

รายงานสถานการณ์ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจไมซ์ (MICE)

CONTENT

สถานการณ์การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม

- ภาพรวมภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม
- Green Hotel

สถานการณ์การธุรกิจไมซ์

- สถานการณ์ธุรกิจไมซ์

นโยบาย/มาตรการภาครัฐ และแนวโน้มธุรกิจปี 2567

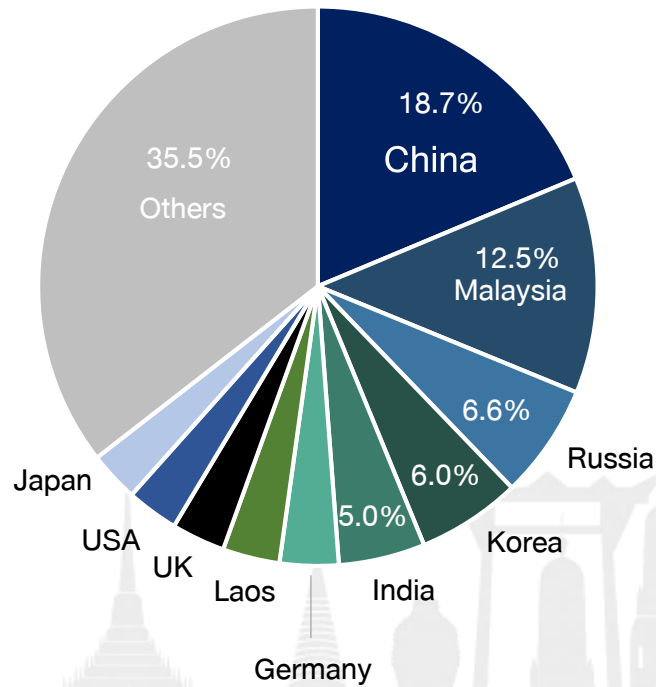
- นโยบาย/มาตรการสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวของภาครัฐ
- แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม
- แนวโน้มสถานการณ์ธุรกิจไมซ์ (MICE)
- แนวทางการปรับตัวผู้ประกอบการ

สถาบันการคลังท่องเที่ยว และธุรกิจโรงแรม

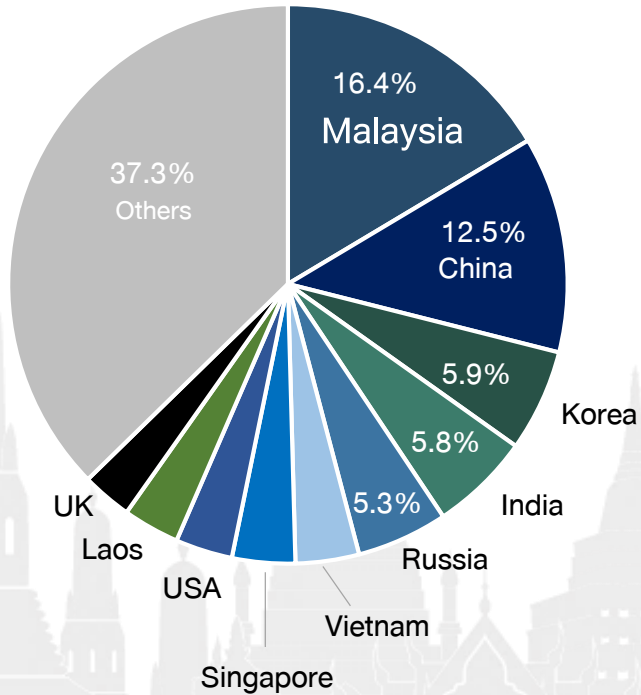
โครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติ Q1/67 กลับมาเป็นเหมือนช่วงก่อน COVID-19

โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนกลับมาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไทยมากที่สุด เป็นผลจากนโยบายวีซ่าฟรี สำหรับนักท่องเที่ยวจีน อย่างไรก็ตามถึงแม้นักท่องเที่ยวจีนจะกลับมาเพิ่มขึ้น แต่ยังไม่มากเท่าช่วงก่อน COVID-19

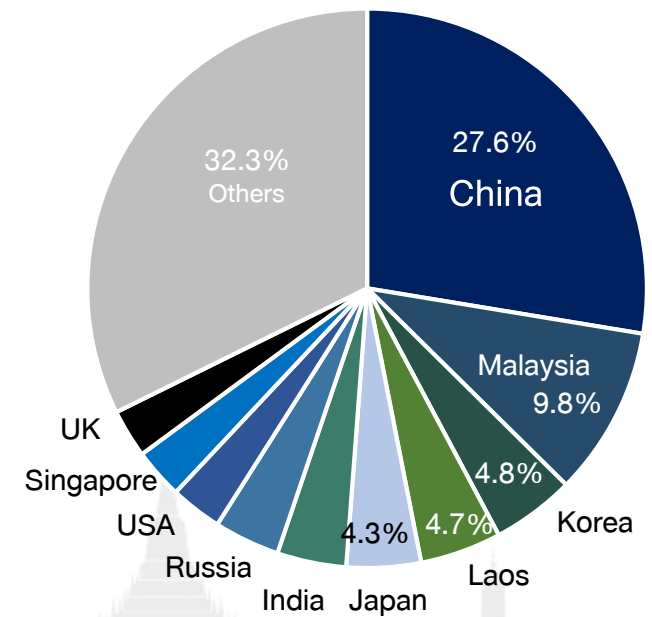
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ Q1/67



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 66



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 60



นโยบายวีซ่าฟรีถาวร ไทย-จีน เริ่ม 1 มี.ค. 67

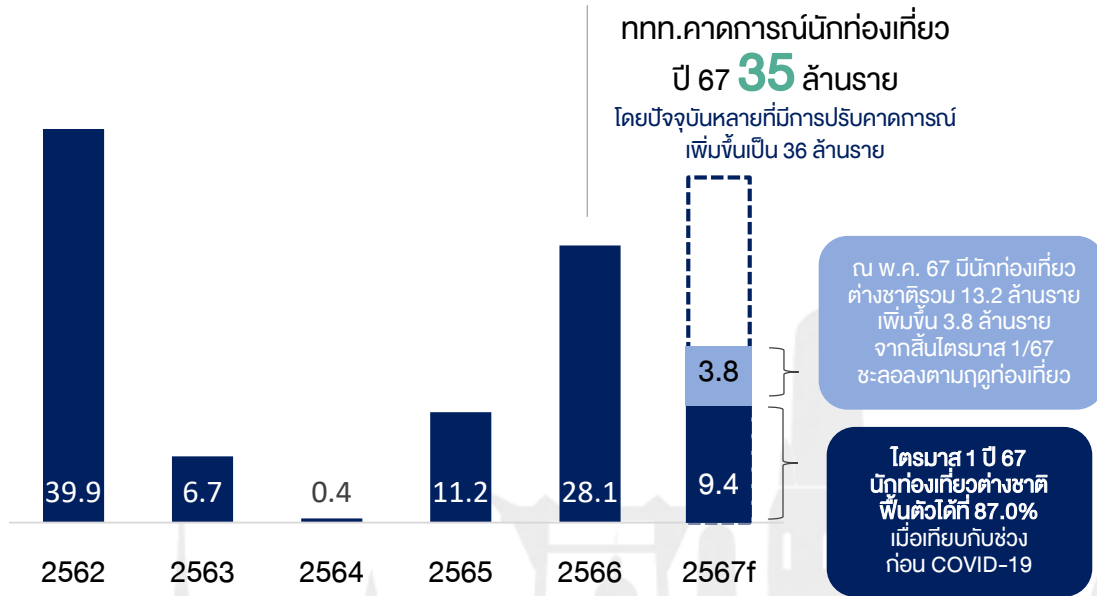
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติฟื้นตัวได้ดี แต่ยังไม่เท่ากับช่วงก่อน COVID-19 ขณะที่รายได้ใกล้เคียงเดิมแล้ว

โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติใน ปี 66 เมื่อเทียบกับ ปี 62 ฟื้นตัวแล้ว 70% นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อรายปรับเพิ่มขึ้นจาก 43,518 บาท มาอยู่ที่ 46,197 บาท สำหรับ Q1/67 ยังขยายตัวได้ดีต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนทั้งจำนวน และรายได้จากการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวจีน โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลตรุษจีนที่ผ่านมา ประกอบกับนโยบายวีซ่าฟรี ที่ทยอยมีผลบังคับใช้

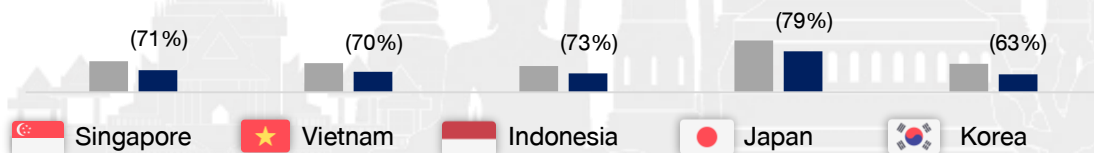


จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านราย)

จำนวนนักท่องเที่ยวฟื้นตัว **70%**
เมื่อเทียบกับปี 62



อัตราการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 66 เทียบกับ ปี 62

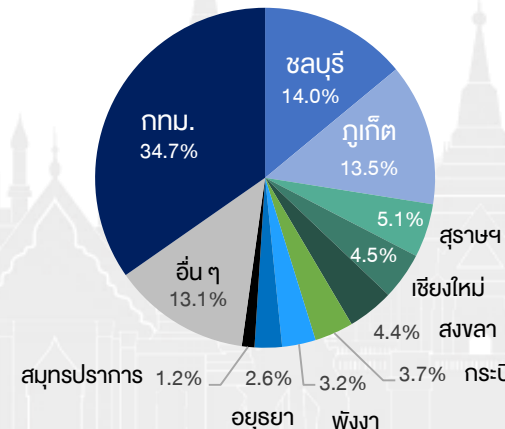


ที่มา : ททท. , MOTS รวบรวมโดยฝ่ายยุทธศาสตร์และวิจัย

สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ

	จำนวนนักท่องเที่ยว	รายได้	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย
Q1/67	9.4 ล้านราย	432,883 ล้านบาท	46,197 บาท/ราย
%yoy	43.5%	48.1%	3.2%
%qoq	15.8%	11.9%	-3.3%

สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ Q1/67 จำแนกตามจังหวัด



นักท่องเที่ยวต่างชาติกระจุกตัว อยู่ในหัวเมืองท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งหากมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด จะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมดุล และกระจายรายได้มากขึ้น

จำนวนนักท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวแล้ว และมีการเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น

แต่รายได้ยังฟื้นตัวได้ช้ากว่า สะท้อนจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากช่วงเดียวกันของปีก่อน

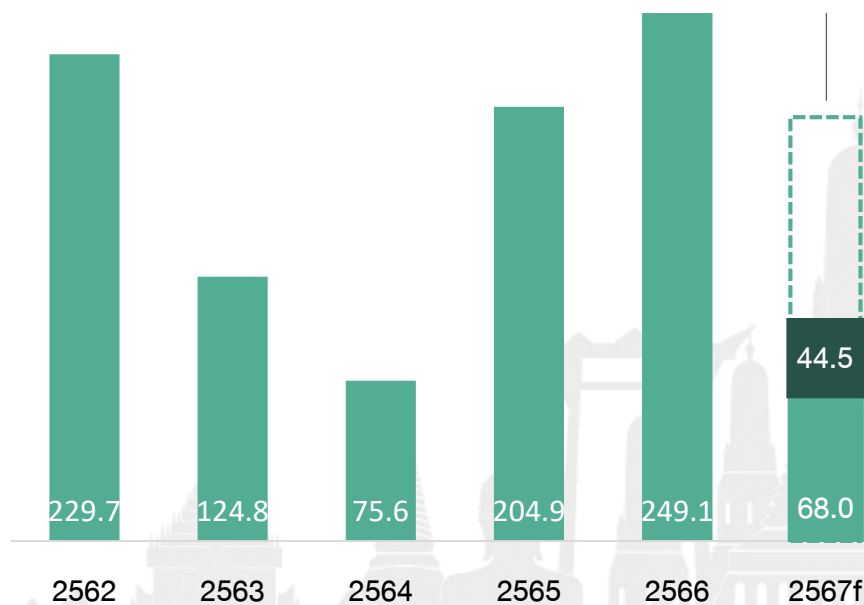
เป็นผลจากพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ระมัดระวังมากขึ้น จากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศที่ยังฟื้นตัวได้ค่อนข้างช้า



จำนวนนักท่องเที่ยวไทย (ล้านราย)

ฟื้นตัวที่ **108%**
เมื่อเทียบกับปี 62

คาดการณ์นักท่องเที่ยว
ปี 67 **200** ล้านราย



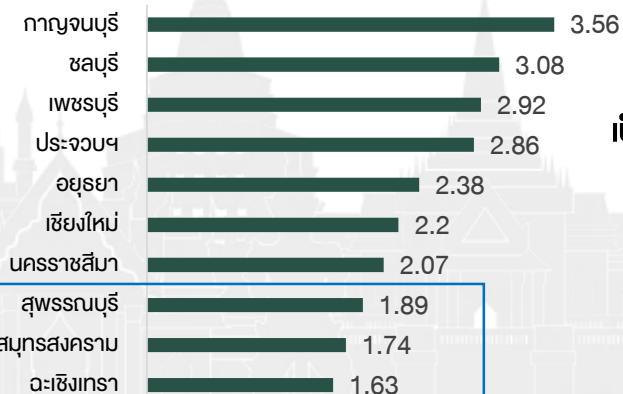
ณ พ.ค. 67 มีนักท่องเที่ยว
ต่างชาติรวม 112.5 ล้านราย
เพิ่มขึ้น 44.5 ล้านราย
จากสิ้นไตรมาส 1/67

ไตรมาส 1 ปี 67
นักท่องเที่ยวไทย
ขยายตัว 8.6% เมื่อเทียบกับ
ช่วงเดียวกันของปีก่อน

สถานการณ์นักท่องเที่ยวไทย

	จำนวนนักท่องเที่ยว 	รายได้ 	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย
Q1/67	68 ล้านราย	231,797 ล้านบาท	3,409 บาท/ราย
%yoy	8.6%	10.2%	1.5%
%qoq	1.9%	-1.4%	-3.3%

10 จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวสูงสุด Q1/67



นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวเมืองรองมากขึ้น
เป็นผลจากการผลักดันการท่องเที่ยวในเมือง
รองอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 66
โดยเมืองรองที่ได้รับความนิยม
ได้แก่ สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม
และฉะเชิงเทรา

