



# ประเด็นในวันนี้

I. ลำดับที่ของไทยในโลก

II. อานิสงส์ถั่วหน้า?

III. ความท้าทาย

- การพึ่งพาของการท่องเที่ยวไทย
- ความไม่สอดคล้องระหว่าง Demand และ Supply
- ท่องเที่ยวไทยในโลกที่พลิกผัน

IV. แนวทางการร่วมมือ





ยุคของความโชติช่วงชัชวาลของอุตสาหกรรมได้สิ้นสุดลง

**ความสำคัญของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น**

## เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยว ระหว่างปี 2530, 2562, 2565 และ 2566

ปี	แคมเปญ	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)
2530	Visit Thailand Year	3.48
2562	Amazing Thailand	~ 40 (R8)
2565	เราเที่ยวด้วยกัน	11 (R22)
2566	เที่ยวได้ทุกวันมหัศจรรย์ ทั้งปี	28

ที่มา: รวบรวมข้อมูลจาก ททท. และ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

## ลำดับที่ของไทยในโลกท่องเที่ยว: ด้านดีมานด์

ลำดับโลก	ปี 2557	ปี 2562	ปี 2565
TTDT	-	41	47 *
ผู้มาเยือน	14	8	22
รายรับสุทธิ	4	3	19

\* ปี 66

ที่มา: UNWTO (2024)



## ทำไมรายได้ท่องเที่ยวของไทยจึงฟื้นตัวช้า

- Leisure vs. Business Tourism
- Repeat Tourism
- Connecting Hub
- นักท่องเที่ยวจีนยังไม่มาเต็มที่
- แหล่งท่องเที่ยวไทย  
กระจุกกระจิม vs. ไม่ใหญ่โตโอฬาร



# ลำดับความสามารถ ในการพัฒนาท่องเที่ยวไทย ในตลาดโลก



# ลำดับความสามารถในการพัฒนา การท่องเที่ยวของไทยในตลาดโลก Travel and Tourism Development Index (TTDI)

## 5 ดัชนีย่อย

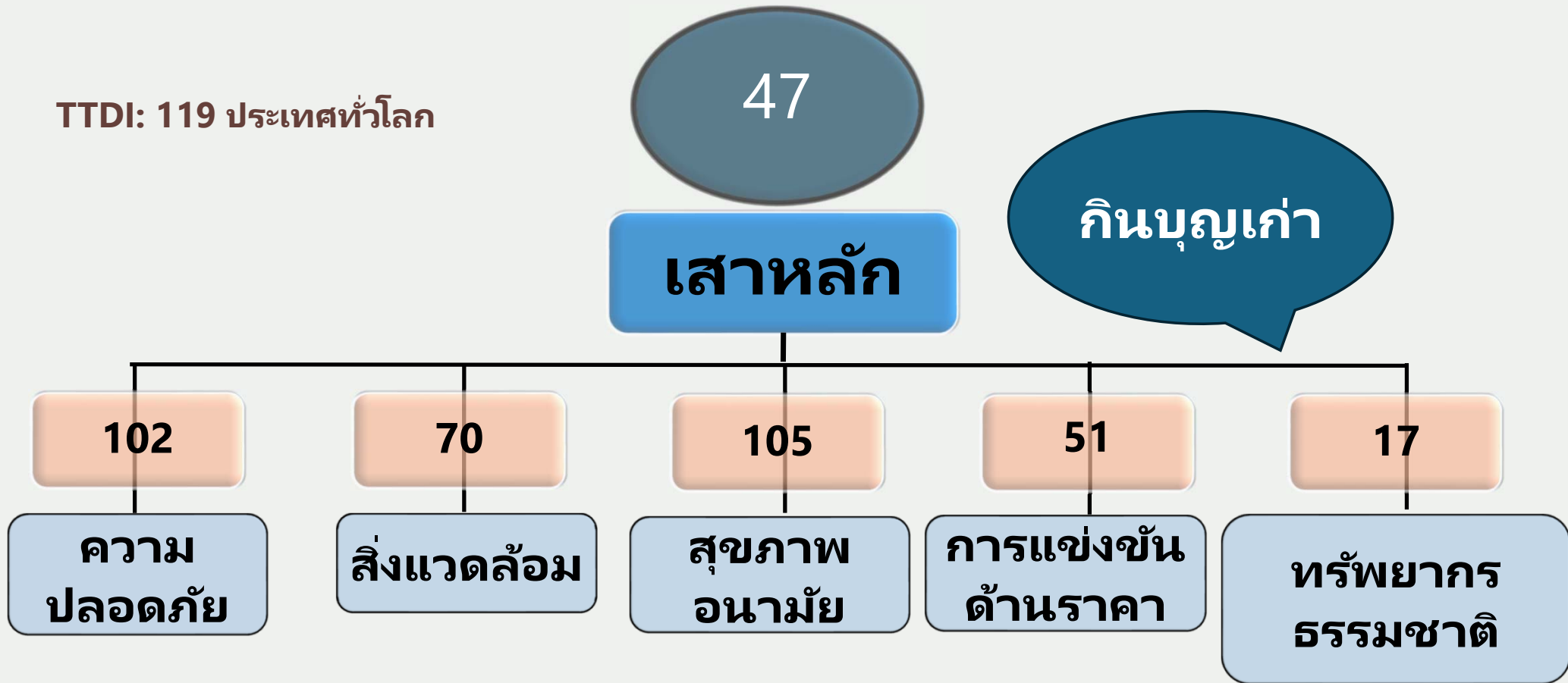
- ☹️ สภาพสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุน
- ☹️ ☹️ นโยบายและเงื่อนไขสนับสนุน
- 😊 โครงสร้างพื้นฐานและการบริการ (T&T)
- 😊 ทรัพยากรท่องเที่ยว
- ☹️ ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว

17 เสาหลัก 112 ตัวชี้วัด



## ความพร้อมด้านการจัดการ: ซับซ้อน

TTDI: 119 ประเทศทั่วโลก



ที่มา: World Economic Forum (2024)

