

ASEAN CONNECT

ความเชื่อมโยง
การท่องเที่ยวอาเซียน



สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจกับการท่องเที่ยว

1. นโยบายการเชื่อมโยง

- นโยบาย : พัฒนาระบบการเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างประเทศภายในกลุ่มอาเซียน และต่อเนื่องสู่ประเทศนอกกลุ่มอาเซียน

• แนวทาง :



ทางบก

- พัฒนาเครือข่ายเส้นทางหลวงอาเซียน
- เชื่อมโยงเส้นทางรถไฟสายคุนหมิง - สิงคโปร์



ทางน้ำ

- เครือข่ายโยงลำน้ำในประเทศ และเชื่อมโยง CLMV อย่างเป็นระบบ
- ระบบการเดินทางเรือทางทะเลที่มีประสิทธิภาพ



ทางอากาศ

- พัฒนาเส้นทางบินเชื่อมโยงทั้งภายในกลุ่มอาเซียน และต่อเนื่องสู่ประเทศนอกกลุ่มอาเซียน
- ขยายขีดความสามารถของท่าอากาศยานหลักเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินพาณิชย์ในภูมิภาค

- ประโยชน์ : เพิ่มขีดความสามารถของประเทศไทย ในการเป็น Asean Hub ทั้งด้านการขนส่ง และการท่องเที่ยว

2. Asean Single Destination

ส่งเสริมการตลาดร่วมกัน เพื่อประชาสัมพันธ์อาเซียนในฐานะแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน เช่น การปรับปรุงขั้นตอนการออกวีซ่า การเปิดเสรีทางอากาศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเน้น Asean Brand

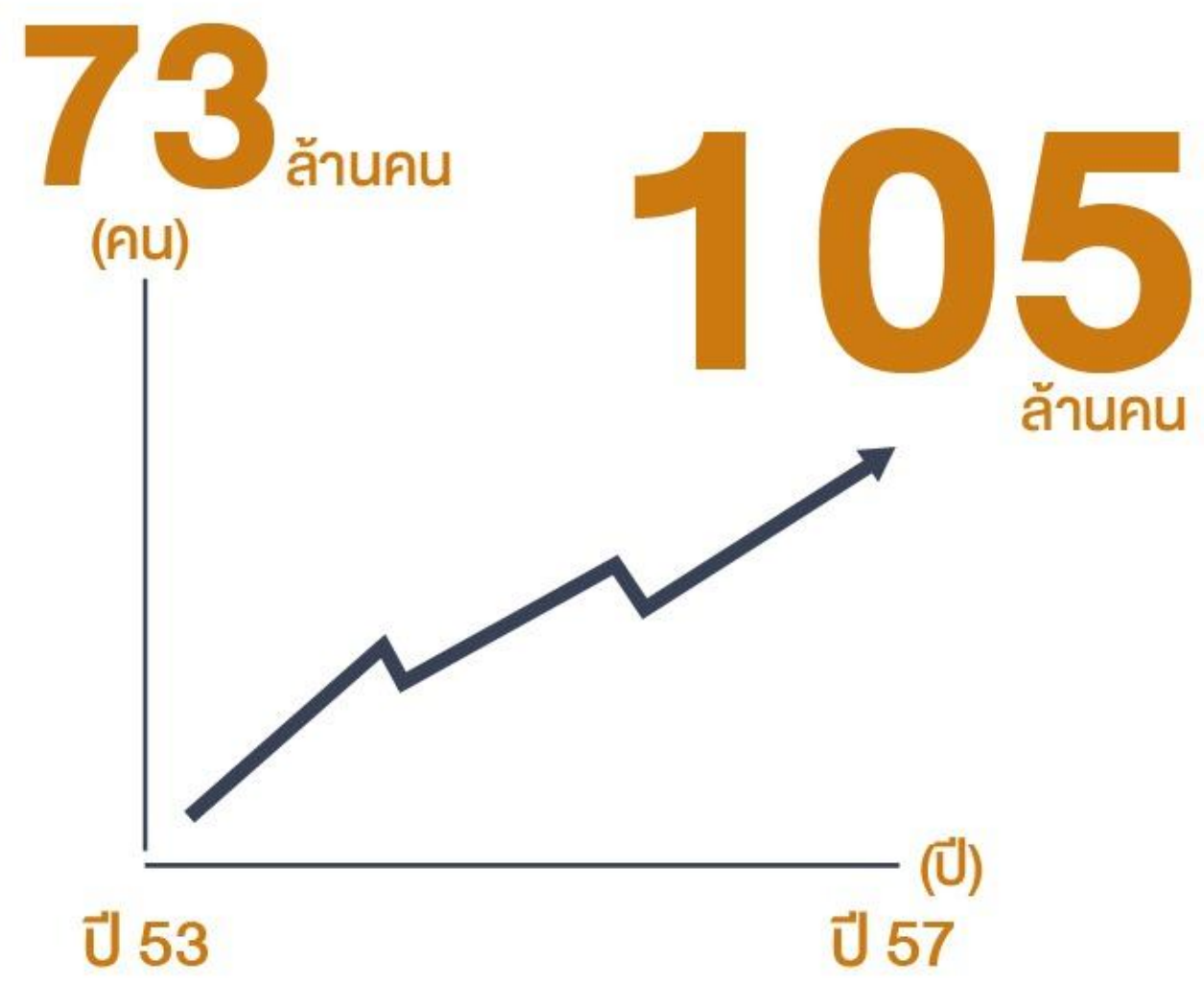
3. ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในเวทีท่องเที่ยวโลก

ในปี 2557 อาเซียนมีนักท่องเที่ยวมาเยือน 105 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 8 ของนักท่องเที่ยวโลก โดยทุกประเทศในอาเซียนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

ASEAN CONNECT



ภาพรวมการท่องเที่ยวนอกอาเซียนในปี 2557



ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ **10** ต่อปี

53.2%
Extra-ASEAN
นักท่องเที่ยวนอกกลุ่มอาเซียน

55 ล้านคน

ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ **11** ต่อปี

ปี 53 → ปี 57

38 ล้านคน

ประเทศที่เดินทางมามากที่สุด **3 อันดับแรก**
จีน - สหภาพยุโรป - เกาหลีใต้

46.8%
Intra-ASEAN
นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน

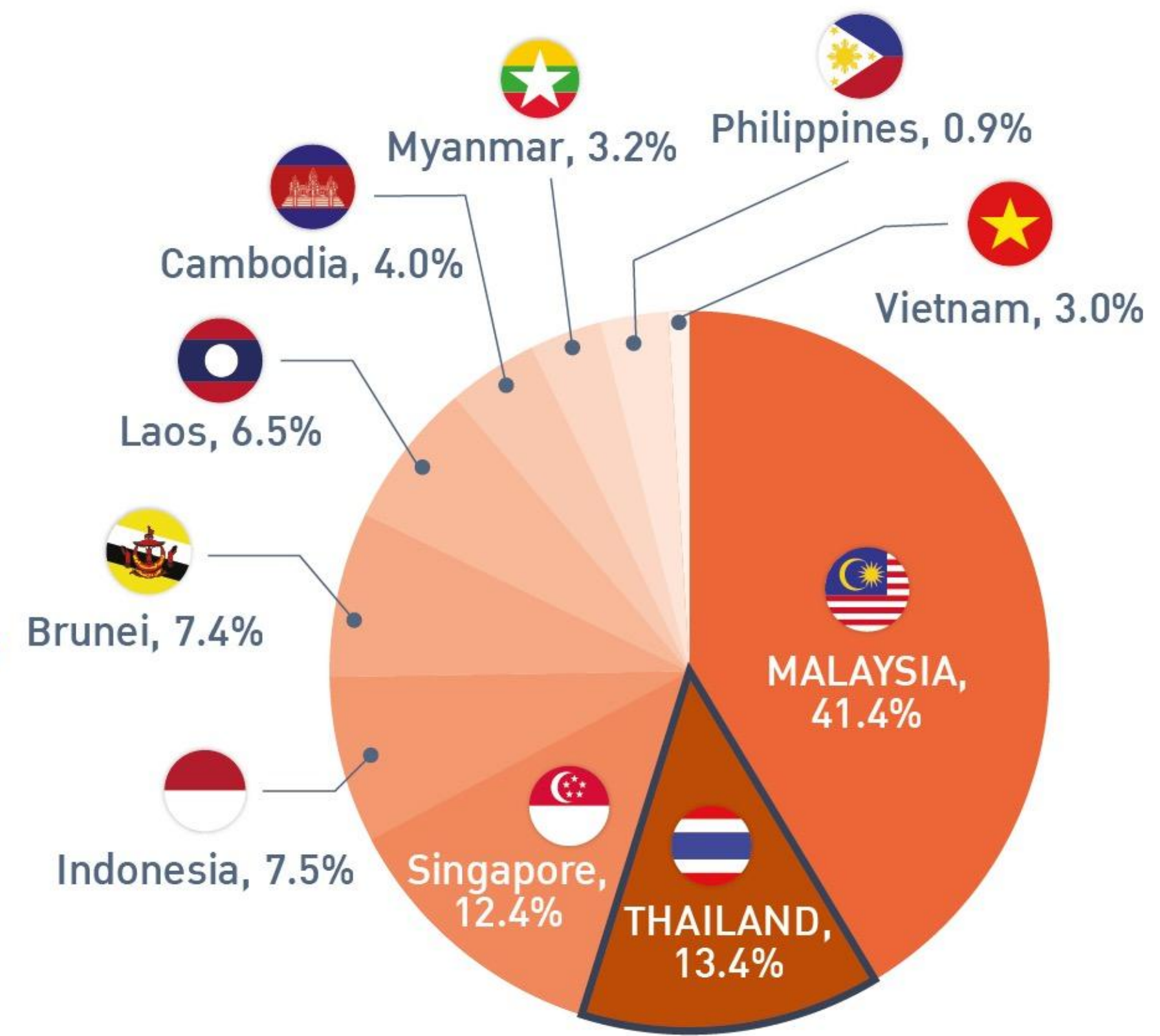
49 ล้านคน

ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ **10** ต่อปี

ปี 53 → ปี 57

35 ล้านคน

ประเทศที่เดินทางมามากที่สุด **3 อันดับแรก**
มาเลเซีย - ไทย - สิงคโปร์





ASEAN CONNECT



1

2

3

4

5

6

7

สถานการณ์นักท่องเที่ยวอาเซียนของไทย ปี 2558

การเติบโตของนักท่องเที่ยวอาเซียน



ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ **10** ต่อปี

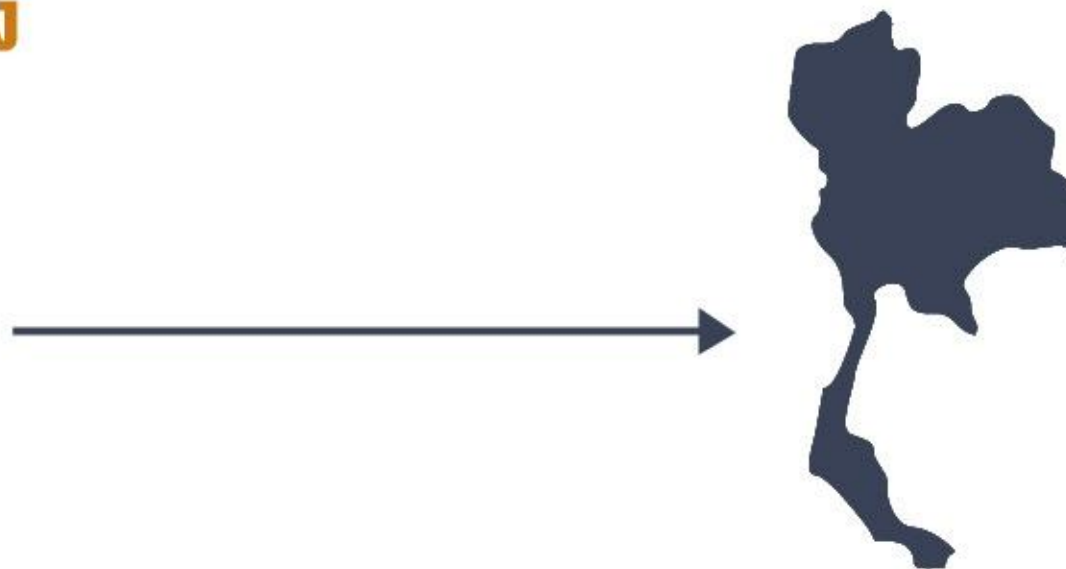
นักท่องเที่ยวอาเซียนมาไทย 3 อันดับแรก

1
มาเลเซีย

2
สปป.ลาว

3
สิงคโปร์

การเดินทาง



- 1  **ทางบก** 53.1%
- 2  **ทางอากาศ** 44.8%
- 3  **ทางน้ำ** 2.1%

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม



กรุงเทพ 1
มากเป็นอันดับที่ 1

(ยกเว้นมาเลเซีย ที่ท่องเที่ยวภาคใต้มากที่สุดเป็นอันดับ 1)
สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