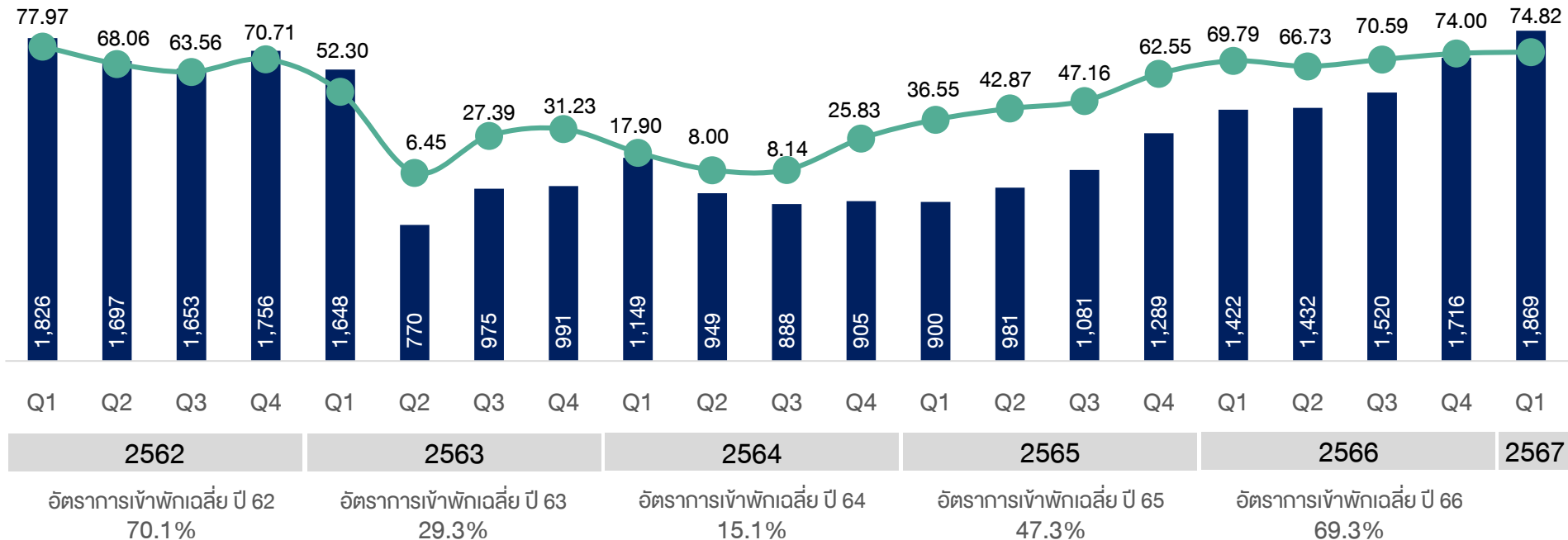
อัตราการเข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ยปรับตัวดีขึ้น

โดยปรับตัวขึ้นในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภาคใต้ที่มีอัตราการเข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ยสูงสุด



อัตราการเข้าพัก และราคาห้องพักเฉลี่ย

อัตราการเข้าพัก
ราคาห้องพักเฉลี่ย (บาท/คืน)



Q1/2567



อัตราการเข้าพัก
74.82%



ราคาห้องพักเฉลี่ย
1,869 บาท

อัตราการเข้าพัก จำแนกตามภูมิภาค

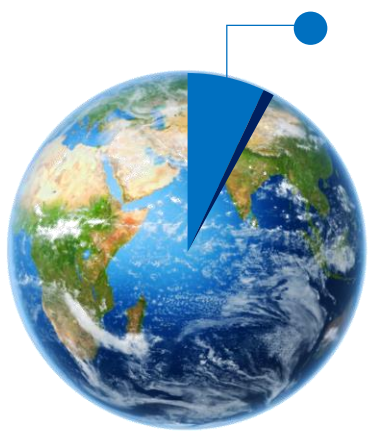
	Q1/67	Q1/66
ภาคกลาง	75.15 ▲	71.83
ภาคใต้	81.98 ▲	74.54
ภาคเหนือ	70.56 ▲	65.58
ภาคอีสาน	64.43 ▲	58.48

ราคาห้องพักเฉลี่ย จำแนกตามภูมิภาค

	Q1/67	Q1/66
ภาคกลาง	1,935 ▲	1,422
ภาคใต้	2,399 ▲	1,810
ภาคเหนือ	1,597 ▲	1,315
ภาคอีสาน	934 ▲	736

Green Hotel

ธุรกิจโรงแรมต้องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 90% ภายในปี 2593 เพื่อให้เป็นไปตามความตกลงปารีส จึงนำไปสู่ การจัดการโรงแรมอย่างยั่งยืน “Green Hotel”

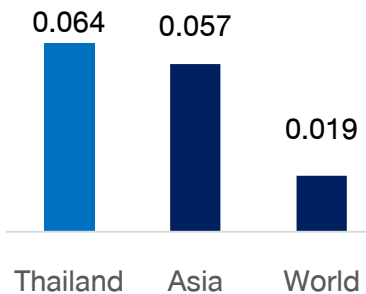


8% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG) มาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดย **1%** ปล่อยมาจากธุรกิจโรงแรมทั่วโลก

“ ทั้งนี้ เพื่อจำกัดอุณหภูมิโลกให้ไม่เกิน 2 องศาตามความตกลงปารีส อุตสาหกรรมการบริการและโรงแรมจะต้องลดการปล่อยมลพิษลง 66% ภายในปี 2573 ”

ค่าเฉลี่ย GHG Emissions ต่อการพักของลูกค้ 1 ห้อง

หน่วย : ตันคาร์บอน



ปี 2567 สถานะการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG) ของโรงแรมในไทยอยู่ในระดับสูง และส่วนใหญ่มีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ตั้งเป้าหมายการดำเนินธุรกิจสู่ Net Zero

อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ประกอบการไทยสนใจดำเนินการเรื่องความยั่งยืน แต่ส่วนใหญ่ยังไม่มี การวัดผล GHG Emissions

Green Hotel คือ...

โรงแรมที่ใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ มีการจัดการมลพิษและสิ่งแวดล้อมที่ดี มีส่วนร่วมในการสืบสานศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น



เป้าหมาย

- ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมให้เกิดการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี
- ยกระดับมาตรฐานการบริการ
- ขยายเครือข่ายโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับมาตรการการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานภาครัฐ
- เตรียมพร้อมสู่การประเมินมาตรฐานสิ่งแวดล้อมระดับสากล และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมมีทิศทางปรับตัวสู่ Green Hotel เพิ่มขึ้น สะท้อนจากจำนวนโรงแรมที่เข้าสู่การประเมิน Green Hotel เพิ่มขึ้นทุกปีและมีโรงแรมได้รับการรับรองระดับทองเพิ่มขึ้นในปี 67

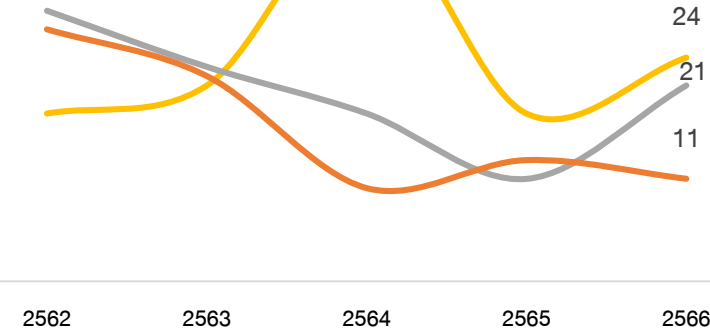
เกณฑ์การประเมิน Green Hotel

1. การบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางการดำเนินงานด้านการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารและพนักงานร่วมดำเนินการ
2. การพัฒนาบุคลากร ให้มีความรู้ ความสามารถและทักษะในการทำงานด้านบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. การรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจและความร่วมมือจากบุคลากรของโรงแรมและลูกค้า
4. การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงคุณภาพ ราคา และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากกระบวนการผลิต
5. การจัดการสิ่งแวดล้อมและพลังงาน ใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน มีการจัดการของเสียและมลพิษให้หมดไปหรือไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม
6. การมีส่วนร่วมกับท้องถิ่นและชุมชน ในพื้นที่ที่สถานประกอบการตั้งอยู่ ด้วยการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
7. การประเมินประสิทธิภาพเพื่อการปรับปรุงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อนำข้อมูลดำเนินงานด้านการให้บริการดังกล่าวไปปรับปรุงการดำเนินงาน

โรงแรมที่ได้รับการรับรอง Green Hotel



- ระดับทอง ได้คะแนน 80% ขึ้นไป
- ระดับเงิน ได้คะแนน 70-79%
- ระดับทองแดง 60-69%



*กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้การรับรอง

ปัจจุบันมีโรงแรมที่ได้รับการรับรองทั้งหมด 306 แห่ง โดยผู้ประกอบการที่ได้รับรองระดับทอง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองยังกระจุกอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก และภาคใต้

ข้อดีสำหรับ Green Hotel



ได้รับการสนับสนุนให้เป็นทางเลือกสำหรับการเข้าพัก จัดประชุม สัมมนา และจัดกิจกรรม



ลดต้นทุนจากการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพ ตามแนวปฏิบัติที่ดีภาพลักษณ์ที่ดีในการร่วมอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



ยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและเตรียมความพร้อมสู่การประเมินมาตรฐานสิ่งแวดล้อมระดับสากล

ธุรกิจไมซ์ (MICE)

ภาครัฐเห็นความสำคัญ และสนับสนุนธุรกิจโมซ์ (MICE) โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการเป็นศูนย์กลางของธุรกิจโมซ์ของเอเชีย

ซึ่งธุรกิจโมซ์มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ถึง 1 ใน 3 หรือ 30% ให้กับภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรม

อีกทั้งนักเดินทางกลุ่มโมซ์ มีกำลังซื้อสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณ 2-3 เท่า ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันยังช่วยพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

MICE คือ?

M : Meetings

การจัดประชุมสัมมนา หรือศึกษาดูงาน

I : Incentives

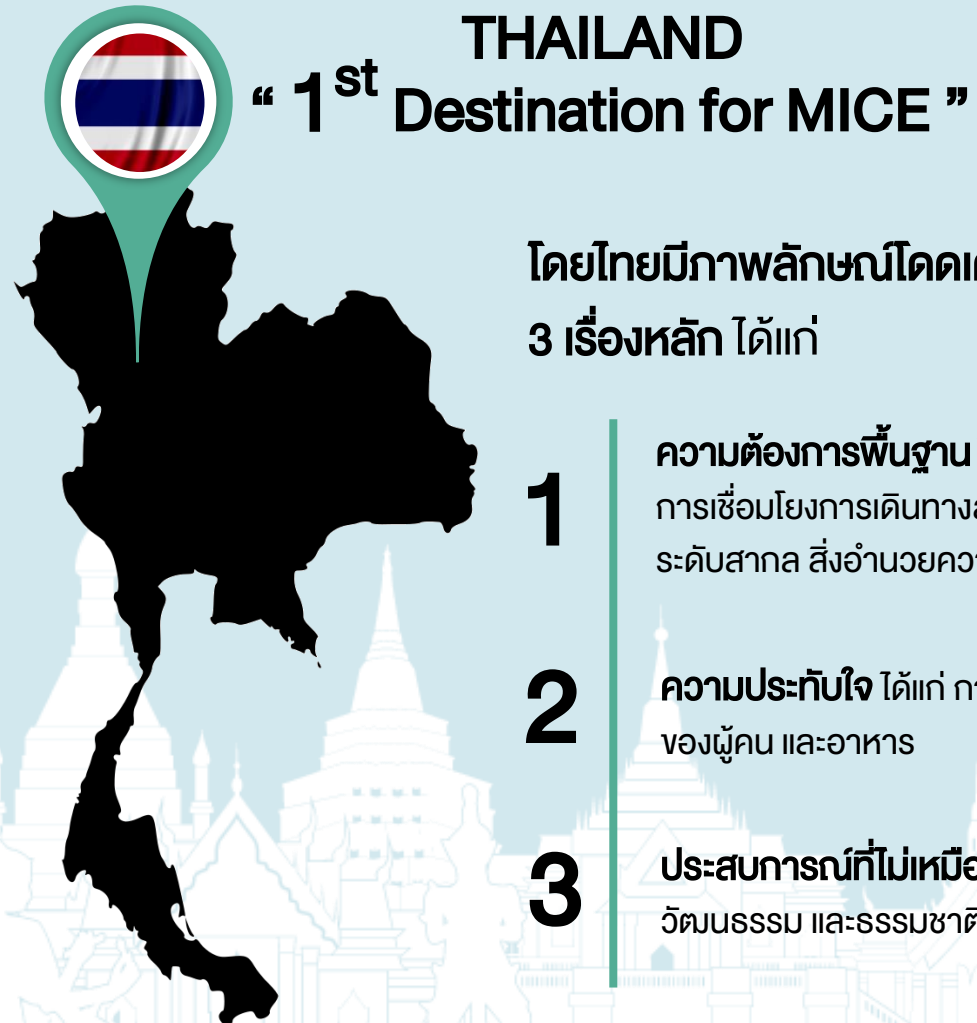
การจัดการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน

C : Conventions

การจัดประชุมระดับประเทศ ไปจนถึงระดับนานาชาติ

E : Exhibitions

การจัดแสดงสินค้า



โดยไทยมีภาพลักษณ์โดดเด่นใน 3 เรื่องหลัก ได้แก่

1

ความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ศูนย์กลาง การเชื่อมโยงการเดินทางสะดวก ที่พักได้มาตรฐาน ระดับสากล สิ่งอำนวยความสะดวกชั้นเยี่ยม

2

ความประทับใจ ได้แก่ การบริการต้อนรับ ของผู้คน และอาหาร

3

ประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร ได้แก่ ประเพณี วัฒนธรรม และธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์

7 MICE CITY จังหวัด/เมืองที่มีความพร้อมและศักยภาพ ในการเป็นเมืองเจ้าภาพรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์

เชียงใหม่

เมืองที่มีวัฒนธรรมโดดเด่น และมีทัศนียภาพทั้งดงม
รวมถึงยังมีห้องประชุมระดับท๊อปคลาส ที่สามารถ
จัดงาน Event ในพื้นที่ได้อย่างสบาย และหรูหรา

ขอนแก่น

ศูนย์กลางการจัดประชุมภาคอีสาน ที่มีวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อีกทั้ง
จังหวัดขอนแก่นยังมีโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งทั่วทั้งภูมิภาค

นครราชสีมา

เมืองใหญ่บนดินแดนที่ราบสูงที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวก
ทุกรูปแบบ ทั้งการขนส่ง สาธารณสุข และสาธารณูปโภค ทำให้จังหวัดนครราชสีมาก้าวสู่
การเป็นเมืองไมซ์มรดกโลกศูนย์กลางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กรุงเทพฯ

เมืองหลวงแห่งการเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจ และธุรกิจ เป็นที่ตั้งของ
บริษัทระดับโลก และมีการคมนาคมที่สะดวกสบาย รวมถึงยังมี
โรงแรมที่หลากหลายสามารถรองรับการจัดงานประชุม/Event
ได้อย่างครบวงจร จึงทำให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางของการจัดงาน

ชลบุรี (พัทยา)

เมืองชายฝั่งที่น่าตื่นตาตื่นใจทั้งกลางวันและกลางคืน มีพื้นที่จัดกิจกรรมและพักผ่อน
รวมถึงเป็นเมืองแห่งอนาคต ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ
จึงได้รับขนานนามว่าเป็นเมืองอัญมณีแห่งระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ภูเก็ต

เมืองแห่งการพักผ่อน ที่พร้อมด้วยทางเลือกหลากหลาย
ในการจัดงานประชุม/สัมมนา และสิ่งอำนวยความสะดวก
มากมาย จึงได้รับการขนานนามว่า “MICE of
Andaman”

สงขลา

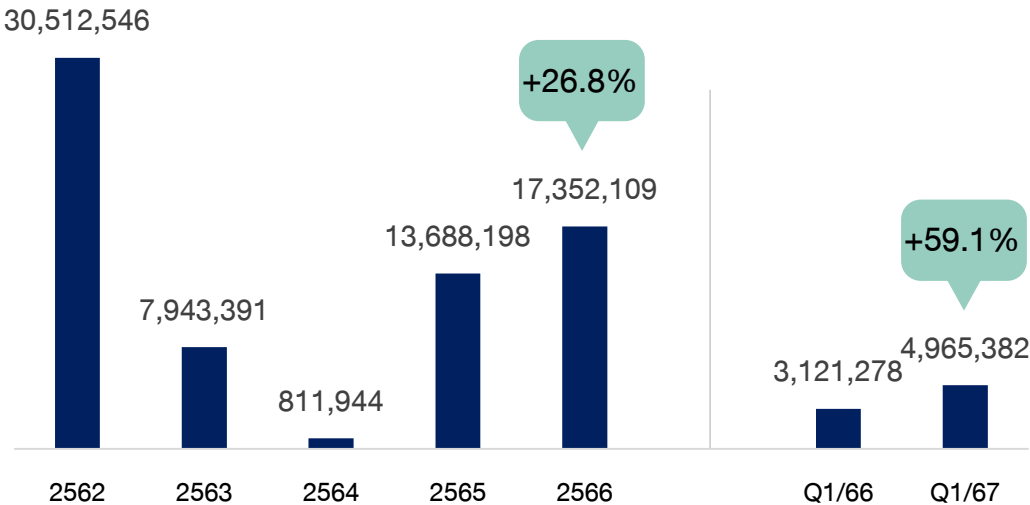
ที่ตั้งของศูนย์ประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ที่สุดในภาคใต้ และยังมีโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก
ที่มีคุณภาพ สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้เป็นจำนวนมาก ทำให้สงขลาได้รับเลือกเป็น
MICE City อย่างเป็นทางการเป็นจังหวัดแรก

ธุรกิจโมซ์ (MICE) มีทิศทางฟื้นตัวต่อเนื่อง สะท้อนจากในปี 66 และ Q1/67 ขยายตัวทั้งจำนวนและรายได้ จากการใช้เทคโนโลยีเข้ามายกระดับงานโมซ์ รวมถึงการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการเดินทาง ที่ช่วยขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจโมซ์ให้ขยายตัวต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่า Q1/67 รายได้ขยายตัวสูงถึง 99.3% โดยรายได้หลักมาจากการจัดงาน Exhibition ที่คิดเป็น 58% ของรายได้ทั้งหมด



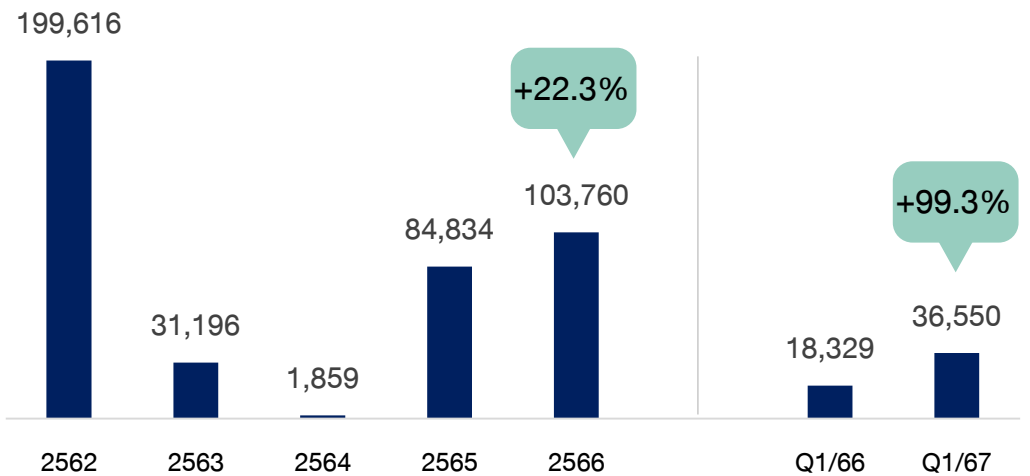
Visitors

หน่วย : ราย (%yoy)



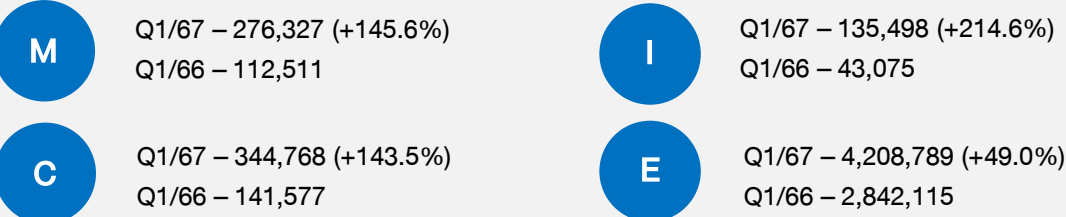
Revenue

หน่วย : ล้านบาท (%yoy)



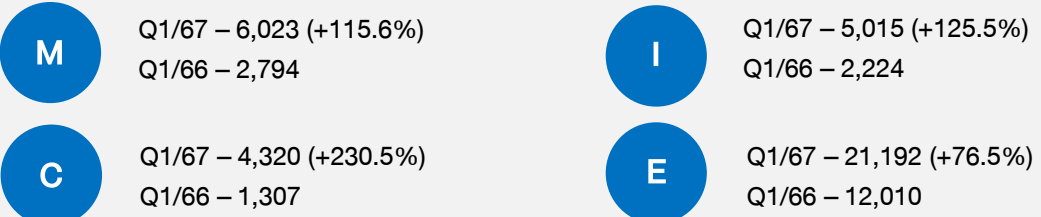
หน่วย : ราย (%yoy)

Visitor (จำแนกประเภท)



หน่วย : ล้านบาท (%yoy)

Revenue (จำแนกประเภท)



ธุรกิจโมซ์ (International) ขยายตัวสูงในทุกมิติ

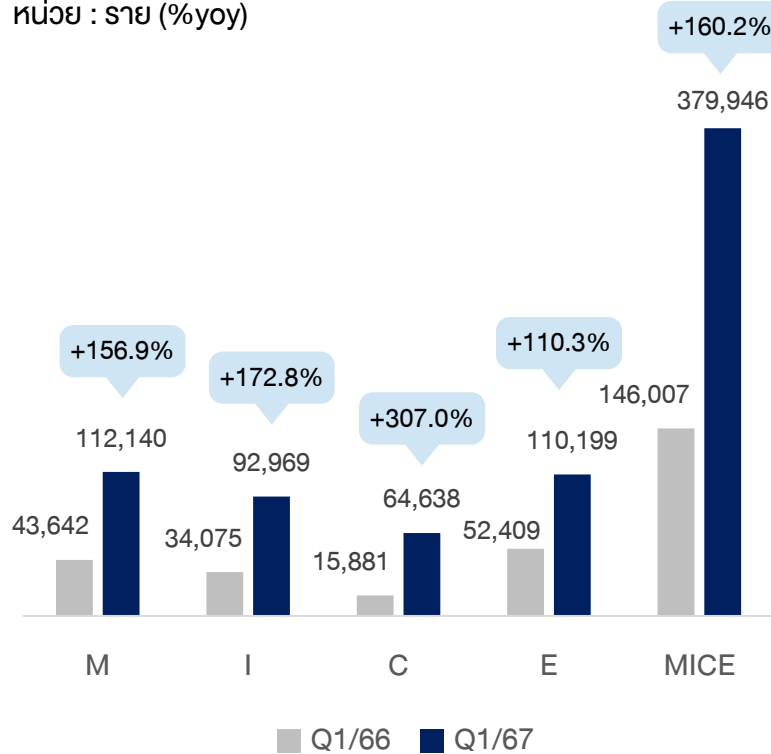
โดยเฉพาะการจัดงาน Conventions ที่รายได้เพิ่มขึ้นสูงถึง 261% และจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น 307% แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญจากความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจที่มีต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย รวมถึงมาตรการวีซ่าฟรีให้แก่ จีน และอินเดีย ที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก



International

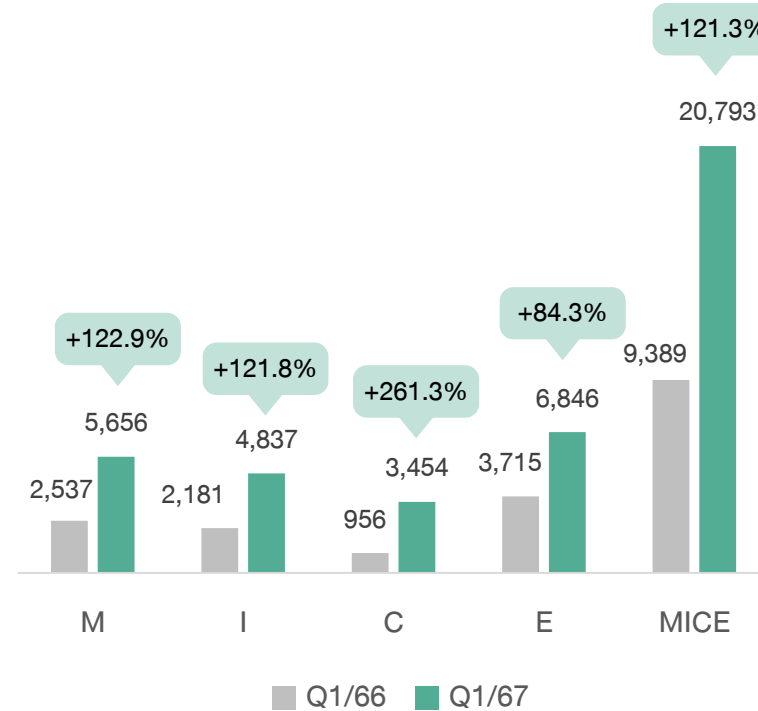
Visitors

หน่วย : ราย (%yoy)

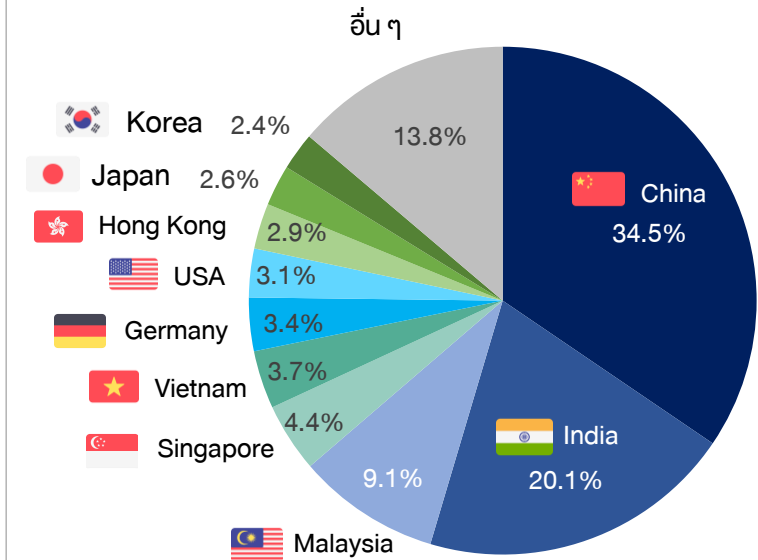


Revenue

หน่วย : ล้านบาท (%yoy)



Top 10 Visitor by Country



ธุรกิจโมซ์ (Domestic) ขยายตัวในทุกมิติ

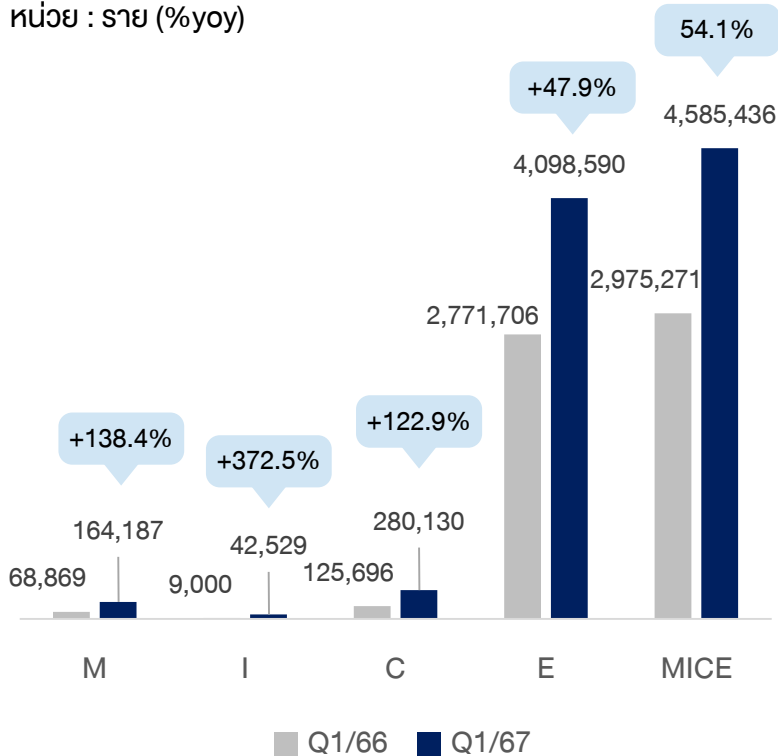
โดยเฉพาะการจัดประชุม (Meeting) และการจัดการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ที่มีแนวโน้มดีขึ้นจากที่ภาคธุรกิจเชื่อมั่นในการลงทุน โดยให้ความสำคัญแก่การลงทุนในความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และเป็นขวัญกำลังใจพนักงาน ซึ่งมุ่งหวังผลการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ แต่ยังคงพบว่าการจัดงานส่วนใหญ่กระจุกตัวในพื้นที่กรุงเทพฯ



Domestic

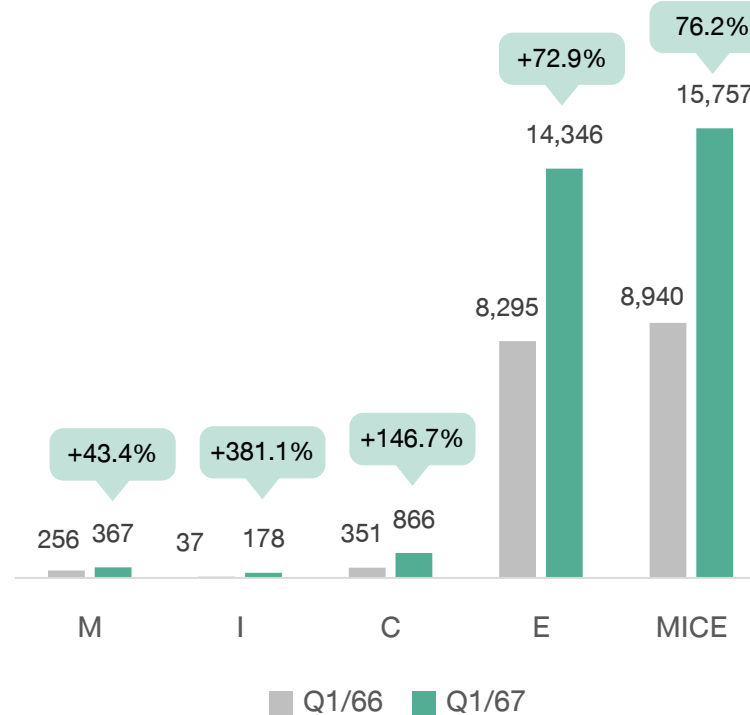
Visitors (ราย)

หน่วย : ราย (%yoy)

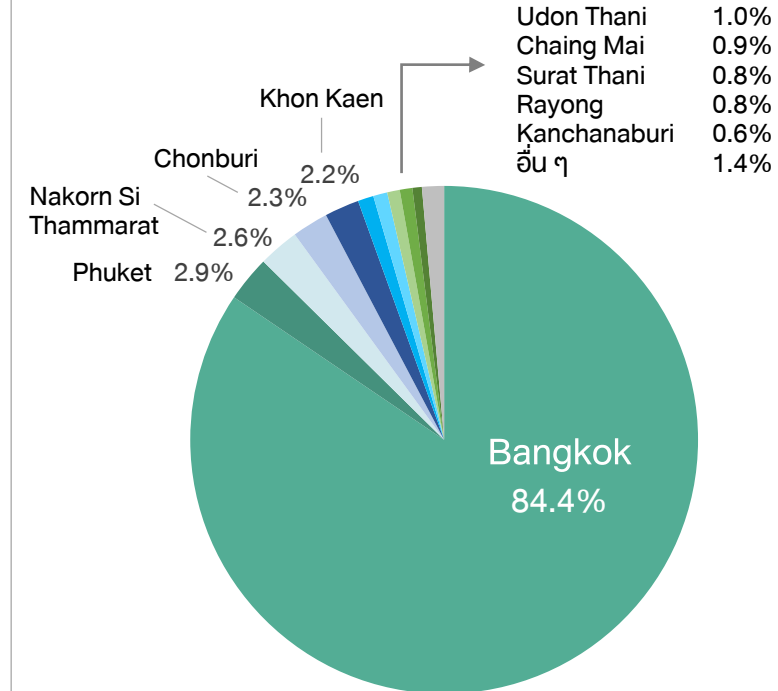


Revenue (ล้านบาท)

หน่วย : ล้านบาท (%yoy)



Top 10 Cities in Thailand



นโยบาย/มาตรการภาครัฐ และแนวโน้มธุรกิจปี 2567

นโยบาย/มาตรการกระตุ้นภาคท่องเที่ยวไทย

ยกระดับให้สามารถท่องเที่ยวทั่วเมืองไทย ได้ตลอด 365 วัน

ด้วยหลักคิดทำการตลาดด้วยอีเวนต์ (Event Marketing)
ผ่านงานเทศกาลงานประเพณีหลักต่าง ๆ ในทุกพื้นที่ทั่วไทย
ให้ครบตลอดทั้งปี ซึ่งจะช่วยผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลาง
แห่งเทศกาล (Festival Hub) ของโลก



จับเคลื่อนการสื่อสาร เชื่อมต่อกับนักท่องเที่ยว

โดยเชิญชวนบุคคลผู้มีชื่อเสียง และผู้นำทางความคิด
ร่วมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
เผยแพร่ข้อมูลไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ
สร้างความเชื่อมั่นให้กับการท่องเที่ยวในประเทศไทย



ส่งเสริมการท่องเที่ยว 55 เมืองรอง

เน้นเอกลักษณ์ท้องถิ่น เป็นจุดขายทางวัฒนธรรม ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว
ควบคู่กับการพัฒนาสินค้าชุมชน ตลอดจนยกระดับการคมนาคม
อำนวยความสะดวกการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทั่วไทย

กระตุ้นนักท่องเที่ยวไทยใช้จ่ายเงินตลอดปี 2567

ด้วยการจัดเทศกาลกระตุ้นการท่องเที่ยว รวมถึงการยกระดับสินค้าชุมชน
และผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของแต่ละจังหวัดและการบริการในแหล่งท่องเที่ยวแบบครบวงจร



มาตรการส่งเสริมท่องเที่ยวช่วง Low Season

1. มาตรการภาษีกระตุ้นท่องเที่ยวเมืองรอง (บุคคลธรรมดา)

หักค่าใช้จ่ายภาษี 15,000 บาท/คน

รายได้ที่ลดหย่อนได้

- ค่าโรงแรม โฮมสเตย์ ที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม
- ค่าใช้จ่ายโถ่
- ค่าใช้จ่ายบริษัทนำเที่ยว

ตั้งแต่ 1 พ.ค. – 30 พ.ย. 67

2. มาตรการภาษีกระตุ้นสัมมนาในประเทศ (นิติบุคคล)

หักรายจ่ายได้ 15-2 เท่าตามรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริง

รายการที่ลดหย่อนได้

- ค่าห้องสัมมนา
- ค่าขนส่ง
- ค่าห้องพัก
- ค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้องในการอบรมสัมมนา

ตั้งแต่ 1 พ.ค. – 30 พ.ย. 67

เอกสารที่ต้องใช้ - ใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบใน
รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์
(e-Tax Invoice & e-Receipt)

นโยบาย/มาตรการกระตุ้นนักท่องเที่ยวต่างชาติ

มาตรการกระตุ้นภาคท่องเที่ยว 3 ระยะ

1. มาตรการระยะสั้น

- เพิ่มประเทศที่ได้รับสิทธิยกเว้นการตรวจลงตรา สามารถพำนักรในประเทศไทยไม่เกิน 60 วัน จากเดิม 57 ประเทศเป็น 93 ประเทศ (เริ่มเดือนมิถุนายน 67)



มาตรการวีซ่าฟรีชั่วคราว
ญี่ปุ่น (ให้กับนักท่องเที่ยว)
ตั้งแต่ 1 ม.ค. 67-31 ธ.ค. 69



มาตรการวีซ่าฟรีถาวร
ไทย-จีน เริ่ม 1 มี.ค. 67

การต่ออายุวีซ่าฟรีชั่วคราว

- รัสเซีย ตั้งแต่ 1 พ.ค. 67-31 ก.ค. 67 (เดิมสิ้นสุด 30 เม.ย. 67)
- อินเดีย/ไต้หวัน ตั้งแต่ 11 พ.ค. 67-11 พ.ย. 67 (เดิมสิ้นสุด 10 พ.ค. 67)
- คาซัคสถาน ตั้งแต่ 1 มี.ค. 67-31 ส.ค. 67 (เดิมสิ้นสุด 29 ก.พ. 67) และไทยได้ร่วมลงนามในความตกลงวีซ่าฟรีถาวรระหว่างไทย-คาซัคสถาน เมื่อ 23 เม.ย. 67 โดยไม่มีกำหนดระยะเวลาสิ้นสุด

- ปรับปรุงรายชื่อประเทศที่ได้รับสิทธิตรวจลงตรา ณ ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมือง (Visa on Arrival: VOA) จากเดิม 19 ประเทศเป็นจำนวน 31 ประเทศ
- เพิ่มการตรวจลงตราประเภทใหม่ Destination Thailand Visa (DTV) เพื่อให้คนต่างด้าวประสงค์จะพำนักรในประเทศไทย เพื่อทำงานและท่องเที่ยวไปพร้อมกัน (Workcation)

2. มาตรการระยะกลาง (เริ่มใช้เดือนกันยายน – ธันวาคม 67)

- จัดกลุ่มและปรับลดรหัสสำหรับการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราว (Non-Immigrant) จากเดิม 17 รหัสเหลือ 7 รหัส
- ปรับหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราวเพื่อการพำนักรในราชอาณาจักรระยะยาว (Long Stay) สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่ประสงค์ใช้ชีวิตบั้นปลายในประเทศไทย
- ปรับลดเงินประกันสุขภาพสำหรับการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราว (Non-Immigrant) รหัส 0-A จากเดิมจำนวน 3 ล้านบาท เหลือ 40,000 บาทสำหรับผู้ป่วยนอก และ 4 แสนบาทสำหรับผู้ป่วยใน (เท่ากับช่วงก่อน COVID-19)
- ขยายการเปิดให้บริการการตรวจลงตราอิเล็กทรอนิกส์ (e-Visa) ณ สถานเอกอัครราชทูต / สถานกงสุลใหญ่ 47 แห่งเป็น 94

3. มาตรการระยะยาว (เริ่มใช้เดือนมิถุนายน 68)

- พัฒนาระบบ Electronic Travel Authorization (eTA) สำหรับกลุ่มคนต่างด้าวที่ได้รับสิทธิยกเว้นการตรวจลงตรา เป็นการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการคัดกรองคนต่างด้าว โดยการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลกับสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

สถานการณ์การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมปี 67 มีแนวโน้มขยายตัว โดยได้รับปัจจัยสนับสนุน

จากมาตรการภาครัฐ และการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นนักท่องเที่ยวหลัก อย่างไรก็ตามความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจโลก และกำลังซื้อที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ อาจทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวไม่เป็นไปตามคาดการณ์



ททท. คาดการณ์ภาคท่องเที่ยวปี 2567 เป้าหมายรายได้ภาพรวม 3 ลบ.



ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ



รายได้
2 ลบ.



จำนวนนักท่องเที่ยว
35 ล้านคน



ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย **57,100** บาท/คน



ตลาดนักท่องเที่ยวไทย



รายได้
1 ลบ.