# ลำดับของรายการที่ไทยมีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก**มาก**

1. การลงทุนในภาคท่องเที่ยวต่อแรงงาน	115
2. ความเชื่อมั่นได้ของตำรวจไทย	108
3. หลักนิติธรรม (Rule of Law)	84
4. มลพิษและสิ่งแวดล้อม	83
5. คุณสมบัติแรงงาน (Qualification)	76
6. ผลผลิตภาพแรงงานท่องเที่ยว (productivity)	76
7. ซอฟต์แวร์ (intangible)	70
8. ความยั่งยืนของดีมานด์	69

ที่มา: World Economic Forum (2024)

## ตัวชี้วัดของเราที่คะแนนลดลงหลัง COVID-19 (2019-2024)

<b>การบริหารจัดการของรัฐ</b>	
- หลักนิติธรรม	3.72 – 3.34
- เสถียรภาพของนโยบายรัฐ	3.72 – 3.39
- ความเชื่อถือได้ของตำรวจ	4.30 – 3.38
- เดินได้ยามราตรี	4.45 – 4.08
- การกระจายของการท่องเที่ยว	4.58 – 4.10
<b>การบริหารจัดการอุตสาหกรรม</b>	
- Labor productivity ของโรงแรม	2.55 – 2.03
- การลงทุนด้าน Travel and Tourism ต่อหัวแรงงาน	2.0 – 1.23

# อินโดนีเซียแซงหน้าไทยไปแล้ว

22 VS. 47

Sub-indicates	THAILAND		INDONESIA	
สภาพสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุน	66	4.61	65	4.63
นโยบายและเงื่อนไขสนับสนุน	45	4.48	4	5.10
โครงสร้างพื้นฐานและการบริการ (T&T)	49	3.61	57	3.46
ทรัพยากรท่องเที่ยว	20	3.86	16	4.16
ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว	107	3.70	7	4.86

## ลำดับของความสามารถในการแข่งขัน + ปัจจัยเอื้ออำนาจ

	อินโดนีเซีย	ไทย
การแข่งขันด้านราคา	28	51
โครงสร้างของการบริการการ ท่องเที่ยว	86	81
- ผลิตภาพแรงงาน	79	76
- การลงทุนต่อหัว	68	115
มลพิษและสิ่งแวดล้อม	65	83
ความปลอดภัย	54	102
ทรัพยากรมนุษย์ + ตลาดแรงงาน	56	62

ที่มา: WEF

นโยบายท่องเที่ยว  
**ไม่ใช่**แค่การตลาดกระตุ้นดีมานด์  
ต้องปฏิรูปราชการทั้งระบบ

# ลำดับดัชนีการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดปี 2566

	ดัชนีรวม	ดัชนี ผู้มาเยือน	ดัชนี เจ้าบ้าน	ดัชนี BCG
ภูเก็ต	1	1	2	5
ชลบุรี	2	2	3	6
เชียงใหม่	3	3	1	1
นครราชสีมา	4	10	4	2
เพชรบุรี	13	7	21	50
บุรีรัมย์	11	21	7	7
ระยอง	25	16	17	65
น่าน	38	43	39	34

# ลำดับดัชนีการพัฒนากการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดปี 2566

	ทรัพยากร มนุษย์	คุณภาพ สิ่งแวดล้อม	ความ ปลอดภัย	สุขภาพ อนามัย
ภูเก็ต	48	9	75	2
ชลบุรี	1	45	74	4
เชียงใหม่	5	65	43	5
นครราชสีมา	4	53	10	30
เพชรบุรี	27	8	72	35
บุรีรัมย์	36	31	2	59
ระยอง	17	11	47	9
น่าน	54	46	11	55





# ความไม่ยั่งยืนก่อให้เกิด ความเหลื่อมล้ำระหว่างรุ่น



ไม่สามารถส่งต่อมรดกของชาติจากรุ่นสู่รุ่น



## จังหวัดไหนจะเป็น Medical + Wellness hub ได้ (ลำดับที่ของจังหวัดท่องเที่ยว พ.ศ. 2566)

จังหวัด	ดัชนี สภาพแวดล้อม	1. คุณภาพสิ่งแวดล้อม	2. ความปลอดภัย	3. สุขภาพอนามัย
(1) ภูเก็ต	52	5	73	9
(2) ชลบุรี	52	45	74	4
(3) เชียงใหม่	32	65	43	5
(4) สุราษฎร์ธานี	31	14	58	19
(6) กระบี่	26	4	66	32
(12) ระยอง	61	11	76	17
(13) เพชรบุรี	43	8	72	35

ที่มา: มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ 2563 ชุดโครงการแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองยั่งยืนเพื่อรองรับท่องเที่ยวไทย 4.0

## การศึกษาโดยใช้ Data Envelopment Analysis (DEA)

- พบว่ามี 15 จังหวัดที่ใช้ทรัพยากรเต็มที่  
แล้วคือ ภูเก็ต ชลบุรี เพชรบุรี พังงา สตูล  
ระนอง เชียงใหม่ ขอนแก่น เพชรบูรณ์  
กาญจนบุรี บึงกาฬ สระบุรี หนองคาย  
อุทัยธานี ถ้า D เพิ่ม ต้องเพิ่ม carrying  
capacity
- นครศรีธรรมราช สงขลา ตรัง  
ประจวบคีรีขันธ์ ตราด จันทบุรี ต้องเพิ่ม D



# Q&A



## ท่องเที่ยวไทย: อานิสงส์ถาวร หน้า?

ความเหลื่อมล้ำ  
เชิงพื้นที่

## ความเหลื่อมล้ำระหว่างพื้นที่ ปี 62 และ ปี 66

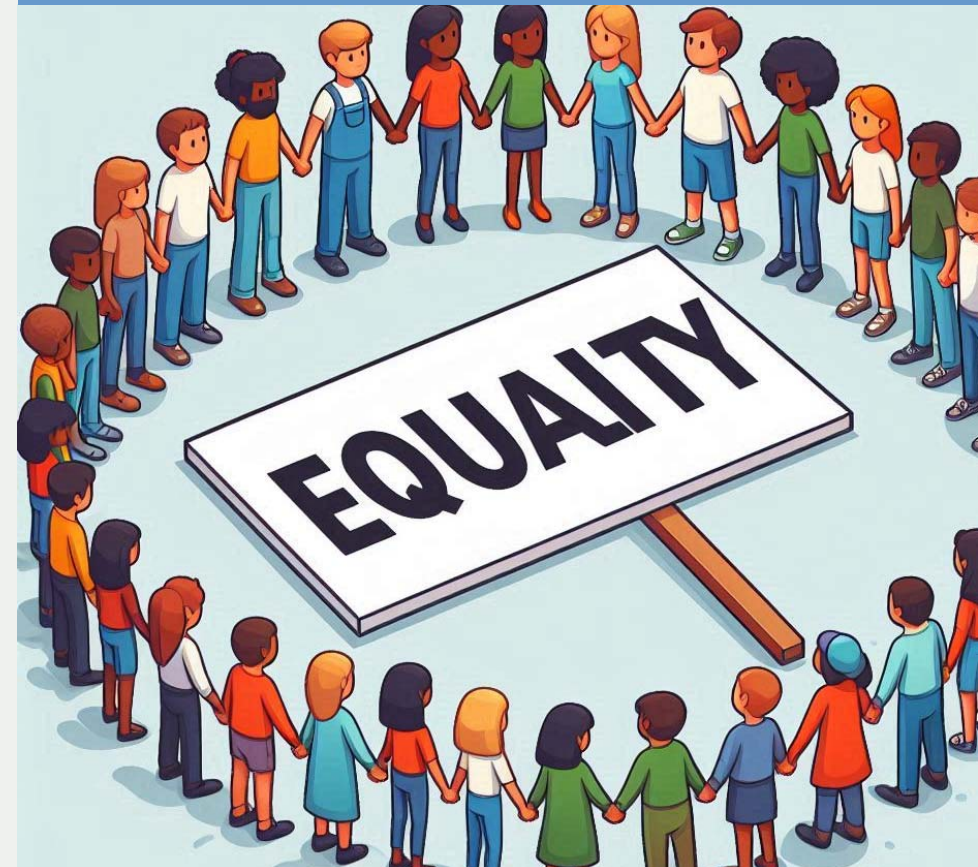
จังหวัด	เปอร์เซ็นต์ สะสม	จังหวัด	เปอร์เซ็นต์ สะสม
2562		2566	
กรุงเทพมหานคร	39	กรุงเทพมหานคร	34.31
ภูเก็ต	77	ภูเก็ต	74
ชลบุรี		ชลบุรี	
กระบี่		กระบี่	
เชียงใหม่		เชียงใหม่	
สุราษฎร์ธานี		สุราษฎร์ธานี	
สงขลา	84	สงขลา	81
พังงา		เพชรบุรี	
ประจวบคีรีขันธ์		ประจวบคีรีขันธ์	
ระยอง		เชียงราย	

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562, 2567)

ความเหลื่อมล้ำของรายได้ท่องเที่ยว  
สูงกว่ารายได้รวม

## Gini Coefficient

- GPP all (รวมกทม.) = 0.0795
- รายได้ = 0.7926
- Accommodation = 0.9084



# ความเหลื่อมล้ำระหว่างกลุ่ม รายได้

## ทุกๆ 1 บาทของรายได้ท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

- ภาคเกษตร จนที่สุด 80% ได้รายได้เป็นสัดส่วน 14%
- นอกภาคเกษตร จนที่สุด 80% ได้รายได้เป็นสัดส่วน 26%
- นอกภาคเกษตร รายที่สูงสุด 80% ได้รายได้เป็นสัดส่วน 55%



## รายได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 บาท

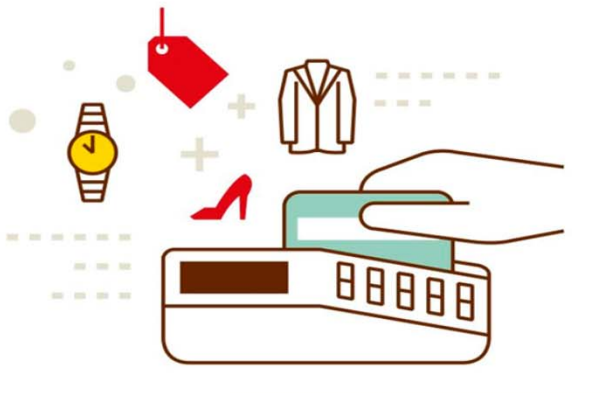
- คร่าวเรือนจนที่สุดได้ 0.026 บาท
- คร่าวเรือนรวยที่สุดได้ 0.39 บาท



# ความท้าทาย

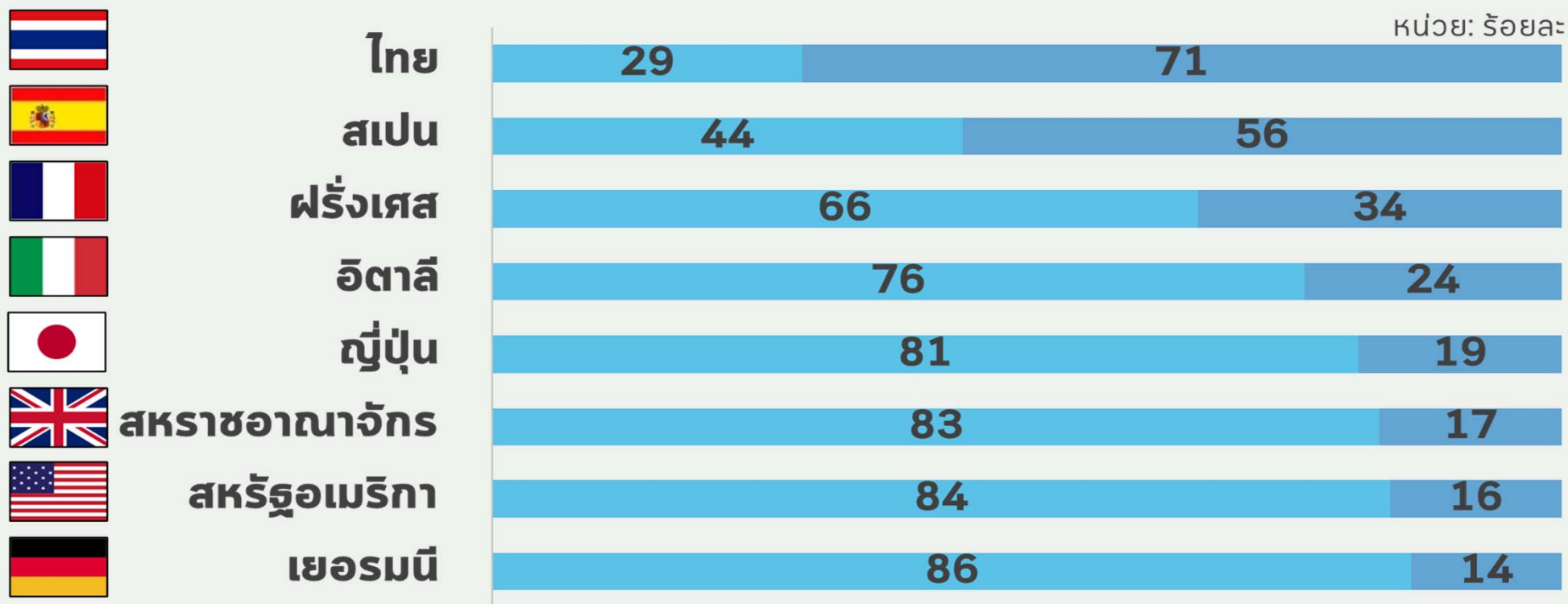
## 3.1 ท่องเที่ยวไทย

ฝั่งพารายต์ได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศสูง



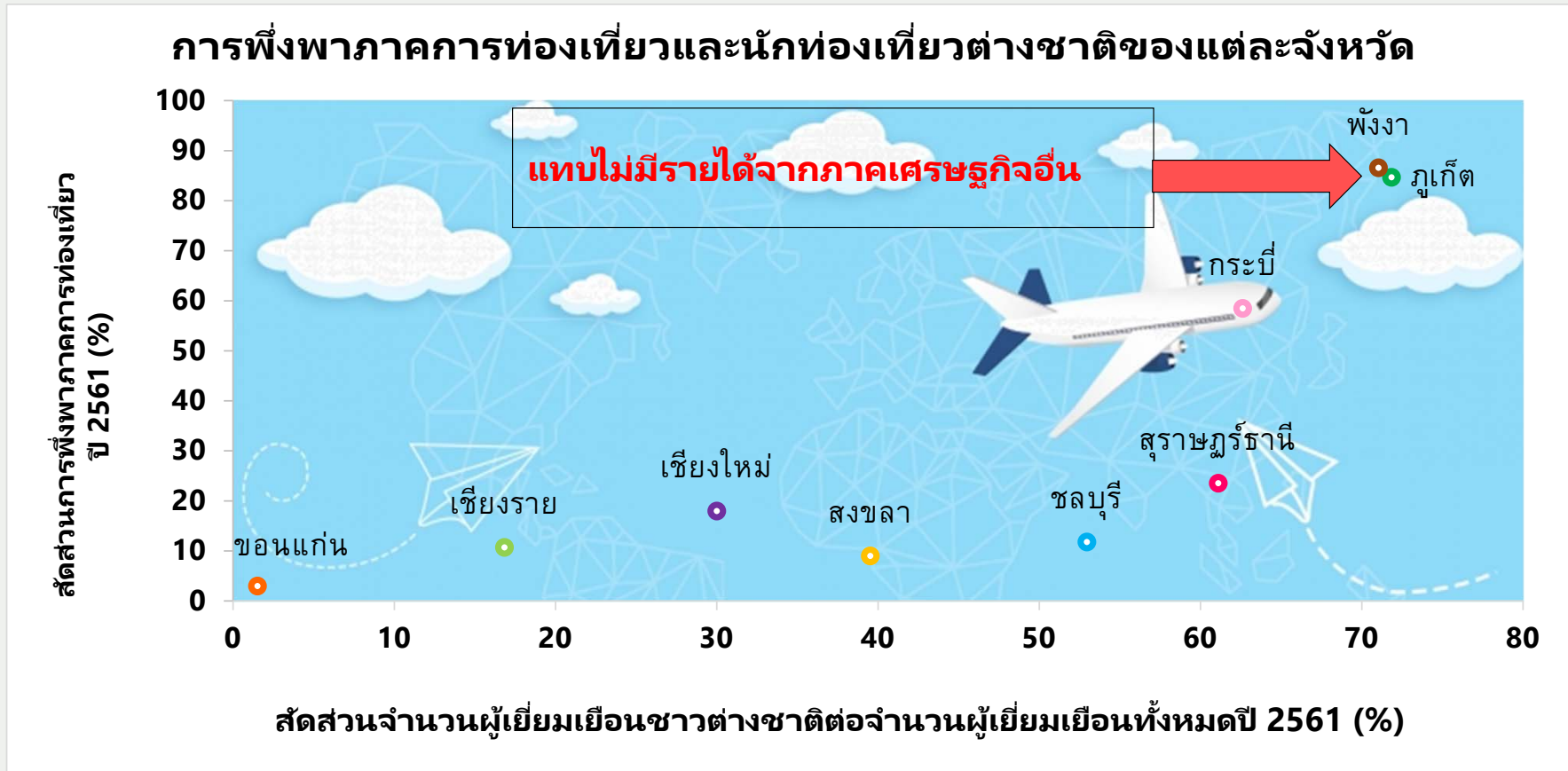
## ไทยพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุด

■ ร้อยละของนักท่องเที่ยวในประเทศ ■ ร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ



ที่มา: 1/ UNWTO. (2021). World Tourism Barometer. 19(1), Annex6-Annex7. \* สำหรับฝรั่งเศสจำนวนเป็นข้อมูลปี พ.ศ. 2561.  
 2/ WTTC. (2021). 2020 Annual Research: Key Highlights.  
 3/ WEF. (2019). Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition.

# การพึ่งพาภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติของแต่ละจังหวัด



หมายเหตุ: สัดส่วนการพึ่งพาภาคการท่องเที่ยว=รายได้จากในหมวดที่พัก และ อาหารและเครื่องดื่ม/ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด  
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561) และ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2563)  
ที่มาภาพ: <https://th.pngtree.com/free-backgrounds-photos/>

ฐานเศรษฐกิจแคบ ลงลึก แต่ไม่แตก Line



กลายเป็น  
“เศรษฐกิจเสาเดี่ยว”  
และเปราะบาง



ท่องเที่ยวไทยปัญหาอยู่ที่การจัดการ  
ที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล

# III

## ความท้าทาย

### 3.2 ความไม่สอดคล้องระหว่างดีมานด์และซัพพลาย



## किनबुणुकेऱऱ : नऱकतुङतेऱव 4.0 vs कऱरतुङतेऱवडेड 3.0

### Demand 4.0

- Post industrial lifestyle
- Digital human
- Seeking total experience
- Global citizen



### Supply 3.0

- Mass tourism
- Standard package
- Local endowment dependence



นักท่องเที่ยว 4.0 vs การท่องเที่ยวแบบ 3.0 (ต่อ)

# การตลาดยุคใหม่

สร้าง Platform ให้แต่ละกลุ่ม Persona  
สามารถสร้างส่วนผสมของ Package ของตน

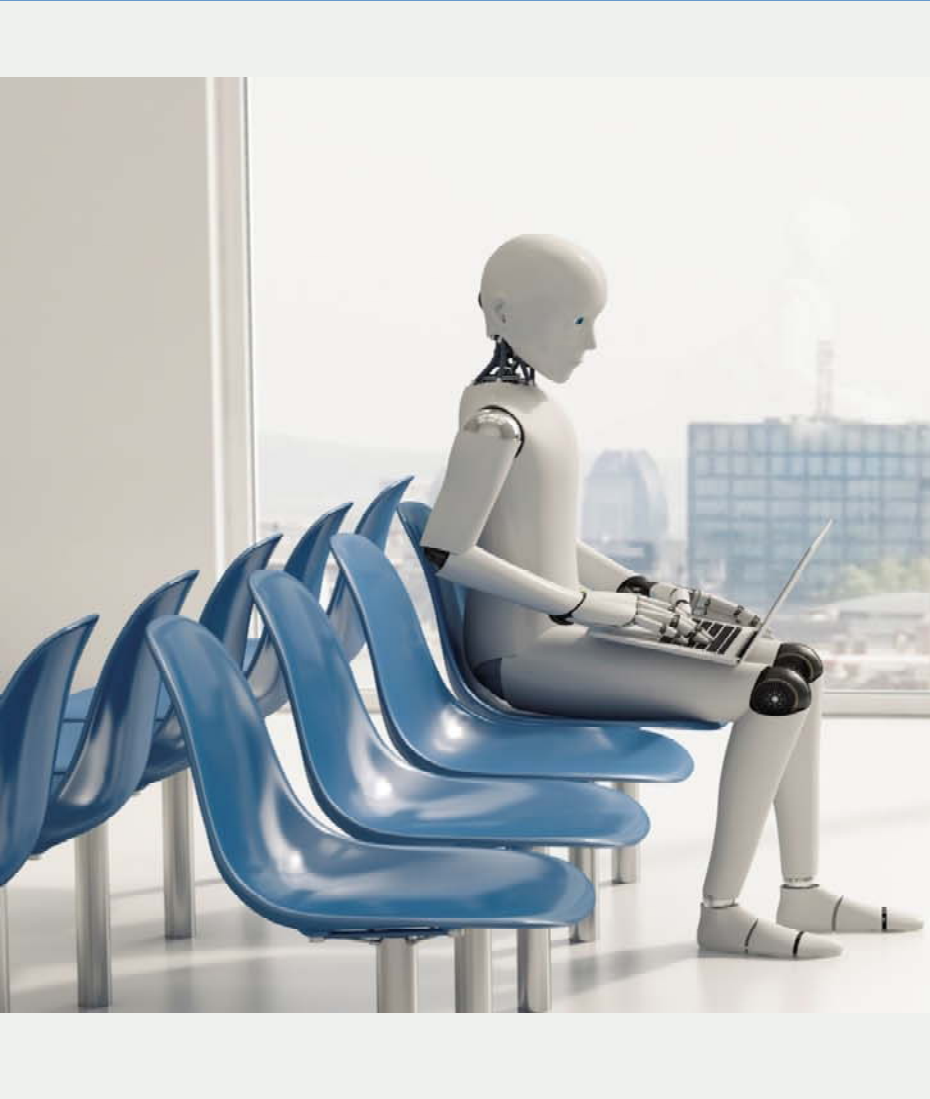


# Q&A

# ท่องเที่ยวไทยในโลกที่แปรปรวน

1. เทคโนโลยีพลิกผันโลก → AI, Metaverse + อื่นๆ
2. สังคม การเมือง ระบบคุณค่า ซับซ้อน ยุ่งเหยิง ขัดแย้ง เหลื่อมล้ำ
3. เศรษฐกิจผันผวนง่ายจากเงินนอกประเทศ
4. โลกพลิกผันและแปรปรวน

**Volatile: Uncertain: Complex: Ambiguous**



## เทคโนโลยีเปลี่ยนโลก

- การบรรจบกันของอุตสาหกรรม (SCB)
- เกิด (คู่แข่งใหม่) (Airbnb , Grab) (ร้านสะดวกซื้อ, ไปรษณีย์, แพลตฟอร์มขนส่ง)
- ผู้เล่นรายใหญ่ อาจกินรวบ
- Metaverse: Friend or Foe
- คู่แข่งใหม่ - โผล่มาจากไหนไม่ทันรู้ตัว



*Jirayu Ekkul*  
Jirayu Ekkul  
Wildlife Photography

หลังโควิด 19 เราพบว่า  
หลายอย่างจะไม่เหมือนเดิม

ความมั่งคั่ง (ส่วนหนึ่ง)  
จะย้ายไปอยู่ที่โลกเสมือน  
และหลังสงครามยูเครน  
โลกจะ VUCA มากขึ้น

# Q&A

# โลกยุค VUCA



- Digital economy
- Cashless economy (เศรษฐกิจไร้เงินสด)
- Touchless economy (เศรษฐกิจไร้สัมผัส)
- Trust economy (clean and safe)  
(เศรษฐกิจความน่าเชื่อถือ)
- Green economy (เศรษฐกิจสีเขียว)
- Sharing economy (เศรษฐกิจแบ่งปัน)

# โลกrawn ร้ายแรงกว่าโรคระบาด

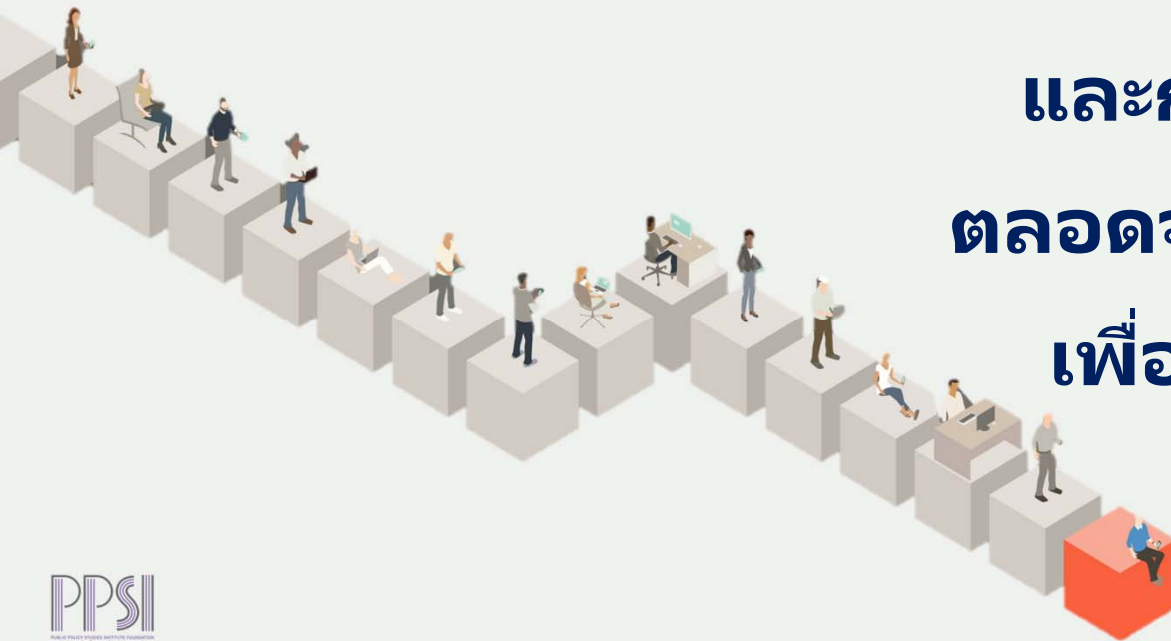
กระทรวงการท่องเที่ยว&กทม./ทรัพยากรท่องเที่ยว





# โลกยุคแปรรูป

ท่องเที่ยวไทยจะต้องเปลี่ยนวิธีคิด  
วิธีการนำเสนอ  
และการวิจัยและพัฒนา  
ตลอดจนนโยบายสาธารณะ  
เพื่อรองรับโลก VUCA



# Q&A

IV

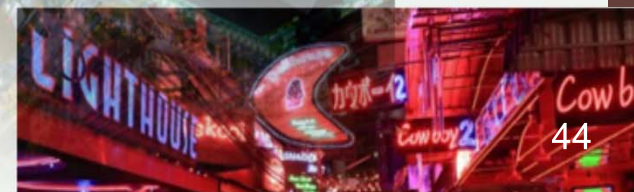
# แนวทาง การรับมือ

# นโยบายและงานวิจัย:

นโยบายมุ่งเป้าด้านรายได้  
แต่ละเลยมิติสังคมและ  
มิติด้านมืดของการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

>> ศึกษาผลกระทบทางลบมากขึ้น

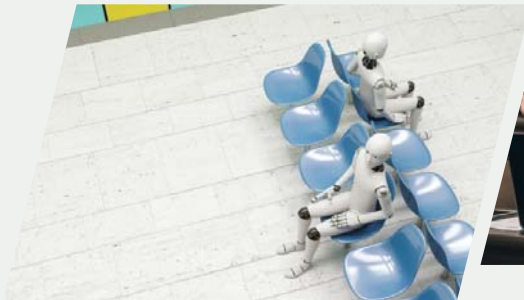


# ข้อเสนอแนะ: เปลี่ยนมุมมองจาก 2 เป็น 3 มิติ มองแบบจุดกับเส้นเป็นระบบมากขึ้น



- เดิมมองแบบแหล่ง → เส้นทางท่องเที่ยว
  - เปลี่ยนไปเป็นระบบนิเวศ คือ ดูเป็นระนาบ เช่น Hub/เมือง และ Ecosystem ที่รองรับความเสี่ยงได้
- ทั้งในโลกกายภาพและโลกเสมือน เพื่อลดความเสี่ยง**

## ข้อเสนอแนะ: เมืองรองต้องแตกต่างกัน



- เมืองแห่งกีฬา (มวย)
- เมืองดอกไม้ (ต้องมีฐานผลิต)
- เมืองเก่าเล่าเรื่อง (แบบอัจฉริยะ VT)
- เมืองหุ่นยนต์
- เมือง vegan

ทุกเมืองเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้  
คิดการใหญ่-ใช้ความรู้

# ข้อเสนอแนะ: New normal → DIGITAL FIRST



- เปลี่ยน One time product (ขายครั้งเดียวจบ) → All time product (ขายตลอดเวลา)
- จาก In Thailand only → Anytime Anywhere (ทุกที่ทุกเวลา)
- วิธีการ → Online
- ขาย soft power ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า
- รู้เท่าทัน Metaverse

# ข้อเสนอแนะ: ซอฟต์แวร์เวอร์ตองออนไลน์

## ห้องเที่ยวชุมชน Li ZhiQi ต่องขายตรง+ขายพ่วง: ขายออนไลน์



Peanut and melon seeds, dried meat, dried fruit, snowflake cake - snacks for Spring Festival

99,869,186 views • Jan 31, 2019

1.2M 59K SHARE SAVE ...



- เพิ่มห่วงโซ่อุปทานสู่เศรษฐกิจ  
สร้างสรรค์ เศรษฐกิจฐานรากและอื่นๆ
- เพิ่มขายตรง พร้อมขายพ่วง
- สร้าง YouTuber (มัดคุเทศก์)





## ข้อเสนอแนะ: ซอฟต์แวร์ต้องออนไลน์ (ต่อ)

มวยไทย ต้องขายพ่วง ขายทั้งปี ขายออนไลน์



### ค่ายมวย

- ขयरรายการ Super Muay Thai ออนไลน์ทั่วโลก ตลอดปี
- เรียลลิตี้ โชว์
- มี Fan club
- ขายน้ำมันมวย/ ลูกประคบ/ สมุนไพร
- เสือดีไซน์สำหรับนักมวย
- ข้าวิตามินนักมวย สูตรอาหาร “บัวขาว”

## ข้อเสนอแนะ: ต้องเสริมห่างโซ่การผลิตและมิตรภาพ



### ขายออนไลน์

- สร้างมิตรภาพตลอดชีวิต
- ขายสินค้าพื้นถิ่น สินค้า Fusion
  - DIY
  - วัตถุดิบ/ สมุนไพร
- โรงแรมก็ขายออนไลน์ได้
  - วิธีการนอนให้สบาย
  - คอร์สทำอาหาร/ จัดโต๊ะอาหาร

## รูปแบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวในอนาคต

	ปัจจุบัน	ทางเลือกในอนาคต
รูปแบบการผลิต	<b>Standardization Mass product</b>	<b>Diversified Mass customization (Digitalization)</b>
ยุทธศาสตร์ราคา	<b>Cost-based pricing Economy of scale</b>	<b>Value based pricing Economy of scope</b>
โอกาส	<b>Agglomeration</b>	<b>Digital technology → เปิดพื้นที่ใหม่</b>

# สรุป

**ท่องเที่ยวในอนาคตต้อง  
อนุรักษ์ทุนประเดิมอย่างชาญฉลาด**

**โลกท่องเที่ยวในอนาคต  
ต้องสร้าง Total and Digital Experience ด้วย**

# แนวทางหลักของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวต่อจากนี้ไป

- **Platform-based strategy**  
มองการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจแพลตฟอร์ม เน้นการใช้ข้อมูล
- **Digital literacy & Infrastructure**  
ดิจิทัลลิทราซีในทุกระดับในทุกส่วนของห่วงโซ่มูลค่าและเส้นทาง  
ผู้บริโภค
- **Customization ตาม Persona**
- **การใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด**
- **การกระจายนักท่องเที่ยวไปสู่เมืองหลักเมืองรอง**

**ใช้ Soft power**

**ให้ไม่ต้องเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า**



ขอบคุณค่ะ



PUBLIC POLICY STUDIES INSTITUTE FOUNDATION  
มูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ

# Q&A

# ฉากทัศน์การท่องเที่ยวไทย

การท่องเที่ยวกระจุกตัวในจังหวัด 5 อันดับแรก

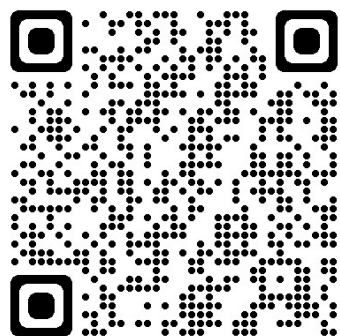




## อนาคตประเทศไทย 2585



ดาวน์โหลดเอกสารได้ที่

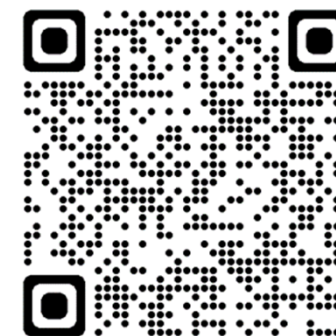


[www.khonthai4-0.net/  
content\\_detail.php?id=310](http://www.khonthai4-0.net/content_detail.php?id=310)

## อนาคตท่องเที่ยวไทย 2585



ดาวน์โหลดเอกสารได้ที่



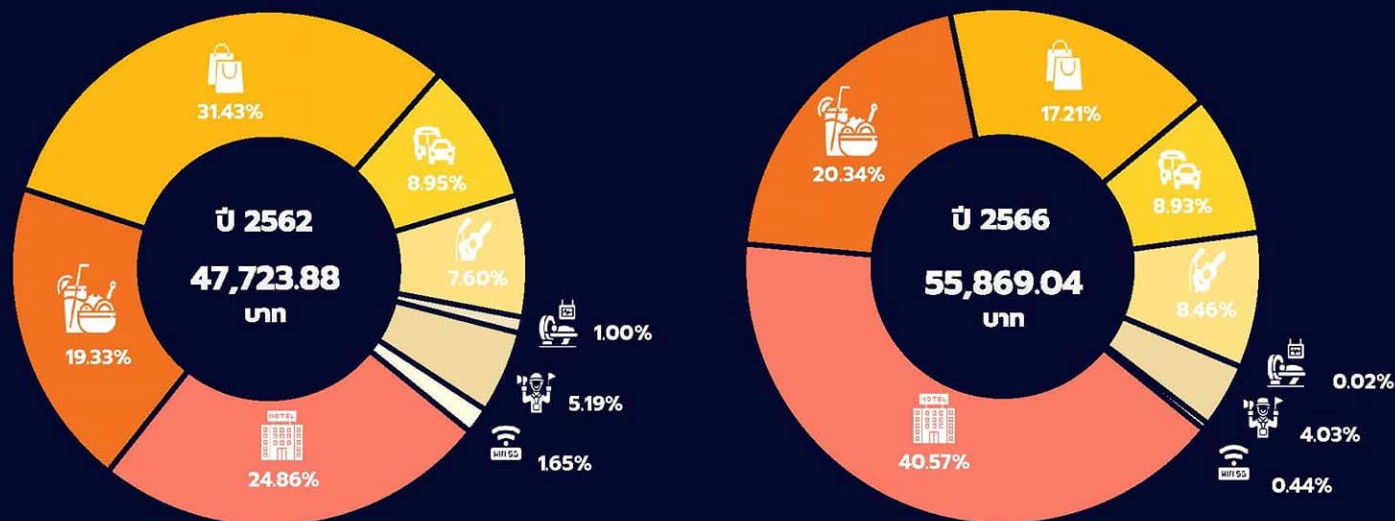
[www.khonthai4-0.net/  
content\\_detail.php?id=302](http://www.khonthai4-0.net/content_detail.php?id=302)

A scenic view of a river at dusk. The sky is filled with soft, colorful clouds in shades of blue, purple, and orange. In the foreground, a river flows from the left towards the right. Several long, narrow boats with blue and red hulls and white roofs are docked along the riverbank. To the right, a lush green hillside rises, featuring a set of stone steps with colorful murals. In the background, a distant mountain range is visible under the twilight sky.

# ภาคผนวก



# โครงสร้างค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ชาวจีน



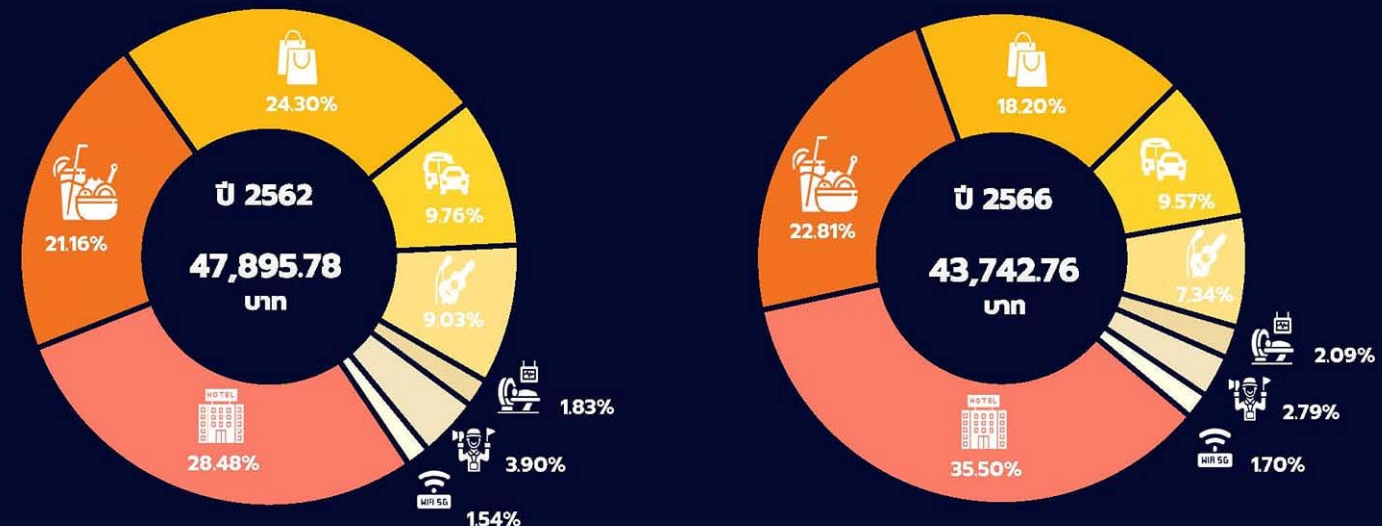
หน่วย: บาท

ปี	ค่าที่พัก	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและของที่ระลึก	ค่าพาหนะเดินทางในประเทศ	ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	ค่ารักษาพยาบาล	ค่าบริการท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าซิมการ์ด ค่าทิป
2562	11,863.36	9,224.05	14,997.38	4,270.39	3,628.94	477.66	2,476.39	785.42
2566	22,662.94	11,362.30	9,613.07	4,989.17	4,727.78	13.50	2,253.03	247.25

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ วันที่ 23 เมษายน 2567



# โครงสร้างค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ



ปี	ค่าที่พัก	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและของที่ระลึก	ค่าพาหนะเดินทางในประเทศ	ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	ค่ารักษาพยาบาล	ค่าบริการท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าช้อปปิ้ง
2562	13,640.94	10,135.90	11,638.60	4,673.10	4,326.01	878.81	1,865.86	736.26
2566	15,713.02	10,096.71	8,055.86	4,236.54	3,247.53	925.31	1,235.86	231.93

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ณ วันที่ 23 เมษายน 2567

## มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬา จำแนกตามชนิดกีฬาปี 2566

ลำดับ	ชนิดกีฬา	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
1	ฟุตบอล	73,983.14	25.63
2	วิ่ง	46,300.79	16.04
3	วอลเลย์บอล	32,416.71	11.23
4	แบดมินตัน	27,251.92	9.44
5	มวย	14,018.14	4.86
6	กอล์ฟ	4,530.81	1.57

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา