

บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourism and Travel Related Services)

๑. ภูมิหลัง/ลักษณะธุรกิจ

การค้าบริการในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการเจริญเติบโตค่อนข้างมากทั้งในเรื่องมูลค่าตลาด จำนวนผู้ประกอบการ และประเภทของธุรกิจในแต่ละสาขาบริการ มีการแตกกิจกรรมย่อยหลากหลายมากขึ้น แต่ในการเจรจาเพื่อเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างกันจำเป็นต้องมีความชัดเจนในสาขาบริการต่างๆ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในระหว่างประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ได้กำหนดสาขาบริการออกเป็น ๑๒ สาขา ซึ่งในแต่ละสาขายังจำแนกออกเป็นสาขาย่อยหรือกิจกรรมต่างๆ ลงไปอีกโดยให้สอดคล้องกับที่ United Nation (U.N.) กำหนดตาม Provisional Central Product Classification (CPC) โดยในส่วนของสาขาบริการด้านการท่องเที่ยวนั้นครอบคลุมกิจกรรม ๔ กิจกรรมย่อย ดังต่อไปนี้

Sub - Sectors	CPC	Descriptions
A. (Hotels and Restaurants incl. catering	641-643	
Hotel and other lodging services	641	Lodging accommodations provided to transients, for example, hotel, motel, and other lodging services
Food serving services	642	Food preparation and serving services and related beverage serving services: furnished by restaurants, cafes, eating facilities, and refreshment stands; provided by caterers to groups on the premises or elsewhere
Beverage serving services for consumption on the premises	643	Beverage serving services, mostly alcoholic beverages, delivered by bars and similar facilities: with / without entertainment.
B. Travel agencies and tour operator services	7471	Services rendered for passenger travel by: travel agencies, tour operators, and similar services; travel information, advice and planning services; services related to arrangement of tours, accommodation, passenger and baggage transportation; ticket issuance services. These services are provided on a fee or contract basis
C. Tourist guide services	7472	Tourist guide services by tourist guide agencies and own-account tourist guides
D. Other		Other tourism and travel related services

อย่างไรก็ตาม ในการเจรจาการค้าบริการภายใต้กรอบต่างๆ นั้น ประเทศต่างๆ ยังคงมีสิทธิในการระบุดู
ขอบเขต/กิจกรรมที่แตกต่างไปได้

๒. ลักษณะธุรกิจ/การให้บริการด้านการท่องเที่ยว

๒.๑ ลักษณะและสถานการณ์การประกอบธุรกิจ

สาขาธุรกิจ	รายละเอียด
โรงแรม	<ul style="list-style-type: none">- แม้ภาพรวมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นแต่การแข่งขันก็รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมในตลาดขยายธุรกิจอย่างระมัดระวัง อย่างไรก็ตาม ยังคงมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่เพื่อรับกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในปี ๒๕๖๐ ที่มีแนวโน้มดีขึ้น โดยเป็นการเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรมทั้งในรูปแบบการเช่าซื้อ/ควมรวมกิจการธุรกิจโรงแรมในตลาด และในรูปแบบการลงทุนก่อสร้างโรงแรมแห่งใหม่ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เล็งเห็นโอกาสในการลงทุนก่อสร้างโรงแรมเป็นกลุ่มผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ ที่เป็นกลุ่มทุนรายใหญ่- การแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรมที่เป็นไปอย่างรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมแต่ละกลุ่มปรับกลยุทธ์ในรูปแบบแตกต่างกัน โดยในปี ๒๕๖๐ ผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่บรรเทาความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจด้วยการมุ่งเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการรับบริหารโรงแรมมากขึ้น จากเดิมที่สัดส่วนรายได้หลักของผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่ส่วนใหญ่เกินกว่าร้อยละ ๕๐ มาจากการเป็นเจ้าของลงทุนก่อสร้างโรงแรมเอง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่ยังให้ความสำคัญกับการกระจายการลงทุนธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศเพื่อเปิดตลาดใหม่ๆ และบรรเทาการพึ่งพิงรายได้จากธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเป็นหลัก อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้จากการให้บริการอื่นๆ อย่างสถานที่จัดงานประชุมและสัมมนา งานแต่งงานและงานกิจกรรมต่างๆ- สำหรับธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กเผชิญความท้าทายด้านการแข่งขันจากบริการที่พักประเภทอื่นๆ เช่น คอนโดมิเนียม บ้านพัก เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น ซึ่งตั้งราคาที่พักแข่งขันกับโรงแรมระดับสามดาวลงมา โดยนักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเช่าที่พัก ทั้งจากเจ้าของโดยตรงและผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลางที่เป็นเครือข่ายจับคู่ระหว่างเจ้าของที่พักและนักท่องเที่ยว และตัวกลางให้บริการทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (Online Travel Agent)- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าในปี ๒๕๖๐ ธุรกิจโรงแรมน่าจะมีรายได้ ๕๖๔,๐๐๐-๕๗๔,๐๐๐ ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ ๓.๗-๕.๕ ชะลอลงจากปี ๒๕๕๙ ที่เติบโตร้อยละ ๖.๐ จากปี ๒๕๕๘ โดยคาดการณ์ว่ารายได้ของธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่มาจากการให้บริการห้องพักเป็นหลัก โดยเฉพาะการให้บริการห้องพักรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ

สาขาธุรกิจ	รายละเอียด
	<p>โรงแรมยังมีรายได้จากการให้บริการอื่นๆ อย่างสถานที่จัดงาน ที่พบว่าทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรระหว่างประเทศ นิยมใช้บริการโรงแรมเป็นสถานที่จัดงานต่างๆ โดยในปี ๒๕๖๐ ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมนานาชาติอย่าง “World Travel and Tourism Council Global Summit 2017” รวมถึงงานประชุมนานาชาติด้านอื่นๆ เช่น วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์ เป็นต้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมได้รับอานิสงส์จากการให้บริการสถานที่จัดงานและบริการห้องพักเพิ่มมากขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none">- ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่าผลประกอบการของธุรกิจโรงแรมมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทิศทางนักท่องเที่ยว ซึ่งรายได้จากห้องพักขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ระยะเวลาเข้าพัก และราคาห้องพัก โดยรายได้จากการขายห้องพักถือเป็นรายได้หลักคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ ๕๐-๖๐ ของรายได้รวม ส่วนรายได้จากค่าอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๓๐-๓๕ (ขึ้นกับขนาดของโรงแรม โดยโรงแรม ๔-๕ ดาวจะมีสัดส่วนรายได้จากส่วนนี้มากกว่าขนาดเล็ก) และรายได้อื่นๆ ร้อยละ ๕-๑๐- อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาอัตราการขยายตัวของจำนวนห้องพักที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก (Guest Arrivals at Accommodations) ทำให้ยังคงมีปัญหา Oversupply ของห้องพักในบางพื้นที่ ผนวกกับการแข่งขันของสินค้าทดแทนอย่างอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียมที่เปิดให้บริการเช่าเป็นรายวัน (แม้จะเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย แต่ยังไม่มีความเข้มงวดในการลงโทษ) ทำให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate) ของไทยในแต่ละปีไม่สูงนักอยู่ที่ร้อยละ ๖๐-๖๕ เทียบกับฮ่องกง ร้อยละ ๘๐-๘๕ และ สิงคโปร์ ร้อยละ ๘๐-๙๐ อีกทั้งยังทำให้มีการแข่งขันด้านราคาสูงขึ้น จึงอาจกระทบรายได้และอัตราการทำกำไรของธุรกิจโรงแรม
ธุรกิจนำเที่ยว	<ul style="list-style-type: none">- ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว หรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (พรบ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ปี ๒๕๕๑)- ธุรกิจนำเที่ยวเป็นตัวเชื่อมโยงที่สำคัญที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยธุรกิจนำเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น ๓ ประเภท ตามลักษณะใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่<ol style="list-style-type: none">๑) ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ โดยจัดนำเที่ยวจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งที่สำนักงานท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่และจังหวัดใกล้เคียงที่มีพื้นที่ติดต่อกัน ซึ่งแยกเป็นการนำเที่ยวน้อยกว่า ๒๐ คน และนำเที่ยวมากกว่า ๒๐ คน โดยผู้ขอใบอนุญาตประเภทนี้ต้องวางเงินมัดจำ ๑๐,๐๐๐ บาท๒) ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ โดยจัดนำเที่ยวไปสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศได้เฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น โดยผู้ขอใบอนุญาตประเภทนี้ต้องวางเงินมัดจำ ๕๐,๐๐๐ บาท๓) ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ แยกเป็น Inbound ซึ่งจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวจาก

สาขาธุรกิจ	รายละเอียด
	<p>ต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยผู้ขอใบอนุญาตประเภทนี้ต้องวางเงินมัดจำ ๑๐๐,๐๐๐ บาท และ Outbound ซึ่งจัดนำเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ในต่างประเทศ โดยผู้ขอใบอนุญาตประเภทนี้ต้องวางเงินมัดจำ ๒๐๐,๐๐๐ บาท และสามารถประกอบธุรกิจได้ทั้ง Inbound และ Outbound</p> <ul style="list-style-type: none">- จากข้อมูลของสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว (ข้อมูล ณ วันที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๙) มีจำนวนธุรกิจนำเที่ยวที่ลงทะเบียนกับสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จำนวน ๖,๖๔๗ ราย และจำนวนผู้ที่ได้รับใบอนุญาตมัคคุเทศก์ จำนวน ๕๗,๑๗๘ ราย- สำหรับโครงสร้างตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก มีการแข่งขันด้านราคากันอย่างรุนแรงและยังขาดการควบคุมมาตรฐาน- ในส่วนของงานมัคคุเทศก์ ประสบปัญหาหมักคุเทศก์ขาดแคลนเนื่องจากขาดมัคคุเทศก์ที่มีความสามารถและประสบการณ์ และปัญหาผู้มีอิทธิพลรวมทั้ง Nominee ในธุรกิจนำเที่ยวจำนวนมาก จึงควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด
ร้านอาหาร	<ul style="list-style-type: none">- รูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ มีข้อจำกัดด้านเวลา ต้องการความสะดวกสบาย รวมถึงต้องการหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัด ส่งผลให้ผู้คนมีแนวโน้มเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร (Delivery) เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่กระจุกตัวเฉพาะช่วงกลางวัน ช่วงเย็น และในช่วงเทศกาลต่างๆ ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ไม่สามารถสร้างรายได้ ได้อย่างเต็มศักยภาพ ผู้ประกอบการทั้งเซ่นร้านอาหารและร้านอาหารทั่วไปจึงหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้เพิ่มเติมจากบริการ Delivery ด้วยการกระตุ้นการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าตลาดบริการจัดส่งอาหารหรือ Delivery ในปี ๒๕๖๐ น่าจะมีมูลค่า ๒๖,๐๐๐-๒๗,๐๐๐ ล้านบาท เติบโตร้อยละ ๑๑-๑๕ จากปี ๒๕๕๙ โดยการเติบโตอย่างโดดเด่นของตลาดบริการ Delivery ในปี ๒๕๖๐ สวนทางกับภาพรวมตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี ๒๕๖๐ ที่คาดว่าน่าจะเติบโตเพียงร้อยละ ๒-๔ จากปี ๒๕๕๙- การร่วมมือเป็นพันธมิตรกับตัวกลางให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้ร้านอาหารทั่วไปสามารถแข่งขันกับเซ่นร้านอาหาร โดยนอกจากการขยายฐานลูกค้า และการทำการตลาดแล้ว ร้านอาหารทั่วไปยังสามารถเข้าถึงข้อมูลลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการตลาดแข่งขันกับเซ่นร้านอาหารที่มีการพัฒนาช่องทางการสั่งอาหารทางออนไลน์เป็นของตนเอง- ในปี ๒๕๖๐ เซ่นร้านอาหารและร้านอาหารทั่วไปเผชิญความท้าทายที่แตกต่างกัน โดยการขยายสาขาของเซ่นร้านอาหารน่าจะส่งผลให้ลูกค้ามีแนวโน้มกระจายตัวใช้บริการสาขาใหม่ๆ

สาขาธุรกิจ	รายละเอียด
	<p>ที่อาจส่งผลให้รายได้ของสาขาเดิมลดลงหรือเติบโตอย่างชะลอตัวลง สำหรับร้านอาหารทั่วไปส่วนใหญ่มีแนวโน้มเลือกเปิดร้านอาหารที่อยู่ในกระแสความนิยมตามกัน ความท้าทายจึงอยู่ที่การนำเสนออาหารประเภทใหม่ๆ สู้ตลาดเป็นรายแรกๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าในปี ๒๕๖๐ สถานการณ์การแข่งขันในตลาดธุรกิจร้านอาหารยังคงเป็นไปอย่างรุนแรงมากขึ้น โดยต้องจับตาดตลาดบริการจัดส่งอาหาร (Delivery) ที่เป็นตัวกลางให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทเพิ่มขีดความสามารถให้ร้านอาหารทั่วไปสามารถแข่งขันกับเชนร้านอาหาร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการทั้งเชนร้านอาหารและร้านอาหารทั่วไปเผชิญความท้าทายที่แตกต่างกัน โดยยังคงต้องปรับกลยุทธ์อย่างเข้มข้นเพื่อแข่งขันช่วงชิงเม็ดเงินรับประทานอาหารนอกบ้านในปี ๒๕๖๐
<p>MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)^๑</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ปัจจุบันไทยมีศูนย์การประชุมและศูนย์จัดแสดงสินค้าในระดับนานาชาติทั้งสิ้น ๓ แห่ง ได้แก่ ๑) ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร (Bangkok International Trade and Exhibition Convention - BITEC) ๒) IMPACT เมืองทองธานี และ ๓) ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center) และมีโรงแรมระดับ ๕ ดาวในกรุงเทพฯ อย่างน้อย ๕๐ แห่งที่มีห้องประชุมรองรับผู้ร่วมงานถึง ๕,๐๐๐ คนได้ นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีแผนในการสร้างศูนย์ประชุมระดับนานาชาติที่เชียงใหม่และภูเก็ตอีกด้วย - เมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรม MICE ในภาพรวมของประเทศต่างๆ ในเอเชียพบว่า ปัจจุบันไทยมีกิจกรรม MICE เป็นอันดับ ๒ รองจากสิงคโปร์ และสูงกว่าญี่ปุ่น ฮองกง จีน เกาหลี มาเก๊า และฟิลิปปินส์ ซึ่งทำให้รัฐบาลเห็นว่ากิจกรรม MICE เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน
<p>สวนสนุกและสถานพักผ่อนหย่อนใจ^๒</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกิจกรรมที่สร้างความหลากหลายให้การท่องเที่ยว ปัจจุบันไทยมีสวนสนุก อาทิ ดรีมเวิลด์ สวนสยาม ซาฟารีเวิลด์ ไนท์ซาฟารี สวนเสือศรีราชา สวนนงนุช สวนสามพราน ภูเก็ตแฟนตาซี และเมืองโบราณ ซึ่งธุรกิจสวนสนุกและสถานพักผ่อนหย่อนใจมีการแข่งขันไม่สูงนัก เนื่องจากสวนสนุกแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์ของตนเองเหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน - อย่างไรก็ตาม ไทยยังไม่มีสวนสนุกที่มีชื่อเสียงหรือมาตรฐานระดับโลก ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่จะพิจารณาส่งเสริมการลงทุนและกระตุ้นการแข่งขันในด้านนี้ให้มากขึ้น
<p>ขายของที่ระลึก^๓</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจับจ่ายใช้สอยและซื้อของที่ระลึกเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้จ่ายในไทย