สถานการณ์นักท่องเที่ยวอาเซียนของไทย ปี 2558

การใช้จ่าย

28,076.43
บาท/ทริป



ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
ประเทศไทยเฉลี่ยต่อคน

ประเภทสินค้าที่นิยมซื้อปีสูงสุด 5 อันดับแรก

- 1**
เสื้อผ้า
- 2**
อาหารแห้ง
ของขบเคี้ยว
- 3**
เครื่องหนัง
- 4**
อัญมณี
เครื่องประดับ
- 5**
เครื่องใช้ไฟฟ้า

มาประเทศไทยเพราะ...



1

ท่องเที่ยว / พักผ่อน



2

ติดต่อธุรกิจ



3

ช้อปปิ้ง



4

MICE

โอกาสการขยายตลาดเพิ่ม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว



ศูนย์กลางเชื่อมโยง
และกระจายนักท่องเที่ยว



ขยายเส้นทางบินภายในประเทศ
และเชื่อมโยงอาเซียน



เส้นทางเชื่อมโยง
ระดับเมืองสู่เมือง เมืองสู่ท้องถิ่น
และท้องถิ่นสู่ท้องถิ่น



มีสินค้าและบริการ
ที่ตรงความต้องการ

สำนักงานเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



ผลกระทบจากการรวมอาเซียนต่อภาคการท่องเที่ยว

- **นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น** จากความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ภูมิภาคอาเซียนและระหว่างอาเซียน
- **วันพักในอนาคตของไทยอาจลดลง** และกระจายสู่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ในภูมิภาค
- การเชื่อมต่ออาเซียนจะส่งเสริมให้**เศรษฐกิจเมืองชายแดนขยายตัว**
- การขยายการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน **สร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการไทย**
แต่อาจเกิดปัญหาแรงงานต่างด้าวคืบถึน
- การเป็นศูนย์กลางคมนาคมอาจก่อให้เกิด**ปัญหาความแออัด และประสิทธิภาพการให้บริการ**
ของท่าอากาศยานและด่านชายแดน



แนวทางในการดึงนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

- ส่งเสริมกิจกรรมให้ไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว พักผ่อน ติดต่อธุรกิจ ช้อปปิ้ง และ MICE
- พัฒนาระบบสาธารณูปโภค สินค้าและบริการต่าง ๆ นอกเหนือจากด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของอาเซียนแต่ละชาติ
- เร่งขยายตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศที่มีศักยภาพ และมีสัดส่วนการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยต่ำ เช่น อินโดนีเซีย



ความร่วมมือเชิงแข่งขัน

- ยกกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางรองรับและกระจายนักท่องเที่ยวของอาเซียนทั้งทางบก และทางอากาศ
- ส่งเสริมการลงทุนของนักธุรกิจด้านการท่องเที่ยวไทยในประเทศเพื่อนบ้าน ที่บริการท่องเที่ยวยังเป็นของไทย
- พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับการเดินทางระหว่างประเทศโดยรถยนต์ เพื่อกระตุ้นการแวะพักก่อนเดินทางออกนอกประเทศ หรือกระจายการท่องเที่ยวสู่พื้นที่ตอนในของไทย เช่น พิษณุโลก หนองคาย เชียงราย รวมถึงการเดินทางอากาศ และทางน้ำ
- ส่งเสริมให้ไทยเป็นเริ่มต้นและจุดปลายทางของเส้นทางท่องเที่ยวอาเซียน การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว



นโยบายภาครัฐ

- ASEAN Hub (บก น้ำ อากาศ) และการเชื่อมโยงทุกระดับ
- Weekend Destination
- ส่งเสริมการทำข้อตกลงแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กิจกรรมท่องเที่ยวระหว่างกัน

ASEAN CONNECT

ความเชื่อมโยง
การท่องเที่ยวอาเซียน



สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา