

TOURISM ECONOMIC

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว **REVIEW**

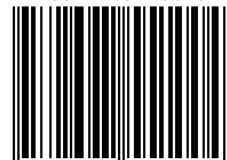
ปีที่ 6 ฉบับที่ 2/2568



AIR POLLUTION AND CLIMATE CHANGE

ความท้าทายใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย :
มลภาวะทางอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ISSN 2697-5513



9 772697 551004 >



TOURISM ECONOMIC

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว **REVIEW**



8



48



64

สารบัญ

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2/2568

6 บทนำ

8 การท่องเที่ยวปี 2568 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก คือผู้เปลี่ยนเกม

- 10 สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2567 (2024 Tourism on the Move)
- 12 เจาะลึกกลยุทธ์การตลาดของประเทศที่น่าสนใจ
- 20 ท่องเที่ยวไทย 2568
- 21 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

22 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

- 23 สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 4 ปี 2567
- 29 สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ภาพรวมรายปี 2567
- 33 สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในไตรมาส 4 ปี 2567
- 42 สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศ ภาพรวมรายปี 2567
- 46 สถานการณ์อัตราเข้าพักในไตรมาส 4 ปี 2567
- 47 สถานการณ์อัตราเข้าพัก ภาพรวมรายปี 2567

48 ความท้าทายใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย: มลภาวะทางอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

64 ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

72 บทสรุป

คณะที่ปรึกษา

นายสรวงศ์ เกียนทอง
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นางสาวนันทิยา ทวีวงศ์
ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นางสาวนิตดา พันธสอาด
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

บรรณาธิการอำนวยการ

นางสาวนิตดา พันธสอาด
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กองบรรณาธิการ

นายชาคริต ปีตาบุญวงศ์
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

Risk Landscape 2025

จากการประชุมสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum : WEF) ระหว่างวันที่ 20-24 มกราคม 2568 ที่เมืองดาวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ประเด็นหลักการประชุมในปีนี้เป็น ความร่วมมือในยุคแห่งปัญญาประดิษฐ์ (Collaboration for the Intelligence Age) ตลอดช่วงการประชุม มีการนำเสนอสาระสำคัญจากการประชุมเผยแพร่สู่สาธารณะโดยละเอียด ทั้งนี้ ขอยกตัวอย่าง เอกสาร Global Risks Report 2025 หรือ รายงานความเสี่ยงระดับโลก ปี 2025 เป็นรายงานที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญกว่า 900 คนจากทั่วโลก โดยความเสี่ยงที่โลกต้องเผชิญแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ความเสี่ยงระยะสั้น (ปี 2568) ระยะกลาง (ปี 2570) และระยะยาว (ปี 2578)

การรู้เท่าทันและเตรียมรับมือกับความเสี่ยงระดับโลก ถือว่าเป็นทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งในสถานการณ์โลกปัจจุบัน เนื่องจากความเสี่ยงนั้น ๆ จะส่งผลกระทบเชิงลบในมิติต่าง ๆ และเป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า ความเสี่ยงหรือวิกฤตที่เราเผชิญนั้น เป็นวิกฤตซ้อนวิกฤต ซึ่งบุคคลในวงการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน หรือ ผู้บริหารประเทศ จำเป็นต้องเข้าใจและพร้อมเผชิญต่อความเสี่ยงนั้น ๆ โดยเฉพาะการเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสใหม่ ๆ สำหรับในมิติของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ได้รับความสนใจจากนานาประเทศ นับว่ามีความอ่อนไหวและรับผลจากความเสี่ยงต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศที่พึ่งพาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูง เป็นประเทศที่ปรับกระบวนการขั้นตอนในรับมือกับวิกฤตต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2568 ความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นล้วนเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นต่อเนื่องและกระทบต่อบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวแน่นอน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ คือ ความขัดแย้งด้วยอาวุธระหว่างรัฐ (State-based armed conflict) ความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพอากาศที่รุนแรง (Extreme weather events) ความเสี่ยงด้านข้อมูลที่ผิดพลาดและบิดเบือน (Misinformation and Disinformation)

ความเสี่ยงเกี่ยวกับเศรษฐกิจถดถอย (Economic Downturn) ความเสี่ยงเหล่านี้ เป็นระดับความเสี่ยงเชิงนโยบายที่มีความซับซ้อน การวิเคราะห์และทำความเข้าใจโดยใช้ทักษะเดิม เครื่องมือวิเคราะห์เดิม เทคนิคแบบเดิม อาจไม่เพียงพอ ดังนั้น การยกระดับสมรรถนะของบุคลากรและความสามารถทางเทคโนโลยีจึงเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งในโลกปัจจุบัน รวมถึง การให้ความสำคัญกับเรื่อง ความร่วมมืออย่างจริงจัง และต่อเนื่องในยุคสมัยแห่งความก้าวหน้าของปัญญาประดิษฐ์

ทีมบรรณาธิการตระหนักว่า ประเด็นเรื่องความเสี่ยงเป็นประเด็นที่ส่งผลต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงนำเสนอภาพเบื้องต้นของ Risk Landscape จาก WEF 2025 และสำหรับรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้ เป็นการนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับสถานการณ์ท่องเที่ยวไตรมาส 4 ของปี 2567 และภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยในปี 2567 ทั้งสถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ และตลาดในประเทศ ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจตลอดจนการจ้างงาน นอกจากสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยที่เป็นสาระสำคัญหลักของรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวแล้ว ในรายงานฉบับนี้ ยังได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางการท่องเที่ยวในปี 2568 ซึ่งให้ความสนใจในการสนธิกำลังกันระหว่างประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่ล้วนมีกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่แหลมคมทั้งสิ้น

ส่วนบทความพิเศษในฉบับนี้ เป็นบทความที่นำเสนอเกี่ยวกับมลภาวะทางอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ส่งผลต่อการเติบโตด้านการท่องเที่ยว โดยมีกรณีศึกษาการแก้ปัญหาของประเทศสหรัฐอเมริกา จีน และอินเดีย รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย กองบรรณาธิการหวังว่า ข้อมูลที่นำเสนอท่านผู้อ่านสามารถนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งการต่อยอดและขยายผลตามความสนใจ ทั้งนี้ หากมีข้อคิดเห็นเพื่อปรับปรุง แก้ไข หรือข้อมูลที่มีความสนใจ ทีมบรรณาธิการยินดีรับฟังตลอดเวลา

กลุ่มวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

DUST IN THE WIND

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้ เป็นฉบับที่นำเสนอสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยในไตรมาส 4 และ ภาพรวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปี 2567 ซึ่งนับว่า เป็นปีที่ทุกภาคส่วนล้วนทำงานอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะ การขับเคลื่อนเชิงนโยบายของภาครัฐ การผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยโดยใช้ ยุทธศาสตร์ Ignite Thailand / Ignite Tourism Thailand และ Thailand Soft Power โดยผู้นำรัฐบาล

ปี 2567 เป็นปีที่ต้องทำงานแข่งกับเวลา เป็นปีที่ต้องช่วงชิงความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว ดังนั้น การผลักดันนโยบายเชิงรุก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศจึงแสดงผลอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การส่งเสริมความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าประเทศ การกำชับเรื่องการดูแลความปลอดภัยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การสนับสนุนงบประมาณเพื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ในประเทศ รวมถึงการกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยสนับสนุนงบประมาณให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศ

ในท่ามกลางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับภาพลักษณ์และขีดความสามารถในการแข่งขัน เราตระหนักเสมอว่าประเทศคู่แข่ง และ ประเทศคู่ค้าทางการท่องเที่ยวล้วนทำงานกันอย่างเต็มกำลังเช่นกัน ในขณะที่ความตึงเครียดของสถานการณ์โลก ทั้งเรื่องการเมืองที่ทวีความขัดแย้ง สภาพเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัว สภาพอากาศที่รุนแรงมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ คือตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม ผลจากการดำเนินงานตลอดทั้งปี ถือว่า บรรลุเป้าหมายด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 35 ล้านคน และจำนวนคนไทยเที่ยวไทย 200 ล้านคน-ครั้ง ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่ำกว่าเป้าหมายเล็กน้อย ส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวไทยบรรลุตามเป้า



สิ่งที่น่าจะจัดวางความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความกังวลใจในผลกระทบจากปัญหาสภาพอากาศรุนแรงสุดขีด สำหรับประเทศไทย เป็นปัญหาที่ต้องเผชิญอย่างต่อเนื่อง และเริ่มส่งผลกระทบมากขึ้นตลอดปี 2567 นอกจากปัญหาเรื่องน้ำท่วมภาคเหนือในช่วงเดือนสิงหาคม ต่อเนื่องเดือนกันยายน นับว่าเป็นวิกฤตที่หนักที่สุดในรอบ 30 ปี สร้างความเสียหายหนักถึง 19 จังหวัด ยังมีปัญหาน้ำท่วมภาคใต้ในเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม วิกฤตการณ์น้ำท่วมในปี 2567 ส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และทรัพยากรท่องเที่ยว รวมถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมด้วย

นอกจากปัญหาน้ำท่วมแล้ว ประเทศไทยยังเผชิญกับปัญหาฝุ่น PM 2.5 ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2561 ส่วนใหญ่เกิดในช่วงเข้าสู่ฤดูหนาว ประมาณเดือนธันวาคม และบรรเทาลงในช่วงเดือนเมษายน สาเหตุหลักมาจากการเผาในที่โล่ง การจราจรและอุตสาหกรรมจากเว็บไซต์ IQAir ที่มีการจัดอันดับเมืองใหญ่ที่มีมลพิษสูง จังหวัดเชียงใหม่เคยขึ้นอันดับ 1 ของโลก เมื่อ 7 มีนาคม 2567 ส่วนในวันที่ 8 มกราคม 2568 กรุงเทพมหานครติดอันดับ 11 ของโลก สืบเนื่องจากปัญหาฝุ่น PM 2.5 ดังกล่าว ในรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้ จึงนำเสนอบทความเรื่อง "ความท้าทายใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย : มลภาวะทางอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ" โดยนำเสนอเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 มลภาวะทางอากาศและผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความเสี่ยงต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และแนวทางการรับมือกับความท้าทาย โดยนำเสนอทางออกในส่วนของนโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐ การปรับตัวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น





จากความรู้แรงของปัญหาฝุ่น PM 2.5 บทความที่นำเสนอ ยกกรณีศึกษาการแก้ปัญหาที่ผ่านมาของสหรัฐอเมริกา จีน อินเดีย และเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รัฐบาลจีน สามารถควบคุมแหล่งกำเนิดมลพิษโดยปิดโรงไฟฟ้าถ่านหิน เปลี่ยนไปใช้แหล่งพลังงานลม / แสงอาทิตย์ ปรับปรุงคุณภาพอากาศ โดยส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ สิ่งแวดล้อม ในขณะที่ อินเดียประสบปัญหาหมอกควันข้ามแดน คล้ายไทยและการแก้ไขปัญหาของอินเดีย คล้ายกับประเทศจีน ผลจากการดำเนินงานทำให้ ความเข้มข้นของฝุ่น PM 2.5 ในนิวเดลี ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม กรณีศึกษาที่น่าสนใจมาก คือ เกาหลีใต้ โดยเฉพาะ ที่กรุงโซล ได้มีการนำเสนอการบริหารจัดการฝุ่นภายใต้นโยบาย Clearer Seoul 2030 โมเดลการจัดการ PM 2.5 พลิกฟื้นอากาศ กรุงโซล โดยใช้มาตรการเปลี่ยนรถดีเซลทั่วเมืองให้เป็นรถมลพิษต่ำ มาตรการพื้นที่จราจรสีเขียว มาตรการลดมลพิษจากการก่อสร้าง ขนาดใหญ่ พร้อมกับการติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันมลพิษทางอากาศใน ธุรกิจขนาดเล็ก ควบคู่กับการปรับโครงสร้างเมืองให้คนตื่นตัวจากฝุ่น โดยการเปลี่ยนสีไฟบนโซลทาวเวอร์ ตามคุณภาพอากาศ กล่าวคือ ไฟสีฟ้า หมายความว่าอากาศดี (Clear) สีเขียว หมายถึง พอใช้ (Fair) สีเหลือง หมายถึง อันตราย (Bad) และ สีแดง หมายถึง อันตรายมาก (Extreme Bad)

นอกจากสถานการณ์ท่องเที่ยวไทย และ บทความเกี่ยวกับ มลพิษทางอากาศแล้ว รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฉบับนี้ ยังนำเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปี 2568 และกลยุทธ์การส่งเสริม การท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก นำโดย ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งประกาศตัวเป็นเจ้าภาพงาน World Expo 2025

จัดระหว่างวันที่ 13 เมษายน – 13 ตุลาคม 2568 ตั้งเป้านักท่องเที่ยว วัที่ 28 ล้านคน ในขณะที่ประเทศจีน ให้ความสำคัญกับการ ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ส่วนอินเดีย วางตำแหน่ง การท่องเที่ยวให้เป็นผู้นำการท่องเที่ยวโลกด้านการท่องเที่ยวยั่งยืน เน้นสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่วนมาเลเซีย เตรียมความพร้อม ที่จะประกาศปีท่องเที่ยวมาเลเซียในปี 2569 ภายใต้ Theme หลัก คือ Landmark Event, Nation Rich Culture Diversity, Natural Beauty and Hospitality สำหรับประเทศไทย ปี 2568 คือ ปี Amazing Thailand Grand Tourism & Sport Year 2025





การท่องเที่ยวปี 2568 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก คือผู้เปลี่ยนเกม

TOUISM 2025 : ASIA PACIFIC AS A GAME CHANGER



ในช่วงเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Tourism) ส่งสัญญาณที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องของการเติบโตก้าวหน้าในภาพรวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก โดยใช้ตัวชี้วัดเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นเฉลี่ยในทุกภูมิภาค สถานการณ์ท่องเที่ยวโลกในภาพรวม กำลังกลับคืนสู่ภาวะก่อนเกิดการระบาดของโควิด-19 ประชาชนเริ่มออกเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจการบิน ธุรกิจในการบริการกำลังจะกลับมาสู่ยุครุ่งเรืองเฟื่องฟูอีกครั้ง ในขณะที่ประเภทของนักท่องเที่ยวเริ่มแบ่งกลุ่มได้หลากหลายมากขึ้น เกิดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ที่มีรสนิยมความชอบ และมองหาความแปลกแตกต่าง ที่รองรับ lifestyle ในโลกสมัยใหม่ที่เจริญก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสุดล้ำ

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาแนวโน้มการเติบโตด้านการท่องเที่ยวรายภูมิภาค พบว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากข้อมูลของสถาบันวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์มาสเตอร์การ์ด (Mastercard Economics Institute: MEI) ระบุว่า จุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว (Tourist Destinations) ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก จากการสำรวจ 10 อันดับจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวสนใจ จำนวนเกินครึ่งกระจายอยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ ญี่ปุ่น อันดับ 1 มาเลเซีย อันดับ 6 ออสเตรเลีย อันดับ 7 เกาหลีใต้ อันดับ 8 และ อินโดนีเซีย อันดับ 10 นอกจากนั้นแล้ว นักวิชาการของ MEI ยังยืนยันความสำคัญของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในแง่ของประชากรในภูมิภาคนี้ที่นอกจากจะมีจำนวนที่สูงที่สุดในโลกแล้ว ยังมีความต้องการและเต็มใจที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งภายในภูมิภาค และภายนอกภูมิภาค ดังนั้น ในอนาคตอันใกล้ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีบทบาทในฐานะผู้เล่นเกมการท่องเที่ยวที่สำคัญ

สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2567 2024 Tourism on the Move

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เป็นภูมิภาคที่มีความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ โดยมีการขยายตัวของชนชั้นกลางซึ่งเป็นชนชั้นที่สามารถสร้างผลผลิตทางเศรษฐกิจได้ อีกทั้งยังเป็นภูมิภาคที่มีการผสมผสานในหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม และ ทรัพยากรที่มีแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ (non-leisure resources) เช่น สถาบันการศึกษา โรงพยาบาลและศูนย์บริการสุขภาพ ศูนย์วิจัยและพัฒนา เป็นต้น ซึ่งถือว่า ทำให้ศักยภาพทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้แข็งแกร่งขึ้น

หากพิจารณารายประเทศในฐานะที่เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว เช่น จีน และ ญี่ปุ่น ทั้ง 2 ประเทศ นับว่าเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่าง มกราคม - ธันวาคม 2567 ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (JNTO) ระบุว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 36.86 ล้านคน ส่วนสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติท่องเที่ยวในประเทศจีน ข้อมูลจากสถาบันวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติจีน (China Tourism Academy) ระบุว่า เดือนมกราคม -

ธันวาคม ปี 2567 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าจีน โดยไม่ต้องใช้ Visa (China Visa-free) จำนวน 20.11 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 112.3 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2566 ในขณะที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองแห่งชาติ แถลงว่า ตลอดปี 2567 มีชาวต่างชาติเดินทางเข้าและออกจากจีน จำนวน 64.88 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 82.9 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2566

ในขณะที่ประเทศที่มีภาพรวมเศรษฐกิจรายได้สูง (High income Economy) ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์และออสเตรเลีย ล้วนเป็นประเทศที่มีระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและดิจิทัลที่มีคุณภาพ (Quality Transportation and Digital Infrastructure) พร้อมกับการเปิดกว้างในระดับที่สูง (High Level of Openness) ปัจจัยเหล่านี้ สามารถยืนยันเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจที่มีมาตรฐานระดับสากล อีกทั้งยังมีชื่อเสียงด้านความปลอดภัย และการดูแลสุขภาพด้วย ในทางกลับกัน เศรษฐกิจในเอเชียใต้ และ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งได้เปรียบ เรื่องการแข่งขันด้านราคา แต่ยังมีปัญหาด้านการเดินทาง โครงสร้างพื้นฐาน ด้าน ICT ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ

เมื่อพิจารณาย้อนหลังไปในปี 2564 พบว่า ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจมาก เช่น โครงสร้างพื้นฐานภาคพื้นดิน และท่าเรือ ความพร้อมด้าน ICT ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และผลทางเศรษฐกิจและสังคมด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเอเชียใต้ มีอัตราการเติบโตที่สูงอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ยังมีการลงนามในสนธิสัญญาต่าง ๆ เช่น ความตกลงว่าด้วยการขนส่งทางอากาศอย่างครอบคลุม ระหว่างภูมิภาคอาเซียนกับสหภาพยุโรป (ASEAN - EU Comprehensive Air Transport Agreement : CATA) และ ตลาดการบินเดี่ยวของอาเซียน (ASEAN Single Aviation Market) ซึ่งคาดว่าจะช่วยผลักดันการเดินทางทางอากาศทั้งภายในภูมิภาคและนอกภูมิภาคในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า คาดการณ์ว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวและเดินทางในภูมิภาคนี้จะเติบโตสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยมีปัจจัยหลายประการที่จำเป็นต้องนำมาปรับปรุงและยกระดับ เช่น การพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นและความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศกำลังพัฒนาแถบเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ควรให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ยิ่งไปกว่านั้น จุดหมายปลายทางในอนุภูมิภาคนี้ จำเป็นต้องปรับปรุงเรื่องความสามารถในการรองรับความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และความสามารถในการได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยต้องการการลงทุนขนาดใหญ่ที่เพิ่มขึ้นในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การขนส่ง การบริการ และ ICT ตลอดจนโปรแกรมการท่องเที่ยวต้องได้รับการปรับปรุงโดยเพิ่มความสามารถในการกระจายผลประโยชน์เชิงบวกทางเศรษฐกิจ



2568 การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จะเป็นผู้เปลี่ยนเกมที่ทรงพลัง

2025 : Asia Pacific Tourism as a Game Changer

ความโดดเด่นด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้รับความสนใจและกล่าวถึงมาโดยตลอด สำหรับในปี 2568 น่าจะเป็นปีที่มีการปึกหมุดหมายใหม่ด้านการท่องเที่ยว โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีศักยภาพที่จะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง เนื่องจาก

- เป็นภูมิภาคที่มีจำนวนประชากรสูงที่สุดในโลก เฉพาะจีนและอินเดีย เพียง 2 ประเทศ จำนวนประชากรรวมกันใกล้เคียง 3 พันล้านคน ในขณะที่ประชากรโลก ในวันที่ 1 มกราคม 2568 มีจำนวน 8.09 พันล้านคน

- ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund : IMF) คาดการณ์ทางเศรษฐกิจว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จะเป็นภูมิภาคที่มีความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ และจะเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก โดยในปี 2568 จะมีกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ นอกเหนือจากจีนและอินเดีย เติบโตอย่างแข็งแกร่ง อย่างไรก็ตามสำหรับจีนและอินเดียนั้น อาจจะมีอัตราการเติบโตลดลง ซึ่งต้องมีการเฝ้ามองสถานการณ์อย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะจีนที่ภาคอสังหาริมทรัพย์ยังมีปัญหา การบริโภคของประชาชนจีนยังคงลดลง แม้ว่ารัฐบาลจีนจะใช้มาตรการการเงินและการคลังแก้ปัญหาก็ตาม

- เทรนด์การเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้กำลังได้รับความนิยม นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเพิ่มมากขึ้น การสนธิกำลังระหว่างประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และจีน การท่องเที่ยวที่น่าจับตาจากรายงาน TTDI 2024 พบว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2567 ญี่ปุ่น ออสเตรเลียและจีน เป็น 3 ประเทศในภูมิภาคเอเชียที่ติดอันดับ Top 10 ของโลก โดยญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ทำผลงานได้ดีที่สุด เป็น อันดับ 3 ของโลก ออสเตรเลีย อันดับ 5 และจีนอันดับ 8 โดยจีนเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจการเดินทางและการท่องเที่ยวใหญ่ที่สุดในภูมิภาคและใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก ส่วนอินเดีย อยู่ในอันดับที่ 39 และมีภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวใหญ่ที่สุดในเอเชียใต้ สิงคโปร์ อยู่อันดับที่ 13 เป็นประเทศที่ทำผลงานได้ดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนอินโดนีเซียเป็นประเทศที่ได้คะแนน TTDI ดีขึ้นมากที่สุดในภูมิภาค อยู่ในอันดับที่ 22 ของโลก

รายงาน Horizons Regional Outlook 2024 นำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับการเติบโตด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยวิเคราะห์จากข้อมูลการจอง และการค้นหาจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว ภาพรวมพบว่า การฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีความโดดเด่น และมีปัจจัยที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ทั้งการเปิดพรมแดนและการผ่อนคลายข้อจำกัดต่าง ๆ ลง การเติบโตของท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ อาจกลายเป็นตัวเปลี่ยนเกม (Game Changer) ที่ทรงพลังสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลก



จากข้อมูลของ Skyscanner มีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวเอเชียแปซิฟิกให้ความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคของตนเอง

- ปี 2567 นักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกจองการท่องเที่ยวไปยุโรปลดลง ร้อยละ 10 และกลุ่มที่ตั้งเป้าไปท่องเที่ยวยุโรปในปี 2566 มีเพียงครึ่งหนึ่งที่เดินทางจริง

- นักท่องเที่ยวจากเอเชียแปซิฟิก ค้นหาข้อมูลการเดินทางในภูมิภาคของตนเอง จุดหมายปลายทางในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เป็นที่นิยมในปี 2567 และกำลังได้รับความนิยมสูงสุด และมีอัตราการค้นหาข้อมูลเติบโตมากที่สุด คือ เมืองนิวเดลีและเชียงใหม่

- ปังกาลันบูออน ในเกาะบอร์เนียว อินโดนีเซีย เป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมเพียงแห่งเดียวที่มีระยะเวลาการพำนักรวมเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มจาก 4 วันเป็น 7 วัน

- นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความสนใจการเดินทางระยะสั้น หรือ ระยะกลาง มากกว่า การเดินทางระยะไกล และให้ความสนใจการเดินทางภายในประเทศ อาจด้วยเหตุผลทางด้านความต้องการประหยัดงบประมาณ

เจาะลึกกลยุทธ์การตลาดของประเทศที่น่าสนใจ (Insight Tourism Strategy in Asia Pacific)

สาธารณรัฐประชาชนจีน

ปี 2567 นับเป็นปีที่ต้องบันทึกไว้ในหน้าประวัติศาสตร์ คือ จีนเริ่มให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากเป็นประวัติการณ์ โดยในช่วงเดือนพฤษภาคม คณะกรรมการกลางพรรคคอมมิวนิสต์จีน จัดประชุมสำคัญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ การประชุมครั้งนี้ นายสี จิ้นผิง ประธานาธิบดีจีน ได้เสนอภารกิจ 5 ประการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้

1. บริการเพื่อชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน
2. ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการพัฒนาเศรษฐกิจ
3. แสดงภาพลักษณ์ของจีน และเสริมสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อารยธรรม
4. มุ่งมั่นที่จะปรับปรุงระบบการท่องเที่ยวสมัยใหม่ เร่งสร้างประเทศ ให้มีความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง อย่างมั่นคงและต่อเนื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวของจีน อยู่ในช่วงการบังคับใช้แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวจีนระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14 ซึ่งประกาศใช้เมื่อ 20 มกราคม 2565 กำหนดแนวคิดหลักการพัฒนา คือ การตอบสนองการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (Mass Tourism) และส่งเสริมให้คนจีนท่องเที่ยวในประเทศ และเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวสีแดง คือ การท่องเที่ยว

ที่เกี่ยวกับพรรคคอมมิวนิสต์ การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยว กลางแจ้งและกีฬา และการท่องเที่ยวชนบท

การเดินทางท่องเที่ยวได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตของชาวจีน โดยจีนจัดแบ่งประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว ออกเป็น 8 ประเภท ได้แก่ 1) ทิวทัศน์ทะเลสาบ 2) ทิวทัศน์ภูเขา 3) ทิวทัศน์ป่าไม้ 4) ทิวทัศน์แม่น้ำและภูเขา 5) ทิวทัศน์ทะเล 6) สถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนกาย 7) สถานที่ที่มีชื่อเสียงทางศาสนา และ 8) อนุสรณ์สถาน สำหรับระดับของการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5A, 4A, 3A, 2A และ A โดยระดับ 5A จะเป็นแหล่งที่มีคุณภาพระดับโลก ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังนี้

1. ด้านการคมนาคม จะต้องสะดวกในทุกเส้นทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ รวมทั้งมีการให้บริการรถโดยสารไปยังสถานที่ท่องเที่ยว
2. ด้านมัคคุเทศก์หรือวิทยากร ควรมีการศึกษาระดับอนุปริญญา และระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความสามารถด้านภาษาและวัฒนธรรม มีใบรับรองอย่างถูกต้อง และมีจำนวนเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว
3. ด้านความสะดวก โดยเฉพาะ ห้องน้ำสาธารณะ ถังขยะที่ถูกสุขลักษณะ เพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงความสะดวกของอาหาร และสภาพอากาศที่บริสุทธิ์
4. สามารถรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
5. สภาพแวดล้อมภายในเขตสถานที่ท่องเที่ยว ต้องมีจุดบริการ ที่พร้อมให้ข้อมูลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีป้ายแจ้งข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวครบถ้วน
6. ด้านความปลอดภัย ต้องมีหน่วยงานดูแลด้านความปลอดภัย ในทุกด้าน อาทิ หน่วยกู้ภัย ดับเพลิง การป้องกันการโจรกรรม ด้านการคมนาคม จุดอันตรายต่าง ๆ หรืออุปกรณ์เครื่องเล่นต่าง ๆ เป็นต้น
7. ด้านการติดต่อสื่อสาร ต้องมีจุดบริการในการส่งไปรษณีย์หรือโปสการ์ด บริเวณทางเข้า-ออก รวมถึงบริเวณที่เป็นศูนย์รวมนักท่องเที่ยวต้องมีโทรศัพท์สาธารณะสำหรับโทรในประเทศและต่างประเทศไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ อัตราค่าบริการที่เหมาะสม ได้รับการออกแบบให้สวยงามและมีเอกลักษณ์สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น
8. สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกต้องมีความสะอาด โดยสถานที่และสินค้าที่ระลึกนั้น ต้องได้รับการออกแบบให้สวยงามและมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสม
9. มีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ อาทิ การจัดการด้านความปลอดภัย ต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ต้องมีการอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มบุคคลพิเศษ (ผู้สูงอายุ เด็กและคนพิการ) เป็นต้น
10. ด้านสภาพแวดล้อม ต้องเริ่มลดพิษทางอากาศ ทางเสียงและทางน้ำ ทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์
11. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การสำรวจกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวต้องมีอัตราความพึงพอใจสูง ซึ่งประกอบด้วยด้าน สิ่งแวดล้อม ราคาบัตร สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ





ปัจจุบันจีนมีสถานที่ท่องเที่ยวระดับ A 15,700 แห่ง และมีสถานที่ท่องเที่ยวระดับ 5A เป็นระดับสูงสุด ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก 339 แห่ง และมีแหล่งท่องเที่ยวตากอากาศระดับประเทศและระดับมณฑลรวม 854 แห่ง ในปี 2566 สถานที่ท่องเที่ยวระดับ A ทั่วประเทศมีการจ้างงานโดยตรงเกิน 1.6 ล้านคน และหนุนให้มีการจ้างงานรวมกว่า 10 ล้านคนในช่วงปี 2566-2567 รัฐบาลจีนกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยการใช้นโยบาย Free Visa ให้กับประเทศต่าง ๆ ทั้งการออก Free Visa ฝ่ายเดียว และแบบทวิภาคี โดยเฉพาะประเทศแถบยุโรปเป็นประเทศที่จีนสนใจให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เช่น สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรีย ฮังการี ไอร์แลนด์ นอกจากนี้จีนจะใช้นโยบายการผ่อนคลากฎระเบียบด้านวีซ่าแล้ว จีนยังพัฒนาปรับปรุงความสะดวกสบายในการเดินทาง ยกกระดับการบริการท่องเที่ยวที่รวดเร็ว โดยเฉพาะการบริการด้านการจ่ายเงินออนไลน์ การออกตัวสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น ส่วนภาพลักษณ์ด้านลบที่มีต่อประเทศจีน เช่น มลพิษทางอากาศ หรือ ความสะอาดของห้องสุขา ทางรัฐบาลจีนได้แก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศ รัฐบาลจีนสนับสนุนงบประมาณในการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยเตรียมงบประมาณ 300,000 ล้านหยวน ซึ่งได้ผลในระดับหนึ่ง เนื่องจากประชาชนชาวจีนยังคงใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง

กระแสนิยมเมืองเล็ก

นอกจากเมืองท่องเที่ยวหลักของจีนที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ เฉิงตู ขุนหมิง กวางโจว ในปี 2564-2567 เริ่มมีการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวขนาดเล็กในจีน โดยเฉพาะหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ และยังคงรักษาเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและความเป็นอยู่เดิมไว้ได้

หมู่บ้านท่องเที่ยวของจีนที่กำลังได้รับความนิยมทั้งจากชาวจีนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ กำลังเป็นเทรนด์ท่องเที่ยวที่มีอัตราการ

สืบค้นข้อมูลเพิ่มขึ้น และบริษัทนำเที่ยวหลายแห่งนำเสนอทริปท่องเที่ยวหมู่บ้านเล็กในจีน ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ตัวอย่างหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม ได้แก่

หมู่บ้านทิเบตโซโป Suopo

ที่นอกจากจะมีธรรมชาติที่สวยงามแล้ว ยังเด่นเรื่องสถาปัตยกรรม และมีหอคอยที่อดีตใช้เป็นหอสังเกตการณ์ และการประกอบพิธีทางศาสนา

หมู่บ้านนาซันบันไดโดอิช Duoyishu

ในมณฑลยูนนานที่มีจุดเด่นเป็น นาข้าวที่ปลูกตามไหล่เขา จึงมีลักษณะเป็นนาขั้นบันได ด้วยความสวยงามนี้ จึงทำให้มีการเผยแพร่ภาพถ่ายไปอย่างกว้างขวาง

หมู่บ้านโบราณเผ่าแม้วซีเจียง (Xijiang Qianhu Miao)

หมู่บ้านแห่งนี้ ได้ชื่อว่าเป็นหมู่บ้านแม้วที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีชนเผ่าแม้วอาศัยอยู่จำนวนกว่าหนึ่งหมื่นคน จุดเด่นของหมู่บ้านนี้ คือ ประเพณีท้องถิ่น และบ้านโบราณ

หมู่บ้านเหมอู๋ (Hemu)

คือหนึ่งในหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่มีชาวตูวา (Tuvas) ที่เป็นชนกลุ่มน้อยที่ยังคงหลงเหลืออยู่ ประกอบกับมีชาวคาซัคอาศัยอยู่ด้วย หมู่บ้านแห่งนี้ มีจุดน่าสนใจคือ การท่องเที่ยวแบบ Homestay ลักษณะของบ้านพัก คือ ครึ่งหนึ่งของบ้านจะอยู่ใต้ดิน เพื่อให้ความอบอุ่นในฤดูหนาว กำแพงบ้านใช้ท่อนซุงเรียงซ้อนกันเป็นกระท่อมที่สร้างจากไม้ซุง และมีทะเลสาบ Kanas

หมู่บ้านหวงหลิง (Huangling)

ได้ชื่อว่าเป็น “หมู่บ้านโบราณบนหน้าผา ลานตากแห้งธรรมชาติใต้ท้องฟ้า” เนื่องจาก หมู่บ้านนี้เป็นต้นกำเนิดของวัฒนธรรม “การอบแห้งพืชผลในแสงแดดฤดูใบไม้ร่วง” โดยชาวบ้านนำผลผลิตทางการเกษตรมาตากแดด เพื่อเก็บไว้ได้นาน ๆ วัฒนธรรมการอบพืชผลด้วยการตากแดด จึงทำให้เกิดภาพที่สวยงาม เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรมีสีหลากหลาย

สาธารณรัฐอินเดีย

อินเดียเป็นประเทศที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากประวัติศาสตร์อันยาวนาน และแหล่งท่องเที่ยวที่ยิ่งใหญ่ จำนวนมาก ในปี 2567 อินเดียมีจำนวนประชากรสูงที่สุดในโลก คือ 1,441.2 ล้านคน (19 กรกฎาคม 2567) โดยมีผู้ถือหนังสือเดินทาง 92.6 ล้านคน (8 กุมภาพันธ์ 2567) และในจำนวนผู้ถือหนังสือเดินทาง ออกนอกประเทศร้อยละ 29 ต่อปี โดยในปี 2562 ก่อนเกิดการระบาด ของโควิด-19 คนอินเดียเดินทางออกนอกประเทศ 26.9 ล้านคน และในปี 2566 คนอินเดียเดินทางออกนอกประเทศ 27.2 ล้านคน

อินเดียในฐานะที่เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า อินเดียเป็นประเทศที่มีอารยธรรมยิ่งใหญ่ นอกจากจะมีแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมระดับโลกจำนวนมากแล้ว อินเดียยังเป็นประเทศที่มี งานเทศกาลประเพณีที่ยิ่งใหญ่อันดับต้นของโลก เช่น เทศกาล Kumbh Mela หรือ กุมภเมลา คือ เทศกาลที่มีการประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการ แสวงบุญในศาสนาฮินดู จัดระหว่างวันที่ 13 มกราคมถึง 26 กุมภาพันธ์ 2568 มีผู้คนที่เลื่อมใสเดินทางมายังพื้นที่ประมาณ 400-450 ล้านคน หรืองาน Pushkar camel Fair 2025 ซึ่งจะจัดในเดือน พฤศจิกายน 2568 ที่เมือง Pushkar ในรัฐราชสถาน เป็นงานที่มี อายุเก่าแก่หลายศตวรรษ มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นการผสมผสาน ระหว่างงานปศุสัตว์กับการแสวงบุญทางศาสนา เป็นภาพสะท้อนอันมีชีวิตชีวาของวัฒนธรรมและประเพณีของอินเดีย

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลอินเดียให้ความสำคัญในการส่งเสริม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและบรรเทาภาระของจุดหมายปลายทาง ที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากเกินไป กระทรวงการท่องเที่ยวอินเดีย อนุมัติโครงการสำคัญ 40 โครงการ มูลค่า 3,295.76 ล้านรูปี เพื่อพัฒนาและปรับปรุงจุดหมายปลายทางที่ไม่โดดเด่นเป็นที่รู้จัก

ใน 23 รัฐ โครงการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนกระตุ้นเศรษฐกิจ ในท้องถิ่น และส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน

รัฐบาลอินเดียมุ่งเป้าไปในกลยุทธ์การกระจายนักท่องเที่ยว ออกจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก ที่ประสบปัญหาปริมาณนักท่องเที่ยว ล้นเกิน ซึ่งเป็นปัญหาระดับความกดดันต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวค้นหาและสำรวจ จุดหมายปลายทางที่ยังไม่ได้รับการใช้ประโยชน์มากนัก เพื่อกระจาย นักท่องเที่ยว ลดความแออัดในสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม โดยเน้น ที่ภูมิภาคที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่พอจะรองรับนักท่องเที่ยวได้

ภายใต้กลยุทธ์นี้ โครงการต่าง ๆ มากมายได้รับการกำหนดขึ้น เพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เส้นทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน การท่องเที่ยว เป้าหมายโดยรวมคือการเปลี่ยนพื้นที่ที่ไม่มีนักท่องเที่ยว เหล่านี้ให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดใจที่สามารถแข่งขัน กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงกว่าได้ ขณะเดียวกันก็รักษามรดก ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาคเหล่านี้ไว้ด้วย

อินเดียตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก ด้วยการส่งเสริมจุดหมายปลายทางที่ยังไม่มีใครรู้จัก อินเดียวางตำแหน่ง ตัวเองให้เป็นผู้นำระดับโลกด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถ ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่แสวงหาจุดหมายปลายทาง ที่ไม่เหมือนใครและไม่มีผู้คนพลุกพล่าน ซึ่งการท่องเที่ยวอินเดีย สามารถมอบประสบการณ์ที่แท้จริงและมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจ ในท้องถิ่น อีกทั้งยังผสมผสานความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อ ให้เกิดความสุขสนานครและประทับใจได้

ญี่ปุ่น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวญี่ปุ่น ในช่วงที่ผ่านมา กลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การยกเว้น Visa ใน 71 ประเทศทั่วโลก เดินทางเข้าและพำนักได้ไม่เกิน 15 วัน รวมทั้งการใช้ Social Media ทั้งการแชร์ประสบการณ์ และการนำเสนอข้อมูลผ่าน Influencer ตลาดนักท่องเที่ยวสำคัญ คือ เกาหลีใต้ จีน และไต้หวัน อย่างไรก็ตาม มีประเด็นที่น่าสนใจ คือ สถานการณ์นักท่องเที่ยวล้นเมือง (OverTourism) ซึ่งมาจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

อีกทั้งยังมีการโปรโมทการท่องเที่ยวญี่ปุ่นราคาถูก และด้วยปัจจัย แวดล้อมทั้งหมดทำให้คลื่นนักท่องเที่ยวหลังโควิดมาท่องเที่ยวญี่ปุ่น ส่งผลกระทบต่อคนท้องถิ่นด้วยการบุกรุกความเป็นส่วนตัว รวมถึงการ ละเมิดกฎระเบียบต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น การไม่เคารพกฎจราจร ยืนถ่ายรูปรูข้างถนน ดังนั้น รัฐบาลญี่ปุ่นกำหนดมาตรการรับมือ และ อนุมัติงบประมาณในการแก้ไขปัญหา เช่น การสร้างกำแพงตาข่าย เพื่อปิดกั้นวิวภูเขาไฟฟูจิ หรือ การห้ามนักท่องเที่ยวเข้าไปยังถนน ส่วนตัว จำกัดจำนวนนักปั่นภูเขาไฟฟูจิ การเพิ่มค่าธรรมเนียม การเข้าชม เป็นต้น

ในปี 2568 ญี่ปุ่นตั้งเป้าว่าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

อย่างน้อย 28 ล้านคน เนื่องจากญี่ปุ่นได้รับการพิจารณาให้เป็น เจ้าภาพจัดงาน World Expo หรือ Expo 2025 งานนิทรรศการระดับโลก กำหนดจัดระหว่างวันที่ 13 เมษายน – 13 ตุลาคม 2568 ที่เกาะยูเมะชิมะ นครโอซากา ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนับว่าเป็นการจัดครั้งที่ 3 ที่นครโอซากา ได้เป็นเจ้าภาพ 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” ผู้ออกแบบ ต้องการให้ดูเหมือนเซลล์ต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกันและมีรูปร่างต่างกันไป และจุดที่มีลักษณะคล้ายดวงตา 5 ดวง ได้รับแรงบันดาลใจจากสัญลักษณ์ ของงาน World Expo ของปี 1970 ที่เป็นรูปกลีบดอกซากุระหักกลีบ สำหรับ Expo 2025 ครั้งนี้ คาดว่าจะมีผู้เข้าชมจำนวน 28 ล้านคน Expo 2025 เป็นงานที่แต่ละประเทศที่เข้าร่วมงาน ดำเนินการ คัดเลือก กลั่นกรอง ประเด็นศักยภาพของประเทศจากนั้น นำข้อมูลมา สร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม นำเสนอเป็นรูปแบบ นิทรรศการที่น่าสนใจ ผู้เข้าชมสามารถรับรู้ ฟังพอใจ และต้องการ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์



สำหรับพาวิลเลียนของประเทศไทยในงาน Expo 2025

Pavilion Concept : ภูมิพิมาน อัตลักษณ์แห่งภูมิไทย หลากหลาย
แขนง

Exhibition Concept : 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 หมู่ดหมายสุขภาพโลก
- 10 มนต์เสน่ห์ของประเทศไทย
- 100 ศักยภาพสาธารณสุขไทย
- 1,000 สถานบริการทางการแพทย์
- 10,000 เมนูอาหารสุขภาพ
- 100,000 ผลิตภัณฑ์สร้างภูมิคุ้มกัน
- 1,000,000 รอยยิ้มแห่งความประทับใจ

ความน่าสนใจของพาวิลเลียนประเทศไทย หากสามารถดึงดูดให้
ผู้เข้าชมงานเดินทางเข้าเยี่ยมชม หากสามารถสร้างความพึงพอใจ
ความจดจำและต้องการเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อได้รับ
ประสบการณ์ตรง ทำให้เกิดกลุ่มลูกค้าเดินทางมาท่องเที่ยว
ประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ หากมีความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
จัดกิจกรรมเสริมในพาวิลเลียน เช่น การมอบแพคเกจ การเรียน
ทำอาหารสุขภาพในประเทศไทย หรือ แพคเกจโปรแกรมการบำบัด
เยียวยาทางอารมณ์ที่ดีที่สุด รองรับกลุ่มที่มีปัญหาความเครียด
นอนไม่หลับ ซึมเศร้า โดยมีการนำเสนอหลักสูตรการฟื้นฟูจิตใจ

ตามแนวทางพุทธศาสนา การใช้สมุนไพร และโภชนาการ กิจกรรม
เสริมเหล่านี้ อาจเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

นอกจากพาวิลเลียนไทยแล้ว ยังมีพาวิลเลียนของประเทศอื่น ๆ
ที่น่าสนใจ เช่น

Swiss Pavilion

นำเสนอแนวคิด “ธรรมชาติและโลกที่มนุษย์สร้างขึ้นสามารถอยู่
ร่วมกันได้” โดยจัดเป็นนิทรรศการ 3 ส่วน คือ หุ่นยนต์ ปัญญาประดิษฐ์
เทคโนโลยีโลกเสมือนผสานโลกแห่งความจริง

Wow Germany

พาวิลเลียนของเยอรมนีที่เสนอเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน
สถาปัตยกรรมในอนาคต การพัฒนาเมืองที่ผสมผสานกับการหมุนเวียน
และประสบการณ์การใช้ชีวิต

Theatre of Nature

เป็นพาวิลเลียนของฝรั่งเศสที่น่าสนใจ “โรงละครแห่งธรรมชาติ”
ซึ่งจัดแสดงที่อยู่อาศัยที่เกิดจากธรรมชาติ และสร้างขึ้นโดยมนุษย์

Common Ground : Creating a New Dawn Together

พาวิลเลียนของเนเธอร์แลนด์ นำเสนอแนวคิด “การสร้างรุ่งอรุณ
ใหม่ร่วมกัน” โดยนำเสนอเทคโนโลยีที่น่าสนใจ เช่น การควบคุม
พลังงานที่ไร้ขีดจำกัด พลังงานสะอาด และ พลังงานทดแทนสามารถ
พัฒนาชีวิต

Chasing The Sun

ออสเตรเลียนำเสนอแนวคิด “ไล่ตามดวงอาทิตย์”

Dreamsphere : Where Dreams take Shape

พาวิลเลียนทรงกลมของสิงคโปร์ นำเสนอแนวคิดที่สื่อว่า สถานที่
ที่ความฝันเกิดเป็นรูปร่าง

สาธารณรัฐเกาหลี

ในปี 2567 เกาหลีใต้ตั้งเป้าจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 20 ล้านคน และเพิ่มเป็น 30 ล้านคนในปี 2570 โดยกำหนดทิศทางของกลยุทธ์ (Strategic Direction) คือ การขยาย Themes-Contents โดยการเพิ่มความหลากหลายในรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต การกำหนดตำแหน่งการตลาดแบบแบ่งกลุ่ม และสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวที่แตกต่าง เพิ่มความภักดีของนักท่องเที่ยว

ภารกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Tasks)

เพื่อให้แบรนด์ท่องเที่ยวเกาหลีเป็นที่รู้จักทั่วโลก ภารกิจเชิงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ คือ การขยายและผสมผสานวัฒนธรรมเกาหลี (K culture) กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมูลค่าสูง เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการประชุม นิทรรศการ (MICE) และ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ทั้งนี้ เพื่อให้ภารกิจเชิงกลยุทธ์ประสบความสำเร็จ เกาหลีใต้ให้ความสำคัญอย่างสูงเกี่ยวกับการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยใช้ข้อมูลที่แม่นยำ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยดำเนินการควบคู่กับการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว ผ่านการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

การปฏิบัติแบบเป็นรูปธรรม (Implementation)

เกาหลีใต้ขยายตลาดนักท่องเที่ยวขาเข้าโดยใช้ K Culture ขยายระบบนิเวศการท่องเที่ยวขาเข้าโดยใช้พื้นฐานความร่วมมือ โดยเฉพาะอุตสาหกรรม E-sport และ มุ่งเจาะตลาดกลุ่มตะวันออกกลาง กลุ่มการแพทย์ สุขภาพ สร้างจุดแข็งทางการตลาดโดยกลยุทธ์รายบุคคล (Personal Strategy) นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังผลักดันการเพิ่มศูนย์กลางการตลาดระดับโลก โดยการขยายเครือข่ายและหาตลาดใหม่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 30 ล้านคนในปี 2570



การท่องเที่ยวในประเทศ

เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยตั้งเป้าในปี 2567 มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในประเทศ 40 ล้านล้านวอน โดยมีทิศทางการทำงาน คือ เพิ่มอุปสงค์การเดินทาง โดยเพิ่มจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว ขยายความร่วมมือที่เหมาะสมในแต่ละภูมิภาคเพื่อการเติบโตที่สมดุล สร้างสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ความยั่งยืน กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวโดยส่งเสริมให้เกิดการใช้จ่ายเงิน เน้นการใช้แคมเปญใหญ่ และให้โบนัสสำหรับคนทำงาน สนับสนุนการท่องเที่ยวนอกฤดูหนาว และนอกกรุงโซล โดยเน้นให้เป็นการท่องเที่ยวระยะยาว เพิ่มโอกาสการเดินทางสำหรับกลุ่มพิเศษ และกลุ่มอุปสงค์ที่มีศักยภาพ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ สตรีมีครรภ์ กระตุ้นการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่มีประชากรลดลง ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีเนื้อหาที่เชิดชูเอกลักษณ์ท้องถิ่น

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (The Korea Tourism Organization) กำหนดแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยตั้งเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเกาหลีมากที่สุด โดยกำหนดให้ปี 2566-2567 เป็น “ปีแห่งการมาเยือนเกาหลี” (Visit Korea Year 2023-2024) และได้จัดแคมเปญ “100 กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาหลี” ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมเกาหลี โดยหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญคือ การขยายฐานนักท่องเที่ยวจากตลาดอาเซียน

กลยุทธ์ท่องเที่ยว ปี 2568

ในปี 2568 องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (KTO) ประกาศวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวเกาหลี “การก้าวกระโดดครั้งสำคัญสำหรับการบรรลุผลอันยิ่งใหญ่ที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกเหนือจากการรักษาเสถียรภาพการท่องเที่ยวในเกาหลี (The Great Leap forward to achieve the greatest results ever for foreign tourists beyond the rapid stabilization of tourism in Korea) เพื่อการบรรลุวิสัยทัศน์ KTO จึงประกาศโครงการสำคัญที่จะดำเนินการในปี 2568 จำนวน 8 โครงการ ได้แก่

โครงการที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงรุกทั่วโลก ด้วยเป้าหมายการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากที่สุด โดย การจัด K-Tourism Roadshow ใน 20 เมืองใหญ่ เช่น นิวยอร์ก ปักกิ่ง โตเกียว เป็นต้น และการจัดตั้งสาขาการประชาสัมพันธ์ (Promotion Branches) 12 แห่ง เพื่อบุกเบิกตลาดใหม่

โครงการที่ 2 การขยายระบบนิเวศการท่องเที่ยวของเกาหลี โดยใช้กระบวนการใหม่ผ่านการทำงานร่วมกันของอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำ (Marine Tourism) การฟื้นฟูการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) การฟื้นฟูการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure tourism) เป็นต้น

โครงการที่ 3 ขยายอิทธิพลความเป็นเกาหลีในดินแดนต่างประเทศ โดยใช้ K Pop และ การโปรโมท Korean Wave รวมทั้ง K Sport และ E Sport โดยส่งเสริมรูปแบบของกีฬา และเกม

โครงการที่ 4 เป็นฐานในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและส่งออก โดยยกระดับศักยภาพของบริษัทท่องเที่ยว โดยการขยายฐานการฝึกอบรม และการจัดตั้งบริการสนับสนุน เช่น การจัดตั้งการให้บริการขาเข้าแบบครบวงจร (inbound one-stop support service)

โครงการที่ 5 สนับสนุนภูมิภาคที่มีชุมชนเข้มแข็ง ให้เป็นภูมิภาคที่เติบโตด้านการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้มีการเดินทาง เคลื่อนย้ายระหว่างเมืองใหญ่ พัฒนาเมืองท่องเที่ยว และให้พักค้างนานวันขึ้น โดยเสนอโปรแกรม Night Tourism ควบคู่กับการให้คูปองส่วนลดสำหรับที่พักท้องถิ่น

โครงการที่ 6 อำนวยความสะดวกในการเดินทาง และปรับปรุงจุดบริการ

โครงการที่ 7 ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมแบบเปิด เกาหลีจะมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Smart Tourism ซึ่งเป็นเทรนด์การท่องเที่ยวมิติใหม่ที่เกาหลีได้พัฒนาขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้บริการด้านการท่องเที่ยวครอบคลุมด้านการชำระเงิน ความปลอดภัย แผนที่ และที่จอดรถ เป็นต้น

โครงการที่ 8 รางวัลที่มีความสุขจากการเดินทาง ชีวิตที่ดีขึ้นด้วยการท่องเที่ยว โดยให้ประชาชนสามารถสนุกสนานกับการเดินทาง โดยยกระดับการเดินทางเข้าถึง และเปิดสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ 20 แห่ง

นอกจาก 8 โครงการดังกล่าวแล้ว เกาหลียังให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หรือ Start up โดย กรมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว กระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยวเกาหลีได้ให้ความเห็นในประเด็นการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกอันเกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องยกระดับการบริการต่าง ๆ โดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (KTO) ได้ใช้เครือข่ายที่มีในต่างประเทศ จัดตั้งเป็น ศูนย์ส่งเสริมผู้ประกอบการสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยวเกาหลี (Korea Tourism Start up Center : KTSC) โดยมีการจัดตั้งครั้งแรกในปี 2554 และขยายโครงการเต็มรูปแบบในปี 2558 โดยในปี 2567 ได้เปิด KTSC ที่ประเทศไทย

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

เวียดนามเป็นดาวรุ่งด้านการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยม ปัจจุบันการท่องเที่ยวเวียดนามขุดขยายด้านทรัพยากรธรรมชาติ และ "แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง" (Man-made Attraction) ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวของเวียดนามคือ เวียดนามเป็นประเทศที่มีค่าครองชีพไม่สูง และมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเวียดนามเบื้องต้น พบว่า ในปี 2567 เวียดนามมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 17 ล้านคน รายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับ GDP โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7 ในปี 2566 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเวียดนาม ส่วนใหญ่มาจากเกาหลีใต้ จีน และไต้หวัน

ในปี 2568 เวียดนามตั้งเป้าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 23 ล้านคน รายได้ 3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 31 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2567 ตั้งเป้าการจ้างงานไว้ที่มากกว่า 10 ล้านตำแหน่งงาน เพิ่มสัดส่วนของ GDP ด้านการท่องเที่ยวจากร้อยละ 8 เป็นร้อยละ 13 โดยวางกลยุทธ์ไว้ที่การเชื่อมต่อด้านการเดินทางทางอากาศ วิซ่า และการส่งเสริม Destination Marketing

ตลาดเป้าหมายของเวียดนาม คือ ตลาดนักท่องเที่ยวจากเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 79.6 ตลาดนักท่องเที่ยวจากยุโรป ร้อยละ 11.3 ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากอเมริกาและโอเชียเนีย เป็นร้อยละ 5.7 และ 3.1 ตามลำดับ หากพิจารณาในรายตลาด พบว่า เวียดนามมีความพยายามที่จะเจาะตลาดนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ตะวันออกกลาง

การยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของเวียดนามเป็นประเด็นที่น่าสนใจมาก ส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดที่ได้ผลอย่างสูงในช่วงเวลาที่ผ่านมามี คือ การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวอันมากมายของเวียดนาม



เช่น จังหวัด Thua Thien Hue ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจากยูเนสโก ในปี Visit Vietnam Year หรือ เทศกาลดอกไม้ไฟที่ดานัง (Danang International Fireworks Festival) ในช่วงฤดูร้อน หรือ ถ้ำ Son Doong เป็นถ้ำที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีความยาว 9 กิโลเมตร สูง 200 เมตร

การประกาศตัวลงสนามการท่องเที่ยวของเวียดนามมีความน่าสนใจ โดยเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2568 สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเวียดนาม (Vietnam Tourism Association) ประกาศ 5 ภารกิจสำคัญที่จะดำเนินการในปี 2568 เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 23 ล้านคน นักท่องเที่ยวภายในประเทศ 120 ล้านคน และรายได้จากการท่องเที่ยว 980 ล้านล้านดอง โดยดำเนินการ 5 ภารกิจ ได้แก่

1. การรวบรวมความคิดเห็น และข้อเสนอแนะไปยังหน่วยงานรัฐ และท้องถิ่น เพื่อการแก้ปัญหาความยากลำบากในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว
2. มุ่งเน้นเรื่องการเตรียมจัดกิจกรรม เทศกาล ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยว
3. วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการยกระดับคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว และ จุดหมายปลายทางที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
5. สร้างกิจกรรมความร่วมมือในระดับนานาชาติ

สารานุกรมรัฐสิงคโปร์

องค์การท่องเที่ยวสิงคโปร์ (Singapore Tourism Board : STB) พยายามผลักดันให้องค์กรมีจุดแข็ง และมุ่งมั่นที่จะพัฒนาให้เป็น “องค์กรทางการตลาดระดับโลกที่มีความคล่องตัว กล้าหาญ และสร้างสรรค์” (A World-Class Marketing Organization That is Agile, Bold and Creative) โดยกำหนดผลลัพธ์ (Outcomes) คือ

- การผลักดันให้สิงคโปร์ ได้รับการพิจารณาให้เป็นจุดหมายปลายทางด้วยการสร้างการรับรู้ผ่านเรื่องราวและเนื้อหาที่หลากหลาย
- ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม (Right segments) ผ่านความพยายามทางการตลาดแบบกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- ขับเคลื่อนการมีส่วนร่วม (Engagement) และการใช้จ่าย โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเฉพาะบุคคล (personalized communications)

กลยุทธ์การตลาดของสิงคโปร์

กลยุทธ์ที่ 1 การบอกเล่าเรื่องราวอันยิ่งใหญ่ของสิงคโปร์ (Telling a Great Singapore Story) โดยเรื่องราวของสิงคโปร์ต้องเป็นเรื่องที่แท้จริง (Authentic) ไม่ใช่เรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่รวมถึงเรื่องราวที่เล่าโดยทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Beyond Destination Brand) โดยข้อมูลเหล่านี้ จะนำมาทบทวนแบรนด์ท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยกำหนดให้เป็น หนึ่งแบรนด์ หนึ่งแคมเปญ (One Brand One Campaign) และเจาะลึกเรื่องราวของแบรนด์ด้วยเนื้อหาที่เข้มข้น (Deepening the Brand story with rich content)

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การดึงดูดแฟนตัวจริง (Attracting The Right Fans) มุ่งเป้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีการคัดกรองอย่างแม่นยำ เพื่อเจาะให้ถูกตลาดที่เหมาะสม ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายทั่วโลกที่มีบุคลิกเฉพาะตัว (Global Segments with Distinct Personas) มีการจำแนกไว้ 4 กลุ่ม คือ กลุ่ม ครอบครัวหนุ่มสาว (Young Family) กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ (Working Millennials) กลุ่มสูงวัยที่กระฉับกระเฉง (Active Silvers)



และกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Travelers) โดยในกลยุทธ์นี้ นอกจากดึงดูดกลุ่มแฟนตัวจริงแล้ว กลยุทธ์นี้ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลในกลุ่มตลาด เพื่อมุ่งสู่การเติบโตทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการปกป้องรักษากลุ่มตลาดในเอเชียที่เป็นฐานลูกค้าเดิม เช่น อินโดนีเซีย จีน และอินเดีย รวมถึงกลุ่มตลาดเอเชียที่มีการเติบโตสูง เช่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง เวียดนาม และ เมียนมาร์ อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์นี้ ยังกระจายกลุ่มตลาดออกไปนอกเอเชีย ซึ่งเป็นตลาดสำคัญระยะยาว (Long-Haul Market) เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมันและฝรั่งเศส

กลยุทธ์ที่ 3 การปรับปรุงการนำเสนอข้อมูล (Enhancing Delivery) โดยการระดมความรู้ เครื่องมือ และช่องทางที่ถูกต้องในการเสนอเรื่องราวของสิงคโปร์ให้กับกลุ่มแฟนอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ สิ่งที่จะต้องดำเนินการอย่างจริงจังคือ การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data Driven Marketing) การผลักดันศูนย์กลางข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและบริการ (Destination Information and Service Hub) รวมถึงการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย การบอกเล่าเรื่องราว การแบ่งปันข้อมูลความสนใจของเราไปยังผู้อื่น



มาเลเซีย

ปี 2567 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเลเซียระหว่างเดือนมกราคม-พฤศจิกายน จำนวน 22.5 ล้านคน อันดับ 1 เป็นนักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์มากกว่า 8 ล้านคน อันดับ 2 เป็นนักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซีย 3.2 ล้านคน และอันดับ 3 นักท่องเที่ยวจากจีน 3 ล้านคน ส่วนตลาดนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เติบโตได้ดี เช่น นักท่องเที่ยวจากไทย 1.4 ล้านคน นักท่องเที่ยวจากอินเดียมากกว่า 1 ล้านคน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 72 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2566

การเตรียมตัวสำหรับ Visit Malaysia Year 2026

ในปี 2568 กระทรวงการท่องเที่ยว ศิลปะและวัฒนธรรม (Ministry of Tourism , Arts and Culture : Motac) ระบุว่า ปี 2568 เป็นปีที่มาเลเซียจะเตรียมตัวสำหรับการประกาศให้ ปี 2569 เป็นปีท่องเที่ยวมาเลเซีย (Visit Malaysia Year 2026) โดยตั้งเป้าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำนวน 35.6 ล้านคน และรายได้จากการท่องเที่ยว 33,000 ล้านดอลลาร์ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 261 ล้านคน รายได้จากการท่องเที่ยว 26,000 ล้านดอลลาร์ โดยการประกาศปีท่องเที่ยวมาเลเซีย 2569 ครั้งนี้ เน้นย้ำเรื่องความยั่งยืน การมีส่วนร่วม และการเติบโตทางเศรษฐกิจ ตามที่นายกรัฐมนตรีมาเลเซีย นายอันวาร์ อิบราฮิม (Anwar Ibrahim) มอบนโยบายไว้ ในขณะที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยว นำเสนอเพิ่มเติมเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์กลุ่มเฉพาะ (Niche Tourism Experience) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มการใช้จ่ายและวันหยุดเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว โดยแคมเปญของปีท่องเที่ยวมาเลเซีย 2569 คือ “Landmark Event, Nation Rich Culture Diversity, Natural Beauty and Hospitality” ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรัฐบาลมาเลเซียจัดสรรงบประมาณ 550 ล้านริงกิต ในปี 2568

เพื่อลงทุนในกิจกรรมและสนับสนุนโครงการทางวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นผ่านงานศิลปะ แบบดั้งเดิม

อย่างไรก็ตาม ในปี 2568 จะเป็นปีที่มาเลเซียวางกระบวนการทำงานไว้อย่างบูรณาการ ทั้งการผสมผสานการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การลงทุนภาครัฐ และความร่วมมือของภาคเอกชน โดยแผนงานการท่องเที่ยวในปี 2568 กลับไม่ใช่เฉพาะเป้าหมายเชิงตัวเลขเท่านั้น แต่ยังคงสะท้อนวิสัยทัศน์ด้านการเติบโตอย่างยั่งยืน พลังของชุมชนและความร่วมมือระหว่างประเทศ

กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของมาเลเซียในปี 2568

ยังเป็นประเด็นที่น่าสนใจ เช่น

- นโยบาย Visa -Free จะขยายระยะเวลาไปจนถึงธันวาคม 2569
- การเพิ่มการเดินทางเชื่อมโยงทางอากาศ เช่น การเปิดตัวเส้นทางการบินระหว่างประเทศใหม่ 10 เส้นทาง เชื่อมต่อกับท่าอากาศยานนานาชาติบารู โกตาคิเนบาลู ลังกาอีและปีนัง กับจุดหมายปลายทางในเวียดนาม อินเดีย ไทย เกาหลีใต้ และ จีน ที่น่าสนใจคือ นายโทนี เฟอานานเดซ (Tony Fernandes) CEO ของ Capital A เปิดเผยแผนงานที่จะทำให้ท่าอากาศยานนานาชาติพัฒนาเป็นศูนย์กลางสายการบิน

ราคาประหยัดชั้นนำของโลก ซึ่งจะผลักดันให้มาเลเซียกลายเป็น Key Player สำคัญในการเดินทางราคาประหยัด นอกจากข้อมูลดังกล่าวแล้ว ยังพบว่า ข้อมูล OAG Megahubs ประจำปี 2567 ยังจัดอันดับให้ ท่าอากาศยานนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ เป็นท่าอากาศยานที่มีการเชื่อมต่อมากเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากสนามบินนานาชาติฮีทโธรว์ ลอนดอน โดยมีบริการเชื่อมต่อ Low-cost connections มากกว่า 14,500 แห่ง ครอบคลุม 137 จุดหมายปลายทาง

• กลยุทธ์การกระจายตลาดไปสู่ ตลาด Niche Market เช่น Wellness Eco Luxury Gastronomy Muslim

• กลยุทธ์ยกระดับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางออนไลน์ ใช้ Influencer marketing

• กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดศักยภาพ โดยเฉพาะตลาดอินเดีย ได้มีการประกาศยกเว้นวีซ่า ตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2566 ต่อมาได้ขยายการยกเว้นวีซ่า 30 วัน สำหรับพลเมืองอินเดียไปจนถึงเดือนธันวาคม 2569 ทั้งนี้ ยังมีการเพิ่มการเชื่อมต่อระหว่างอินเดียและมาเลเซีย โดยมีเที่ยวบินตรง 246 เที่ยวบิน พร้อมเปิดตัวเส้นทางใหม่ โดยสายการบิน IndiGo และสายการบินแอร์เอเชียเชื่อมต่อมาเลเซียกับจุดหมายปลายทาง 17 แห่งในอินเดีย โดยมีเที่ยวบินรวม 91 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ปี 2567 เพียงปีเดียว แอร์เอเชียเปิดตัวเส้นทางบินใหม่ 8 เส้นทางสู่ประเทศอินเดีย

สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีขนาดทางเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอินโดนีเซียนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวของอินโดนีเซีย ตั้งเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวออกไปสำรวจจุดหมายปลายทางที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร (Unique and Exotic Destinations) ไม่เฉพาะต้องเที่ยวที่บาหลีเท่านั้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของอินโดนีเซียยังต้องเผชิญความท้าทายหลายประการ เช่น ความต้องการที่จะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้ทันสมัย และ การบริหารจัดการสภานักท่องเที่ยวล้นเกินในพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก รวมถึงประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

ในปี 2568 อินโดนีเซียตั้งเป้าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 14.6-16 ล้านคน และนักท่องเที่ยวในประเทศ 1.08 พันล้านคน-ครั้ง รายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ 19-21.1 พันล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 4.6 ของ GDP เกิดการจ้างงาน 25.8 ล้านตำแหน่ง ข้อเสนอที่น่าสนใจสำหรับเป้าหมายในปี 2568 คือ การตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 1.08 พันล้านคน ซึ่งต่ำกว่าปี 2567 และ 2566 ซึ่งตั้งเป้าหมายไว้ที่ 1.2 และ 1.4 พันล้านคน เหตุผลของการลดเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศ คือ อินโดนีเซียให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพ มากกว่าปริมาณ

กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2568 ของอินโดนีเซีย กำหนดเป้าหมายให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ยกระดับการท่องเที่ยวทั้งความสะอาดและความปลอดภัย เน้นความเป็นมาตรฐานสากล ส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

- นโยบาย Free Visa เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากจีน และออสเตรเลีย
- เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- นำเสนอภูมิทัศน์ที่สวยงามและวัฒนธรรมจาก 17000 เกาะ โดยเฉพาะเกาะโคโมโด ซึ่งเป็นที่อยู่ของมังกรโคโมโด 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ทางธรรมชาติ



ท่องเที่ยวไทย 2568

จากการแถลงทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในปี 2568 สารสำคัญหลัก คือ ตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 39 ล้านคน นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย 205 ล้านคน-ครั้ง รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 7.5 เปรียบเทียบกับรายได้ปี 2567 จุดขายหลัก คือ เสน่ห์ไทย และ เมืองน่าเที่ยว กลยุทธ์หลัก คือ Partnership 360 (P) Accelerate Access to Digital World (A) Sub-Culture Movement (S) และ Sustainably Now (S) ยังคงใช้แคมเปญหลัก Amazing Thailand ในภาพรวม สำหรับตลาดต่างประเทศ ใช้ Amazing Thailand : Your Stories Never End ตลาดท่องเที่ยวไทย ใช้แคมเปญ สุกกันที่ ที่เที่ยวไทย

ในปี 2568 ประเทศไทยโปรโมทให้เป็นปี Amazing Thailand Grand Tourism & Sport Year 2025 โดยมีวัตถุประสงค์ คือ ขานรับนโยบายรัฐบาลเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยแนวคิด Ignite Tourism Thailand โดยร่วมกับพันธมิตรทุกภาคส่วนเพื่อสร้างรายได้ กระจายประโยชน์อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมยกระดับชีวิตคนไทยและสิ่งแวดล้อม พร้อมผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน

แนวคิดหลักในการดำเนินงานคือ Grand Collaborations หรือความร่วมมือครั้งยิ่งใหญ่ ประกอบด้วย 5 แนวคิดการดำเนินงาน คือ

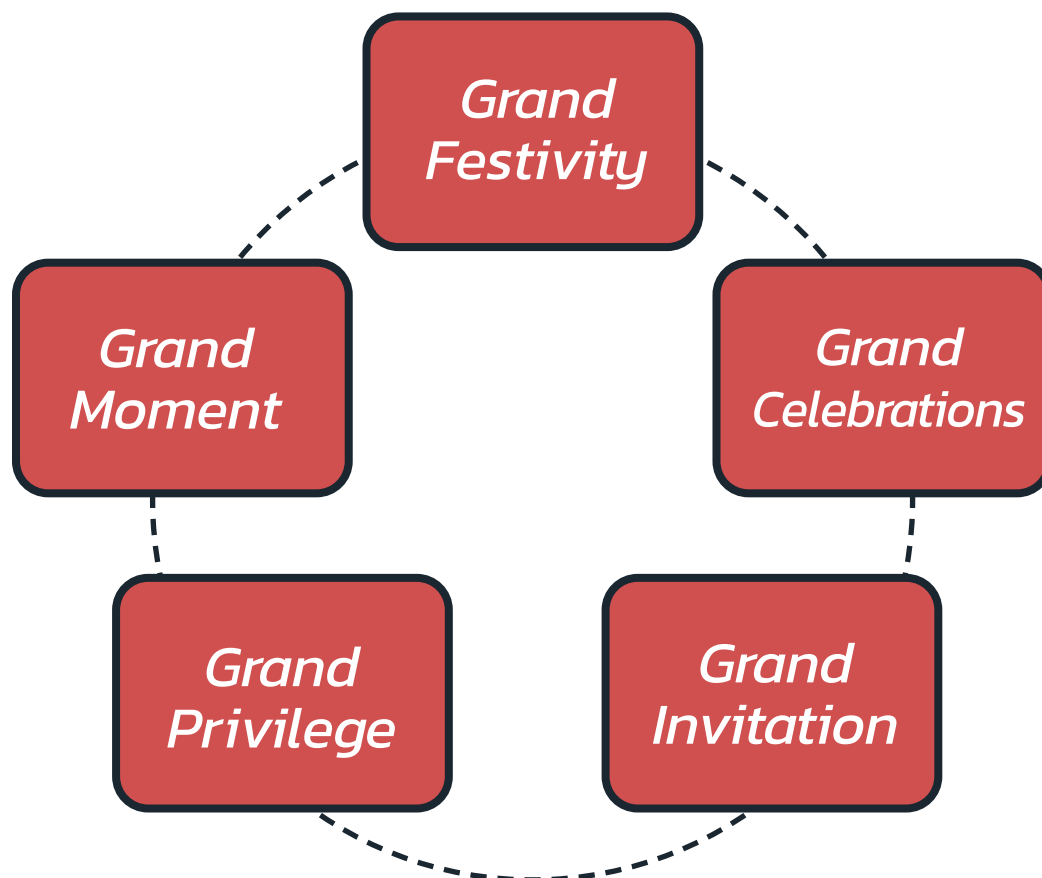
Grand Festivity จัดให้มีกิจกรรมใหญ่ตลอดทั้งปี เพื่อเป็นจุดขายและดึงดูดนักท่องเที่ยว พร้อมอำนวยความสะดวกในทุกช่องทาง

Grand Moment การนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่มอบประสบการณ์ใหม่ๆ แบบ Very VIP

Grand Privilege เน้นกิจกรรม Shopping และ Package Tour ตัวเครื่องบิน

Grand Invitation เชิญบุคคลระดับโลกมาเมืองไทยตลอดทั้งปี อาทิ นักร้อง นักดนตรี นักกีฬา นักเขียนรางวัลโนเบล มาท่องเที่ยวและแชร์ประสบการณ์

Grand Celebrations ร่วมฉลองความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศต่าง ๆ อาทิ ไทย-จีน ครบรอบ 50 ปี ไทย - สหรัฐอเมริกา ครบรอบ 192 ปี ไทย-สิงคโปร์ ครบ 60 ปี และ ไทย - อินโดนีเซีย ครบรอบ 75 ปี



ข้อสังเกตเบื้องต้น

1. การระบุกิจกรรมท่องเที่ยวและงานเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ ภายใต้แคมเปญ Amazing Thailand Grand Tourism & Sport Year 2025 ตั้งแต่เดือน มกราคม - ธันวาคม 2568 คือ กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และกีฬาที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเกือบทุกปี ยกเว้น กิจกรรมเฉลิมฉลองความสัมพันธ์ทางการทูต ระหว่างไทย กับ จีน สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์และอินโดนีเซียเท่านั้น ที่เป็นกิจกรรมใหม่ อย่างไรก็ตาม กิจกรรมเฉลิมฉลองความสัมพันธ์ทางการทูตดังกล่าว ยังไม่ปรากฏรายละเอียดว่าจะมีการดำเนินงานเรื่องใด

2. การผลักดัน Soft Power ทั้ง 5 สาขา ได้แก่ Food/ Fight/ Festival/ Film และ Fashion ยังคงเป็นการส่งเสริมในรูปแบบ กิจกรรมคล้ายเดิมทั้งสิ้น โครงการที่ดำเนินการภายใต้คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ และ THACCA (Thailand Creative Culture Agency) ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณไปแล้ว ยังไม่ปรากฏเป็นรูปธรรม ในปี 2568

3. ปี 2568 เป็นปีที่ประเทศไทยมีโอกาสนำเสนอจุดแข็งของประเทศ

ผ่านงาน World Expo ที่ประเทศญี่ปุ่น ภายใต้แนวคิด ภูมิปัญญา ดินแดนแห่งภูมิคุ้มกัน ดังนั้น หากผู้ที่เข้าชมงาน World Expo สนใจประทับใจ เนื้อหาใน Thai Pavilion ควรจะนำเสนอข้อมูลให้ชัดเจนว่า หากเดินทางมาที่ประเทศไทย ผู้ชมงานจะได้รับประสบการณ์ตรงจาก กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการสุขภาพในประเทศได้อย่างไร

4. เนื่องจากแคมเปญ Amazing Thailand เป็นแคมเปญ ที่ประเทศไทยเริ่มใช้ครั้งแรกในปี 2541-2542 โดยใช้ต่อเนื่องประมาณ 3-4 ปี จากนั้น ได้เปลี่ยนไปใช้แคมเปญอื่น และกลับมาใช้ Amazing Thailand อีกครั้งในปี 2550 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะสร้างให้เกิดภาพจำที่แข็งแรงแล้ว แคมเปญ Amazing Thailand ยังควรได้รับการปรับปรุงภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดูสดใหม่ ทันสมัย เข้ากับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มากขึ้น (Brand Refresh) การประกาศในปี 2568 เป็น Amazing Thailand Grand Tourism & Sport Year 2025 จึงควรออกแบบกิจกรรมให้ตอบโจทย์กลุ่มตลาดที่ชัดเจน โดยใช้ฐานข้อมูลการตลาดเชิงลึก เน้นไปที่การตอบโจทย์ระบบภูมิทัศน์ทางเศรษฐกิจ (Economic Landscape) ที่เปลี่ยนไป

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. การท่องเที่ยวของประเทศไทยควรต้องยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยศึกษาจากดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางท่องเที่ยว พร้อมกับให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิด Net Zero Carbon Tourism และกำกับดูแลเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2. สำหรับการประกาศปีท่องเที่ยวภายใต้แคมเปญ Amazing Thailand ในแต่ละครั้ง ควรต้องมีการเตรียมพร้อมสินค้าและบริการที่พิเศษ หากไทยประกาศปีท่องเที่ยวโดยไม่มีกิจกรรม เทศกาล ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใดที่พิเศษ นอกจากจะไม่สร้างความสนใจแล้ว ยังทำให้การประกาศครั้งต่อไปไม่มีน้ำหนัก ไม่มีความสำคัญ

3. เพื่อให้การส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวมีสีสัน สนุกสนาน และไม่ต้องทุ่มเทงบประมาณที่สูงเกินไป แต่ใช้เครือข่ายเดิมที่มีอยู่แล้วในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ยกตัวอย่างเช่น การคัดเลือกวันใดวันหนึ่ง และประกาศให้เป็นวันสำคัญที่ไม่ใช่วันที่สถาปนาโดยรัฐ แต่เป็นวันสำคัญที่ต้องการโปรโมทเพื่อความสนุก และสร้างกระแสการรับรู้ เช่น การประกาศวันต้มยำกุ้งโลก จากนั้นใช้เครือข่ายร้านอาหารไทยที่กระจายอยู่ตามประเทศต่าง ๆ ร่วมกันโปรโมท กิจกรรมคือ กินต้มยำกุ้ง ลักษณะกิจกรรมเช่นนี้ จะสร้างภาพจำให้กับอาหารไทย โดยอาจจะพ่วงข้าวเหนียวมะม่วงเป็นของหวาน หรือ การประกาศวันข้าวเหนียวมะม่วงโลก อีก 1 วัน

4. การทบทวนและปรับปรุงขั้นตอนทางกฎหมายที่ส่งผลต่อความสะดวกในการประกอบธุรกิจ การลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นหรือการเพิ่มนวัตกรรมใหม่ที่มีความทันสมัย จะสามารถยกระดับภาพรวมการท่องเที่ยวไทยได้





สถานการณ์ การท่องเที่ยวในประเทศไทย

สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยไตรมาส 4 ปี 2567

สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในไตรมาส 4 ปี 2567 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลของฤดูกาลท่องเที่ยว โดยในไตรมาสสุดท้ายของทุกปี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในช่วงเวลานี้เช่นกัน ประกอบกับภาคการท่องเที่ยวยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการจัดงานตามเทศกาลและการจัดงานตามประเพณีในแต่ละท้องถิ่น โดยงานเทศกาลและประเพณีสำคัญที่จัดขึ้นไตรมาสนี้ ได้แก่ การจัดงานเทศกาลลอยกระทง การจัดงานประเพณีออกพรรษาและประเพณีทอดกฐิน รวมถึงการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่หลายพื้นที่ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาร่วมกิจกรรมในสถานที่ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก

กอปรกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในแต่ละจังหวัดได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การจัดงานเทศกาลอาหารท้องถิ่น การจัดกิจกรรมถนนคนเดิน การจัดงานเทศกาลดนตรี การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเล รวมถึงการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬา เช่น การจัดกิจกรรมเดิน-วิ่ง การจัดกิจกรรมการแข่งขันรถจักรยาน การจัดการแข่งขันกีฬาทางน้ำ เป็นต้น

นอกจากนี้ ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการวีซ่าฟรี และการขยายระยะเวลาพำนักในไทย จากไม่เกิน 30 วัน เป็นไม่เกิน 60 วัน จำนวน 93 ประเทศ/ดินแดน โดยมาตรการดังกล่าวมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2567 ซึ่งช่วยให้การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสะดวกมากขึ้น

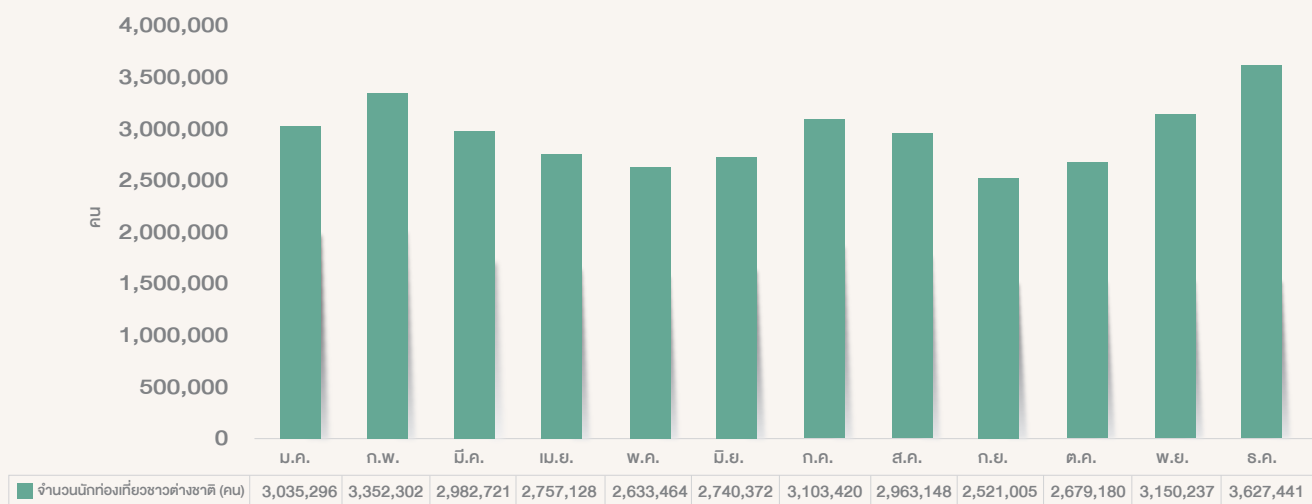
อีกทั้ง การท่องเที่ยวยังได้รับปัจจัยบวกจากสายการบินต่างชาติที่ขยายเส้นทางและเปิดเส้นทางการบินมาไทยมากขึ้น อาทิ สายการบิน

ประจำชาติสาธารณรัฐคีร์กีซ Aero Nomad เปิดเส้นทางการบินจากท่าอากาศยานนานาชาติเนตาจิสุบชาสจันทร์นาโกล (Netaji Subhash Chandra Bose International Airport (CCU)) มายังท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต สายการบินซาอุดีอาระเบีย (SAUDIA) เปิดให้บริการเส้นทางบินตรงจากเมืองริยาด ซาอุดีอาระเบีย มายังท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ความถี่เที่ยวบิน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และจากเมืองเจดดาห์ ซาอุดีอาระเบียมายังท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต สายการบินเจ็ตสตาร์ (JetStar Airways) เปิดเส้นทางบินตรงระหว่างเมืองบริสเบน (BNE) ประเทศออสเตรเลีย มายังกรุงเทพมหานคร (BKK) ความถี่เที่ยวบิน 3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ สายการบินอิตาแอร์เวย์ (ITA Airways) เปิดเที่ยวบินตรงจากกรุงโรม (ท่าอากาศยานโรม ฟิอูมิชีโน) มายังกรุงเทพมหานคร และสายการบินลุฟท์ฮันซ่า เพิ่มเที่ยวบินระหว่างไทยและยุโรปเป็น 31 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในไตรมาส 4 ปี 2567

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในไตรมาส 4 ปี 2567 ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 9.46 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.12 จากไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.82 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 90.86 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในช่วงเดียวกันของปี 2562

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยเป็นรายภูมิภาค พบว่า

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ไตรมาส 4 ปี 2567 ภาพรวมของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเดินทางมาท่องเที่ยวไทยยังเติบโตต่อเนื่อง โดยมีจำนวน 6.39 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.00 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่ยังหดตัวร้อยละ 17.66 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 เมื่อพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า

ภูมิภาคเอเชียตะวันออก

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งมาจากนักท่องเที่ยวจีน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้มีจำนวนมากเป็นอันดับ 1 ของจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.28 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยมีจำนวนกว่า 2.77 ล้านคน เติบโตร้อยละ 29.71 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเป็นอันดับ 1 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด หรือมีจำนวน 1.48 ล้านคน เติบโตร้อยละ 43.88 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ มีจำนวน 4.86 แสนคน เติบโตร้อยละ 4.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสำคัญในภูมิภาคนี้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีจำนวนมากรองลงมา คือ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และฮ่องกง

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.31 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด สำหรับในไตรมาสนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือมีจำนวน 2.64 ล้านคน หดตัวร้อยละ 1.60 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยปรับตัวลดลงหลายประเทศ สำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ มาเลเซีย มีจำนวนกว่า 1.21 ล้านคน (มีจำนวนมากเป็นอันดับ 2 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด) หดตัวร้อยละ 6.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งสาเหตุการปรับลดลงส่วนหนึ่งมาจากในช่วงเดือนพฤศจิกายนและเดือนธันวาคม 2567 ทางภาคใต้ของไทยประสบกับภาวะฝนตกหนักและอุทกภัยในหลายจังหวัด เช่นเดียวกับประเทศมาเลเซีย ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวเดินทางมารองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์ มีจำนวนกว่า 3.12 แสนคน หดตัวร้อยละ 1.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 นักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซียจำนวนกว่า 2.28 แสนคน เติบโตร้อยละ 4.51 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และตลาดที่สำคัญสำหรับภูมิภาคนี้ อาทิ สปป.ลาว เวียดนาม และฟิลิปปินส์

ภูมิภาคเอเชียใต้

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.33 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้งหมด หรือมีจำนวน 7.24 แสนคน เติบโตร้อยละ 26.48 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากภูมิภาคนี้มาจากอินเดีย มีจำนวนกว่า 5.93 แสนคน (มีจำนวนมากเป็นอันดับ 3 ของจำนวน



นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งมาจากนักท่องเที่ยวจีน โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้มีจำนวนมากเป็นอันดับ 1



นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด) เติบโตร้อยละ 27.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับนักท่องเที่ยวเดินทางมารองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากบังกลาเทศ มีจำนวนกว่า 3.96 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 1.57 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 นักท่องเที่ยวจากศรีลังกาจำนวนกว่า 2.40 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 108.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ภูมิภาคโอเชียเนีย

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีจำนวน 2.60 แสนคน เติบโตร้อยละ 26.48 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้มาจากออสเตรเลียมีจำนวนกว่า 2.30 แสนคน เติบโตร้อยละ 19.55 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.49 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนีย และรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากนิวซีแลนด์มีจำนวนกว่า 2.81 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 15.92 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ภูมิภาคยุโรป

ไตรมาส 4 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเติบโต ซึ่งในไตรมาสนี้เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป นอกจากนี้ การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปยังได้รับปัจจัยบวกจากสายการบินเพิ่มความถี่เที่ยวบินจากยุโรปมาไทย รวมถึงเปิดเส้นทางบินตรงมาไทย โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 2.37 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.34 จากช่วงเดียวกันของปี 2566 และเติบโตร้อยละ 17.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวหลายประเทศมีการเติบโตจากช่วงเดียวกันของปี 2562 เมื่อพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า



นักท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก คือ รัสเซีย มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 68.79 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ภูมิภาคยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.90 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปกลางและยุโรปตะวันออกมีจำนวน 8.51 แสนคน เติบโตร้อยละ 21.46 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

โดยนักท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากรัสเซีย มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 68.79 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคยุโรปกลางและยุโรปตะวันออกทั้งหมด หรือมีจำนวน 5.86 แสนคน เติบโตร้อยละ 19.30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากโปแลนด์มีจำนวน 6.83 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 36.26 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และคาซัคสถาน มีจำนวน 6.46 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 7.78 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐเช็ก โรมาเนีย และอุซเบกิสถาน เป็นต้น

ภูมิภาคยุโรปตะวันตก

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.13 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด โดยมีจำนวนมีจำนวน 6.91 แสนคน เติบโตร้อยละ 19.02 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

โดยนักท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากเยอรมนี มีสัดส่วนร้อยละ 41.27 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคยุโรปตะวันตกทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.85 แสนคน เติบโตร้อยละ 15.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส มีจำนวน 2.06 แสนคน เติบโตร้อยละ 28.62 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวจากเนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ และออสเตรีย เป็นต้น

ภูมิภาคยุโรปเหนือ

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.68 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด หรือมีจำนวน 5.14 แสนคน เติบโตร้อยละ 20.95 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

โดยนักท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58.16 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเหนือทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.99 แสนคน เติบโตร้อยละ 17.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากสวีเดน มีจำนวน 8.24 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 28.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และนักท่องเที่ยวจากเดนมาร์ก มีจำนวน 4 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 20.95 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวจากนอร์เวย์ และฟินแลนด์

ภูมิภาคยุโรปใต้และเมดิเตอร์เรเนียน

จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.92 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปทั้งหมด หรือมีจำนวน 3.06 แสนคน เติบโตร้อยละ 56.48 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากอิสราเอล มีสัดส่วนร้อยละ 28.64 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคยุโรปใต้และเมดิเตอร์เรเนียนทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวอิสราเอลกลับมาเติบโต ซึ่งมีจำนวน 8.77 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 184.29 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเติบโตจากฐานที่ต่ำในช่วงเดียวกันของปี 2566 (ช่วงเป็นช่วงเริ่มต้นเหตุการณ์สงครามระหว่างอิสราเอลและกลุ่มฮามาส) แต่เนื่องจากสถานการณ์สงครามยังไม่คลี่คลาย ไปข้างหน้า การฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวจากอิสราเอลยังมีความไม่แน่นอนสูง

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากอิตาลี มีจำนวน 8.60 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 38.84 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และนักท่องเที่ยวจากสเปน มีจำนวน 6.12 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 26.08 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวจากตุรกี เป็นต้น

ภูมิภาคอเมริกา

ไตรมาส 4 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาเที่ยวไทยมีจำนวน 4.71 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.37 จากช่วงเดียวกันของปี 2566 และเติบโตร้อยละ 2.80 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนร้อยละ 68.68 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจากภูมิภาคอเมริกาทั้งหมด โดยมีจำนวน 3.25 แสนคน เติบโตร้อยละ 12.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ยังคงตัวร้อยละ 2.71 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวหลายประเทศมีการเติบโตจากช่วงเดียวกันของปี 2562

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ที่มีจำนวนมากรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากแคนาดามีจำนวน 7.88 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 16.87 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และนักท่องเที่ยวจากบราซิลจำนวน 2.43 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 26.30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ที่น่าสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวจากเม็กซิโกและโคลอมเบีย เป็นต้น



นักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 68.68

ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ไตรมาส 4 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางมีจำนวน 1.65 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเติบโตร้อยละ 64.32 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562



การเติบโตส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสายการบินซาอุดีอาระเบียเปิดเส้นทางบินตรงจากซาอุดีอาระเบียมายังภูเก็ต

โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบีย มีจำนวน 5.55 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 18.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 33.69 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางทั้งหมด การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบียส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสายการบินซาอุดีอาระเบีย (SAUDIA) เปิดให้บริการเส้นทางบินตรงจากซาอุดีอาระเบียมายังภูเก็ตและเพิ่มความถี่เที่ยวบิน

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เดินทางมาเที่ยวไทยมีจำนวน 3.37 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 5.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และนักท่องเที่ยวจากโอมานมีจำนวน 2.51 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 33.49 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวที่สำคัญอื่น ๆ จากภูมิภาคนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากคูเวต กาตาร์ และบาห์เรน

ภูมิภาคแอฟริกา

ไตรมาส 4 ปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกามีจำนวน 5.93 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 50.37 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่ยังหดตัวร้อยละ 3.79 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

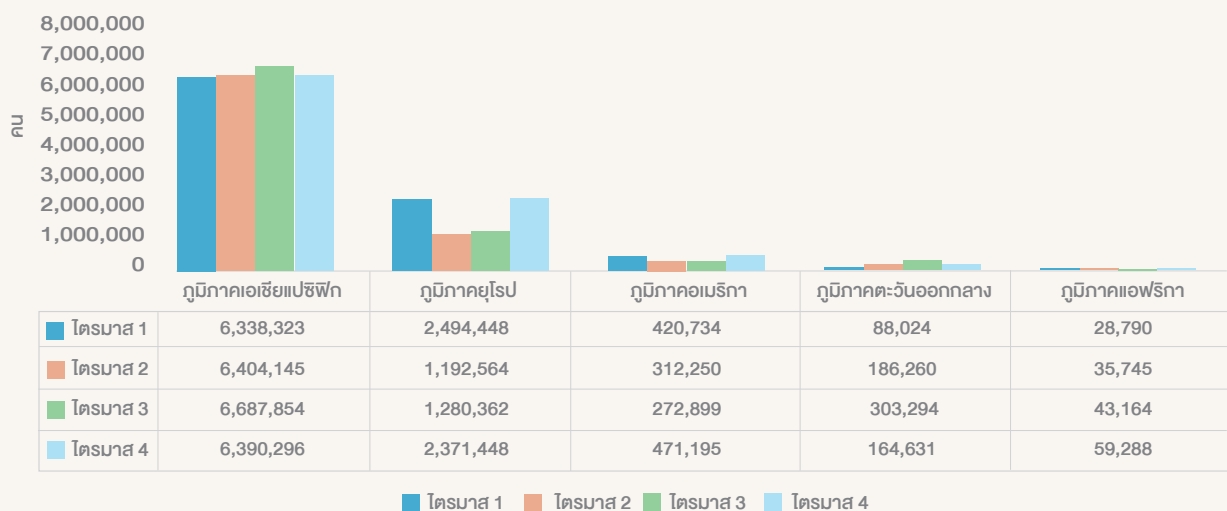


สำหรับตลาดสำคัญในภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากแอฟริกาใต้ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 39.40

สำหรับตลาดสำคัญในภูมิภาคนี้ คือ นักท่องเที่ยวจากแอฟริกาใต้ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 39.40 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด หรือมีจำนวน 2.34 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 17.85 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ที่เดินทางเข้ามามารองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากโมร็อกโก มีจำนวน 8.05 พันคน เติบโตร้อยละ 228.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 13.57 ของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาทั้งหมด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากมอริเชียส จำนวน 7.28 พันคน เติบโตร้อยละ 69.42 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวที่สำคัญอื่น ๆ จากภูมิภาคนี้ อาทิ นักท่องเที่ยวจากเอธิโอเปีย และเคนยา

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยรายไตรมาสปี 2567 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย 10 อันดับแรก ในไตรมาส 4 ของปี 2567 ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวจากจีน

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 1 หรือมีจำนวน 1.48 ล้านคน เติบโตร้อยละ 43.88 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ยังหดตัวร้อยละ 40.89

2. นักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 2 หรือมีจำนวน 1.21 ล้านคน หดตัวร้อยละ 6.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และหดตัวร้อยละ 3.78 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

3. นักท่องเที่ยวจากอินเดีย

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 3 หรือมีจำนวน 5.93 แสนคน เติบโตร้อยละ 27.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.23 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

4. นักท่องเที่ยวจากรัสเซีย

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 4 หรือมีจำนวน 5.86 แสนคน เติบโตร้อยละ 19.30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.29 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

5. นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 4 หรือมีจำนวน 4.86 แสนคน เติบโตร้อยละ 4.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 หดตัวร้อยละ 1.37

6. นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 6 หรือมีจำนวน 3.24 แสนคน เติบโตร้อยละ 12.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 หดตัวร้อยละ 2.71

7. นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 7 หรือมีจำนวน 3.12 แสนคน ลดลงร้อยละ 1.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และลดลงร้อยละ 9.47 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

8. นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 8 หรือมีจำนวน 2.99 แสนคน เติบโตร้อยละ 17.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

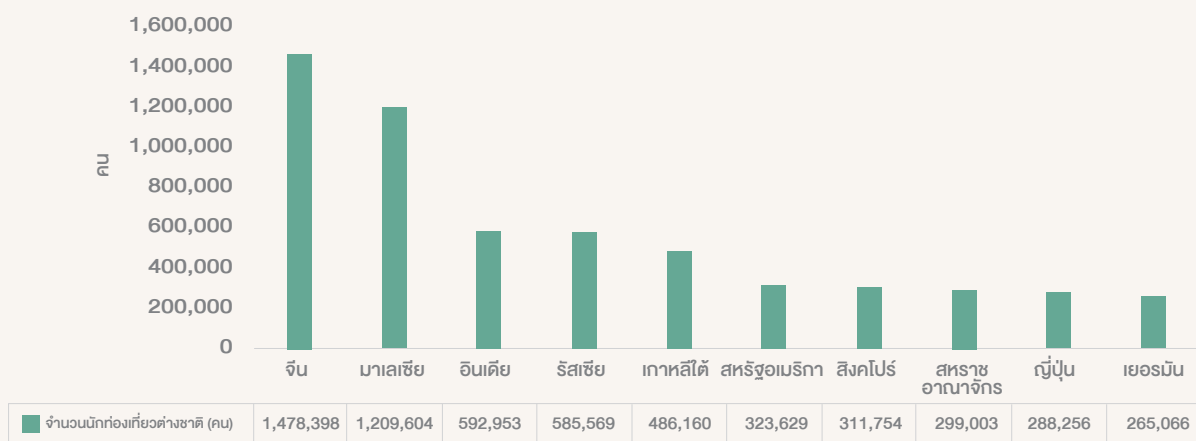
9. นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 9 หรือมีจำนวน 2.88 แสนคน เติบโตร้อยละ 24.95 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 แต่ลดลงร้อยละ 36.27 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

10. นักท่องเที่ยวจากเยอรมนี

เดินทางเข้ามามีจำนวนมากเป็นอันดับ 10 หรือมีจำนวน 2.85 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.01 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย 10 อันดับแรก ในไตรมาส 4 ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



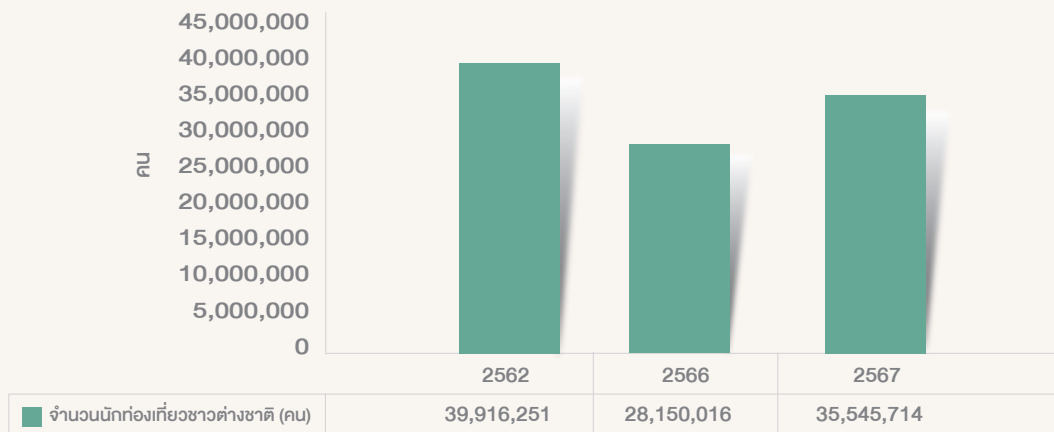
สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยปี 2567

ในปี 2567 สถานการณ์ชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยกลับมาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 89.05 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 โดยมีจำนวน 35.55 ล้านคน เทียบโตร้อยละ 26.27 จากปี 2566

ทั้งนี้ การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยได้รับปัจจัยบวกจากการดำเนินนโยบายมาตรการวีซ่าฟรีถาวร (ได้รับการยกเว้นการตรวจลงตรา) เพื่อการท่องเที่ยว ทำงานหรือการติดต่อธุรกิจระยะสั้น และขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทยสำหรับชาวต่างชาติที่ได้รับวีซ่าฟรีจากไม่เกิน 30 วัน เป็นไม่เกิน 60 วัน จำนวน 93 ประเทศ/ดินแดนเพิ่มเติมจากเดิมที่มีอยู่ 57 ประเทศ/ดินแดน นอกจากนี้ ยังมีประเทศ

ที่ได้รับการยกเว้นการตรวจลงตรา และพำนักในประเทศไทยได้น้อยกว่า 60 วัน อีก 6 ประเทศ/ดินแดน ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2567 นอกจากนี้ ตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการทำตลาดประชาสัมพันธ์กระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และสายการบินมีการเพิ่มเที่ยวบินและขยายเส้นทางการบินมายังประเทศไทย

เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ปี 2562 ปี 2566 และปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยรายภูมิภาคพบว่า

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ในปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.64 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด โดยมีจำนวน 25.82 ล้านคน เติบโตร้อยละ 27.97 จากปี 2566 แต่เมื่อเทียบกับปี 2562 พบว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังหดตัวร้อยละ 16.59

เมื่อพิจารณาสถานการณ์รายภูมิภาค พบว่า ภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวน 11.71 ล้านคน เติบโตร้อยละ 54.49 เมื่อเทียบกับปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 30.23 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวสำคัญจากภูมิภาคนี้คือนักท่องเที่ยวจีนมีจำนวน 6.73 ล้านคน เติบโตร้อยละ 91.22 เมื่อเทียบกับปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 39.55 เมื่อเทียบกับปี 2562 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้มีจำนวน 1.87 ล้านคน เติบโตร้อยละ 12.58 เมื่อเทียบกับปี 2566 และนักท่องเที่ยวจากไต้หวันมีจำนวน 1.09 ล้านคน เติบโตร้อยละ 50.42 เมื่อเทียบกับปี 2566 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น และฮ่องกง

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีจำนวน 10.66 ล้านคน เติบโตร้อยละ 8.54 เมื่อเทียบกับปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 1.99 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ที่เดินทางเข้ามาจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากมาเลเซียมีจำนวน 4.95 ล้านคน เติบโตร้อยละ 7.04 จากปี 2567 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.85 เมื่อเทียบกับปี 2562 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากสปป.ลาวมีจำนวน 1.12 ล้านคน เติบโตร้อยละ 22.28 จากปี 2566 นักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ อาทิ นักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์ เวียดนาม และอินโดนีเซีย

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียใต้มีจำนวน 2.58 ล้านคน เติบโตร้อยละ 28.77 เมื่อเทียบกับปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.86

เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากอินเดียเป็นตลาดที่สำคัญมีจำนวนกว่า 2.13 ล้านคน เติบโตร้อยละ 30.74 เมื่อเทียบกับปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.57 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากภูมิภาคเอเชียใต้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากบังกลาเทศ ปากีสถาน และศรีลังกา

ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนียมีจำนวน 8.78 แสนคน เติบโตร้อยละ 12.78 เมื่อเทียบกับปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.40 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ที่เดินทางเข้ามาจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียมีจำนวน 7.75 แสนคน เติบโตร้อยละ 12.69 เมื่อเทียบกับปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.42 เมื่อเทียบกับปี 2562 และนักท่องเที่ยวจากนิวซีแลนด์ 9.67 หมื่นคน เติบโตร้อยละ 12.62 เมื่อเทียบกับปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.19 เมื่อเทียบกับปี 2562



ภูมิภาคยุโรป

ในปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 7.34 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.09 เมื่อเทียบกับปีก่อน และเติบโตร้อยละ 9.12 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.65 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

เมื่อพิจารณาสถานการณ์รายภูมิภาค พบว่า นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออกมีจำนวนสูง 2.48 ล้านคน เติบโตร้อยละ 21.12 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.42 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากรัสเซียมีจำนวนกว่า 1.75 ล้านคน เติบโตร้อยละ 17.72 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.78 เมื่อเทียบกับปี 2562 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากคาซัคสถานมีจำนวนกว่า 1.95 แสนคน เติบโตร้อยละ 13.10 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 245.11 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากโปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก และอุซเบกิสถานยังเป็นตลาดสำคัญของภูมิภาคนี้

สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปตะวันตกมีจำนวน 2.26 ล้านคน เติบโตร้อยละ 22.94 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.85 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคนี้ ได้แก่ เยอรมนีมีจำนวน 8.73 แสนคน เติบโตร้อยละ 19.78 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.35 เมื่อเทียบกับปี 2562 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสมีจำนวน 7.21 แสนคน เติบโตร้อยละ 32.26 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.04 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวจากเนเธอร์แลนด์และสวิตเซอร์แลนด์เป็นตลาดที่สำคัญ

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเหนือ มีจำนวน 1.60 ล้านคน เติบโตร้อยละ 19.09 จากปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 6.03 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคนี้ ได้แก่ สหราชอาณาจักรมีจำนวน 9.66 แสนคน เติบโตร้อยละ 18.19 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.02 เมื่อเทียบกับปี 2562 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากสวีเดนมีจำนวน 2.13 แสนคน เติบโตร้อยละ 19.22 จากปี 2566 แต่ยังคงตัวร้อยละ 23.95 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้ ยังมีนักท่องเที่ยวจากเดนมาร์ก และนอร์เวย์เป็นตลาดที่สำคัญ



ขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปใต้มีจำนวน 9.72 แสนคน เติบโตร้อยละ 35.80 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.52 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาจากอิสราเอลมีจำนวน 2.82 แสนคน เติบโตร้อยละ 29.81 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.20 เมื่อเทียบกับปี 2562 อย่างไรก็ตาม ยังต้องติดตามเหตุการณ์สงครามที่เกิดขึ้นที่เกิดขึ้นในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวจากอิสราเอลในปี 2568 ขณะที่นักท่องเที่ยวจากอิตาลีมีจำนวน 2.67 แสนคน เติบโตร้อยละ 39.32 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.62 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากสเปนและตุรกียังเป็นตลาดที่สำคัญ



ภูมิภาคอเมริกา

ในปี 2567 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 1.48 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.73 จากปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 5.29 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.16 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาเดินทางเข้ามามากที่สุดมีจำนวน 1.03 ล้านคน เติบโตร้อยละ 10.81 จากปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 9.28 เมื่อเทียบกับปี 2562 และรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากแคนาดามีจำนวน 2.51 แสนคน เติบโตร้อยละ 17.30 จากปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 0.49 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจากบราซิลและเม็กซิโกเป็นตลาดที่สำคัญ

ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ในปี 2567 นักท่องเที่ยวภูมิภาคตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 7.42 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.60 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.83 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.09 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญจากภูมิภาคนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบียมีจำนวน 2.28 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.03 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 519.94 เมื่อเทียบกับปี 2562 นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีจำนวน 1.70 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.31 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.76 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจากโอมาน คูเวต และบาห์เรน เป็นตลาดสำคัญ

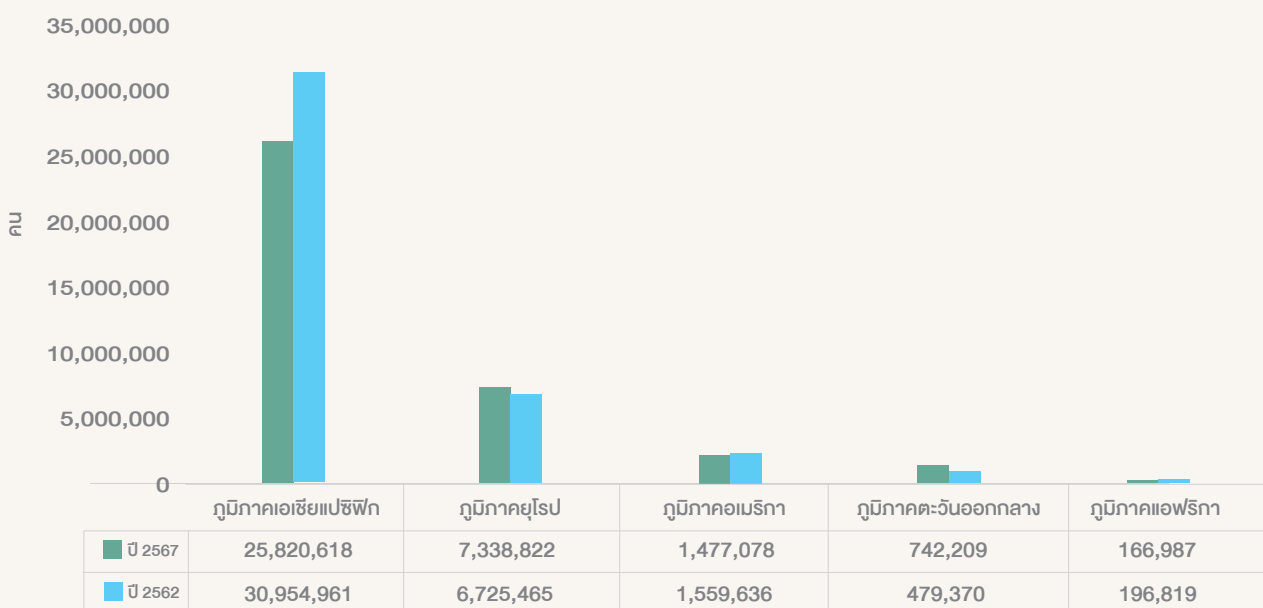


ภูมิภาคแอฟริกา

ในปี 2567 นักท่องเที่ยวภูมิภาคแอฟริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีจำนวน 1.67 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.80 จากปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 15.16 เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแอฟริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.47 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเที่ยวไทยทั้งหมด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงสุดได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐแอฟริกใต้ มีจำนวน 6.79 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.69 จากปี 2566 แต่ยังคงลดลงร้อยละ 24.31 เมื่อเทียบกับปี 2562 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากโมร็อกโก มีจำนวน 2.00 หมื่นคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 124.70 จากปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 101.78 เมื่อเทียบกับปี 2562 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจากเอธิโอเปีย และมอริเชียสเป็นตลาดสำคัญ

นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยรายภูมิภาคในปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



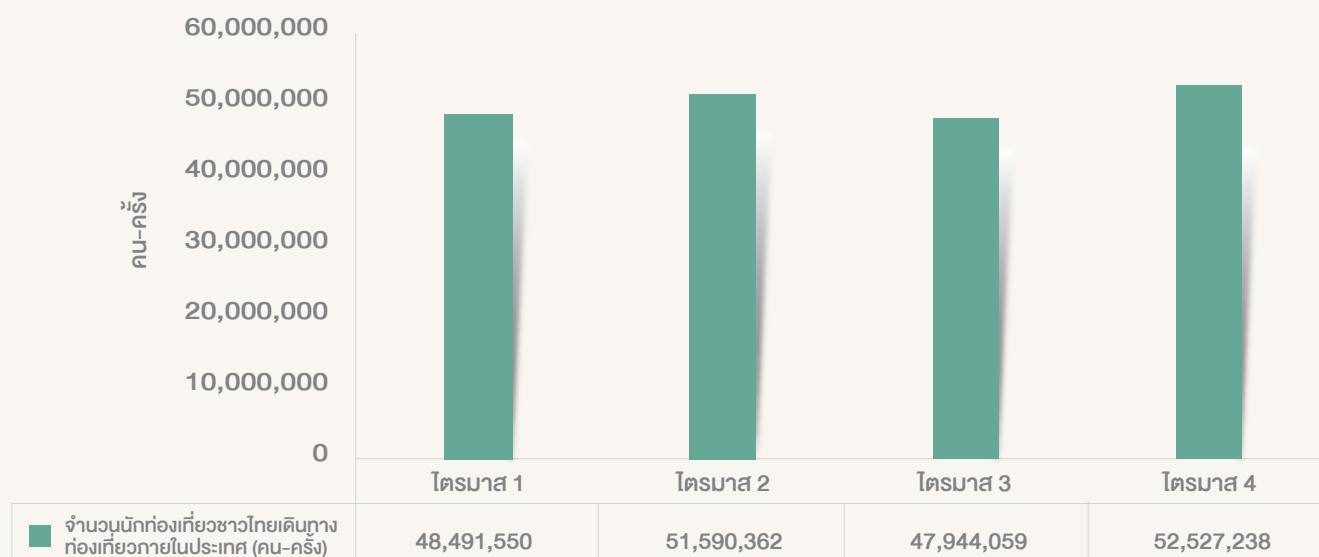
สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศ ในไตรมาส 4 ปี 2567

การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศยังเติบโตได้ต่อเนื่องเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 โดยในไตรมาส 4 ปีของทุกปี เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของคนไทย จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 52.53 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 อย่างไรก็ดี เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวหดตัวร้อยละ 0.81

เนื่องจากในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ หลายพื้นที่ท่องเที่ยวประสบกับภาวะอุทกภัย อาทิ ในช่วงต้นเดือนตุลาคม 2567 พื้นที่ภาคเหนือตอนบน อาทิ เชียงใหม่และเชียงราย ได้รับผลกระทบจากภาวะน้ำท่วม และการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกที่ปรับลดลง อาทิ นครนายก และสระแก้ว ขณะที่ในช่วงเดือนธันวาคม 2567 พื้นที่ท่องเที่ยวในภาคใต้ อาทิ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และยะลา ได้รับผลกระทบจากภาวะน้ำท่วม ส่งผลกระทบการเดินทางท่องเที่ยวในบางช่วงเวลา

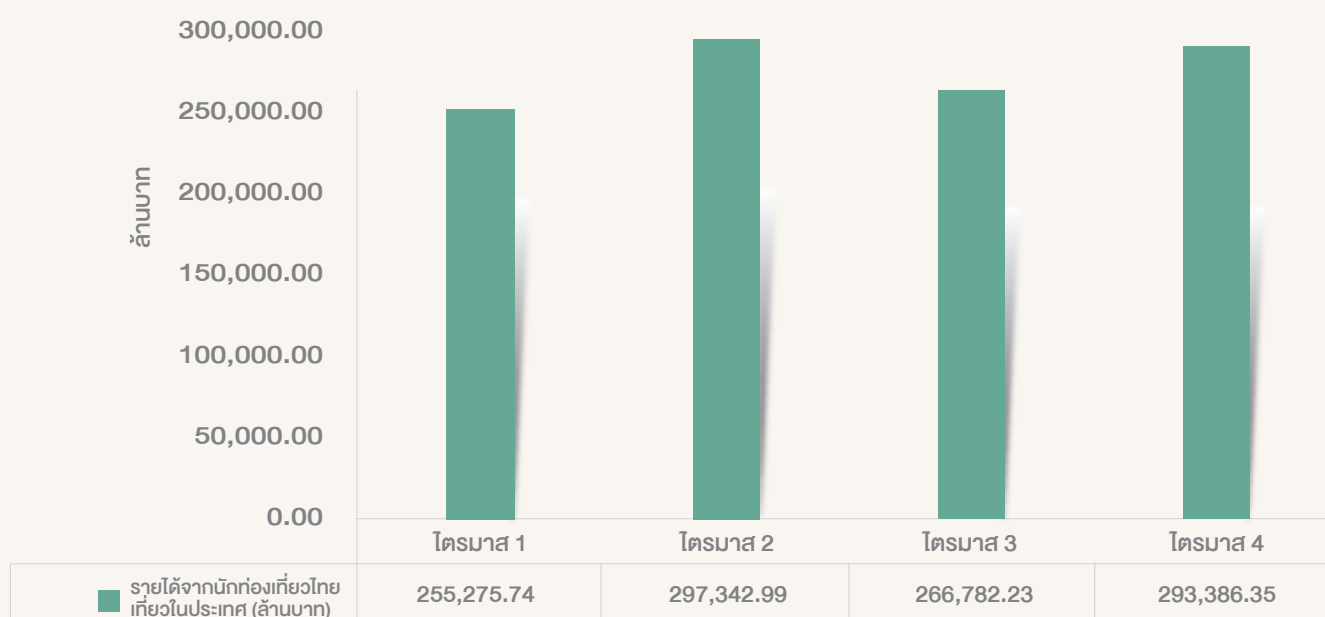
สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในไตรมาส 4 ปี 2567 พบว่า มีมูลค่าประมาณ 293,386.35 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 โดยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยยังไม่ฟื้นตัว ส่วนหนึ่งเป็นผลจากเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นเต็มที่ นักท่องเที่ยวยังระมัดระวังการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว รวมถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยที่เปลี่ยนไป

นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศรายไตรมาสปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

รายได้ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศรายไตรมาสปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยจำแนกตามภูมิภาค ในไตรมาส 4 ปี 2567 มีรายละเอียดดังนี้



กรุงเทพมหานคร

ไตรมาส 4 ปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีจำนวน 6.84 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับรายได้ท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร มีมูลค่า 65,837.60 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับในไตรมาส 4 ปี 2567 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีการจัดงานกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ การจัดงานเทศกาลลอยกระทง โดยมีการจัดขึ้นในหลายพื้นที่ เช่น การจัดงานเทศกาลลอยกระทง “SOOKSIAM ลอยกระทงยุค 2024 ไอคอนสยาม” การจัดงานยลสายน้ำ ยินทำนอง (งาน Bangkok River Festival 2024) การจัดงานสีส่นแห่งสายน้ำมหรรมลอยกระทง 2567 การจัดงานไอ้อ่าง Water & Color Festival และการจัดงานภูเขาทอง ที่วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร เป็นต้น

การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2568 อาทิ การจัดงานกิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี เสริมสิริมงคล รับศักราชใหม่ 2568 หลายวัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร การจัดงานกิจกรรม "อารามอร่าม" ประดับไฟฉลองเทศกาลปีใหม่ ณ วัดต่าง ๆ 11 แห่ง ได้แก่ วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม วัดไตรมิตรวิทยาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร วัดมหาธาตุ-ยุวราชรังสฤษฎิ์ วัดสุทัศนเทพวราราม วัดอรุณราชวราราม วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม วัดราชนันทาราม

วัดระฆังโฆสิตาราม และวัดสระเกศ การจัดงานกิจกรรมน้องหนูแต่งบุกรุง ยกทัพน้องหนูแต่ง ฮีปโปแกระสุดน่ารัก สร้างความสนุกส่งท้ายปี 2567 (Bangkok Illumination Festival) 9 จุด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ อาคารกีฬานิมิบุตร สถานีรถไฟหัวลำโพง คลองผดุงกรุงเกษม วงเวียนโอเดียน แยกอโศกอุทยานเบญจสิริ รวมถึงการจัดกิจกรรมเคาท์ดาวน์ เช่น การจัดงานอเมซิ่งไทยแลนด์ เคาท์ดาวน์ 2025 (Amazing Thailand Countdown 2025 A Land of Smile, A Paradise to Explore ดินแดนแห่งรอยยิ้ม สวรรค์ของนักท่องเที่ยว) การจัดงานไอคอนสยาม อเมซิ่ง ไทยแลนด์ 2025 (Iconsiam Amazing Thailand Countdown 2025) และการจัดงานเซ็นทรัลเวิลด์ แบ๊งคอก เคาท์ดาวน์ 2025 (Central world Bangkok Countdown 2025) เป็นต้น

นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังมีการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่น ๆ อาทิ การจัดงานแสง สีและเสียง เจ้าพระยา (VIJIT CHAO PHRAYA 2024) การจัดงานพรรณไม้งามอร่ามสวนหลวง ร.๙ ประจำปี 2567 และในไตรมาส 4 ของปี 2567 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้มีการจัดงานพระราชพิธีสำคัญ ได้แก่ การเปิดให้ประชาชนร่วมสักการพระบรมสารีริกธาตุ (พระเขี้ยวแก้ว) ณ มณฑลพิธีท้องสนามหลวง รวมถึงการจัดขบวนพยุหยาตราทางชลมารคในการพระราชพิธีเสด็จพระราชดำเนินถวายผ้าพระกฐินที่วัดอรุณราชวราราม ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้าร่วมชมพระราชพิธีเป็นจำนวนมาก



ภาคกลาง

ไตรมาส 4 ของปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีจำนวน 7.89 ล้านคน-ครั้ง หดตัวร้อยละ 2.52 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยจังหวัดท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวลดลง อาทิ ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี และพระนครศรีอยุธยา ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีมูลค่า 53,645.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.85 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวที่มีการจัดขึ้นหลายจังหวัดในภาคกลาง อาทิ การจัดงานเทศกาลลอยกระทง เช่น การจัดงานประเพณีลอยกระทงกาบกล้วยเมืองแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม การจัดงานลอยกระทงหมู่บ้านญี่ปุ่น 2567 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การจัดงานประเพณีลอยกระทงย้อนยุค จังหวัดลพบุรี การจัดงานนมัสการหลวงพ่อสำเร็จศักดิ์สิทธิ์ และการจัดงานสืบสานประเพณีลอยกระทงประจำปี 2567 จังหวัดสระบุรี การจัดงานพระสมุทราสัตยาธิษฐานสืบสานประเพณีลอยกระทงลงอ่าวไทยไปปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ และกิจกรรมสืบสานประเพณีลอยกระทง สายน้ำ สายชีวิต “ลอยกระทงวิถีใหม่ สืบสานประเพณีไทย สู่ความยั่งยืน” จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้น

การจัดงานประเพณีออกพรรษา อาทิ การจัดงานพิธีตักบาตรข้าวสารอาหารแห้งในงานตักบาตรเทโวโรหนะวัดเขาตลก จังหวัดสุพรรณบุรี การทำบุญตักบาตรเทโวที่วัดท่าขนุนและวัดทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี การจัดงานประเพณีล้างเท้าพระและตักบาตรดอกไม้ จังหวัดสมุทรสาคร การจัดงานประเพณีรับบัว 2567 ที่วัดบางพลีใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ การจัดงานวันออกพรรษา มหาเทโวดาวดึงส์

ที่วัดพระประโทณเจติยวรวิหาร จังหวัดนครปฐม และการจัดงานสืบสานประเพณีตักบาตรเทโวโรหนะ บริเวณหน้าปราสาทนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากนี้ในช่วงเทศกาลออกพรรษหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคกลางได้มีการจัดงานประเพณีแข่งขันเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประจำปี 2567

การจัดงานเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ อาทิ การจัดกิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี เสริมสิริมงคลหลายวัดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร การจัดงานเคาต์ดาวน์ 2025 ริมเขื่อนรัฐประชาพัฒนา จังหวัดราชบุรี การจัดงานเคาต์ดาวน์หัวหิน 2025 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และการจัดงานเคาต์ดาวน์สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

นอกจากนี้ ในหลายจังหวัดยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานประเพณีท้องถิ่น เช่น การจัดงานวันฉลองประกาศชัยชนะ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ทรงกอบกู้กรุงศรีอยุธยา จังหวัดปทุมธานี และการจัดงานสักการะพระบรมราชานุสาวรีย์ รัชกาลที่ 5 สืบสานประเพณี ของดีอำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี เป็นต้น การแข่งขัน SUP LUM MAE KLONG กิจกรรมพายชัฟบอร์ด 3 สนาม กาญจนบุรี-ราชบุรี-สมุทรสงคราม การจัดงานเทศกาลปลาทุร่อยที่ท่าฉลอม ครั้งที่ 14" ตอน ปลาพันธุ์ที่คิดถึง... จังหวัดสมุทรสงคราม การจัดงานเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ยามค่ำคืน (Night at the Museum) พิพิธภัณฑ์ยามค่ำคืน ณ อุทยาน ร.๒ ตอน “๒ ภพ จังหวัดสมุทรสงคราม และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวสุขภาพ (Kanchanaburi Health and Wellness Fair 2024) จังหวัดกาญจนบุรี



ภาคเหนือ

การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือไตรมาส 4 ปี 2567 เติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา แม้ในช่วงต้นเดือนตุลาคม 2567 พื้นที่ภาคเหนือตอนบน อาทิ เชียงใหม่ และเชียงราย ได้รับผลกระทบจากภาวะน้ำท่วม และส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม หลังจากสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลาย ก่อปรกัในไตรมาสสุดท้ายของปี เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของหลายจังหวัดทางภาคเหนือ นักท่องเที่ยวไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว โดยเฉพาะภาคเหนือตอนบน อาทิ เชียงใหม่ เชียงราย น่าน และแม่ฮ่องสอน เป็นต้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวภาคเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.39 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 หรือมีจำนวน 8.17 ล้านคน-ครั้ง ขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีมูลค่า 48,871.26 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.77 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญที่จัดขึ้นในพื้นที่ภาคเหนือ อาทิ การจัดงานประเพณีลอยกระทง เช่น การจัดงานประเพณีลอยกระทงสายไหลประทีปพันดวง 2567 จังหวัดตาก การจัดงานประเพณีลอยกระทงประจำปี 2567 และงานประเพณียี่เป็ง จังหวัดเชียงใหม่ การจัดงานแห่เจ้าพ่อมั่งกรทอง (เล่งบ๊วยเอี้ย) และ เทศกาลงานลอยกระทงประจำปี 2567 จังหวัดนครสวรรค์ การจัดกิจกรรมลอยสะเปา ล่องนทีสะหลียี่เป็ง ณ วิหารวัดฝางหมื่น จังหวัดเชียงราย การจัดกิจกรรมประเพณีลอยกระทง “ล่องแม่น้ำน่าน ส่งเสริมการท่องเที่ยว วิถีซอฟต์แวร์” จังหวัดน่าน การจัดงานประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ 2567 ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย การจัดงานประเพณีลอยกระทงสายไหลประทีป 1,000 ดวง จังหวัดตาก และการจัดงานสืบสายประเพณีลอยกระทงกะลาสาย กะลาสี่ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น

สำหรับการจัดงานประเพณีทางศาสนาวันออกพรรษา หลายจังหวัดในพื้นที่ภาคเหนือมีการจัดงานตักบาตรเทโว อาทิ การจัดงานตักบาตรเทโว

ที่วัดสังกัสรัตนคีรี จังหวัดอุทัยธานี การจัดงานประเพณีปอยเหลินสิบเอ็ด ประจำปี 2567 จังหวัดแม่ฮ่องสอน การจัดงานประเพณีต่างขมต่อโหลง ปอยออกหว้าพาราลงเมิง ประจำปี 2567 จังหวัดตาก และการจัดงานตักบาตรเทโวโรหณะ ณ บริเวณลานด้านหน้าหอคำหลวง อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ ในช่วงเทศกาลออกพรรษาหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคเหนือ โดยเฉพาะภาคเหนือตอนล่าง เช่น พิษณุโลก เพชรบูรณ์และนครสวรรค์ เป็นต้น ได้มีการจัดงานประเพณีแข่งขันเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประจำปี 2567

การจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เช่น การจัดงานสุขุทัยเคาท์ดาวน์ ที่ทะเลหลวง จังหวัดสุโขทัย การจัดงานอะเมซิ่งเชียงใหม่เคาท์ดาวน์ 2025 ที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ การจัดงานเคาน์ดาวน์รับมงคล เสริมบารมีปีใหม่ 2568 จังหวัดน่าน การจัดงานประเพณีปีใหม่ชาวไทยภูเขา (ปีใหม่ม้ง) จังหวัดพิษณุโลก และการจัดงานเคาท์ดาวน์เชียงราย 2025 เป็นต้น

นอกจากนี้ยังการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เทศกาลอาหารบอลูนและหุ่นโคมไฟ จังหวัดตาก การจัดงาน Singha Park Chiangrai Winter Festival & Countdown 2025 เทศกาลแห่งความสุขฤดูหนาว และเทศกาลชิมชา วัฒนธรรมชนเผ่า และของดีดอยแม่สลอง ครั้งที่ 27 จังหวัดเชียงราย การจัดงาน “ย้อนอดีตศรีสุคนาลัย นุ่งผ้าไทยใส่เงินทองลายโบราณ” จังหวัดสุโขทัย การจัดงานบอลูน เฟสติวล อุทัยธานี (Balloon Festival Uthaitхани 2024) ณ ไร่ริมเขา อ.ลานสัก จ.อุทัยธานี การจัดงานแสง สี เสียง “พ่อขุนศรีอินทราทิตย์” จังหวัดพิษณุโลก และการจัดงานปั่นเชื่อมโยง 4 จังหวัดเมืองล้านนาตะวันออก Tour of Lanna 2024 เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน เป็นต้น



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไตรมาส 4 ปี 2567 ภาพรวมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีจำนวน 5.98 ล้านคน-ครั้ง และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.88 สำหรับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่า 26,741.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.08 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญที่เกิดขึ้นในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาทิ การจัดงานเทศกาลประเพณีลอยกระทง เช่น การจัดงานประเพณีลอยกระทงบ้านนามูล จังหวัดขอนแก่น การจัดงานประเพณีลอยกระทง-แข่งเรือคำตากกล้า 2567 จังหวัดสกลนคร การจัดงานประเพณีลอยกระทงเมืองกาฬสินธุ์ประจำปี 2567 จังหวัดกาฬสินธุ์ และการจัดงานประเพณีลอยกระทงสิริฐานเพลสดีวัล บุญสมมาบูชาภาค 2567 จังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

สำหรับการจัดงานประเพณีออกพรรษา หลายจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีการจัดงานตามประเพณี ซึ่งได้รับการต้อนรับจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้าไปร่วมงาน โดยเฉพาะงานประเพณีไหลเรือไฟริมน้ำโขง โดยการจัดงานที่สำคัญ เช่น การจัดงานประเพณีออกพรรษาแห่งปราสาทผึ้ง จังหวัดสกลนคร การจัดงานไหลเรือไฟ บั้งไฟพญานาคโลก อำเภอโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย การจัดงานประเพณีได้ประทีปลอยกระทงออกพรรษา บูชาพระธาตุขามแก่น 2567 จังหวัดขอนแก่น การงานประเพณีไหลเรือไฟและงานกาชาดจังหวัดนครพนม ประจำปี 2567 การจัดงานประเพณีออกพรรษา ไหลเรือไฟแข่งเรือยาวและลอยกระทง ประจำปี 2567 จังหวัดอุบลราชธานี งานประเพณีออกพรรษาอำเภอเชียงคานไหลเรือไฟ และการแข่งขันเรือยาวมิตรภาพ ไทย - ลาว จังหวัดเลย การจัดงานประเพณีออกพรรษาจุดไฟตุ้มกา 2567 จังหวัดยโสธร การจัดงานประเพณีตักบาตรเทโวโรหณะ ห่มผ้าองค์พระใหญ่วัดเขาช่องขาด ประจำปี 2567 จังหวัดอุดรธานี การงานประเพณีได้ประทีปลอยกระทงออกพรรษา บูชาพระธาตุขามแก่น การจัดงานประเพณีไหลเรือไฟเทศบาลเมืองศีลา

จังหวัดขอนแก่น การจัดงานประเพณีบุญกระฐูปอกพรรษา หนึ่งเดียวในโลก จังหวัดชัยภูมิ และการจัดงานประเพณีออกพรรษา ประจำปี 2567 "ร้าวพรรษา ออกพรรษา กวนข้าวทิพย์" จังหวัดร้อยเอ็ด

ขณะที่การจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ อาทิ การจัดงานเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่อุดรธานีเคาท์ดาวน์ 2025 จังหวัดอุดรธานี การจัดงานเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ช้างเคาท์ดาวน์ 2025 และการจัดกิจกรรมงานประเพณีเดินขึ้นเขาพนมรุ้ง "ปีใหม่นมรุ้ง ราษฎร์เบิกฟ้า" จังหวัดบุรีรัมย์ การจัดงานวินเทอร์ เฟสดีวัล (Winter Festival) ตอน หนาวลม ชมโขง จังหวัดนครพนม และการจัดงานร้อยเอ็ด เคาท์ดาวน์ 2025 (ROI ET Countdown 2025) จังหวัดร้อยเอ็ด

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังมีการจัดกิจกรรมอื่นๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานประเพณีตามท้องถิ่น เช่น การจัดงานประเพณีพื้นบ้าน “ปลาร้า หมอลำ อีสาน ทุ เดอะ เวลด์ 24” จังหวัดขอนแก่น การจัดงานพิธีบายศรีสู่ขวัญบ้าน สู่ขวัญเมือง รำวงสรวงสังคีตศีลสิทธิ์ วันสถาปนาจังหวัดหนองบัวลำภู การจัดงาน "บารายศรีทธา สมมาสายน้ำ ปราสาทเมืองต่ำ น้อมนำบูชา" จังหวัดบุรีรัมย์ และการจัดงานเทศกาลปลาไหล ข้าวใหม่หอมมะลิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น การจัดงานเทศกาลคริสต์มาส เช่น เทศกาลต้นคริสต์มาสภูเรือ จังหวัดเลย จังหวัดเลย การจัดงานอีสานวินเทอร์ วันเดอแลนด์ (Isan Winter Wonderland) จังหวัดอุดรธานี การจัดงานประเพณีแห่ดาวในเทศกาลคริสต์มาส จังหวัดยโสธร และการจัดงานประเพณีแห่ดาวคริสต์มาส จังหวัดนครพนม เป็นต้น การจัดงานเทศกาลดนตรี “เสียงแคน เฟสดีวัล 2” จังหวัดเลย การจัดงานประเพณีตีกลองไฟ จังหวัดชัยภูมิ การจัดงานดอกไม้บานเกษตรแฟร์ จังหวัดนครราชสีมา การจัดงานแสง สี เสียง จังหวัดศรีสะเกษ การจัดการแข่งขันกีฬา เช่น การแข่งขันกีฬานักเรียน นักศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 44 หรือหนองบัวลำภูเกมส์ จังหวัดหนองบัวลำภู การจัดการแข่งขันจักรยาน (L'Etape Udonthani By Tour de France 2024) จังหวัดอุดรธานี และการจัดงาน Chang Classic Car Revival 2024 จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น



ภาคใต้

ไตรมาส 4 ปี 2567 สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวน 7.04 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.92 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 อย่างไรก็ดี ในช่วงเดือนธันวาคม 2567 จังหวัดทางฝั่งทะเลอ่าวไทยได้รับผลกระทบจากฝนตกหนักและน้ำท่วม อาทิ จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ซึ่งหลายพื้นที่ที่ท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมอย่างพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะเต่า เกาะพะงัน) จังหวัดนครศรีธรรมราช ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ มีมูลค่า 46,160.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.24 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญที่จัดขึ้นในพื้นที่ภาคใต้ อาทิ การจัดงานประเพณีท้องถิ่นประจำปี อาทิ การจัดงานประเพณีลอยกระทง เช่น การจัดประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2567 และมหกรรมว่าวนานาชาติ จังหวัดระนอง การจัดงานเรือรอกคลองร้อยสาย...ลอยกระทงสายใบจาก ณ ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บางไผ่ และการจัดงานประเพณีลอยกระทง “ลอยกระทงลงเล เสน่ห์หน้าทอน” เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดงานประเพณีลอยกระทง เทศบาลเมืองทุ่งสง ประจำปี 2567 จังหวัดนครศรีธรรมราช การจัดงานประเพณีลอยกระทง เทศบาลนครตรัง ประจำปี 2567 ณ สวนสาธารณะสระกะบังสุรินทร์ และบริเวณท่าน้ำวัดประสิทธิชัย (วัดท่าจีน) จังหวัดตรัง การจัดงานประเพณีลอยกระทงอำเภอกันตัง ประจำปี 2567 จังหวัดตรัง การจัดงานประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2567 ณ ลานพระอาทิตย์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดกระบี่ การจัดงานประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2567 “ชมจันทร์ วันลอยกระทง” ณ บริเวณอ่างเก็บน้ำด้านหน้า สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดภูเก็ต และการจัดงานลอยกระทงล่องใต้ Say Hi Betong จังหวัดยะลา เป็นต้น

นอกจากนี้ ในช่วงออกพรรษาของทุกปี หลายจังหวัดทางภาคใต้มีการจัดประเพณีทางศาสนาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น คือ ประเพณีชักพระ ซึ่งในแต่ละชุมชนและวัดจะมีการตกแต่งเรือพระเข้าร่วมงานประเพณี เช่น การจัดงานชักพระ ทอดผ้าป่าและแข่งเรือยาว จังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดงาน

สืบสานประเพณีแห่เรือชักพระ จังหวัดยะลาและปัตตานี การจัดงานประเพณีชักพระทางน้ำและร่วมทอดกฐินสามัคคี จังหวัดนครศรีธรรมราช การจัดงานประเพณีชักพระและตักบาตรเทโวประจำปี 2567 จังหวัดกระบี่ การจัดงานประเพณีลากพระ จังหวัดตรัง และการจัดงานประเพณีชักพระ-ทอดผ้าป่า และแข่งเรือยาว จังหวัดชุมพร เป็นต้น

สำหรับการกิจกรรมสงฆ์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ มีการจัดขึ้นในหลายพื้นที่ทางภาคใต้ เช่น เทศบาลนครภูเก็ต ตกแต่งเมืองต้อนรับคริสต์มาสและสงฆ์ปีใหม่ ต้อนรับปีใหม่ 2568 ที่แยกชาร์เตอร์ด แลนด์มาร์กและจุดเช็คอินยอดฮิต ย่านเมืองเก่าภูเก็ต และการจัดงานกิจกรรมกมลา เคาท์ดาวน์ ที่หาดกมลา จังหวัดภูเก็ต การจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ “ปลายฝนต้นหนาว เคาท์ดาวน์ มิวสิคเฟส สุราษฎร์ธานี” จังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดงานหาดใหญ่เคาท์ดาวน์ 2025 จังหวัดสงขลา และการจัดกิจกรรมย้อนวันวาน เมืองเก่าสตูล จังหวัดสตูล เป็นต้น

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การจัดงานประเพณีการแข่งขันเรือยาว เช่น การแข่งขันเรือยาวขึ้นโขงชิงธง จังหวัดชุมพร การแข่งขันเรือยาวประเพณีคลองแห จังหวัดสงขลา และประเพณีการแข่งขันหัวเรือโทง จังหวัดกระบี่ เป็นต้น การจัดงานประเพณีถือศีลกินผัก หรือเทศกาลกินเจ เช่น การจัดงานประเพณีถือศีลกินผัก จังหวัดภูเก็ต และการจัดงานพิธีแห่พระใหญ่รอบเมือง (อัวเก้ง) งานประเพณีถือศีลกินผัก จังหวัดระนอง เป็นต้น การจัดงานสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ อาทิ การจัดงานสวนเรืองแสง (Flowers of light) บริเวณลานสะพานนริศ จังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดงานเทศกาลโคมไฟนานาชาติ จังหวัดชุมพร การจัดงานยาแล ยาเส้น มากันதியะลา จังหวัดยะลา รวมถึงการจัดกิจกรรมวิ่ง เช่น การจัดกิจกรรมวิ่งนานาชาติ เบตง 21 ZBetong 21 International Half Marathon #3) จังหวัดยะลา การจัดงานประเพณีประจำปีวิ่งรอบเขื่อนบางวาด จังหวัดภูเก็ต การจัดกิจกรรมเดิน-วิ่งหาดกมลา จังหวัดภูเก็ต และการจัดกิจกรรมวิ่งฮาล์ฟมาราธอน วิ่งชมหมอก จังหวัดระนอง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการจัดการแข่งขันเรือใบนานาชาติ ชิงถ้วยพระราชทาน “ภูเก็ตคิงส์คัพรีกัตต้า” จังหวัดภูเก็ต

ภาคตะวันออก

ไตรมาส 4 ปี 2567 การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 16.61 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 1.21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกที่เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากกระแสความนิยมในฮิปปโป แคระ “หมูแต่ง” ที่สวนสัตว์เขาเขียว ซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมทางโลกออนไลน์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออก มีมูลค่า 52,129.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญที่จัดขึ้นในพื้นที่ภาคตะวันออก อาทิ การจัดงานเทศกาลลอยกระทง เช่น การจัดงานประเพณีลอยกระทง “กระทงสาย สายน้ำแห่งศรัทธา” ณ ริมแม่น้ำบางปะกง วัดไชยภูมิธาราม (ท่าอิฐ) จังหวัดฉะเชิงเทรา การจัดงานประเพณีลอยกระทง ประเพณีเดือนสิบ น้ำทรงส่งประทับปี 2567 จังหวัดระยอง การจัดงานประจำปีร่วมสืบสานวัฒนธรรมประเพณีลอยกระทง 2567 จังหวัดชลบุรี การจัดงานมหกรรมสวนสนุกต่างประเทศ ลอยกระทง 2567 จังหวัดจันทบุรี และการจัดงานสี่แสนแห่งสายน้ำ ลอยกระทงดอกบัว จังหวัดนครนายก เป็นต้น สำหรับการจัดงานประเพณีออกพรรษา มีการจัดกิจกรรมในหลายพื้นที่ เช่น การจัดงานสืบสานประเพณีตักบาตรเทโวโรหนะ ณ วัดราษฎร์บำรุง เกาะกูด จังหวัดตราด และการจัดงานประเพณีตักบาตรเทโวโรหนะ วัดเขานางบวช จังหวัดนครนายก เป็นต้น

การจัดงานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ อาทิ การจัดงานเฉลิมฉลองส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ "PATTAYA COUNTDOWN 2025" บริเวณชายหาดพัทยาและเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี การจัดงานอ่าวมะขามป้อมเคหะตะวัน 2025 จังหวัดระยอง และการจัดงานจันทบุรีเคหะตะวัน (CENTRAL Chanthaburi Countdown 2025) จังหวัดจันทบุรี



นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังมีการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ยังมีการจัดกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การจัดงานประเพณีท้องถิ่น เช่น การจัดงานประเพณีแห่ทอปราสาทผึ้ง ตำบลคลองน้ำใส อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว และการจัดงานประเพณีห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ จังหวัดระยอง เป็นต้น การจัดงานเทศกาลดนตรี เช่น การจัดงานเทศกาลดนตรีแจ๊สเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การจัดงานฟังเพลงพ่อ คลอเสียงน้ำ ครั้งที่ 5 ที่เขื่อนขุนด่านปราการชล จังหวัดนครนายก และการจัดงานมนต์เสน่ห์ วิถีริมคลอง ชุมชนย่านยาว-เกาะส่ำงจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น

รวมถึงการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬา เช่น การจัดการกีฬามาราธอน ขุนด่านมาราธอน (Khun Dan Marathon 2024) ที่เขื่อนขุนด่านปราการชลจังหวัดนครนายก การจัดการกีฬากะช้ำ บิกินี่รัน 2024 จังหวัดตราด การจัดการแข่งขันสตรีทบาสเก็ตบอลของภาคตะวันออก 3x3 PATTAYA Street Basketball 2024 Episode 5 และการแข่งขันเรือใบ Eastern Seaboard Regatta จังหวัดชลบุรี เป็นต้น

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยในไตรมาส 4 ปี 2567

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทย ไตรมาส 4 ปี 2567			
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)
กรุงเทพมหานคร	6,839,843	+3.81	65,837.60	-1.38
ภาคกลาง	7,887,642	-2.52	53,645.87	+4.85
ภาคเหนือ	8,169,269	+8.39	48,871.26	-0.77
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5,979,030	+1.88	26,741.81	+9.08
ภาคตะวันออก	16,608,510	-1.21	52,129.31	+15.89
ภาคใต้	7,042,944	+26.92	46,160.50	+6.24
รวมทั้งประเทศ	52,527,238	+4.12	293,386.35	+4.74

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนมากสูงสุด 10 อันดับแรก สำหรับจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรกในไตรมาส 4 ปี 2567 ได้แก่



1. กรุงเทพมหานคร

มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 7.89 ล้านคน ลดลงร้อยละ 8.79 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

2. ชลบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 5.07 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.90 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

3. กาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 3.75 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

4. ประจวบคีรีขันธ์

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.66 ล้านคน ลดลงร้อยละ 4.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

5. เพชรบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.62 ล้านคน ลดลงร้อยละ 3.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

6. พระนครศรีอยุธยา

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.52 ล้านคน ลดลงร้อยละ 0.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

7. เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.42 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.55 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

8. นครราชสีมา

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 2.32 ล้านคน ลดลงร้อยละ 1.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

9. สุพรรณบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.66 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.61 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

10. ฉะเชิงเทรา

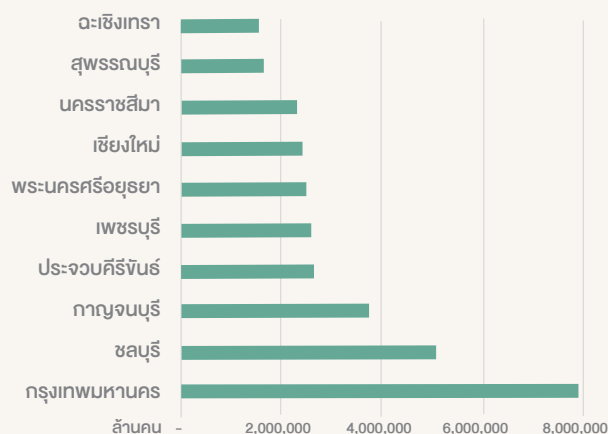
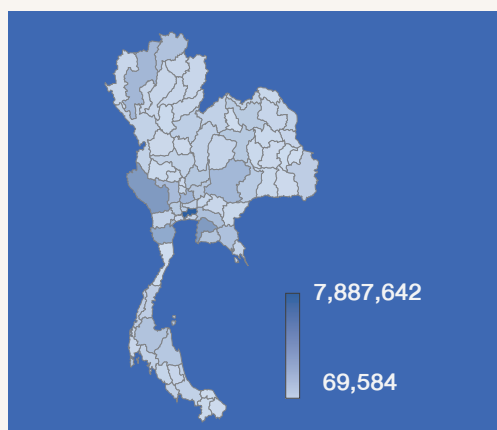
นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนกว่า 1.57 ล้านคน ลดลงร้อยละ 1.05 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวใน 10 จังหวัด มีจำนวน 32.48 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.97 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในไทยทั้งหมดในไตรมาส 4 ของปี 2567 และการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลาง

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไปท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดในไตรมาส 4 ปี 2567

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยว
ในจังหวัดต่าง ๆ ของไทยในไตรมาส 4 ปี 2567

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด
10 อันดับแรก ในไตรมาส 4 ปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



สถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวในประเทศ ปี 2567

ในปี 2567 การเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศเติบโตต่อเนื่อง จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวน 200.55 ล้านคน-ครั้ง เติบโตร้อยละ 6.55 เมื่อเทียบกับปี 2566 และเติบโตร้อยละ 16.10 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งเป็นปีก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19

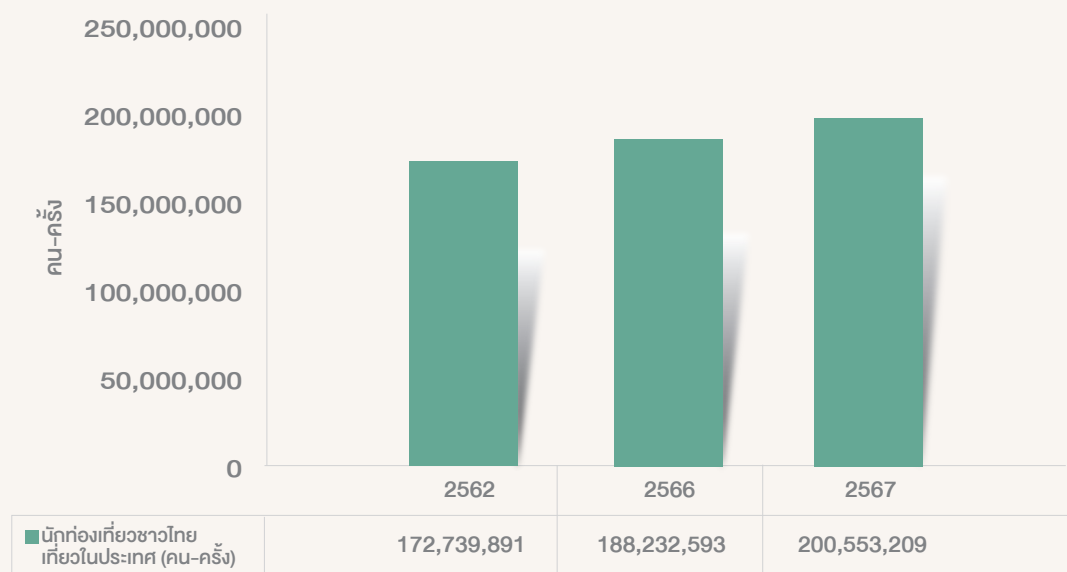
โดยคนไทยเที่ยวในประเทศได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการลดหย่อนภาษีการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด ได้แก่

1. มาตรการหักลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา สำหรับค่าใช้จ่ายด้านบริการที่พัก และค่าบริการจากการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท
2. มาตรการหักลดหย่อนภาษีนิติบุคคล สำหรับรายจ่ายการจัด

อบรมจัดสัมมนาในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรองและเมืองท่องเที่ยวหลัก

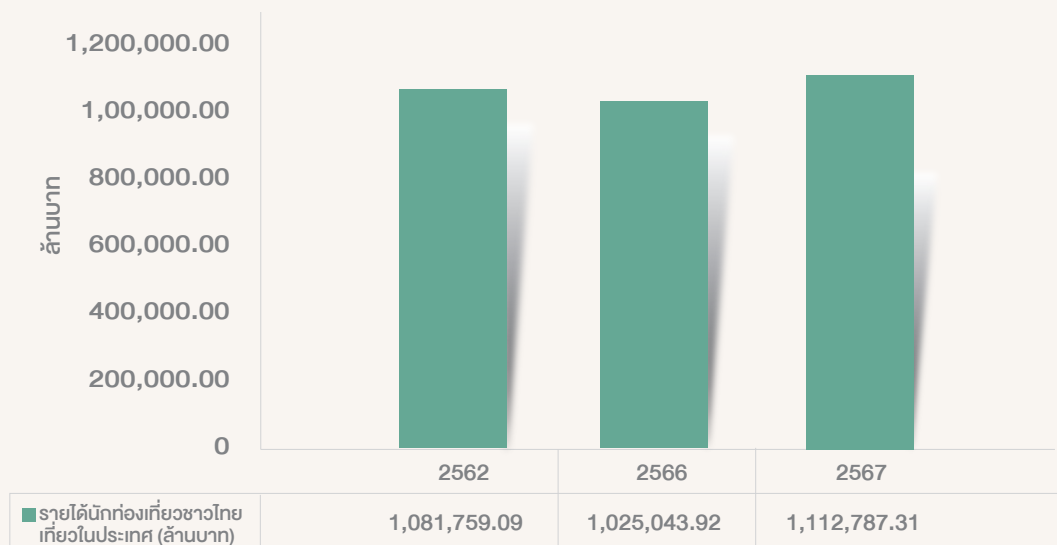
และโครงการแอมบาสเดอร์คนละครึ่ง โดยรัฐบาลให้เงินสนับสนุน 400 บาทต่อคนต่อทริป จำนวน 10,000 สิทธิ์ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภาคเหนือ 17 จังหวัด นอกจากนี้ยังได้ปัจจัยสนับสนุนจากการจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงพฤติกรรมของคนไทยที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศปี 2562 ปี 2566 และปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศในปี 2562 ปี 2566 และปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศปรับตัวขึ้น โดยในปี 2567 รายได้ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวไทยมีมูลค่า 1,112,787.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.56 เมื่อเทียบกับปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.87 เมื่อเทียบกับปี 2562 แม้การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยกลับมาเติบโตกว่าปี 2562 แต่รายได้การท่องเที่ยวยังหดตัว โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งแม้จะไม่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว แต่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยแบบไปเช้า-เย็นกลับมีจำนวนมากขึ้น

เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย จำแนกตามภูมิภาค พบว่า

กรุงเทพมหานคร

ในปี 2567 นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีจำนวน 24.43 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.41 เมื่อเทียบกับปี 2566 เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีร้านค้าแบรนด์ดังหลากหลาย รวมถึงร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่น นอกจากนี้ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ การจัดงานเทศกาลลอยกระทง และการจัดงานเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เป็นต้น รวมถึงการจัดงานสัมมนาและงานแสดงสินค้า ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในพื้นที่และยังมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การใช้จ่ายของการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า มีมูลค่า 263,107.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.93 เมื่อเทียบกับปี 2566

ภาคกลาง

ในปี 2567 ในพื้นที่ภาคกลางมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว 30.39 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 1.68 เมื่อเทียบกับปี 2566 ซึ่งเป็นผลจากการที่คนไทยปรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยพบว่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีจำนวนคนไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า สำหรับจังหวัดที่มีคนไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก 5 อันดับ ได้แก่ กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี พระนครศรีอยุธยา และสุพรรณบุรี ทั้งนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคกลางมีมูลค่า 205,270.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.40 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน



ภาคเหนือ

ในปี 2567 ในพื้นที่ภาคเหนือมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว 30.98 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.53 เมื่อเทียบกับปี 2566 อย่างไรก็ตาม การเติบโตของภาคเหนือชะลอลงส่วนหนึ่งเป็นผลจากในช่วงต้นปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือได้รับผลกระทบจากไฟไหม้ป่าและฝุ่นละอองขนาดเล็กเกินค่ามาตรฐาน (PM 2.5) ในระดับสูงในหลายจังหวัด ทำให้บรรยากาศดังกล่าวไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และในไตรมาส 3 ของปี 2567 หลายพื้นที่ในจังหวัดทางภาคเหนือตอนบนได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม โดยเฉพาะที่เชียงราย เชียงใหม่ และน่าน ซึ่งกระทบกับการท่องเที่ยวในจังหวัดดังกล่าว สำหรับจังหวัดที่มีคนไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก 5 อันดับ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา พิษณุโลก เพชรบูรณ์ และนครสวรรค์ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวของคนไทยก่อให้เกิดรายได้ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือมีมูลค่า 165,631.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.36 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีจำนวน 23.53 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.07 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยจังหวัดที่มีคนไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก 5 อันดับแรก คือ นครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี อย่างไรก็ตาม ในปี 2567 การท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวรอง มีอัตราการเติบโตที่ดี อาทิ กาฬสินธุ์ ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเติบโตกว่า 3 เท่าตัว ส่วนหนึ่งเป็นผลจาก ยูทูบเบอร์ช่อง Cullen Hateberry ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวตามรอยเกิดขึ้น นอกจากนี้ จังหวัดท่องเที่ยวรองที่น่าสนใจที่มีการเติบโตดี อาทิ ชัยภูมิ และศรีสะเกษ ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมูลค่า 102,658.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.77 เมื่อเทียบกับปี 2566



ภาคตะวันออก

ในปี 2567 การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 65.95 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.34 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยจังหวัดที่มีคนไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก 5 อันดับแรก ได้แก่ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี และนครนายก สำหรับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกมีอัตราการเติบโตทุกจังหวัด โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชลบุรีที่เติบโตสูง ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากกระแสความชื่นชอบหมู่เกาะ ฮิปโปแคมปัสที่สวนสัตว์เปิดเขาเขียว สำหรับรายได้ท่องเที่ยวจากคนไทยเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออก มีมูลค่า 181,778.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.71 เมื่อเทียบกับปี 2566

ภาคใต้

ในปี 2567 การท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในภาคใต้จำนวน 25.27 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.57 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยจังหวัดที่มีคนไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก 5 อันดับแรก ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ภูเก็ต สงขลา และกระบี่ สำหรับการท่องเที่ยวในภาคใต้มีอัตราการเติบโตทุกจังหวัด โดยจังหวัดท่องเที่ยวรองที่น่าสนใจที่มีการเติบโตดี อาทิ พัทลุง นราธิวาส และตรัง สำหรับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ มีมูลค่า 194,341.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.47 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยปี 2567

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทย ปี 2567			
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ (YoY)
กรุงเทพมหานคร	24,427,611	1.41	263,107.10	0.93
ภาคกลาง	30,391,749	-1.68	205,270.23	11.40
ภาคเหนือ	30,983,663	15.53	165,631.22	1.36
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23,526,289	12.07	102,658.72	16.77
ภาคตะวันออก	65,952,380	4.34	181,778.23	17.71
ภาคใต้	25,271,517	13.75	194,341.81	11.47
รวมทั้งประเทศ	200,553,209	6.55	1,112,787.31	8.56

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



สถานการณ์การเข้าพักไตรมาส 4 ปี 2567

สถานการณ์อัตราการเข้าพักของสถานพักแรมในประเทศไทยในไตรมาส 4 ปี 2567 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 สอดคล้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติที่ยังเติบโต กอปรกับในไตรมาสสุดท้ายของทุกปี เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคระยะไกล คือ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปและภูมิภาคอเมริกา ซึ่งจะมีระยะเวลาพำนักรักษาในไทยเฉลี่ยประมาณ 2 ถึง 3 สัปดาห์ นอกจากนี้ อัตราการเข้าพักยังได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการขยายระยะเวลาพำนักรักษาในไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่นเดียวกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่จะมีวันพักเฉลี่ยที่ยาวกว่า เนื่องจากในช่วงไตรมาสสุดท้ายจะมีวันหยุดยาวติดต่อกันหลายช่วง

จากข้อมูลของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในไตรมาส 4 ปี 2567 สถานพักแรมในประเทศไทยมีอัตราการเข้าพักโดยรวมเท่ากับร้อยละ 73.83 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.35 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ทั้งนี้ อัตราการเข้าพักปรับตัวเพิ่มขึ้นเกือบทุกภูมิภาค ยกเว้นอัตราการเข้าพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักรายภูมิภาค พบว่า

พื้นที่ที่มีอัตราการเข้าพักสูงสุด คือ กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 78.87 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.64 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 รองลงมา คือ ภาคใต้ มีอัตราการเข้าพัก

เท่ากับร้อยละ 76.14 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.02 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

ขณะที่ภาคตะวันออกมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 74.37 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ภาคเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 72.61 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 66.70 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.66 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และภาคกลางมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 63.13 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

อัตราการเข้าพักทั่วประเทศและจำแนกตามภูมิภาครายไตรมาส ปี 2567

ภูมิภาค	ปี 2567			
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
กรุงเทพมหานคร	80.91	77.76	77.79	78.87
ภาคกลาง	65.33	62.63	58.90	63.13
ภาคเหนือ	68.92	59.33	56.60	72.61
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	63.94	60.99	61.61	66.70
ภาคตะวันออก	75.49	71.27	73.08	74.37
ภาคใต้	76.11	75.46	72.62	76.14
รวมทั้งประเทศ	73.38	70.05	68.74	73.83

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

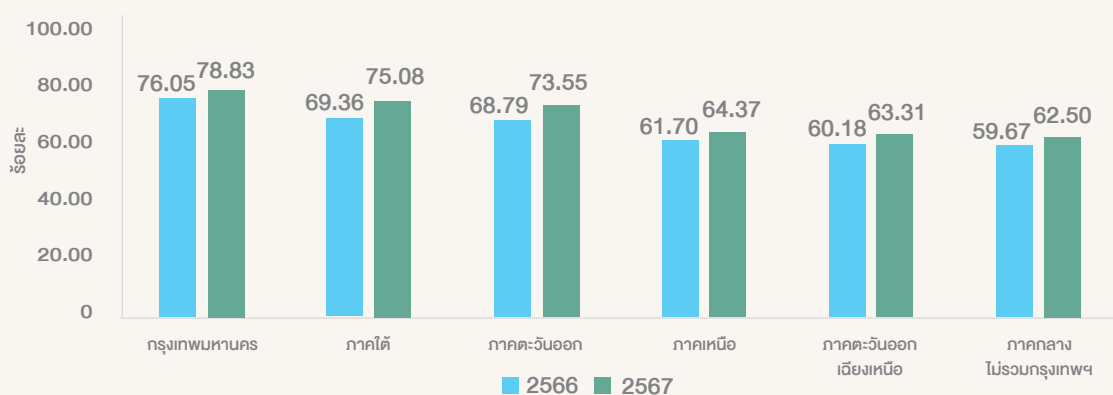
สถานการณ์การเข้าพัก ปี 2567

สถานการณ์อัตราการเข้าพักของสถานพักแรมในประเทศไทยในปี 2567 พบว่า อัตราการเข้าพักปรับตัวดีขึ้น โดยได้รับปัจจัยบวกจากการท่องเที่ยวในประเทศที่ขยายตัวต่อเนื่อง ทั้งการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของชาวไทยและการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเพื่อการพักผ่อน รวมถึงการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ นอกจากนี้การจัดประชุมสัมมนาและการจัดงานอีเว้นท์ที่เกิดขึ้นในประเทศ โดยในปี 2567 สถานพักแรมในประเทศไทยมีอัตราการเข้าพักโดยรวมเท่ากับร้อยละ 71.50 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.17 เมื่อเทียบกับปี 2566 เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักรายภูมิภาค พบว่า พื้นที่ที่มีอัตราการเข้าพักสูงสุด คือ กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 78.83 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.78 เมื่อเทียบกับปี 2566

สำหรับภาคที่มีอัตราการเข้าพักสูงรองลงมา คือ ภาคใต้ มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 75.08 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.72 เมื่อเทียบกับปี 2566 ขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 73.55 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

นอกจากนี้ ภาคเหนือมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 64.37 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.67 เมื่อเทียบกับปี 2566 ภาคตะวันออกมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 63.31 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.13 เมื่อเทียบกับปี 2566 และภาคกลางมีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 62.50 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.83 เมื่อเทียบกับปี 2566

แสดงอัตราการเข้าพักทั่วประเทศและจำแนกตามภูมิภาครายปี 2567



ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

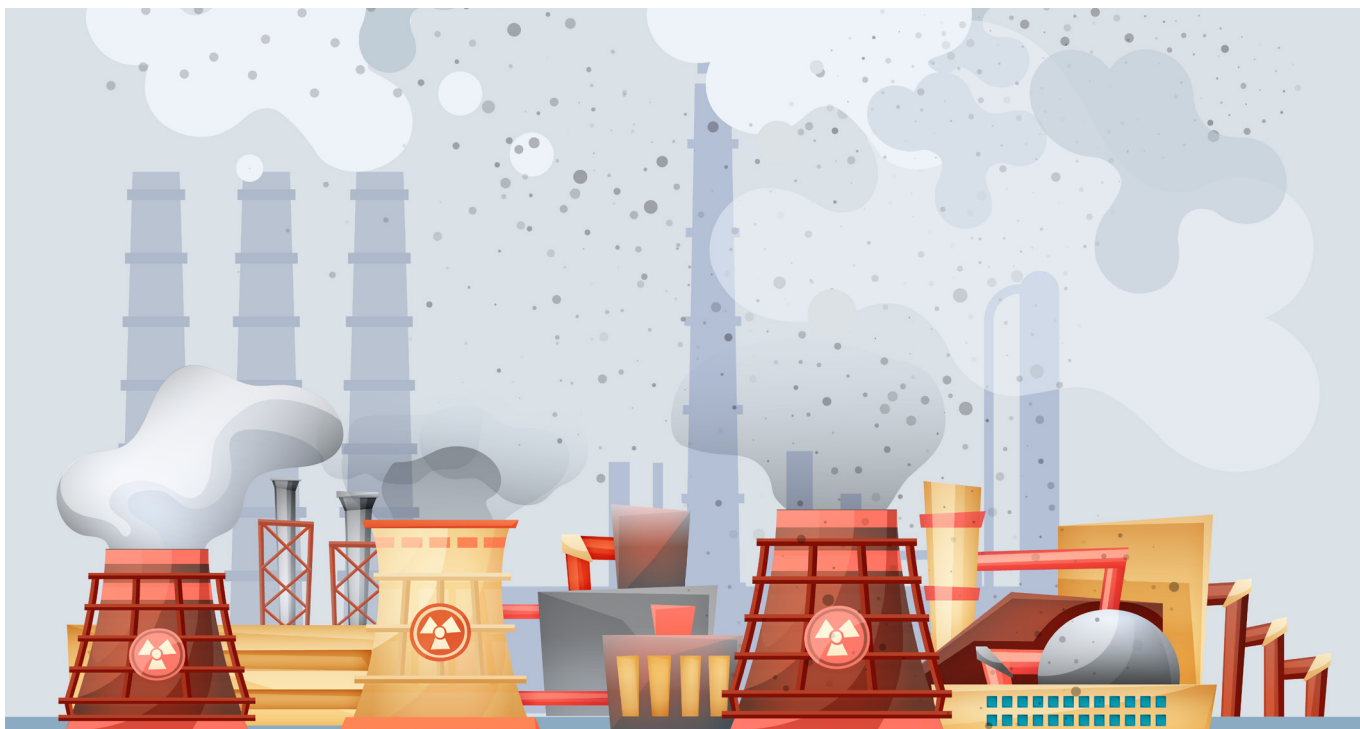
แหล่งที่มาของข้อมูล:

- องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



ความท้าทายใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

มลภาวะทางอากาศและการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในเสาหลักของเศรษฐกิจไทยที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือน หรือรายได้จากนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เกิดจากการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่ประเทศไทยมีความโดดเด่น เช่น ธรรมชาติ และวัฒนธรรมซึ่งสะท้อนถึงความหลากหลายและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไทย ซึ่งการท่องเที่ยวนอกจากจะช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นแล้ว ยังส่งเสริมการจ้างงานในหลากหลายอาชีพ เช่น งานบริการ งานขายสินค้าและอาหาร รวมถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ ในบางแง่มุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม เช่น การอนุรักษ์ประเพณีและความงดงามของธรรมชาติที่เป็นมรดกสำคัญของชาติ

SCB EIC (2553) เคยให้ความเห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและการจ้างงาน โดยคิดเป็นอย่างน้อย 8% ของ GDP เมื่อรวมค่าโดยสารเดินทาง หลายปีต่อมารายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี 2566 GDP ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะมีมูลค่าร้อยละ 13.39 ของ GDP อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวยังไม่สะท้อนถึงความสำคัญที่แท้จริง เนื่องจากการท่องเที่ยวสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) และการจ้างงานที่สูงกว่าอุตสาหกรรมอื่น เช่น การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า แม้ว่าจะมีรายได้ใกล้เคียงกัน แต่การท่องเที่ยวอาจสร้างมูลค่าเพิ่มถึง 13% ของ GDP และมีการจ้างงานประมาณ 4.5 ล้านคน หรือ 11.29% ของแรงงานทั้งหมดในประเทศ

ประชากรที่พึ่งพิงการท่องเที่ยวโดยตรงมีจำนวนอย่างน้อย 1.2 ล้านคน โดยเฉพาะในพื้นที่สำคัญ เช่น ภูเก็ต เกาะสมุย และพัทยา ซึ่งรายได้หลักของประชาชนในพื้นที่เหล่านี้ขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวเป็นหลัก ลักษณะเช่นนี้ยิ่งเน้นย้ำความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของประเทศไทย ซึ่งแม้จะมีการใช้ปัจจัยการผลิตที่ต้องนำเข้าจำนวนมาก แต่มีการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศสูงมาก

ในปัจจุบัน แนวโน้มการท่องเที่ยวได้มุ่งเน้นไปที่ความยั่งยืนและการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับการ

ลดผลกระทบต่อธรรมชาติ เช่น การเลือกที่พักแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ยานพาหนะที่ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือการสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ไม่ทำลายระบบนิเวศ โดยหลายประเทศรวมถึงประเทศไทยเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มนี้ยังเป็นความท้าทายสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในหลายพื้นที่ของไทย

มลภาวะทางอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย เช่น ปัญหาฝุ่น PM2.5 ที่รุนแรงในหลายเมืองท่องเที่ยว อาทิ เชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวและส่งผลทางลบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทำให้ฤดูกาลแปรปรวนและเกิดภัยธรรมชาติบ่อยครั้งและมีความรุนแรงมากขึ้น เช่น น้ำท่วมและคลื่นความร้อน ซึ่งส่งผลเสียต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติและชายหาดทะเล การแก้ไขปัญหาจำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างรัฐบาล ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อพัฒนานโยบายที่ยั่งยืนและสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

มลภาวะทางอากาศและผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

1. ปัญหามลภาวะทางอากาศในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ

มลภาวะทางอากาศเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงขึ้นในหลายพื้นที่ทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลและเศรษฐกิจในวงกว้าง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งไวต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ผลกระทบของมลภาวะทางอากาศต่อการท่องเที่ยวสามารถปรากฏให้เห็นในหลายมิติ ทั้งการลดจำนวนวันเดินทางของนักท่องเที่ยว การยกเลิกกิจกรรมกลางแจ้งในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่หันไปเลือกจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพอากาศดีกว่า ปัญหาเหล่านี้สร้างผลกระทบทั้งทางตรงต่อธุรกิจท่องเที่ยวและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น

ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM2.5 กลายเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเมืองใหญ่ในประเทศไทย เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และพื้นที่ในภาคเหนือของไทย โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้งที่มลภาวะทางอากาศพุ่งสูงเกินค่ามาตรฐานอย่างต่อเนื่อง รายงานของ นิพนธ์ และคณะ (2566 และ 2567) ชี้ให้เห็นว่าสาเหตุหลักของปัญหาฝุ่นละอองที่เกิดขึ้นในพื้นที่ดังกล่าว มีความแตกต่างกัน และควรมีมาตรการในการแก้ไขที่มีความเฉพาะ รายงานดังกล่าวระบุว่าธรรมชาติของภาคเหนือตอนบนจะได้รับผลกระทบรุนแรงจากปัจจัยด้านภูมิประเทศที่เป็นที่ราบล้อมรอบไปด้วยภูเขา ลักษณะเหมือนแอ่งกระทะ การสะสมหมอกควันในอากาศจึงรุนแรงกว่าพื้นที่อื่นของประเทศ

ส่วนสาเหตุหลัก รายงานการศึกษาของคณะทำงานวิชาการเฉพาะกิจเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการไฟป่าและการเผาในที่โล่งเพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาฝุ่น PM2.5 (2564) ซึ่งทำการศึกษาจุดความร้อน และภาพถ่ายดาวเทียมต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 10 ปี ระบุว่าฝุ่นละอองในพื้นที่ภาคเหนือ โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ และลำปาง ได้รับอิทธิพลจากการเผาป่า และพื้นที่การเกษตรบนพื้นที่สูง โดยเฉพาะการเผาป่าอนุรักษ์ของขบวนการสวปป่า ที่ส่งเสริมให้มีการเผาป่าโดยเฉพาะแนวป่าที่ติดกับพื้นที่เขตปฏิรูปที่ดิน (ส.ป.ก.) และมีการขบวนการแอบเคลื่อนย้ายหลักเขตแนวเขต ส.ป.ก. เพื่อเพิ่มพื้นที่เขตป่าเสื่อมโทรม รอให้มีการจัดสรรที่ดิน เพื่อให้นายทุนผู้มีอิทธิพลเข้าใช้ประโยชน์ต่อไป (สำนักข่าวไทย 2567)

นอกจากนี้ การเผาในภาคเกษตรของประเทศเพื่อนบ้านยังทำให้สถานการณ์เลวร้ายลง โดยเฉพาะการเผาพื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในเมียนมาร์ ที่ไทยนำเข้าปริมาณมากขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2562 และการเผาป่าเพื่อลักลอบปลูกมันสำปะหลังเพื่อการส่งออกของประเทศ สปป.ลาว ทำให้จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญต้องเผชิญกับปัญหาหมอกควันอย่างหนักทุกปี ส่งผลทางลบต่อภาพลักษณ์ของเมืองที่เคยโดดเด่นด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม

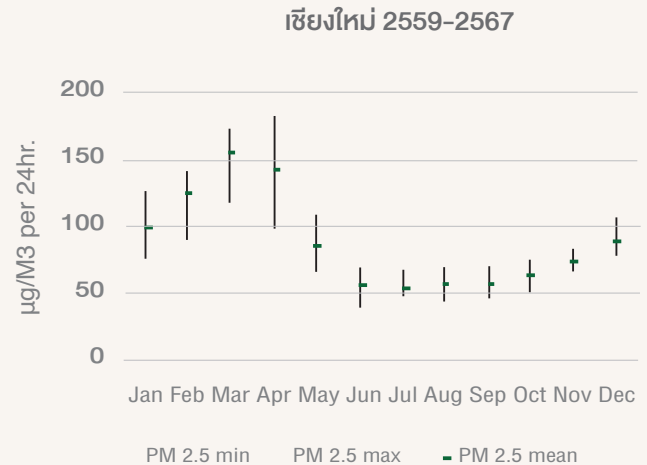
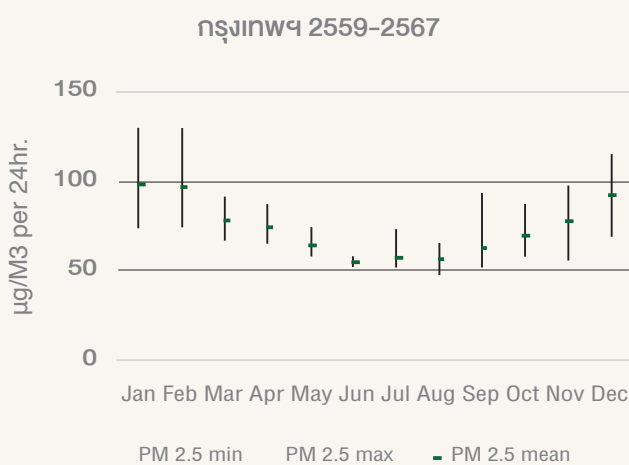
ในขณะเดียวกัน กรุงเทพมหานครในฐานะเมืองหลวงของไทยก็ประสบกับปัญหาฝุ่นจากการคมนาคมที่ติดขัด และการปล่อยควันเสียของรถยนต์ประเภทต่าง ๆ การก่อสร้างที่อาจไม่มีมาตรการควบคุมฝุ่น ฝุ่นอุตสาหกรรมที่เกินขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ

รวมถึงการเผาในเขตเกษตรกรรมที่มาจากจังหวัดโดยรอบกรุงเทพมหานครเอง แม้ว่าโดยธรรมชาติของพื้นที่กรุงเทพมหานครจะเป็นพื้นที่ราบชายฝั่งทะเล ซึ่งมีอัตราการระบายของฝุ่นในอากาศออกสู่ทะเลอ่าวไทยอย่างต่อเนื่อง แต่ในช่วงฤดูหนาว ความกดอากาศสูงที่แผ่ลงมาปกคลุมภาคเหนือมีกำลังอ่อนลง ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือมีกำลังอ่อนลง หรือมีลมสงบ ประกอบกับการผกผันกลับของอุณหภูมิในอากาศ (Temperature Inversion) ทำให้เกิดสภาพอากาศร้อนด้านบน กัดทับอากาศเย็นเหมือนมีฝาครอบ การไหลเวียนและถ่ายเทอากาศไม่ดี ฝุ่นควันจึงสะสมในอากาศปริมาณมาก ซึ่งจากข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยา แสดงว่าภาวะอุณหภูมิผกผันมักเกิดในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ทำให้ค่า PM2.5 พุ่งสูงขึ้น

ผลกระทบต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นถือเป็นประเด็นที่น่ากังวล โดยฝุ่น PM2.5 สามารถเข้าสู่ระบบทางเดินหายใจ และระบบไหลเวียนโลหิต ส่งผลให้เกิดโรคทางเดินหายใจ เช่น หอบหืด และหลอดลมอักเสบ รวมถึงโรคหัวใจและหลอดเลือดในระยะยาว ประชาชนและนักท่องเที่ยวหลายคนต้องเผชิญกับปัญหาสุขภาพเรื้อรัง โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุที่เปราะบางต่อผลกระทบเหล่านี้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ใหม่ในเมืองไทยก็ต้องเผชิญข้อจำกัดในการท่องเที่ยว เช่น ทัศนวิสัยที่ลดลงในสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติและการเล่นกิจกรรมกลางแจ้ง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวบางกลุ่มลดลง

สำหรับชุมชนท้องถิ่น ปัญหาฝุ่น PM2.5 ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพแต่ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชน การลดลงของนักท่องเที่ยวส่งผลให้รายได้จากธุรกิจบริการ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวลดลงอย่างเห็นได้ชัด ชุมชนที่พึ่งพาการท่องเที่ยวเพื่อดำรงชีวิตต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนทางรายได้ นอกจากนี้ ค่ารักษาพยาบาลที่เพิ่มขึ้นจากปัญหาสุขภาพยังกลายเป็นภาระที่หนักหนาสำหรับหลายครอบครัว ดังนั้น การแก้ไขปัญหาฝุ่น PM2.5 อย่างยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อให้พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาฝุ่น PM2.5 กลับมาเป็นพื้นที่ที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวอีกครั้ง

ปริมาณฝุ่น PM2.5 เฉลี่ยรายเดือนของพื้นที่กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ช่วงปี 2559 - 2567



ที่มา: aqicn.org

2. ผลกระทบต่อความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระยะยาว เมืองท่องเที่ยวที่เคยมีชื่อเสียงในด้านความงดงามและความสะอาดของสิ่งแวดล้อม กลับถูกมองในแง่ลบจากปัญหามลภาวะทางอากาศที่รุนแรง เช่น เชียงใหม่ซึ่งเคยได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของโลก เริ่มสูญเสียความนิยมจากปัญหาฝุ่นควัน (Nikkei Asia 2566) โดยเฉพาะจากการเผาในพื้นที่เกษตรและป่าไม้ ขณะเดียวกันกรุงเทพมหานครในฐานะเมืองหลวงและศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ก็ถูกลดความน่าเชื่อถือในฐานะจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยสำหรับสุขภาพ

การลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงที่มลภาวะสูงเป็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนของปัญหานี้ นักท่องเที่ยวหลายคนเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการเดินทางมาไทยในช่วงฤดูที่มีฝุ่นควันมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใส่ใจสุขภาพ เช่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกา ที่ปรึกษาสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ระบุว่าในปี 2562 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกาที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเวลาดังกล่าวกว่าร้อยละ 50 แจ้งยกเลิกการเดินทางหรือลดจำนวนวันที่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ (มติชนออนไลน์ 2562) ส่งผลให้ธุรกิจในการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และผู้ให้บริการทัวร์ สูญเสียรายได้อย่างมาก ความเสียหายทางเศรษฐกิจนี้ยังส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก ดังนั้น การแก้ไขปัญหาฝุ่น PM2.5 ไม่เพียงแต่สำคัญต่อสุขภาพของประชาชน แต่ยังเป็นกุญแจสำคัญในการฟื้นฟูภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไทยให้กลับมาน่าสนใจและแข็งแกร่งอีกครั้ง



3. ผลการศึกษาผลกระทบของปัญหาฝุ่นต่อการท่องเที่ยว

มลพิษทางอากาศกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว Hemmati et al. (2563) ได้ทำการศึกษานักท่องเที่ยวกว่า 190 ประเทศ และพบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างระดับมลพิษทางอากาศในประเทศปลายทางและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเทศที่มีคุณภาพอากาศต่ำมักเผชิญกับการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งมีความอ่อนไหวต่อคุณภาพอากาศมากที่สุด ตามที่ Robaina et al. (2563) ได้ระบุไว้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเปลี่ยนแผนการเดินทาง ลดจำนวนวันพัก หรือเลือกจุดหมายปลายทางใหม่เมื่อได้รับข่าวเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางอากาศ

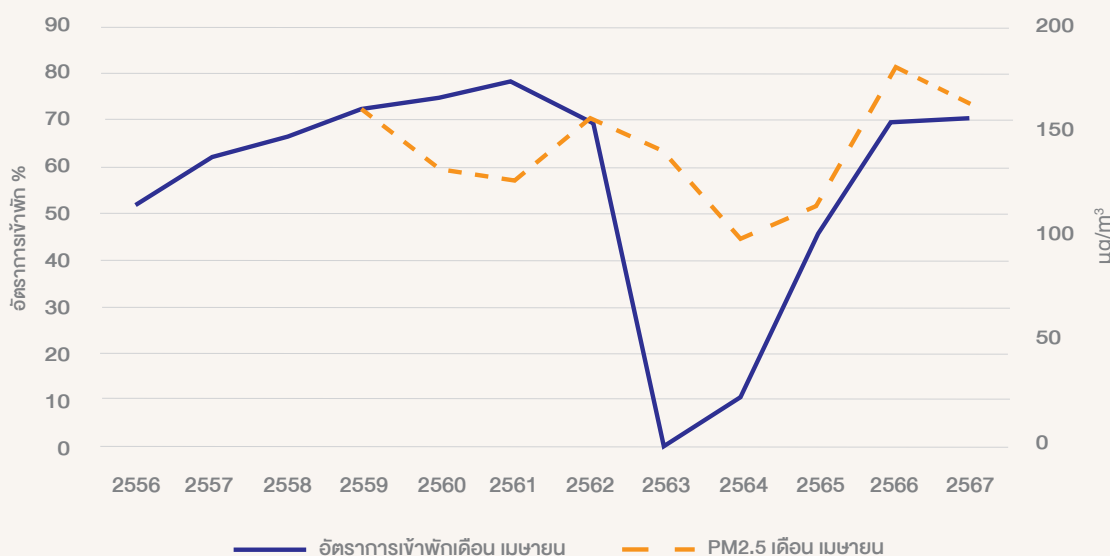
ในบริบทของประเทศไทย Daxin, Xiaowei, และ Yat (2562) ได้ประเมินผลกระทบของมลพิษทางอากาศต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยใช้กรอบการทำงานแบบเศรษฐมิติทั่วไป พบว่าการเพิ่มขึ้นของฝุ่น PM10 ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเท่ากับ 0.45% ของ GDP ซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมักหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่เผชิญปัญหามลพิษทางอากาศอย่างรุนแรง ในแง่เดียวกัน งานของ Pichamon and Watcharapong (2566) รวมถึง Nonthapot, Sihabutr, and Lean (2567) ยังพบว่าในจังหวัดเชียงใหม่ ตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ปริมาณหมอกควัน และอุณหภูมิ เมื่อมีปริมาณเพิ่มขึ้นจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีแนวโน้มลดลง

แม้ปัญหาเรื่องฝุ่นจะเป็นเรื่องที่น่ากังวลสำหรับการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่มีงานศึกษาบางงานพบว่าผลกระทบในระยะสั้นต่อการท่องเที่ยวยังไม่สูงมากนัก เช่น ในช่วงงานเทศกาลสำคัญ เช่น มหาสงกรานต์เดือนเมษายน ยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ แม้จะอยู่ในช่วงที่เชียงใหม่เผชิญกับปัญหาฝุ่น PM2.5 สูงที่สุด ส่วนหนึ่งเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีความเห็นว่าปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่ใช่ปัญหาใหญ่เมื่อเทียบกับสิ่งที่ตนได้วางแผนไว้ล่วงหน้าแล้ว ชฎาภรณ์ และ วิษณุ (2563) แต่อาจกระทบด้านมูลค่าของเงินที่ใช้จ่ายต่อวันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้น้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ



แต่อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากมลพิษทางอากาศในระยะยาวยังคงเป็นประเด็นที่ต้องติดตาม งานของ วิไลกุล และ สายนที (2564) ชี้ให้เห็นว่าในระยะยาว ดัชนีคุณภาพอากาศ เช่น PM2.5 และ PM10 อาจส่งผลกระทบต่อเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเชียงใหม่หากไม่มีมาตรการจัดการที่เหมาะสม ดังนั้น การควบคุมมลพิษทางอากาศอย่างมีประสิทธิภาพจึงไม่เพียงแต่สำคัญต่อการรักษาสุขภาพของประชาชน แต่ยังเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวไทยในระดับโลก

อัตราการเข้าพักในจังหวัดเชียงใหม่เดือนเมษายน 2556 - 2567



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ aqicn.org.

4. ประสบการณ์ของประเทศต่าง ๆ ในการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาฝุ่นละออง

สหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในประเทศที่ประสบความสำเร็จในการจัดการปัญหามลพิษทางอากาศ โดยเฉพาะฝุ่นละออง PM2.5 นับตั้งแต่มีการออกกฎหมายอากาศสะอาด (Clean Air Act) ในปี ค.ศ. 1970 ผ่านการกำหนดมาตรฐานคุณภาพอากาศ และสารมลพิษทางอากาศอื่น ๆ ออกมาตรการควบคุมแหล่งกำเนิดมลพิษ เช่น โรงงานอุตสาหกรรม ยานพาหนะ และแหล่งกำเนิดมลพิษเคลื่อนที่ โดยใช้มาตรการต่าง ๆ เช่น การกำหนดมาตรฐานการปล่อยมลพิษ การใช้เทคโนโลยีสะอาด และการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน รวมถึงจัดให้มีระบบตรวจสอบคุณภาพอากาศ และบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงการให้ข้อมูล และการสร้างความตระหนักแก่ประชาชน

ตัวอย่างมาตรการที่สำคัญได้แก่การใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์ เช่น การเก็บภาษีมลพิษ และ ระบบการค้าการปล่อยมลพิษ (Emission Trading Systems) จากการดำเนินมาตรการต่าง ๆ สหรัฐอเมริกาประสบความสำเร็จในการลดระดับ PM2.5 ลงอย่างมาก โดยรายงานของ Environmental Protection Agency (EPA 2564) ระบุว่า ระดับ PM2.5 ในสหรัฐอเมริกาลดลง 73% ระหว่างปี ค.ศ. 1990 ถึง ค.ศ. 2563 ส่งผลให้คุณภาพอากาศดีขึ้น และสุขภาพของประชาชนดีขึ้น

นอกจากนี้ในตัวอย่างของรัฐบาลแคลิฟอร์เนีย ยังเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับประเทศไทยเนื่องจากการอนุญาตให้เกษตรกรสามารถเผาเศษวัสดุทางการเกษตรได้ถ้ามีเหตุจำเป็น เช่น เกิดเหตุโรคแมลงระบาดเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ ไม่คุ้มค่าจะกำจัดด้วยสารเคมีเนื่องจากผลกระทบจากการใช้สารเคมีนั้นสูงกว่าการเผาไหม้ ก็ให้เกษตรกรสามารถดำเนินการขออนุญาตเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นที่ดูแลในการดำเนินการเผา การพิจารณาอนุญาตจะมีเจ้าหน้าที่เชิงเทคนิคที่จะช่วยในการอำนวยความสะดวก เลือกวันเวลาที่เหมาะสมที่จะทำให้การเผาไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนต่ำที่สุด

ในประเทศไทยก็มีความพยายามที่คล้ายกันโดยการใช้อำนาจทางปกครอง ให้อำนาจผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้ตัดสินใจในการอนุญาตเกษตรกรในการเผาเศษวัสดุทางการเกษตร แต่การดำเนินงานดังกล่าวไม่ค่อยประสบผลสัมฤทธิ์ที่ดี เนื่องจาก

1. เกษตรกรมักไม่ได้มีการขออนุญาตดำเนินการล่วงหน้าเพียงพอ เมื่อส่งเอกสารขออนุญาตแล้ว ถึงเวลาที่ต้องการเผาก็จะเผาทันที แต่ระบบการอนุญาตอาจยังดำเนินงานไม่เสร็จสิ้นตามระบบราชการ
2. ผู้ว่าฯ เองแม้จะมีอำนาจตัดสินใจ แต่ไม่ได้มีความรู้หรือที่ปรึกษาที่จะคอยให้คำแนะนำด้านอุตุนิยมวิทยาที่จะทำให้ฝุ่นนั้นส่งผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่น้อยที่สุดได้อย่างไร อย่างไรก็ตาม สำหรับประเทศไทย การเร่งประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการ

ประเทศจีนเคยเผชิญกับปัญหาฝุ่นละออง PM2.5 อย่างรุนแรง ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม รัฐบาลจีนได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างจริงจัง โดยใช้แนวทางแบบบูรณาการในการแก้ไขปัญหาฝุ่น PM2.5 ครอบคลุมตั้งแต่การควบคุมแหล่งกำเนิดมลพิษ การปรับปรุงคุณภาพอากาศ ไปจนถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. การควบคุมแหล่งกำเนิดมลพิษ มุ่งเน้นที่การลดการปล่อยมลพิษจากภาคอุตสาหกรรม ภาคขนส่ง และภาคครัวเรือน เช่น การกำหนดมาตรฐานการปล่อยมลพิษที่เข้มงวด การส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด การควบคุมการเผาไหม้ในที่โล่ง
2. การปรับปรุงคุณภาพอากาศ ใช้เทคโนโลยีและมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดปริมาณฝุ่นละอองในอากาศ เช่น การติดตั้งเครื่องกรองอากาศในอาคาร การปลูกต้นไม้ การฉีดพ่นละอองน้ำ
3. การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการศึกษาวิจัย

การพัฒนาเทคโนโลยี และการสร้างความตระหนักแก่ประชาชน รวมถึงการกำหนดนโยบายและมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามรายงานของ Greenstone, M., et al. (2564) ระบุว่า มาตรการที่สำคัญที่มีผลให้จีนสามารถลดความเข้มข้นของ PM2.5 ของปักกิ่ง ในปี 2564 ได้มากกว่า 35% เมื่อเทียบกับปี 2556 คือ

1. การลดการใช้ถ่านหิน จีนปิดโรงไฟฟ้าถ่านหินในพื้นที่เมืองใหญ่ และเปลี่ยนไปใช้แหล่งอื่น ๆ เช่น พลังงานลม แสงอาทิตย์ และนิวเคลียร์ โดยจีนมีแผนที่จะเป็นผู้ผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลมรายใหญ่ของโลก ที่มีกำลังการผลิตถึง 43GWh และแผนเปิดใช้งานโรงไฟฟ้านิวเคลียร์เพิ่มจากเดิมอีก 32 โรง กำลังการผลิตรวม 32GWh

2. มาตรการส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าและการขนส่งสาธารณะที่ใช้พลังงานไฟฟ้า จีนมีมาตรการอุดหนุนการผลิตและใช้รถพลังงานไฟฟ้าอย่างจริงจัง ส่งผลให้ในปัจจุบัน รถพลังงานไฟฟ้าของจีนมียอดขายเป็นอันดับหนึ่งของโลก

3. การควบคุมภาคอุตสาหกรรม บังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสะอาด และการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการปล่อยมลพิษ ปิดโรงงานอุตสาหกรรมที่ก่อมลพิษ และย้ายโรงงานออกจากเขตเมือง

อินเดียเป็นหนึ่งในประเทศที่มีปัญหามลพิษทางอากาศรุนแรงที่สุดในโลก โดยเฉพาะฝุ่นละออง PM2.5 ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน รัฐบาลอินเดียตระหนักถึงปัญหานี้ และได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหา โดยลักษณะของการดำเนินงานมีโครงการต่าง ๆ คล้ายกับประเทศจีน รวมถึงมีการจัดทำแผนปฏิบัติการระดับเมืองที่เรียกว่า "National Clean Air Programme (NCAP)" ในปี 2562 เพื่อกำหนดเป้าหมายลด PM2.5 ลง 20-30% ภายในปี 2567 แม้ว่าอินเดียจะยังคงเผชิญกับปัญหามลพิษทางอากาศ แต่มาตรการต่าง ๆ ที่รัฐบาลดำเนินการ ก็เริ่มเห็นผลลัพธ์ในทางที่ดีขึ้น เช่น ค่าเฉลี่ยความเข้มข้นของ PM2.5 ในเมืองใหญ่ เช่น เดลี เริ่มมีแนวโน้มลดลง 13% ระหว่างปี 2562-2564

ลักษณะที่สำคัญของอินเดียที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย คือ อินเดียเองก็ประสบปัญหาหมอกควันข้ามแดนเช่นเดียวกับไทย โดยเฉพาะจากการเผาในพื้นที่เกษตรกรรมในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ปากีสถาน บังกลาเทศ และเนปาล ทั้งนี้อินเดียได้มีความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น บังกลาเทศ และเนปาล ผ่านการประชุมระดับภูมิภาคของ South Asia Co-operative Environment Programme (SACEP) เพื่อจัดการปัญหามลพิษข้ามพรมแดน โดยได้ขอความช่วยเหลือทางเทคนิคจากธนาคารโลก ในการส่งผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิอากาศเข้ามาศึกษาลักษณะของแอ่งอากาศ (Airshed) เพื่อให้เข้าใจแหล่งกำเนิด ทิศทางการเคลื่อนย้าย และแนวทางในการลดปริมาณฝุ่น ซึ่งในเบื้องต้นได้มีการสนับสนุนให้เกษตรกรให้ใช้เครื่องจักรในการจัดการตอซัง เช่น เครื่องปรับหน้าดินและเครื่องตัดหญ้า เพื่อทดแทนการเผา อย่างไรก็ตามการดำเนินงานของ SACEP ยังพบข้อจำกัดหลายด้านเช่น ด้านทรัพยากร และงบประมาณ ความแตกต่างทางเศรษฐกิจ และสังคม ระหว่างประเทศสมาชิก และการขาดความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของประชาชน

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความเสี่ยง ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. ความผันผวนของฤดูกาลและสภาพอากาศ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลก (UNEP 2551) รวมถึงประเทศไทย ซึ่งพึ่งพิงรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงนี้นำไปสู่สภาพอากาศที่ไม่แน่นอน เช่น อุณหภูมิที่สูงขึ้น ฝนตกหนักเกินคาด และภัยธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น ทั้งหมดนี้ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ภูเขา หรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความเสียหายที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังกระทบต่อรายได้และการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

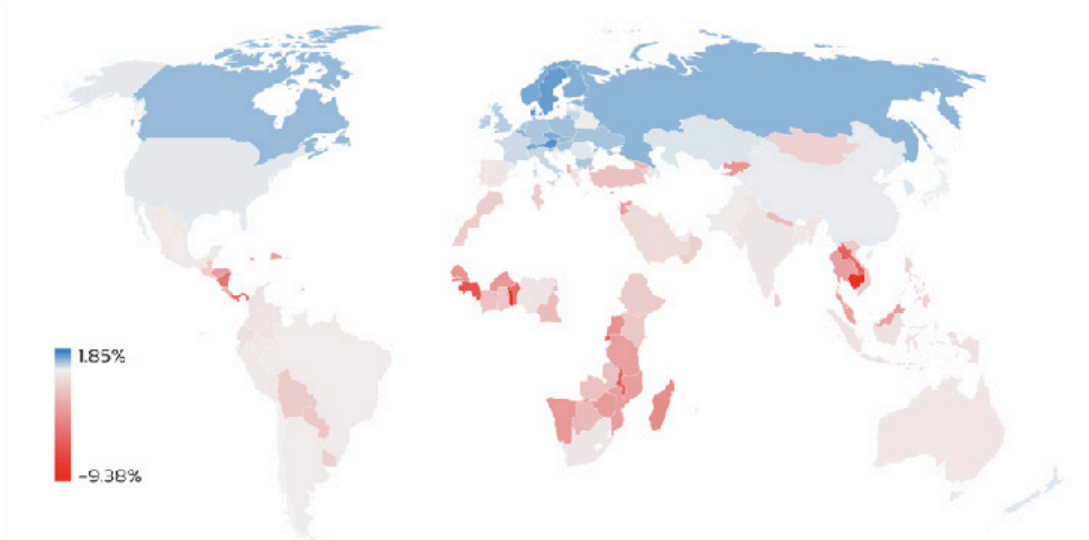
สภาพภูมิอากาศเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะการกำหนดระยะเวลาและคุณภาพของฤดูกาลท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะและแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลได้รับผลกระทบโดยตรงจากสภาพภูมิอากาศ เช่น หากปีใดมีสภาพอากาศดี ไม่มีฝนตกหนักหรือพายุรุนแรง ฤดูกาลท่องเที่ยวของปีนั้นจะมีคุณภาพดี ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และกิจกรรมทางน้ำเติบโตไปในทิศทางที่ดี ตรงกันข้าม หากสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย นักท่องเที่ยวจะเลื่อนหรือยกเลิกการเดินทาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจในพื้นที่



นอกจากนี้ สภาพภูมิอากาศยังเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและค่าใช้จ่าย ตัวอย่างเช่น แหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทยมักดึงดูดสายด้านอากาศที่หนาวเย็นในช่วงฤดูหนาว หากปีใดที่อุณหภูมิต่ำและอากาศหนาวเย็นยาวนาน แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เหล่านี้จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปสัมผัสอากาศหนาว อย่างไรก็ตาม หากฤดูหนาวมีระยะเวลาสั้นหรืออุณหภูมิไม่ลดต่ำพอ นักท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนแผนการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจด้านอื่น

รายงานของ Roson & Sartori (2559) ระบุว่า หากอุณหภูมิเพิ่มขึ้น 2 องศาเซลเซียส รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยอาจหดตัวลงถึง 3.22% โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2562 (นพจุ, 2567) ที่มีมูลค่าประมาณ 1.93 ล้านล้านบาท การหดตัวดังกล่าวหมายความว่าไทยอาจสูญเสียรายได้สูงถึง 6.2 หมื่นล้านบาทต่อปี การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเปราะบางของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการพัฒนานโยบายและมาตรการเพื่อรองรับผลกระทบในอนาคตอย่างเร่งด่วน

การเปลี่ยนแปลงของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีอุณหภูมิเพิ่ม 2 องศา



ที่มา: Roson & Sartori, 2559.

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยังส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ความหลากหลายทางชีวภาพในอุทยานแห่งชาติ ระดับน้ำในแม่น้ำ และคุณภาพน้ำในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล การเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรเหล่านี้ อาจลดความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แนวปะการังที่เสื่อมโทรมจากการฟอกขาวหรือระดับน้ำในเขื่อนที่ลดต่ำจนไม่สามารถทำกิจกรรมทางน้ำได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดจำนวนการเดินทางไปยังพื้นที่เหล่านั้น

นอกจากนี้ สภาพภูมิอากาศยังมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การเกิดโรคติดต่อจากแมลง การแพร่กระจายของโรคในพื้นที่แออัด หรือเหตุการณ์สภาพอากาศสุดขั้ว เช่น ไฟป่าหรือพายุที่รุนแรง ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่พึงประสงค์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศจึงไม่เพียงส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ แต่ยังส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและความสะดวกสบายของการท่องเที่ยว ภาคการท่องเที่ยวจึงต้องปรับตัวเพื่อลดผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงนี้ ทั้งในด้านการจัดการทรัพยากรและการพัฒนานโยบายที่ตอบสนองต่อความยั่งยืน

ความผันผวนของฤดูกาลและสภาพอากาศเป็นผลกระทบสำคัญจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตัวอย่างเช่น ฤดูกาลที่เปลี่ยนไปทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวหลายประเภทต้องปรับตัว เช่น การดำน้ำในทะเลอันดามัน ซึ่งเคยได้รับความนิยมในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเมษายน อาจต้องเผชิญกับคลื่นลมแรงจนนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางได้ หรือเกิดภาวะปะการังฟอกขาวที่เกิดจากอุณหภูมิทะเลที่สูงขึ้นจนทำให้คุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวลดลง นอกจากนี้ กิจกรรมเดินป่าในพื้นที่ภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน ก็ได้รับผลกระทบจากฝนที่ตกนอกฤดูกาลหรือภัยแล้งที่ทำให้ธรรมชาติสูญเสียความงดงามดั้งเดิม นักท่องเที่ยวจึงต้องเปลี่ยนแผนการเดินทางหรือเลี่ยงกิจกรรมที่เคยเป็นที่นิยม

ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น จำนวนวันที่ฝนตกหนักเพิ่มขึ้นในภาคใต้ ทำให้เกิดเหตุน้ำท่วมในหลายพื้นที่ โดยจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก ในปี 2567 จังหวัดภูเก็ตมีฝนตกหนักหลายครั้ง ทำให้เกิดน้ำป่าไหลหลากและดินถล่ม การทำอากาศยานถูกเก็ตรายงานว่า ในครั้งที่เกิดเหตุรุนแรง สภาพอากาศปิดจนกระทบการลงจอดกว่า 14 เที่ยวบิน (Thai PBS 2567 และมติชนออนไลน์ 2567) ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว น้ำท่วมที่รุนแรงในภูเก็ตทำให้การเดินทางและการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ หยุดชะงัก ส่งผลให้โรงแรมและร้านอาหารสูญเสียรายได้อย่างมหาศาล ขณะเดียวกัน พายุฤดูร้อนที่เกิดขึ้นในพืทหายไต้่น้ำไปสู่น้ำท่วมฉับพลันในพื้นที่หลายจุด ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยวในเมืองชายฝั่งยอดนิยมแห่งนี้ ถนนหลายสายกลายเป็นแหล่งน้ำขัง ทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวติดขัด ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว ต้องเผชิญกับความเสียหายจากน้ำท่วม รวมถึงการยกเลิกกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำที่เป็นจุดดึงดูดสำคัญ ความไม่สะดวกและความเสี่ยงจากเหตุการณ์ดังกล่าวอาจลดความน่าสนใจของพืทหายไต้่น้ำในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ น้ำท่วมยังชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาระบบระบายน้ำและการวางแผนจัดการ



ภัยธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพเพื่อรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวอีกครั้ง ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเมืองในฐานะจุดหมายปลายทางยอดนิยม

กรรณิการ์ และ อิสริย์ (2566) ได้ชี้ให้เห็นว่าสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบทางอ้อม เช่น การขาดแคลนน้ำที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว กรณีของภูเก็ตและกระบี่ เมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย แสดงให้เห็นถึงผลกระทบนี้ อย่างชัดเจน โดยในช่วงที่ฝนตกน้อยกว่าค่าเฉลี่ยประจำปี ส่งผลให้แหล่งน้ำธรรมชาติและระบบน้ำประปาในพื้นที่ไม่สามารถรองรับความต้องการของประชากรในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ปัญหานี้ทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และสปา ต้องเผชิญกับความยากลำบากในการให้บริการ

การขาดแคลนน้ำไม่เพียงแต่สร้างความไม่สะดวกให้กับนักท่องเที่ยว แต่ยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในฐานะจุดหมายปลายทางที่พร้อมรองรับการเดินทางในระดับสากล การไม่มีน้ำประปาใช้เป็นเวลาหลายวันในเมืองท่องเที่ยวชื่อดังเหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และในระยะยาวอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ดังนั้น การวางแผนจัดการน้ำและการลงทุนในระบบน้ำประปาที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนเพื่อรับมือกับผลกระทบทางอ้อมจากสภาพภูมิอากาศและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในอนาคต

พิม และคณะ (2565) ได้ประเมินว่าเศรษฐกิจไทยอ่อนไหวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ผิดปกติ (climate Shocks) โดยพบผลกระทบเชิงลบต่อภาคการท่องเที่ยวไทยอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งตอกย้ำว่า ประเทศไทยมีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากการเติบโตของเศรษฐกิจไทย รวมถึงการจ้างงานในประเทศพึ่งพาการขับเคลื่อนโดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ปัญหาเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่รัฐและภาคธุรกิจท่องเที่ยวต้องร่วมมือกันในการวางแผนเชิงรุกและนโยบายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



2. ผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

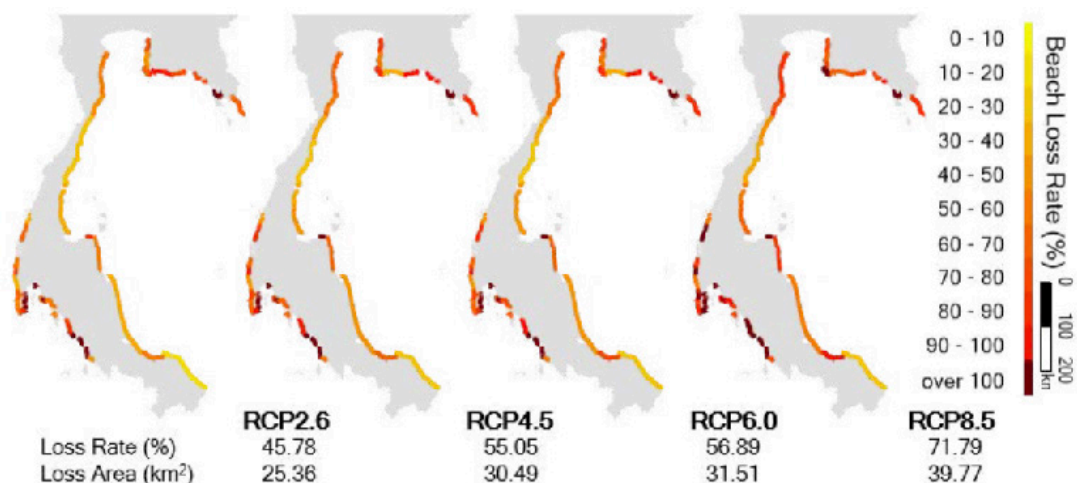
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของประเทศไทย เช่น ชายฝั่งทะเลและแนวปะการัง มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้อย่างรุนแรง โดยเฉพาะในพื้นที่ชายฝั่งทะเลและทะเลอันดามันที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยม ปัญหาหลักที่เกิดขึ้นคือการกัดเซาะชายฝั่งทะเลและการเสื่อมโทรมของปะการัง ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลและมีความสำคัญต่อระบบนิเวศ รวมถึงดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

การกัดเซาะชายฝั่งทะเลเป็นผลกระทบที่ชัดเจนจากการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเลและการเปลี่ยนแปลงของกระแสน้ำ การกัดเซาะนี้ทำให้ชายหาดหลายแห่งสูญเสียพื้นที่ เช่น หาดป่าตองในภูเก็ตและหาดหัวหินในประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อนริมหาดและกีฬาทางน้ำ นอกจากนี้ การกัดเซาะยังสร้างความเสียหายต่อโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โรงแรมและร้านอาหารริมชายฝั่ง ทำให้ต้นทุนในการบำรุงรักษาและป้องกันเพิ่มสูงขึ้น ปัญหานี้ยังส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นที่พึ่งพิงการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่ง

Ritphring et al. (2561) รายงานว่าชายหาดของประเทศไทยกว่า 55% มีความเสี่ยงที่จะสูญเสียภายใต้ฉากทัศน์ RCP 4.5 ภายในช่วง

ปี 2581-2100 ซึ่งสะท้อนถึงผลกระทบที่รุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อย่างไรก็ตาม แนวทางการแก้ไขปัญหของภาครัฐไทยยังคงเน้นการใช้โครงสร้างแข็ง (Hard structure) เช่น กำแพงกันคลื่นและเขื่อนริมชายฝั่ง ซึ่งแม้จะช่วยลดการกัดเซาะชายฝั่งในระยะสั้น แต่กลับสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศและความเสื่อมโทรมของชายหาดในระยะยาว การเปลี่ยนมาใช้แนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การสร้างเนินทราย การปลูกป่าชายเลน การปักไม้ไผ่ชะลอคลื่น กำแพงกันคลื่นแบบทุนลอย เป็นต้น มาตรการโครงสร้างแบบอ่อนเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นและรักษาความยั่งยืนของทรัพยากรชายฝั่งในอนาคต

อัตราการสูญเสียชายหาดและพื้นที่ที่คาดการณ์ไว้ในช่วงปี 2624 – 2643 เทียบกับปี 2529-2548



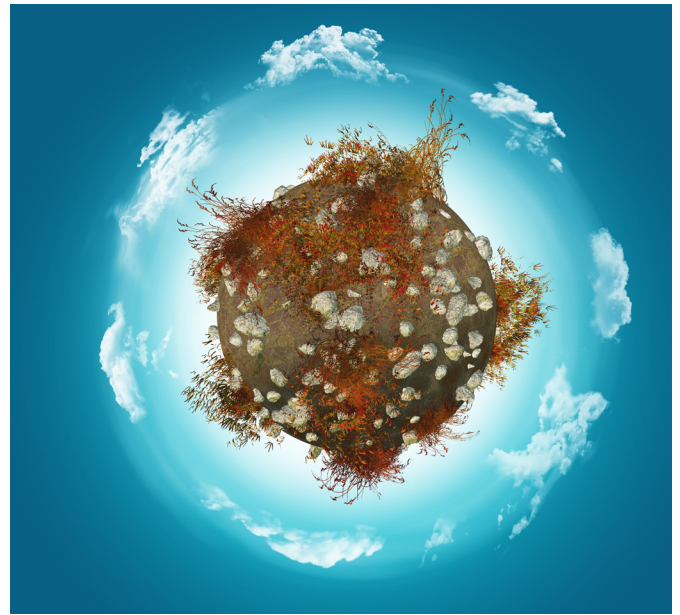
ที่มา: Ritphring et al. (2561)

อีกปัญหาหนึ่งคือการฟอกขาวของปะการังในทะเลอันดามัน ซึ่งเกิดจากอุณหภูมิน้ำทะเลที่เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปะการังฟอกขาวส่งผลให้ระบบนิเวศใต้ทะเลเสื่อมโทรมและลดความหลากหลายทางชีวภาพ นักท่องเที่ยวที่เคยมาเพื่อดำน้ำและชมปะการังต้องเผชิญกับภาพปะการังที่ไร้สีสันและไม่สมบูรณ์ ซึ่งลดคุณค่าประสบการณ์การท่องเที่ยว สถานที่ดำน้ำที่เคยมีชื่อเสียง เช่น หมู่เกาะสิมิลันและเกาะสุรินทร์ ต้องเผชิญกับการสูญเสียความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่มองหาธรรมชาติที่สมบูรณ์

อุณหภูมิที่สูงขึ้นและความเป็นกรดของน้ำทะเลที่เพิ่มขึ้นจากการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ส่งผลกระทบต่อแนวปะการังทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทย ข้อมูลจากกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งในปี 2565 ระบุว่าประเทศไทยมีพื้นที่แนวปะการังรวม 149,182 ไร่ ใน 17 จังหวัดชายฝั่งทะเล แต่พบว่ามี 11 จังหวัดแนวปะการังมีสถานะเสียหายหรือเสื่อมโทรมเกินครึ่งของพื้นที่ทั้งหมด ปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาวที่เกิดจากอุณหภูมิน้ำทะเลที่เพิ่มสูงขึ้นและการเปลี่ยนแปลงเคมีของน้ำทะเลได้ลดความหลากหลายทางชีวภาพและทำลายระบบนิเวศใต้น้ำที่สำคัญของประเทศ

สถานการณ์นี้สอดคล้องกับรายงานของ IPCC (2561) ที่คาดการณ์ว่าหากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มขึ้น 2 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นระดับที่คาดว่าจะเกิดภายใต้ฉากทัศน์ RCP4.5 ในปี 2593 พื้นที่แนวปะการังทั่วโลกอาจสูญเสียถึง 99% ความเสื่อมโทรมของแนวปะการังไม่เพียงแต่คุกคามสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล แต่ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและชุมชนที่พึ่งพาทรัพยากรเหล่านี้ เช่น การประมงและการท่องเที่ยวทางทะเล การแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเล จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อปกป้องแนวปะการังและระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องในระยะยาว

ดังนั้น การฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันในการออกนโยบายเพื่อปกป้องชายฝั่งทะเลและแนวปะการัง เช่น การควบคุมกิจกรรมที่ทำลายระบบนิเวศ การจัดการทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ปัจจุบันกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (DMCR) ได้กำหนดเขตอนุรักษ์และควบคุมการทำกิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อชายฝั่ง เช่น การก่อสร้างโครงสร้างแข็งในพื้นที่เสี่ยงต่อการกัดเซาะ และการควบคุมการปล่อยน้ำเสียจากอุตสาหกรรมและชุมชนใกล้ชายฝั่ง นอกจากนี้ การใช้โครงสร้างแบบยืดหยุ่น (Soft Engineering) เช่น การปลูกป่าชายเลนและการสร้างแนวกันคลื่นธรรมชาติ ยังถูกนำมาใช้เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับระบบนิเวศชายฝั่ง แต่อย่างไรก็ตามผลจากการเพิกถอนกำแพงกันคลื่นโครงสร้างแข็งออกจากโครงการที่ต้องจัดทำรายงานประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ในปี 2556 ทำให้หลังจากนั้นโครงสร้างป้องกันชายฝั่งในประเทศไทย มีทิศทางหันมาใช้กำแพงกันคลื่นโครงสร้างแข็งมากขึ้น นอกจากนี้การก่อสร้างกำแพงกันคลื่นเหล่านี้ยังอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานอย่างกรมเจ้าท่า และกรมโยธาธิการและผังเมือง ไม่ใช่กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง เป็นผลให้เกิดความขัดแย้งในการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง จนกระทั่งในปี 2562 เป็นต้นมา กรมได้มีมติเห็นชอบ “แนวทางการจัดการแผนงานโครงการจัดการป้องกันและแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง” ของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง โดยใช้หลักการปรับสมดุลชายฝั่งทะเลโดยธรรมชาติ แม้สถานการณ์ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งของไทยในปัจจุบันจะลดลง แต่ยังคงอยู่ในสถานะต้องเฝ้าระวังอยู่เสมอ เพราะตัวชี้วัดที่สำคัญของความสำเร็จในการแก้ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งที่สำคัญ คือ การรักษาสถานภาพของระบบนิเวศชายฝั่งให้คงอยู่ควบคู่กันไปพร้อมกับการรักษาชายหาด

ในส่วนของแนวปะการัง มาตรการสำคัญรวมถึงการจำกัดจำนวนเรือท่องเที่ยวและนักดำน้ำในพื้นที่อนุรักษ์ เช่น หมู่เกาะสิมิลันและสุรินทร์ พร้อมทั้งมีการส่งเสริมโครงการฟื้นฟูปะการัง เช่น การปลูกปะการังและการใช้ปะการังเทียมเพื่อช่วยเสริมสร้างระบบนิเวศทางทะเล กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช ได้ออกประกาศเรื่องห้ามนำและใช้เครื่องมือตกที่มีส่วนประกอบของสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อปะการังเข้าไปในอุทยานแห่งชาติ ในปี 2564 นอกจากนี้ในปี 2566 กรมฯ ยังได้เห็นชอบกับประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง มาตรการคุ้มครองทรัพยากรปะการังจากกิจกรรมท่องเที่ยวดำน้ำ กำหนดวิธีปฏิบัติที่ดีในการดำน้ำโดยไม่กระทบกระเทือนต่อปะการังและสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล



3. การเปลี่ยนแปลงความต้องการของนักท่องเที่ยว

ในยุคที่ปัญหาสิ่งแวดล้อมกลายเป็นประเด็นสำคัญระดับโลก แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหรือ Sustainable Tourism ได้รับความสนใจมากขึ้น การท่องเที่ยวแบบนี้ไม่ได้มุ่งเน้นแค่ความสนุกสนานของนักท่องเที่ยว แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วย แนวทางดังกล่าวเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและมองหาประสบการณ์ที่มีคุณค่า เช่น การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การลดการใช้พลาสติกในกิจกรรมท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

หนึ่งในรูปแบบที่ได้รับความนิยมคือ "Eco-Tourism" หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายธรรมชาติและระบบนิเวศ ตัวอย่างเช่น การเดินป่าในอุทยานแห่งชาติที่มีการกำหนดเส้นทางเดินอย่างชัดเจนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการดำน้ำในพื้นที่อนุรักษ์ เช่น เกาะสุรินทร์และเกาะลันตา ที่เน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับปะการังและสัตว์ทะเลแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ Eco-Tourism ยังส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่น การเป็นไกด์ท้องถิ่นหรือการผลิตสินค้าพื้นบ้านเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

เพื่อเพิ่มความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ประเทศไทยสามารถส่งเสริม Eco-Tourism ผ่านการให้ข้อมูลและการสร้างความตระหนักรู้ เช่น การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อแสดงถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น การปลูกป่าและการเก็บขยะในแหล่งท่องเที่ยว ก็สามารถสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมและเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวและธรรมชาติ ด้วยความพยายามร่วมกันจากทุกภาคส่วน Eco-Tourism จะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ในอีกด้านหนึ่ง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบไม่เพียงแต่ช่วยรักษาความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังเป็นการแสดงถึงความเคารพต่อธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจมีพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมโดยไม่รู้ตัว เช่น การทิ้งขยะในที่สาธารณะ การเก็บปะการังหรือสิ่งมีชีวิตทางทะเล การเหยียบย่ำพื้นที่ธรรมชาติ หรือการถ่ายภาพในบริเวณที่ห้ามการกระทำเหล่านี้ อาจทำลายทรัพยากรและระบบนิเวศอย่างถาวร สิ่งนี้นักท่องเที่ยวควรตระหนักรู้คือความสำคัญของการรักษาสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ทรัพยากรเหล่านี้ยังคงสวยงามและสมบูรณ์สำหรับคนรุ่นหลัง ตัวอย่างเช่น ในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

ควรหลีกเลี่ยงการใช้ครีมกันแดดที่มีสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อปะการังในพื้นที่ป่าเขา ควรเดินตามเส้นทางที่กำหนดและไม่เก็บพืชหรือสิ่งมีชีวิตออกจากพื้นที่ นอกจากนี้ การปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไม่ส่งเสียงดังในพื้นที่วัดหรือชุมชน ยังช่วยลดผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวควรมีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว เช่น การนำขยะของตัวเองกลับไปทิ้งในจุดที่เหมาะสม การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการใช้บริการจากผู้ประกอบการที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การตระหนักรู้ถึงผลกระทบของพฤติกรรมของเราในฐานะนักท่องเที่ยวจะช่วยสร้างวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่ใส่ใจและรักษาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก

การเปลี่ยนผ่านการท่องเที่ยวของประเทศไทยไปสู่แนวทางที่ยั่งยืนยังคงเป็นความท้าทาย แม้ว่า บัณฑิตย์ (2567) ซึ่งศึกษาศักยภาพการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวไทยด้วยวิธีเชิงปริมาณจะระบุว่า หากเศรษฐกิจโลกเติบโตได้ร้อยละ 3.2 ต่อปีตามการประเมินของ IMF ภาคการท่องเที่ยวไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้ร้อยละ 4-6 ต่อปีในเชิงปริมาณ อย่างไรก็ตาม ในเชิงคุณภาพ ซึ่งชี้วัดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลับเป็นประเด็นที่ซับซ้อนและท้าทาย ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของนักท่องเที่ยว (Composition effect) โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อวันสูงซึ่งยังพึ่งพิงตัวข้าและมีสัดส่วนน้อย

นอกจากนี้ แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (Behavior Trends) ยังสะท้อนถึงความต้องการที่แตกต่างจากอดีต ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวหันมาบริโภค Street food ทดแทนการรับประทานอาหารในร้านอาหารเพื่อลดค่าใช้จ่าย เลือกซื้อสินค้าขึ้นพิเศษที่ผลิตในไทย เช่น งานหัตถกรรม หรือของที่ระลึกเอกลักษณ์เฉพาะ แทนการซื้อของฝากจำนวนมาก อีกทั้งกระแสการท่องเที่ยวแบบ Multi-Countries

ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางหลายประเทศในทวีปเดียว ทำให้จำนวนวันพักเฉลี่ยในไทยลดลง ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้สร้างความท้าทายให้กับภาคการท่องเที่ยวไทยในการรักษาสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างยั่งยืน

ปัจจัยด้านอุปทานทั้งสิ่งแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานเป็นหัวใจสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย อย่างไรก็ตาม ดัชนีขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Development Index: TTDI) ล่าสุดในปี 2567 ระบุว่าประเทศไทยหล่นจากอันดับที่ 35 ในปี 2565 มาอยู่ที่อันดับ 47 จาก 119 ประเทศ ซึ่งต่ำกว่าประเทศคู่แข่งในอาเซียนอย่างสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยมีจุดอ่อนใน 3 มิติสำคัญ

มิติแรก คือ ความยั่งยืน ที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 106 โดยเฉพาะในด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจและสังคม ปัญหาสำคัญได้แก่การพัฒนาทักษะแรงงานที่ยังไม่เพียงพอ การพึ่งพานักท่องเที่ยวบางสัญชาติมากเกินไป และการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวสูง (High Season)

มิติที่สอง คือ สภาพแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 102 จากปัญหาด้านความปลอดภัย เช่น การบังคับใช้กฎหมายที่ไม่ทั่วถึง หรือเป็นธรรมเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว

มิติที่สาม คือ โครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 81 ประเทศไทยยังขาดการพัฒนาบริการที่สำคัญ เช่น แพลตฟอร์มกิจกรรมที่ตอบโจทย์การท่องเที่ยวยุคใหม่ รวมถึงการเชื่อมต่อการเดินทางระหว่างเมืองหลักและเมืองรอง รวมถึงการเดินทางในภูมิภาคซึ่งซับซ้อนและมีต้นทุนสูง สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นข้อจำกัดที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาพักในไทยสั้นลง ซึ่งอาจส่งผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยวในระยะยาว

การเร่งพัฒนาทั้งในมิติด้านความยั่งยืน ความปลอดภัย และโครงสร้างพื้นฐานจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้มั่นคงในอนาคต อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะการรักษาสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งประเทศไทยก็ได้มีมาตรการออกมาเพื่อรองรับกับเป้าหมายเหล่านี้ ตัวอย่างการตอบสนองต่อเป้าหมาย SDGs ที่เกี่ยวข้องกับสาขาการท่องเที่ยว เช่น



ในด้าน SDG 8 : การเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานที่เหมาะสม ประเทศไทยมีความก้าวหน้าในการกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน เช่น โครงการ "หมู่บ้าน OTOP นวัตกรรม" ซึ่งช่วยสร้างงานและรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ ภาครัฐยังสนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงานในภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่อย่างไรก็ตาม การจ้างงานในสาขาบริการจำนวนมากยังคงอยู่บนระบบประกันสังคม แม้ระบบประกันสังคมจะเปิดให้มีการประกันตนเอง แต่สิทธิประโยชน์ที่แรงงานได้รับระหว่างแรงงานที่อยู่ในและนอกระบบยังคงแตกต่างกันมาก ในการด้านการพัฒนาตนเอง แรงงานจำนวนมากยังขาดโอกาสในการพัฒนาตนเอง เพราะระบบการศึกษาต่อเนื่องของไทยยังคงมีจำกัด ทำให้แรงงานในภาคบริการขาดความสามารถในการรับมือกับวิกฤติดังที่ปรากฏขึ้นในช่วงปี 2563 เมื่อเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 (นิพนธ์ และคณะ 2566)

ในด้าน SDG 12 : การบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน มีการผลักดันนโยบายลดการใช้พลาสติกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การรณรงค์ "Say No to Plastic" ในอุทยานแห่งชาติ รวมถึงการสนับสนุนโรงแรมและรีสอร์ทที่ใช้พลังงานหมุนเวียนและจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน โครงการ "Green Hotel" และ "Green Destinations" ยังส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนในธุรกิจท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามมาตรการเหล่านี้ยังคงมีความท้าทายในการสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท การใช้ถุงพลาสติกยังคงมีอยู่ในตลาดสดและร้านค้าเล็ก ๆ อีกทั้งการขาดมาตรการทางกฎหมายที่ครอบคลุมและการสนับสนุนวัสดุทางเลือก เช่น ถังที่ทำจากวัสดุชีวภาพ ยังเป็นปัจจัยที่ทำให้การลดการใช้ถุงพลาสติกยังไม่เกิดผลลัพธ์ในระดับที่คาดหวัง เช่น เกิดความนิยมผลิตถุงผ้าสับบอนด์ที่ผลิตจากเส้นใยพลาสติกที่อัดเป็นแผ่นเพื่อทดแทนถุงพลาสติก แม้จะมีความหนาและทนทานในการใช้ได้หลายครั้งมากขึ้น แต่กลับมีคุณสมบัติเปื่อยยุ่ยได้ง่ายเมื่อสัมผัสแสง UV ทำให้เกิดเป็นไมโครพลาสติกปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ในด้าน SDG 14 : การอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเล และ **SDG 15 :** การปกป้องระบบนิเวศบนบก ประเทศไทยได้ดำเนินการเชิงรุก เช่น การปิดอ่าวมาหยาเพื่อฟื้นฟูแนวปะการัง การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ และการปลูกป่าชายเลนในพื้นที่ชายฝั่งทะเล แต่การจัดสรรงบประมาณเพื่อการอนุรักษ์ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการของโครงการอนุรักษ์หลายโครงการต้องพึ่งพาเงินจากองค์กรระหว่างประเทศหรือภาคเอกชน ซึ่งมักไม่ต่อเนื่องและยั่งยืน (ปริญญารัตน์ 2561) นอกจากนี้ควรมีการพัฒนากลไกการเงินใหม่ ๆ เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ การส่งเสริมการลงทุนจากภาคเอกชนผ่านโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และการออกพันธบัตรเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Bonds) จะช่วยสร้างแหล่งเงินทุนที่ยั่งยืนและตอบสนองความต้องการได้ในระยะยาว

แม้จะมีความคืบหน้าในหลายด้าน แต่การบรรลุเป้าหมาย SDG ด้านการท่องเที่ยวยังต้องการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ จะช่วยให้ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมาย SDGs และรักษาความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะยาว

แนวทางการรับมือกับความท้าทาย

1. นโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐ

ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางและนโยบายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างความมั่นคงในระยะยาวให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ การกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดโซนอนุรักษ์ธรรมชาติ การควบคุมการใช้พลาสติกในแหล่งท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎระเบียบที่เข้มงวดเกี่ยวกับการจัดการขยะ ล้วนเป็นมาตรการสำคัญที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐยังรวมถึงการให้เงินอุดหนุนและความรู้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความยั่งยืน

แม้ในระยะสั้นงานวิจัยหลายชิ้นยังแสดงให้เห็นว่าปัญหาฝุ่นยังไม่กระทบกับการท่องเที่ยวมากนัก แต่ภาครัฐยังควรสนับสนุนการแก้ปัญหาเพื่อให้ประเทศไทยสามารถจัดการปัญหามลภาวะทางอากาศในพื้นที่ท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์ของต่างประเทศชี้ให้เห็นว่าการแก้ไขปัญหาต้องการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวและการรักษาสิ่งแวดล้อมในระยะยาว การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวไทยจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและเสริมสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต

หนึ่งในแนวทางที่สำคัญคือการพัฒนามาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การริเริ่มโครงการร่วมกับ Green Destinations Foundation ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก โครงการนี้เน้นการประเมินแหล่งท่องเที่ยวตามเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน เช่น การจัดการน้ำเสีย การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด มาตรฐานดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแหล่งท่องเที่ยวไทย แต่ยังตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน

ผลจากความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนส่งผลให้ประเทศไทยมีความโดดเด่นในเวทีระดับนานาชาติ โดยในปี 2567

อย่างน้อย 6 เมืองในประเทศไทยได้รับรางวัล Green Destinations Story Awards จากงาน ITB Berlin ซึ่งเป็นรางวัลที่ยกย่องความพยายามในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสร้างแรงบันดาลใจให้กับแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก เมืองที่ได้รับรางวัลประกอบด้วย เชียงใหม่เพียงแห่งเดียว จังหวัดน่าน ที่เน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นเมือง เมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเด่นด้านการอนุรักษ์โบราณสถาน เมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา ที่รักษาเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรม เชียงคาน จังหวัดเลย ที่มีวิถีชีวิตเรียบง่ายท่ามกลางธรรมชาติ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมืองชายทะเลที่พัฒนาท่องเที่ยวควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อม และ เมืองเก่าอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี ที่โดดเด่นด้านการส่งเสริมวิถีชีวิตชุมชนและธรรมชาติ การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนยังรวมถึงการให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวและชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมที่เน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น และการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวที่ไม่ยั่งยืน นอกจากนี้ ภาครัฐยังมีบทบาทในการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม ซึ่งช่วยเสริมสร้างรายได้ให้ชุมชนโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงไม่ใช่เพียงแนวทางในการรักษาธรรมชาติ แต่ยังเป็นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ทรัพยากรในระยะยาว





2. การปรับตัวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ในยุคที่ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นประเด็นสำคัญระดับโลก ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องปรับตัวเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจและการรักษาสิ่งแวดล้อม หนึ่งในมาตรการสำคัญคือการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมักเกิดจากการเดินทาง การใช้พลังงานในโรงแรม และกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจำนวนมากเริ่มใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลม รวมถึงปรับปรุงระบบการจัดการขยะและน้ำเสียเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โรงแรมบางแห่งยังนำมาตรการลดการใช้พลาสติก เช่น การแทนที่ขวดน้ำพลาสติกด้วยขวดแก้ว และการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวพกภาชนะมาเอง

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกยังรวมถึงการส่งเสริมการเดินทางที่มีคาร์บอนต่ำ เช่น การใช้รถยนต์ไฟฟ้าหรือจักรยานในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการยังร่วมมือกับสายการบินเพื่อส่งเสริมการชดเชยคาร์บอน (carbon offset) สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยเครื่องบิน นอกจากนี้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางทางเรือ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกาะในทะเลอันดามัน ได้เริ่มใช้นวัตกรรมเรือพลังงานไฟฟ้าเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล การลดคาร์บอนเช่นนี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเพิ่มความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยวในฐานะปลายทางที่ยั่งยืน

นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในหลายมิติ เช่น ความร้อน หรือ ฝนตกหนัก ฯลฯ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายนี้ โดยการสร้างสรรค์วิธีการที่ช่วยลดผลกระทบและเพิ่มความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การติดตั้งพัดลมไอน้ำในพื้นที่กลางแจ้ง เช่น ร้านอาหารและจุดท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงวันที่อุณหภูมิสูง นอกจากนี้ การปลูกป่าชายเลน รวมถึงการเติมทรายบริเวณชายหาดที่ได้รับผลกระทบจากการกัดเซาะ ยังเป็นการรักษาภาพลักษณ์ของชายหาดยอดนิยมให้คงความสวยงามและใช้งานได้ต่อไป

อีกแนวทางที่สำคัญคือการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การปกป้องแนวปะการังที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวในพื้นที่ทางทะเล การร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นและนักวิทยาศาสตร์เพื่อสร้างโปรแกรมปลูกปะการังและลดกิจกรรมที่ทำลายระบบนิเวศ เช่น

การจำกัดการท่องเที่ยวทางเรือในบางพื้นที่ ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการยังสามารถเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวในร่มเมื่อสภาพอากาศไม่อำนวย เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้องเรียนทำอาหาร หรือการแสดงวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวยังคงมีกิจกรรมที่น่าสนใจในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมกลางแจ้ง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่ช่วยปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและดึงดูดนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่อากาศเย็นลง เช่น การจัดตลาดกลางคืน การแสดงศิลปะกลางแจ้ง หรือกิจกรรมล่องเรือชมวิวในยามค่ำคืน การปรับตัวเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ แต่ยังเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และเสริมสร้างประสบการณ์ที่หลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว การสร้างสรรค์แนวทางที่ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงนี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

การสร้างประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ผู้ประกอบการนำมาใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การพัฒนากิจกรรมที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น การปลูกป่า การเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศในพื้นที่ และการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นผ่านการจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ผู้ประกอบการยังออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของความยั่งยืน เช่น การเยี่ยมชมฟาร์มอร์แกนิกหรือการเรียนรู้วิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ความพยายามเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของนักท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพราะชุมชนเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในทรัพยากรและวัฒนธรรมในพื้นที่ของตนเองดีที่สุด การส่งเสริมบทบาทของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ และส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในระยะยาว ตัวอย่างของบทบาทดังกล่าว คือ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงวัฒนธรรมที่ชุมชนมีบทบาทในการวางแผน บริหารจัดการ และนำเสนอคุณค่าของพื้นที่ผ่านมุมมองของคนในท้องถิ่น

นอกจากนี้การส่งเสริมบทบาทของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวยังสามารถทำได้ผ่านการให้ความรู้และสร้างโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมด้านการบริการ การพัฒนาสินค้าท้องถิ่น และการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลและองค์กรที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น โครงการ OTOP (One Tambon One Product) ของประเทศไทย ที่ช่วยสนับสนุนชุมชนในการสร้างผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ และเปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงศักยภาพในตลาดการท่องเที่ยว

ตัวอย่างโครงการที่ประสบความสำเร็จคือ "บ้านแม่กำปอง" ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน (Community-Based Tourism) ชาวบ้านได้ร่วมมือกันสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตท้องถิ่นและความยั่งยืน เช่น การนำเสนอกิจกรรมเรียนรู้การปลูกชาและกาแฟ การเยี่ยมชมป่าชุมชน และการเข้าพักแบบโฮมสเตย์ รายได้จากการท่องเที่ยวถูกนำไปพัฒนาชุมชน เช่น การสร้างถนน การอนุรักษ์ป่าไม้ และการส่งเสริมการศึกษา

โครงการนี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มรายได้ให้ชุมชน แต่ยังส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่

ตัวอย่างถัดมา คือ "ชุมชนตำบลบ่อสวก" อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ได้รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งใน Best Tourism Village ประจำปี 2564 จากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UN tourism) ด้วยความโดดเด่นด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว หนึ่งในจุดเด่นของชุมชนตำบลบ่อสวกคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา การย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ และการเก็บเกี่ยวพืชผลในไร่ นา นอกจากนี้ ยังมีการจัดแสดงศิลปะและวัฒนธรรมพื้นบ้าน และการบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชุมชนผ่านพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ในด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ตำบลบ่อสวกโดดเด่นด้วยการอนุรักษ์พื้นที่ป่าและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ชาวบ้านมีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์ป่าและส่งเสริมการปลูกต้นไม้เพื่อฟื้นฟูพื้นที่สีเขียวในชุมชน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่รักธรรมชาติ



บทสรุป

ปัญหามลภาวะทางอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นความท้าทายสำคัญที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญ ผลกระทบจากฝุ่น PM2.5 และฤดูกาลที่ไม่แน่นอน เช่น ฝนตกหนัก หรือน้ำท่วมฉับพลัน ไม่เพียงแต่กระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น แต่ยังลดทอนความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวและสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของประเทศ ปัญหาเหล่านี้ยังส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ เช่น แนวปะการังที่ถูกทำลายจากการฟอกขาวและชายฝั่งทะเลที่ถูกกัดเซาะ ซึ่งเป็นจุดขายสำคัญของการท่องเที่ยวไทย การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการฟื้นฟูและรักษาความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะยาว

ในทางกลับกัน ความท้าทายเหล่านี้ยังเปิดโอกาสให้ประเทศไทยพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น Eco-Tourism และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เพียงช่วยลดผลกระทบ

ต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น การส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการน้ำเสีย ขยะ รวมทั้งการลดการใช้พลังงานฟอสซิล จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในฐานะจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน

สุดท้าย ความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือประชาสังคม การรณรงค์สร้างความตระหนักรู้ในหมู่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จะช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่เพียงช่วยบรรเทาปัญหาสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืนในระยะยาวสำหรับประเทศไทย

อ้างอิง

- Daxin Dong, Xiaowei Xu and Yat Fung Wong. 2562. Estimating the Impact of Air Pollution on Inbound Tourism in China: An Analysis Based on Regression Discontinuity Design. Retrieved June 25, 2019.
- Environmental Protection Agency (EPA). 2564. Benefits and Costs of the Clean Air Act. Greenstone, M., et al. 2564. China's War on Pollution: A Progress Report. EPIC.
- Hemmati F, Dabbaghi F, Mahmoudi G. Relationship between international tourism and concentrations of PM 2.5: an ecological study based on WHO data. J Environ Health Sci Eng. 2563 Sep 3;18(2):1029-1035.
- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). 2561. Impacts of 1.5°C Global Warming on Natural and Human Systems.
- Ministry of Environment, Forest and Climate Change, India. 2564. National Clean Air Programme Progress Report.
- Nonthapot, S., Sihabutr, C., & Lean, H.H. 2567. The effects of air pollution on tourism in Thailand. Geojournal of Tourism and Geosites, 53(2), 522-527.
- Pichamon Keakij And Watcharapong Ratisukpimol. 2566. The impact of air pollution on tourists' arrival: evidence from UNWTO member countries. 25th National Graduate Conference (2/2566) 3 July 2566 Sripatum University, Thailand.
- Ritphring, S., Somphong, C., Udo, K., & Kazama, S. 2561. Projections of future beach loss due to sea level rise for sandy beaches along Thailand's coastlines. Journal of Coastal Research, (85), 541-545.
- Robaina, Margarita & Madaleno, Mara & Silva, Sara & Eusébio, C. & Carneiro, Maria & Gama, Carla & Oliveira, Kevin & Russo, M. & Monteiro, Alexandra. (2563). The relationship between tourism and air quality in five European countries. Economic Analysis and Policy. 67. 10.1016/j.eap.2563.07.012.
- Roson, R., & Sartori, M. 2559. Estimation of climate change damage functions for 140 regions in the GTAP9 database. Available at SSRN 2741588.
- SCBEIC. 2553. "การท่องเที่ยวไทย แค่ 6% ของ GDP เท่านั้นจริงหรือ?". In focus 04 สิงหาคม 2553 url:https://www.scbeic.com/th/detail/product/355
- Thai PBS. 2567. "ภูเก็ต ฝนตกหนัก น้ำท่วมหลายพื้นที่. ภัยพิบัติ 16 ก.ย. 67. url:https://www.thaipbs.or.th/news/content/344270
- the World Economic Forum. 2567. The Travel & Tourism Development Index (TTDI) 2567. url:https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2567.pdf
- UNEP. 2551. Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices.
- Yohei Muramatsu. 2566. "Thailand's tourism future darkened by air pollution". Travel & Leisure. Nikkei Asia (March 2, 2566 11:48 JST) url:https://asia.nikkei.com/Business/Travel-Leisure/Thailand-s-tourism-future-darkened-by-air-pollution.
- กรมการฯ ธรณีวิทยา และ อีสริย ขวณะพานิชย์. 2566. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (aBRIDGE No. 24/2566). Puey Ungphakorn Institute for Economic Research.
- คณะทำงานวิชาการเฉพาะกิจเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการไฟป่าและการเผาในที่โล่งเพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาฝุ่น PM2.5. 2564. สถานการณ์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการเผาในที่โล่งในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านระหว่างปี พ.ศ. 2562 - 2564. สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี.
- ชฎาภรณ์ นารัตติสุข และ วิษณุ อรรถวานิช. 2563. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้โดยสารขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอน (PM2.5) Journal of Buddhist Education and Research: JBER ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2563 [253].
- นพรุจ จินตสมบัติเจริญ. 2567. ช่วยภาคการผลิต...ไม่ติดปัญหาท่วม-แล้ง : อุตสาหกรรม-ท่องเที่ยว. "ปรับประเทศไทย...ให้อยู่รอดได้ในยุคโลกเดือด". TDRI Annual Public Conference 2567 (30 ตุลาคม 2567).
- นังนันทน์ ศิริธามาศย์. 2563. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจต่อจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ. 2566. ผลกระทบของโควิด-19 ต่อรายได้ รายจ่าย สินทรัพย์ การศึกษา และการปรับตัวของครัวเรือนเกษตรและสมาชิกผู้อพยพ. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- นิพนธ์ พัวพงศกร, กัมพล ปันตะแก้ว และ สุทธิภัทร ราชคม. 2566. ข้อจำกัดในการแก้ไขปัญหาฝุ่น PM2.5. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. url:https://tdri.or.th/2566/03/pm2-5-thailands-solutions/
- นิพนธ์ พัวพงศกร, กัมพล ปันตะแก้ว และ สุทธิภัทร ราชคม. 2567. ปัญหาฝุ่น PM2.5: แนวทางป้องกัน-ลดเผาในที่โล่ง และรางวัล. บ.บ.บ. 67. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. url:https://tdri.or.th/2567/03/pm2-5-solution-annual-appropriations-bill/
- บัณฑิตย์ พัฒนอุดม. 2567. "Future of tourism" รับมือการเปลี่ยนผ่านสู่การเติบโตอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน. คอลัมน์ "แจ้งสื่อบัณฑิต" นสพ.กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 12 พฤศจิกายน 2567. url:https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2567nov12.html
- ปริญญาธรณ์ เลียงเจริญ. 2561. ดูแลป่าอนุรักษ์ไทย จัดสรรการเงินการคลัง อย่างไรให้สมดุล. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. url:https://tdri.or.th/2018/02/forest-conservation-budget/
- พิมพ์ มโนไพโกษ, สุพริศร์ สุวรรณิก และ ชัยรัช จิโรภาส. 2565. วิฤตภูมิอากาศกับเศรษฐกิจไทย (aBRIDGE No. 19/2565). Puey Ungphakorn Institute for Economic Research.
- มติชนออนไลน์. 2562. "หมอกควัน" พันพิษ 'นักท่องเที่ยวยุโรป-อเมริกา' แจ้งเลิกเที่ยวเชียงใหม่อีกครั้ง โวยไม่มีกรแจ้งเตือนสถานการณ์. ข่าวภูมิภาค มติชนออนไลน์ วันที่ 7 เมษายน 2562. url:https://www.matichon.co.th/region/news_1441648
- มติชนออนไลน์. 2562. น้ำท่วมภูเก็ตวาม ทำเครื่องบินลงจอดไม่ได้ รวม 14 เที่ยวบิน จนท.เร่งลงพื้นที่ช่วยเหลือ. ข่าวภูมิภาค มติชนออนไลน์ วันที่ 30 มิถุนายน 2567. url:https://www.matichon.co.th/region/news_4655815
- วิไลกุล ศรีวิสัย และ สายพันธ์ เนิ่นบำรุง. 2564. ผลกระทบของดัชนีคุณภาพอากาศต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน 2564).
- สำนักข่าวไทย. 2567. ค่าพื้นที่ที่ทับซ้อนกรมอุทยานฯ-ส.ป.ก. 190 แห่ง กว่า 5.2 แสนไร่. สำนักข่าวไทย อสมท. ข่าวเศรษฐกิจ วันที่ 10/04/2567. url:https://tna.mcot.net/business-1348343



ผลกระทบของ
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ไตรมาส 4 ปี 2567



การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยในไตรมาสสุดท้ายของทุกปี เป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และในไตรมาส 4 ปี 2567 ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 9.46 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.82 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวน 52.53 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

และเมื่อพิจารณารายได้จากการท่องเที่ยว พบว่า การใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติและชาวไทยในประเทศไทยก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่ารวม 748,472.11 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 17.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยจำแนกเป็นการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของ

ชาวต่างชาติมีมูลค่า 455,085.76 ล้านบาท (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.80 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของชาวไทยมีมูลค่า 293,386.35 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 4.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566

มูลค่าค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (Tourism Expenditure) รายไตรมาสปี 2566 - 2567



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

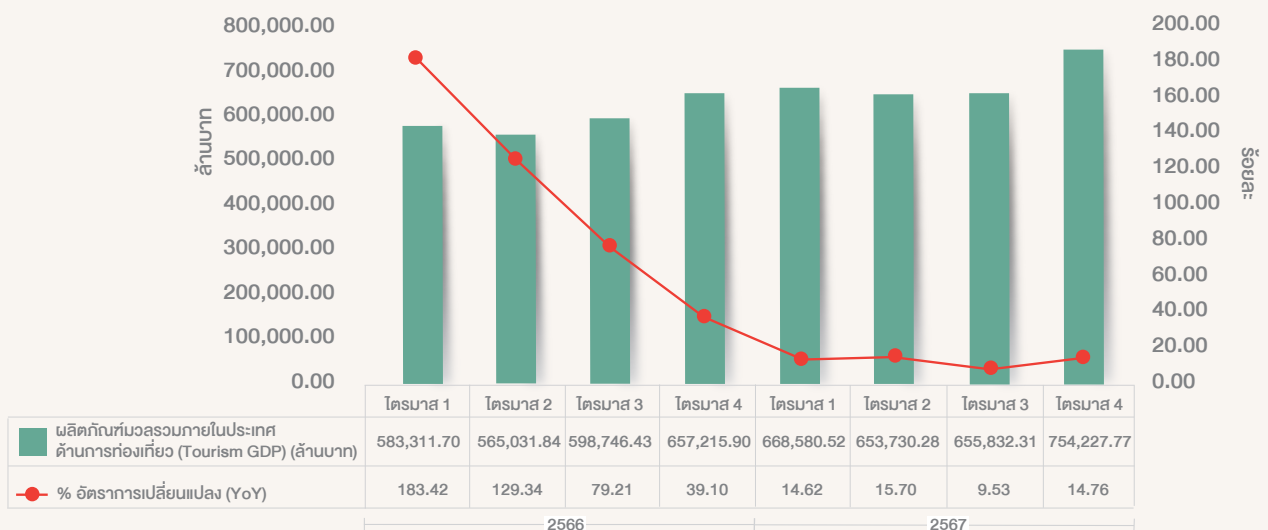


ทั้งนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องในห่วงโซ่ของภาคการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และความสำคัญของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพรวมของเศรษฐกิจไทยสะท้อนได้จากข้อมูลบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite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

จากข้อมูลบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว ระบุว่า ไตรมาส 4 ของปี 2567 ผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทั้งทางตรงรวมกับทางอ้อม (Tourism direct and indirect Gross Domestic Product) ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศของทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยคิดเป็นมูลค่าประมาณ 754,227.77 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 และมูลค่าผลผลิตมวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.65 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP/ Total GDP)

นอกจากนี้ ภาษีทางตรงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีมูลค่า 32,207.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.29 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่ภาคการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวน 4.85 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.08 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมด

มูลค่าผลผลิตมวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศ รายไตรมาสปี 2566 - 2567



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

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

ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product)

ในไตรมาส 4 ปี 2567 พบว่ามีมูลค่า 284,689.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.91 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ในไตรมาส 4 ปี 2567 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product) ในสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าผลผลิตมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือน อุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่ม การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศ และอุตสาหกรรมการบริการเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศ ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 209,978.65 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 73.76 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือนมีมูลค่า 85,544.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในธุรกิจที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือนมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 30.05 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- อุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่า 63,859.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.24 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในอุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีสัดส่วนร้อยละ 22.43 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีมูลค่า 27,654.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 9.71 ของมูลค่าผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศมีมูลค่า 18,464.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศมีสัดส่วนร้อยละ 6.49 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

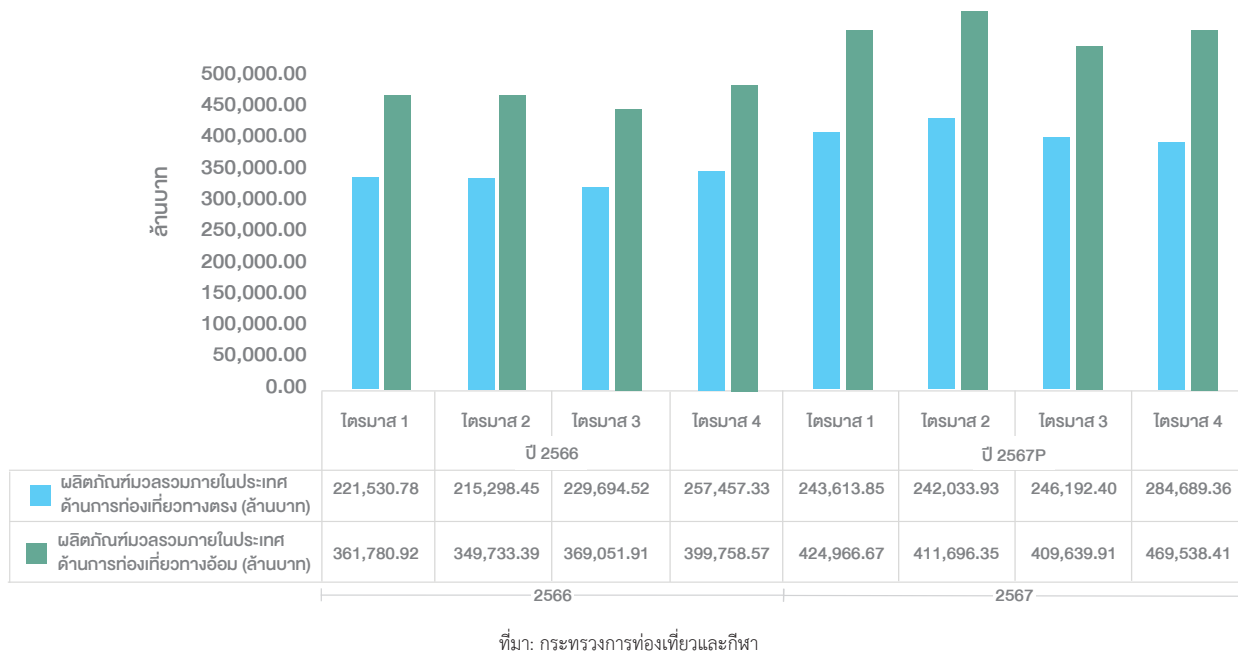
- อุตสาหกรรมการบริการเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศ (เช่น สปา นวดแผนไทย และการจัดประชุมแสดงสินค้า เป็นต้น) มีมูลค่า 14,456.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.82 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 โดยมีมูลค่าผลผลิตในอุตสาหกรรมการบริการเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศมีสัดส่วนสูงร้อยละ 5.08 ของมูลค่าผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด



ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อม (Tourism indirect Gross Domestic Product)

ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผลของการเชื่อมโยงการผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อเนื่องในห่วงโซ่ การผลิตร่วมกันไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ มีมูลค่า 469,538.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.46 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.74 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงและทางอ้อมรายไตรมาส





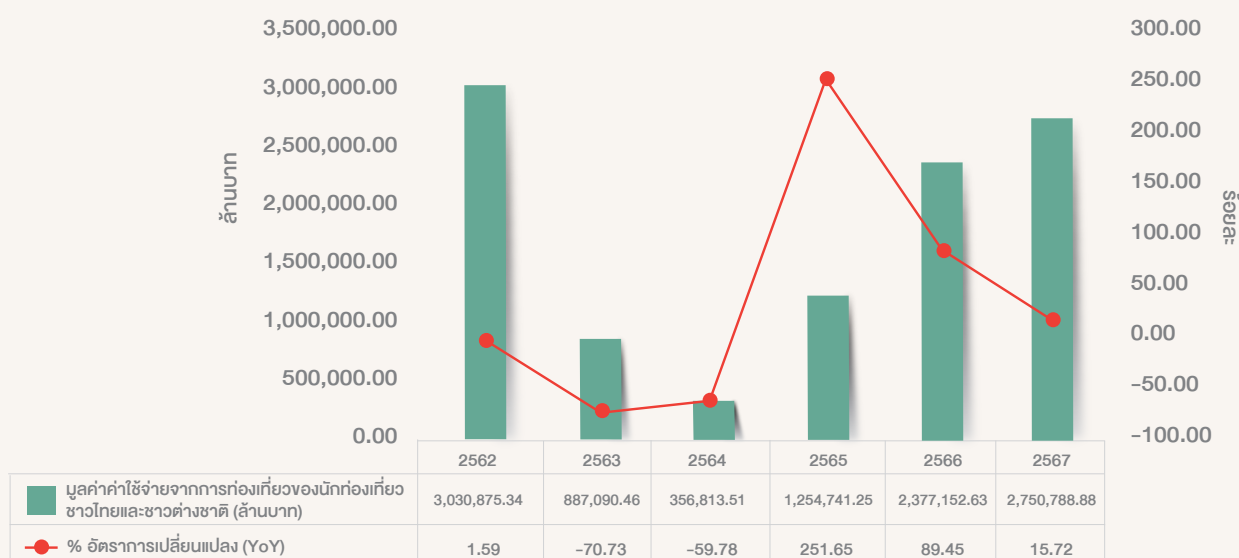
การท่องเที่ยวในประเทศเติบโตดีทั้งการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของชาวไทย และชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ โดยในปี 2567 ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวนสูงถึง 200.53 ล้านคน-ครั้ง เติบโตร้อยละ 6.55 เมื่อเทียบกับปี 2566

ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 35.55 ล้านคน เติบโตร้อยละ 26.27 จากปี 2566 และก่อให้เกิดรายได้ท่องเที่ยวรวมเป็นมูลค่า 2,750,788.88 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 15.72 จากปี 2566 โดยการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของชาวไทย มีมูลค่า 1,112,787.31 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 8.56 เมื่อเทียบกับปี 2566 และรายได้ท่องเที่ยวที่เกิดจากชาวต่างชาติมีมูลค่า 1,638,001.57 ล้านบาท (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.55 ของรายได้

จากการท่องเที่ยวทั้งหมด) เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.14 จากปี 2566

นอกจากนี้ภาคการท่องเที่ยวยังสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยภาคการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวน 4.75 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.47 เมื่อเทียบกับปี 2566 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.93 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมด ขณะที่ภาษีทางตรงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวทั้งปี 2567 มีมูลค่า 77,404.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.84 จากปี 2566

มูลค่าค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (Tourism Expenditure) ปี 2562 - 2567



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

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

ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product)

ในปี 2567 พบว่ามีมูลค่า 1,016,529.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.02 จากปี 2566 โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.47 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ในปี 2567 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรง (Tourism direct Gross Domestic Product) ในสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าผลผลิตมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือน อุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่ม การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศ และอุตสาหกรรมการบริหารเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 737,687.90 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 72.57 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ที่พักสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือนมีมูลค่า 324,408.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.50 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยมูลค่าผลผลิตในธุรกิจที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือนมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 31.91 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- อุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่า 225,959.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.72 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยมูลค่าผลผลิตในอุตสาหกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีสัดส่วนร้อยละ 22.23 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีมูลค่า 68,555.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.18 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยมูลค่าผลผลิตในการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 6.74 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

- การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศมีมูลค่า 64,883.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.10 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยมูลค่าผลผลิตในการจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศมีสัดส่วนร้อยละ 6.38 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

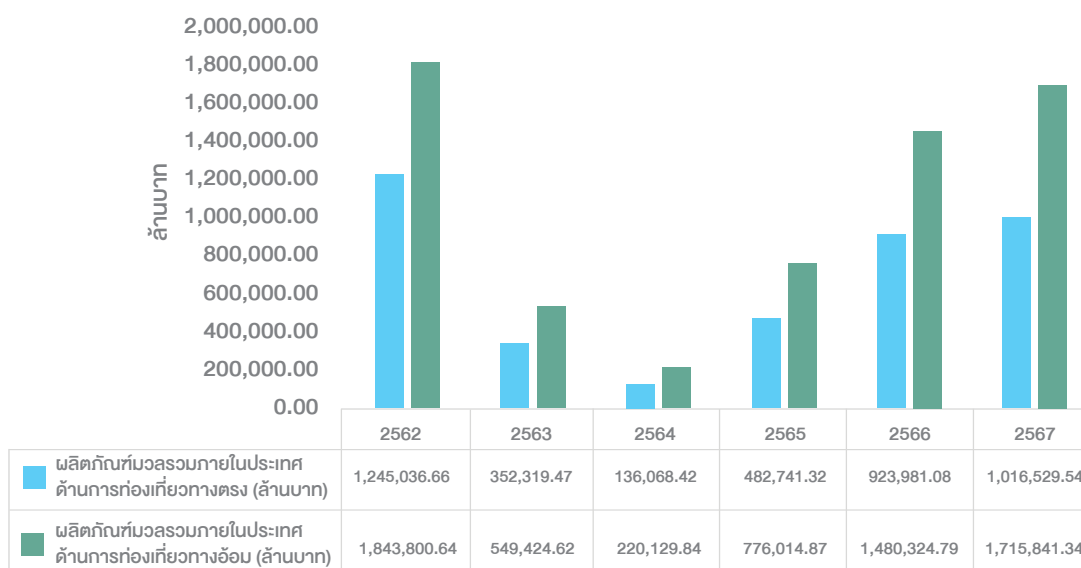
- อุตสาหกรรมการบริการเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศ (เช่น สปา นวดแผนไทย และการจัดประชุมแสดงสินค้า เป็นต้น) มูลค่า 53,881.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.44 เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยมูลค่าผลผลิตในธุรกิจบริการท่องเที่ยวและบริการสำรองการท่องเที่ยวมีสัดส่วนสูงร้อยละ 5.30 ของมูลค่าผลผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงทั้งหมด

ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อม (Tourism indirect Gross Domestic Product)

ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผลของการเชื่อมโยงการผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อเนื่องในห่วงโซ่ การผลิตร่วมกันไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ มีมูลค่า 1,715,841.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ

15.91 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ซึ่งมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางอ้อมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.24 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

มูลค่าผลผลิตผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศทางตรงและทางอ้อม ปี 2562 - 2567



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

รายละเอียด	หน่วย	ปี 2565r	ปี 2566					ปี 2567P				
			Q1	Q2	Q3	Q4	รวมปี	Q1	Q2	Q3	Q4	รวมปี
ค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว (รายได้จากการท่องเที่ยว) (Tourism Expenditure)	ล้านบาท	1,254,741.25	576,773.65	568,335.92	593,384.98	638,658.08	2,377,152.63	674,155.57	668,230.04	659,931.16	748,472.11	2,750,788.88
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	251.65	180.65	130.38	78.59	35.81	89.45	16.88	17.58	11.21	17.19	15.72
ค่าใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือน ชาวต่างประเทศ	ล้านบาท	537,845.52	343,995.21	303,179.02	346,395.08	358,539.40	1,352,108.71	418,879.83	370,887.05	393,148.93	455,085.76	1,638,001.57
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	423.94	711.97	279.57	113.75	41.41	151.39	21.77	22.33	13.50	26.93	21.14
ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวของ ผู้เยี่ยมเยือนคนไทยท่องเที่ยว ในประเทศไทย	ล้านบาท	716,895.72	232,778.44	265,156.90	246,989.90	280,118.68	1,025,043.92	255,275.74	297,342.99	266,782.23	293,386.35	1,112,787.31
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	182.07	42.68	58.95	45.11	29.26	42.98	9.66	12.14	8.01	4.74	8.56
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายใน ประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)	ล้านบาท	1,258,756.19	583,311.70	565,031.84	598,746.43	657,215.90	2,404,305.87	668,580.52	653,730.28	655,832.31	754,227.77	2,732,370.88
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	253.39	183.42	129.34	79.21	39.10	91.01	14.62	15.70	9.53	14.76	13.64
- ทางตรง	ล้านบาท	482,741.32	221,530.78	215,298.45	229,694.52	257,457.33	923,981.08	243,613.85	242,033.93	246,192.40	284,689.36	1,016,529.54
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	254.78	176.96	130.01	80.48	41.55	91.40	9.97	12.42	7.18	10.58	10.02
ทางอ้อม	ล้านบาท	776,014.87	361,780.92	349,733.39	369,051.91	399,758.57	1,480,324.79	424,966.67	411,696.35	409,639.91	469,538.41	1,715,841.34
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	252.53	187.53	128.92	78.43	37.57	90.76	17.47	17.72	11.00	17.46	15.91
ภาษีจากการท่องเที่ยว (ทางตรง)	ล้านบาท	35,570.66	7,502.86	7,281.45	26,486.02	29,202.75	70,473.08	8,622.52	7,943.07	28,631.85	32,207.15	77,404.59
%การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)	ร้อยละ	255.72	29.44	3.95	178.86	120.04	98.12	14.92	9.09	8.10	10.29	9.84
ผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ* (GDP of the Country)	ล้านบาท	17,377,997.00	4,523,887.00	4,335,985.00	4,456,124.00	4,638,672.00	17,954,668.00	4,623,049.00	4,520,553	4,615,840	4,819,474	18,578,916.00
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ ด้านการ ท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ (Tourism GDP/Total GDP)	ร้อยละ	7.24	12.89	13.03	13.44	14.17	13.39	14.46	14.46	14.21	15.65	14.71
สัดส่วน TGDP ทางตรง / ผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ	ร้อยละ	2.78	4.90	4.97	5.15	5.55	5.15	5.27	5.35	5.33	5.91	5.47
สัดส่วน TGDP ทางอ้อม/ ผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ	ร้อยละ	4.47	8.00	8.07	8.28	8.62	8.24	9.19	9.11	8.87	9.74	9.24
การจ้างงานในด้านการ ท่องเที่ยว (Total Employment in Tourism Sector)	คน	4,188,216	4,419,463	4,521,627	4,542,098	4,533,947	4,504,284	4,798,051	4,699,041	4,729,722	4,845,332	4,768,038
การจ้างงานทั้งหมด**	คน	39,221,050	39,629,215	39,677,453	40,091,326	40,250,120	39,912,028	39,579,000	39,500,740	40,039,541	40,106,151	39,806,358
สัดส่วนการจ้างงาน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อการจ้างงานทั้งหมด (ร้อยละ)	ร้อยละ	10.68	11.15	11.40	11.33	11.26	11.29	12.12	11.90	11.81	12.08	11.98

หมายเหตุ

* ข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

** ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ

P = ข้อมูลเบื้องต้น



New Tourism Landscape in the Era of Post Modern Life

New Grey/ New Gay/ New Glam/ New Groom

ปี 2567 การท่องเที่ยวไทยสามารถบรรลุเป้าหมายด้านจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านรายได้จากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม จาก 10 อันดับประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในไทย ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย เกาหลีใต้ รัสเซีย สเปน ลาว ไต้หวัน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ มีเพียง 2 ประเทศเท่านั้นที่มาจากนอกภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ รัสเซียและสหรัฐอเมริกา

หากทบทวนการทำงานด้านการท่องเที่ยวตลอดปี 2567 จะพบข้อสังเกตที่น่าสนใจหลายประการ อาทิ

- มีการผลักดันเชิงนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐอย่างจริงจัง เป็นรูปธรรม ภายใต้ยุทธศาสตร์ Ignite Thailand และต่อขยายมาเป็น Ignite Tourism Thailand การบูรณาการ และความร่วมมือในการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นการทำงานที่ไร้รอยต่อ เชื่อมโยง และมีทิศทางชัดเจน

- ในช่วงปี 2567 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ Soft Power แม้จะยังอยู่ในระหว่างการจัดทำแผน Soft Power แห่งชาติ หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เห็นโอกาสจากการเปิดพื้นที่การพัฒนา Soft Power ได้ร่วมมือกันยกระดับ Soft Power ไทยในบางสาขาซึ่งเติบโตมาระยะหนึ่งแล้ว ให้เติบโตก้าวหน้าต่อไป

- การเผชิญปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ทั้ง น้ำท่วม ฝุ่น PM2.5 และปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีความพยายามรับมือ และแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อลดทอนความรุนแรง และความสูญเสีย ในขณะที่ยังไม่มีชัดเจนในการแก้ไขปัญหาในระยะยาวอย่างเป็นรูปธรรม

- มีการยกระดับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ มีการเปิดเส้นทางเดินรถไฟฟ้าสายสีชมพู การปรับปรุงระบบรถประจำทางสาธารณะ การเพิ่มจำนวนเส้นทางและคุณภาพการให้บริการรถขนส่งสาธารณะ รวมถึงพัฒนาระบบโครงข่ายการเชื่อมต่อที่ครอบคลุมพื้นที่สำคัญ

- การผลักดันทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ ให้ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจากหน่วยงานระดับนานาชาติ ซึ่ง จำนวนมรดกโลกของแต่ละประเทศนั้น คือ ดัชนีการวัดขีดความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยว

สำหรับปี 2568 นั้น ถือว่าเป็นช่วงกึ่งกลางของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) เป้าหมายของการท่องเที่ยวไทยในปี 2568 กำหนดให้มีย่านท่องเที่ยวต่างชาติ 39 ล้านคน และคนไทยท่องเที่ยวในประเทศ 205 ล้านคน-ครั้ง ส่วนรายได้จาก

การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 7.5 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2567 จุดขายหลักในปี 2568 คือ เสน่ห์ไทย และ เมืองน่าเที่ยว โดยกำหนดให้เป็นปี Amazing Thailand Grand Tourism and Sport Year 2025 กลยุทธ์หลักที่นำมาขับเคลื่อนยังคงใช้ยุทธศาสตร์ Ignite Tourism Thailand ตามที่ได้ประกาศไว้เป็นแนวนโยบายแห่งรัฐ ส่วนการผสมผสานการทำงานเกี่ยวกับแนวคิด Soft Power นั้น ให้เป็นไปตามคณะกรรมการกิจของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ และ THACCA (Thailand Creative Culture Agency)

สิ่งที่น่าติดตามอย่างใกล้ชิดสำหรับปี 2568 นั้น คือการเฝ้าระวังเกี่ยวกับความเสี่ยงระดับโลก (Global Risk Outlook) ได้แก่ ความขัดแย้งกันทางอาวุธ ระหว่างรัฐ (Interstates Arms Conflict) สภาพอากาศรุนแรงสุดขีด (Extreme Weather) ข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูล (Misinformation and Disinformation) ความไม่ปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Insecurity) และการแบ่งขั้วทางสังคม (Societal Polarization) รวมทั้ง ยังต้องเฝ้าสังเกตการณ์การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในกลุ่มภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะประเทศจีน อินเดีย และอินโดนีเซีย ในขณะที่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และ เวียดนาม ก็มีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และมีอัตราการเติบโตที่ก้าวกระโดด โดยเฉพาะเวียดนาม

สำหรับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพสูงนั้น กลุ่มผู้สูงอายุ หรือ Active Senior เป็นกลุ่มที่มีขนาดตลาดใหญ่ เนื่องจากสถานการณ์ด้านประชากรของโลก ได้เคลื่อนเข้าสู่สังคมสูงวัย 3 ระดับ คือ Aging Society / Aged Society และ Super Aged Society ก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจสูงวัย (Silver Economy) เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการ เกิดโอกาสทางธุรกิจมากมาย ดังที่มีวลี “อจี้ริง คือ โอกาส”

และสอดคล้องกับการเติบโตของเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy) จากการสำรวจเชิงลึก พบว่า กลุ่มผู้สูงวัยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและใช้ชีวิตที่น่าสนใจ เช่น กลุ่ม Golden Gap Year คือ กลุ่มผู้สูงวัยที่ขอเดินทางท่องเที่ยวในช่วงอายุ 50+ เนื่องจากสุขภาพยังเอื้ออำนวย

นอกจากกลุ่มผู้สูงวัย แล้ว กลุ่มหลากหลายทางเพศ เป็นอีกกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดตลาดใหญ่ขึ้น สะท้อนถึงผลได้เชิงเศรษฐกิจ จนเกิดระบบเศรษฐกิจสีรุ้ง (Rainbow Economy) สำหรับภาพลักษณ์ ภาพจำโดยทั่วไปนั้น ประเทศไทยมีชื่อเสียงในฐานะจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรกับกลุ่มหลากหลายทางเพศ ที่สำคัญมากกว่านั้น คือ ประเทศไทย ได้ผ่านกฎหมายสมรสเท่าเทียม โดยมีผลบังคับใช้ในวันที่ 22 มกราคม 2568 ดังนั้น โอกาสในการต้อนรับกลุ่มเป้าหมายนี้ จากเดิมที่ไทยได้เปรียบอยู่แล้ว จะยิ่งทำให้ได้เปรียบมากขึ้น นับว่าเป็นการผลักดันเชิงกฎหมายที่น่าสนใจอย่างยิ่ง ซึ่งนอกจากจะส่งผลต่อตลาดท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศแล้วยังขยายไปถึงกลุ่มตลาดแต่งงานและฮันนีมูนอีกด้วย

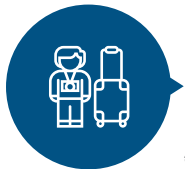
กลุ่มผู้มีรายได้สูง ยังคงเป็นกลุ่มศักยภาพที่ได้รับความสนใจ การพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับกลุ่มนี้ มีการพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบโจทย์ความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม Shopping Mania ซึ่งประเทศไทยพัฒนา และยกระดับศักยภาพย่าน Shopping ระดับ High End มาโดยตลอด ล่าสุด ช่วงปลายปี 2567 ภาคเอกชนเปิดตัวโครงการ One Bangkok เป็นโครงการระดับใหญ่ที่ได้รับความสนใจทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ชาวต่างชาติ

การย้อนอดีตปี 2567 และฉายภาพรวมเบื้องต้นปี 2568 โดยมุ่งเน้นกับการทำงานที่ต่อยอดในเป้าหมายที่กำหนดไว้ สิ่งสำคัญคือ ต้องฝึกฝน และสร้างคนที่มี ทักษะการ “ดักอนาคต” “คิดไกล” “กล้าแตกต่าง”



รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ปีที่ 6 ฉบับที่ 2/2568

ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2567 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 9.46 ล้านคน และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในไทย 52.53 ล้านคน-ครั้ง ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว มูลค่า 0.75 ล้านล้านบาท มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) 0.75 ล้านล้านบาท เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 4.85 ล้านคน



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านคน)										
2565	2566P					2567P				
Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y
11.07	6.53	6.44	7.09	8.10	28.15	9.37	8.13	8.59	9.46	35.55
2,066.39	1,237.43	311.41	97.89	49.08	154.40	43.54	26.31	21.13	18.82	26.27



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวไทยภายในประเทศ (ล้านคน-ครั้ง)										
2565	2566P					2567P				
Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y
151.45	46.64	46.64	44.50	50.45	188.23	48.49	51.59	47.94	52.53	200.55
185.60	62.02	26.84	15.09	6.83	24.29	3.98	10.6	7.73	4.12	6.55



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

ค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)										
2565	2566P					2567P				
Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y
1.25	0.58	0.57	0.59	0.64	2.38	0.67	0.67	0.66	0.75	2.75
251.65	180.65	130.38	78.59	35.81	89.45	16.88	17.58	11.21	17.19	15.72



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

การจ้างงานด้านการท่องเที่ยว (ล้านคน)										
2565	2566P					2567P				
Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y
4.19	4.42	4.52	4.54	4.53	4.50	4.80	4.70	4.73	4.85	4.77
5.11	5.41	8.09	9.14	7.56	7.55	8.57	3.92	4.13	6.87	5.86



จำนวน

% การเปลี่ยนแปลง (Y-o-Y)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP) (ล้านบาท)										
2565	2566P					2567P				
Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y	Q1	Q2	Q3	Q4	Y
1.26	0.58	0.57	0.60	0.66	2.40	0.67	0.65	0.66	0.75	2.73
253.39	183.42	129.34	79.21	39.10	91.01	14.62	15.70	9.53	14.76	13.64

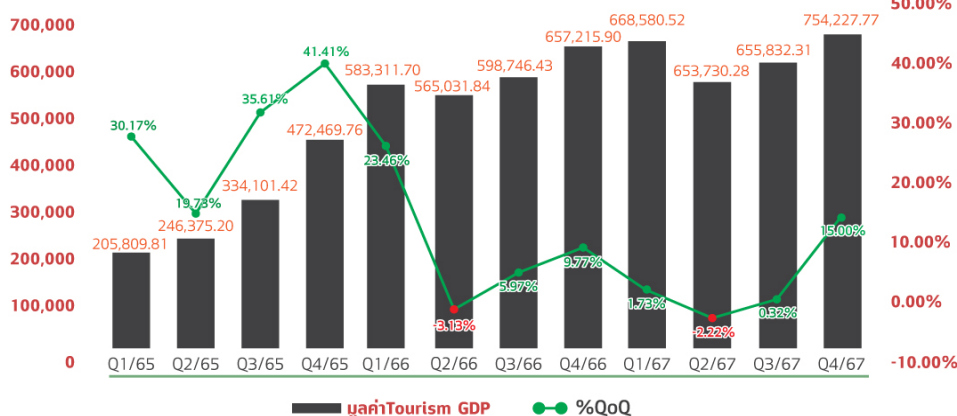
หมายเหตุ P = ข้อมูลเบื้องต้น



สถานการณ์เศรษฐกิจการท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 4 ปี 2567p

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)

หน่วย : ล้านบาท



754,227.77

ล้านบาท MILLION BAHT

TOURISM GDP

Tourism GDP / Total GDP **15.65%**

GDP ประเทศ : 4,819,474 ล้านบาท

มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

มูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมด	=	มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	+	มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ
748,472.11	=	455,085.76	+	293,386.35
MILLION BAHT		MILLION BAHT		MILLION BAHT
ล้านบาท		ล้านบาท		ล้านบาท
Y-o-Y +17.19%		Y-o-Y +26.93%		Y-o-Y +4.74%

มูลค่าการผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมฯ ด้านการท่องเที่ยว (Tourism GDP)	=	มูลค่าทางตรง (Tourism Direct GDP)	+	มูลค่าทางอ้อม (Tourism Indirect GDP)
754,227.77	=	284,689.36	+	469,538.41
MILLION BAHT		MILLION BAHT		MILLION BAHT
ล้านบาท		ล้านบาท		ล้านบาท
Y-o-Y +14.76%		Y-o-Y +10.58%		Y-o-Y +17.46%

สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด 5 อันดับแรก

ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมชมเยือน	อุตสาหกรรมบริการอาหารและเครื่องดื่ม
85,544.70 MILLION BAHT ล้านบาท Y-o-Y +13.63%	63,859.04 MILLION BAHT ล้านบาท Y-o-Y +8.24%
การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ	การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศ
27,654.13 MILLION BAHT ล้านบาท Y-o-Y +14.16%	18,464.55 MILLION BAHT ล้านบาท Y-o-Y +15.81%
อุตสาหกรรมบริการเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศ	
14,456.23 MILLION BAHT ล้านบาท Y-o-Y +13.82%	

การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



4.85 ล้านคน

คิดเป็น 12.08% ของการจ้างงานทั้งหมด การจ้างงานทั้งหมด 40.11 ล้านคน

ภาษีทางตรงจากการท่องเที่ยว



32,207.15

ล้านบาท

Y-o-Y +10.29%

สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย

หน่วย : คน-ครั้ง

เดือน	2567	2562
ตุลาคม	16,430,341	17,029,930
พฤศจิกายน	17,012,797	17,284,108
กันยายน	19,084,100	18,639,723
Q4	52,527,238	52,953,761
Y-o-Y	-0.81%	

สถานการณ์ท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย

หน่วย : คน

เดือน	2567	2562
ตุลาคม	2,679,180	3,074,099
พฤศจิกายน	3,150,237	3,386,366
กันยายน	3,627,441	3,947,337
Q4	9,456,858	10,407,802
Y-o-Y	-9.14%	



**กลุ่มวิจัยและพัฒนาวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**

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

ภายใต้โครงการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

