตำนานเทียนพรรษา 101 งานแห่เทียนเข้าพรรษาประจำจังหวัดร้อยเอ็ด และการจัดงานประเพณีแห่เทียนพรรษานหลังช้างและตักบาตรบหลังช้าง 2567 จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

การจัดงานประเพณีท้องถิ่น อาทิ การจัดงานประเพณีผีเสื้อ จังหวัดชัยภูมิ การจัดงานประเพณีไหลเรือไฟไหว้สาพญาเต่างอย แห่งเรือพายประจำปี 2567 จังหวัดสกลนคร การจัดงาน “สีสันเมืองเลย The Color of Loei และมหกรรมหน้ากากผีตาโขน “Thailand Local Mask Festival 2024” จังหวัดเลย และการจัดงานประเพณีแสนภูวนตา จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดสุรินทร์

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานมหกรรมเสน่ห์ไทย 5 ภูมิภาค สัมผัสวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการจัดงานแสดง 3D Mapping Light and sound โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจัดขึ้นที่จังหวัดขอนแก่น งาน “เสน่ห์อีสานม่วนซื่น ณ ขอนแก่น” การจัดงานเที่ยวพิพิธภัณฑ์ยามค่ำคืน (NIGHT AT THE MUSEUM) จังหวัดขอนแก่น การจัดงานปรากฏการณ์พระอาทิตย์ขึ้นสดสองตรง 15 ช่องประตูปราสาทพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์

การจัดกิจกรรมกีฬา เช่น งาน “LOW CARBON Khao Yai FOR ALL:

Khao Yai Car Free Day” เดิน วิ่ง ปั่น ลดโลกร้อน ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และการจัดงานชวน ชม ชิม แซ่ แรลลี่ปั่น ซิลล์ ซิลล์ เดิน ชมวิว กินข้าวเย็น “สะพานรักบ้านเคย @พิมาย จังหวัดนครราชสีมา การจัดกิจกรรมวิ่ง ทุ่งกุลาละไล KTB Trail Run 2024 ตามเส้นทางธรรมชาติจังหวัดศรีสะเกษ การจัดการแข่งขันจักรยานในรายการ “ไทยแลนด์โอเพ่น 2024” จังหวัดเลย การจัดงานมหกรรมมวยไทย “AMAZING MUAY THAI EXPERIENCE จังหวัดนครราชสีมา” เป็นต้น

รวมถึงการจัดงานเทศกาลอาหาร เช่น เทศกาลกินปลาตะคองและงานบอลลูนเฟสต์วัด จังหวัดนครราชสีมา งานเทศกาลอาหารและบอลลูนนานาชาติ จังหวัดมุกดาหาร งานมหกรรมอาหารร้อยแก่นสารสินธุ์หลายจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ งานเทศกาลลูกชิ้นยืนกิน ชิงแชมป์โลก และการจัดกิจกรรม “กินปลาสิ้นเชื่อน ชมนกกระเรียนพันธุ์ไทย ทุ่งข้าวใหม่เกษตรอินทรีย์ ของดีตลาดเซราะแวง” จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

ภาคตะวันออก

ไตรมาส 3 ปี 2567 การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 6.12 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.60 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกมีมูลค่า 43,891.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.00 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้การท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีในไตรมาส 3 นี้ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากกระแสความนิยมในแอปโปแคระ “หมูแดง” ที่สวนสัตว์เขาเขียว ซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมทางโลกออนไลน์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญที่จัดขึ้นในพื้นที่ภาคตะวันออก อาทิ การจัดงานประเพณีท้องถิ่นประจำปี เช่น การจัดงานประเพณีแห่เทียนพรรษาประจำปี 2567 จังหวัดนครนายก การจัดงานประเพณีรำลึก 171 ปี พระปิยมหาราช ณ เกาะสีชัง และการจัดงานเสน่ห์เมืองชล 2567 ในตอน “ย้อนเวลา ศรีราชานคร” จังหวัดชลบุรี และการจัดงานนมัสการหลวงพ่อโสธรและงานประจำปีจังหวัดฉะเชิงเทรา พ.ศ. 2567 จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานมหกรรมเสน่ห์ไทย 5 ภูมิภาค สัมผัสวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการจัดงานแสดง 3D Mapping Light and sound โดยภาคตะวันออกจัดขึ้นที่จังหวัดชลบุรี งาน “Chonburi International Music Festival in the Rain” การจัดงานเทศกาลว่าว (Kite On The Beach ว่าว WOWWWW 2024) จังหวัดระยอง และการจัดงานแสง สี และดนตรี VIJITR 5 ภาค @ชลบุรี เกาะได้น้ำมหัศจรรย์ The Magic of Underwater World จังหวัดชลบุรี

การจัดกิจกรรมกีฬา เช่น การจัดงานวัดละหารไร่ ฮาล์ฟ มาราธอน 2024 จังหวัดระยอง การจัดกิจกรรมวิ่งเทรล (Pattaya Trail 2024) และการแข่งขันพัทธมาราธอน จังหวัดชลบุรี การจัดการแข่งขันวิ่งกะข้างเทรล (KOH CHANG TRAIL 2024) จังหวัดตราด การจัดการแข่งขันวิ่ง



สถานีเขาฉกรรจ์ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสระแก้ว และการจัดการแข่งขันวิ่ง 3 เขา (3 Mountain Trail 2024 Season 2 @KHAO TEENKAI" Nakhonnayok) จังหวัดนครนายก

การจัดงานเทศกาลดนตรี อาทิ เทศกาลดนตรีที่หาดแหลมแม่พิมพ์ (Rayong Long Beach Festival 2024 @ Leammaephim) จังหวัดระยอง การจัดงานเทศกาลดนตรีที่พัทยา (Chonburi International Music Festival in the Rain at Pattaya) จังหวัดชลบุรี การจัดงานเทศกาลอาหาร อาทิ งานเทศกาลอาหารและเทศกาลบอลลูนครั้งแรกของแปดริ้ว จังหวัดฉะเชิงเทรา การจัดงานชัยพัฒนาแฟร์ สัจจกร และงานเกษตร จังหวัดนครนายก

นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น การจัดงานพิพิธภัณฑ์ยามค่ำคืน (PRACHINBURI “Night at the Museum#2) ณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดปราจีนบุรี การจัดงานเทศกาลท่องเที่ยวเชิงผจญภัยกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 ณ ป่าหนันทนาการน้ำตกเขาอีโต้ จังหวัดปราจีนบุรี การจัดงานอเมซิงผ้าขาวม้า (Amazing Kha-Ma Sakaeo 2024) จังหวัดสระแก้ว การจัดงานเทศกาลภาพยนตร์เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การจัดงานเที่ยวเมืองจันทวันสินค้าไทย จังหวัดจันทบุรี และการจัดงานท่องเที่ยวท่องล่องชม 2 ตลาดแปลกจันทบุรี (ตลาดขนมแปลก ริมคลองหนองบัว, ตลาดสี่มุมเมรุบางสระแก้ว) จังหวัดจันทบุรี เป็นต้น

ภาคใต้

ไตรมาส 3 ปี 2567 สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวน 5.49 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 4.39 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 อย่างไรก็ตาม จังหวัดทางฝั่งทะเลอันดามันได้รับผลกระทบจากพายุฝน โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตที่ได้รับผลกระทบจากฝนตกหนักและน้ำท่วมในบางพื้นที่ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีมูลค่า 36,476.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.23 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญที่จัดขึ้นในพื้นที่ภาคใต้ อาทิ การจัดงานประเพณีท้องถิ่นประจำปี อาทิ การจัดงานประเพณีแห่จาดเดือนสิบ จังหวัดกระบี่ ประเพณีวันสารท(เดือนสิบ) ประจำปี 2567 จังหวัดพังงา การจัดงานย้อนตำนานเมืองตะโกลา” สู่เสน่ห์อารยะเมืองเก่าตะกั่วป่า จังหวัดพังงา การจัดการแข่งขันเรือยาว ชื่นใจนงิงรง ชิงถ้วยพระราชทาน ประจำปี 2567 (หัววัง-พนังตัก) จังหวัดชุมพร การจัดงานประเพณีชักพระ ทอดผ้าป่า และแข่งเรือยาว จังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดงานสมโภชศาลหลักเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช การจัดงานปัตตานีแห่งสายน้ำ (Pattani River Festival 2024) จังหวัดปัตตานี

นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานมหกรรมเสน่ห์ไทย 5 ภูมิภาค สัมผัสวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการจัดงานแสดง 3D Mapping Light and sound โดยภาคใต้จัดขึ้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช งาน “มหกรรมเสน่ห์ไทย @ นครศรีธรรมราช Charming Khanom” การจัดงานแสดงแสง สี เสียง VUITR 5 ภาค @ภูเก็ต “Pearl of Andaman The Undiscovered Treasure” 9 จังหวัดภูเก็ต

การจัดกิจกรรมกีฬา เช่น การแข่งขันวิ่ง scenic half marathon krabi 2024 ที่อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธาราหมู่เกาะพีพี และการจัดงาน

กระบี่ไตรกีฬา Krabi TRIATHLONS ณ สวนสาธารณะธารา จังหวัดกระบี่ การจัดกิจกรรมปั่นจักรยานและพายคายัค “Koh Lanta Kayak & Cycling Rally Day 2024 : สองมือพายสองเท้าปั่นรักษันตา” จังหวัดกระบี่ การจัดกิจกรรมวิ่งกลางคืน (Phangnga Night Run 2024) จังหวัดพังงา การจัดกิจกรรมวิ่งเพื่อสุขภาพ (งาน Ranong Hot Spring Run 2024) จังหวัดระนอง การจัดกิจกรรมปั่นทะเลหมอก บอกรักฝน ระหว่าง เริ่มที่สนามกีฬาากลางจังหวัดชุมพร และจบที่วิทยาลัยเทคนิคระนอง การจัดงานไข่มุกอันดามัน มารารอน จังหวัดภูเก็ต การแข่งขันกีฬากระดานยืนพาย (Stand Up Paddle Board) จังหวัดระนอง และการจัดงานอเมซิงมวยไทย (Amazing Muay Thai Experience) จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

การจัดงานเทศกาลดนตรีและอาหาร อาทิ งานเทศกาลอาหารและดนตรีสุดอลัง “Southern Bliss Fest : ความสุขแดนใต้” จังหวัดชุมพร และจังหวัดนครศรีธรรมราช งานเทศกาลดนตรี (Hello Hatyai 2024) แห่งความสุขใจกลางเมืองหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และงาน “FOOD FIT FUN ครั้งที่ 2” จังหวัดตรัง เทศกาลดนตรีที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (Yala Music Fest 2) จังหวัดยะลา

รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ถนนคนเดินกระบี่ (Krabi Walking Street) จังหวัดกระบี่ การจัดงานเทศกาลเงาะโรงเรียนนาสาร ครั้งที่ 32 ประจำปี 2567 จังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดงานอเมซิง บีชไลฟ์ เฟสติวัล (Amazing Beach Life Festival) และการจัดงานกิจกรรมพายซัพ (Phangnga Bay SUP Fest Season 2) จังหวัดพังงา การจัดงานโซนสัมพันธ์ภาคใต้เฉลิมพระเกียรติ ณ บรยากาศริมแม่น้ำปากพนัง จังหวัดพัทลุง การจัดงานของดีเมืองนราธิวาส ครั้งที่ 47 จังหวัดนราธิวาส การจัดงานปัตตานี เดคคอร์ด (Pattani Decoded 2024) จังหวัดปัตตานี การจัดกิจกรรมสตาร์ปาร์ตี้ (STAR PARTY 2024) จังหวัดสงขลา และเทศกาลงานไฟส่งเสริมอัตลักษณ์จังหวัดสงขลา (Lighting of Songkhla Lagoon 2024)

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยในไตรมาส 3 ปี 2567

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทย ไตรมาส 3 ปี 2567			
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)
กรุงเทพมหานคร	7,845,693	-0.73	44,815.59	+14.20
ภาคกลาง	15,848,742	-4.56	45,778.20	+9.73
ภาคเหนือ	4,980,435	-23.57	32,211.75	-3.01
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7,657,251	+3.04	22,310.46	+13.29
ภาคตะวันออก	6,118,553	+8.60	43,891.49	+22.00
ภาคใต้	5,489,997	-4.39	36,476.95	+8.23
รวมทั้งประเทศ	47,940,671	-3.80	255,484.44	+10.78

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนมากสูงสุด 10 อันดับแรก สำหรับจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรกในไตรมาส 3 ปี 2567 ได้แก่



1. กรุงเทพมหานคร

มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 7.85 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

2. ชลบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 3.87 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

3. กาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 3.68 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.18 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

4. ประจวบคีรีขันธ์

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.50 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.41 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

5. เพชรบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.40 ล้านคน ลดลงร้อยละ 4.31 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

6. พระนครศรีอยุธยา

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.10 ล้านคน ลดลงร้อยละ 2.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

7. นครราชสีมา

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.02 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.42 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

8. สมุทรสงคราม

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.57 ล้านคน ลดลงร้อยละ 1.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

9. สุพรรณบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.55 ล้านคน ลดลงร้อยละ 2.08 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

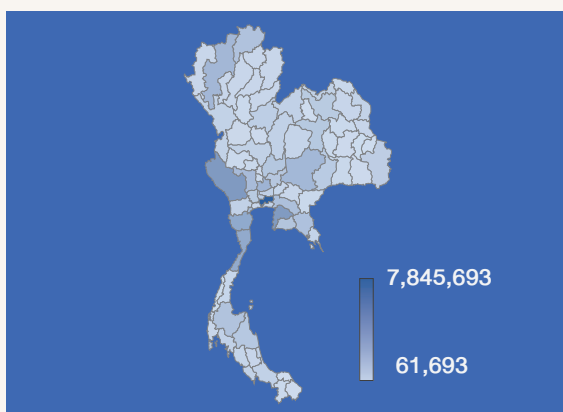
10. เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.50 ล้านคน ลดลงร้อยละ 5.18 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

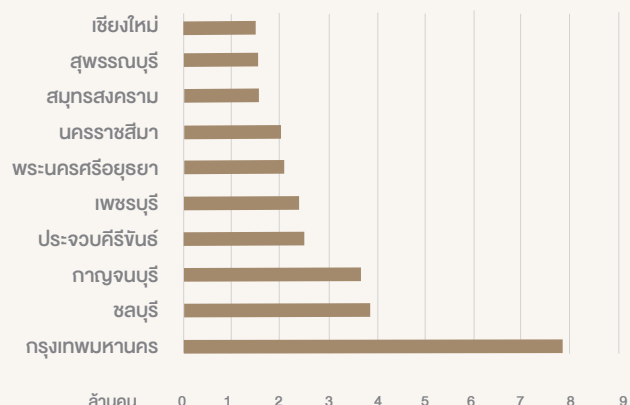
ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใน 10 จังหวัด มีจำนวน 29.05 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.86 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในไทยทั้งหมดในไตรมาส 3 ของปี 2567 และการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลาง

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไปท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดในไตรมาส 3 ปี 2567

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยว
ในจังหวัดต่างๆของไทยในไตรมาส 3 ปี 2567



จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด
10 อันดับแรก ในไตรมาส 3 ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567



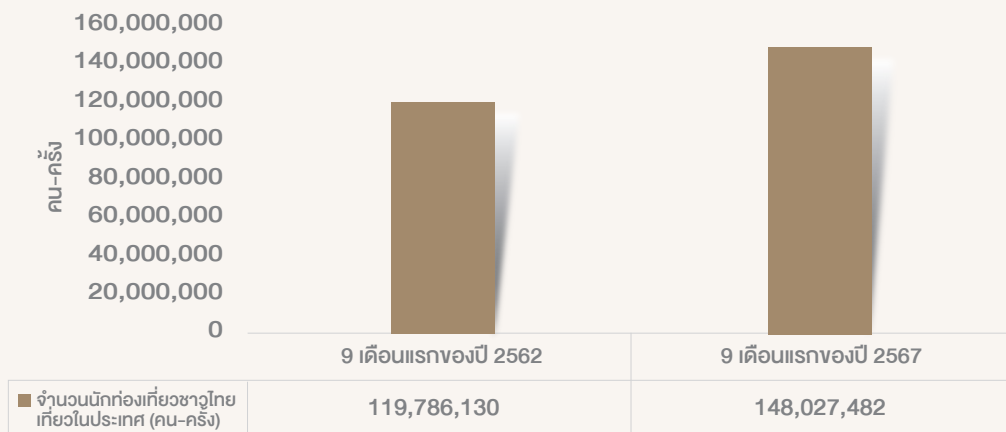
ตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศ ในช่วง 9 เดือนแรกปี 2567

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง และพบว่าชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวน 148.03 ล้านคน-ครั้ง เติบโตร้อยละ 5.27 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเติบโตร้อยละ 23.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19

ตลาดไทยเที่ยวไทยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงมาตรการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด ได้แก่ 1. มาตรการหักลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา สำหรับ

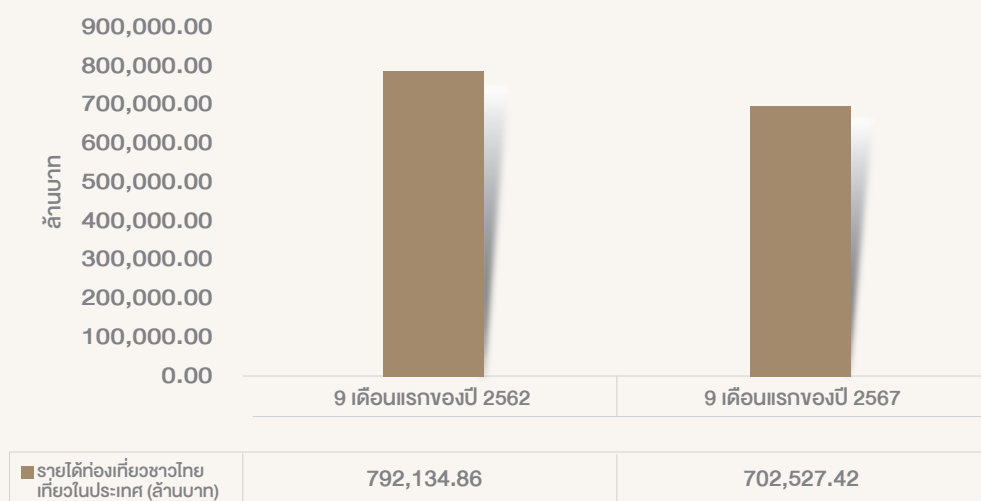
ค่าใช้จ่ายด้านบริการที่พัก และค่าบริการจากการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท และ 2. มาตรการหักลดหย่อนภาษีนิติบุคคล สำหรับรายจ่ายการจัดอบรมจัดสัมมนาในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรองและเมืองท่องเที่ยวหลัก

เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2562 และปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2562 และปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

ขณะที่การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีมูลค่า 702,527.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศยังลดลงร้อยละ 11.31 แม้จำนวน

คนไทยเที่ยวในประเทศจะกลับมาเติบโตกว่าปี 2562 แต่รายได้การท่องเที่ยวจากคนไทยเที่ยวในประเทศยังหดตัวเมื่อเทียบกับปี 2562 ส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ แม้จะไม่กระทบแผนการเดินทางท่องเที่ยวแต่มีผลต่อการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค พบว่า

กรุงเทพมหานคร

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีจำนวน 22.52 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 2.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากการที่คนไทยปรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อย่างไรก็ตามรายได้ของการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า มีมูลค่า 127,843.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.48 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ มีห้างสรรพสินค้า และร้านค้าแบรนด์ดังหลากหลาย รวมถึงร้านอาหารที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยมของคนไทย นอกจากนี้พื้นที่กรุงเทพมหานครมีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง อาทิ การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาร่วมกิจกรรมในพื้นที่เป็นจำนวนมาก และในปีนี้ ทางรัฐบาลได้มีการอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุและพระอรหันตธาตุของพระสารีบุตร และพระโมคคัลลานะ จากประเทศอินเดีย เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ ซึ่งมีคนไทยจากหลายจังหวัดเดินทางเข้ามาเพื่อกราบสักการะบูชา

ภาคกลาง

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 ในพื้นที่ภาคกลางมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว 50.20 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ภาคกลาง (ไม่นับรวมกรุงเทพมหานคร) เป็นภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล ภูเขาและยอดดอย แหล่งท่องเที่ยวศาสนา วัฒนธรรมและชุมชน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และหลายจังหวัดทางภาคกลางอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถเดินทางไปเข้าเียนกลับ โดยจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก 5 อันดับ ได้แก่ กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม และพระนครศรีอยุธยา สำหรับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลาง มีมูลค่า 147,969.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.78 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน



ภาคใต้

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในภาคใต้จำนวน 17.41 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.36 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับในรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีมูลค่า 114,655.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.59 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ภาคเหนือ

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 ในพื้นที่ภาคเหนือมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว 17.48 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 6.20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากในช่วงไตรมาส 3 ของปีนี้ ได้มีเหตุการณ์น้ำท่วมหนักหลายพื้นที่ในจังหวัดทางภาคเหนือตอนบน อาทิ น่าน เชียงราย และ เชียงใหม่ ซึ่งกระทบการท่องเที่ยวหลายพื้นที่ในจังหวัดดังกล่าว สำหรับในรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือ มีมูลค่า 114,255.07 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.92 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีจำนวน 22.03 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.03 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น นครราชสีมา ขอนแก่น อุบลราชธานี อุดรธานี และบุรีรัมย์ เป็นต้น ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่า 68,676.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ภาคตะวันออก

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 18.39 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.05 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และตราด เป็นต้น และเนื่องจากหลายจังหวัดในภาคตะวันออกมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดกิจกรรมกีฬา ทั้งระดับในประเทศและระดับนานาชาติ ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่และจากกิจกรรมดังกล่าวเป็นปัจจัยด้านบวกต่อรายได้ท่องเที่ยวจากคนไทยเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออก ซึ่งมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 2 รองจากภาคกลาง โดยมีมูลค่า 129,157.92 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.79 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทย ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทย ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567			
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)
กรุงเทพมหานคร	22,522,105	-2.04	127,843.24	5.48
ภาคกลาง	50,199,478	5.93	147,969.65	17.78
ภาคเหนือ	17,482,237	-6.20	114,225.07	3.92
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	22,031,083	12.03	68,676.33	18.13
ภาคตะวันออก	18,386,925	10.05	129,157.92	17.79
ภาคใต้	17,405,654	14.36	114,655.21	15.59
รวมทั้งประเทศ	148,027,482	5.27	702,527.42	12.63

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567



สถานการณ์การเข้าพักในไตรมาส 3 ปี 2567

สถานการณ์อัตราการเข้าพักของสถานพักแรมในประเทศไทยในไตรมาส 3 ปี 2567 ชะลอลงจากไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากเป็นช่วงโลว์ซีซั่นของนักท่องเที่ยว และแม้ว่าในไตรมาส 3 นี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยจะมีจำนวนมากกว่าไตรมาส 2 แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งโดยปกติมีจำนวนวันพักเฉลี่ยประมาณ 1 สัปดาห์ เฉลี่ยน้อยกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ซึ่งจะมีระยะเวลาพำนักร์ในไทยเฉลี่ยประมาณ 2 ถึง 3 สัปดาห์ อย่างไรก็ดี เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน พบว่า อัตราการเข้าพักยังปรับตัวเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในไตรมาส 3 ปี 2567 สถานพักแรมในประเทศไทยมีอัตราการเข้าพักโดยรวมเท่ากับร้อยละ 68.60 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.44 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักปรับตัวเพิ่มขึ้นเกือบทุกภูมิภาค ยกเว้นอัตราการเข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือที่ปรับลดลง เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักรายภูมิภาค พบว่า

โดยพื้นที่ที่มีอัตราการเข้าพักสูงสุด คือ กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 77.79 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนมาก

สำหรับภาคที่มีอัตราการเข้าพักสูงรองลงมา คือ ภาคใต้ มีอัตรา

การเข้าพักเท่ากับร้อยละ 72.62 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่ภาคตะวันออกมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 72.05 เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.97 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และภาคกลางมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 59.21 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.03 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

อย่างไรก็ดี ในไตรมาส 3 ปี 2567 พบว่า ภาคเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 56.42 ลดลงร้อยละ 0.77 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยเรื่องน้ำท่วมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนในช่วงเดือนสิงหาคม ต่อเนื่องยังเดือนกันยายน อาทิ น่าน เชียงราย พะเยา และเชียงใหม่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 61.85 ลดลงร้อยละ 7.26 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

อัตราการเข้าพักทั่วประเทศและจำแนกตามภูมิภาครายไตรมาส ปี 2567

ภูมิภาค	ปี 2567		
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
กรุงเทพมหานคร	80.70	77.76	77.79
ภาคกลาง	64.74	62.54	59.21
ภาคเหนือ	70.30	59.20	56.42
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64.62	61.13	61.85
ภาคตะวันออก	75.56	70.83	72.05
ภาคใต้	81.98	75.46	72.62
รวมทั้งประเทศ	75.26	69.92	68.60

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

สถานการณ์อัตราเข้าพัก ภาพรวมราย 9 เดือนแรก ปี 2567

สถานการณ์อัตราเข้าพักของสถานพักแรมในประเทศในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 พบว่า อัตราการเข้าพักยังปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยได้รับปัจจัยบวกจากการท่องเที่ยวในประเทศที่ยาวต่อเนื่องเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของชาวไทยและการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเพื่อการพักผ่อน รวมถึงการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ นอกจากนี้การจัดประชุมสัมมนาและการจัดงานอีเว้นท์ที่เกิดขึ้นในประเทศก็มีส่วนช่วยสนับสนุนให้อัตราการเข้าพักเติบโตต่อเนื่องเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 สถานพักแรมในประเทศมีอัตราการเข้าพักโดยรวมเท่ากับร้อยละ 71.26 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.47 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกภูมิภาค เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักรายภูมิภาค พบว่า

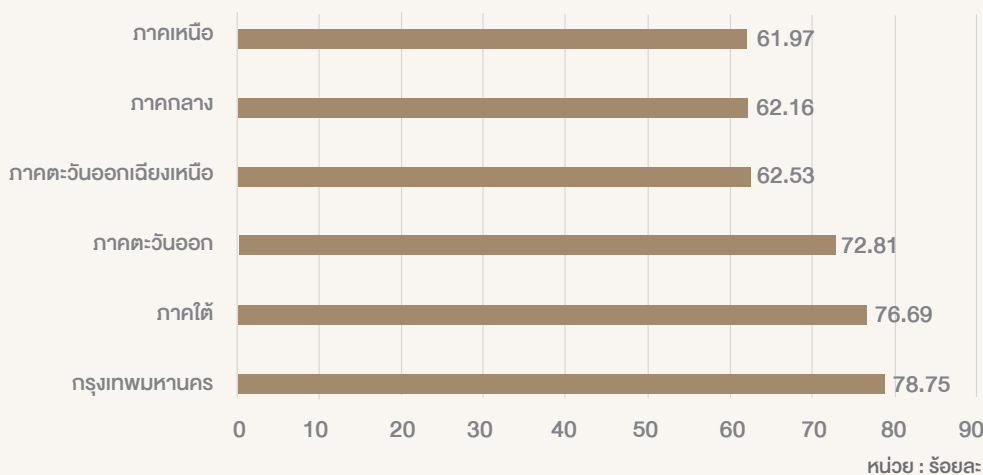
โดยพื้นที่ที่มีอัตราการเข้าพักสูงสุด คือ กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 78.75 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.18 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนมาก กอปรกับในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

มีการจัดงาน ประชุมและสัมมนาทั้งระดับในประเทศและระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตามประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมใหญ่สามัญสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติครั้งที่ 74 (74th FIFA Congress 2024) ซึ่งเป็นปัจจัยช่วยสนับสนุนการเติบโตของอัตราการเข้าพัก

สำหรับภาคที่มีอัตราการเข้าพักสูงรองลงมา คือ ภาคใต้ มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 76.69 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.40 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่ภาคตะวันออกมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 72.81 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.28 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

นอกจากนี้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 62.53 ลดลงร้อยละ 3.25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ส่วนภาคกลางมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 62.16 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และภาคเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 61.97 ลดลงร้อยละ 1.59 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักในภาคเหนือที่เติบโตชะลอ ส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยเรื่องน้ำท่วมหลายพื้นที่ภาคเหนือตอนบนในช่วงไตรมาส 3 ของปี 2567 อาทิ น่าน เชียงราย พะเยา และเชียงใหม่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

อัตราการเข้าพักทั่วประเทศและจำแนกตามภูมิภาครายไตรมาส ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนตุลาคม 2567

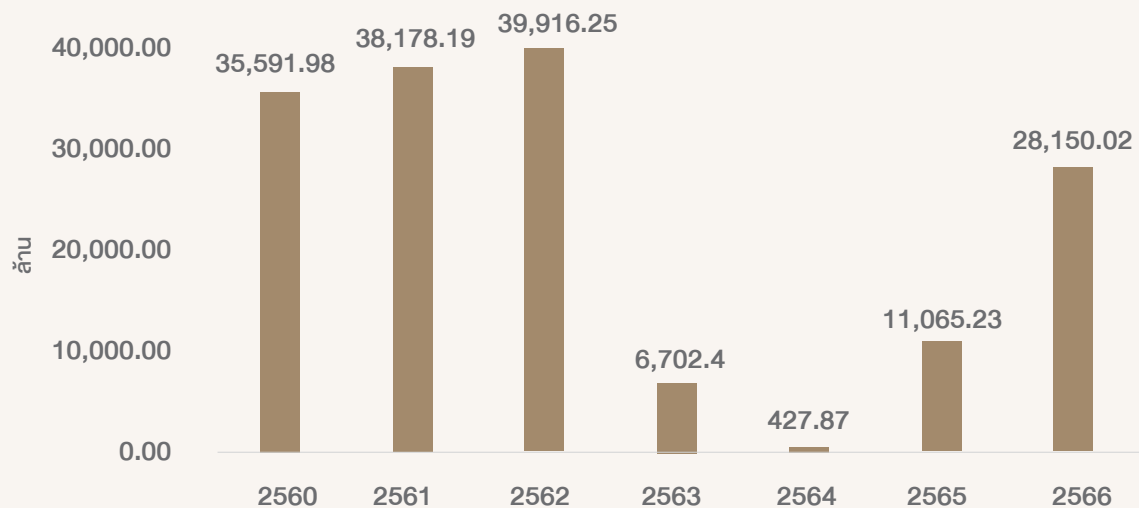


ขยะอาหาร การท่องเที่ยว และความยั่งยืน

FOOD WASTE AND SUSTAINABILITY

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ถือเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลกและประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาประเทศไทยเฉลี่ยปีละ 37 ล้านคน แต่จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2564 ไทยเหลือจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยประมาณ 4 แสนคน

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย (ล้านคน)



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2567). เครื่องชี้ภาวะการท่องเที่ยว

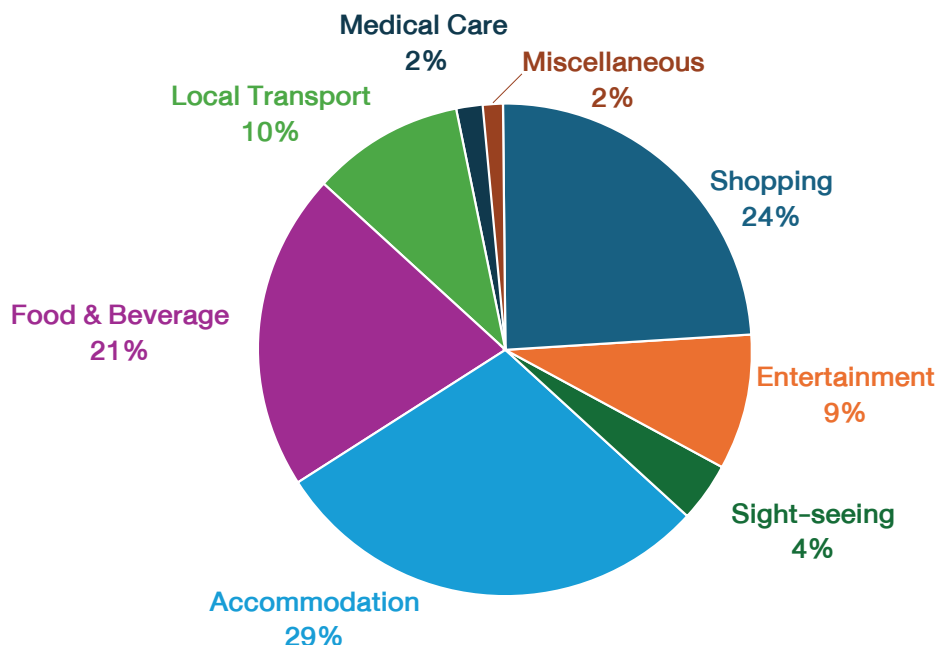


เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เริ่มดีขึ้นและโลกกลับสู่ภาวะปกติ ส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง แม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามายังประเทศไทยในปี 2565 เพียง 11 ล้านคน แต่จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า ภาคการท่องเที่ยวไทยปี 2566 มีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 28.2 ล้านคน และนักท่องเที่ยวไทยกว่า 249 ล้านคน สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยรวม 2.17 ล้านล้านบาท และจากข้อมูลล่าสุดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 30 มิถุนายน 2567 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยสะสมกว่า 17.5 ล้านคน สร้างรายได้จากตลาดต่างประเทศกว่า 8.25 แสนล้านบาท¹

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจที่พักแรมเท่านั้น แต่ยังสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อธุรกิจบริการอื่น ๆ อีกจำนวนไม่น้อย เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ธุรกิจสปา เป็นต้น ทั้งนี้จากข้อมูลค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติย้อนหลังตั้งแต่ปี 2560 - 2565 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากจะใช้จ่ายไปกับที่พักอาศัย คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 29 รองลงมาได้แก่ การช้อปปิ้ง ร้อยละ 24 และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 21

¹ กรุงเทพธุรกิจ. 2 กรกฎาคม 2567.ต่างชาติเที่ยวไทย 6 เดือนแรกปี 67 ทะลุ 17.5 ล้านคน สร้างรายได้ 8.25 แสนล้านบาท. สืบค้นได้ที่ <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1134108>

สัดส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2560 - 2565

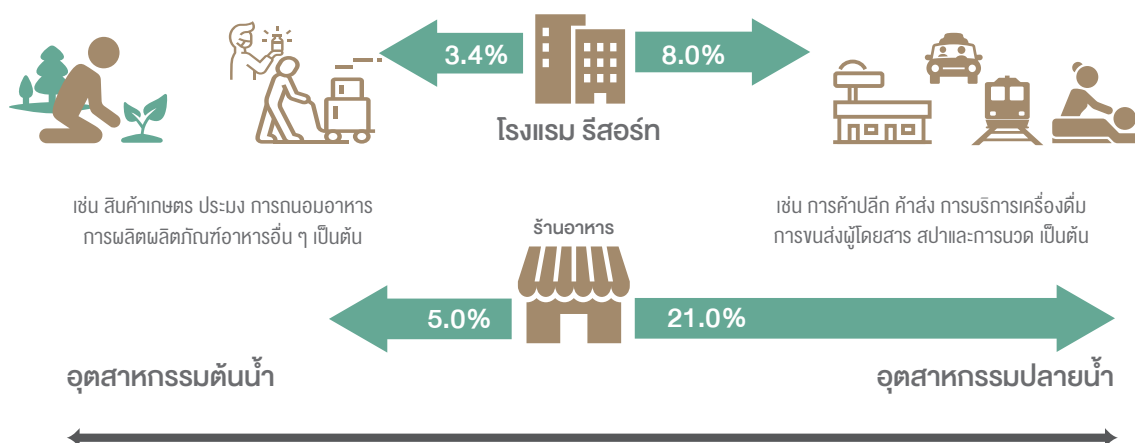


ที่มา : วิเคราะห์และรวบรวมจากสำรยายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2560-2565 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต ปี 2560 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ธุรกิจที่พักแรม และธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบเชื่อมโยงต่อการเติบโตทั้งในอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น สินค้าเกษตร ประมง การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ เป็นต้น และอุตสาหกรรมปลายน้ำ เช่น ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม การขนส่ง

ผู้โดยสาร สปาและการนวด เป็นต้น ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ค่าผลกระทบความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage) และค่าผลกระทบความเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkage) จะเห็นได้ว่า โรงแรมและรีสอร์ทหรือธุรกิจที่พักแรมส่งผลกระทบต่อการเติบโตในอุตสาหกรรมต้นน้ำร้อยละ 3.4 และส่งผลกระทบต่อการเติบโตในอุตสาหกรรมปลายน้ำ ร้อยละ 8 ขณะที่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มส่งผลกระทบต่อการเติบโตในอุตสาหกรรมต้นน้ำร้อยละ 5 และมีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมปลายน้ำถึงร้อยละ 21

ค่าผลกระทบต่อความเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมต้นน้ำและอุตสาหกรรมปลายน้ำ



ที่มา : คำนวณจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต 89x89 สาขา (Tourism I-O Table 2017) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

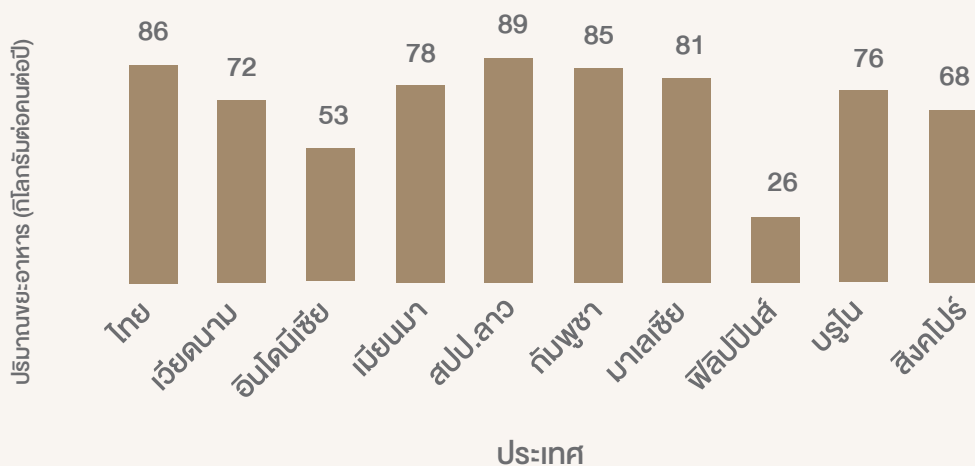
อย่างไรก็ดี อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสร้างผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน กล่าวคือ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติที่เพิ่มมากขึ้น ความต้องการ “กิน ดื่ม เที่ยว” ของนักท่องเที่ยวก็มากขึ้นเช่นกัน และก่อให้เกิดปัญหาขยะตามมาด้วย หากไม่สามารถบริหารจัดการปริมาณขยะให้มีประสิทธิภาพที่ดีพอ ย่อมส่งผลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมาได้ โดยเฉพาะปัญหาขยะอินทรีย์หรือขยะอาหารที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นขยะอาหารที่มาจากกลุ่มธุรกิจที่พักแรมและร้านอาหาร

ปัญหาขยะอาหารถือเป็นความท้าทายใหญ่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เมื่อโลกเริ่มให้ความสำคัญกับประเด็น “ความยั่งยืน” มากขึ้น กอปรกับการลดขยะอาหารเป็นหนึ่งในเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals) โดยตั้งเป้าว่า ภายในปี 2030 ทุกประเทศควรลดปริมาณขยะอาหารครึ่งหนึ่งของขยะที่เกิดจากห่วงโซ่อาหาร (Food chain) ตั้งแต่ภาคการเกษตร การผลิต การขนส่ง การจัดจำหน่าย และการบริโภค จากรายงาน Food Waste Index Report 2024 ของ United Nations

Environment Programme ระบุว่า ทั่วทั้งโลกปล่อยทิ้งอาหารให้กลายเป็น “ขยะอาหาร” มากถึง 1,052 ล้านตันต่อปี หรือประชากรทั้งโลกมีการทิ้งอาหารให้เป็นขยะอาหารมากถึง 132 กิโลกรัมต่อคนต่อปี คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงถึงเกือบ 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดยร้อยละ 19 ของปริมาณขยะอาหารที่ถูกทิ้งมาจากผู้บริโภคในกลุ่มครัวเรือนมากที่สุดคิดเป็นปริมาณเฉลี่ย 79 กิโลกรัมต่อคนต่อปี รองลงมาได้แก่ กลุ่มร้านอาหารที่ให้บริการอาหาร 36 กิโลกรัมต่อคนต่อปี และร้านค้าปลีก 17 กิโลกรัมต่อคนต่อปี

นอกจากนี้ จากข้อมูลการสำรวจปริมาณขยะอาหารโดยเฉลี่ยต่อคนต่อปีในกลุ่มครัวเรือนของ United Nations Environment Programme ปี 2022 พบว่า ครัวเรือนของประเทศไทยมีการทิ้งขยะอาหารต่อคนต่อปีมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศอาเซียน โดยอันดับ 1 ได้แก่ สปป.ลาว สร้างขยะอาหารประมาณ 89 กิโลกรัมต่อคนต่อปี รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคในครัวเรือนของไทยสร้างขยะอาหาร 86 กิโลกรัมต่อคนต่อปี และกัมพูชาสร้างขยะอาหาร 85 กิโลกรัมต่อคนต่อปี

ปริมาณขยะอาหารโดยเฉลี่ยต่อคนต่อปีเฉพาะกลุ่มครัวเรือน (Household) ของประเทศอาเซียน ปี 2022



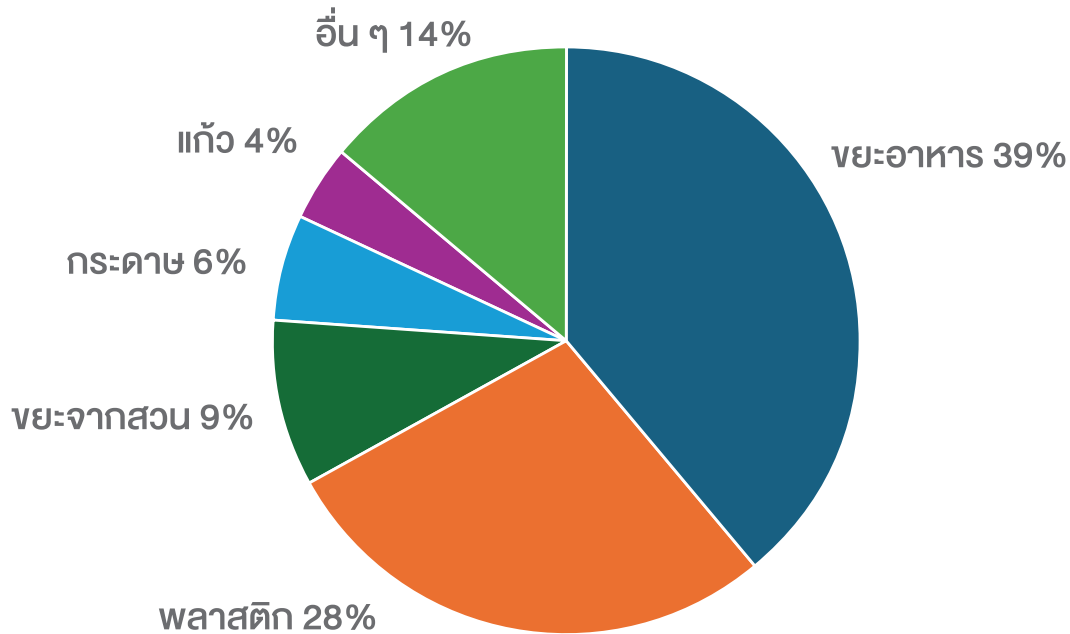
ที่มา: รวบรวมจาก United Nations Environment Programme (2024). Food Waste Index Report 2024. Nairobi



ขณะที่ข้อมูลจากกรมควบคุมมลพิษ พบว่า ประเทศไทยมีปริมาณขยะอาหารในปี 2565² ประมาณ 9.7 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 38.76 ของปริมาณขยะมูลฝอยในประเทศ ซึ่งขยะอาหารเหล่านี้เกิดจากการทิ้งอาหารของผู้บริโภคในประเทศ โดยเฉลี่ย 146 กิโลกรัมต่อคนต่อปี โดยมาจากครัวเรือนประมาณร้อยละ 60 จากร้านที่ให้บริการอาหารร้อยละ 28 และจากร้านค้าปลีกร้อยละ 12 ดังนั้นโจทย์สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ต้องลดปริมาณขยะอาหารอันเกิดจากการบริโภคของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

² กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (22 มกราคม 2567). ทส. ตั้งเป้า ลดสัดส่วนขยะอาหาร เหลือไม่เกินร้อยละ 28 ภายในปี 2570. https://www.pcd.go.th/pcd_news/31139/

สัดส่วนปริมาณขยะอาหารในประเทศไทย ปี 2565



ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (22 มกราคม 2567). ทส. ตั้งเป้า ลดสัดส่วนขยะอาหาร เหลือไม่เกินร้อยละ 28 ภายในปี 2570. https://www.pcd.go.th/pcd_news/31139/

“วัฒนธรรมนิยมไทยแก้แต่โบราณ ใครมาถึงเรือนชานต้องต้อนรับ”

การต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากการจัดเตรียมสถานที่พักผ่อนให้สวย สะอาด งามตาแล้ว การจัดเตรียมอาหารให้มีความหลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้เช่นกัน การเตรียมอาหารแบบ “เหลือดีกว่าขาด” จึงเป็นธรรมเนียมที่ยึดถือและปฏิบัติกันมานาน โรงแรมและร้านอาหารส่วนมากจึงมักจัดเตรียมวัตถุดิบ อาทิ ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ต่าง ๆ เป็นจำนวนมากไว้ เพื่อเตรียมประกอบอาหารให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะทำให้เกิดอาหารส่วนเกินจนกลายเป็นขยะอาหารในที่สุด

จากข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) ปี 2567 พบจำนวนโรงแรม รีสอร์ท ห้องชุดและเกสต์เฮาส์ มีจำนวนมากถึง 12,453 แห่ง และจำนวนภัตตาคารและร้านอาหารอีกอย่างน้อยจำนวน 23,561 แห่ง หากผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่เกิดการตระหนักรู้ถึงปัญหาของขยะอาหาร และปล่อยให้เป็นหน้าที่ในการบริหารจัดการของภาครัฐเพียงอย่างเดียว อาจส่งผลต่อ “ปัญหาขยะล้นเมือง” จนไม่สามารถจัดการได้

ทั้งนี้ องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (The Food and Agriculture Organization of United Nation : UN FAO) ได้จัดทำแนวทางสำหรับรัฐบาล หน่วยงานท้องถิ่น ธุรกิจ และองค์กรอื่น ๆ เพื่อป้องกันและลดขยะอาหารและเครื่องดื่มในภาคธุรกิจและภาคครัวเรือน ตามลำดับความสำคัญของการก่อให้เกิดขยะอาหาร 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1. การป้องกัน (Prevention)** ด้วยการวางแผนการซื้อวัตถุดิบให้พอเหมาะพอดี ไม่มากเกินไปและไม่น้อยจนเกินไป รวมถึงการวางแผนการใช้วัตถุดิบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss)
- 2. การนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Re-use หรือ Optimization)** คือ การป้องกันการเกิดอาหารส่วนเกินเหลือทิ้งโดยไม่จำเป็น ด้วยการนำอาหารส่วนเกินส่งต่อ (Redistribution) ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคอาหารส่วนเกินที่ยังไม่หมดอายุและสามารถบริโภคได้ให้กับผู้มีความต้องการ หรือการนำอาหารส่วนเกินที่คนอาจจะไม่สามารถบริโภคต่อได้แล้วนำไปเป็นอาหารสัตว์
- 3. การรีไซเคิล (Recycle)** ด้วยการนำขยะอาหารไปเข้ากระบวนการผลิตเพื่อให้มีการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น การนำขยะอาหารไปผลิตก๊าซชีวภาพ (Biogas) ผ่านกระบวนการหมักย่อย รวมไปถึงการนำขยะอาหารไปหมักเป็นปุ๋ยเพื่อใช้ในการเกษตร
- 4. การแปลงสภาพให้เป็นพลังงานความร้อน (Recovery)** ด้วยการนำขยะอาหารที่มีความชื้นต่ำมาเผาเพื่อผลิตเป็นพลังงานความร้อน
- 5. การกำจัด (Disposal)** คือ การนำขยะอาหารที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้แล้วไปกำจัดอย่างถูกวิธี ไม่ว่าจะเป็นการเผา การฝังกลบ และการทิ้งร่วมกับน้ำเสียเพื่อการบำบัด

ลำดับขั้นของการบริหารจัดการเพื่อลดขยะอาหาร



ที่มา: UNEP (2014) Prevention and reduction of food and drink waste in businesses and households - Guidance for governments, local authorities, businesses, and other organisations, Version 1.0.

อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการเพื่อลดขยะอาหารในกลุ่มธุรกิจโรงแรมไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ในประเทศไทย เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมหลายแห่ง เริ่มตระหนักรู้และเริ่มให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวมาเป็นเวลานานกว่า 5 ปีแล้ว ทั้งนี้ จากข้อมูลกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม พบว่า มีโรงแรมที่ได้รับการรับรองว่าเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ Green Hotel จำนวน 306 แห่ง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.5 ของจำนวนโรงแรม รีสอร์ท หอพัก และเกสต์เฮาส์ที่มีการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กลุ่มโรงแรม Green hotel เหล่านี้ไม่เพียงแต่บริหารจัดการเพื่อลดขยะอาหารเท่านั้น แต่ยังดำเนินการเพื่อลดขยะทุกประเภทตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการลดปริมาณขยะแต่ละประเภท การแยกขยะเพื่อจัดการแต่ละประเภทให้ถูกวิธี เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องส่งต่อขยะไปยังเทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบลให้น้อยที่สุด หรือเป็นการลดปริมาณขยะที่จะนำไปฝังกลบให้น้อยที่สุด

สำหรับการลดปริมาณขยะอาหารของโรงแรมในกลุ่ม Green Hotel พบว่า โรงแรมแต่ละแห่งจะวางแผนการให้บริการอาหารแก่ลูกค้าตามจำนวนของลูกค้าที่เข้ามาพัก ตั้งแต่การวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อปรุงอาหารให้พอดีกับจำนวนลูกค้า เช่น โรงแรมขนาดเล็กจะไม่เปิดให้บริการอาหารเช้าแบบบุฟเฟต์ เนื่องจากจำนวนผู้เข้าพักไม่ได้มีจำนวนมากพอที่จะจัดให้บริการอาหารในปริมาณซึ่งก่อให้เกิดอาหารส่วนเกิน และอาจเหลือทิ้งเป็นขยะอาหาร ขณะที่โรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่จะมีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้บริการอาหารแก่ลูกค้าที่เข้าพักเช่นกัน กล่าวคือ หากมีลูกค้าที่เข้าพักน้อยกว่า 30 ห้อง โรงแรมจะไม่เปิดให้บริการอาหารเช้าแบบบุฟเฟต์ แต่หากมีอัตราการเข้าพักที่มากกว่า 30 – 50 ห้อง โรงแรมจึงจะเปิดให้บริการอาหารเช้าแบบบุฟเฟต์ และหากมีอาหารส่วนเกินเหลือจากอาหารเช้าของลูกค้า โรงแรมบางแห่ง

อาจจะจัดสรรอาหารเหล่านั้นให้เป็นอาหารของพนักงานในมือถัดไป ขณะที่โรงแรมอีกบางแห่งจะส่งต่ออาหารส่วนเกินไปยังโรงเรียนหรือชุมชนที่ต้องการอาหาร โดยจะมีการคัดเลือกเฉพาะอาหารที่มีคุณภาพดี ไม่เสี่ยงต่อการบูดเน่า เช่น ขนมปัง อาหารปรุงสุกบางประเภท เป็นต้น ทั้งนี้ การบริจาคอาหารที่สามารถทานต่อได้เหล่านี้ในพื้นที่กรุงเทพฯ ภูเก็ต หัวหิน และเชียงใหม่จะมีมูลนิธิ SOS⁴ ซึ่งเป็นมูลนิธิกู้ภัยอาหาร หรือ Food Rescue มารับอาหารจากโรงแรมหรือร้านอาหารเพื่อนำไปส่งต่อให้กับสถานที่แต่ละแห่ง ขณะที่การบริจาคอาหารส่วนเกินในพื้นที่อื่น ๆ ส่วนมากแล้ว ต้องมีเจ้าหน้าที่จากโรงเรียนหรือชุมชนมารับอาหารด้วยตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคต่อการกระจายอาหารไปยังสถานที่ต่าง ๆ อย่างมาก



⁴ <https://th.scholarsofsustenance.org/sos-thailand>

สำหรับกระบวนการจัดการเศษอาหารที่เหลือทิ้ง ไม่ว่าจะเป็นเศษผักผลไม้จากการปรุงแต่งหรือประกอบอาหาร รวมถึงเศษอาหารจากจานลูกค้า โรงแรมในกลุ่ม Green hotel จะนำเศษผักผลไม้หรือเศษวัตถุดิบปรุงแต่งจากการประกอบอาหารไปทำปุ๋ย หรือนำน้ำหมักจุลินทรีย์เพื่อใช้ในโรงแรมที่พัก ส่วนเศษอาหารที่เหลือจากจานลูกค้าที่ไม่สามารถนำไปทำปุ๋ยได้จะถูกส่งต่อไปให้กลุ่มเกษตรกรเพื่อนำไปเลี้ยงสัตว์ หรือนำไปทำเป็นอาหารของไส้เดือน หรือหนอนแมลงวันลาย หรือโรงแรมบางแห่งอาจจะมีการขายเศษอาหารเหล่านั้นให้กับฟาร์มเลี้ยงสัตว์ แต่บางโรงแรมจะส่งต่อไปให้เกษตรกรโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย⁵ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ช่วยลดปริมาณการฝังกลบขยะอาหาร หรือ Zero Landfill ได้

อย่างไรก็ตาม แม้การจัดการขยะอาหารจะไม่ใช่วิธีใหม่สำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรม ทว่ายังมีโรงแรมอีกจำนวนไม่น้อยซึ่งมีสัดส่วนน้อยกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนธุรกิจโรงแรมที่พักที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ยังไม่สามารถบริหารจัดการเพื่อลดปัญหาขยะ และขยะอาหารแบบครบวงจรได้เท่าที่ควร

หากวิเคราะห์การจัดการขยะอาหารตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทางในกลุ่มธุรกิจโรงแรม ตามลำดับขั้นของการจัดการเพื่อลดขยะอาหาร พบว่า การจัดการขยะอาหารเพื่อลดปริมาณการฝังกลบนั้น โรงแรมจะสามารถดำเนินการได้เพียง 3 ขั้นตอนแรกเท่านั้น ได้แก่

1. การป้องกันด้วยการวางแผนซื้อวัตถุดิบ

ธุรกิจโรงแรมในกลุ่ม Green Hotel มีการวางแผนการซื้อวัตถุดิบสำหรับห้องครัวเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการสูญเสียอาหารอย่างไม่จำเป็น ขณะที่กลุ่มโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กเองก็มีการจัดสรรการให้บริการอาหารเข้าแก่ลูกค้าที่ไม่มากเกินไปจนก่อให้เกิดอาหารเหลือทิ้ง กล่าวคือ ไม่ได้มีการให้บริการอาหารเข้าแบบบุฟเฟต์แต่เป็นการให้บริการอาหารเข้าแบบจานต่อจาน

แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีโรงแรมอีกจำนวนกว่า 3,436 แห่ง⁶ หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 28 ของจำนวนธุรกิจที่พักที่มีการจดทะเบียนทั้งหมด มีการให้บริการจัดเลี้ยงหรือจัดงานประชุมสัมมนา แม้จะมีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการสูญเสียอาหารก็ตาม แต่การให้บริการอาหารจัดเลี้ยงส่วนมากมักเป็นบุฟเฟต์และทำให้การประมาณการณ์การให้บริการอาจยังมีความผิดพลาดอยู่บ้าง จึงยังมีอาหารส่วนเกินเกิดขึ้นอีกเป็นจำนวนไม่น้อย

2. การนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Re-use หรือ Optimization)

สำหรับการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินที่เหลือจากการให้บริการแก่ลูกค้าในโรงแรม ทั้งอาหารส่วนเกินจากการให้บริการอาหารเข้าแบบบุฟเฟต์เองก็ดี หรืออาหารส่วนเกินจากการให้บริการจัดเลี้ยงเองก็ดี โรงแรมบางแห่งโดยเฉพาะโรงแรมขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพฯ ภูเก็ต หัวหินและเชียงใหม่ จะมีการส่งต่ออาหารส่วนเกินเหล่านี้ให้แก่มูลนิธิ SOS เพื่อนำไปกระจายต่อให้กับผู้ที่ต้องการอาหารในชุมชนหรือสถานสงเคราะห์ต่าง ๆ

ขณะที่โรงแรมบางแห่งในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เช่น โรงแรมรอยัลภูเก็ตซิตี้ จังหวัดภูเก็ต โรงแรมดิลันนา จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น จะมีการส่งต่ออาหารส่วนเกินให้เป็นมื้ออาหารสำหรับพนักงานบ้าง หรือมีการส่งต่ออาหารให้แก่โรงเรียนหรือสถานสงเคราะห์บ้าง ขณะที่สวนทุ้งฟ้า จังหวัดนครราชสีมา สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม โรงแรม Mercure เชียงใหม่ เป็นต้น มีการนำเศษอาหารที่คนไม่สามารถทานต่อได้นำไปส่งต่อให้เป็นอาหารสัตว์ หรือส่งต่อไปให้หน่วยงานอื่น ๆ ที่นำไปเลี้ยงหนอนแมลงวันลาย

แต่อย่างไรก็ตาม หากประมาณการณเทียบกัจำนวนกลุ่มโรงแรมที่เป็น Green Hotel พบว่ายังมีจำนวนโรงแรมและที่พักอีกกว่าร้อยละ 97 ของจำนวนที่พักที่มีการจดทะเบียน ยังไม่ได้มีการบริหารจัดการเกี่ยวกับอาหารส่วนเกินเหล่านี้ และอาจมีการทิ้งให้เป็นเศษอาหารและส่งต่อไปเทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลไปจัดการต่อ

3. การรีไซเคิล (Recycle)

ด้วยการนำขยะอาหารไปเข้ากระบวนการผลิตเพื่อให้นำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ สำหรับการนำขยะอาหารไปรีไซเคิลนั้น จากข้อมูลที่ได้มีการสำรวจจำนวนโรงแรมและที่พักจำนวน 15 แห่ง พบว่ามีโรงแรมเพียงไม่กี่แห่ง เช่น สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม โรงแรม Pimalai Resort And Spa ภูเก็ต โรงแรม Mercure เชียงใหม่ เป็นต้น มีการนำเศษอาหารประเภทผักผลไม้ไปทำปุ๋ยและน้ำหมักชีวภาพสำหรับใช้ภายในโรงแรม ทั้งนี้จากการสอบถามโรงแรมอื่น ๆ พบสาเหตุสำคัญที่ทำให้โรงแรมไม่เน้นการนำขยะอาหารไปรีไซเคิลเนื่องจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการเก็บขยะอาหารซึ่งมีกลิ่นเหม็น และกระบวนการในการทำทั้งน้ำหมักชีวภาพและการทำปุ๋ยต้องใช้พื้นที่สำหรับการจัดเก็บและหมักเป็นเวลานาน ดังนั้นโรงแรมจึงไม่มีความสะดวกในการนำขยะอาหารไปรีไซเคิล ส่วนมากจึงต้องส่งต่อให้เทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลนำไปจัดการต่อไป



⁵ เตือนเด่น นิคมบริรักษ์ และคณะ . (2562). การศึกษาแนวทางการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินเพื่อลดปัญหาขยะอาหารที่เหมาะสมกับประเทศไทย. มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

⁶ ระบบคลังข้อมูลสถิติ ข้อมูลโครงการของสำนักงานสถิติแห่งชาติ. สํารวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ตอนที่ 4 รายละเอียดเฉพาะของสถานประกอบการที่พักแรม พ.ศ. 2563 ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของสถานประกอบการที่พักแรมที่มีการจัดประชุม/สัมมนา จำแนกตามจำนวนครั้งของการจัดประชุม/สัมมนา ขนาดของสถานประกอบการ และภาค. สืบค้นเพิ่มเติมได้ที่ <https://nsodw.nso.go.th/dwportal/Item.aspx?p=/hre46GDKCB5AFQH106lvq==>



อย่างไรก็ดีสำหรับขั้นตอนการแปลงสภาพขยะอาหารให้เป็นพลังงานความร้อน ด้วยการนำขยะอาหารที่มีความชื้นต่ำมาเผาเพื่อผลิตเป็นพลังงานความร้อน และขั้นตอนในการกำจัดอย่างถูกวิธีไม่ว่าจะเป็นการเผา การฝังกลบ โดยมากแล้วโรงแรมจะส่งต่อให้เทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลดำเนินการ

สำหรับการจัดการขยะอาหารในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารนั้น มีการบริหารจัดการที่แตกต่างกันไปตามลักษณะหรือประเภทร้านอาหาร กล่าวคือ หากเป็นร้านอาหารที่ตั้งในห้างสรรพสินค้า หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ แม้เจ้าของหรือผู้บริหารร้านอาหารจะมีนโยบายให้มีการคัดแยกขยะก็ตาม แต่ปลายทางของการจัดการขยะอาหารแล้วร้านค้าต้องส่งต่อให้ห้างสรรพสินค้า หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นผู้ดำเนินการต่อ⁷ ซึ่งส่วนมากแล้วจะเป็นเพียงการคัดแยกขยะรีไซเคิล เช่น กระดาษ ขวดพลาสติก ออกเท่านั้น ขณะที่ขยะประเภทอื่น ๆ จะมีการส่งต่อให้ กทม. เทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบลนำไปฝังกลบ

สำหรับการจัดการเพื่อลดขยะอาหารในร้านอาหารทั่วไป พบว่าในขั้นตอนของการป้องกันด้วยการวางแผนการซื้อวัตถุดิบเพื่อลดปริมาณการสูญเสียอาหารนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะควบคุมวัตถุดิบในการประกอบอาหารอยู่แล้ว เนื่องจากเป็นต้นทุนของการประกอบธุรกิจ จึงทำให้ช่วยลดปริมาณการทิ้งเศษผักผลไม้และวัตถุดิบตั้งแต่ต้นทาง

สำหรับขั้นตอนการนำอาหารไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้น ร้านอาหารส่วนมากมักจะไม่มีอาหารส่วนเกินเหลือที่จะสามารถส่งต่อไปยังผู้อื่นที่ต้องการอาหารได้ เพราะเป็นการให้บริการตามปริมาณการสั่งอาหารของลูกค้าเป็นหลัก อาจทำได้เพียงนำเศษอาหารจากจานลูกค้าไปส่งต่อให้เป็นอาหารสัตว์ได้ แต่ปัญหาใหญ่ของการจัดการขยะอาหารในร้านอาหารเหล่านี้ คือ การจัดการเศษอาหารที่เหลือทิ้งจากจานลูกค้าที่เป็นกระดูก ก้างปลา ไขมันสัตว์ต่าง ๆ ที่ไม่สามารถ



โรงแรมในกลุ่ม Green hotel จะนำเศษผักผลไม้หรือเศษวัตถุดิบปรุงแต่งจากการประกอบอาหารไปทำปุ๋ย

จัดการได้ แม้ว่าบางร้านจะมีแยกเศษอาหารเหล่านี้เพื่อให้พนักงานนำไปเป็นอาหารให้สัตว์เลี้ยงที่บ้าน หรือการนำเศษผักผลไม้ไปรีไซเคิลด้วยการทำปุ๋ยหรือน้ำหมักชีวภาพก็ตาม แต่ร้านอาหารส่วนใหญ่ โดยเฉพาะร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กมักจะเศษอาหารทิ้งรวมกันและส่งต่อให้เทศบาล หรือ องค์การบริหารส่วนตำบลนำไปจัดการ

ทั้งนี้จากรายงานการวิเคราะห์อุปสรรคและโอกาสทางสังคม เศรษฐกิจ และกฎหมายในการบริหารจัดการขยะอาหารอย่างยั่งยืน เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนของประเทศไทย⁸ พบปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการจัดการขยะในประเทศไทย คือ การขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการขยะอาหารบางประเภท เช่น ไขมัน น้ำมัน ฯลฯ ทำให้ร้านอาหารต้องส่งต่อให้เทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลนำไปจัดการ นอกจากนี้ รายงานดังกล่าวยังระบุว่า ร้านอาหารประเภทแผงลอย มักจะทิ้งเศษอาหารรวมกับขยะทั่วไปโดยไม่มีการแยกขยะ เนื่องจากมองว่าเป็นหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และร้านค้าเองได้มีการจ่ายค่าจัดเก็บขยะให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่แล้ว

⁷ กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์ และคณะ (2565)

⁸ กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์ และคณะ (2565)

จากปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าร้านอาหารส่วนใหญ่ โดยเฉพาะร้านอาหารขนาดเล็กยังขาดการตระหนักรู้ถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากปัญหาขยะอาหารดังกล่าว ดังนั้น การสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจึงเป็นสิ่งที่ภาครัฐพึงให้ความสำคัญ

อนึ่งการบริหารจัดการขยะอาหารของเทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลเองก็มีวิธีการจัดการขยะอาหารที่แตกต่างกัน กล่าวคือเทศบาลบางแห่ง เช่น เทศบาลนครราชสีมามีการเก็บขยะอินทรีย์หรือขยะอาหารทุกวัน โดยเป็นการเก็บแบบแยกออกจากขยะชนิดอื่น ๆ และรถสำหรับเก็บขยะอินทรีย์จะเป็นรถที่มีถังเก็บมิดชิดไม่ก่อให้เกิดการรั่วไหล เนื่องจากลักษณะของขยะอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นขยะอาหารที่มีความชื้นสูง ขยะอินทรีย์ที่เทศบาลแยกเก็บได้นั้นจะถูกนำไปแปรรูปเป็นปุ๋ยและผลิตเป็นก๊าซชีวภาพเพื่อผลิตไฟฟ้า อย่างไรก็ตามขยะอินทรีย์ที่ยังคงถูกทิ้งรวมกันกับขยะมูลฝอยทั่วไป เช่น พลาสติก กระดาษ และบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งขยะทั่วไปเหล่านี้จะถูกนำไปกำจัดโดยการฝังกลบร่วมกับขยะทั่วไปที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ เช่น ถูพลาสติก เป็นต้น

ขณะที่เทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลบางแห่ง เช่น เทศบาลนครภูเก็ตไม่ได้มีรถเก็บขยะอาหารแยกเป็นการเฉพาะแต่จะมีการจัดสรรเวลาการเก็บขยะอาหารและขยะทั่วไปในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และกำจัดขยะอาหารเหล่านั้นโดยการเผาเพื่อผลิตไฟฟ้า (stoker grade incineration) แต่อย่างไรก็ดี เทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลอีกหลายแห่งที่ไม่มีรถแยกเก็บขยะอาหาร ยังมีการเก็บขยะอาหารรวมไปกับขยะทั่วไป และมีการนำไปฝังกลบรวมกัน ซึ่งถือเป็นปัญหาใหญ่ที่ภาครัฐต้องเร่งจัดการเพื่อลดปริมาณการฝังกลบขยะอาหารให้มากที่สุด

อย่างไรก็ตามภาครัฐเองได้มีความพยายามที่จะปรับปรุงการจัดการขยะอาหารของประเทศผ่านนโยบายและแผนงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำแผนแม่บทการจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ พ.ศ. 2560–2564⁹ ซึ่งหนึ่งในเป้าหมายของแผนการดำเนินงาน คือ การลดปริมาณขยะตั้งแต่ต้นทาง การรีไซเคิลขยะ และการใช้ประโยชน์จากขยะ นอกจากนี้รัฐบาลยังสนับสนุนโครงการ Zero Waste Thailand ซึ่งมุ่งส่งเสริมการลดปริมาณขยะและการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน รวมถึงการสนับสนุนให้ใช้ขยะอาหารเป็นวัตถุดิบในการผลิตพลังงานหรือปุ๋ยหมัก แต่ทว่าการบริหารจัดการขยะอาหารเหล่านี้ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากยังมีปัญหาและความท้าทายอีกหลายประการ



ประการที่ 1

การขาดความตระหนักรู้ของผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจ ทั้งโรงแรมและร้านอาหารเกี่ยวกับปัญหาขยะอาหารที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ตามมา จึงไม่ได้ให้ความสำคัญและมีนโยบายให้ดำเนินการเพื่อการลดปริมาณการฝังกลบขยะอาหาร

ประการที่ 2

ข้อจำกัดของการบริจาคอาหาร ทั้งการขาดองค์กรหรือหน่วยงานสนับสนุนการกระจายอาหารส่วนเกิน หรือ Food Rescue ไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันมีเพียงมูลนิธิ SOS เพียงแห่งเดียวที่ให้บริการในพื้นที่กรุงเทพ เชียงใหม่ ภูเก็ตและหัวหินเท่านั้น นอกจากนี้ยังขาดกฎหมายหรือกฎระเบียบในการควบคุมมาตรฐานสำหรับอาหารเพื่อการบริจาค รวมทั้งการขาดมาตรการส่งเสริมสิทธิประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการที่บริจาคอาหาร เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บุคคล เป็นต้น¹⁰

ประการที่ 3

ข้อจำกัดของการนำขยะอาหารไปรีไซเคิล กล่าวคือ สถานประกอบการบางแห่งอาจไม่ได้มีพื้นที่มากพอสำหรับการจัดเก็บขยะอาหารเพื่อเตรียมนำไปทำปุ๋ย หรือนำหมักจุลินทรีย์ นอกจากนี้แม้จะมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการจัดการขยะอาหาร เช่น เครื่องทำปุ๋ยก็ตาม แต่ต้นทุนของเครื่องมือเหล่านี้ค่อนข้างแพง จึงทำให้สถานประกอบการหลายแห่งจำเป็นต้องส่งต่อขยะอาหารเหล่านี้ไปให้เทศบาล หรือ องค์การบริหารส่วนตำบลจัดการต่อ¹¹ ซึ่งขึ้นอยู่กับวิธีการกำจัดของเทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบลแต่ละแห่งว่าจะนำไปฝังกลบ หรือนำไปเผา หากนำขยะอินทรีย์เหล่านี้ไปฝังกลบอาจนำไปสู่ปัญหาพื้นที่สำหรับฝังกลบไม่เพียงพอ และขยะอาหารเหล่านี้ทำให้เกิดก๊าซมีเทนซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกที่ทำให้โลกร้อนกว่าคาร์บอนไดออกไซด์ถึง 25 เท่า¹²

ประการที่ 4

ข้อจำกัดของข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการเพื่อลดปริมาณขยะอาหาร ทั้งแนวทางในการดำเนินการ ข้อมูลสถานที่รับบริจาคอาหารส่วนเกิน ข้อมูลฟาร์มปศุสัตว์เพื่อส่งต่ออาหารไปเลี้ยงสัตว์ หรือสถานที่รับขยะอาหารเพื่อนำไปเลี้ยงหนอนแมลงวันลาย ส่งผลให้เจ้าของหรือผู้บริหารของสถานประกอบการต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมเอง

⁹ กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2559). แผนแม่บทการจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ (พ.ศ. 2559 – 2564). สืบค้นจาก <https://www.pcd.go.th/publication/5061/>

¹⁰ เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และคณะ. (2562)

¹¹ กรมการฯ ธรรมพานิชวงศ์ และคณะ. (2565). การวิเคราะห์อุปสรรคและโอกาสทางสังคม เศรษฐกิจ และ กฎหมายในการบริหารจัดการขยะอาหารอย่างยั่งยืนเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนของประเทศไทย. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

¹² การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. ขยะอาหาร ตัวการเกิดโลกร้อน. <https://www.egat.co.th/home/ghg-emissions-05/>

การบริหารจัดการขยะอาหารในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของต่างประเทศ



ประเทศญี่ปุ่น

รัฐบาลญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับการจัดการปัญหาขยะอาหาร โดยตั้งเป้าหมายการลดขยะอาหารลง 50% ภายในปี 2030 รวมทั้งมีการออกกฎหมาย 2 ฉบับเพื่อให้สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายได้แก่

1. Food Recycling Law

มีเจตนารมณ์เพื่อสนับสนุนการลดขยะอาหารและการรีไซเคิลขยะอาหารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และซูเปอร์มาร์เก็ตต้องนำขยะอาหารกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น ทำเป็นปุ๋ยหรือเป็นพลังงาน¹³

2. The Food Loss Reduction Promotion Act

พระราชบัญญัติส่งเสริมการลดการสูญเสียอาหาร โดยได้มีการประกาศบังคับใช้ในปี 2019 เนื่องจากญี่ปุ่นนำเข้าอาหารเป็นจำนวนมากและต้องพึ่งพาการนำเข้าอาหารเป็นส่วนใหญ่ กฎหมายจึงกำหนดให้การลดขยะอาหารที่หลีกเลี่ยงได้เป็นประเด็นที่ควรได้รับการพิจารณาอย่างจริงจัง และควรสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการไม่ทิ้งอาหาร

นอกจากนี้รัฐบาลญี่ปุ่นและองค์กรท้องถิ่นได้จัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการลดขยะอาหารในภาคการท่องเที่ยว เช่น โครงการ Mottainai Campaign¹⁴ ซึ่งเป็นโครงการ

ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลและภาคเอกชน เช่น ห้างสรรพสินค้าและร้านอาหาร ซึ่งมีการจัดทำป้ายและสื่อโฆษณาเพื่อส่งเสริมการลดขยะอาหาร และส่งเสริมให้ลูกค้าสั่งอาหารในปริมาณที่พอดีเพื่อหลีกเลี่ยงการทิ้งขยะอาหาร รวมทั้งรัฐบาลยังได้ร่วมมือกับโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวในการจัดงานสัมมนาและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับการลดขยะอาหารและการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพให้กับประชาชน

ขณะที่ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านอาหาร และผู้ให้บริการการท่องเที่ยวถือว่าเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยลดปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้น กล่าวคือผู้ประกอบการทั้งโรงแรมและร้านอาหารได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยลดปริมาณขยะอาหาร เช่น การใช้ซอฟต์แวร์เพื่อวิเคราะห์ปริมาณอาหารที่เหลือใช้ในแต่ละวัน เพื่อปรับปริมาณการสั่งวัตถุดิบให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ขณะที่โรงแรมและร้านอาหารบางแห่งนำแนวทาง "Zero Waste" มาปรับใช้เพื่อลดปริมาณขยะอาหารให้เหลือน้อยที่สุดผ่านการคัดแยกขยะและการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับองค์กรการกุศลต่าง ๆ

¹³ Tomoko Okayama & Kohei Watanabe. (2024). Performance of the Food Waste Recycling Law in Japan with Reference to SDG 12.3. MDPI.

¹⁴ MOTTAINAI: Reduce, Reuse, Recycle—and Respect. https://www.gov-online.go.jp/eng/publicity/book/hlj/html/201807/201807_12_en.html

เขตบริหารพิเศษฮ่องกง

รัฐบาลฮ่องกงกำหนดเป้าหมายในการลดปริมาณขยะที่ต้องฝังกลบต่อคนให้เหลือ 0% ภายในปี 2035 โดยในปี 2013 รัฐบาลได้ออกนโยบายและมาตรการสำคัญหลายโครงการเพื่อลดปริมาณขยะอาหารไม่ว่าจะเป็นโครงการ “A Food Wise Hong Kong Campaign”¹⁵ ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานสิ่งแวดล้อมในเดือนพฤษภาคม 2556 เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการกินอาหารอย่างชาญฉลาดและลดปริมาณขยะอาหาร รวมทั้งเพื่อปลูกฝังการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในชุมชนเพื่อหลีกเลี่ยงและลดการเกิดขยะอาหารที่แหล่งกำเนิด

นอกจากนี้ยังมีนโยบาย “Waste Blueprint for Hong Kong 2035”¹⁶ ที่ส่งเสริมการแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง การรีไซเคิลขยะอาหาร ด้วยการนำขยะอาหารไปผลิตเป็นปุ๋ยหรือพลังงานชีวภาพ รวมทั้งมีนโยบายเพื่อส่งเสริมการสร้างความตระหนักรู้และการฝึกอบรมให้กับภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเพื่อให้มีความรู้ในการจัดการขยะอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันภาคเอกชนของฮ่องกงเองโดยเฉพาะโรงแรมและร้านอาหาร ก็มีส่วนช่วยให้นโยบายของรัฐบาลสามารถ

ดำเนินการไปได้ ตัวอย่างเช่น การบริหารจัดการขยะอาหารของโรงแรมในเครือ Hong Kong and Shanghai Hotels มีการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง สำหรับขยะอาหารที่เกิดจากการให้บริการภายในโรงแรมก็นำไปผลิตเป็นปุ๋ยชีวภาพ และศูนย์การค้าและร้านอาหารต่าง ๆ ในฮ่องกงได้เริ่มนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการขยะอาหาร เช่น เครื่องบดขยะอาหารและการนำขยะอาหารไปแปรรูปเป็นพลังงาน โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น Ocean Park และ Disneyland Hong Kong ที่มีการจัดทำโครงการรีไซเคิลขยะอาหารและใช้วิธีการแปรรูปขยะให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งโครงการ “Food Angel- Food Rescue & Food Assistance Program”¹⁷ ที่เชื่อมโยงระหว่างร้านอาหาร โรงแรม และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรในการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับผู้ด้อยโอกาสในชุมชน ซึ่งช่วยลดปริมาณการทิ้งอาหารโดยไม่จำเป็นและยังสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในหลายด้าน รวมถึงการจัดการขยะอาหารโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมกาท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปริมาณขยะอาหารมากขึ้น รัฐบาลและภาคเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการจัดการขยะอาหารเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างที่ยั่งยืนในระยะยาว รัฐบาลสิงคโปร์ได้กำหนดนโยบายผ่านกฎหมายและนโยบายต่าง ๆ เช่น

- กฎหมายการจัดการขยะอาหาร หรือ Resource Sustainability Act¹⁸ ซึ่งบังคับให้ธุรกิจที่สร้างขยะอาหารจำนวนมาก เช่น โรงแรม และร้านอาหาร ต้องติดตั้งระบบจัดการขยะอาหารโดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

- กฎหมาย “Good Samaritan Food Donation Bill” ประกาศบังคับใช้เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2567 เพื่อช่วยคุ้มครองผู้บริจาคอาหารส่วนเกินจากความรับผิดทางกฎหมายในกรณีที่มีผลกระทบต่อผู้รับบริจาค¹⁹

- Zero Waste Masterplan 2019²⁰ ซึ่งเป็นแผนแม่บทที่มีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนสิงคโปร์ให้เป็นสังคมที่ปราศจากขยะ โดยนโยบายสำคัญเกี่ยวกับขยะอาหารประกอบด้วย การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีจัดการขยะ เช่น ระบบรีไซเคิลขยะอาหารและการแปรรูปขยะให้เป็นพลังงาน (Waste-to-Energy) รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น โรงงานบำบัดขยะ Tuas Nexus ที่เป็นหนึ่งในโครงการรีไซเคิลพลังงานจากขยะของสิงคโปร์

- Sustainable Singapore Blueprint (SSB):²¹ แนวทางที่รัฐบาลส่งเสริมการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนและลดปริมาณขยะ โดยมีการสนับสนุนให้ธุรกิจภาคท่องเที่ยวเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการขยะอาหาร

นอกจากนี้รัฐบาลสิงคโปร์และภาคเอกชนได้ร่วมกันจัดทำโครงการต่าง ๆ เช่น Love Your Food²² ซึ่งเป็นโครงการที่มุ่งเน้นการสร้างตระหนักรู้ในเรื่องของการบริโภคอาหารอย่างพอดี และส่งเสริมให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนมากขึ้น รวมทั้งยังมีการจัดประชุมและสัมมนาเพื่อให้ความรู้กับภาคเอกชนและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางการจัดการขยะอาหาร ขณะที่ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมกาท่องเที่ยว เช่น โรงแรมขนาดใหญ่ Marina Bay Sands²³ และ Resorts World Sentosa ได้ดำเนินโครงการลดขยะอาหารตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทางทั้งการบริหารจัดการวัตถุดิบในห้องครัวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับองค์กรการกุศล รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้เพื่อแปรรูปขยะอาหารให้เป็นปุ๋ยชีวภาพ²⁴

นอกจากนี้ ห้างสรรพสินค้าและศูนย์อาหารหลายแห่งในสิงคโปร์ยังเข้าร่วมโครงการของรัฐบาลเพื่อการจัดการขยะอาหารด้วยการติดตั้งระบบแยกขยะ และนำขยะอาหารไปผลิตเป็นพลังงาน ตัวอย่างเช่น Jewel Changi Airport²⁵ มีการใช้ระบบการจัดการขยะที่ช่วยลดปริมาณการฝังกลบขยะโดยใช้การแปรรูปขยะให้เป็นพลังงาน

¹⁵ Food Wise Hong Kong Steering Committee. (2014). Food Wise Hong Kong Campaign. Retrieved from <https://www.wastereduction.gov.hk/en-hk/waste-reduction-programme/food-wise-hong-kong-campaign>

¹⁶ Green Hospitality. (2024). Food Waste to Good Taste. Retrieved from <https://www.greenhospitality.io/food-waste-to-good-taste-2024#:~:text=%E7%B9%81%E9%AB%94%E4%B8%AD%E6%96%87-,Overview,food%20is%20wasted%20every%20day.>

¹⁷ GlobalGiving. Food Angel- Food Rescue & Food Assistance Program. Retrieved from <https://www.globalgiving.org/projects/food-rescue-and-food-assistance-program/>

¹⁸ Ministry of Sustainability and the Environment. (2020). The Resource Sustainability Act. Retrieved from <https://www.mse.gov.sg/resource-room/category/2020-07-30-resource-sustainability-act/>

¹⁹ Khine Zin Htet & Julia Yee. (2024). Spore Parliament passes Good Samaritan law for food donations. Mothership. Retrieved from <https://mothership.sg/2024/08/good-samaritan-food-bill-law-donate/>

²⁰ Ministry of the Environment and Water Resources National Environment Agency. (2019). Zero Waste Masterplan. Retrieved from <https://www.mse.gov.sg/resources/zero-waste-masterplan.pdf>

²¹ National Climate Change Secretariat (2015). Sustainable Singapore Blueprint. Retrieved from <https://www.nccs.gov.sg/media/publications/sustainable-singapore-blueprint/>

²² The National Environment Agency. (2017). LOVE YOUR FOOD. Retrieved from <https://www.nea.gov.sg/docs/default-source/envision/food-waste/love-your-food-handly-guide.pdf>

²³ Marina Bay Sands. Waste & Circularity. Retrieved from <https://www.marinabaysands.com/sustainability/waste-and-circularity.html>

²⁴ Kevin Teng. (2021). How the Hospitality Industry Can Safeguard Singapore's Food Security. Institute for Supply Management. Retrieved from <https://www.ismworld.org/supply-management-news-and-reports/news-publications/inside-supply-management-magazine/blog/2021/2021-03/how-the-hospitality-industry-can-safeguard-singapores-food-security/>



ประเทศมาเลเซีย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแหล่งสร้างขยะอาหารจำนวนมากของประเทศมาเลเซีย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น เกาะลังกาวิ กัวลาลัมเปอร์ และปีนัง ซึ่งรัฐบาลมาเลเซียได้ตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้และได้กำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนการจัดการขยะอาหารอย่างยั่งยืนภายใต้แผนพัฒนาประเทศ เช่น National Solid Waste Management Policy²⁶ ซึ่งมีเป้าหมายในการลดปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบและเพิ่มการรีไซเคิลขยะให้มากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีนโยบาย Malaysia's Roadmap Towards Zero Single-Use Plastics 2018–2030²⁷ ซึ่งเป็นนโยบายเพื่อการส่งเสริมให้ลดการใช้พลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น ซึ่งจะสามารถช่วยลดปริมาณขยะในภาคการท่องเที่ยวได้ รวมทั้งยังมีแผนงาน the Circular Economy Blueprint for Solid Waste in Malaysia (2025–2035)²⁸ ที่มีเป้าหมายในการลดปริมาณการฝังกลบขยะให้เหลือ 0 ในปี 2035

ขณะที่ภาคเอกชนในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของมาเลเซีย

ทั้งโรงแรมและร้านอาหารหลายแห่งในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น เกาะลังกาวิ กัวลาลัมเปอร์ ปีนัง ได้เริ่มนำระบบแยกขยะมาใช้เพื่อลดปริมาณขยะที่ส่งไปฝังกลบและเพิ่มการรีไซเคิล²⁹ เช่นเดียวกับธุรกิจท้องถิ่นอีกหลายแห่งได้เข้าร่วมโครงการความร่วมมือกับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร เช่น Food Aid Foundation³⁰ และ Kecharia Food Bank³¹ ที่มุ่งเน้นการนำอาหารส่วนเกินที่ยังสามารถทานได้ไปแจกจ่ายให้กับผู้ยากไร้แทนที่จะทิ้งให้เป็นขยะอาหาร

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการขยะอาหารในมาเลเซีย คือ การสนับสนุนจากนโยบายของรัฐบาล การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการเพิ่มการตระหนักรู้ของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการจัดการขยะ เช่น ระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ และการจัดตั้งศูนย์แปรรูปขยะอาหารในระดับท้องถิ่นก็เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้แนวทางการลดปริมาณขยะอาหารได้สำเร็จ

²⁵ The Changi Airport Group. (2015). Turning food waste to water Innovative recycling initiative uses microbes to break down food waste to water. Retrieved from <https://www.changiairport.com/corporate/media-centre/changijourneys/the-airport-never-sleeps/turning-food-waste-to-water.html#:~:text=In%20July%202015%2C%20Changi%20Airport,the%20food%20waste%20into%20water.>

²⁶ Prime Minister's Office of Malaysia. (2019). National Solid Waste Management Policy. Prime Minister's Office of Malaysia Official Website. Retrieved from <https://www.pmo.gov.my/2019/07/national-solid-waste-management-policy/>

²⁷ Prime Minister's Office of Malaysia. (2018). Malaysia's roadmap towards zero single-use plastics 2018–2030. Government of Malaysia. Retrieved from <https://www.pmo.gov.my/wp-content/uploads/2019/07/Malaysia-Roadmap-Towards-Zero-Single-Use-Plastics-2018-2030-m-min.pdf>

²⁸ The International Trade Administration. (2024). Malaysia Waste Management Circular Economy Blueprint Retrieved from <https://www.trade.gov/market-intelligence/malaysia-waste-management-circular-economy-blueprint#:~:text=Malaysia%20has%20recently%20launched%20the,to%20fill%20certification%20for%20manufacturers.>

²⁹ The Journal of the Malaysia Institute of Planners. (2017). PLANNING MALAYSIA JOURNAL: Volume 15, Issue 4, 2017 <https://planningmalaysia.org/index.php/pmj/issue/view/2530>

³⁰ Food Aid Foundation. (2021). Food waste reduction initiatives in Malaysia's hospitality industry. Food Aid Foundation. Retrieved from <https://www.foodaidfoundation.org>

³¹ Kecharia Food Bank. (2020). Partnerships for food waste reduction: Case study of Kuala Lumpur and Penang hotels. Kecharia Food Bank Report. Retrieved from <https://www.kecharia.org>

ประเทศเวียดนาม

การจัดการขยะอาหารในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเวียดนามยังถือว่าอยู่ในระยะเริ่มต้นเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านเช่นสิงคโปร์หรือมาเลเซีย ทั้งนี้รัฐบาลเวียดนามได้เริ่มนำกลยุทธ์ต่าง ๆ เข้ามาปรับใช้เพื่อลดปัญหาขยะอาหารของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการออกนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะอาหาร เช่น Vietnam National Strategy on Environmental Protection to 2030³² ซึ่งมีเป้าหมายในการส่งเสริมการลดขยะและการรีไซเคิล รวมถึงขยะอาหารในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยรัฐบาลเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการบำบัดขยะและการนำขยะอาหารกลับมาใช้ใหม่ และมุ่งหวังที่จะลดปริมาณขยะที่ถูกฝังกลบและเพิ่มการรีไซเคิลขยะให้เป็นพลังงานมากขึ้น

นอกจากนี้ เวียดนามยังเข้าร่วมกับโครงการความร่วมมือระดับภูมิภาค เช่น ASEAN Tourism Strategic Plan³³ ซึ่งมีการระบุถึงความสำคัญของการจัดการขยะอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง

เช่น ฮาลองเบย์และเมืองโฮจิมินห์

ภาคเอกชนในเวียดนามเองโดยเฉพาะโรงแรมและภัตตาคารที่ตั้งอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น โรงแรม InterContinental³⁴ ได้ริเริ่มนโยบายการจัดการขยะอาหารตั้งแต่การวางแผนการใช้วัตถุดิบในครัวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อลดปริมาณการก่อขยะอาหาร รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการแยกขยะอาหารเพื่อผลิตปุ๋ยชีวภาพ ขณะที่บางโรงแรมมีการจัดทำโครงการความร่วมมือกับองค์กรส่วนท้องถิ่นเพื่อบริจาคอาหารที่เหลือจากการผลิตไปยังองค์กรการกุศลในชุมชนต่าง ๆ³⁵

ถึงแม้ว่าจะมีการดำเนินนโยบายและโครงการต่าง ๆ แต่การจัดการขยะอาหารในเวียดนามยังคงมีความท้าทายหลายประการ เช่น การขาดระบบรีไซเคิลและการจัดการขยะที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ การลงทุนในเทคโนโลยีการจัดการขยะยังคงอยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกับการขาดการสร้างความตระหนักรู้ในวงกว้างเกี่ยวกับความสำคัญของการลดขยะอาหารยังคงเป็นปัญหาสำคัญ



โดยสรุปแล้ว

จากกรณีศึกษาการจัดการขยะอาหารในญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนาม จะพบว่าแนวทางการดำเนินการส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ประกอบการและประชาชนเพื่อให้เห็นความสำคัญของการป้องกันและลดปริมาณขยะอาหารให้เหลือน้อยที่สุด หรือ Zero food waste

นอกจากนี้ในแต่ละประเทศมีกฎหมายและนโยบายที่ชัดเจนในการลดปริมาณการฝังกลบขยะอาหาร เช่น ประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมาย

The Food Loss Reduction Promotion Act ที่ส่งเสริมการลดการสูญเสียอาหาร ขณะที่สิงคโปร์มีกฎหมาย Good Samanta Law ที่ให้ความสำคัญกับการบริจาคอาหารส่วนเกิน

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าในแต่ละประเทศ ได้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการขยะอาหารโดยเฉพาะเทคโนโลยีการนำขยะอาหารไปผลิตเป็นปุ๋ยชีวภาพ หรือการนำไปผลิตเป็นพลังงานเพื่อลดปริมาณการฝังกลบให้เหลือน้อยที่สุดในปริมาณที่น้อยที่สุด หรือ Zero landfill

³² Vietnamplus. (2022). National strategy on environmental protection to 2030 approved. Retrieved from <https://en.vietnamplus.vn/national-strategy-on-environmental-protection-to-2030-approved-post227786.vnp>

³³ ASEAN Secretariat. (2015). ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025. Retrieved from <https://asean.org/book/asean-tourism-strategic-plan-2016-2025-2/>

³⁴ InterContinental Hotels Group. Pioneer the transformation to a minimal waste hospitality industry. Retrieved from <https://www.ihgplc.com/en/responsible-business/waste>

³⁵ RMIT University. (2024). Reducing food waste in hospitality requires a joint effort. Retrieved from <https://www.rmit.edu.vn/news/all-news/2024/jul/reducing-food-waste-in-hospitality-requires-a-joint-effort>

ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดการปัญหาขยะอาหารอย่างยั่งยืนของประเทศไทย ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีภูมิทัศน์สวยงามและมีสถานที่หลายแห่งที่เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การรักษาไว้ซึ่งความสะอาด ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนถึงความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรต้องตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่จะตามมาโดยเฉพาะปัญหาขยะอาหารที่จากการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้นทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการปัญหาขยะอาหารของไทยควรมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้



1. สร้างความตระหนัก

สร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก รวมถึงธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร โดยหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม สมาคมโรงแรมไทย สมาคมร้านอาหารและภัตตาคารไทย สมาคมร้านอาหารไทยและสตรีทฟู้ด รวมไปถึงสมาคมผู้ประกอบการการนำเที่ยวไทย ควรร่วมมือกันเพื่อดำเนินการสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ประกอบการทุกภาคส่วนให้เห็นความสำคัญของการป้องกันและลดปริมาณขยะอาหารให้เหลือน้อยที่สุด

2. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานหรือระบบนิเวศ

สนับสนุนให้ภาคเอกชนดำเนินการเพื่อลดปริมาณการฝังกลบขยะอาหาร โดย

- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรจัดทำคู่มือแนวทาง หรือขั้นตอนในการลดปริมาณขยะอาหาร และจัดทำข้อมูลสถานที่หรือชุมชนในการรับบริจาคอาหารส่วนเกินจากการผลิตในแต่ละพื้นที่ หรือข้อมูลฟาร์มปศุสัตว์ หรือฟาร์มเลี้ยงหนอนแมลงวันลายสำหรับการส่งต่อเศษอาหารเพื่อนำไปเป็นอาหารสัตว์

- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรออกกฎหมายหรือมาตรฐานอาหารสำหรับการบริจาค และการยกเว้นบทลงโทษแก่ผู้บริจาคอาหารในกรณีที่ได้มีการดำเนินการตามกฎหมายหรือมาตรฐานอาหารที่ได้กำหนดไว้คล้ายกับประเทศสิงคโปร์ที่มีกฎหมาย Good Samaritan Food Donation Bill เพื่อส่งเสริมให้มีการบริจาคอาหารส่วนเกินที่สามารถทานได้นำไปส่งต่อให้กับผู้ที่ต้องการ มากกว่าการนำไปทิ้งให้เป็นขยะ

- กรมสรรพากร อาจพิจารณาการเพิ่มสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้แก่ผู้บริจาคอาหารส่วนเกิน เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการส่งต่ออาหารส่วนเกินจากการผลิต และลดการทิ้งให้เป็นขยะอาหารโดยไม่จำเป็น

นอกจากนี้ รัฐบาลควรมีนโยบายเพื่อจัดการปัญหาขยะอาหารให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีนโยบายส่งเสริมภาคเอกชนให้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการนำเครื่องทำปุ๋ยมาใช้ในการรีไซเคิลขยะอาหาร รวมทั้งควรมีนโยบายและสนับสนุนงบประมาณให้กับเทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการกำจัดขยะอาหารหรือขยะอินทรีย์ด้วยวิธีการอื่นแทนเพื่อลดการฝังกลบขยะ เช่น การผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพเพื่อใช้ในการผลิตไฟฟ้า หรือ เชื้อเพลิงขยะมูลฝอย (Refuse Derived Fuel : RDF) การผลิตปุ๋ยหมัก เป็นต้น

แม้ว่าปัญหาขยะอาหารส่วนหนึ่งจะเกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะขยะอาหารที่เกิดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมและเข้าใช้บริการร้านอาหาร จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการบริหารจัดการเพื่อลดปริมาณขยะอาหาร แต่ทว่าการลดปริมาณปัญหาขยะอาหารเหล่านี้จะสัมฤทธิ์ผลได้ถ้าทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือ ไม่เพียงแค่นักท่องเที่ยวเท่านั้นที่ต้องท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อภาคประชาชนเองก็ต้องร่วมแรงร่วมใจด้วยการ **“ตักอาหารให้พอดี ไม่กินเหลือทิ้ง”**





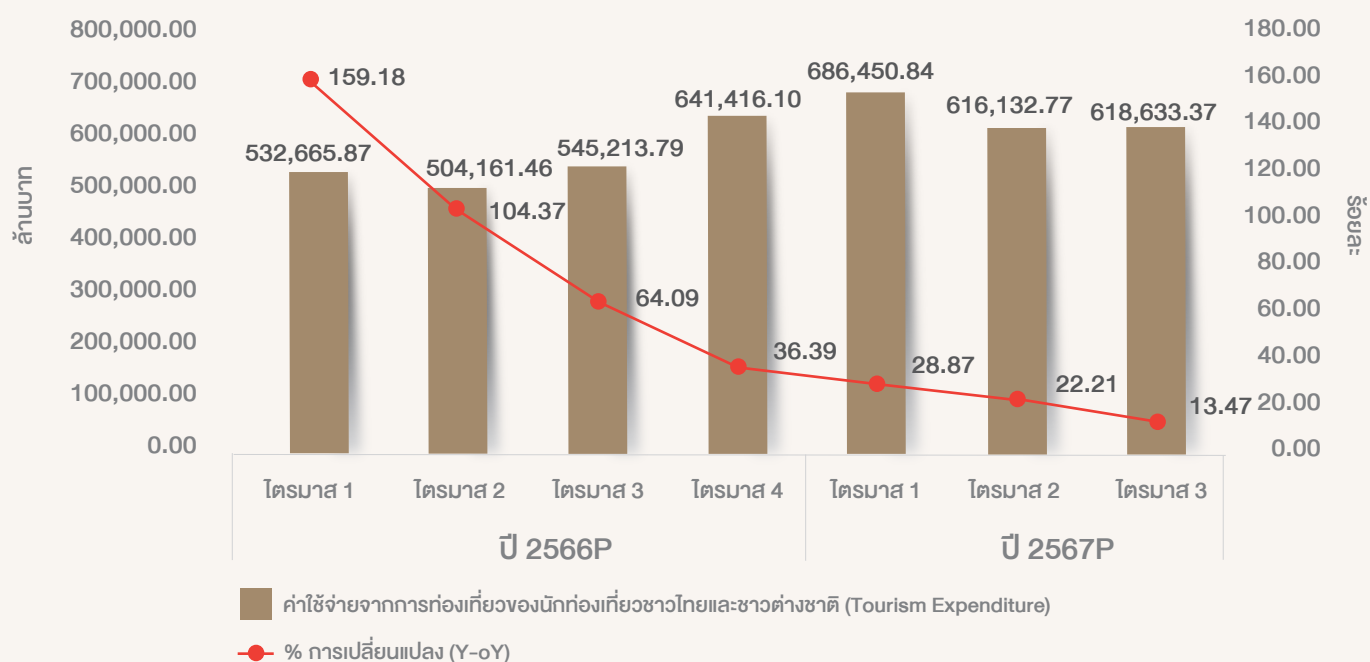
ผลกระทบของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ



ไตรมาส 3 ปี 2567 การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ แม้ว่าในไตรมาสนี้ การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของชาวไทยในประเทศจะลดลง เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยพบว่ามีจำนวน 47.94 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 3.80 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 เนื่องจากเป็นช่วงโลว์ซีซั่นของนักท่องเที่ยวไทยและหลายจังหวัดประสบกับปัญหาน้ำท่วมโดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวทางภาคเหนือ แต่พบว่าการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวต่างชาติยังเติบโตได้ดี โดยมีจำนวน 8.59 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

และเมื่อพิจารณารายได้จากการท่องเที่ยว พบว่า การใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติและชาวไทยในประเทศก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่ารวม 618,633.37 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 13.47 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยจำแนกเป็นการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติมีมูลค่า 393,148.93 ล้านบาท (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.55 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของชาวไทยมีมูลค่า 225,484.44 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 10.78 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

มูลค่าค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (Tourism Expenditure) รายไตรมาสปี 2566-2567



หมายเหตุ P = ข้อมูลเบื้องต้น ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2567
 ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือน พฤศจิกายน 2567

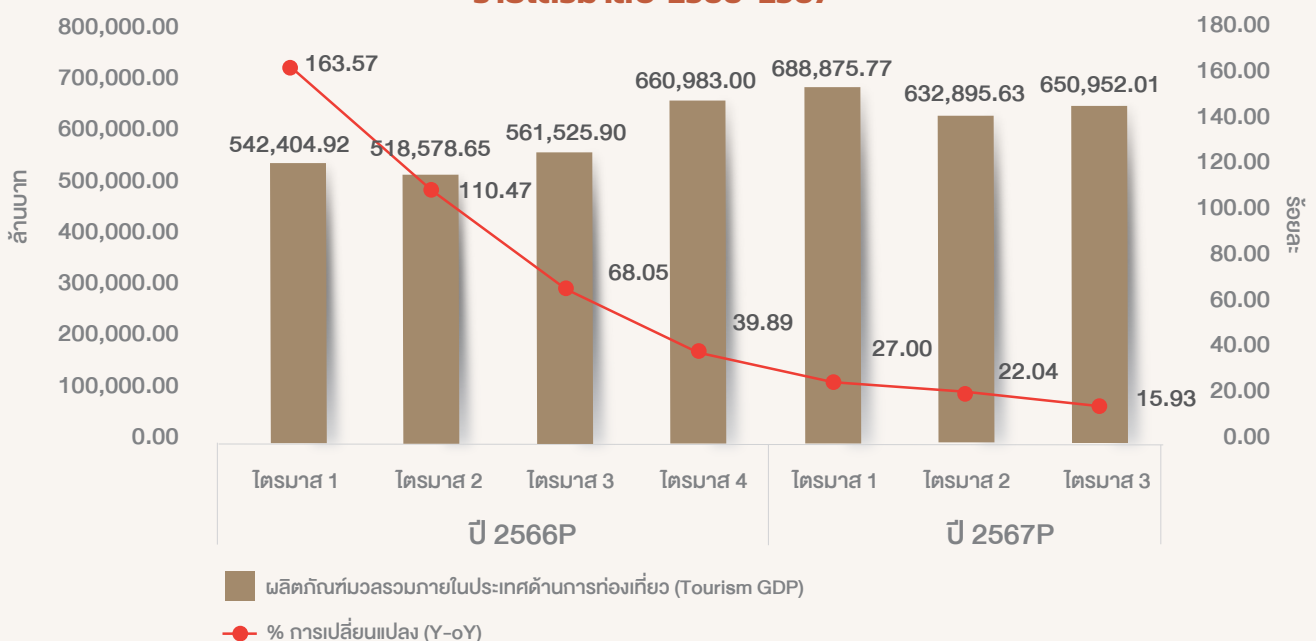
ทั้งนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องในห่วงโซ่ของภาคการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และความสำคัญของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพรวมของเศรษฐกิจไทยสะท้อนได้จากข้อมูลบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account หรือ TSA) ที่จัดทำขึ้นโดย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดบทบาทของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยรวมทั้งในส่วนมูลค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การลงทุนด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนค่าใช้จ่ายของภาครัฐเพื่อจัดการบริการสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวและการจ้างงาน

จากข้อมูลบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว ระบุว่า ในไตรมาส 3 ของปี 2567 ผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทั้งทางตรงรวมกับทางอ้อม (Tourism direct and indirect Gross Domestic Product) ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศของทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยคิดเป็นมูลค่าประมาณ 650,952.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.16 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP/ Total GDP)

นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวน 4.73 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.80 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมด ขณะที่ภาษีทางตรงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีมูลค่า 20,504.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566



มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศ รายไตรมาส ปี 2566-2567



หมายเหตุ P = ข้อมูลเบื้องต้น ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2567

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือน พฤศจิกายน 2567

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

ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product) ในไตรมาส 3 ปี 2567

พบว่ามีมูลค่า 265,269.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.14 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.77 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ในไตรมาส 3 ปี 2567 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product) ในสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าผลผลิตมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมเยือน อุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่ม การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศ อุตสาหกรรมการบริการเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศ และการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 156,326.03 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 58.93 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

อย่างไรก็ดี การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยังช่วยกระจายรายได้ลงสู่ธุรกิจท่องเที่ยวทั้งทางตรงอย่าง ธุรกิจโรงแรมและที่พัก จากข้อมูลสะท้อนว่า การฟื้นตัวของกิจกรรมเศรษฐกิจในภาคการท่องเที่ยวไม่ทั่วถึงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนหนึ่งมีปัจจัยมาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและผลกระทบต่อเนื่องไปยังธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องในบางประเภท โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมเยือนมีมูลค่า 72,188.80 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในธุรกิจโรงแรมและที่พักมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 27.21 ของมูลค่าผลผลิตผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด
- อุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่า 55,811.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.77 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีสัดส่วนร้อยละ 21.04 ของมูลค่าผลผลิตผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด



- การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศมีมูลค่า 14,861.47 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 58.02 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในการจำหน่ายสินค้าปลีกและของที่ระลึกมีสัดส่วนร้อยละ 5.60 ของมูลค่าผลผลิตผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- อุตสาหกรรมการบริการเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศ (เช่น สปา นวดแผนไทย และการจัดประชุมแสดงสินค้า เป็นต้น) มีมูลค่า 9,591.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 50.55 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการสำหรับการท่องเที่ยวมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 3.62 ของมูลค่าผลผลิตผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

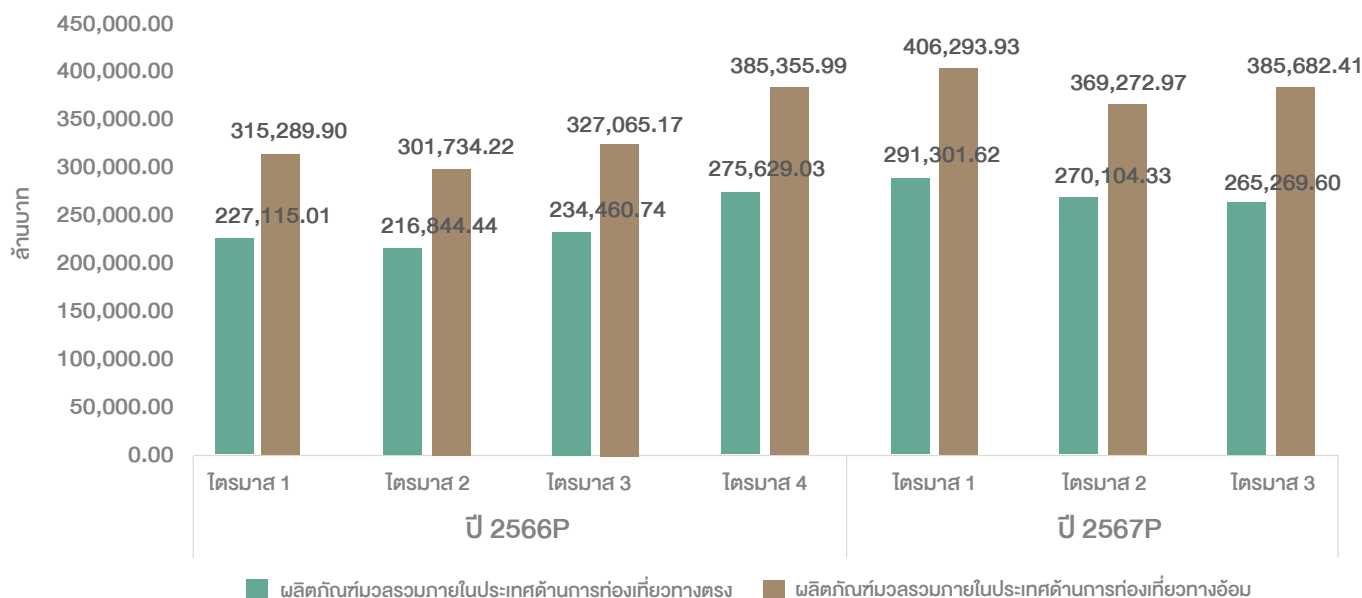
- การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีมูลค่า 3,872.57 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 71.34 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 1.46 ของมูลค่าผลผลิตผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด



ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อม (Tourism indirect Gross Domestic Product)

ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผลของการเชื่อมโยงการผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อเนื่องในห่วงโซ่ การผลิตร่วมกันไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ มีมูลค่า 385,682.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.92 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.39 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงและทางอ้อม



■ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยวทางตรง ■ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยวทางอ้อม

หมายเหตุ P = ข้อมูลเบื้องต้น ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2567
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือน พฤศจิกายน 2567



ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

รายละเอียด		ปี 2566P					ปี 2567P		
	หน่วย	Q1	Q2	Q3	Q4	รวมปี	Q1	Q2	Q3
ค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว (รายได้จากการท่องเที่ยว) (Tourism Expenditure)	ล้านบาท	532,665.87	504,161.46	545,213.79	641,416.10	2,223,457.22	686,450.84	616,132.77	618,633.37
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	159.18	104.37	64.09	36.39	77.20	28.87	22.21	13.47
ค่าใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ	ล้านบาท	322,355.79	294,285.46	341,669.94	406,239.24	1,364,550.43	454,653.58	370,887.05	393,148.93
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	660.89	268.44	110.83	60.22	153.71	41.04	26.03	15.07
ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนคนไทย ท่องเที่ยวในประเทศไทย	ล้านบาท	210,310.08	209,876.00	203,543.85	235,176.86	858,906.79	231,797.26	245,245.72	225,484.44
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	28.91	25.81	19.59	8.52	19.81	10.22	16.85	10.78
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)	ล้านบาท	542,404.92	518,578.65	561,525.90	660,983.00	2,283,492.47	688,875.77	632,895.63	650,952.01
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	163.57	110.47	68.05	39.89	81.40	27.00	22.04	15.93
- ทางตรง	ล้านบาท	227,115.02	216,844.43	234,460.73	275,627.01	954,047.19	282,581.84	263,622.66	265,269.60
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	184.00	131.61	84.18	51.51	97.60	24.42	21.57	13.14
- ทางอ้อม	ล้านบาท	315,289.90	301,734.22	327,065.17	385,355.99	1,329,445.28	406,293.93	369,272.97	385,682.41
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	150.58	97.50	58.13	32.61	71.32	28.86	22.38	17.92
ภาษีจากการท่องเที่ยว (ทางตรง)	ล้านบาท	15,211.67	14,331.52	16,388.97	18,656.87	64,589.03	21,881.95	20,464.05	20,504.37
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	162.10	104.43	72.53	40.62	81.53	43.85	42.79	25.11
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ* (GDP of the Country)	ล้านบาท	4,516,746	4,333,027	4,440,975	4,631,290	17,922,038	4,621,450	4,513,599	4,598,243
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ ด้านการท่องเที่ยว /ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP / Total GDP)	ร้อยละ	12.01	11.97	12.64	14.27	12.74	14.91	14.02	14.16
สัดส่วน TGDP ทางตรง / ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	ร้อยละ	5.03	5.00	5.28	5.95	5.32	6.11	5.84	5.77
สัดส่วน TGDP ทางอ้อม/ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	ร้อยละ	6.98	6.96	7.36	8.32	7.42	8.79	8.18	8.39
การจ้างงานในด้านการท่องเที่ยว (Total Employment in Tourism Sector)	คน	4,419,463	4,521,627	4,542,099	4,533,948	4,504,284	4,793,734	4,694,854	4,725,481
การจ้างงานทั้งหมด**	คน	39,629,215	39,677,453	40,091,326	40,250,120	39,912,028	39,579,000	39,500,740	40,039,541
สัดส่วนการจ้างงานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมด (ร้อยละ)	ร้อยละ	11.15	11.40	11.33	11.26	11.29	12.11	11.89	11.80

หมายเหตุ
* ข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
** ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ
P = ข้อมูล ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2567

ในช่วงปี 2567 ที่ผ่านมา การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีปัจจัยท้าทายรอบด้านในทุกมิติ ดังที่มีการนำเสนอรายละเอียดมาเป็นระยะในรายงานเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Tourism Economic Review) โดยเฉพาะการดำเนินงานด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล และการขับเคลื่อนของภาคเอกชน ท่องเที่ยวไทยที่เปี่ยมด้วยพลังกายและพลังใจ จึงเปรียบเสมือนฟันเฟืองสำคัญในการนำเสนอวัฒนธรรมทางการตลาดที่แหลมคมกันสมัยมุ่งเป้าหมายไปยังกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพ

- ปี 2567 เป็นปีทองการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization : UNESCO) ขึ้นทะเบียนและยกย่องประเทศไทยใน 4 รายการ ได้แก่

- 7 มกราคม 2567 เปิดให้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู จุดเด่นของโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู คือ มีจุดเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายอื่นๆ ถึง 4 สาย คือ เชื่อมต่อรถไฟฟ้าสายสีม่วง สายสีแดง สายสีเขียว และสายสีส้ม สำหรับรถไฟฟ้าสายสีชมพูนั้น นอกจากการเชื่อมต่อกับสายอื่นๆ แล้ว ยังสร้างความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการเดินทางไปยังศูนย์ประชุมอิมแพค เมืองทองธานี นอกจากการเปิดให้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูแล้ว ในวันที่ 25 กรกฎาคม 2567 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ปรับปรุงการให้บริการเดินรถในเส้นทางตามแผนปฏิรูประบบ 107 เส้นทาง บางเส้นทางปรับเปลี่ยนตัวเลขใหม่ และบางเส้นทางปรับเปลี่ยนเส้นทางการเดินรถ ดังนั้นในภาพรวมของการบริการด้วยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จะมีเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สะดวกขึ้น ทำให้ประหยัดเวลาและงบประมาณ อย่างไรก็ตาม ในการปรับเส้นทางและเพิ่มการให้บริการครั้งนี้ จะต้องมีการปรับปรุงระบบฐานข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชนและนักท่องเที่ยว เนื่องจากทั้งสองกลุ่มต้องใช้ระบบขนส่งสาธารณะร่วมกัน โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจะท่องเที่ยวโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะมากขึ้น

- 24 กันยายน 2567 ผ่านพระราชบัญญัติสมรสเท่าเทียมของไทย การนำเสนอแนวคิดเรื่องสมรสเท่าเทียมเริ่มตั้งแต่ปี 2563 ต่อมาในวันที่ 18 มิถุนายน 2567 พ.ร.บ.สมรสเท่าเทียมได้ผ่านสภา และมีผลบังคับใช้ วันที่ 28 มกราคม 2568 ข้อมูลจากหอสมุดรัฐสภา นิยามว่า สมรสเท่าเทียม

คือ การสมรสของผู้มีความหลากหลายทางเพศ ไม่จำกัดเฉพาะชายและหญิงเท่านั้นแต่จะครอบคลุมทุกเพศสภาพ ทั้งเพศวิถีและอัตลักษณ์ทางเพศเพื่อให้บุคคลเหล่านี้ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายตามหลักความเสมอภาคและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยจะก่อให้เกิดสิทธิในการหมั้น การจดทะเบียนสมรส การจัดการทรัพย์สินของคู่สมรส การเป็นผู้จัดการแทนในทางอาญาเช่นเดียวกับคู่สมรส การรับมรดกเมื่ออีกฝ่ายเสียชีวิต การรับบุตรบุญธรรม การรับมรดกในฐานะทายาทโดยธรรม รวมทั้งได้รับสิทธิประโยชน์การเบิกจ่ายสวัสดิการจากรัฐในฐานะคู่สมรส เช่น การรับประโยชน์ทดแทนจากประกันสังคม และการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาล รวมถึงสิทธิอื่น ๆ ทางกฎหมายที่รับรองสิทธิของคู่สมรส

โดยสรุปภาพรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นในปี 2567 และสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วง 9 เดือน ที่นำเสนอในรายงานเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้ พบว่า ปี 2567 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย มีทิศทางที่เติบโตที่น่าพอใจ สำหรับปี 2568 นั้น สถานการณ์ท่องเที่ยวโลกจะยังคงเติบโตต่อเนื่อง ข้อมูลจากสมาคมผู้ประกอบการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association : IATA) ระบุว่า ในปี 2568 จำนวนผู้โดยสารคาดว่าจะสูงถึง 5.2 พันล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2567 และคาดว่าจะรายได้จะสูงถึง 1.007 ล้านล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา โดยปัจจัยเสริมได้แก่ราคาน้ำมันและเชื้อเพลิงที่ลดลง

สำหรับปี 2568 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย คาดว่าจะกลับสู่ยุครุ่งเรืองเฟื่องฟูอีกครั้ง โดยมีการแถลงเป้าหมายว่า จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 39 ล้านคน และรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2567 การดำเนินงานด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เริ่มส่งผลอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแนวโน้มการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลัก ไปยังเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยเมืองท่องเที่ยวหลักของไทยสามารถยกระดับขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยการขยายโครงข่ายการเดินทางให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น พร้อมกับการนำเสนอจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยวใหม่ในลักษณะ Man Made Attractions ส่วนเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ นั้น เน้นจุดขายในเรื่องความเรียบง่าย (Simplicity) ไม่เร่งรีบ (Slow) ความเล็ก (Small) มีความทันสมัยแบบท้องถิ่นนิยม (Local Modern) สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะได้มากขึ้น นอกจากการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวแล้ว รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย สามารถตอบโจทย์เทรนด์ท่องเที่ยวของโลกได้อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเสนอศักยภาพเชิงสุขภาพของไทยผ่านงาน Expo 2025 ที่ประเทศญี่ปุ่น

อย่างไรก็ตาม ภายใต้การดำเนินงานของรัฐบาลชุดปัจจุบัน โครงการที่ได้รับความสนใจในวงกว้าง คือ โครงการ สถานบันเทิงครบวงจร หรือ Entertainment Complex ซึ่งมีการกล่าวถึงมาระยะหนึ่งแล้ว โดยในช่วงเดือนกันยายน 2567 Entertainment complex นำเสนออย่างเป็นทางการอีกครั้ง โดยผลักดันให้นำเศรษฐกิจใต้ดินขึ้นมาบนดิน สนับสนุนรัฐบาลสร้างรายได้ใหม่ด้วยการนำเศรษฐกิจนอกระบบภาษี และเศรษฐกิจใต้ดิน (Underground Economy) เข้าสู่ระบบภาษี

โดยรัฐบาลสามารถนำรายได้ส่วนนี้ไปจัดสรรสวัสดิการด้านการศึกษา สาธารณสุข และสาธารณูปโภค รวมทั้งอุดหนุนค่าใช้จ่ายขั้นพื้นฐานของประชาชน

ขั้นตอน กระบวนการนำเสนอ เริ่มจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดสถานบันเทิงครบวงจร (Entertainment Complex) เพื่อแก้ปัญหาการพนันผิดกฎหมายและเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจของประเทศ ผลการศึกษา ระบุว่า กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ อุตสาหกรรมในกลุ่ม Fun economy ซึ่งรวมถึงตั้งแต่การท่องเที่ยว กีฬา สถานบันเทิง ธุรกิจการจัดประชุมและจัดนิทรรศการ (MICE) อุตสาหกรรมในกลุ่ม Fun economy ทั่วโลก มีขนาดมูลค่าการตลาดสูงถึง 13.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพที่สามารถต่อยอดอุตสาหกรรม Fun economy ได้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่และเพิ่มเติมรายได้เข้าประเทศ หนึ่งในนั้นคือการนำธุรกิจคาสิโนและการพนันถูกกฎหมายให้เข้ามาอยู่ในระบบอย่างมีมาตรฐาน ภายใต้การควบคุมของกฎหมาย และมีการจัดเก็บรายได้และภาษีอย่างถูกต้อง

สถานบันเทิงแบบครบวงจร (Entertainment Complex) ในบริบทของประเทศไทย ประกอบด้วยบริการสาขาต่างๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ครบวงจร โรงแรมระดับ 5 ดาว ร้านอาหารและบาร์ ศูนย์ประชุมหรือสถานที่จัดนิทรรศการขนาดใหญ่ (MICE) ศูนย์สุขภาพครบวงจร สนามกีฬา ธุรกิจออร์ชและครุซซึ่งคลับสถานที่เล่นเกม (คาสิโน) สระว่ายน้ำ และสวนน้ำ สวนสนุก พื้นที่สำหรับส่งเสริมวัฒนธรรมไทย และสินค้า OTOP และ กิจกรรมอื่น ๆ

จากการศึกษา เรื่อง ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการเปิดสถานบันเทิงครบวงจร (Entertainment Complex) ที่มีต่อเศรษฐกิจไทย โดย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

- พื้นที่เป้าหมาย จำนวน 5 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต ท่าเรือคลองเตย กรุงเทพมหานคร เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก และ พื้นที่โซนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

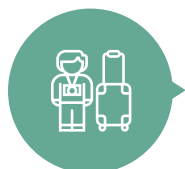
- Timeline ที่อาจเป็นไปได้ในการเปิดให้บริการของสถานบันเทิงครบวงจร เริ่มตั้งแต่ปี 2567-2569 คือ การตรากฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปี 2570 จัดทำรายงานการศึกษาและขออนุมัติ 2571 จัดทำ TOR ประมูล และ ทำสัญญา ปี 2572-2575 ก่อสร้าง และตกแต่ง ปี 2576 เปิดให้บริการ

- ผลกระทบทางบวกที่อาจมีต่อเศรษฐกิจไทย ได้แก่ การดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ การเพิ่มรายได้ท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยว การเพิ่มรายได้ของธุรกิจสถานบันเทิงครบวงจร การสร้างงาน/กระจายรายได้ ทั้งการจ้างงานตรงและทางอ้อมในอุตสาหกรรมบริการ และการเพิ่มรายได้ให้กับรัฐบาล ในรูปของภาษีคาสิโน (Casino Tax) ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต และค่าธรรมเนียมการเข้าใช้บริการ

- ผลกระทบทางลบที่อาจมีต่อเศรษฐกิจไทย ได้แก่ การเพิ่มความเสี่ยงต่อเศรษฐกิจใต้ดิน การหลีกเลี่ยงภาษี/ฟอกเงินผ่านคาสิโนและการพนัน การเร่งการเติบโตของธุรกิจผิดกฎหมายเกี่ยวข้องกับการพนัน การพนันออนไลน์ การติดการพนันเพิ่มขึ้น/หนี้สินจากพนันเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพเศรษฐกิจของครัวเรือน

รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ปีที่ 6 ฉบับที่ 1/2568

ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2567 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 8.59 ล้านคน และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในไทย 47.94 ล้านคน-ครั้ง ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว มูลค่า 0.62 ล้านล้านบาท มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) 0.65 ล้านล้านบาท เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 4.73 ล้านคน



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ล้านคน)								
2565	2566P					2567P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
11.07	28.15	6.53	6.44	7.09	8.10	9.37	8.13	8.59
2,066.39	154.40	1,237.43	311.41	97.89	49.08	43.54	26.31	21.13



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวไทยภายในประเทศ (ล้านคน-ครั้ง)								
2565	2566P					2567P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
151.45	185.66	45.44	45.34	45.05	49.83	49.08	51.01	47.94
185.60	22.59	57.85	23.30	16.50	5.53	8.02	12.49	6.42



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

ค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว (ล้านล้านบาท)								
2565	2566P					2567P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
1.25	2.22	0.53	0.50	0.55	0.64	0.69	0.62	0.62
251.65	77.20	159.18	104.37	64.09	36.39	28.87	22.21	13.47



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

การจ้างงานด้านการท่องเที่ยว (ล้านคน)								
2565	2566P					2567P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
4.19	4.50	4.42	4.52	4.54	4.53	4.79	4.69	4.73
5.11	7.55	8.09	9.14	7.56	7.56	8.47	3.83	4.04



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) (ล้านล้านบาท)								
2565	2566P					2567P		
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
1.26	2.28	0.54	0.52	0.56	0.66	0.69	0.63	0.65
253.41	81.40	163.57	110.47	68.05	39.89	27.00	22.04	15.93

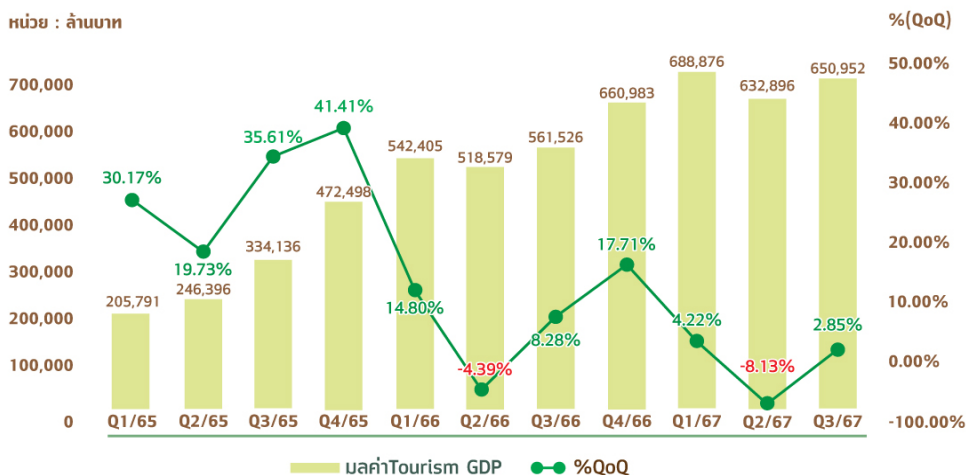
หมายเหตุ P = ข้อมูลเบื้องต้น ณ วันที่ 2 ธันวาคม 2567



สถานการณ์เศรษฐกิจการท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 3 ปี 2567p

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)

หน่วย : ล้านบาท



650,952.01

ล้านบาท MILLION BAHT

TOURISM GDP

Tourism GDP / Total GDP **14.16%**

GDP ประเทศ : 4,598,243 ล้านบาท

มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

มูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมด = มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ + มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

618,633.37 = 393,148.93 + 255,484.44
MILLION BAHT ล้านบาท
Y-o-Y +13.47% Y-o-Y +15.07% Y-o-Y +10.78%

มูลค่าการผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

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

650,952.01 = 265,269.60 + 385,682.41
MILLION BAHT ล้านบาท
Y-o-Y +15.93% Y-o-Y +13.14% Y-o-Y +17.92%

สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด 5 อันดับแรก



การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



4.73 ล้านคน

คิดเป็น 11.80% ของการจ้างงานทั้งหมด การจ้างงานทั้งหมด 40.04 ล้านคน

ภาษีทางตรงจากการท่องเที่ยว



20,504.37

ล้านบาท

Y-o-Y +25.11%

สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย

หน่วย : คน-ครั้ง



เดือน	2567	2562
กรกฎาคม	16,589,822	14,360,498
สิงหาคม	15,954,462	13,716,063
กันยายน	15,396,387	13,499,866
Q3	47,940,671	41,576,427
Y-o-Y	15.31%	

สถานการณ์ท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย

หน่วย : คน



เดือน	2567	2562
กรกฎาคม	3,103,420	3,342,750
สิงหาคม	2,963,147	3,472,655
กันยายน	2,521,005	2,890,039
Q3	8,587,572	9,705,444
Y-o-Y	-11.52%	



**กลุ่มวิจัยและพัฒนาวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**

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

ภายใต้โครงการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

