

TOURISM ECONOMIC

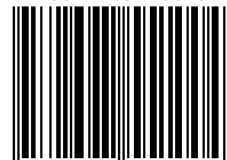
รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว **REVIEW**

ปีที่ 5 ฉบับที่ 4/2567

HUB OF ASEAN

'ไทย' ศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน
'Thailand' Tourism Hub of ASEAN

ISSN 2697-5513



9 772697 551004 >



TOURISM ECONOMIC

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว **REVIEW**



สารบัญ

ปีที่ 5 ฉบับที่ 4/2567

8 สถานการณ์การเดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก

14 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

15 สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 2 ปี 2567

22 สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ภาพรวมครึ่งปีแรก ปี 2567

26 สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในไตรมาส 2 ปี 2567

34 สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศ ภาพรวมครึ่งปีแรก ปี 2567
สถานการณ์อัตราเข้าพักในไตรมาส 2 ปี 2567



40 "ไทย" ในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน Thailand as a Tourism Hub of ASEAN

52 ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ



58 บทสรุป

คณะที่ปรึกษา

นายสรวงศ์ เกียนทอง
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นายอารักษ์ บุญชัย
ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นางสาวนิตดา พันธสอาด
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

บรรณาธิการอำนวยการ

นางสาวนิตดา พันธสอาด
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กองบรรณาธิการ

นายชาคริต ปิตานพวงศ์
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

การผลิตใบและไปต่อ

การผลิตใบ เปรียบได้กับกลไกการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเพื่อรักษาสมดุล และการดำรงอยู่ซึ่งเป็นเรื่องปกติของธรรมชาติและสังคม ทุก ๆ การปรับตัว จะมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ดีขึ้น การปรับคณะรัฐมนตรีของประเทศไทยในครั้งนี้ก็เช่นกัน นับเป็นการปรับครั้งที่ 2 แต่เป็นการปรับใหญ่ครั้งแรก กลไกการปรับตัวจึงมีขั้นตอนการออกแบบที่รัดกุม มุ่งเป้าไปที่การเสริมประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการประเทศภายใต้ระเบียบโลกใหม่ที่เต็มไปด้วยการแข่งขันและความท้าทายที่เกิดขึ้นตลอดเวลา สำหรับการปรับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่ผ่านมามีการปรับ 2 ท่าน คือ นางสาวสุดาวรรณ หวังศุภกิจโกศล และนายเสริมศักดิ์ พงษ์พานิช สำหรับ ในการปรับครั้งนี้ นายสรพงศ์ เทียนทอง ได้รับมอบหมายให้สานต่องานด้านการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้ไปตามคำแถลงนโยบายของรัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร ในฐานะนายกรัฐมนตรี แถลงเมื่อต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2567

นโยบายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในคำแถลงนโยบาย ระบุว่า

“รัฐบาลจะเร่งส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยการสานต่อความสำเร็จในการปรับโครงสร้างการตรวจลงตราทั้งหมดของประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ขอวีซ่า เช่น กลุ่มผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ (MICE) และกลุ่มชาวต่างชาติที่ทำงานทางไกล (Digital Nomad) ซึ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 1,892 ล้านล้านบาท ในปี 2566 โดยส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Destination) เช่น สวนน้ำ สวนสนุก ศูนย์การค้า สถานบันเทิงครบวงจร (Entertainment Complex) นำคอนเสิร์ต เทศกาลและการแข่งขันกีฬาระดับโลกมาจัดในประเทศไทย รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองน่าเที่ยว เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวและเม็ดเงินมหาศาลที่จะกระจายลงสู่ผู้ประกอบการภายในประเทศได้อย่างรวดเร็ว”

การจะบรรลุเป้าหมายตามคำแถลงนโยบายของรัฐบาลได้ จำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวโลก ซึ่งจากข้อมูลในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและในโลกเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสมาคมการขนส่งทางอากาศนานาชาติ (The International Air Transport Association (IATA) ระบุว่า อุตสาหกรรมการบินโลกกลับมาเติบโตสูงกว่าปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนที่จะเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 และประเด็นที่น่าสนใจคือ การเติบโตอย่างมากของเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) ของหลายประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในบริบทใหม่ที่ส่งเสริมให้

แต่ละประเทศเน้นการพึ่งพาตัวเอง สนับสนุนท้องถิ่นนิยม ให้ความสำคัญกับคนในประเทศเป็นอันดับแรก

สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยในช่วงครึ่งปีแรกของ ปี 2567 พบว่า การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นไปในทิศทางที่น่าพอใจ แม้ว่าจะมีการจัดกิจกรรมกีฬาระดับใหญ่ คือ การแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2024 ระหว่างวันที่ 14 มิถุนายน – 14 กรกฎาคม 2567 ประเทศเยอรมนีเป็นเจ้าภาพ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติวางแผนเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาในครั้งนี้ จนอาจจะเลื่อนหรือยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวในไทย สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นเป็นไปในทิศทางที่น่าพอใจเช่นกัน แม้ว่ารายได้รวมจะยังไม่สูงมากเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ อย่างไรก็ตาม นอกจากปัจจัยสนับสนุนเดิม เช่น การจัดงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เช่น งานเทศกาลสงกรานต์ งานเทศกาลผลไม้ งานประเพณีทางพุทธศาสนาแล้ว ยังมีการสร้างสรรค์งานกิจกรรมใหม่ ๆ เช่น Thailand Biennale Chiang Rai 2023 จัดระหว่างวันที่ 9 ธันวาคม 2566 – 30 เมษายน 2567 หรือ การจัดกิจกรรมบางกอกไพรด์ 2024 (Bangkok Pride Festival 2024) ตลอดทั้งเดือนมิถุนายน 2567 โดยจัดในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้เป็นกิจกรรมใหม่ (New Tourism Products) ที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มตลาดนี้ ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพ

รายงานเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้ นอกจากจะครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ท่องเที่ยวโลกและไทยในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 แล้ว ยังได้นำเสนอบทความเกี่ยวกับ ประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน ซึ่งเป็นหมุดหมายสำคัญของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของรัฐบาลชุดนี้ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ข้อมูลดังกล่าวจะใช้ประกอบการติดตามสถานการณ์ท่องเที่ยวไทย การคาดการณ์สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และใช้เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบายอื่นๆ ทั้งนี้ หากท่านผู้อ่านมีความสนใจหรือความคิดเห็นประการใด ขอให้แจ้งมายังกองบรรณาธิการเพื่อพิจารณาดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามความเหมาะสมต่อไป

กลุ่มวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
กันยายน 2567

ความหวัง โอกาส

และความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและระหว่างประเทศทั่วโลกปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลของสมาคมการขนส่งทางอากาศนานาชาติ (The International Air Transport Association : IATA) ระบุว่า อุตสาหกรรมการบินโลกกลับมาเติบโตสูงกว่าปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนที่จะเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 IATA วิเคราะห์ว่าอุตสาหกรรมการบินโลกจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าปริมาณนักเดินทางโดยรวมจะสูงถึง 4.96 พันล้านคนในปี 2567 (โดยนับการเดินทางต่อเครื่องหลายภาคส่วนเป็นผู้โดยสาร 1 คน) และเป็นสถิติที่สูงกว่าปี 2562 และปี 2566 สำหรับข้อมูลบางภูมิภาคที่สำคัญ พบว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจมาก ปัจจัยสนับสนุนคือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนและอินเดียซึ่งถือว่าเป็นตลาดใหญ่และออกเดินทางจำนวนมากขึ้น ส่วนภูมิภาคยุโรป ในช่วงครึ่งปีแรก ได้รับแรงสนับสนุนจากการจัดการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2024 (UEFA European Football Championship 2024) ประเทศเยอรมนี ระหว่างวันที่ 14 มิถุนายน – 14 กรกฎาคม 2567

ในส่วนของสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 17.50 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.98 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 นับว่าเป็นการปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 นักท่องเที่ยวกลับมาแล้วคิดเป็น ร้อยละ 88.38 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด คือ 12.74 ล้านคน รองลงมาคือ ภูมิภาคยุโรป จำนวน 3.69 ล้านคน ภูมิภาคอเมริกา 7.33 แสนคน ภูมิภาคตะวันออกกลาง 2.74 แสนคน และ ภูมิภาคแอฟริกา 6.45 หมื่นคน ปัจจัยสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งเป็นเทศกาลที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติแล้ว ยังมีการดำเนินงานผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนโยบายในมาตรการวีซ่าฟรีชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวจีน ได้หวัน รัสเซีย คาซัคสถานและอินเดีย อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่จำเป็นต้องนำมาวิเคราะห์ คือ การแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2024 ระหว่างวันที่ 14 มิถุนายน – 14 กรกฎาคม 2567 ประเทศเยอรมนี เป็นเจ้าภาพ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติดวางแผนเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาในครั้งนี้ จนอาจจะเลื่อนหรือยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวในไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากยุโรป

สำหรับในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศ มีจำนวน 100.09 ล้านคน-ครั้ง เติบโตร้อยละ 10.25

เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยกรุงเทพมหานครมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ 14.68 ล้านคน-ครั้ง ภูมิภาคภาคกลาง มีนักท่องเที่ยวชาวไทย 34.35 ล้านคน-ครั้ง รองลงมาคือ ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภูมิภาคภาคเหนือ ภูมิภาคภาคตะวันออก และภูมิภาคภาคใต้ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 14.37, 12.50, 12.27 และ 11.92 ล้านคน-ครั้ง ตามลำดับ

เพื่อให้การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยพัฒนาก้าวหน้าอย่างมีขั้นตอนและสานต่อจากรัฐบาลก่อนหน้าอย่างราบรื่นโดยบรรลุเป้าหมายรายได้ 3.5 ล้านล้านบาทภายในปี 2567 นี้ รัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร แกล้งนโยบายเร่งด่วนที่จะผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเน้นเรื่องมาตรการวีซ่าสำหรับอุตสาหกรรม MICE และกลุ่มทำงานระยะไกล รวมถึงส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างและสนับสนุนการนำงานเทศกาล คอนเสิร์ตและการแข่งขันกีฬาระดับโลกมาจัดแสดง นับว่าเป็นนโยบายการท่องเที่ยวเชิงรุกของรัฐบาลที่สามารถยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้ไปสู่มาตรฐานระดับนานาชาติ และเปลี่ยนภาพลักษณ์ท่องเที่ยวไทยให้น่าเชื่อถือ สามารถเพิ่มจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงกลุ่มใหม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ภูมิทัศน์ทางการท่องเที่ยวใหม่ที่ตอบสนองรสนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนตลอดเวลา

ในปี 2567 นอกจากการดำเนินงานในเชิงนโยบายแล้ว ยังมีความเคลื่อนไหวเชิงบวกเกิดขึ้นมากมายกับภาคการท่องเที่ยวไทยในช่วงครึ่งปีหลัง เช่น

- 15 กรกฎาคม 2567 ประเทศไทยประกาศใช้วีซ่านักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ (Destination Thailand Visa : DTV) เป็นวีซ่าระยะยาว เช่นเดียวกับ วีซ่าพำนักระยะยาวสำหรับชาวต่างชาติ (Long-Term Resident Visa : LTR Visa) เป็นวีซ่าที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ทำงานออนไลน์ทางไกล (Digital Nomad) โดยเริ่มมาตรการนี้ เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2567 กลุ่มเป้าหมายคือ ชาวต่างชาติที่ทำงานอิสระ ต้องการงานทางไกลและท่องเที่ยวไปพร้อมกัน ผู้ที่ถือวีซ่าประเภทนี้ สามารถอาศัยอยู่ในประเทศไทยได้นานถึง 180 วัน ต่อการเข้าพักหนึ่งครั้ง และวีซ่ามีอายุ 5 ปี สามารถเข้าและออกนอกประเทศได้หลายครั้ง ผู้ที่ถือวีซ่าประเภทนี้ สามารถนำบุตร สามี หรือ ภรรยาหรือผู้ที่อยู่ในอุปการะเข้ามาในประเทศไทยได้ วีซ่านักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ หรือ DTV นั้น นอกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ทำงานออนไลน์ทางไกล (Digital Nomad)



แล้วยังรวมถึง ชาวต่างชาติที่ต้องการเดินทางมาเรียนมวยไทย เรียนการทำอาหารไทย การฝึกกีฬาประเภทต่าง ๆ การรักษาทางการแพทย์ รวมถึงการอบรม สัมมนาต่าง ๆ

- 27 กรกฎาคม 2567 องค์การยูเนสโก (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization : UNESCO) ประกาศขึ้นทะเบียนอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทและแหล่งวัฒนธรรมสิมาวัดพระพุทธรูปบัวบาน เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมแห่งที่ 5 ของไทย

- ตุลาคม 2567 โครงการวัน แบงค็อก (One Bangkok) กำหนดเปิดบริการระยะแรก โครงการวัน แบงค็อก คือ โครงการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์รูปแบบผสม บนพื้นที่ 104 ไร่ บริเวณพระราม 4 และถนนวิทยุ เป็นโครงการที่ออกแบบโดยใช้แนวคิด “เมืองกลางใจ” (The Heart of Bangkok) ประกอบด้วยลานสันทนาการกลางแจ้ง ตั้งอยู่ใจกลางโครงการ พร้อมด้วยพื้นที่ค้าปลีก อาคารสำนักงาน 5 อาคาร พื้นที่รวมกัน 5 แสนตารางเมตร และพื้นที่โรงแรม เช่น โรงแรมเดอะริทซ์ คาร์ลตัน โรงแรมแอนดาส วัน แบงค็อก ในเครือโรงแรมไฮแอท และโรงแรมเฟรเซอร์ สวีทส์ กรุงเทพฯ เป็นต้น

- 25-27 ตุลาคม 2567 มีการจัดแข่งรถจักรยานยนต์ระดับนานาชาติของโลก หรือ Moto GP ที่สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงที่ผ่านมา ประเทศไทยเคยจัดมาแล้ว 2 ครั้งในปี 2561 และ 2562

- 21-30 พฤศจิกายน 2567 ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาในร่มและศิลปะการป้องกันตัว (Asian Indoor & Martial Arts Games) โดยการควบคุมของสภาโอลิมปิกแห่งเอเชียที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี โดยจะมีการแข่งขัน 36 ชนิดกีฬา และ 2 กีฬาสาธิต คือ เทคบอลและกีฬาทางอากาศ การแข่งขันกีฬาในร่มและศิลปะการป้องกันตัว (Asian Indoor & Martial Arts Games) จัดขึ้นทุก ๆ 4 ปี ซึ่ง เป็นการรวม Asian Indoor Games และ Asian Martial Art Games เข้าด้วยกัน แข่งขันครั้งแรกในปี 2548

โดยกรุงเทพมหานครเป็นเจ้าภาพ ต่อมาในปี 2552 จัดแข่งที่ประเทศไทยเป็นครั้งที่ 2 สำหรับในปี 2567 ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพเป็นครั้งที่ 3

- Bangkok Art Biennale 2024 จัดระหว่าง 24 ตุลาคม 2567- 25 กุมภาพันธ์ 2568 Art Biennale คือ นิทรรศการศิลปะนานาชาติขนาดใหญ่ที่จัดขึ้นทุก ๆ 2 ปี ที่ใช้คำภาษาอิตาเลียนเพราะเป็นการให้เกียรติความเป็นมาของงานลักษณะนี้ เริ่มต้นครั้งที่เมืองเวนิซ ประเทศอิตาลีในปี 2438 จากนั้นมาจึงมีเทศกาลศิลปะที่นำเสนอภูมิทัศน์ของวงการในระดับนานาชาติจัดขึ้นโดยประเทศต่าง ๆ มากมาย ในปี 2567 Art Biennale จัดที่กรุงเทพมหานคร (Bangkok Art Biennale : BAB) หรือ เทศกาลศิลปะนานาชาติร่วมสมัยกรุงเทพ จัดขึ้นครั้งแรกในปี 2561 ภายใต้แนวคิด Beyond Bliss หรือ สุขชะพรั่ง ปลั่งอาร์ต ครั้งที่ 2 ในปี 2563 ภายใต้แนวคิด Escape Route หรือ ศิลป์สร้างทางสุข ครั้งที่ 3 ในปี 2565 ภายใต้แนวคิด Chaos : Calm หรือ โกลาหล : สงบสุข ภายใต้แนวคิด รักษา กายา (Nurture Gaia)

ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับภาคการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกับการผลักดันกิจกรรมใหม่ ๆ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน มีข้อสังเกตที่น่าสนใจประการหนึ่ง คือ ในกระบวนการทำงานด้านการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จและน่าสนใจ มักเป็นการทำงานที่ต้องมีความหวังและจินตนาการ โดยเชื่อมั่นว่า ผลจากการทำงานจะสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ธุรกิจใหม่ ๆ ที่รองรับกลุ่มตลาดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นทุกวัน การทำงานในภาคการท่องเที่ยวที่ไร้จินตนาการและแรงบันดาลใจ เน้นการทำงานแบบเดิม กิจกรรมเหมือนเดิม วนเวียนกับการผลิตซ้ำความรุ่งเรืองในอดีต จำเป็นต้องได้รับการถอดรื้อ และ ทบทวนผนวกกับการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้ทันสมัย และนำเทคโนโลยีนวัตกรรม มาใช้เพื่อจัดการความยั่งยืน ความเสี่ยงและวิกฤตหากยังไม่ปรับปรุง แก้ไข อาจจะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยตกขบวนล่าหลัง ตามไม่ทันคู่แข่ง ส่งผลต่อการตกต่ำลงของดัชนีการพัฒนากการท่องเที่ยวและการเดินทางของประเทศไทยในภาพรวม



สถานการณ์การเดินทาง ระหว่างประเทศทั่วโลก

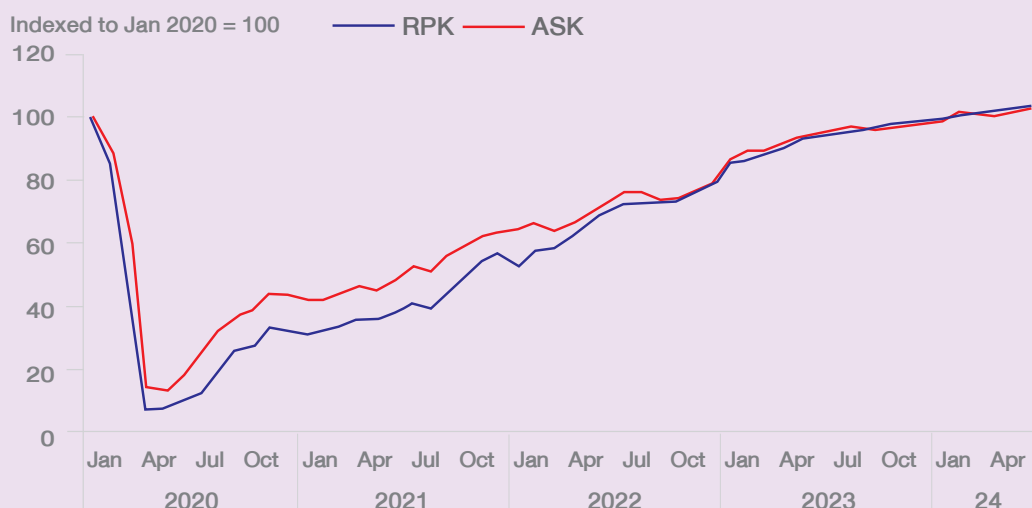
สถานการณ์การเดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก



ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและระหว่างประเทศทั่วโลกปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสมาคมขนส่งทางอากาศนานาชาติ (The International Air Transport Association : IATA) ระบุว่า อุตสาหกรรมการบินโลกกลับมาเติบโตสูงกว่าปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนที่จะเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 โดยการฟื้นตัวมาจากการท่องเที่ยวในประเทศที่กลับมาฟื้นตัวได้ในช่วงประมาณไตรมาส 3 ของปี 2566 เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของหลายประเทศกลับมาเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ขณะที่เส้นทางระหว่างประเทศฟื้นตัวช้ากว่า โดยเป็นภาพที่ทยอยปรับตัวดีขึ้นและพบว่า ในเดือน กุมภาพันธ์ 2567 ปริมาณผู้เดินทางเติบโตสูงกว่าปี 2562 และมีทิศทางที่ดีขึ้นต่อเนื่อง

สะท้อนได้จากข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน 2567 ภาพอุตสาหกรรมการบินโลกมีภาพที่เติบโตดี จากเครื่องชี้วัดปริมาณผู้โดยสารทางอากาศเชิงพาณิชย์ ซึ่งวัดจากปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร-กิโลเมตร (Revenue Passenger-Kilometer: RPK)¹ เติบโตร้อยละ 9.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร (Available Seat Kilometers: ASK)² เติบโตร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน และอัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Load Factor)³ ซึ่งบ่งชี้ว่าความต้องการการเดินทางทางอากาศที่สูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา

ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร-กิโลเมตร RPK และ ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสาร ASK ทั่วโลก



ที่มา: IATA Sustainability and Economics, IATA Monthly Statistics

¹ Revenue Passenger-Kilometer (RPK) จำนวนผู้โดยสารของเที่ยวบินแบบประจำคุณระยะทางบินเป็นกิโลเมตร (หน่วย: ล้านที่นั่ง-กิโลเมตร)

² Available Seat Kilometers (ASK) จำนวนที่นั่งผู้โดยสารคุณระยะทางบินเป็นกิโลเมตร

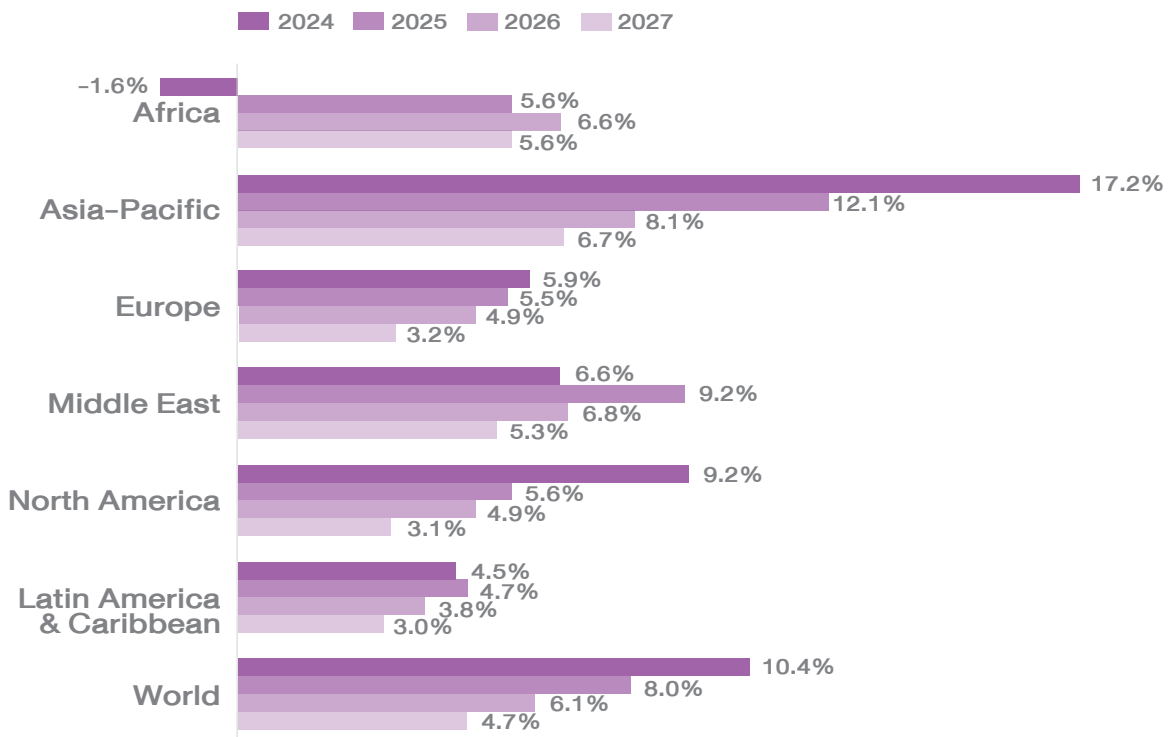
³ Passenger Load Factor (PLF) จำนวนบรรทุกผู้โดยสารเทียบเป็นสัดส่วนต่อจำนวนที่นั่งผู้โดยสารทั้งหมด

สมาคมการขนส่งทางอากาศนานาชาติ มองว่า อุตสาหกรรมการบิน โลกน่าจะยังสะท้อนภาพที่มีการเติบโตขึ้นต่อเนื่อง โดยคาดว่า ปริมาณ นักเดินทางโดยรวมจะสูงถึง 4.96 พันล้านคนในปี 2567 (โดยนับ การเดินทางต่อเครื่องหลายภาคส่วนเป็นผู้โดยสาร 1 คน) ซึ่งสูงกว่า ปี 2562⁴ ซึ่งจำนวนผู้เดินทางในภูมิภาคส่วนใหญ่จะสูงเหนือระดับปี 2562 และเติบโตกว่าปี 2566 โดยภูมิภาคแอฟริกาเป็นภูมิภาคเดียวที่มีแนวโน้ม หดตัว ขณะที่ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีแนวโน้มเติบโตที่แข็งแกร่ง โดยได้รับ ปัจจัยสนับสนุนจากการเดินทางของชาวจีนและอินเดียที่เดินทาง มากขึ้นในภูมิภาคนี้ สำหรับภูมิภาคยุโรป แม้ว่าเผชิญกับความตึงเครียด ทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างรัสเซียและยูเครน แต่เนื่องจากในปี 2567 ภูมิภาคยุโรปมีการจัดมหกรรมกีฬาระดับโลก ได้แก่ การจัดการแข่งขัน กีฬาโอลิมปิกฤดูร้อนที่ปารีส (Paris Olympic 2024) ประเทศฝรั่งเศส และการจัดการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2024 (UEFA European Football Championship 2024) ประเทศเยอรมนี ทำให้ คาดว่ายุโรปจะมีการเติบโตที่แข็งแกร่ง นอกจากนี้ คาดว่าภูมิภาค ตะวันออกกลาง เนื่องจากตลาดระยะสั้นมีจำกัด ตะวันออกกลางจึง มุ่งเน้นไปที่การเชื่อมต่อระยะไกลผ่านฮับ ขณะที่การเติบโตยังมีความเสี่ยง จากสถานการณ์สงครามในภูมิภาคระหว่างประเทศอิสราเอลและฮามาส ที่ยังไม่สิ้นสุด คาดว่าจะส่งผลให้การเติบโตช้าลง และภูมิภาคอเมริกาเหนือ ลาตินอเมริกาและแคริบเบียนน่าจะยังเติบโตได้ดี

และจากข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นในเดือนเมษายน 2567 ของ IATA สะท้อนความต้องการของการเดินทางท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง อย่างต่อเนื่อง โดยผู้ตอบแบบสอบถามประมาณประมาณร้อยละ 39 คาดว่าจะเดินทางในช่วง 12 เดือนข้างหน้า ซึ่งมองว่าเดินทางมากกว่า ที่เคยในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ขณะที่คนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 54 คาดหวังที่จะเดินทางมากเท่ากับที่เคยเดินทางในช่วง 12 เดือน ที่ผ่านมา และมีเพียงร้อยละ 6 เท่านั้นที่คาดว่าจะเดินทางน้อยลง นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 46 คาดว่าจะใช้จ่ายด้านการ ท่องเที่ยวในช่วง 12 เดือนข้างหน้ามากกว่าในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ขณะที่สัดส่วนที่เกือบเท่ากัน (ร้อยละ 45) คาดว่าจะใช้จ่ายด้าน การท่องเที่ยวเท่าเดิมในอีก 12 เดือนข้างหน้า ในขณะที่ร้อยละ 9 คาดว่าจะใช้จ่ายน้อยลง

นอกจากนี้ สมาคมการขนส่งทางอากาศนานาชาติ ได้ประเมิน ว่าในอีก 20 ปีข้างหน้า ผู้โดยสารทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.8 ต่อปี ส่งผลให้จำนวนการเดินทางของผู้โดยสารเพิ่มเติมมากกว่า 4 พันล้าน ในปี 2586 เทียบกับปี 2566 โดยภูมิภาคยุโรปและอเมริกาเหนือ ยังมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นแต่เป็นอัตราเพิ่มขึ้นที่ชะลอลงตามความต้องการ ในอัตราร้อยละ 2.3 และร้อยละ 2.7 ต่อปี ตามลำดับ ขณะที่ภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิกคาดว่าจะจำนวนผู้โดยสารจะเพิ่มขึ้นอย่างมากและมีส่วนทำให้ เพิ่มขึ้นสุทธิตามกว่าครึ่งหนึ่งจำนวนผู้โดยสารทั่วโลกภายในปี 2586

ประมาณการการเติบโตของปริมาณผู้โดยสารทางอากาศทั่วโลกในอีก 20 ปีข้างหน้า



Yearly forecast growth rates in total passenger numbers. %

ที่มา: Air Passenger Forecasts, February 2024 Update

⁴ <https://www.iata.org/en/pressroom/2024-releases/2024-06-03-01/>

ประมาณการอัตราการเติบโตต่อปีแบบทบต้นในระดับภูมิภาคและระดับโลก (CAGR) และการเติบโตสุทธิของจำนวนผู้โดยสารในช่วงปี 2566 – 2586

Region	CAGR (2023-2043)	Additional passengers by 2043, million
Africa	3.7%	179
Asia Pacific	5.3%	2,750
Europe	2.3%	656
Middle East	3.9%	282
North America	2.7%	659
Latin America & Caribbean	2.9%	311
World	3.8%	4,154

ที่มา: Air Passenger Forecasts, February 2024 Update



อย่างไรก็ดี การเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและระหว่างประเทศยังมีปัจจัยเสี่ยงรออยู่ข้างหน้า ได้แก่

1. พัฒนาการเศรษฐกิจโลก: แนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง จากมุมมองของ S&P Global Market Intelligence analysts การเติบโตทั่วโลกได้รับการสนับสนุนจากการบรรเทาภาวะเงินเฟ้อ เงินไหลทางการเงินที่ผ่อนคลายมากขึ้น และการฟื้นตัวของการค้าโลก อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตยังต่ำ โดยคาดว่าจะการเติบโตของเศรษฐกิจโลกในปี 2567 จะอยู่ที่ร้อยละ 2.7 (ประมาณการ ณ เดือนกรกฎาคม 2567) เนื่องจากปัจจัยหลายประการ อาทิ ภาระหนี้ที่สูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยที่ยังสูง และความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ต่างๆ ในระดับภูมิภาคและระดับชาติ

นอกจากนี้ การเติบโตของประเทศที่เป็นเศรษฐกิจหลักของโลกหลายประเทศยังอ่อนแอและมีแนวโน้มที่ชะลอตัว อาทิ เศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่มีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนปัจจัยต่างๆ เช่น มาตรฐานการให้กู้ยืมของธนาคารที่เข้มงวดมากขึ้น นโยบายการเงิน

ที่สนับสนุนน้อยลง และค่าเงินดอลลาร์ที่แข็งค่า ขณะที่พัฒนาการทางเศรษฐกิจของจีนควรจับตามองอย่างใกล้ชิด การเติบโตที่ชะลอตัว การว่างงานของเยาวชน และความแข็งแกร่งของภาคบริการเหนือการผลิต ล้วนบ่งชี้ว่าเศรษฐกิจของจีนกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน ซึ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวจีนยังไม่กลับสู่ระดับเดียวกับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19

2. สงคราม: สถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน รวมถึงสงครามระหว่างอิสราเอลและฮามาส แม้ขณะนี้ผลกระทบส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่มีความขัดแย้งและพื้นที่ใกล้เคียง แต่เนื่องจากสถานการณ์ยังไม่ยุติและหากสถานการณ์ความขัดแย้งทวีความรุนแรงขึ้นก็จะมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

3. การปรับเปลี่ยนกฎระเบียบ: ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่อาจปรับตัวสูงขึ้นจากการที่สายการบินอาจเผชิญกับต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่สูงขึ้น และค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับระบบสิทธิของผู้โดยสาร โครงการริเริ่มด้านสิ่งแวดล้อมในระดับภูมิภาค

กรณีตัวอย่างประเทศที่การท่องเที่ยวกลับมาเติบโตกว่าปี 2562

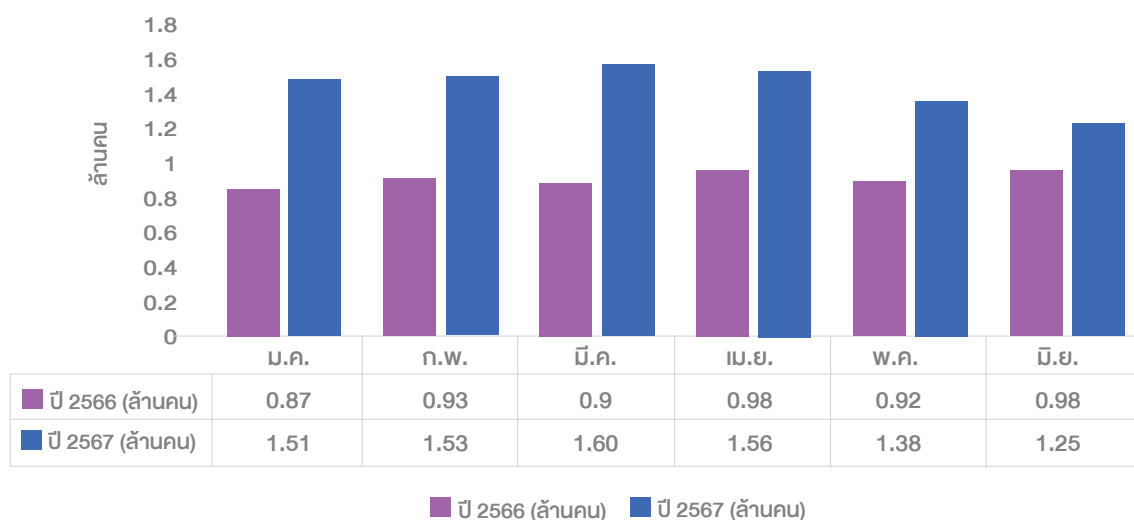
สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในเวียดนาม



สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในหลายประเทศปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในบางประเทศการท่องเที่ยวได้กลับมาฟื้นตัวและเติบโตสูงกว่าก่อนการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ตัวอย่างเช่น ประเทศเวียดนาม จากข้อมูลสำนักงานสถิติเวียดนาม ระบุว่า ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2567 เวียดนามมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ

เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกว่า 8.83 ล้านคน เติบโตร้อยละ 58.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา และเติบโตร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนที่จะเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากนโยบายวีซ่า และการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ

เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2567



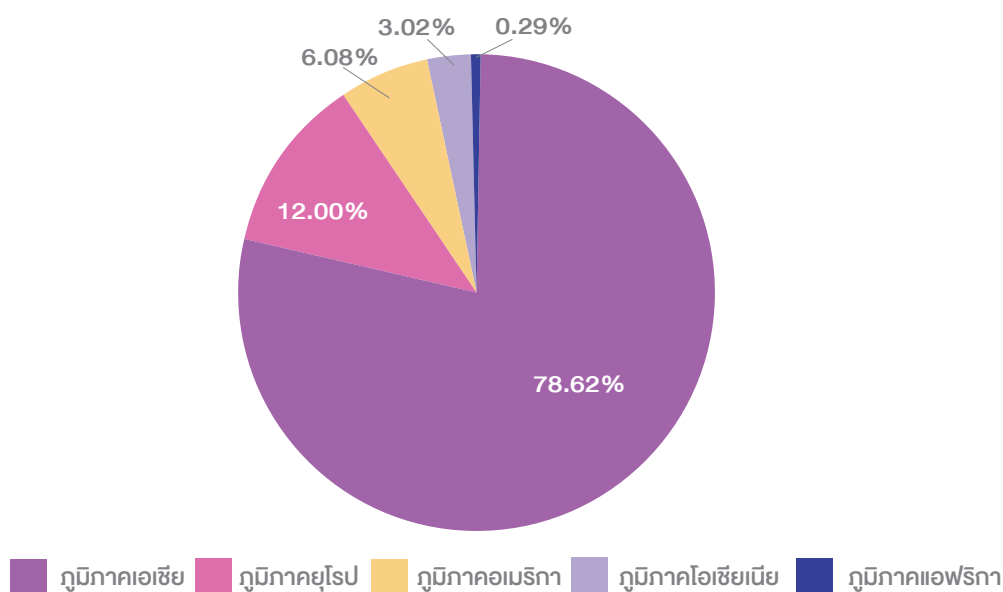
ที่มา: <https://vietnamtourism.gov.vn/> ณ เดือนกันยายน 2567



ในบางประเทศการท่องเที่ยวได้กลับมาฟื้นตัวและเติบโตสูงกว่าก่อนการเกิดโรคระบาดโควิด-19

เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเป็นรายภูมิภาค โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเวียดนามสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 78.62 มาจากภูมิภาคเอเชีย หรือมีจำนวน 6.94 ล้านคน เติบโตสูงถึงร้อยละ 65.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปมีจำนวน 1.06 ล้านคน เติบโตสูงถึงร้อยละ 52.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกามีจำนวน 5.37 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.4 จากภูมิภาคโอเชียเนีย มีนักท่องเที่ยว 2.67 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.8 ขณะที่แอฟริกา มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2.53 หมื่นคน เพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 104.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2567



ที่มา: <https://vietnamtourism.gov.vn/> ณ เดือนกันยายน 2567

เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรายประเทศพบว่า นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้เดินทางไปท่องเที่ยวที่เวียดนามมากเป็นอันดับ 1 โดยมีจำนวน 2.28 ล้านคน รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากจีน มีจำนวน 1.89 ล้านคน ขณะที่ตลาดอื่นๆ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่เวียดนามรองลงมา ได้แก่ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น มาเลเซีย ออสเตรเลีย อินเดีย กัมพูชา และไทย สำหรับทิศทางนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวเวียดนามในช่วงที่เหลือของปี 2567

ยังมีทิศทางที่เติบโตต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยบวกจากการที่ทางภาครัฐของเวียดนามให้ความสำคัญในการกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทางภาคการท่องเที่ยวของเวียดนามได้ตั้งเป้ารับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 17-18 ล้านคนในปี 2567 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายในปี 2566 ที่ 12.6 ล้านคน โดยฤดูกาลท่องเที่ยวระหว่างประเทศของเวียดนามเริ่มตั้งแต่ประมาณเดือนกันยายนถึงเดือนมีนาคม-เมษายนปีถัดไป



สถานการณ์ การท่องเที่ยวในประเทศไทย

สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ในไตรมาส 2 ปี 2567



สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 2 ปี 2567 ลดลงจากไตรมาส 1 ของปี 2567 ซึ่งเป็นผลจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่ปรับลดลงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระยะไกล ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปและภูมิภาคอเมริกา

อย่างไรก็ดี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 2 นี้ ยังเติบโตมากกว่า 2 ดิจิต เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการท่องเที่ยวในไตรมาส 2 ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการวีซ่าของรัฐบาล ซึ่งในไตรมาส 2 ของปี 2567 รัฐบาลได้มีการต่ออายุมาตรการวีซ่า ได้แก่ การต่ออายุมาตรการขยายระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในไทยต่ออีก 3 เดือน โดยเริ่มวันที่ 1 พฤษภาคม ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2567 แต่ได้ปรับลดระยะเวลาพำนักในไทย

ชั่วคราวจากมาตรการเดิมที่ขยายระยะเวลาพำนักในไทยจาก 30 วัน เป็นไม่เกิน 90 วัน สำหรับมาตรการใหม่ได้ปรับลดระยะเวลาเป็นไม่เกิน 60 วัน

นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ต่ออายุมาตรการวีซ่าฟรีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไต้หวันและอินเดีย ออกไปอีกเป็นระยะเวลา 6 เดือน โดยเริ่มวันที่ 11 พฤษภาคม ถึง วันที่ 11 พฤศจิกายน 2567 หลังจากที่ได้ต่ออายุมาตรการวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวคาซัคสถานในเดือน มีนาคม 2567 ที่ผ่านมา และมาตรการวีซ่าฟรีถาวรสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2567 เพื่อช่วยสนับสนุนความต่อเนื่องในการฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในช่วงที่เหลือของปี 2567

การขยายมาตรการวีซ่าชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในไตรมาส 2 ปี 2567

มาตรการวีซ่าฟรีชั่วคราว

ประเทศ	รายละเอียดมาตรการ	ระยะเวลามาตรการ
อินเดีย และ ไต้หวัน	มาตรการยกเว้นการตรวจลงตรา (Visa Exemption) หรือ วีซ่าฟรี ชั่วคราว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไต้หวันและอินเดียสามารถพำนักในไทยได้ไม่เกิน 30 วัน	เริ่มวันที่ 11 พฤษภาคม ถึง วันที่ 11 พฤศจิกายน 2567

มาตรการขยายระยะเวลาพำนักชั่วคราว

ประเทศ	รายละเอียดมาตรการ	
รัสเซีย	ขยายระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวรัสเซียชั่วคราวจากไม่เกิน 30 วัน เป็น ไม่เกิน 60 วัน (ปรับลดระยะเวลาจากมาตรการเดิมที่ขยายระยะเวลาพำนักไม่เกิน 90 วัน)	เริ่มวันที่ 11 พฤษภาคม ถึง วันที่ 11 พฤศจิกายน 2567

ที่มา: สำนักนายกรัฐมนตรี (www.thaigov.go.th)

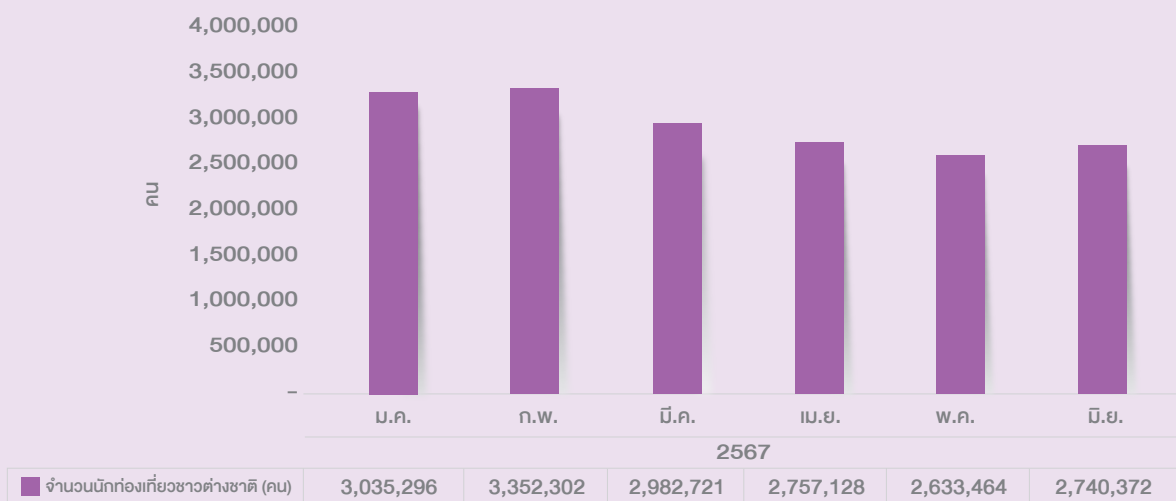


นอกจากนี้ ในไตรมาส 2 ปี 2567 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งเป็นงานเทศกาลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ โดยปกติช่วงงานเทศกาลสงกรานต์ของทุกปีจะมีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาร่วมงานเป็นจำนวนมาก และเมื่อเดือนธันวาคม 2566 ทางองค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Culture Organization) หรือองค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้ขึ้นทะเบียนเทศกาลสงกรานต์ของไทยให้เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้สิ่งที่ 4 ของไทย และในปี 2567 นี้ ภาครัฐและเอกชนในหลายพื้นที่ได้มีการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ และหลายพื้นที่มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่าในเดือนเมษายน 2567 มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวน 2.76 ล้านคน และสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวไทยคิดเป็นมูลค่า 1.29 แสนล้านบาท

อีกทั้ง การท่องเที่ยวยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมใหญ่สามัญสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ ครั้งที่ 74 (74th FIFA Congress 2024) ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 15-17 พฤษภาคม 2567 รวมถึงการที่หน่วยงานการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนได้ทำตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันสายการบินต่างประเทศมีการเปิดเส้นทางการบินตรงไปยังเมืองท่องเที่ยวไทยมากขึ้น

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในไตรมาส 2 ปี 2567 ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 8.13 ล้านคน ลดลงร้อยละ 13.23 จากไตรมาสก่อนหน้า แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.31 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาตินักกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 90.24 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในช่วงเดียวกันของปี 2562

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยเป็นรายภูมิภาค พบว่า

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ไตรมาส 2 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเดินทางมาท่องเที่ยวไทยยังเติบโตต่อเนื่อง โดยมีจำนวน 6.40 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.65 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 เมื่อพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า



นักท่องเที่ยวจากจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยชะลอลงเล็กน้อยจากไตรมาสแรก แม้ว่านักท่องเที่ยวจีนจะได้รับประโยชน์จากมาตรการวีซ่าฟรีที่เริ่มใช้ในวันที่ 1 มีนาคม 2567 แต่เนื่องจากไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.48 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.78 ล้านคน เติบโตร้อยละ 10.87 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ มาเลเซีย ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 1 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 2 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด และมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวมาเลเซียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเป็นจำนวนมาก ได้รับปัจจัยจากเทศกาลอีดิลฟิตรี (Eid al-Fitr) ซึ่งหลังสิ้นสุดเทศกาลถือศีลอดของชาวมุสลิม ชาวมลายูจะนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวจากสปป.ลาว สิงคโปร์เวียดนาม และอินโดนีเซีย

ภูมิภาคเอเชียใต้

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.44 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด หรือมีจำนวน 6.69 แสนคน เติบโตร้อยละ 29.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากภูมิภาคนี้มาจากอินเดีย (มีจำนวนมากเป็นอันดับ 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด) และในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวจากอินเดียยังได้รับปัจจัยสนับสนุนการเติบโตจากมาตรการวีซ่าฟรี

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเหนือ

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเหนือมีจำนวน 2.75 ล้านคน เติบโตร้อยละ 52.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.87 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากจีน ซึ่งมีจำนวนมากเป็นอันดับ 1 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

โดยนักท่องเที่ยวจากจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยชะลอลงเล็กน้อยจากไตรมาสแรก แม้ว่านักท่องเที่ยวจีนจะได้รับประโยชน์จากมาตรการวีซ่าฟรีที่เริ่มใช้ในวันที่ 1 มีนาคม 2567 แต่เนื่องจากไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน ขณะที่ปัจจัยเศรษฐกิจจีนยังกดดันการฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวจีนที่ยังต้องใช้เวลากว่าที่จะฟื้นตัวสู่ระดับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ (มีจำนวนมากเป็นอันดับ 4 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด) ญี่ปุ่น ฮองกง และได้หวัน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไต้หวันเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งเป็นผลจากมาตรการวีซ่าฟรี

ภูมิภาคโอเชียเนีย

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.21 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.05 แสนคน เติบโตร้อยละ 7.25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้มาจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์



ภูมิภาคยุโรป

ในไตรมาส 2 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยชะลอลงจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว อย่างไรก็ดี เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันกับปี 2566 พบว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.10 จากช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีจำนวน 1.19 ล้านคน เมื่อพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า

ภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออก

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด หรือมีสัดส่วนร้อยละ 32.34 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออกในไตรมาส 2 ปี 2567 มีจำนวน 3.86 แสนคน เติบโตร้อยละ 29.65 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 77.32 ของภูมินิคมนี้มาจากรัสเซีย (และในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวรัสเซียมีจำนวนมากเป็นอันดับ 6 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด) โดยนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียยังได้รับปัจจัยสนับสนุนการเติบโตจากมาตรการขยายระยะเวลาพำนักในไทยชั่วคราว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมินิคมนี้ที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวจากคาซัคสถานที่เคยโตดี ซึ่งได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการวีซ่าฟรี รวมถึงนักท่องเที่ยวจากโปแลนด์ ยูเครน และอุซเบกิสถานที่มีอัตราการเติบโตดี



นักท่องเที่ยวจากคาซัคสถานที่เคยโตดี ซึ่งได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการวีซ่าฟรี รวมถึงนักท่องเที่ยวจากโปแลนด์ ยูเครน และอุซเบกิสถานที่มีอัตราการเติบโตดี

ภูมิภาคยุโรปตะวันตก

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.54 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด หรือมีจำนวน 3.64 แสนคน เติบโตร้อยละ 16.45 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมินิคมนี้มาจากเยอรมนี ฝรั่งเศสและเนเธอร์แลนด์

ภูมิภาคยุโรปเหนือ

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.94 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.74 แสนคน เติบโตร้อยละ 12.17 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมินิคมนี้มาจากสหราชอาณาจักร สวีเดน ไอร์แลนด์และเดนมาร์ก

ภูมิภาคยุโรปใต้และเมดิเตอร์เรเนียน

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.89 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด หรือมีจำนวน 1.66 แสนคน เติบโตร้อยละ 37.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมินิคมนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากอิสราเอล ซึ่งในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวอิสราเอลกลับมาเติบโตอีกครั้ง หลังจากที่ลดลงในช่วงไตรมาส 4 ของปี 2566 และไตรมาส 1 ของปี 2567 เนื่องจากเหตุการณ์สงครามระหว่างอิสราเอลและฮามาส อย่างไรก็ดี เนื่องจากสถานการณ์สงครามยังไม่คลี่คลาย ดังนั้น การฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวจากอิสราเอลยังมีความไม่แน่นอนสูง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมินิคมนี้ที่น่าสนใจ คือ อิตาลีและสเปน

ภูมิภาคอเมริกา

ในไตรมาส 2 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาเที่ยวไทยมีจำนวน 3.12 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.48 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชะลอลงจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลมาจากเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว



นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดหลักของภูมิภาค หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็น 3 ใน 4 ของนักท่องเที่ยว

สำหรับตลาดสำคัญ 5 อันดับแรกของภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดหลักของภูมิภาคนี้ หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็น 3 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกา หรือมีจำนวน 2.27 แสนคน หรือเติบโตร้อยละ 8.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากแคนาดา บราซิล เม็กซิโก และอาร์เจนตินา

ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ในไตรมาส 2 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางมีจำนวน 1.86 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.05 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ ภายหลังจากเทศกาลถือศีลอดสิ้นสุดลงในวันที่ 9 เมษายน 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางกลับมาเดินทางท่องเที่ยวตามปกติและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในช่วงไตรมาส 2 สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบีย มีจำนวน 6.32 หมื่นคน หรือมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 33.95 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง



ภายหลังจากเทศกาลถือศีลอดสิ้นสุด นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางกลับมาเดินทางท่องเที่ยวตามปกติ

ขณะที่นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เดินทางมาเที่ยวไทยมีจำนวน 4.02 หมื่นคน หรือมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 21.59 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวที่สำคัญอื่นๆ จากภูมิภาคนี้ อาทิ โอมาน คูเวต และกาตาร์





ภูมิภาคแอฟริกา

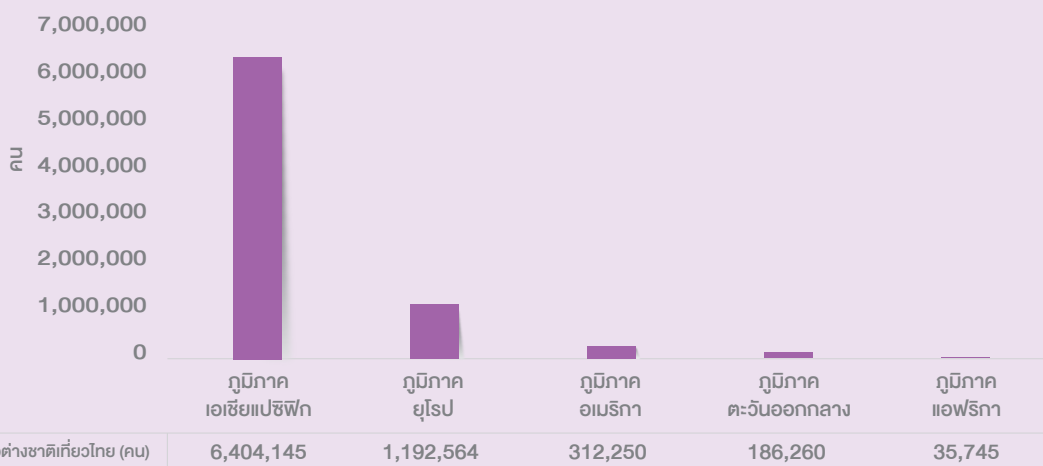
ในไตรมาส 2 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกามีจำนวน 3.57 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.37 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับตลาดสำคัญในภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากแอฟริกาใต้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 46.89 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด หรือมีจำนวน 1.68 หมื่นคน



สำหรับตลาดสำคัญในภูมิภาคนี้
คือ นักท่องเที่ยวจากแอฟริกาใต้

ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ที่เดินทางเข้ามาครองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากเอธิโอเปีย มีจำนวนคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 13.01 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวที่สำคัญอื่นๆ จากภูมิภาคนี้ อาทิ นักท่องเที่ยวจากมอริเชียส โมร็อกโกและเคนยา

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยรายภูมิภาค ในไตรมาส 2 ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนเมษายน 2567

นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย 10 อันดับแรก

ในไตรมาส 2 ของปี 2567 ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวจากจีน

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 1 หรือมีจำนวน 1.68 ล้านคน เติบโตร้อยละ 81.79 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ยังหดตัวร้อยละ 34.22

2. นักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 2 หรือมีจำนวน 1.27 ล้านคน เติบโตร้อยละ 7.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.08 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

3. นักท่องเที่ยวจากอินเดีย

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 3 หรือมีจำนวน 5.67 แสนคน เติบโตร้อยละ 29.22 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

4. นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 4 หรือมีจำนวน 3.76 แสนคน เติบโตร้อยละ 17.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

5. นักท่องเที่ยวจากสปป.ลาว

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 5 หรือมีจำนวน 3.11 แสนคน เติบโตร้อยละ 38.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่หดตัวร้อยละ 32.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

6. นักท่องเที่ยวจากรัสเซีย

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 6 หรือมีจำนวน 2.98 แสนคน เติบโตร้อยละ 32.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.82 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

7. นักท่องเที่ยวจากเวียดนาม

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 7 หรือมีจำนวน 2.93 แสนคน เติบโตร้อยละ 2.21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่ลดลงร้อยละ 7.65 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

8. นักท่องเที่ยวจากไต้หวัน

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 8 หรือมีจำนวน 2.65 แสนคน เติบโตร้อยละ 48.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

9. นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์

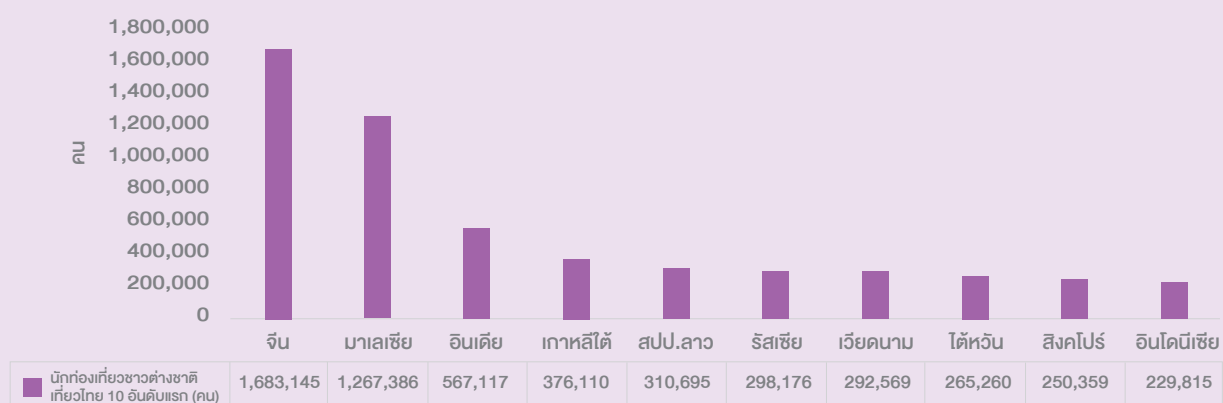
เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 9 หรือมีจำนวน 2.50 แสนคน ลดลงร้อยละ 3.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และหดตัวร้อยละ 10.96 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

10. นักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซีย

เดินทางเข้ามาจำนวนมากเป็นอันดับ 10 หรือมีจำนวน 2.30 แสนคน เติบโตร้อยละ 15.94 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย 10 อันดับแรก

ในไตรมาส 2 ปี 2567



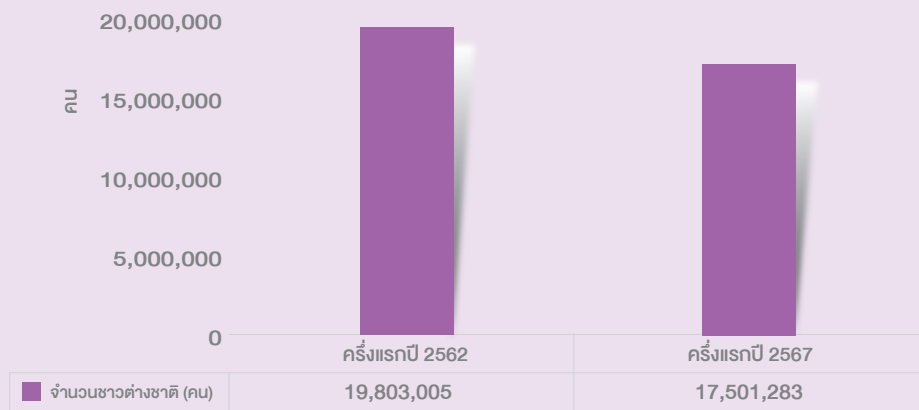
ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567



สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ภาพรวมครึ่งปีแรก ปี 2567

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวไทยมีจำนวน 17.50 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.98 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า ภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวไทยกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.38

เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 และปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567



โดยการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับปัจจัยสนับสนุนจากฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสแรกของทุกปี การทำตลาดประชาสัมพันธ์กระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประกอบกับในช่วงครึ่งแรกของทุกปี มีการจัดงานเทศกาลต่างๆ อย่างเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งเป็นงานเทศกาลที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ และในช่วงเวลานี้จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมสงกรานต์กันอย่างคึกคัก และที่สำคัญการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการวีซ่าฟรีชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวคาซัคสถาน ได้หวันและอินเดีย มาตรการวีซ่าฟรีถาวรสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน และมาตรการขยายระยะเวลาพำนักในไทยชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย รายภูมิภาค พบว่า

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 12.74 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.31 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ยังคงต่ำร้อยละ 16.04 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.81 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือฟื้นตัวดีขึ้นต่อเนื่องและมีจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวน 5.82 ล้านคน เติบโตร้อยละ 79.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ยังคงต่ำร้อยละ 30.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งเป็นผลจากนักท่องเที่ยวหลักยังไม่ฟื้นตัวเมื่อเทียบกับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 อาทิ นักท่องเที่ยวจากจีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลียและมาเก๊า ขณะที่นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้เติบโตต่อเนื่องและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยมากกว่าก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 เช่นเดียวกันนักท่องเที่ยวชาวไต้หวันเติบโต โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการวีซ่าฟรี

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีจำนวน 5.28 ล้านคน เติบโตร้อยละ 16.00 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน

ของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 2.49 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยังไม่ฟื้นตัวเมื่อเทียบกับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 อาทิ นักท่องเที่ยวจากบรูไน กัมพูชา สปป.ลาว และสิงคโปร์ ขณะที่นักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์เติบโตต่อเนื่องและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมามากกว่าก่อนการระบาดของโรคโควิด-19

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียใต้มีจำนวน 1.24 ล้านคน เติบโตร้อยละ 34.39 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 5.49 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากอินเดียเป็นตลาดที่สำคัญที่ยังขยายตัวได้ต่อเนื่องและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมามากกว่าก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 ส่วนหนึ่งมาจากมาตรการวีซ่าฟรี

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนียมีจำนวน 3.99 แสนคน เติบโตร้อยละ 9.87 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ยังคงต่ำร้อยละ 7.91 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียเป็นตลาดที่สำคัญที่ยังขยายตัวได้ต่อเนื่องแต่จำนวนนักท่องเที่ยวยังไม่กลับมาสู่ระดับก่อนการระบาดของโรคโควิด-19



ภูมิภาคยุโรป

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 3.69 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.64 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 4.23 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.07 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

โดยในจำนวนนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออกเดินทางมาเที่ยวไทยมีสัดส่วนมากที่สุดและเติบโตต่อเนื่อง ซึ่งนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้หลายประเทศเป็นตลาดท่องเที่ยวใหม่และจากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำแคมเปญการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากขึ้นและได้รับการตอบรับที่ดี โดยมีจำนวน 1.32 ล้านคน เติบโตร้อยละ 21.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย คาซัคสถาน (ได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการวีซ่าฟรี) และโปแลนด์

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปตะวันตกมีจำนวน 1.14 ล้านคน เติบโตร้อยละ 28.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ยังหดตัวร้อยละ 1.71 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ เยอรมัน ฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเหนือ โดยมีจำนวน 8.24 แสนคน เติบโตร้อยละ 19.61 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ยังหดตัวร้อยละ 9.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ สหราชอาณาจักร สวีเดนและเดนมาร์ก

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปใต้มีจำนวน 3.96 แสนคน เติบโตร้อยละ 28.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.45 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ นักท่องเที่ยวจากอิตาลี อิสราเอล (แม้ว่านักท่องเที่ยวชาวอิสราเอลจะยังมีจำนวนที่สูงเมื่อเทียบกับหลายประเทศในภูมิภาคนี้ แต่หดตัวลดลงจากช่วงครึ่งแรกของปีก่อน เนื่องจากสถานการณ์สงครามระหว่างอิสราเอลและฮามาสที่ยังยืดเยื้อ) และสเปน

ภูมิภาคอเมริกา

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 7.33 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.99 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ยังหดตัวร้อยละ 9.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.19 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดมีจำนวน 5.07 แสนคน คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 69.20 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาทั้งหมด และรองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากแคนาดามีจำนวน 1.34 แสนคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจากแคนาดามีสัดส่วนเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งเป็นผลจากสายการบินแอร์ แคนาดาเปิดเส้นทางบินตรงระหว่างกรุงเทพมหานคร-แวนคูเวอร์ ระหว่างวันที่ 3 ธันวาคม 2566 ถึงวันที่ 3 พฤษภาคม 2567 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากบราซิล 3.05 หมื่นคน นักท่องเที่ยวจากเม็กซิโกมีจำนวน 1.86 หมื่นคน และนักท่องเที่ยวอาร์เจนตินามีจำนวน 1.36 หมื่นคน

ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวภูมิภาคตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 2.74 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.78 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 42.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.57 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบียมีจำนวน 9.08 หมื่นคน โดยภายหลังที่ทางการไทยและซาอุดีอาระเบียได้ฟื้นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ช่วยหนุนให้นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวเดินทางมากที่สุดรองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีจำนวน 5.53 หมื่นคน นักท่องเที่ยวจากโอมานมีจำนวน 3.77 หมื่นคน นักท่องเที่ยวจากคูเวตมีจำนวน 3.60 หมื่นคน และนักท่องเที่ยวจากกาตาร์มีจำนวน 1.65 หมื่นคน

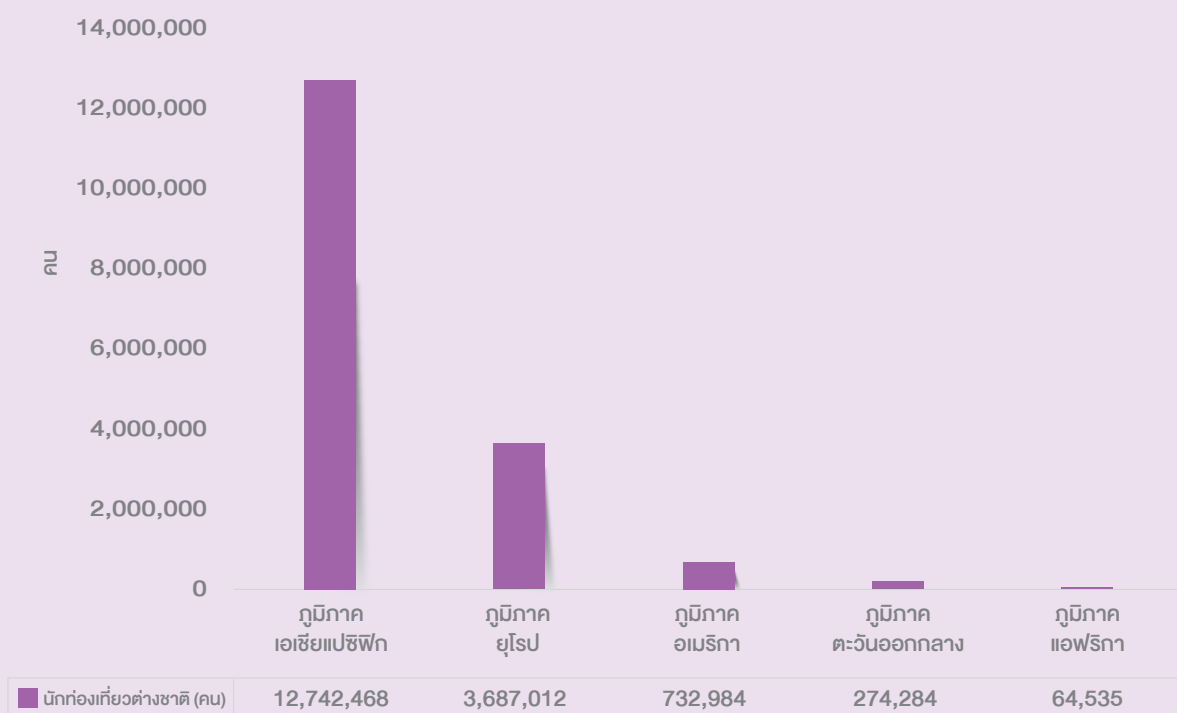


ภูมิภาคแอฟริกา

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวภูมิภาคแอฟริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 6.45 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่หดตัวร้อยละ 24.85 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.37 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงสุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากแอฟริกาใต้ มีจำนวน 3.07 หมื่นคน โดยนักท่องเที่ยวจากแอฟริกาใต้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.53 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกา นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมาก รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากเอธิโอเปียมีจำนวน 7.92 พันคน นักท่องเที่ยวจากมอริเชียสมีจำนวน 6.44 พันคน นักท่องเที่ยวจากโมร็อกโกมีจำนวน 4.53 พันคน และนักท่องเที่ยวจากเคนยามีจำนวน 2.23 พันคน

นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยรายภูมิภาคในช่วงครึ่งแรกของปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567



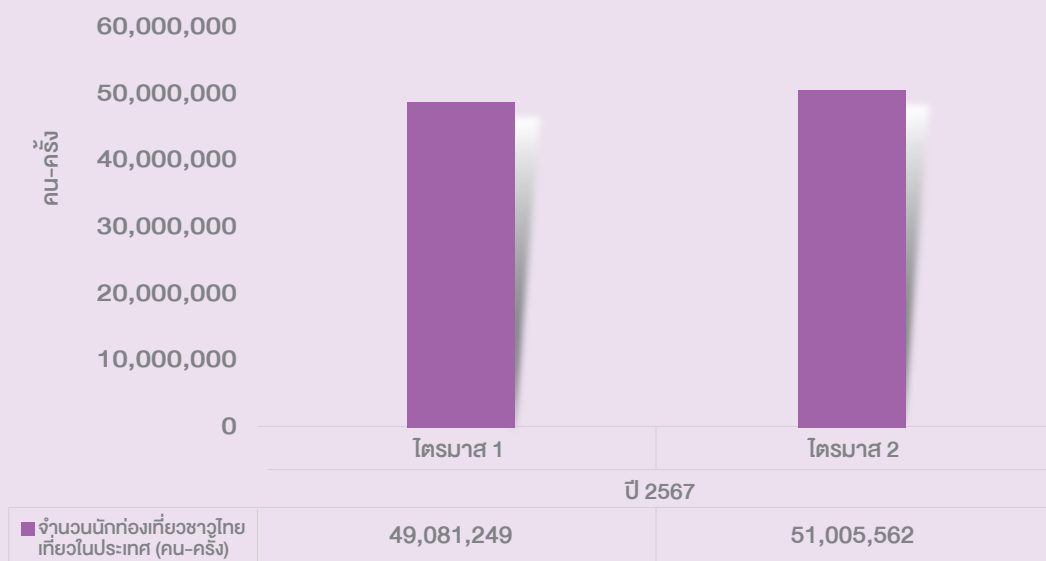
สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศ ในไตรมาส 2 ปี 2567

ไตรมาส 2 ของปี 2567 การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 51.01 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.49 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเติบโตร้อยละ 20.70 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งสะท้อนว่าคนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น

สำหรับปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ โดยปกติในไตรมาส 2 ของทุกปี จะมีช่วงวันหยุดยาวติดต่อกันหลายวัน และเป็นช่วงปิดภาคการศึกษาทำให้คนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการจัดงานเทศกาลประเพณีวัฒนธรรมประจำปีที่สำคัญ ได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่คนไทยส่วนใหญ่จะเดินทางกลับบ้านเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง รวมถึงมีการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างทาง และในปีนี้นักท่องเที่ยวและเอกชนมีการจัดกิจกรรมเทศกาลสงกรานต์ในหลายพื้นที่ ช่วยหนุนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรมอย่างงานไพรด์ (Pride Month) ในเดือนมิถุนายน ในหลายจังหวัด รวมถึงการจัดงานเทศกาลประเพณีพื้นเมืองในแต่ละท้องถิ่น และกิจกรรมการแข่งขันกีฬาอย่างการแข่งขันวิ่งมาราธอน และการจัดการแข่งกีฬาทางน้ำ ซึ่งช่วยสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ออกมาตรการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด ได้แก่ 1. มาตรการหักลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา สำหรับค่าใช้จ่ายด้านบริการที่พัก (โรงแรม โฮมสเตย์และที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม) และค่าบริการจากการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท โดยต้องมีการออกใบกำกับภาษีแบบเต็มผ่านระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & e-Receipt) และ 2. มาตรการหักลดหย่อนภาษีนิติบุคคล สำหรับรายจ่ายการจัดอบรมจัดสัมมนาในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรองสามารถนำมาหักได้ 2 เท่าของรายจ่ายตามที่จ่ายจริง ขณะที่เมืองท่องเที่ยวหลักสามารถนำรายจ่ายมาหักได้ 1.5 เท่าของรายจ่ายตามที่จ่ายจริง โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม ถึง วันที่ 30 พฤศจิกายน 2567 เพื่อกระตุ้นคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศรายไตรมาสปี 2567

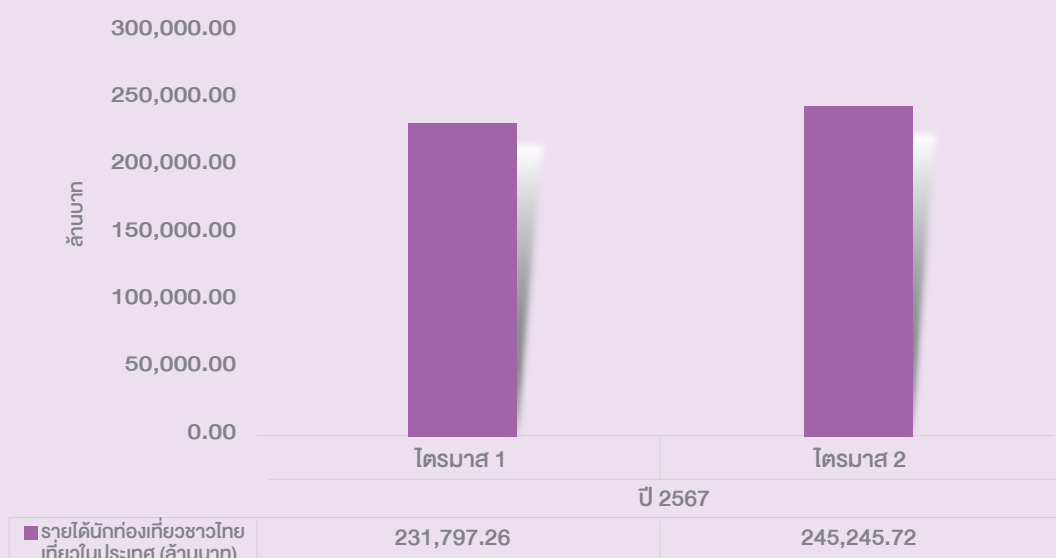


ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567

สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาส 2 ปี 2567 พบว่า มีมูลค่าประมาณ 245,245.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.85 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 อย่างไรก็ดี แม้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเติบโตมากกว่า

ช่วงเดียวกันของปี 2562 แต่รายได้จากการท่องเที่ยวยังไม่ฟื้น ซึ่งปัจจัยหลักน่าจะเป็นผลมาจากเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวดี แม้ว่าจะไม่กระทบแผนการเดินทางท่องเที่ยว แต่ก็ส่งผลต่อการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

รายได้ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศ รายไตรมาส 1 และ 2 ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยจำแนกตามภูมิภาค ในไตรมาส 2 ปี 2567 มีรายละเอียดดังนี้



กรุงเทพมหานคร

ไตรมาส 2 ปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีจำนวน 7.44 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับรายได้ท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีมูลค่า 45,109.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

เดินทางมาร่วมกิจกรรมในพื้นที่เป็นจำนวนมาก เช่น การจัดงานเย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ 2567 (Maha Songkran World Festival 2024) การจัดงานไอคอนสยามมหัศจรรย์เจ้าพระยามหาสงกรานต์ 2567 และการจัดงานสงกรานต์สยาม ผ้าขาวม้า อยู่เย็นเป็นสุข ที่สยาม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ มรดกสยาม 3 สมัย การจัดกิจกรรมบางกอกไพรด์ (Bangkok Pride Festival 2024) และการจัดนิทรรศการภาพถ่ายไมโกหก



ภาคกลาง

ไตรมาส 2 ของปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว 17.65 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.53 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 การท่องเที่ยวหลายจังหวัดในภาคกลางยังเติบโตได้ดีต่อเนื่อง และเป็นภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด ด้วยภาคกลางมีความหลากหลายของสถานที่ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ภูเขา/น้ำตก แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม และอุทยานประวัติศาสตร์ท่องเที่ยว และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวแบบเช้า-เย็นกลับ โดยจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อาทิ กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และเพชรบุรี พระนครศรีอยุธยา สมุทรสงคราม และสุพรรณบุรี

สำหรับกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวที่สำคัญที่ได้มีการจัดขึ้นไตรมาสนี้ อาทิ การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ เช่น การจัดงานประเพณีสงกรานต์ พระประแดงที่จังหวัดสมุทรปราการ การจัดงานมหาสงกรานต์ ถนนข้าวสุกที่จังหวัดสุพรรณบุรี การจัดงานสงกรานต์บ้านเลาขวัญ ที่จังหวัดกาญจนบุรี การจัดงานประเพณีสงกรานต์ชาติพันธุ์ชาวไทย เชื้อสารรามัญ “มอญน้ำเค็ม” ที่จังหวัดสมุทรสาคร และการจัดงานเทศกาลลอยกระทงมหาสงกรานต์ สนุก สุข ศักดิ์สิทธิ์ ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เช่น กิจกรรมวางผางประทีป 10,000 ดวง เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา เนื่องในวัน

วิสาขบูชา วัดท่าขนุน ที่จังหวัดกาญจนบุรี การจัดงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาและฉลองท้าวเวสสุวรรณ ประจำปี 2567 วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ที่จังหวัดสุพรรณบุรี และงานเทศกาลโชนกรุงศรีปีที่ 5 ณ ลานหลังวัดมหาธาตุ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นต้น การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเทศกาลผลไม้ เช่น การจัดงานเทศกาลผลไม้ สืบสานประเพณีลานบ้านลานวัฒนธรรม ของดีอำเภอทองผาภูมิ และงานกิ่งกาชาดอำเภอทองผาภูมิ ประจำปี 2567 ที่จังหวัดกาญจนบุรี การจัดงานเทศกาลกินกระท้อน ทองใบใหญ่ ที่จังหวัดอ่างทอง การจัดงานทุเรียนภูเขาเขาชะอม ที่จังหวัดสระบุรี และการจัดงานมหกรรมผลไม้ และของดีป่าละอู ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเทศกาลกระท้อนหวาน และของดีเมืองลพบุรี เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีการจัดงานเทศกาลดนตรีใจกลางสวนผึ้งราชบุรี ที่จังหวัดราชบุรี เทศกาลบอลลูน ที่จังหวัดราชบุรี การจัดกิจกรรมเดิน-วิ่ง ณ สวนรุกขชาติมวกเหล็ก (น้ำตกมวกเหล็ก) ที่จังหวัดสระบุรี การจัดงานเขาประทับช้างเทรล ที่สวนพฤกษศาสตร์บ้านจอมบึงจังหวัดราชบุรี และการจัดงาน Super Car Show ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าวมีส่วนช่วยสร้างรายได้ให้กับภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลาง โดยในไตรมาส 2 ปี 2567 รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีมูลค่า 50,701.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ภาคเหนือ

ไตรมาส 2 ปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยว 6.07 ล้านคน-ครั้ง เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.41 โดยจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากยังคงเป็นเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา และนครสวรรค์ สำหรับในรายได้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีมูลค่า 38,091.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.08 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ในหลายจังหวัดมีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการใช้จ่ายใช้สอยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ เช่น งานป่าเวณีย์ใหม่เมืองเจียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ งานประเพณีสงกรานต์พระเพ็ชร พระแสนทอง ที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน งานเทศกาลสงกรานต์ เมืองเชียงแสน ที่จังหวัดเชียงราย งานเทศกาลสงกรานต์วิมานแมน จังหวัดนครสวรรค์ งานประเพณีสงกรานต์นครไทย ที่จังหวัดพิษณุโลก งานประเพณีสงกรานต์แม่น้ำช้าง ที่จังหวัดแพร่ และงานประเพณีแม่น้ำขึ้นโฮงสงกรานต์เจ้าหมื่นดั่ง ที่จังหวัดสุโขทัย เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

เช่น การจัดงานประเพณีใส่ขันดอกบูชาเสาอินทขิล (เสาหลักเมืองเชียงใหม่) ที่จังหวัดเชียงใหม่ การจัดงานประเพณีตักบาตรเทียงคืนในวันเป็งปู้ด ประจำปี 2567 ที่จังหวัดเชียงราย การจัดกิจกรรมเวียนเทียนตะคันเมืองโบราณสุโขทัย "เนื่องในวันวิสาขบูชา" ที่จังหวัดสุโขทัย การจัดงานเวียนเทียนทางน้ำ กลางกว๊านพะเยา เนื่องในวันวิสาขบูชา ที่จังหวัดพะเยา การจัดงานประเพณีบุญบั้งไฟ "งานถวายเจดีย์ทราย" ที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน การจัดงานประเพณี บุญบั้งไฟที่จังหวัดอุทัยธานี งานประเพณีฮักบั้งไฟพุเตย และการจัดงานเวียนเทียน "วิสาขปุณณมีบูชา สักการะมหาสุปเจดีย์เขาคลังกานอก" และตลาดชุมชนย้อนยุคทวารวดี ที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นต้น

รวมถึงการจัดงานชมโขง-การแสดงแสงสีที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ การจัดงานเทศกาลทุเรียนและของดีตำบลห้วยไคร้ และงาน "ม่วนจอย เดินจิม ผลไม้ถิ่น สืบประวัติถิ่นเจียงฮาย" ที่จังหวัดเชียงราย การจัดเทศกาลงานดนตรี Pai Jazz & Blues Fest 2024 และงานดนตรีฤดูฝน Maelanoi Craft Camp ที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน และการจัดกิจกรรม เดิน - วิ่ง ก้าวท้าใจ คนไทยแข็งแรง พิชิต 100 วัน 100 แด้ม ที่จังหวัดน่าน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนแต่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไตรมาส 2 ปี 2567 ภาพรวมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีจำนวน 6.87 ล้านคน-ครั้ง และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.20 สำหรับในไตรมาสนี้ จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อาทิ นครราชสีมา ขอนแก่น อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี และบุรีรัมย์ นอกจากนี้จังหวัดที่มีอัตราการเติบโตที่โดดเด่น อาทิ กาฬสินธุ์ นครพนม และบึงกาฬ

สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่า 23,009.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ในหลายจังหวัดมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ และก่อให้เกิดการใช้จ่ายใช้สอยในพื้นที่ อาทิ การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ เช่น การจัดงานเทศกาลสืบสานประเพณีสงกรานต์ร่วมงานแห่ "ผ้าฮ้างสะบายอดภูเขาไฟกระโดง" ที่จังหวัดบุรีรัมย์ การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ถนนข้าวปุ้น ที่จังหวัดนครพนม การจัดงานเทศกาลผูกผ้าขาวม้า มหาสงกรานต์ที่จังหวัดหนองคาย การจัดงานประเพณีสงกรานต์เทศกาลดอกคูณเสียงแคน ถนนข้าวเหนียว ที่จังหวัดขอนแก่น การจัดงานเทศกาลสงกรานต์

สองฝั่งโขง 4 แผ่นดิน ที่จังหวัดมุกดาหาร การจัดงานมหาสงกรานต์นครอุบล ถนนดอกไม้ สายน้ำ วัฒนธรรม ฮางฮอดรอน้ำ 5 พระแก้ว ที่จังหวัดอุบลราชธานี และการจัดงานสาดน้ำสวดอกจาน สงกรานต์อุดรธานี เป็นต้น

การจัดงานประเพณีทางศาสนาและวัฒนธรรมที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น งานประเพณีบุญบั้งไฟ ที่จังหวัดยโสธร งานประเพณีบุญบั้งไฟสุวรรณภูมิ และงานประเพณีบุญบั้งไฟพนมไพร ที่จังหวัดร้อยเอ็ด งานประเพณีบุญบั้งไฟตะไลล้าน บ้านกุดหว้า ที่จังหวัดกาฬสินธุ์ งานประเพณีบุญบั้งไฟและผ้าไหม ที่จังหวัดศรีสะเกษ และงานประเพณีบุญบั้งไฟ ที่จังหวัดมหาสารคาม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดงานประเพณีบวชนาคช้าง ที่จังหวัดสุรินทร์ งานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขน ที่จังหวัดเลย งานวิถีตร@นครพนมนครแห่งความสุขริมฝั่งโขง งานแสดงแสง สี เสียง รำลึก พระยาไกรภักดีศรีนครลำดวน (ตากะจะ) ที่จังหวัดศรีสะเกษ การจัดงานเทศกาลทุเรียน GI ทุเรียนปากช่องเขาใหญ่ (Durian GI Festival Pakchong Khaoyai 2024) ที่จังหวัดนครราชสีมา การจัดกิจกรรมวิ่งพิมาย มินิมารธอนที่จังหวัดนครราชสีมา การจัดกิจกรรมปั่นจักรยานงานเมิงเว Bike Rally 2024 ปั่นบูชา 2 พระธาตุ เทียวเส้นทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่จังหวัดนครพนมและเทศกาลนครเรืองแสง เทศกาล 3 วัฒนธรรม ลุ่มแม่น้ำโขง "ไทย-เวียตนาม-ลาวในนครพนม" ที่จังหวัดนครพนม

ภาคใต้

ไตรมาส 2 ปี 2567 สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวน 6.17 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.17 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้รับปัจจัยหนุนจากเรื่องของฤดูร้อน นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวทางทะเล สำหรับจังหวัดที่เติบโตยังคงเป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักของภาคใต้ เช่น สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ภูเก็ต สงขลา และกระบี่ เป็นต้น สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีมูลค่า 40,312.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.85 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการที่ในหลายจังหวัดมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ เช่น ประเพณีสงกรานต์ต้นมัสการหลวงพ่อกะและเทศกาลขนมพื้นบ้านอาหารพื้นเมือง" ณ วัดดูลยาราม ที่จังหวัดสตูล งานสงกรานต์หาดใหญ่ มิดไนท์สงกรานต์ 2566 ที่จังหวัดสงขลา งานสงกรานต์ที่หาดป่าตอง (Patong Festival On The Beach) ที่จังหวัดภูเก็ต งานประเพณีมหาสงกรานต์ถนนข้าวดอกข่า ที่จังหวัดพังงา งานเทศกาลมหาสงกรานต์ แห่นางดานเมืองนคร ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช และงานสงกรานต์อ่าวนางแลนดัมมาร์ค 2567 ที่จังหวัดกระบี่ เป็นต้น

การจัดงานเทศกาลตามประเพณีและวัฒนธรรม เช่น การจัดงานเทศกาลเพอรานากัน หรือ Phuket Peranakan Festival 2024 สะท้อนวิถีชีวิตของชาวเพอรานากัน ที่จังหวัดภูเก็ต การจัดงานสมโภช 182 ปี เจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา ที่จังหวัดสงขลา การจัดงานพิธีสมโภชกระดังง์และเครื่องพุทธรูปชา ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น รวมถึงการจัดงานเทศกาลอาหาร ถนนคนเดินและวัฒนธรรม เช่น กระบี่สตรีทฟู้ดเฟสติวัล ที่จังหวัดกระบี่ เทศกาลอาหารทะเลและของดี



เมืองพังงา ที่จังหวัดพังงา งานโล๊ะ มาร์เก็ต ดาแกดูวอ ที่จังหวัดนราธิวาส งานริเวอร์ฟาร์มร้อน Shade of Pattani ที่จังหวัดปัตตานี การจัดงานเทศกาลไก่เบตง ที่จังหวัดยะลา และเทศกาลศิลปะและวัฒนธรรมที่จังหวัดตรัง เป็นต้น อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬา เช่น งานวิ่งปลุกเมือง 2024 (Hatyai21 Run Awakening) ที่จังหวัดสงขลา และการจัดงานพังงา เทรล รันนิ่ง เกาะยาวใหญ่ ที่จังหวัดพังงา เป็นต้น รวมถึงการจัดแข่งกีฬาพื้นบ้านอย่างการแข่งขันกีฬาตกปลาสายบุรี ที่จังหวัดปัตตานี และการแข่งขันเรือเร็วศึกเจ้าความเร็วบนสายน้ำที่จังหวัดพังงา

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยในไตรมาส 2 ปี 2567

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทย			
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน-ครั้ง)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)
กรุงเทพมหานคร	7,444,695	2.01	45,109.95	9.93
ภาคกลาง	17,653,950	11.53	50,701.14	20.89
ภาคเหนือ	6,069,543	5.41	38,091.34	7.08
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6,874,296	19.20	23,009.19	21.11
ภาคตะวันออก	6,794,236	18.72	48,021.45	29.00
ภาคใต้	6,168,851	24.17	40,312.65	14.85
รวมทั้งประเทศ	51,005,562	12.49	245,245.72	16.85

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนมากสูงสุด 10 อันดับแรก สำหรับจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรกในไตรมาส 2 ปี 2567 ได้แก่



1. กรุงเทพมหานคร

มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 7.44 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

2. ชลบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 4.12 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

3. กาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 3.72 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

4. ประจวบคีรีขันธ์

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.81 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.83 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

5. เพชรบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.78 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

6. พระนครศรีอยุธยา

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.19 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

7. นครราชสีมา

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.93 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.59 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

8. เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.85 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

9. สมุทรสงคราม

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.59 ล้านคน ลดลงร้อยละ 2.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

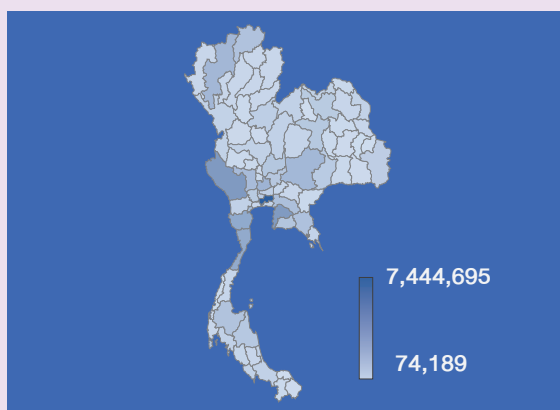
10. สุพรรณบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.55 ล้านคน ลดลงร้อยละ 5.80 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

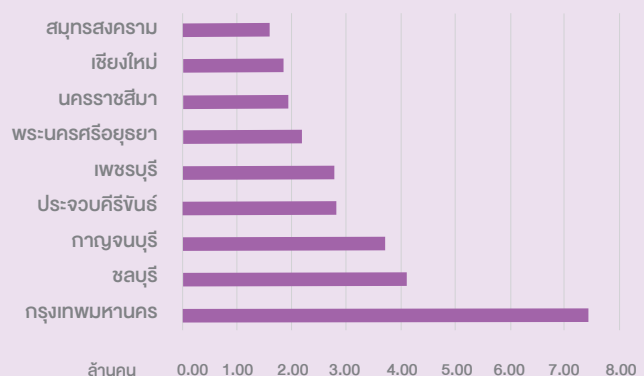
ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใน 10 จังหวัด มีจำนวน 29.97 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.95 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในไทยทั้งหมดในไตรมาส 2 ของปี 2567 และการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลาง

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไปท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดในไตรมาส 2 ปี 2567

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยว
ในจังหวัดต่างๆของไทยในไตรมาส 2 ปี 2567



จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด
10 อันดับแรก ในไตรมาส 2 ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567



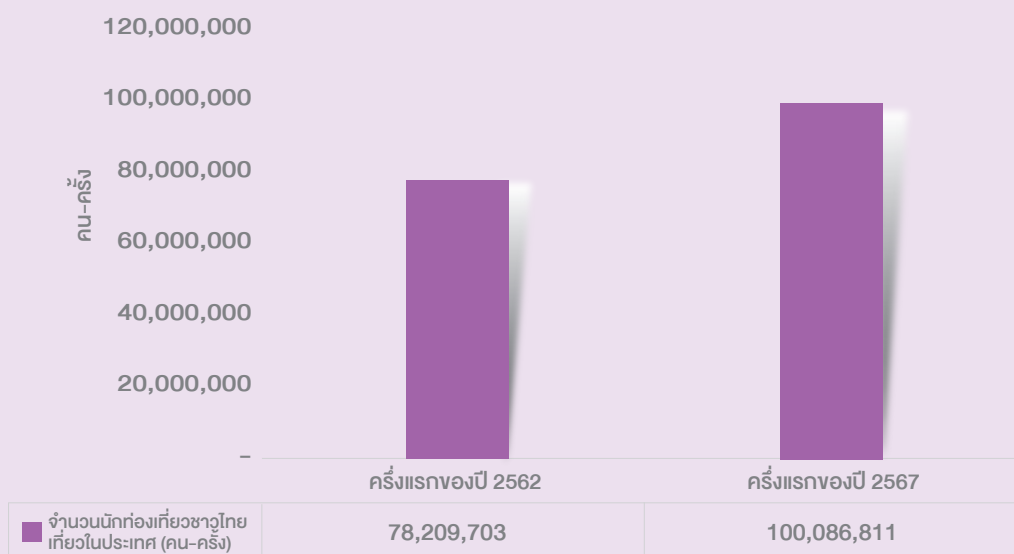
สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศ ภาพรวมครึ่งปีแรก ปี 2567

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง และพบว่าชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวนสูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2562 จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวน 100.09 ล้านคน-ครั้ง เติบโตร้อยละ 10.25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 และเติบโตร้อยละ 27.97 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19

โดยตลาดไทยเที่ยวไทยได้รับปัจจัยบวกจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประกอบกับในช่วงครึ่งแรกของทุกปี เป็นช่วงที่มีวันหยุดยาวติดต่อกันหลายวัน และเป็นช่วงปิดเทอมใหญ่ทำให้คนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ออกมาตรการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด

ได้แก่ 1. มาตรการหักลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา สำหรับค่าใช้จ่ายด้านบริการที่พัก (โรงแรม โฮมสเตย์และที่พักที่ไม่เป็นโรงแรม) และค่าบริการจากการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท และ 2. มาตรการหักลดหย่อนภาษีนิติบุคคล สำหรับรายจ่ายการจัดอบรมจัดสัมมนาในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรองและเมืองท่องเที่ยวหลัก

เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 และปี 2567

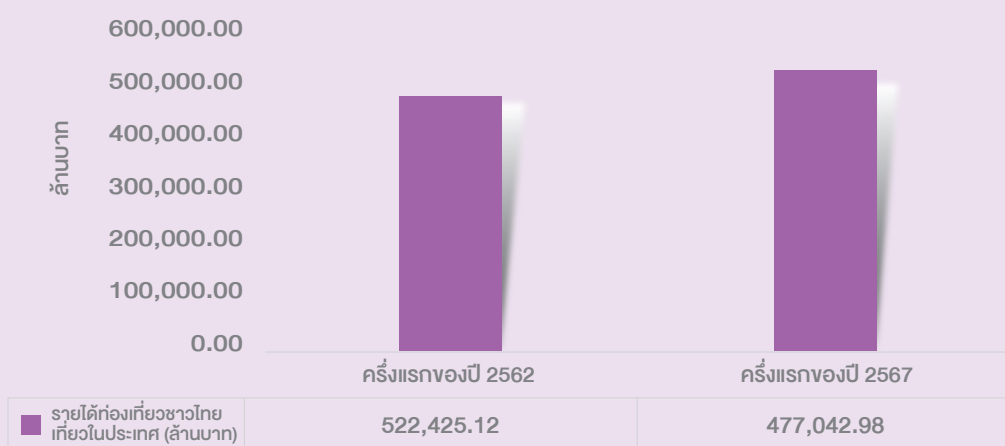


ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567

ขณะที่การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีมูลค่า 477,042.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.53 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใน

ประเทศยังลดลงร้อยละ 8.69 โดยรายได้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่ฟื้นตัว ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ แม้จะไม่กระทบแผนการเดินทางท่องเที่ยวแต่มีผลต่อการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การปรับลดการซื้อของที่ระลึกหรือของฝาก

เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 และปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยจำแนกตามภูมิภาคพบว่า

กรุงเทพมหานคร

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีจำนวน 14.68 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 2.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครลดลงกว่าในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งน่าจะเป็นผลจากการที่คนไทยปรับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สำหรับรายได้ท่องเที่ยวมีมูลค่า 83,027.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.31 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีจำนวนสูงสุด เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ มีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา มีห้างสรรพสินค้า ร้านค้าแบรนด์ดังหลากหลายเป็นที่นิยมของคนไทย และร้านอาหารที่มีชื่อเสียงอยู่ในพื้นที่ กอปรกับในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างงานคอนเสิร์ต ศิลปะระดับโลก โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 กิจกรรมอีเวนต์ที่สำคัญ อาทิ ทหารรัฐบาลได้ถวายพระบรมสารีริกธาตุและพระอรหันต์ธาตุของพระสารีบุตร และพระโมคคัลลานะ จากประเทศอินเดีย เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ โดยในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้เปิดให้กราบสักการะบูชา วันที่ 24 กุมภาพันธ์-3 มีนาคม 2567 ณ มณฑลพิธีท้องสนามหลวง ซึ่งมีคนไทยจากหลายจังหวัดเดินทางเข้ามาเพื่อกราบสักการะบูชา เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ เช่น การจัดงานเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ 2567 (Maha Songkran World Festival 2024) ที่ถนนราชดำเนินกลาง การจัดงานไอคอนสยามมหัศจรรย์เจ้าพระยามหาสงกรานต์ 2567 และการจัดงานสงกรานต์สยาม ผ้าขาวม้า อยู่เย็นเป็นสุขที่สยาม เป็นต้น

ภาคกลาง

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 ในพื้นที่ภาคกลางมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว 34.35 ล้านคน - ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.59 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ภาคกลาง (ไม่นับรวมกรุงเทพมหานคร) เป็นภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติภูเขา และยอดดอย แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชน

นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคกลางได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างการแสดงโขน ประกอบแสงสี เรื่องรามเกียรติ์ ชุด “สัจจะพาลี” พระนครศรีอยุธยา วัดไชยวัฒนาราม การจัดงานเทศกาลประเพณีวัฒนธรรมอย่าง การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ในหลายจังหวัด และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างกิจกรรม bird walk ส่องนก ล่องไพร ครั้งที่ 4

ณ อุทยานแห่งชาติหาดวนกร จากปัจจัยดังกล่าวช่วยสนับสนุนรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีมูลค่า 102,191.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.77 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ภาคเหนือ

การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือปรับตัวดีขึ้น โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 ในพื้นที่ภาคเหนือมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว 12.50 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยในช่วงต้นปีของทุกปี จะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและอากาศหนาวเย็นตลอด

สำหรับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีมูลค่า 82,013.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.92 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากการที่หลายจังหวัดทางพื้นที่ภาคเหนือได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานทางศาสนา โดยทางรัฐบาลได้ถวายพระบรมสารีริกธาตุและพระอรหันต์ธาตุของพระสารีบุตร และพระโมคคัลลานะ จากประเทศอินเดีย เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยทางจังหวัดเชียงใหม่เปิดให้เข้ากราบสักการะพระบรมสารีริกธาตุและพระอรหันต์ธาตุ ระหว่างวันที่ 5 - 8 มีนาคม 2567 ณ หอคำหลวง อุทยานหลวงราชพฤกษ์ การจัดงานเทศกาลดอกไม้เมืองที่จังหวัดเชียงรายได้มีการจัดงานเชียงรายดอกไม้งาม ครั้งที่ 20 ณ สวนดงและโคมนครเชียงราย การจัดกิจกรรมสืบสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีการจัดงานสืบสานวิถี ละเวือะ ณ บ้านป่าแป๋ อำเภอแม่สะเรียง และจังหวัดแพร่มีการจัดงานพระธาตุช่อแฮ เมืองแพร่ แห่ทุ่งหลวง วิวดพระธาตุช่อแฮ พระอารามหลวง รวมถึงการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ในหลายพื้นที่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มีจำนวน 14.37 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.49 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายทั้งสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติภูเขาและยอดดอย และในช่วงต้นปี เป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่า 46,365.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.61 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ซึ่งรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ โดยกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิ การจัดงานเทศกาลประเพณีวัฒนธรรมอย่างการจัดงานเทศกาลดอกกล้วยบานสืบสานประเพณีสีเฝ้าไทศรีสะเกษ ที่สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ศรีสะเกษ การจัดงานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง งานประเพณีบุญบั้งไฟที่จัดขึ้นหลายพื้นที่ในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการจัดงานประเพณีสงกรานต์

นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมเชิงศาสนา โดยจังหวัดอุบลราชธานี มีการเปิดให้เข้ากราบสักการะพระบรมสารีริกธาตุและพระอรหันตธาตุ โดยทางรัฐบาลอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุและพระอรหันตธาตุของพระสารีบุตร และพระโมคคัลลานะ จากประเทศอินเดีย เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งจังหวัดอุบลราชธานี เปิดให้เข้ากราบสักการะบูชา ณ วัดมหาวนาราม

ภาคตะวันออก

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 12.27 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.79 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 การเติบโตส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของฤดูกาลท่องเที่ยว โดยในช่วงไตรมาส 2 ของทุกปี นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวทางทะเล ประกอบกับหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออกมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดงานประเพณีทางวัฒนธรรม เช่น การจัดประเพณีมัสการรอยพระพุทธรูป (พลวง) เขาคิชฌกูฏ และการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น การจัดงานกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างการจัดงานเทศกาลดนตรีพัทยา 2024 (Pattaya Music Festival 2024) การจัดงานแข่งขันวิ่งโยโลรันพทยา การจัดการแข่งขันวินด์เซิร์ฟชิงแชมป์ประเทศไทย การจัดงานเทศกาล

ว่าวนานาชาติ จากกิจกรรมดังกล่าวเป็นปัจจัยด้านบวกต่อรายได้ท่องเที่ยวจากคนไทยเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยมีมูลค่า 85,266.43 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ภาคใต้

ในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในภาคใต้จำนวน 11.92 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.71 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีมูลค่า 78,178.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งรายได้การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ โดยกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิ การจัดงานทางศาสนา โดยจังหวัดกระบี่เปิดให้เข้ากราบสักการะพระบรมสารีริกธาตุและพระอรหันตธาตุ ซึ่งทางรัฐบาลอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุและพระอรหันตธาตุของพระสารีบุตร และพระโมคคัลลานะ จากประเทศอินเดีย มาประดิษฐานเป็นการชั่วคราว ณ ประเทศไทย เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งจังหวัดกระบี่เปิดให้เข้ากราบสักการะบูชา ณ วัดมหาธาตุวชิรมงคล นอกจากนี้ ยังได้มีการจัดงานประเพณีวัฒนธรรม อาทิ การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ในหลายพื้นที่ และการจัดงานเทศกาลเพอรานากัน หรือ Phuket Peranakan Festival 2024 สะท้อนวิถีชีวิตของชาวเพอรานากัน ที่จังหวัดภูเก็ต รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างการจัดงานท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ชะนะที่จังหวัดชุมพร มีการจัดงานเปิดโลกทะเลชุมพร ที่ชายหาดทุ่งวัวแล่น จังหวัดระนอง มีการจัดงานเขาหญ้าเฟส 2567 ณ เขาหญ้า และจังหวัดภูเก็ต มีการจัดงานไทยแลนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล โบท โชว์ ปี 2567 และการจัดงานเดอะ เบย์ ริกต์ต้า ครั้งที่ 27 ที่จังหวัดภูเก็ต ฟังงา และกระบี่

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2567

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงครึ่งแรกของปี 2567			
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน-ครั้ง)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)
กรุงเทพมหานคร	14,676,412	-2.72	83,027.65	1.31
ภาคกลาง	34,350,736	11.59	102,191.45	21.77
ภาคเหนือ	12,501,802	3.13	82,013.32	6.92
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14,373,832	17.49	46,365.87	20.61
ภาคตะวันออก	12,268,372	10.79	85,266.43	15.74
ภาคใต้	11,915,657	25.71	78,178.26	19.38
รวมทั้งประเทศ	100,086,811	10.25	477,042.98	13.53

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567



สถานการณ์อัตราเข้าพัก ในไตรมาส 2 ปี 2567

สถานการณ์อัตราการเข้าพักของสถานพักแรมในประเทศในไตรมาส 2 ปี 2567 ชะลอลงจากไตรมาสแรก เนื่องจากในไตรมาส 2 ของทุกปี เป็นช่วงโลว์ซีซั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ซึ่งโดยปกตินักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีระยะเวลาพำนักรในไทยเฉลี่ยประมาณ 2 ถึง 3 สัปดาห์ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน พบว่า อัตราการเข้าพักยังปรับตัวเพิ่มขึ้น



จากข้อมูลของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในไตรมาส 2 ปี 2567 สถานพักแรมในประเทศมีอัตราการเข้าพักโดยรวมเท่ากับร้อยละ 69.92 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.99 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักปรับตัวเพิ่มขึ้นเกือบทุกภูมิภาค ยกเว้นอัตราการเข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ปรับลดลง เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักรายภูมิภาค พบว่า

โดยพื้นที่ที่มีอัตราการเข้าพักสูงสุด คือ กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 77.76 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.08 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ เป็นผลมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนเพิ่มขึ้น ยังมาจากในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของประเทศมีการจัดกิจกรรมประชุมและสัมมนา รวมถึงการที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมใหญ่สามัญ

สหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติครั้งที่ 74 (74th FIFA Congress 2024) และการจัดงานแสดงสินค้าทำให้อัตราการเข้าพักยังสูงกว่าภูมิภาคอื่น โดยเปรียบเทียบ

สำหรับภาคที่มีอัตราการเข้าพักสูงรองลงมา คือ ภาคใต้ มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 75.46 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.57 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 70.83 เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.37 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ภาคกลางมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 62.54 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.68 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และภาคเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 59.20 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.50 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 อย่างไรก็ตาม ภาคตะวันออกมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 61.13 ลดลงร้อยละ 7.96 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

อัตราการเข้าพักทั่วประเทศและจำแนกตามภูมิภาคในไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ปี 2567

ภูมิภาค	ปี 2567	
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2
กรุงเทพมหานคร	80.70	77.76
ภาคกลาง	64.74	62.54
ภาคเหนือ	70.30	59.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64.62	61.13
ภาคตะวันออก	75.56	70.83
ภาคใต้	81.98	75.46
รวมทั้งประเทศ	75.26	69.92

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567



'ไทย' ศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน

'Thailand' Tourism Hub of ASEAN

Ignite Tourism Thailand แผนที่นำทางสู่ตำแหน่ง ศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน

ณ เดือนเมษายน 2567 นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี ได้ฉายให้เห็นภาพใหญ่ด้านการท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Big Picture) ในอนาคต ภายใต้นโยบาย Ignite Tourism Thailand โดยขับเคลื่อน 5 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ประสบการณ์ที่ดีในทุกย่างก้าว / 5 Must do in Thailand / เมืองหลักและเมืองนำเที่ยว / Hub of ASEAN และ World Class Event Hub โดยสรุปสาระสำคัญ ดังนี้

การสร้างประสบการณ์ที่ดีในทุกย่างก้าว

ให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวไทยแบบไร้รอยต่อ (Seamless) สามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังจุดหมายปลายทางได้อย่างรวดเร็ว ด้วยความรู้สึกลดตึง และมั่นใจตลอด 24 ชั่วโมง ผสมกับความใส่ใจในการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่สะอาด ได้มาตรฐาน มีคุณภาพในระดับสากล

5 Must do in Thailand

คัดสรรสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ไทย โดยการเพิ่มเติมเรื่องราว ให้มากกว่าที่นักท่องเที่ยวเคยสัมผัสมาในอดีต พร้อมกับการเพิ่มคุณค่าและมูลค่า ให้กับการท่องเที่ยวไทย โดยนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวผ่านกลยุทธ์ 5 must do in Thailand ได้แก่

- Must Try

นำเสนอกิจกรรม “มวยไทย” ในฐานะศิลปะประจำชาติ โดยให้นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง ทดลองเรียนศิลปะการต่อสู้ ป้องกันตัว และสร้างความแข็งแรงให้ร่างกาย ฝึกการใช้มวยในร่างกาย ได้แก่ เข่า หมัด ศอก นอกจากการทดลองเรียนแล้ว ยังรวมถึงการเข้าชม “มวยไทย” ที่สนามมวย นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์จริง ได้เห็นความสวยงามในช่วงการไหว้ครู ซึ่งมีเสียงดนตรีปี่กลอง และเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์ตกแต่งร่างกายอื่น ๆ เช่น กางเกงมวย นวม ผ้าพันมือ สนับศอก สนับหน้าแข้ง ฟันยาง กระจับ และ มงคลมวย

- Must Taste

การนำเสนอสิ่งที่ห้ามพลาดเมื่อมาท่องเที่ยวในไทย คือ “อาหารไทย” ซึ่งเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงในระดับโลก นักท่องเที่ยวสามารถจะลิ้มรสอาหารไทยได้อย่างหลากหลาย ทั้ง อาหารท้องถิ่น อาหารข้างทาง ขนมไทย ผลไม้ไทย นอกจากนั้น นักท่องเที่ยว ยังสามารถเพิ่มประสบการณ์เกี่ยวกับการเรียนทำอาหารไทย จากสถาบันสอนทำอาหารที่ได้มาตรฐาน

- Must Seek

การท่องเที่ยวในไทย ดำเนินการควบคู่ไปกับการแสวงหาความหลากหลายของวัฒนธรรมไทย ทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิม วัฒนธรรมร่วมสมัย วัฒนธรรมใหม่ รวมถึงวัฒนธรรมย่อยที่กระจายตัวอยู่ทั่วไป

- Must Buy

การซื้อสินค้า ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นสวรรค์แห่งการจับจ่ายใช้สอยโดยเฉพาะ “ผ้าไทย” ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ทั้ง ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าย้อมคราม ผ้าหมักโคลน ผ้าย้อมสีธรรมชาติ

- Must See

กิจกรรมหนึ่งที่ต้องทำในช่วงที่มาท่องเที่ยวในไทย คือ การหาโอกาสการเข้าชม “โชว์ไทย” ซึ่งมีการแสดงเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น โขน หรือ การแสดงเกี่ยวกับวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ลิเก หมอลำ หรือ การแสดงสมัยใหม่ เช่น คาบาเรตโชว์

เมืองหลักและเมืองนำเที่ยว

เมืองหลักทางการท่องเที่ยวของไทยส่วนใหญ่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก จึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาที่มาพร้อมกับการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว เช่น ปริมาณขยะ การจัดการน้ำเสีย การจราจร ค่าครองชีพสูง ซึ่งต้องป้องกันและแก้ไขอย่างเร่งด่วนในระยะต่อไป ดังนั้น รัฐบาลจึงกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง หรือ เมืองนำเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวกระจายตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ในเมืองนำเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งหากดำเนินการสำเร็จ จะนำมาซึ่งการกระจายรายได้อย่างเท่าเทียมกันในทุกพื้นที่ของประเทศ

Hub of ASEAN

รัฐบาลตั้งเป้าหมายการมุ่งสู่บทบาทการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน โดยใช้สโลแกน “มาไทยเที่ยวเดียว เที่ยวต่อได้อีกหลายประเทศ” โดยการสร้างสรรค์แพ็คเกจท่องเที่ยวร่วมกับหลายประเทศในอาเซียน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาในภูมิภาคนี้ ในลักษณะการเชื่อมโยงไร้รอยต่อ ส่งเสริมให้อาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางเดียว ด้วยการผลักดันโครงการ ASEAN Pass และ โครงการรับ/จ่ายเงินข้ามประเทศ (Cross Border QR Payment)

การเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงต้องพิจารณาอย่างครอบคลุมทุกประเภทของการเดินทาง กล่าวคือ การเดินทางเชื่อมโยงทางอากาศ ประเทศไทยมีความพร้อมอำนวยความสะดวกโดยท่าอากาศยานนานาชาติ จำนวน 6 แห่งทั่วประเทศ สามารถกระจายนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางได้อย่างทั่วถึง ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนการเดินทางข้ามแดนทางบก ปัจจุบันประเทศไทยได้ประสานการอำนวยความสะดวกในการข้ามแดน โดยในเวลาเร่งด่วนได้เพิ่มเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองเพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวในหลายจุดผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ กัมพูชา สปป.ลาว และมาเลเซีย

สำหรับการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ ปัจจุบันไทยได้ร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ สิงคโปร์ และ กัมพูชา ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางน้ำ รวมทั้งการปรับปรุงพัฒนาท่าเรือเพื่อให้สามารถรองรับเรือสำราญขนาดใหญ่ได้ในอนาคต

World Class Event Hub

สนับสนุนให้งานกิจกรรมหรืองานเทศกาลระดับโลกและนานาชาติ มาจัดในประเทศไทย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศในการเป็นเจ้าภาพเทศกาลต่าง ๆ อาทิ เทศกาลเกี่ยวกับศิลปะ กีฬา อาหาร และ ดนตรี โดยรัฐบาลมุ่งหวังที่จะใช้งานเทศกาลเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ กระตุ้นธุรกิจการค้า การลงทุน รวมทั้งสนับสนุนการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของเมือง ให้มีศักยภาพพอที่จะรองรับการจัดเทศกาลระดับโลกนานาชาติได้

Ignite Tourism Thailand จากการนำเสนอที่ทำเนียบรัฐบาล เมื่อ 2 เมษายน 2567



การผลักดันแต่ละกลยุทธ์สู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ซึ่งมีลักษณะเป็นพลวัต เคลื่อนตัว ไม่หยุดนิ่ง ปรับไปตามความก้าวหน้าของสภาพเศรษฐกิจ สังคม ที่เกิดจากอัตราการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยี และนวัตกรรม ทำให้พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง รูปแบบการท่องเที่ยวเริ่มมีความหลากหลาย สำหรับทัศนคติ รสนิยม ความเชื่อเริ่มมีลักษณะเฉพาะตัว มีความสนใจความเป็นท้องถิ่น หลีกหนีเมืองหลัก เบนความสนใจไปยังเมืองที่ไม่คุ้นเคย

จากงานวิจัยแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่เกิดจากการเดินทาง ต้องการเรียนรู้เรื่องราวที่ลึกซึ้ง ถูกต้อง ผ่านวิธีการเล่าเรื่องโดยใช้เครื่องมือในรูปแบบของเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัย

สำหรับการผลักดันกลยุทธ์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน (Hub of ASEAN) ถือเป็นกลยุทธ์เชิงนโยบายที่สร้างภูมิทัศน์ใหม่สำหรับการท่องเที่ยวไทย (New Tourism Landscape) และ เป็นการพัฒนาท่องเที่ยวของประเทศไปอีกระดับหนึ่ง

ภาพรวมท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2559-2568

ภาพรวมการท่องเที่ยวภูมิภาคอาเซียน

ภูมิภาคอาเซียน ประกอบด้วยสมาชิก 10 ประเทศได้แก่ บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย สปป. ลาว เมียนมา มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ภาพรวมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน มีจุดแข็งและสิ่งที่น่าสนใจหลายประการ อาทิ

- ภูมิภาคนี้มีความร่ำรวย และ ความหลากหลายในวัฒนธรรม ทั้งวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ โดยองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (The United Nations Educational , Scientific and Cultural Organization : UNESCO) ประกาศขึ้นทะเบียนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก ในภูมิภาคนี้ ถึง 42 แห่ง ใน 9 ประเทศ อินโดนีเซียมีจำนวนมากที่สุด คือ 10 แห่ง โดยบรูไนเป็นประเทศที่ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก

- มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ทั้งธรรมชาติ

วัฒนธรรมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คน อาหาร การแต่งกาย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

- มีความหลากหลายในเรื่องการนับถือศาสนา ทั้งพุทธ ฮินดู มุสลิม และคริสต์ทำให้สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้

ความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นตามลำดับ จาก 20 ล้านคน ในปี 2535 เพิ่มขึ้นเป็น 81 ล้านคนในปี 2554 และเพิ่มขึ้นเป็น 116 ล้านคนในปี 2559 แต่ในช่วงปลายปี 2562 ต่อเนื่องถึงปี 2565 เกิดวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 กระทบต่อภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของโลก ก่อให้เกิดการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว ต่อมาในปี 2565 – 2566 สถานการณ์ท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัวตามลำดับ โดยในปี 2566 มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ประมาณ 108 ล้านคน ซึ่งเกือบใกล้เคียงกับช่วงปีก่อนเกิดวิกฤตโรคโควิด-19

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2559-2568

เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและบูรณาการ ภายใต้ความร่วมมือของประเทศสมาชิก จึงได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559-2568 (ASEAN Tourism Strategic Plan : STSP) โดยกำหนด วิสัยทัศน์ ดังนี้

“ภายในปี 2568 ภูมิภาคอาเซียนจะเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และความหลากหลาย ภายใต้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีความยั่งยืนให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมและมีความสมดุล และสามารถส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนชาวอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ของแผนยุทธศาสตร์ คือ

- เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนให้เป็นจุดหมายปลายทางเดียวกันด้านการท่องเที่ยว (Single Tourism Destination)

- เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียนที่ยั่งยืนและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม

เพื่อให้การดำเนินงานเกิดผลสัมฤทธิ์และเป็นไปตามวิสัยทัศน์ จึงกำหนดแผนการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวอาเซียน (พ.ศ.2559-2568) ให้เป็นไปตามเป้าประสงค์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอาเซียน ให้เป็นจุดหมายปลายทางเดียวกันด้านการท่องเที่ยว (Single Tourism Destination)

ลำดับ	การดำเนินการเชิงกลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการ
1	การเพิ่มความเข้มข้นของการส่งเสริมและการทำการตลาด	1.1 ยกระดับกรอบการดำเนินงานเกี่ยวกับสถิติด้านการท่องเที่ยวอาเซียน 1.2 ขยายโครงการทำการตลาดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน
2	การเพิ่มความหลากหลายของสินค้าด้านการท่องเที่ยว	2.1 ต่อยอดการพัฒนาสินค้าและการทำการตลาดที่ดำเนินการอยู่ให้เสร็จลุส่งตลอดจนค้นหาและพัฒนาสินค้าและใช้วิธีการด้านการตลาดรูปแบบใหม่ 2.2 ส่งเสริมการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและเส้นทางระดับอนุภูมิภาคของอาเซียนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม
3	การดึงดูดการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	3.1 จัดเตรียมแผนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวอาเซียน ซึ่งระบุถึงเส้นทางการลงทุนที่จะมีการกระตุ้นการลงทุนในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอย่างผสมผสานและเป็นหนึ่งเดียว 3.2 ส่งเสริมการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเลิศมากขึ้น
4	การเพิ่มศักยภาพและความสามารถของทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว	4.1 ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อนำข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (MRA-TP) มาปฏิบัติ 4.2 จัดเตรียมและดำเนินการตามแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวอาเซียนโดยประสานงานกับเครือข่ายการจัดการและพัฒนาบุคลากรอาเซียน (ATRM)
5	ผลักดันให้เกิดการปฏิบัติด้านการเพิ่มเติมมาตรฐานการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกการให้บริการ	5.1 ส่งเสริมการรับและบังคับใช้ระบบการรับรองมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวอาเซียนในนโยบายและการกำกับดูแลตลอดจนในแผนการพัฒนาบุคลากรของรัฐสมาชิก 5.2 กำหนดและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยวอาเซียนใหม่ ๆ 5.3 พัฒนาแนวทางในการคุ้มครองนักท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourist Protection Guidelines)
6	การส่งเสริมและขยายขอบเขตความเชื่อมโยงและโครงสร้างพื้นฐานในจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว	6.1 ยกระดับความเชื่อมโยงของการคมนาคมทางอากาศโดยการส่งเสริมให้เกิดตลาดการบินร่วมอาเซียน (ASAM) 6.2 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเรือสำราญและการท่องเที่ยวแม่น้ำรวมถึงโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเรือสำราญในพื้นที่ทะเลและแม่น้ำ 6.3 ปฏิบัติตามความตกลงว่าด้วยการยอมรับใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ในประเทศที่ออกโดยประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการข้ามยานพาหนะและการท่องเที่ยวทางบกข้ามประเทศภายในภูมิภาค 6.4 ส่งเสริมการพัฒนาความเชื่อมโยงทางถนนตามเส้นทางการท่องเที่ยวหลักของกลุ่มประเทศอาเซียน
7	การยกระดับการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	7.1 จัดเตรียมเอกสาร (White Paper) ว่าด้วยการปฏิบัติตามข้อกำหนดการอำนวยความสะดวกในการเดินทางภายในอาเซียนและการเดินทางระหว่างประเทศ (ตามข้อ 2 ความตกลงด้านการท่องเที่ยวแห่งอาเซียน พ.ศ. 2545)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียนที่ยั่งยืนและ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม

ลำดับ	การดำเนินการเชิงกลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการ
1	เพิ่มศักยภาพชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชนในห่วงโซ่มูลค่าด้านการท่องเที่ยว (Tourism Value Chain)	1.1 พัฒนาและดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว
2	การสร้างความปลอดภัยและส่งเสริมการรักษาความปลอดภัย ตลอดจนการให้ความสำคัญในการดูแลและบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวมรดก (Heritage Sites)	2.1 ร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนด้านความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัย และการคุ้มครองจุดหมายปลายทางหลักของอาเซียน 2.2 ร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการคุ้มครองและบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวมรดก
3	การเตรียมความพร้อมสำหรับการรักษาสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)	3.1 ร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและรับมือกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 3.2 จัดเตรียมคู่มือที่รวบรวมแนวทางการบรรเทา การปรับตัวและการรับมือกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือนกรกฎาคม 2567



การสนับสนุนให้การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนบรรลุวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์ภายในระยะเวลาที่กำหนด จำเป็นต้องมีการสานต่อโครงการต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วง เช่น

- การส่งเสริมภูมิภาคอาเซียนเป็นตลาดเดียว (Single Market)
- การสร้างมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Standards)
- การใช้ข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals : ASEAN MRA on TP))
- การประยุกต์ใช้วิธีการและนวัตกรรมสมัยใหม่ในการพัฒนาจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว สินค้าและการตลาด
- การบูรณาการ ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในระดับอนุภูมิภาคต่าง ๆ ภายในอาเซียน ได้แก่ กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) โครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจอาเซียนด้านตะวันออก บรูไน -อินโดนีเซีย- มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ (Brunei Darussalam–Indonesia–Malaysia–Philippines East

ASEAN Growth Area : BIMP-EAGA) ความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย- ไทย (Indonesia–Malaysia–Thailand Growth Triangle : IMT-GT) เป็นต้น

นอกจากนั้นการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ และเพื่อการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียนจะต้องมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีอำนาจหน้าที่ในด้านการคมนาคมและความเชื่อมโยง (Transportation Connectivity) การลงทุน ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย และการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมด้วย

ในด้านการกำกับดูแลการวางแผน การดำเนินงาน การควบคุมดูแล ตลอดจนการประเมินผลแผนงานและโครงการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอาเซียนนั้นจะยังคงมีการดำเนินการต่อไปในระดับภูมิภาค กล่าวคือ รัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Ministers) จะเป็นผู้กำหนดกรอบนโยบายและทิศทาง การพัฒนา ส่วนองค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติอาเซียน (ASEAN NTOs) จะเป็นหน่วยงานปฏิบัติการในการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559 - 2568 โดยมีคณะ กรรมการ 4 ชุด ได้แก่

- คณะกรรมการด้านการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Competitiveness Committee)
- คณะกรรมการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอาเซียน (ASEAN Sustainable and Inclusive Tourism Development Committee)
- คณะกรรมการด้านการติดตามประเมินผลทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Resourcing, Monitoring and Evaluation Committee)
- คณะกรรมการติดตามตรวจสอบบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Professional Monitoring Committee)

ไทย กับเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน (Thailand as a Tourism Hub of ASEAN)

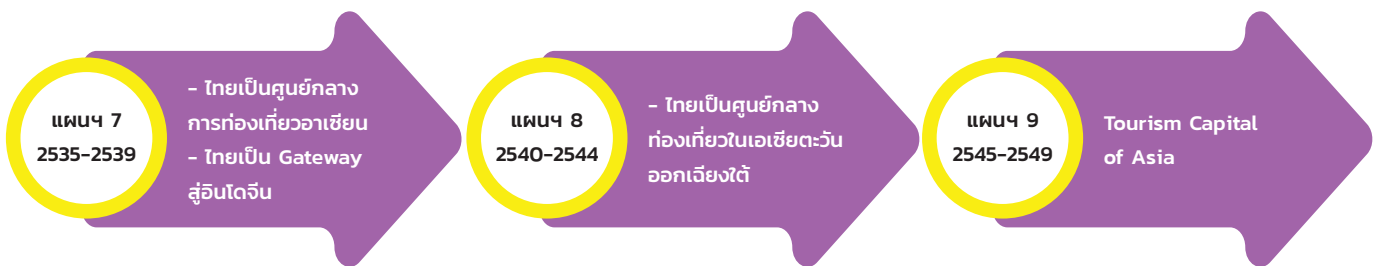
เมื่อทบทวนเส้นเวลาของการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวของไทย พบว่า ไทยให้ความสำคัญกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาคครั้งแรกในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) โดยกำหนดให้ “ไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน สนับสนุนไทยเป็น Gateway สู่กลุ่มประเทศอินโดจีน และ ประเทศเพื่อนบ้าน”

ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (2540-2544) กำหนดให้ “ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้”

ต่อมาในปี 2547 รัฐบาลประกาศให้ประเทศไทยเป็นเมืองหลวงทางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) จากการประกาศดังกล่าว หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวจึงได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2547-2549 โดยกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ให้ประเทศไทยพัฒนาคุณภาพและบริการไปสู่การเป็นเมืองหลวงทางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปี 2549

ในช่วงเวลา 2547-2549 มีการผลักดันชุดโครงการขนาดใหญ่ (Mega Projects) หลายโครงการไป พร้อม ๆ กับ โครงการเมืองหลวงทางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ได้แก่ โครงการครัวไทยไปครัวโลก โครงการศูนย์กลางทางการแพทย์ โครงการศูนย์กลางทางการบิน โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น และโครงการดีทรอยด์แห่งเอเชีย ซึ่งทุก ๆ การขับเคลื่อนโครงการขนาดใหญ่นี้ดังกล่าว ล้วนเชื่อมโยงกัน ต่อภาคการท่องเที่ยวทั้งสิ้น และจากปรากฏการณ์เกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของอาหารไทย ความนิยมด้านการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไทย ความสะดวกสบายจากการตัดสินใจเปิดใช้งานสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ ล้วนสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวของไทยทั้งสิ้น



จากการประกาศนโยบายเชิงรุกทางการท่องเที่ยวไทยจากเมืองหลวงทางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) ในปี 2547 จนถึงการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน (Tourism Hub of ASEAN) ในปัจจุบันนี้ เป็นความมุ่งมั่นของรัฐบาลที่ต้องบูรณาการการทำงานในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการทำงานภายใต้ภูมิทัศน์ทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป ภูมิรัฐศาสตร์ที่เป็นการเมืองแบบแบ่งขั้ว ไม่ใช่โลกาภิวัตน์ สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงแบบสุดขั้ว ที่สำคัญที่สุด คือ เป็นการทำงานที่มีระดับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่พัฒนาก้าวหน้าในอัตราที่รวดเร็วมากซึ่งส่งผลดีกับภาคการท่องเที่ยว ทำให้การเดินทางง่ายขึ้นเร็วขึ้นในราคาถูกลง ในขณะเดียวกัน เทคโนโลยี ได้สร้างความเสี่ยงชุดใหม่ที่รับมือยากขึ้น ประกอบกับ ประเทศคู่แข่งมีจำนวนมากขึ้น การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับรูปแบบและเนื้อหาให้สอดคล้องกับยุคสมัยจำเป็นต้องทบทวนการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยเนื้อหาเดิมและวิธีการเดิม การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์ราคาถูกโดยต้องพิจารณาผลเสีย การใช้กลยุทธ์ด้านราคา ส่งผลให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ก่อให้เกิดปัญหา นักท่องเที่ยวล้นทะลัก (Overtourism) ซึ่งกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น

สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย กับ กลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN for ASEAN)

ปี 2566 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทย และทุกประเทศในอาเซียนกลับมาเกิดขึ้นโดยปกติ โดยประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมาย

ปลายทางด้านการท่องเที่ยว (Destination) ที่สำคัญของนักท่องเที่ยวอาเซียน โดยตลอดทั้งปี มีนักท่องเที่ยวอาเซียนมาเยือนประเทศไทยรวม 9,822,280 คน ในจำนวนนี้ นักท่องเที่ยวอาเซียนที่มาจากไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก ประกอบด้วย มาเลเซีย 4,626,422 คน เวียดนาม 1,033,688 คน และสิงคโปร์ 1,027,424 คน ตามลำดับ

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนเกิดการระบาดของโควิด-19 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวอาเซียนในปี 2566 ต่ำกว่าปี 2562 ร้อยละ 9.70 โดยมีนักท่องเที่ยวอาเซียนจาก 6 ประเทศที่ต่ำกว่าปี 2562 โดยเฉพาะสปป.ลาว และกัมพูชาที่ฟื้นตัวได้ช้า โดยมีจำนวนต่ำกว่าปี 2562 ถึงร้อยละ 50.48 และร้อยละ 36.93 ตามลำดับ ซึ่งเป็นผลกระทบจากสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจในประเทศเป็นหลัก ขณะที่ประเทศอาเซียนอื่น ๆ เช่น สิงคโปร์ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ บรูไน เป็นผลจากหลายปัจจัย อาทิ ความเชื่อมั่นในการเดินทางระหว่างประเทศ และความไม่เพียงพอของจำนวนเที่ยวบิน เป็นต้น

สำหรับนักท่องเที่ยวอาเซียนที่ฟื้นตัวได้เป็นอย่างดี เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย เมียนมา เป็นผลจากหลายปัจจัย อาทิ มาเลเซียที่มีจำนวนมากเกินกว่าปี 2562 ถึงร้อยละ 8.23 เนื่องจากความต้องการท่องเที่ยวที่สะสมมานาน (Pent up demand) และความชื่นชอบการเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัว จึงทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นในการเดินทาง เป็นต้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวอาเซียน จึงเป็นหนึ่งในตลาดที่มีศักยภาพสูงของไทย เพราะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ โดยมีจำนวนรวมกันกว่า 10 ล้านคน มีระยะทางที่ใกล้ มีช่องทางเดินทางเข้าออกที่หลากหลาย และมีแหล่งท่องเที่ยว อาหาร และสินค้าที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

อันดับ	ประเทศ	ปี 2562	ปี 2566p	%การเปลี่ยนแปลง
1	 มาเลเซีย	4,274,458	4,626,422	+8.23%
2	 เวียดนาม	1,080,609	1,033,688	-4.34%
3	 สิงคโปร์	1,150,024	1,027,424	-10.66%
4	 สปป. ลาว	1,856,762	919,401	-50.48%
5	 อินโดนีเซีย	706,908	762,118	+7.81%
6	 กัมพูชา	925,437	583,708	-36.93%
7	 ฟิลิปปินส์	473,565	461,251	-2.60%
8	 เมียนมา	389,301	394,134	+1.24%
9	 บรูไน	19,858	14,134	-28.82%
รวม		10,876,922	9,822,280	-9.70%

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ความเป็นไปได้ของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน

ประเทศไทยมีศักยภาพด้านการเชื่อมโยงทางกายภาพ และความพร้อมของข้อมูล

บทบาทของการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน หรือ Tourism Hub of ASEAN คือ การสร้างเครือข่ายการเดินทางท่องเที่ยว โดยเน้นบทบาททั้งการเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว และการทำหน้าที่กระจายกระแสการเดินทางออกไปยังพื้นที่อื่น ประเทศอื่น หรือจุดหมายปลายทางอื่นด้วย ดังนั้นการออกแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว Tourism Hub จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในทุกมิติทั้ง การเตรียมพร้อมด้านอุปทาน โดยการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการทางการท่องเที่ยวที่ต้องมีความครอบคลุมเพื่ออำนวยความสะดวกให้การท่องเที่ยวมีลักษณะสั้นไกลไม่ติดขัด โดยเฉพาะ มิติทางด้านกายภาพ ซึ่งครอบคลุมการเดินทางทางอากาศ ทางบกด้วยระบบถนน / ระบบราง หรือ ทางน้ำ ส่วนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านอุปสงค์นั้น จำเป็นต้องส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มประเทศ ภูมิภาค หรือ อนุภูมิภาค



การมีบทบาทในฐานะที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว Tourism Hub นั้น ประเด็นเรื่องการบูรณาการ การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) เป็นสิ่งจำเป็นเช่นกัน ซึ่งต้องเน้นความถูกต้อง ทันสมัย ความครบถ้วน ผลจากการที่ประเทศไทยแสดงบทบาทการเป็น Hub ท่องเที่ยวซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้น คือ ปริมาณนักท่องเที่ยวจะเพิ่มสูงขึ้น วันพักเฉลี่ย อาจจะปรับตัวลดลง เนื่องจากอัตราการเคลื่อนย้ายของการเดินทางของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพจะเกิดขึ้น ปรากฏการณ์ “เข้าง่าย ออกง่าย” จะเปลี่ยนภูมิทัศน์การทำธุรกิจ (Business Landscape) ในอนาคต บทบาทเมืองชายแดน การค้าชายแดน การท่องเที่ยวชายแดน จะเปลี่ยนไป

ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมากในภูมิภาค

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยในฐานะสมาชิกสมาคมอาเซียน ให้ความร่วมมือกับการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคมาโดยตลอด อีกทั้ง บทบาทด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในภูมิภาคนี้ นับว่ามีความโดดเด่นมาก ตั้งแต่ช่วงก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 และเมื่อพิจารณาตามจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในช่วงหลังวิกฤต โรคโควิด-19 ระหว่าง ปี 2563-2566 จะพบว่า ประเทศไทยยังคงมีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างสม่ำเสมอ โดยในปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติท่องเที่ยวในประเทศไทย 28.1 ล้านคน เป็นรองมาเลเซีย ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึง 29 ล้านคน รองลงมาคือ สิงคโปร์ เวียดนาม และ อินโดนีเซีย ตามลำดับ ประเทศที่นับว่ามีความก้าวหน้าด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ เวียดนาม

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศภูมิภาคอาเซียน

ประเทศ	2563 (ล้านคน)	2564 (ล้านคน)	2565 (ล้านคน)	2566 (ล้านคน)
 ไทย	6.7	0.4	11.1	28.1
 มาเลเซีย	4.3	0.1	10.1	29.0
 อินโดนีเซีย	3.9	1.5	5.9	11.7
 สิงคโปร์	2.1	0.3	5.3	13.6
 เวียดนาม	3.8	0.2	3.7	12.6
 ฟิlippินส์	1.5	0.2	-	5.0
 กัมพูชา	1.3	0.2	2.3	5.4
 พม่า	0.9	0.1	0.2	0.75
 บรูไน	0.1	-	-	-
 ลาว	-	-	-	2.4

ที่มา : องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ

ประเทศไทยมีความหลากหลายในทรัพยากรท่องเที่ยว และ บริการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี และสิ่งที่มีมนุษย์สร้าง ดังนั้น จึงทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมทั้งการท่องเที่ยวเมือง และการท่องเที่ยวกลางแจ้ง และในส่วนของบริการทางการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีโรงแรมและรีสอร์ตทุกระดับในการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการในกลุ่มคุณภาพสูง ประเทศไทยมีที่พักระดับหรูหราระบายอยู่ทั่วประเทศในไทย อย่างไรก็ตาม สำหรับการใช้จ่าย Soft Power ด้านการท่องเที่ยว ด้วยกลยุทธ์ 5 F : Food , Fight , Festival , Film และ Fashion นั้น ประเทศไทยนับว่ามีความโดดเด่น ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในระดับสูงเช่นกัน

สำหรับโอกาสต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการผลักดันให้ไทยมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวนั้น นอกจากโอกาสในด้านภูมิศาสตร์ที่ไทยเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค สามารถสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศอาเซียน ในลักษณะการเป็นจุดหมายปลายทางเดียว (Single Destination) ในขณะที่ประเทศสมาชิกอาเซียน สามารถท่องเที่ยวในประเทศไทย ในลักษณะ Weekend Destination และพิจารณาให้ประเทศไทยเป็นบ้านหลังที่สองสำหรับการพักผ่อน เน้นการเป็น Leisure Destination และจุดหมายปลายทางสำหรับการพักผ่อน และช้อปปิ้ง

ความสามารถตอบสนองแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต (Tourism Trends)

ประเทศไทย เป็นประเทศที่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตได้ สำหรับแนวโน้มพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต ได้แก่ การท่องเที่ยวที่เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) การท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ (Nature Tourism) การเดินทางที่ไม่เน้นการวางแผน (Plan-Free Tourism) การเดินทางเพื่อเข้าชมงานเทศกาล หรือ การแสดง (Event Tourism)

ภาพรวมแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตที่ได้รับความนิยมในระดับสูง คือ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical & Wellness Tourism) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกระจายอยู่ในหลายกลุ่ม และเมื่อพิจารณาศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการรองรับกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ พบว่า ประเทศไทยมีการดำเนินงานที่น่าสนใจ ดังนี้

- ประเทศไทยมีศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู และเวชศาสตร์ชะลอวัย เป็นการฟื้นฟูระดับเซลล์ และเนื้อเยื่อ รวมทั้งปกป้องการทำงานของอวัยวะให้เป็นปกติ โดยมีจุดมุ่งหมายสูงสุดในการยืดอายุสุขภาพที่ดีให้ยาวนาน ชะลอความร่วงโรยแม้วัยจะมากขึ้น

- ประเทศไทยมีศูนย์รักษามะเร็งแบบบูรณาการ เป็นโปรแกรมการดูแลรักษาผู้ป่วยมะเร็งแบบบูรณาการ ช่วยบำบัดอาการข้างเคียง บรรเทาอาการปวด และเพิ่มภูมิคุ้มกันให้ผู้ป่วย เพิ่มโปรแกรมการล้างพิษ ผสมผสานการใช้โภชนาการเพื่อปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต รวมทั้งเน้นด้านการเยียวยาจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก

- ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับการยอมรับด้านการแพทย์และความงามสำหรับกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+) ซึ่งนอกจากจะมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผ่าตัดแปลงเพศ และศัลยกรรมความงามแล้ว ประเทศไทยยังมีสภาพสังคมที่ยอมรับและเปิดกว้างในเรื่องความหลากหลายทางเพศ ดังนั้น จึงเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มที่ต้องการแสวงหาการเดินทางสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในชีวิต

- ประเทศไทยมีสถาบันเวชศาสตร์การกีฬาและออกกำลังกายที่ได้มาตรฐานระดับนานาชาติ มีความพร้อมในการให้บริการนักกีฬาทุกประเภท มีโปรแกรมการป้องกันและฟื้นฟูอาการบาดเจ็บ มีนักเวชศาสตร์การกีฬาที่ได้รับการฝึกการดูแลสุขภาพนักกีฬาแบบองค์รวม

- ประเทศไทยมีโปรแกรมการบำบัดเยียวยาทางอารมณ์ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง สามารถรองรับกลุ่มที่มีปัญหาความเครียด นอนไม่หลับ ซึมเศร้า โดยมีการนำเสนอหลักสูตรการฟื้นฟูจิตใจตามแนวทางพุทธศาสนา การใช้สมุนไพร และโภชนาการ เป็นต้น

- ประเทศไทยมีโรงพยาบาลผู้สูงอายุที่ได้มาตรฐาน JCI สามารถดูแลผู้สูงอายุด้วยบุคลากรที่ได้รับการอบรมมาอย่างดี

ประเทศไทยกับการดำเนินงานขับเคลื่อนการท่องเที่ยวภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Tourism Connectivity)

การสร้างจุดขายในลักษณะ Single Destination ด้วยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในอาเซียนอย่างไร้รอยต่อ ประเทศไทยบูรณาการการทำงานเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย ดังนี้

การผลักดันให้เกิดการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ช่องทางเดียว (Single Payment Gateway)

ระบบการชำระเงินออนไลน์ หรือ Payment Gateway คือ บริการรับชำระเงินออนไลน์ อาจชำระผ่าน Mobile Banking หรือ Internet Banking หรือ E-Wallet หรือ การสแกน QR Code ระบบการชำระเงินลักษณะนี้ กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก

การเคลื่อนตัวเข้าสู่การเป็นสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) เป็นกระแสที่เกิดขึ้นทั่วโลกไลฟ์สไตล์ของคนปัจจุบันนิยมความสะดวกง่าย และรวดเร็ว ดังนั้น จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินสดที่ลดลง เปลี่ยนรูปแบบมาเป็นการใช้จ่ายทางออนไลน์มากขึ้น แต่เนื่องจากระบบ Payment Gateway มีความแตกต่างกันทั้งในประเทศไทย และในภูมิภาคอาเซียน

การเชื่อมโยงระบบการเงินในอาเซียน เริ่มมีการหารือร่วมกันระหว่างผู้นำการธนาคารกลางอาเซียน ในปี 2562 ซึ่งในการประชุมครั้งนั้น กระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นเจ้าภาพผลการประชุม คือ การลงนามบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding : MOU) เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างธนาคารกลางของอาเซียน มีการจัดแสดงนวัตกรรมทางการชำระเงินที่มีการเชื่อมโยงในอาเซียน (ASEAN Payment Connectivity)

อย่างไรก็ตาม หากมีการพัฒนา platform ที่รวบรวมระบบการจ่ายเงินของหลายประเทศใน platform เดียว จะเป็นโอกาสที่ทำให้คนเดินทางมีความสะดวกสบายในการจ่ายมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะส่งผลต่อการเพิ่มการใช้จ่ายที่สูงขึ้น



การเชื่อมต่อการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอาเซียน (ASEAN Pass)

เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวนอกอาเซียนโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวระยะไกลเดินทางมาท่องเที่ยวในอาเซียนเพิ่มจำนวนมากขึ้น แนวคิด ASEAN Pass คือแนวคิดที่เกิดจากรูปแบบการเดินทางโดยสายการบิน ลักษณะ Connecting Flight Network

โดยภายในภูมิภาคอาเซียนมีสายการบินให้บริการจำนวนมาก ทั้งสายการบินแห่งชาติและสายการบินต้นทุนต่ำ และมีเส้นทาง การบินครอบคลุมทั่วภูมิภาค แนวคิดนี้เสนอให้ออกแบบบัตรโดยสาร ASEAN PASS ที่สามารถเดินทางได้อย่างอิสระในภูมิภาค เช่นเดียวกับ EURO pass หรือ JR pass ซึ่งจะสะท้อนต่อการเชื่อมโยงภูมิภาคให้เป็น Single Destination ประกอบกับ การมีมาตรการผ่อนคลายนโยบายวีซ่ามากขึ้นในหลายประเทศ หากมีการเพิ่มเติม ASEAN PASS จะถือว่าเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวนอกภูมิภาคอาเซียนให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคได้อย่างเป็นรูปธรรม

การตรวจลงตราหนังสือเดินทางประเภทอื่น เช่น Long Stay Visa หรือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ อาทิ Digital Nomad, Medical and Wellness

ปัจจุบัน ประเทศไทยประกาศใช้วีซ่านักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ (Destination Thailand Visa : DTV) เป็นวีซ่าระยะยาว เช่นเดียวกับ วีซ่าพำนักระยะยาวสำหรับชาวต่างชาติ (Long-Term Resident Visa : LTR Visa) เป็นวีซ่าที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ทำงานออนไลน์ทางไกล (Digital Nomad) โดยเริ่มมาตรการนี้ เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2567 กลุ่มเป้าหมายคือ ชาวต่างชาติที่ทำงานอิสระ ต้องการงานทางไกล และท่องเที่ยวไปพร้อมกัน ผู้ที่ถือวีซ่าประเภทนี้ สามารถอาศัยอยู่ในประเทศไทยได้นานถึง 180 วัน ต่อการเข้าพักหนึ่งครั้ง และวีซ่ามีอายุ 5 ปี สามารถเข้าและออกนอกประเทศได้หลายครั้ง ผู้ที่ถือวีซ่าประเภทนี้ สามารถนำบุตร สามี หรือ ภรรยาหรือผู้ที่อยู่ในอุปการะเข้ามาในประเทศไทยได้

วีซ่านักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ หรือ DTV นั้น นอกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ทำงานออนไลน์ทางไกล (Digital Nomad) แล้ว ยังรวมถึงชาวต่างชาติที่ต้องการเดินทางมาเรียนมวยไทย เรียนการทำอาหารไทย การฝึกกีฬาประเภทต่าง ๆ การรักษาทางการแพทย์ รวมถึงการอบรมสัมมนาต่าง ๆ

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางบก (ASEAN Drive Tourism)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จัดทำรายงานการศึกษา เรื่อง โครงการพัฒนาและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กิจกรรม “Self-Drive Tourism and ASEAN Connect: Criteria Development and Policy Recommendations”

การท่องเที่ยวด้วยการขับรถ หรือ “Drive Tourism” คือการท่องเที่ยวจากจุดตั้งต้นไปยังจุดหมายปลายทางโดยยานพาหนะที่ใช้กำลังขับเคลื่อนด้วยเครื่องจักรกลประเภทต่าง ๆ เช่น รถยนต์นั่งส่วนบุคคล จักรยานยนต์ รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อ หรือรถบ้าน โดยมีกิจกรรม

ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง แต่การท่องเที่ยวแบบขับรถเองไม่รวมการเดินทางโดยรถขนส่งสาธารณะหรือรถที่ให้บริการประจำทาง โดยระยะทางหรือระยะเวลาอาจมีลักษณะเป็น การเดินทางวันเดียว (one day trip) หรือค้างพักรแรมตามจุดต่าง ๆ

ในปี พ.ศ. 2563 - 2566 กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำหนังสือคู่มือเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง สำหรับการขับรถท่องเที่ยวด้วยตนเอง (Self-Drive Tourism and ASEAN Connect Guideline) ในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ ของประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และเกาะบัตัม อินโดนีเซียเป็นฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยจัดทำเป็น 2 เส้นทาง ได้แก่

1. เส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อมุสลิม (Muslim Friendly Tourism Route) และ

2. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism Route)

นอกจากนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้นำเสนอโครงการส่งเสริมการเชื่อมโยงท่องเที่ยวทางบกในภูมิภาค (Intra-regional Connectivity) ผ่านการจัดทำเส้นทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง 5 ประเทศ ภายใต้ชื่อ โครงการ ASEAN Drive Tourism ในการประชุมรัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียน ครั้งที่ 25 (ASEAN Tourism Forum 2024) ณ เมืองเวียงจันทน์ สปป.ลาว

เส้นทางที่ 1

จอร์จทาวน์ (ปีนัง) - อลอร์สตาร์ (เคดาห์) - หาดใหญ่ (สงขลา) - กรุงเทพฯ - เสียมราฐ - พนมเปญ - โฮจิมินห์ - ดานัง - ปากเซ - สะหวันนะเขต

เส้นทางที่ 2

มุกดาหาร - สะหวันนะเขต - เว้ - ดานัง

เส้นทางที่ 3

คลองใหญ่ (ตราด) - เกาะกง - สีหนุวิลล์ - กัมปอต - แกบ - พุกเกีย

เส้นทางที่ 4

อรัญประเทศ (สระแก้ว) - เสียมราฐ - พนมเปญ

เส้นทางที่ 5

หนองคาย - เวียงจันทน์ - หลวงพระบาง / เลย์ - หลวงพระบาง

เส้นทางที่ 6

หาดใหญ่ (สงขลา) - สุโงโกลก (นราธิวาส) - โกตาบารู (กลันตัน) - กัวลาลัมเปอร์ / หาดใหญ่ - อลอร์สตาร์ (เคดาห์) - จอร์จทาวน์ (ปีนัง)

นอกจากนั้น ยังนำเสนอการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงโดยหารีร่วมกันทั้งในระดับทวีปและพหุภาคีเพื่อกำหนดเป็นนโยบายระหว่างประเทศที่ชัดเจน โดยจะเริ่มดำเนินการในกลุ่มที่เป็น Mainland ก่อน พร้อมกับการจัดทำข้อตกลงในการอำนวยความสะดวกเรื่องการเข้า-ออก ดังนั้น สิ่งที่ควรเสริมเพิ่มเติม เช่น การจัดงานเทศกาลประเพณี วัฒนธรรม กีฬา และ กิจกรรมพิเศษที่มีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งสร้างเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมทั้งนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ พื้นที่พักผ่อนระหว่างเส้นทาง เช่น ไทย : หาดใหญ่ เมืองเก่าสงขลา ปัตตานี สุโงโกลก มาเลเซีย : เมืองจอร์จทาวน์ ปีนัง กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ : สิงคโปร์ เป็นต้น



การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ (ASEAN Marine Tourism)

การพิจารณาเรื่องการสร้าง Home Port และ Port of Call ยังคงต้องดำเนินการต่อไป โดยเร่งรัดในการกำหนดพื้นที่ในการพัฒนาท่าเรือ Home Port เพื่อรองรับการขนส่งระหว่างประเทศพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น รองรับเรือเข้าออกได้ 24 ชั่วโมง เชื่อมโยงกับการขนส่งสาธารณะทางอากาศทางบก และทางราง ในขณะเดียวกันในระยะสั้นให้พิจารณาเรื่องการพัฒนาเมืองท่าเรือ Port of Call (เรือสำราญแบบ เรือจอดทอดสมอ) และนำนักท่องเที่ยวขึ้นฝั่งผ่านเรือขนาดเล็กไปพร้อม ๆ กัน

การพัฒนาระบบศูนย์รวมข้อมูลท่องเที่ยวอาเซียน

ระบบการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทาง (Ease of Traveling) บน Web Portal Entry Thailand เป็นการรวบรวมระบบการให้บริการต่าง ๆ มาไว้ในที่เดียวแบบครบวงจรผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก ในการเข้ารับบริการ และการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้น การปรับปรุง และพัฒนาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้รวมข้อมูลเป็นศูนย์กลางอย่างเป็นทางการ เพื่ออำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทุกขั้นตอนตั้งแต่ก่อนเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว และหลังจากท่องเที่ยว จึงเป็นเรื่องจำเป็น

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานด้านการเผยแพร่ข้อมูลภายใต้แผนกลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยวอาเซียน คือ การจัดทำ @Visit-SoutheastAsiaOfficial จากการประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชม @VisitSoutheastAsiaOfficial ในช่องทางและสื่อสังคมต่าง ๆ (Social Media) อาทิ Facebook และ Instagram ในภาพรวม เพิ่มขึ้นเป็น 117,660 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 45 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า (ในวันที่ 1 มิถุนายน 2566 - 16 กุมภาพันธ์ 2567) โดยยอดการมีส่วนร่วมหลักใน Instagram มาจาก Reel ในขณะที่ยอดการมีส่วนร่วมใน Facebook มาจากการประชาสัมพันธ์แบบมีค่าใช้จ่าย เพื่อเพิ่มยอดการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจากอังกฤษ สหรัฐอเมริกา อินเดีย และออสเตรเลีย เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีส่วนร่วมกับการสื่อสังคมด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน



การดำเนินงานในกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

กิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอาเซียน เพื่อเน้นย้ำเรื่องการเป็นจุดหมายปลายทางเดียว หรือ Single Destination เป็นกิจกรรมที่ประเทศสมาชิกผลักดันมาอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างของกิจกรรม เช่น

- กิจกรรมบูรณาการ 10 Local Tour Campaign คือการเชิญ Influencer ของแต่ละชาติสมาชิกอาเซียน จัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบ Instagram Reel และ Stories เพื่อแนะนำและประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในชาติอาเซียนที่ Influencer พำนักอยู่ รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เสนอ Influencer ชื่อ Nadine ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่ม Expats ที่พำนักอยู่ที่ภูเก็ต

- กิจกรรม The Southeast Asia Challenge โดยเชิญ Influencer จากสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และออสเตรเลีย จำนวน 3 คน ได้แก่ Kinya Tinger และ Mel เดินทางเยือน 10 ประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อทำกิจกรรม โดยกิจกรรมของประเทศไทย คือ

1. เรียนมวยไทย
2. เรียนเชียร์ฟุตบอลลีก จังหวัดภูเก็ต โดยมีรางวัลคือ นวดสปา ณ Sukko Wellness & Spa Resort

- ความคืบหน้าการจัดทำโครงการ Microsite เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญาในภูมิภาคอาเซียน โดยบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO)

- สิงคโปร์ได้เสนอโครงการ Singapore Wanderland ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในรูปแบบของ Metaverse Pilot Learning ผ่านการส่งเสริมวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวของสิงคโปร์ในแพลตฟอร์ม Roblox ซึ่งมีผู้ใช้งานทั่วโลกมากกว่า 70 ล้านคนต่อวัน นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวจะช่วยให้สิงคโปร์สามารถทดสอบความเป็นไปได้ในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ของสิงคโปร์

สำหรับกิจกรรมการเพิ่มโอกาสทางตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนที่ประเทศไทยจะดำเนินการนั้น มาจากขั้นตอนการวิเคราะห์เทรนด์ท่องเที่ยวในอนาคต กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ และความพร้อมของสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวของไทยและกลุ่มประเทศสมาชิก

กิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่ประเทศไทยจะดำเนินกิจกรรม ดังนี้

- การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ (Wellness & Medical Tourism)

เนื่องจากประเทศไทยมีภาพลักษณ์ในฐานะ TOP ASEAN WELLNESS DESTINATION และมีความพร้อมในการรองรับกลุ่มตลาดศักยภาพ กิจกรรมทางการตลาดที่ควรได้รับการผลักดัน เช่น การจัดกิจกรรม Thai-ASEAN Wellness Tourism Week โดยยกระดับงานให้อยู่ในระดับ International Wellness Event นำเสนอ Showcase Wellness Tourism โดยมีความพร้อมเกี่ยวกับการยกระดับ Smart Data for Wellness Tourism คัดเลือกกิจกรรมหรือพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จด้าน wellness & medical tourism ของประเทศสมาชิกรับเสนอในกิจกรรมครั้งนี้

- การนำเสนอกลยุทธ์การตลาดแบบ Collaborative Marketing

หรือ X – Strategy ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่เน้นการร่วมมือกันระหว่างแบรนด์ หรือ การร่วมมือกันระหว่างแบรนด์กับบุคคล เพื่อการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ สำหรับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนนั้น การนำกลยุทธ์นี้มาใช้จะสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแนวใหม่ให้กับภูมิภาค

1. Tuk Tuk X MUJI เป็นการนำเสนอการเดินทางด้วยรถตุ๊ก ๆ ที่มีการออกแบบแนว minimal ใช้โทนสีขาว เส้นทางการท่องเที่ยวคือ ชุมชนริมแม่น้ำเจ้าพระยา

2. Jeepney X Phuket ซึ่ง Jeepney ได้ชื่อว่าเป็น King of the road ของฟิลิปปินส์ ในขณะที่ภูเก็ตเป็น Pearl of the south ของไทย เมื่อมา collab กันแล้ว จะเกิดบริการท่องเที่ยวใหม่ในภูเก็ต

- การส่งเสริมซอฟต์แวร์ไทย ด้านภาพยนตร์ ซีรีส์ Y

ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในเอเชีย ปัจจุบันมีฐานแฟนคลับขนาดใหญ่ ดังนั้น กลยุทธ์การตลาดที่ปรับใช้กับการท่องเที่ยวอาเซียน คือ การขยายฐาน “แฟนด้อม” ให้ครอบคลุมทุกประเทศ ไม่เน้นเฉพาะเรื่องการซื้อ-ขายภาพยนตร์เท่านั้น แต่ยังมุ่งไปที่การขยายพื้นที่ทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ทั้ง อาหาร การแต่งกาย รวมถึงสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ การยกระดับซอฟต์แวร์ด้านภาพยนตร์ซีรีส์ของไทย จำเป็นต้องผลักดันอย่างเป็นระบบ มีการบูรณาการกับภาคบริการอื่น ๆ ซึ่งหากยกระดับความสำเร็จให้สูงขึ้น จะนำมาซึ่งตัวทวีทางเศรษฐกิจอื่น ๆ

- การส่งเสริมการตลาดในลักษณะ Single Destination

เป็นเรื่องสำคัญสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ซึ่งในการดำเนินงาน แต่ละประเทศล้วนมีแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศตนเป็นหลัก และบางครั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พ่วงแหล่งท่องเที่ยว และ/หรือ บริการทางการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านไปด้วย อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จ คือ การเข้าใจกลุ่มลูกค้า และควรจะเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (niche market) ไม่ใช่กลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่ (Mass Market) เมื่อเลือกกลุ่มลูกค้าแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือ ทำอย่างไรให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ถูกเลือกอันดับแรก (Thailand as a Preferred Destination)



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มานานกว่า 40 ปี โดยระบุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งเป็นแผนระดับชาติ อีกทั้ง การเติบโตด้านการท่องเที่ยวของไทยยังโดดเด่นมากในภูมิภาคนี้ การพัฒนาบทบาทให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ จึงมีความเป็นไปได้สูง โดยการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงนโยบายจำเป็นต้อง “ผลักดัน” กฎระเบียบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อความสะดวกสบายด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าประเทศ

- การทบทวนการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน 2559-2568 เป็นเรื่องจำเป็น เนื่องจากสถานการณ์ในภาพรวมเปลี่ยนแปลงไปในอัตราที่รวดเร็ว ทิศทาง แนวทางที่นำเสนอไว้อาจไม่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริง ปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เช่น สภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป สภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน สภาพการเมืองที่แหลมคม สภาพผู้คนที่มีวิถีคิด วิถีใช้ชีวิตเริ่มเปลี่ยนไป การท่องเที่ยวอาเซียน จะปรับตัว และยืดหยุ่นอย่างไร



- ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยที่ต้องเร่งแก้ไขโดยเร็ว คือ เรื่องความปลอดภัยเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว และการเร่งยกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพ อย่างน้อยต้องเทียบเท่าประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวศักยภาพขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทย ยังไม่มีท่าเรือ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้ รวมทั้ง การให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดเป็นกฎหมาย หรือ แนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน ไม่ใช่ดำเนินการเฉพาะการรณรงค์สร้างจิตสำนึกเท่านั้น

- เร่งรัดการต่อยอดความสำเร็จทางการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเคยทำได้แล้ว หลีกเลี่ยงการผลิตซ้ำความสำเร็จเดิมด้วยวิธีการแบบเดิม เนื่องจาก นักท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเร็ว รับเร็ว และเลิกเร็ว ดังนั้น การต่อยอด และการก้าวไปข้างหน้าตลอดเวลาเป็นสิ่งที่ผู้บริหารนโยบายจะต้องรับรู้และผลักดันนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงรุกให้มากยิ่งขึ้น

- ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การมอบหมายนโยบาย กับ การติดตามการดำเนินงานตามนโยบายเป็นสิ่งที่ต้องควบคู่กัน ดังนั้น การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ที่ต้องมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน ระยะเวลาการดำเนินงาน เช่น ระยะเร่งด่วน ระยะสั้น และระยะยาว จึงเป็นสิ่งที่ทำให้การประเมินผลมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ผลกระทบของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

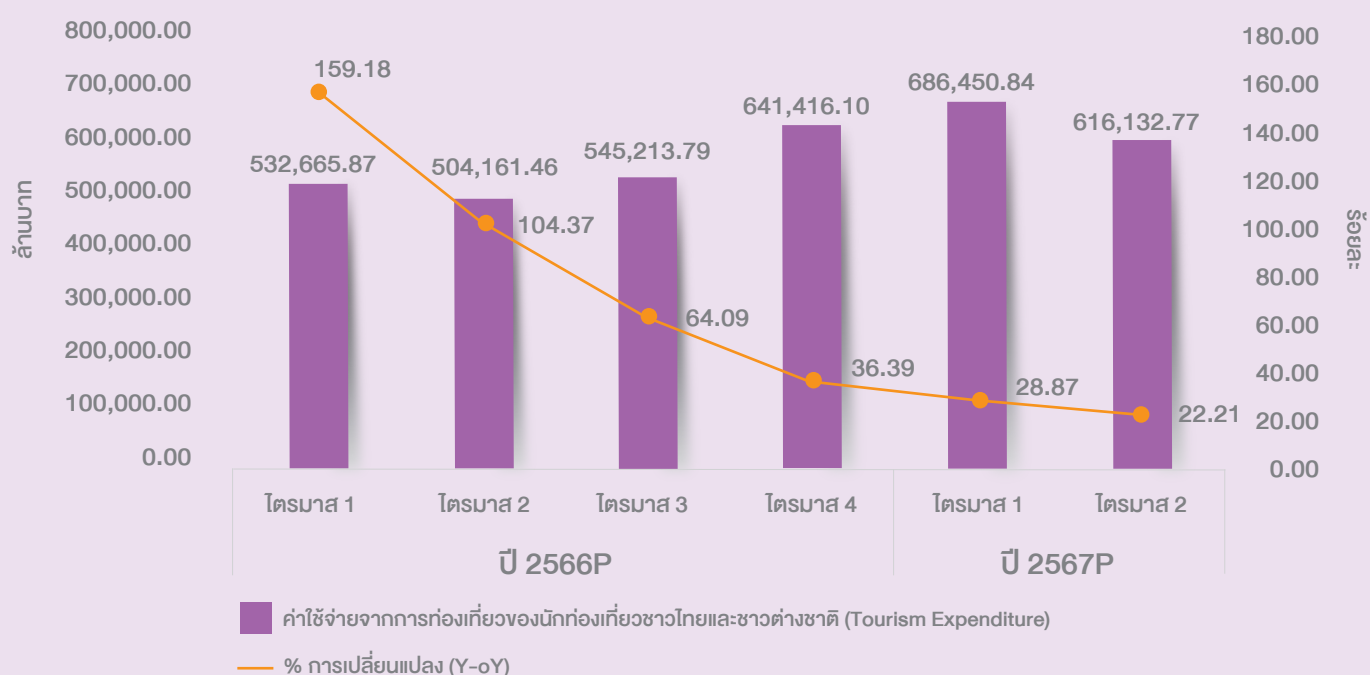


ไตรมาส 2 ปี 2567 การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยการเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเที่ยวไทยที่มีจำนวนสูงถึง 8.13 ล้านคน แม้จะลดลงร้อยละ 13.23 จากไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากเป็นช่วงโลว์ซีซั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.31 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวไทยมีจำนวนกว่า 51.01 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.49 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และยังพบว่าคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเติบโต

ร้อยละ 20.70 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

ทั้งนี้ การใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติและชาวไทยในประเทศคิดเป็นมูลค่ารวม 616,132.77 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 22.21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติมีมูลค่า 370,887.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.03 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของชาวไทยมีมูลค่า 245,245.72 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 16.85 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

มูลค่าค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (Tourism Expenditure) รายไตรมาสปี 2566-2567



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือน สิงหาคม 2567

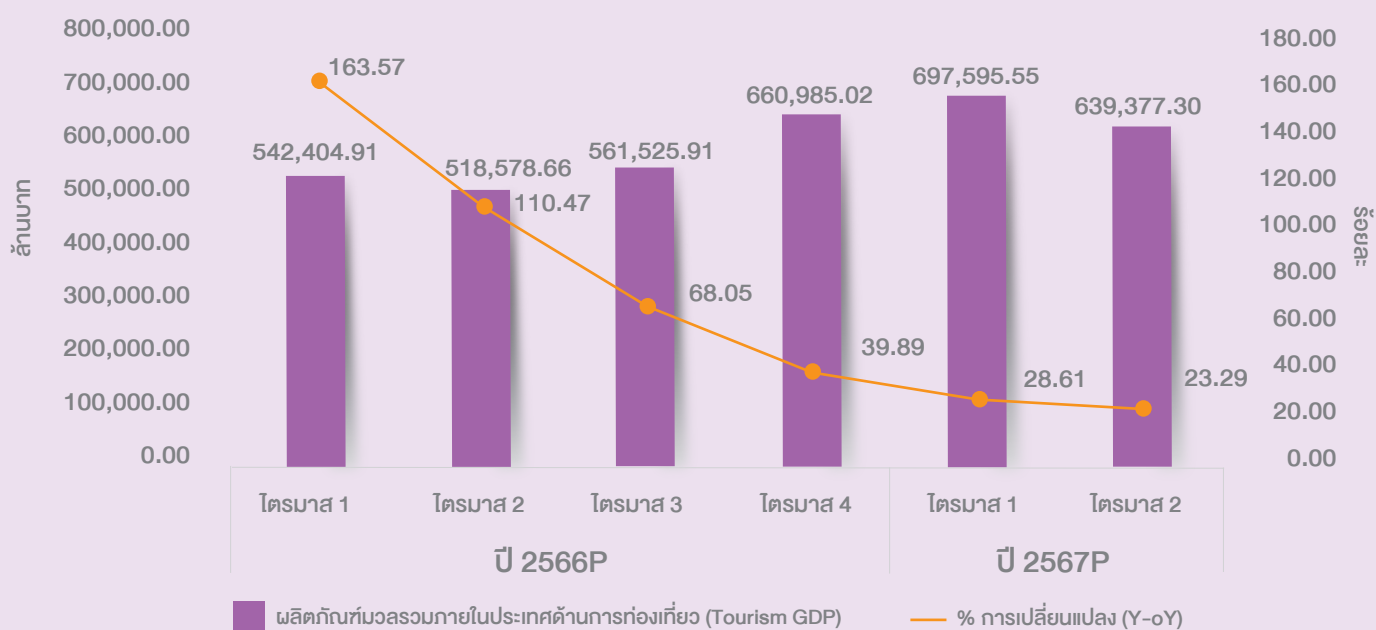


เมื่อวิเคราะห์ถึงความสำคัญของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพรวมของเศรษฐกิจไทย สะท้อนได้จากข้อมูลบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account หรือ TSA) ที่จัดทำขึ้นโดย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดบทบาทของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยรวมทั้งในส่วนมูลค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การลงทุนด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนค่าใช้จ่ายของภาครัฐเพื่อจัดการบริการสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวและการจ้างงาน

จากข้อมูลบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว ระบุว่า ในไตรมาส 2 ของปี 2567 ผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทั้งทางตรงรวมกับทางอ้อม (Tourism direct and indirect Gross Domestic Product) ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศของทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.16 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP/ Total GDP) หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 639,377.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.29 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวน 4.47 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.33 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมด ขณะที่ภาษีทางตรงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีมูลค่า 14,548.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.51 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศ รายไตรมาสปี 2566-2567



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือน สิงหาคม 2567

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

ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product) ในไตรมาส 2 ปี 2567



พบว่า มีมูลค่า 270,104.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.98 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ทั้งนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product) ในสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าการผลิตมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือน อุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่ม การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศ การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ และอุตสาหกรรมการบริการตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวและบริการสำรองการท่องเที่ยว ซึ่งมีมูลค่าการผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 72.87 ของมูลค่าการผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือนมีมูลค่า 73,096.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.60 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมูลค่าการผลิตในธุรกิจที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือนมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 27.06 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด
- อุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่า 55,436.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมูลค่า

การผลิตในอุตสาหกรรมบริการอาหารและเครื่องดื่มมีสัดส่วนร้อยละ 20.52 ของมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศมีมูลค่า 40,515.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.55 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมูลค่าการผลิตในจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศมีสัดส่วนร้อยละ 15.00 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีมูลค่า 16,046.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.05 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมูลค่าการผลิตในการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 5.94 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

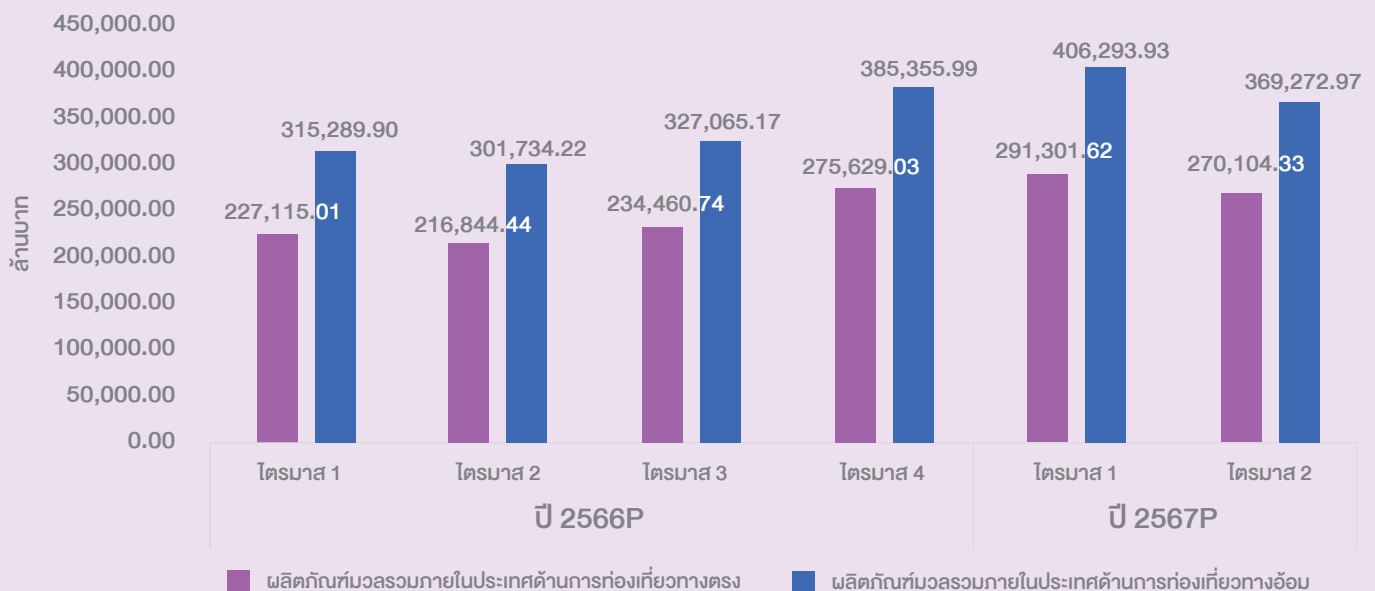
- อุตสาหกรรมการบริการตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวและบริการสำรองการท่องเที่ยวมูลค่า 11,729.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมูลค่าการผลิตในอุตสาหกรรมการบริการตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวและสำรองการท่องเที่ยวมีสัดส่วนสูงร้อยละ 4.34 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด



ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อม (Tourism indirect Gross Domestic Product)

ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผลของการเชื่อมโยงการผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อเนื่องในห่วงโซ่ การผลิตร่วมกันไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ มีมูลค่า 369,272.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

มูลค่าผลผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงและทางอ้อม



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ เดือน สิงหาคม 2567

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยังช่วยกระจายรายได้ลงสู่ธุรกิจท่องเที่ยวทั้งทางตรงอย่าง ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจขนส่งอย่างสายการบิน รถไฟ รถโดยสารสาธารณะ และธุรกิจเช่ารถ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว รวมไปถึงร้านขายสินค้าของที่ระลึกและกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนและทางอ้อม ขณะที่ธุรกิจทางอ้อมในห่วงโซ่ของภาคการท่องเที่ยว อาทิ ภาคเกษตรกรรม ผู้ผลิตสินค้าวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารหรือใช้ในโรงแรมและที่พัก ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ และธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

แม้ว่าในภาพรวมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวส่งผ่านมายังกิจกรรม

เศรษฐกิจในภาคการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวดีขึ้นตามลำดับ แต่การฟื้นตัวยังไม่ทั่วถึง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจและกำลังซื้อและพฤติกรรมและความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป อาทิ การเลือกเดินทางท่องเที่ยวเองมากขึ้น การใช้เทคโนโลยีในการวางแผนการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น การปรับพฤติกรรมค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึงกระแสการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือการใช้บริการที่ต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งคงจะต้องปรับตัวให้ทันกับโจทย์ที่เปลี่ยนไป

ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

รายละเอียด	ปี 2566P					รวมปี	ปี 2567P	
	หน่วย	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2
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
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	159.18	104.37	64.09	36.39	77.20	28.87	22.21
ค่าใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ	ล้านบาท	322,355.79	294,285.46	341,669.94	406,239.24	1,364,550.43	454,653.58	370,887.05
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	660.89	268.44	110.83	60.22	153.71	41.04	26.03
ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนคนไทย ท่องเที่ยวในประเทศไทย	ล้านบาท	210,310.08	209,876.00	203,543.85	235,176.86	858,906.79	231,797.26	245,245.72
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	28.91	25.81	19.59	8.52	19.81	10.22	16.85
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)	ล้านบาท	542,404.91	518,578.66	561,525.91	660,985.02	2,283,494.50	697,595.55	639,377.30
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	163.57	110.47	68.05	39.89	81.40	28.61	23.29
- ทางตรง	ล้านบาท	227,115.01	216,844.44	234,460.74	275,629.03	954,049.22	291,301.62	270,104.33
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	184.00	131.61	84.18	51.52	97.60	28.26	24.56
- ทางอ้อม	ล้านบาท	315,289.90	301,734.22	327,065.17	385,355.99	1,329,445.28	406,293.93	369,272.97
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	150.58	97.50	58.13	32.61	71.32	28.86	22.38
ภาษีจากการท่องเที่ยว (ทางตรง)	ล้านบาท	15,211.67	14,331.52	16,388.97	18,658.30	64,590.46	16,079.19	14,548.23
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	162.10	104.43	72.53	40.64	81.53	5.70	1.51
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ* (GDP of the Country)	ล้านบาท	4,516,746.00	4,333,027.00	4,440,975.00	4,631,290.00	17,922,038.00	4,621,450.00	4,516,653
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ ด้านการท่องเที่ยว /ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP / Total GDP)	ร้อยละ	12.01	11.97	12.64	14.27	12.74	15.09	14.16
สัดส่วน TGDP ทางตรง / ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	ร้อยละ	5.03	5.00	5.28	5.95	5.32	6.30	5.98
สัดส่วน TGDP ทางอ้อม/ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	ร้อยละ	6.98	6.96	7.36	8.32	7.42	8.79	8.18
การจ้างงานในด้านการท่องเที่ยว (Total Employment in Tourism Sector)	คน	4,408,081	4,567,559	4,445,481	4,481,319	4,475,610	4,492,493	4,473,726
การจ้างงานทั้งหมด**	คน	39,629,215	39,677,453	40,091,326	40,250,120	39,912,029	39,579,001	39,500,000
สัดส่วนการจ้างงานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมด (ร้อยละ)	ร้อยละ	11.12	11.51	11.09	11.13	11.21	11.35	11.33

หมายเหตุ

* ข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

** ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ

P = ข้อมูล ณ วันที่ 28 สิงหาคม 2567



แปรรูปความท้าทายเป็นจุดหมายในอนาคต เมื่อท้องฟ้ามืด เราจะเห็นดาวชัด

ข้อมูลภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวโลก จากสมาคมการขนส่งทางอากาศนานาชาติ (The International Air Transport Association : IATA) และข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยวไทย จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 ส่งสัญญาณในเชิงบวก ชี้ทิศทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาพรวม ว่า กำลังเข้าสู่บรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกับช่วงปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนเกิดวิกฤตโรคโควิด-19 โดยในปี 2567 ยังมีปัจจัยเสี่ยงที่เผชิญหน้าอยู่ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ปัญหาความไม่แน่นอนของสถานะทางเศรษฐกิจโลก เช่น ภาวะเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน นอกจากนี้ ยังเผชิญกับภาวะความยืดหยุ่นของสงคราม ระหว่างหลายคู่ขัดแย้ง และความเสี่ยงเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบ ที่ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางสภาวะวิกฤตนั้น ยังมีการสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ตลอดเวลา

สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการต่างชาติ และตลาดนักท่องเที่ยวไทย พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 17.50 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวไทย 100.09 ล้านคน-ครั้ง ภาพรวมเติบโตต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มว่าในปี 2567 นี้จะสามารถบรรลุตามเป้าหมายด้านจำนวนที่กำหนดไว้ ส่วนเป้าหมาย

เกี่ยวกับรายได้ อาจจะไม่สามารถบรรลุ 3.5 ล้านล้านบาทได้ ด้วยปัจจัยด้านการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม การเติบโตของการท่องเที่ยวไทยในช่วงครึ่งปีแรก เติบโตด้วยปัจจัยการทำงานเชิงรุก อาทิ การผลักดันมาตรการวีซ่าฟรี การส่งเสริมการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ในเมืองหลักและเมืองนำเที่ยวหลายเมือง รวมทั้งการออกมาตรการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง สำหรับค่าใช้จ่ายด้านที่พักและค่าบริการจากบริษัทนำเที่ยวตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 15,000 บาท สำหรับรายจ่ายการจัดอบรมสัมมนาสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีได้เช่นกัน

ในส่วนของการท่องเที่ยวไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2567 เน้นปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของภาคการท่องเที่ยวไทย คือ การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไปพร้อมๆกันด้วยการบูรณาการการทำงานให้สอดคล้องกัน 5 มาตรการผลิตได้มีศักยภาพ รัฐบาลมุ่งให้ความสำคัญและขับเคลื่อนทันที เช่น การผลักดันโครงการ Food Hub / Wellness & Medical Hub / Aviation Hub / Financial Hub / Digital Economy Hub และ Future Mobility Hub ทุกๆโครงการที่กล่าวข้างต้น เป็นสิ่งที่รัฐบาลนี้ตั้งเป้าหมายจะดำเนินการให้สำเร็จเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการ Tourism Hub of ASEAN ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยและ

ขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม ซึ่งในรายงานเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไตรมาสนี้ได้จัดทำเป็นบทความเผยแพร่ ท่านผู้อ่านที่สนใจสามารถเข้าถึงบทความนี้ได้

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินการไปท่ามกลางปัจจัยที่ท้าทายหลากหลายรูปแบบ การเผชิญหน้ากับความท้าทายที่ผ่านมา หลายครั้งความท้าทายถูกใช้เพื่อเป็นข้ออ้างในความล้มเหลว ไม่บรรลุเป้า แต่หากเราปรับเปลี่ยนความท้าทายให้เป็นหมุดหมายในอนาคต ปรับระบบคิด วิธีทำงานใหม่ เราอาจจะพบแนวทางการทำงานที่น่าสนใจใหม่ ๆ ได้

รูปแบบความท้าทายที่เผชิญหน้า เช่น การเข้าสู่สังคมสูงวัย การเผชิญกับสภาพอากาศเปลี่ยนแปลง การเมืองระหว่างประเทศเกี่ยวกับภูมิรัฐศาสตร์ การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ความท้าทายเหล่านี้ หากนำมาปรับเปลี่ยนเป็นหมุดหมายในอนาคต เช่น การท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมุสลิม หรือ การท่องเที่ยวเสมือนจริง น่าจะเป็นภูมิทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวในอนาคตได้

การแถลงเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวในปี 2568

การแถลงเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในปี 2568 เป็นการกำหนดเป้าหมายการทำงานที่ท้าทาย ในท่ามกลางกระแสการแข่งขันที่แต่ละประเทศล้วนสร้างสรรค์กลยุทธ์การตลาดที่ทันสมัย เข้าใจกลุ่มลูกค้า ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการยกระดับการให้บริการ และในขณะเดียวกัน ก็ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการวิกฤตและความเสี่ยง โดยเฉพาะ เกี่ยวกับ สุขอนามัย การรักษาสิ่งแวดล้อม และการป้องกันการก่อการร้ายต่าง ๆ

เป้าหมายทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2568 กำหนดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ 39 ล้านคน และคนไทยท่องเที่ยวในประเทศ 205 ล้านคน-ครั้ง โดยเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.5 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2567 จุดขายในปีหน้า คือ เสน่ห์ไทย เมืองน่าเที่ยว และกำหนดให้เป็น Amazing Thailand Grand Tourism Year 2025 สาระหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด Grand Tourism คือ Grand Invitation , Grand Collaboration , Grand Privilege , Grand Festivity และ Grand Moment สำหรับกลยุทธ์การตลาด นักท่องเที่ยวคนไทยในปี 2568 ใช้แคมเปญ “สุขทันที ที่เที่ยวไทย” ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ใช้ Amazing Thailand Stories Never End

EXPO 2025

จากรายละเอียดเบื้องต้นของเป้าหมายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในปี 2568 หากวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญระดับโลกที่จะเกิดขึ้นในปี 2568 และน่าจะส่งผลต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวไทย พบว่า ในปี 2568 จะมีการจัดงาน Expo 2025 ซึ่งเป็นงานนิทรรศการระดับโลก กำหนดจัดระหว่างวันที่ 13 เมษายน – 13 ตุลาคม 2568 ที่เกาะยูเมะชิมะ นครโอซากา ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนับว่าเป็นการจัดครั้งที่ 3 ที่นครโอซากาได้เป็นเจ้าภาพ โดย 2 ครั้งที่ผ่านมา คือ ปี 2513 และ ปี 2533

Expo 2025 ใช้งบประมาณในการจัดและก่อสร้าง 2.35 แสนล้านเยน หรือประมาณ 57,000 ล้านบาท บนพื้นที่จัดงาน 970 ไร่ หรือ 155 เฮกเตอร์ แนวคิดในการจัดงาน คือ Designing Future Society for Our Lives

โลโก้ของงาน คือรูป “แสงสว่างแห่งชีวิต” ผู้ออกแบบต้องการให้ดูเหมือนเซลล์ต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกันและมีรูปร่างต่างกันไป และจุดที่มีลักษณะคล้ายดวงตา 5 ดวง ได้รับแรงบันดาลใจจากสัญลักษณ์ของงาน World Expo ของปี 1970 ที่เป็นรูปกลีบดอกซากุระห้ากลีบ สำหรับ Expo 2025 ครั้งนี้ คาดว่าจะมีผู้เข้าชมจำนวน 28 ล้านคน

งาน Expo 2025 เป็นงานระดับโลกที่แต่ละประเทศที่เข้าร่วมงานดำเนินการคัดเลือก กลั่นกรอง ประเด็นศักยภาพของประเทศจากนั้นนำข้อมูลมาสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม นำเสนอเป็นรูปแบบนิทรรศการที่น่าสนใจ ผู้เข้าชมสามารถรับรู้ ฟังพอใจ และต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์



สำหรับพาวิลเลียนของประเทศไทย ใช้ concept “ภูมิพิมาน อัตลักษณ์แห่งภูมิไทย หลากหลายแขนง” ภูมิพิมาน ครอบคลุมเรื่อง ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ภูมิภาค ภูมิวิถี ภูมิปัญญา ภูมิวัฒนธรรม ภูมินวัตกรรม ภูมิของโลก

โครงสร้างเนื้อหา ภูมิพิมาน ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ภูมิวิถี (Thai Wisdom) ภูมิคุ้มกัน (Thai Medical and Wellness Hub) และ ภูมิสยาม (Thai Living Lab)

โดยรายละเอียดเบื้องต้นมีแนวคิดในการนำเสนอสาระเกี่ยวกับ

- 1 หมุดหมายสุขภาพโลก
- 10 มนต์เสน่ห์ของประเทศไทย
- 100 ศักยภาพสาธารณสุขไทย
- 1,000 สถานบริการทางการแพทย์
- 10,000 เมนูอาหารสุขภาพ
- 100,000 ผลิตภัณฑ์สร้างภูมิคุ้มกัน
- 1,000,000 รอยยิ้มแห่งความประทับใจ

ความน่าสนใจของพาวิลเลียนประเทศไทย สามารถดึงดูดให้ผู้เข้าชมงานเดินทางเข้าเยี่ยมชม หากสามารถสร้างความพึงพอใจ ความจดจำ และต้องการเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อได้รับประสบการณ์ตรง จะทำให้เกิดกลุ่มลูกค้าเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ หากมีความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจัดกิจกรรมเสริมในพาวิลเลียน เช่น การมอบแพคเกจ การเรียนทำอาหารสุขภาพในประเทศไทย หรือ แพคเกจ โปรแกรมการบำบัดเยียวยาทางอารมณ์ที่ดีที่สุด รองรับกลุ่มที่มีปัญหาความเครียดนอนไม่หลับ ซึมเศร้า โดยมี การนำเสนอหลักสูตรการฟื้นฟูจิตใจตามแนวทางพุทธศาสนา การใช้สมุนไพร และโภชนาการ กิจกรรมเสริมเหล่านี้ อาจเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ปีที่ 5 ฉบับที่ 4/2567

ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2567 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 8.13 ล้านคน และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในไทย 51.01 คน-ครั้ง ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว มูลค่า 0.62 ล้านล้านบาท มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) 0.64 ล้านล้านบาท เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 4.47 ล้านคน



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

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



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

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



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

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



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

การจ้างงานด้านการท่องเที่ยว (ล้านคน)							
2565	2566P					2567P	
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
4.19	4.48	4.41	4.57	4.45	4.48	4.49	4.47
5.11	6.86	5.14	9.19	6.82	6.31	1.91	-2.05



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

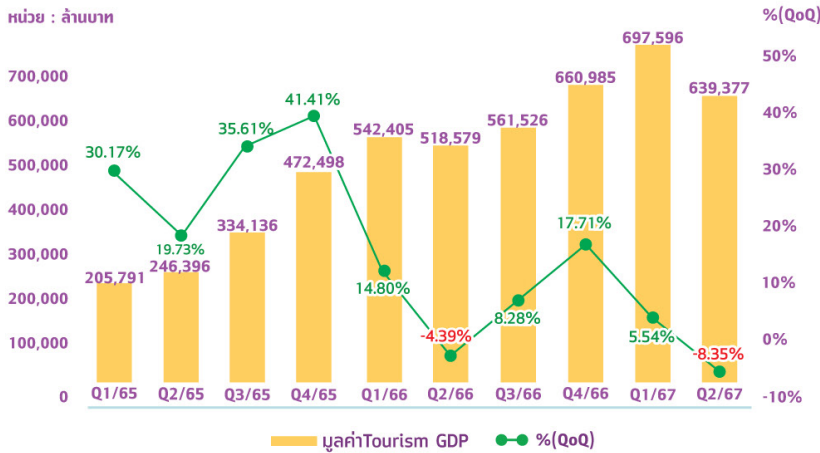
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) (ล้านล้านบาท)							
2565	2566P					2567P	
Y	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
1.26	2.28	0.54	0.52	0.56	0.66	0.70	0.64
253.41	81.40	163.57	110.47	68.05	39.89	28.61	23.29

หมายเหตุ P = ข้อมูลเบื้องต้น ณ วันที่ 28 สิงหาคม 2567



สถานการณ์เศรษฐกิจการท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 2 ปี 2567p

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)



639,377 ล้านบาท
MILLION BAHT

TOURISM GDP
Tourism GDP / Total GDP **14.16%**

GDP ประเทศ : 4,516,653 ล้านบาท

มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

มูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมด = มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ + มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

616,133 ล้านบาท = **370,887** ล้านบาท + **245,246** ล้านบาท
MILLION BAHT
Y-o-Y +22.21% Y-o-Y +26.03% Y-o-Y +16.85%

มูลค่าการผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

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

639,377 ล้านบาท = **270,104** ล้านบาท + **369,273** ล้านบาท
MILLION BAHT
Y-o-Y +23.29% Y-o-Y +24.56% Y-o-Y +22.38%

สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด 5 อันดับแรก

ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชม
73,096 MILLION BAHT
ล้านบาท
Y-o-Y +22.60%

อุตสาหกรรมบริการอาหารและเครื่องดื่ม
55,437 MILLION BAHT
ล้านบาท
Y-o-Y +21.93%

การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศ
40,515 MILLION BAHT
ล้านบาท
Y-o-Y +20.55%

การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ
16,047 MILLION BAHT
ล้านบาท
Y-o-Y +23.05%

อุตสาหกรรมบริการตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวและสำนักงานการท่องเที่ยว
11,730 MILLION BAHT
ล้านบาท
Y-o-Y +19.01%

การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



4.47 ล้านคน

คิดเป็น 11.33% ของการจ้างงานทั้งหมด
การจ้างงานทั้งหมด 39.50 ล้านคน

ภาษีทางตรงจากการท่องเที่ยว



14,548 ล้านบาท

Y-o-Y +1.51%

สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย

หน่วย : คน-ครั้ง



เดือน	2567	2562
เมษายน	18,518,630	14,942,413
พฤษภาคม	17,037,472	14,143,738
มิถุนายน	15,449,460	13,171,805
Q2	51,005,562	42,257,956
Y-o-Y	20.70%	

สถานการณ์ท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย

หน่วย : คน



เดือน	2567	2562
เมษายน	2,757,128	3,216,929
พฤษภาคม	2,633,464	2,736,598
มิถุนายน	2,740,372	3,056,697
Q2	8,130,964	9,010,224
Y-o-Y	-9.76%	



กลุ่มวิจัยและพัฒนาวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

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

ภายใต้โครงการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