จำนวนนักท่องเที่ยว
200 ล้านคน-ครั้ง



ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย **5,000** บาท/คน

คาดการณ์รายได้ธุรกิจโรงแรมปี 67



รายได้โรงแรมรวม **9.5** แสนล้านบาท
ขยายตัว **17%**

- รายได้จากห้องพัก 7.4 แสนล้านบาท
- รายได้อื่น 2.1 แสนล้านบาท

กลุ่มโรงแรมระดับ Upscale คาดว่าจะฟื้นตัวได้ดี โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคตะวันออก และภาคใต้จากราคาห้องพักที่ปรับเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามโรงแรมระดับ Economy และ Mid Scale ยังปรับได้อย่างจำกัด



อัตราการเข้าพักเฉลี่ย **70.7%**
สูงกว่าปี 62 ที่อยู่ที่ 70.1 %

จากคาดการณ์นักท่องเที่ยวที่ปรับตัวขึ้น และวันเข้าพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จาก 9.26 วัน ในปี 62 เป็น 10.2 วัน ในปี 67

ปัจจัยสนับสนุน

นโยบาย/มาตรการสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวของภาครัฐ

- ยกระดับการท่องเที่ยวไทย 365 วัน
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
- สร้างความเชื่อมั่นให้การท่องเที่ยว ผ่านการให้ข้อมูลและการสื่อสาร
- มาตรการวีซ่าฟรี

การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

การฟื้นตัวของธุรกิจการบิน โดยคาดการณ์ว่าเที่ยวบินในปี 67-68 จะฟื้นตัวได้ที่ 90-101 % เมื่อเทียบกับช่วงปี 62

ปัจจัยท้าทาย

ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจโลก ทั้งจากภาวะเงินเฟ้อ ความผันผวนของราคาพลังงาน และปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ทำให้นักท่องเที่ยวชะลอการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น

ปัญหาฝุ่น PM2.5 โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคเหนือ

กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยังฟื้นตัวได้ไม่เท่าที่ควร จากปัญหานี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเพื่อให้ทันต่อพฤติกรรม/ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป



การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

เอานำเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบริการ หรือสร้างจุดขายของโรงแรมให้สอดคล้องกับ Trend การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจเพิ่มเติม



Set Jetting Tourism



Event Tourism



Wellness Tourism



Workcation



Woof-cation

ESG

การนำปัจจัยด้านความยั่งยืน
เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ

Carbon Footprint

Energy

Water

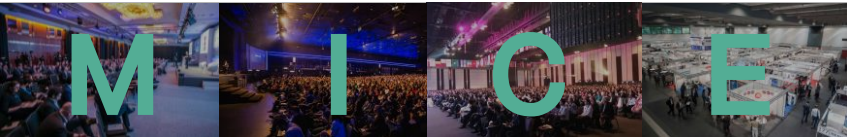
Waste Management

Eco-Friendly Product

Green Design

MICE Tourism

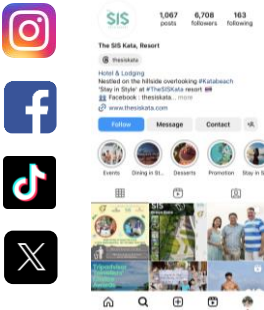
พัฒนาสู่การเป็นศูนย์การประชุมและสัมมนา เพื่อเพิ่มรายได้ทดแทนในช่วง Low Season ซึ่งนอกจากเป็นการเพิ่มช่องทางการหารายได้ใหม่ และยังสามารถเพิ่มการจ้างงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ได้อีกด้วย



Omnichannel

การสื่อสารภาพลักษณ์และจุดขายของโรงแรม
ให้ทั่วถึงผ่าน Omnichannel เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ
นักท่องเที่ยวว่าจะได้รับบริการตามที่คาดหวัง

Social Media



VDO Advertising



Website



Messaging

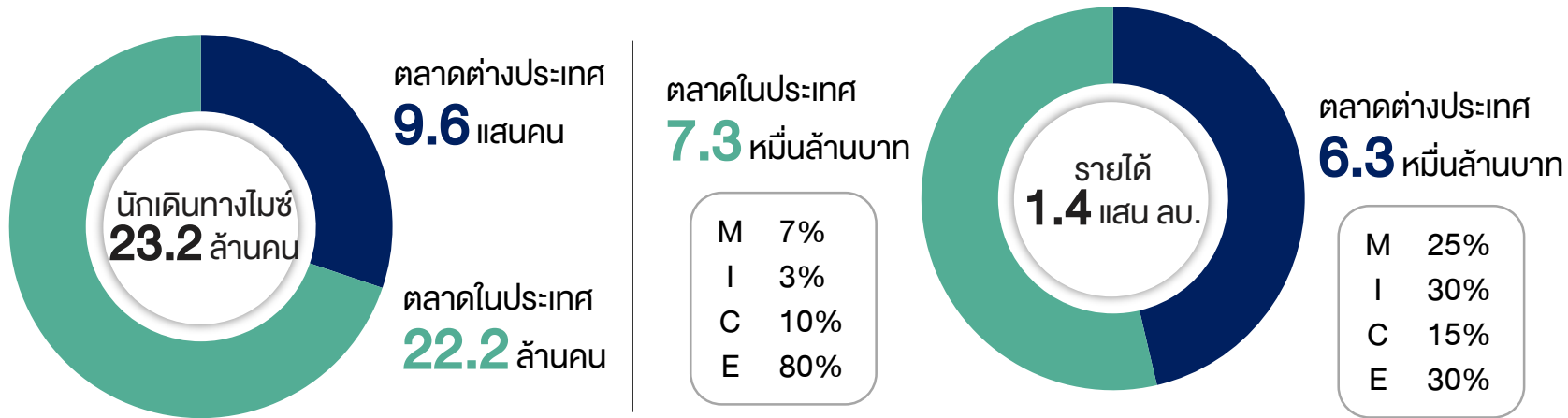


ธุรกิจโมชปี 67 คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่องและกลับมาฟื้นตัวได้ที่ 75%

เมื่อเทียบกับช่วงก่อน COVID-19 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวโมชกว่า 23.2 ล้านราย คาดว่าจะสร้างรายได้ถึง 1.4 แสนล้านบาท



เป้าหมายอุตสาหกรรมโมชในไทยปี 67



ภาครัฐสนับสนุนให้ประเทศไทยพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งประชุมที่ให้มูลค่าและคุณค่าสูง (High Value-Added Destination)

โดยผสมผสานอัตลักษณ์ความเป็นไทย โดยมุ่งเน้นในการจัดงาน 3 ประเภท ได้แก่

- **งานเทศกาลนานาชาติ** มีแผนในการเร่งทำตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เน้นสร้างเครือข่ายผ่านการทำ Roadshow One-on-One Meeting
- **งานแสดงสินค้านานาชาติ** ที่ประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งของอาเซียน และอันดับ 4 ของเอเชีย ในด้านพื้นที่การจัดงานแสดงสินค้า โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายในตลาดสินค้าที่ยังมีการแข่งขันยังไม่สูงนัก
- **งานโมชในประเทศ** (จัดโดยคนไทย) สร้างแคมเปญ ยกทีมประชุม รุมนรักเมืองไทย เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนธุรกิจโมชในประเทศ

ปัจจัยสนับสนุน

ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ ทั้งที่ตั้งที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ประกอบกับค่าครองชีพที่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทำให้การจัดงานใช้งบประมาณไม่มากนัก

ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับธุรกิจโมช ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมที่มีเป็นจำนวนมากในอัตราที่ถูกกว่าประเทศอื่นๆ เส้นทางคมนาคมที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงพื้นที่การจัดงานต่างๆ ที่มีมาเป็นเป็นอัน 1 ในอาเซียน

ปัจจัยท้าทาย

ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจโลก อาจส่งผลให้การจัดงานจากต่างประเทศ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวที่มายังประเทศไทยไม่สูงตามที่คาด

ภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังฟื้นตัวได้ไม่ดีเท่าที่ควร อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการยังไม่จัดงานแสดงสินค้า หรือประชุม/สัมมนา มากเท่าที่ควร โดยเฉพาะผู้ประกอบการระดับ SMEs ที่มีเงินทุนไม่มากพอ อาจชะลอการจัดงานต่างๆ

GSB RESEARCH

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน