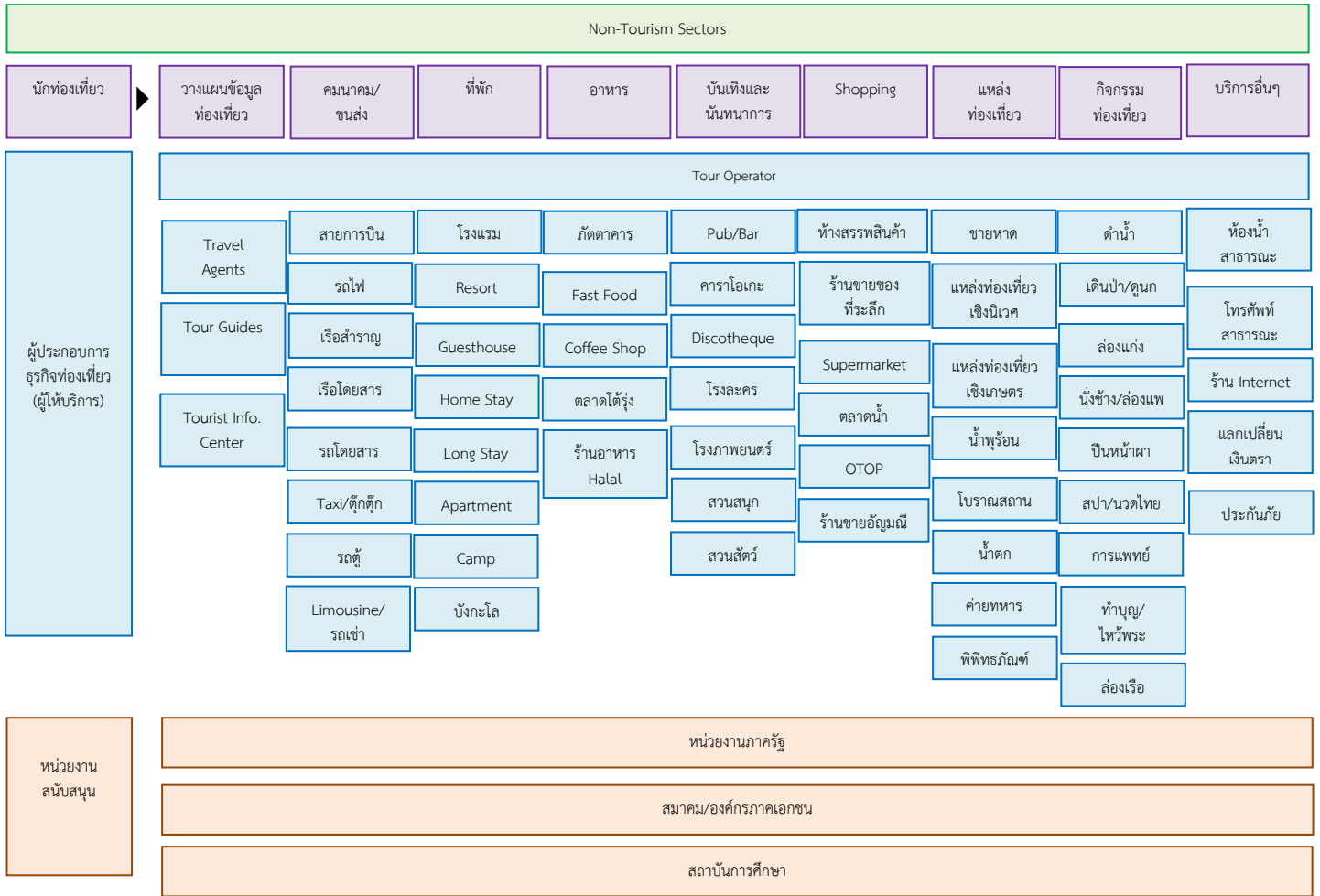
^๑ MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) เป็นธุรกิจที่อยู่ในสาขาบริการธุรกิจ (Business Services)

^๒ สวนสนุกและสถานพักผ่อนหย่อนใจ เป็นธุรกิจที่อยู่ในสาขานันทนาการ วัฒนธรรม และกีฬา (Recreational, Cultural and Sporting Services)

สาขาธุรกิจ	รายละเอียด
	<p>มากที่สุดคือประมาณร้อยละ ๓๐ ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเอเชีย เนื่องจากไทยมีจุดขายด้านสินค้าที่เป็นของฝากราคาถูก มีความหลากหลาย สินค้าบางประเภทมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับโลก อาทิ ผ้าไหม เสื้อผ้า และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น</p> <p>- อย่างไรก็ตาม กิจกรรมการขายของที่ระลึกยังมีปัญหาในด้านลบที่สำคัญได้แก่ การหลอกลวงนักท่องเที่ยวด้านราคาและคุณภาพสินค้า คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน และการผลิตของที่ระลึกยังขาดการจัดการอย่างเป็นระบบ เป็นต้น</p>

^๓ ขายของที่ระลึก เป็นธุรกิจที่อยู่ในสาขาบริการจัดจำหน่าย (Distribution Services)

๒.๒ ห่วงโซ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว



ที่มา : เอกสารประกอบการนำเสนอ โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยวไทย ตามห่วงโซ่คุณค่า ปี พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๕๔ ณ โรงแรม The Emerald กรุงเทพฯ

๓. สถานการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวไทย

๓.๑ สถานการณ์และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวโลก

การท่องเที่ยวทั่วโลกในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา มีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องซึ่งไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่ยังส่งผลดีต่อเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วยเช่นกัน ซึ่งจากรายงาน UNWTO World Tourism Barometer ฉบับเดือน มกราคม ๒๕๖๐ การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๕๙ ร้อยละ ๓.๙ โดยจำนวนของนักท่องเที่ยวในปี ๒๕๕๙ อยู่ที่ ๑,๒๓๕ ล้านคน

ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นสูงสุดด้วยอัตราการเติบโตร้อยละ ๙.๓ โดยมีการกระจายการเติบโตของนักท่องเที่ยวไปยังอนุภูมิภาคต่างๆ ใกล้เคียงกัน เช่น กลุ่มโอเชียเนียมีการเติบโตสูงสุดถึงร้อยละ ๑๐.๑ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ร้อยละ ๙.๔ ซึ่งใกล้เคียงกับเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือที่เติบโตร้อยละ ๙.๓ และเอเชียใต้ที่มีการเติบโตร้อยละ ๘.๑

ทวีปแอฟริกา เติบโตร้อยละ ๑๒.๔ มาจากกลุ่มประเทศใน Sub-Saharan ที่มีอยู่ถึง ๔๙ ประเทศ ครอบคลุมทั้งแอฟริกากลาง แอฟริกาตะวันออก แอฟริกาตะวันตก และแอฟริกาใต้

ทวีปอเมริกา เติบโตร้อยละ ๔.๔ ที่เติบโตสูงสุดคือ กลุ่มประเทศในแถบอเมริกาใต้ร้อยละ ๖.๖ รองลงมา คือ อเมริกากลางร้อยละ ๕.๖ และประเทศในแถบแคริบเบียนร้อยละ ๔.๓ อเมริกาเหนือประมาณการว่าจะมีการเติบโตต่ำสุด

ในขณะที่ **ยุโรป** มีการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางไปท่องเที่ยววันหยุดที่สุทธ้อยู่ที่ ๑.๖ ถึงแม้ประเทศในกลุ่มยุโรปเหนือยุโรปตะวันออกและยุโรปกลาง รวมทั้งประเทศในกลุ่ม EU ๒๘ ประเทศ จะยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในอัตราเพิ่มขึ้นที่สูง ร้อยละ ๖.๔ ร้อยละ ๕.๓ และร้อยละ ๔.๑ ตามลำดับ แต่คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในยุโรปตะวันตกลดลงร้อยละ ๑.๓ ในภูมิภาคคือ ร้อยละ ๓.๘

ตะวันออกกลาง เป็นภูมิภาคเดียวที่ได้รับการคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวจะลดลง ร้อยละ ๖.๔ ซึ่งเป็นการติดลบที่มีมาต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี ๒๕๕๙

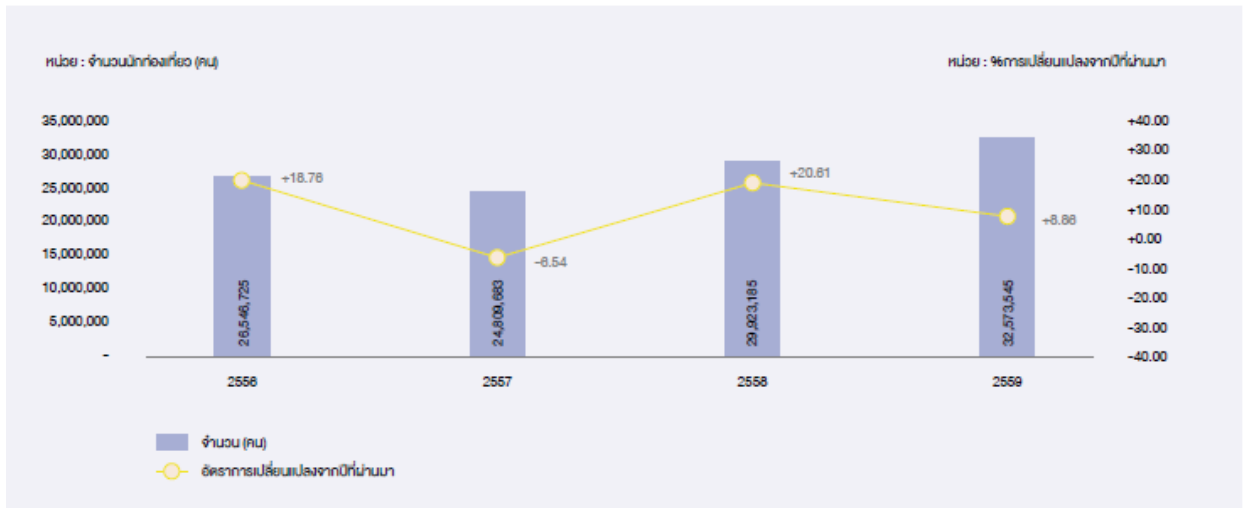
๓.๒ สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๙ และทิศทางการท่องเที่ยวไทย ปี ๒๕๖๐

ปี ๒๕๕๙ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยขยายตัวร้อยละ ๘.๘๖ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในไทยขยายตัวร้อยละ ๖.๔๙ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘ ส่งผลให้ในปี ๒๕๕๙ ไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น ๒.๕๑ ล้านล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ๒.๔ ล้านล้านบาท

(๑) สถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

สถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยปี ๒๕๕๙ มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น ๓๒,๕๗๓,๕๔๕ คน ขยายตัวร้อยละ ๘.๘๖ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘ ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวเกือบทุกกลุ่ม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวตลาดหลัก เช่น รัสเซีย และจีน ที่ขยายตัวสูงถึงร้อยละ ๒๒.๖๕ และ ๑๐.๕๖ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘ ตามลำดับ รวมถึงนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV ที่ขยายตัวสูงร้อยละ ๑๘.๖๘ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘

แผนภาพที่ ๑ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ.๒๕๕๖-๒๕๕๙^E



หมายเหตุ: E- ข้อมูลประมาณการ (ณ วันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๙)

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

สำหรับในด้านรายได้จากการท่องเที่ยวในปี ๒๕๕๙ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวแก่ประเทศไทยรวมทั้งสิ้น ๑,๖๓๗,๘๓๒ ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ ๑๒.๔๐ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘ โดยนักท่องเที่ยวจีนยังคงมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว สามารถสร้างรายได้สูงถึง ๔๓๙,๒๘๗ ล้านบาท ขยายตัวกว่าร้อยละ ๑๕.๓๔ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘ ในขณะที่นักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรปสร้างรายได้สูงถึง ๔๕๘,๓๐๔ ล้านบาท ขยายตัวกว่าร้อยละ ๑๒.๘๔ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๘ ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของรายได้จากนักท่องเที่ยวยุโรปเกือบทุกประเทศ รวมถึงนักท่องเที่ยว CLMV ที่รายได้ขยายตัวสูงถึงร้อยละ ๒๐.๖๖ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ มีส่วนสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

แผนภาพที่ ๒ รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ.๒๕๕๖-๒๕๕๙^E



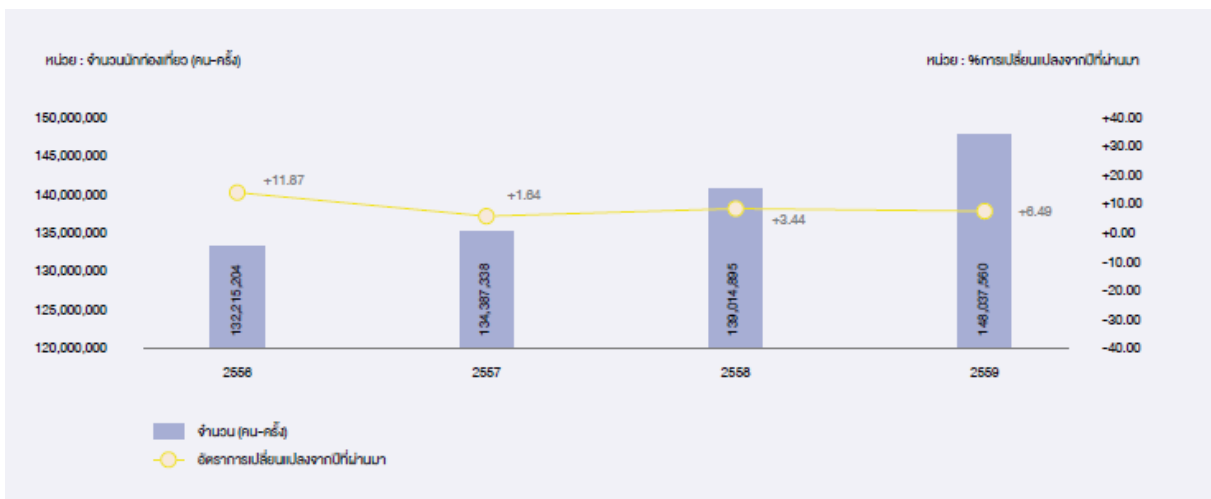
หมายเหตุ: E- ข้อมูลประมาณการ (ณ วันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๙)

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

(๒) สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ

ในปี ๒๕๕๙ การท่องเที่ยวภายในประเทศยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในไทย รวมทั้งสิ้น ๑๔๘ ล้านคน ขยายตัวร้อยละ ๖.๔๙ เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาและก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศรวมทั้งสิ้น ๘๖๙,๕๑๐.๖๓ ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๘.๒๗ เมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๘ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากโครงการต่างๆ โดยเฉพาะ “โครงการ ๑๒ เมืองต้องห้าม.....พลาด” และ “โครงการ ๑๒ เมืองต้องห้ามพลาด.....พลัส” ที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวกระจายตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งจากการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลักสู่เมืองรองและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง อย่างไรก็ตาม อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวภายในปี ๒๕๕๙ ต่ำกว่าอัตราการขยายตัวในปี ๒๕๕๘ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากปี ๒๕๕๘

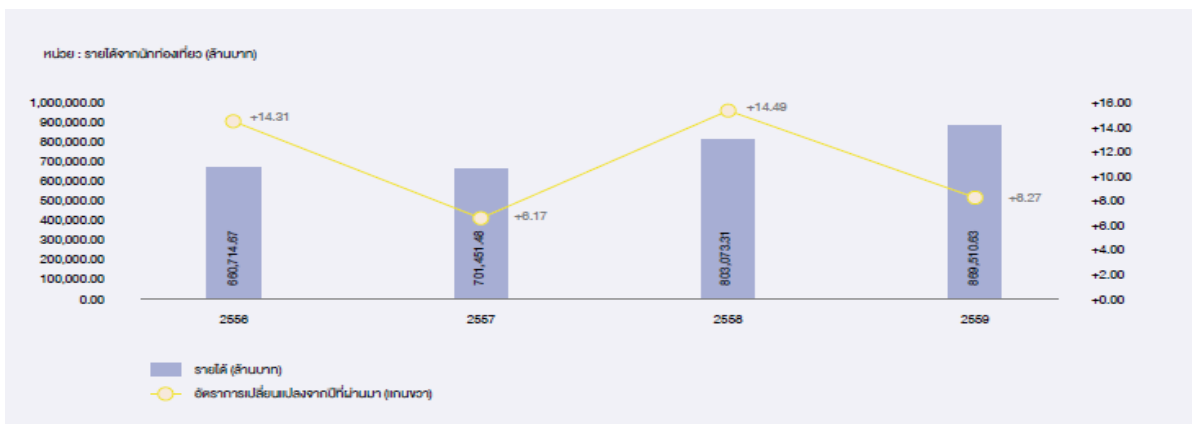
แผนภาพที่ ๓ จำนวนนักท่องเที่ยวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี พ.ศ.๒๕๕๖-๒๕๕๙^E



หมายเหตุ: E- ข้อมูลประมาณการ (ณ วันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๙)

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

แผนภาพที่ ๔ รายได้จากการท่องเที่ยวไทยภายในประเทศ ปี พ.ศ.๒๕๕๖-๒๕๕๙^E



หมายเหตุ: E- ข้อมูลประมาณการ (ณ วันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๙)

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

(๓) แนวโน้มการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศในปี ๒๕๖๐

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) คาดว่าในระหว่างปี ๒๕๕๓ -๒๕๖๓ การท่องเที่ยวมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องโดยจะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ ๓.๘ ต่อปี แต่ในช่วง ๗ ปีที่ผ่านมาพบว่าการท่องเที่ยวโลกเติบโตในอัตราที่สูงกว่าแนวโน้มเฉลี่ยดังกล่าว โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากราคาบัตรโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศที่อยู่ในระดับต่ำ การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก และอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging Country) เช่น จีน และอินเดีย ที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ขณะที่นักท่องเที่ยวจากประเทศตลาดเกิดใหม่อื่นๆ เช่น รัสเซีย บราซิล มาเลเซีย มีแนวโน้มผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านเศรษฐกิจ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวมาโดยตลอด โดยเฉพาะในปี ๒๕๕๙ ที่เกิดเหตุก่อการร้ายและสงครามที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวหลายครั้ง เช่น เหตุรุนแรงในเบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมนี และโดยเฉพาะตุรกี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวยุโรปเดินทางไปท่องเที่ยวกว่าปีละ ๒๗ ล้านคน นอกจากนี้ ผลกระทบจากสงครามในซีเรียและปัญหาความมั่นคงภายในประเทศ เช่น การปฏิวัติและการก่อการร้าย ทำให้นักท่องเที่ยวยุโรปกังวลต่อความปลอดภัยในการเดินทางและทำให้ในช่วง ๑๐ เดือนแรกของปี ๒๕๕๙ ชาวยุโรปเดินทางไปท่องเที่ยวตุรกีลดลงกว่าร้อยละ ๓๐ โดยเปลี่ยนเป้าหมายการท่องเที่ยวสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นซึ่งรวมถึงเอเชียและประเทศไทย

สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกในปี ๒๕๖๐ องค์การการท่องเที่ยวโลกคาดว่าจะเติบโตตามอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว โดยจะขยายตัวไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓.๘ นอกจากนี้ สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association: IATA) คาดว่าการขนส่งโดยสารระหว่างประเทศ ในระหว่างปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๒ จะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ ๓ ต่อปี จึงแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่องของการเดินทางระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตามปัญหาความผันผวนทางเศรษฐกิจ ภัยก่อการร้าย และแนวโน้มราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเครื่องบินที่เพิ่มขึ้น จะเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว

สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยในปี ๒๕๖๐ คาดว่ายังคงเติบโตต่อเนื่องตามแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก โดยได้รับปัจจัยบวกจากราคาบัตรโดยสารเครื่องบินที่อยู่ในระดับต่ำ ค่าเงินดอลลาร์และยูโรที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น การเปิดเส้นทางบินใหม่ของสายการบินต่างๆ ในปี ๒๕๕๙ ที่จะช่วยเพิ่มนักท่องเที่ยวจากเกาหลี เมียนมา รัสเซีย จีน เยอรมนี อิหร่าน โอมาน เป็นต้น ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เปลี่ยนเป้าหมายจากแหล่งท่องเที่ยวในตุรกีสู่ประเทศไทย การขยายท่าอากาศยาน ๓ แห่ง คือ ท่าอากาศยานดอนเมือง ภูเก็ต และอู่ตะเภา ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น ตลอดจนการขยายเส้นทางบินระหว่างประเทศของสายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางระยะใกล้และสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่สงบ

(๔) การวิเคราะห์ SWOT ของภาคการท่องเที่ยวไทย

๔.๑ จุดแข็ง (Strength)

๑. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม อาหาร และความคุ้มค่าด้านราคา เป็นจุดแข็งที่ช่วยดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สะท้อนจากสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มที่กลับมาเยือนซ้ำถึงร้อยละ ๖๑^๕ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาไทยส่วนใหญ่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยตนเองแบบอิสระ (Free Independent Tourist: FIT) ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศได้สูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวแบบทัวร์แล้ว^๖ นักท่องเที่ยวกลุ่มอิสระยังมีลักษณะการท่องเที่ยวที่กระจายตัวเข้าไปในชุมชน ซึ่งช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ของภาคการท่องเที่ยวที่ดีกว่า อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าด้วย

๒. ความสามารถในการแข่งขันภาคการท่องเที่ยวไทย โดยเฉพาะในด้านการให้บริการและความได้เปรียบทางด้านที่ตั้ง สะท้อนจากข้อมูลดัชนีวัดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index: TTCI) ที่จัดทำโดย World Economic Forum ที่ปรับดีขึ้นจากลำดับที่ ๓๕ ของโลกในปี ๒๕๕๘ เป็นลำดับที่ ๓๔ ในปี ๒๕๖๐

๔.๒ จุดอ่อน (Weakness)

๑. การจัดอันดับด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดย TTCI ปี ๒๕๖๐ ไทยถูกจัดอยู่อันดับรองสุดท้ายของอาเซียนจากความเสี่ยงด้านอาชญากรรมและความปลอดภัยในการเดินทาง

๒. บริการขนส่งสาธารณะที่ยังล้าหลังประเทศคู่แข่ง โดยไทยมีจุดอ่อนทางด้านการขนส่งทางบกและทางน้ำ จากผลประเมินของดัชนี TTCI ปี ๒๕๖๐ สอดคล้องกับผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติจัดทำโดยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งรายงานว่าคุณภาพการให้บริการขนส่งสาธารณะเป็นปัจจัยเดียวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่พอใจ

๓. ความไม่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม รายงานจาก World Economic Forum ปี ๒๕๕๙ ด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ไทยติดอันดับที่ ๑๑๖ ของโลก เป็นอันดับ ๕ รองทั้ง สเปน ลาว และเมียนมา (ซึ่งธรรมชาติสมบูรณ์) เนื่องจากขาดความเข้มงวดด้านการใช้กฎหมายดูแลสิ่งแวดล้อม

๔. การมุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์ทางด้านราคามากกว่าคุณภาพ โดยเฉพาะในตลาดทัวร์จีนที่มีรูปแบบการทำแบบเครือข่ายเพื่อสร้างอำนาจผูกขาดและความได้เปรียบทางด้านราคาเพื่อดึงดูดลูกค้าจำนวนมาก ซึ่งแม้ว่าจะทำให้เกิดการเติบโตอย่างก้าวกระโดดในแง่จำนวนนักท่องเที่ยว แต่ในแง่กำไรของผู้ประกอบการกลับมีแนวโน้มลดลง^๗ ในขณะที่การมุ่งเน้นกลยุทธ์ทางด้านคุณภาพด้วยการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าผ่านระดับราคาที่สูงขึ้น

^๕ ผลสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวไตรมาสที่ ๔ ปี ๒๕๕๙ จำนวน ๓๕๐ ราย โดยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

^๖ ผลสำรวจการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยกรมการท่องเที่ยว ในปี ๒๕๕๘ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบอิสระมีค่าใช้จ่าย ๔,๖๙๒ บาท ต่อคนต่อวัน และมีระยะเวลาพัก ๑๑ วัน ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อทริปเท่ากับ ๕๒,๓๕๓ บาทต่อทริป ซึ่งสูงกว่าการใช้จ่ายของกลุ่มทัวร์ที่ ๓๙,๕๖๒ บาท ต่อทริป

^๗ ข้อมูลจากสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) ชี้ว่าช่วงที่ผู้ประกอบการทัวร์ในตลาดจีนสามารถทำกำไรสูงสุดคือช่วงที่นักท่องเที่ยวจีนมีจำนวนประมาณ ๗-๘ ล้านคนต่อปี ขณะที่การเติบโตเชิงปริมาณในระยะหลังทำให้รายได้ลดลงถึงขาดทุนจากระดับราคาที่อยู่ในระดับต่ำ

๔.๓ โอกาส (Opportunity)

๑. **การพัฒนากิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่** ภาคการท่องเที่ยวไทยพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำคัญ ในขณะที่การลงทุนในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ยังมีจำกัด ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชน ตลอดจนการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การแข่งขันกีฬา การจัดมหกรรมอาหาร รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายของภาครัฐ (First S-curve และ New S-curve) เป็นต้น จะช่วยให้ไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

๒. **การขยายตลาด** การขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างประเทศไปยังตลาดศักยภาพกลุ่มอื่นที่มีการใช้จ่ายสูง และระยะเวลาพักนาน เช่น ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม นอกจากจะช่วยเพิ่มรายได้จากภาคการท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยลดความผันผวนด้านฤดูกาลของภาคการท่องเที่ยวได้จากการที่แต่ละประเทศมีเทศกาลวันหยุดแตกต่างกันไป โดยจะทำให้เกิดความต่อเนื่องทั้งในด้านการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการลงทุน อีกทั้งยังช่วยลดระดับการพึ่งพาสถานที่ใดสถานที่หนึ่งมากเกินไป ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงในกรณีที่เกิด Shock ขึ้นกับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว อาทิ ในกรณีของกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินมาตรการปราบปรามทัวร์ผิดกฎหมาย ทำให้รายรับภาคการท่องเที่ยวโดยรวมชะลอลงในช่วงครึ่งหลังของปี ๒๕๕๙ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนมีสัดส่วนถึงประมาณ ๑ ใน ๓ ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

๓. **การเพิ่มความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มเดิม** เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของไทยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short-haul) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาการวางแผนล่วงหน้าสั้น การเพิ่มความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวหรือการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ จึงถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ไทยสามารถใช้เพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันที่การเดินทางระหว่างประเทศผ่านการขนส่งทางอากาศมีความสะดวกมากขึ้นและต้นทุนที่ลดลงมาก นอกจากนี้ การมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวระยะใกล้สูงยังถือเป็นโอกาสที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวฟื้นเร็วกว่าในกรณีที่เกิดสถานการณ์อ่อนไหวต่างๆ ขึ้นด้วย

๔.๔ ภัยคุกคาม (Threats)

๑. **การก่อการร้าย** ในประเทศต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อบรรยากาศและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวอาจยกเลิกแผนการเดินทางในทันที

๒. **การแข่งขันจากตลาดต่างประเทศ** ที่รุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ทั้งการแข่งขันในด้านราคา การทำแผนการตลาดเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาด โดยเฉพาะมาตรการอำนวยความสะดวกด้านวีซ่า และสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งทำให้ไทยจำเป็นต้องมีการดำเนินนโยบายเชิงรุกและมีความยืดหยุ่น ในการดำเนินมาตรการเพื่อให้การดึงดูดนักท่องเที่ยวมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

๓. **ปัญหาเศรษฐกิจและความผันผวนของค่าเงินของประเทศต้นทาง** ส่งผลผ่านรายได้ที่ลดลง (Income effect) และต้นทุนที่เพิ่มขึ้น (Cost effect) ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวชะลอการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งถือว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยออกไป

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย ๒๕๖๐

(๕) ข้อตกลงร่วมว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียน (Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals - MRA on TP)

๕.๑ วัตถุประสงค์และสาระสำคัญของ MRA บุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน

MRA บุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียนมีวัตถุประสงค์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้เกิดการเคลื่อนย้ายบุคลากรวิชาชีพในสาขาการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน (Foreign Tourism Professional) และช่วยให้การศึกษาหรือฝึกอบรมบุคลากรวิชาชีพในประเทศสมาชิกอาเซียนสอดคล้องกัน รวมถึงมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มประเทศสมาชิกได้ ทั้งนี้ ผู้ผ่านการรับรองคุณสมบัติและได้รับใบรับรองมาตรฐานวิชาชีพดังกล่าว สามารถเดินทางไปทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนได้ แต่ยังคงปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องของประเทศที่เข้าไปทำงาน เช่น การขอ visa เข้าประเทศ การขอ work permit เป็นต้น

สำหรับสาระสำคัญของ MRA บุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน กำหนดให้ประเทศสมาชิกพิจารณาสมรรถนะของบุคลากรในตำแหน่งต่างๆ โดยใช้คุณสมบัติ การศึกษา การฝึกอบรม และ/หรือประสบการณ์ในการทำงาน เป็นเกณฑ์พื้นฐานในการรับรองมาตรฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน โดยสำนักเลขาธิการอาเซียนได้จัดทำหลักสูตรสมรรถนะมาตรฐานอาเซียน (ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals: ACCSTP) ใน ๒ สาขา ๖ แผนก ๓๒ ตำแหน่งงานประกอบด้วย

๑) สาขาที่พัก (Hotel Service) จำนวนรวม ๒๓ ตำแหน่งงาน แบ่งเป็น

- (๑) แผนกแม่บ้าน (Housekeeping) มี ๖ ตำแหน่งงาน
- (๒) แผนกต้อนรับ (Front Office) มี ๕ ตำแหน่งงาน
- (๓) แผนกประกอบอาหาร (Food Production) มี ๗ ตำแหน่งงาน
- (๔) แผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Services) มี ๕ ตำแหน่งงาน

๒) สาขาการเดินทาง (Travel Service) จำนวนรวม ๙ ตำแหน่งงาน แบ่งเป็น

- (๑) แผนกธุรกิจนำเที่ยว (Travel Agencies) มี ๔ ตำแหน่งงาน
- (๒) แผนกบริหารธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operation) มี ๕ ตำแหน่งงาน

๕.๒ สถานะการดำเนินการล่าสุด

ประเทศไทยอยู่ระหว่างการดำเนินการจัดทำร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว พ.ศ..... เพื่อให้ประเทศไทยสามารถปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว (MRA on TP) อย่างครบถ้วนในฐานะประเทศสมาชิก และนำไปสู่การขับเคลื่อนภารกิจด้านการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว สอดรับกับการเตรียมความพร้อมด้านการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยวตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

(๖) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ.๒๕๕๙-๒๕๖๘ (ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025)

๖.๑ ความเป็นมา

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบในหลักการแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน ๒๕๕๙-๒๕๖๘ เมื่อวันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๕๙ และแผนยุทธศาสตร์ได้รับการรับรองจากรัฐมนตรีท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน

เมื่อวันที่ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๙ ณ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ โดยแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน ๒๕๕๙-๒๕๖๘ ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของอาเซียนว่า “ภายในปี ๒๕๖๘ อาเซียนจะเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และมีความหลากหลาย พัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ยั่งยืนเท่าเทียม ครอบคลุมในทุกมิติอย่างสมดุล เพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์ด้าน เศรษฐกิจสังคม และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนอาเซียน”

๖.๒ ทิศทางยุทธศาสตร์

ภายใต้วิสัยทัศน์ที่หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน (ASEAN National Tourism Organisations: ASEAN NTOs) ได้ตกลงร่วมกัน มีการกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์หลัก ๒ ด้าน คือ (๑) การยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทางเดี่ยว ซึ่งประกอบด้วย ๗ กลยุทธ์^๗ และ (๒) การพัฒนาการท่องเที่ยวของอาเซียนอย่างยั่งยืนและเท่าเทียม ซึ่งประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์^๘ ทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนอาเซียน

๖.๓ สถานะการดำเนินการล่าสุด

ไทยอยู่ระหว่างการเผยแพร่การดำเนินงานของกรมการท่องเที่ยวตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน ๒๕๕๙-๒๕๖๘ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับทราบ และมีส่วนร่วมในการกำหนด แนวทางการดำเนินการตามแผนดังกล่าว รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงาน การท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน

(๗) กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

กฎหมายของไทยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวของต่างชาติ

ด้านการประกอบธุรกิจ	ด้านการทำงานของคนต่างด้าว
๑. พรบ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. ๒๕๔๒	๑. พรบ. คนเข้าเมือง พ.ศ. ๒๕๒๒
๒. พรบ. ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. ๒๕๒๒	๒. พรบ.การบริหารจัดการการทำงานต่างด้าวปี ๒๕๖๐
๓. พรบ. โรงแรม พ.ศ. ๒๕๔๗	๓. พรฎ. กำหนดงานในอาชีพและวิชาชีพที่ห้าม คนต่างด้าวทำ พ.ศ. ๒๕๒๒
- สัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติให้เป็นไปตาม พรบ. การประกอบธุรกิจของคนต่าง	- กำหนดให้งานมีคุณค่าหรือจัดนำเที่ยว

^๗ (๑) ยกระดับการทำตลาดและประชาสัมพันธ์ (๒) พัฒนาสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (๓) กระตุ้นการลงทุนในภาค การท่องเที่ยว (๔) พัฒนาศักยภาพ ชีตความสามารถของทรัพยากรบุคคล (๕) ดำเนินการตามมาตรฐานการท่องเที่ยวของอาเซียน และพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวของอาเซียนสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และแหล่งท่องเที่ยว (๖) เชื่อมโยงแหล่ง ท่องเที่ยวและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว และ (๗) ยกระดับการอำนวยความสะดวกในการเดินทางภายในภูมิภาค

^๘ (๑) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐและภาคเอกชนในห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว (๒) พัฒนามาตรการรักษาความ ปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์และการจัดการมรดกทรัพยากร และ (๓) ยกระดับมาตรการรักษาสิ่งแวดล้อมและการ ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

ด้านการประกอบธุรกิจ	ด้านการทำงานของคนต่างด้าว
<p>ด้าว (บัญชี ๓ ของพรบ.๗)</p> <p>๔. พรบ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. ๒๕๕๑</p> <ul style="list-style-type: none"> - สัดส่วนหุ้นของต่างชาติให้ได้ไม่เกินร้อยละ ๔๙ และกรรมการของบริษัทเกินกึ่งหนึ่งต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทย - มัคคุเทศก์ต้องมีสัญชาติไทย 	<p>เป็นงานห้ามคนต่างด้าวทำ</p>

ประเภทธุรกิจ	สรุปกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
โรงแรม	<ul style="list-style-type: none"> ■ ธุรกิจโรงแรม (ยกเว้นการจัดการโรงแรม) เป็นธุรกิจในบัญชี ๓ ของ พรบ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวฯ ซึ่งหากต่างชาติต้องการเข้ามาลงทุนโดยถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ ๔๙ ต้องมาขออนุญาตจากอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ■ พรบ. โรงแรม พ.ศ ๒๕๔๗ <ol style="list-style-type: none"> ๑. ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมต้องได้รับใบอนุญาต และต้องจัดให้มีผู้จัดการคนหนึ่งเป็นผู้มีหน้าที่จัดการโรงแรม ๒. ผู้ขอรับใบอนุญาต <ul style="list-style-type: none"> - จะต้องมิใช่มีถิ่นกำเนิดหรืออยู่ในประเทศไทย - ถ้าผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นห้างหุ้นส่วนหรือนิติบุคคล ผู้แทนของนิติบุคคลผู้จัดการ หรือผู้เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการต้องมีถิ่นกำเนิดหรือถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ๓. ผู้จัดการโรงแรม จะต้องเป็นผู้ได้รับวุฒิปับตรหรือมีประสบการณ์ตามที่คณะกรรมการส่งเสริมและกำกับธุรกิจโรงแรมประกาศกำหนดหรือมีหนังสือรับรองว่าได้ผ่านการฝึกอบรมวิชาการบริหารจัดการโรงแรมตามหลักสูตรที่คณะกรรมการฯ รับรอง ■ โรงแรมเป็นธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ซึ่งอนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นได้ถึงร้อยละ ๑๐๐ โดยจะต้องมีจำนวนห้องพักไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ห้อง ส่วนสิทธิประโยชน์จะขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจนั้นตั้งอยู่ในเขตใด
ร้านอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> ■ เป็นธุรกิจที่ในบัญชี ๓ ของ พ.ร.บ การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวฯ

ประเภทธุรกิจ	สรุปกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
	ซึ่งหากต่างชาติต้องการเข้ามาลงทุนโดยถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ ๔๙ ต้องมาขออนุญาตจากอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว
ธุรกิจนำเที่ยว	<p>■ พ.ร.บ ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ ๒๕๕๑ จะประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องได้รับใบอนุญาตโดยมีคุณสมบัติ</p> <p>(๑) หากเป็นบุคคลธรรมดา ต้องมีสัญชาติไทย และมีภูมิลำเนาหรือถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักรไทย</p> <p>(๒) หากเป็นห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ผู้เป็นหุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิดชอบเป็นผู้มีสัญชาติไทย</p> <p>(๓) ถ้าเป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ทุนของบริษัทไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๑ ต้องเป็นของบุคคลธรรมดาซึ่งมีสัญชาติไทย และกรรมการของบริษัทเกินกึ่งหนึ่งต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทย</p>
มัคคุเทศก์	งานในอาชีพ และวิชาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำ บัญชีท้ายพระราชกฤษฎีกากำหนดในอาชีพและวิชาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำ พ.ศ. ๒๕๒๒ อาชีพมัคคุเทศก์เป็น ๑ ใน ๓๙ อาชีพสงวน ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวทำ

๘. ข้อผูกพันสาขาท่องเที่ยวของไทยในเวทีต่างๆ

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีข้อผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการสาขาท่องเที่ยวภายใต้กรอบความตกลงด้านการค้าระหว่างประเทศ ๙ กรอบ ได้แก่

- (๑) องค์การการค้าโลก (WTO)
- (๒) กรอบความตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS)
- (๓) ความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (Thailand-Australia Free Trade Agreement: TAFTA)
- (๔) ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement: JTEPA)
- (๕) ความตกลงการค้าเสรีไทย-ชิลี (Thailand- Chile Free Trade Agreement)
- (๖) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ASEAN-China Free Trade Agreement: ACFTA)
- (๗) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลี (ASEAN-Korea Free Trade Agreement: AKFTA)

(๘) ความตกลงเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ (Agreement Establishing the ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area: AANZFTA)

(๙) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (ASEAN- India Free Trade Agreement)

สำนักการค้าบริการและการลงทุน
กันยายน ๒๕๖๐

ตารางเปรียบเทียบพันธกรณีไทยในสาขาบริการด้านการท่องเที่ยวในเวทีต่างๆ

กิจกรรม	กรอบความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ								
	WTO	AFAS (๙ th)	TAFTA	JTEPA	ACFTA (๓ rd package)	TCFTA	AKFTA	AANZFTA	AIFTA
	(๑) บริการข้ามพรมแดน	(๒) การบริโภคนอกประเทศ	(๓) การจัดตั้งธุรกิจ	(๔) การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา					
A.บริการโรงแรมที่พัก Hotel lodging service (CPC ๖๔๑๑)	(๑) ไม่มีผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบบริษัทจำกัด ต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV ^๙ (b) ICT ^{๑๐}	(๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบบริษัทจำกัดต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องไม่เกิน กึ่งหนึ่ง <u>บริการโรงแรมระดับ หกดาวขึ้นไปหรือ ซูพีเรียร์ดีลักซ์ (CPC ๑.๑ ส่วนหนึ่ง ของ ๖๓๑๑๑)</u> (๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) การรวมลงทุน ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน	(๑) ต้องจดทะเบียน ในไทย (๒) ต้องจดทะเบียน ในไทย (๓) ผูกพันในรูปแบบ บริษัทจำกัดต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๖๐% เฉพาะโรงแรมและ รีสอร์ทที่มีห้องตั้งแต่ ๑๐๐ ห้อง และมีทุน จดทะเบียนชำระ แล้วตั้งแต่ ๘๐๐ ล้านบาท ๔ ผูกพันเฉพาะ (a) ICT- ทั้งนี้สาขา ของนิติบุคคลต้อง นำเงินเข้าประเทศ	(๑) ไม่มีผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบ บริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้นได้ ไม่เกิน ๔๙% เฉพาะโรงแรมและ รีสอร์ทที่มีห้อง ตั้งแต่ ๑๐๐ ห้อง และมีทุนจด ทะเบียนชำระแล้ว ตั้งแต่ ๘๐๐ ล้าน บาท สามารถถือ หุ้นได้ ๖๐% โดย มีเงื่อนไขว่าต้อง เป็นธุรกิจที่จด ทะเบียนในไทย	(๑) ไม่มี ข้อจำกัด (๒) ไม่มี ข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบ บริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้น ได้ไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้น ต่างชาติต้องไม่ เกินกึ่งหนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	<u>บริการโรงแรม ระดับหกดาว ขึ้นไปหรือ ซูพีเรียร์ดีลักซ์ (CPC ๑.๑ ส่วนหนึ่งของ ๖๓๑๑๑)</u> (๑) ไม่มี ข้อจำกัด (๒) ไม่มี ข้อจำกัด (๓) การร่วม ลงทุนต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๗๐% (๔) ผูกพัน เฉพาะ	(๑) ไม่มีผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบ บริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้นไม่ เกิน ๔๙%	(๑) ไม่มีผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบบริษัท จำกัด ต่างชาติถือหุ้น ไม่เกิน ๔๙%	(๑) ไม่มีผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบ ของบริษัจำกัด ต่างชาติถือหุ้นไม่ เกิน ๔๙% จำนวน ผู้ถือหุ้นต่างชาติ ต้องไม่เกินกึ่งหนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT

^๙ Business Visitor (BV) – อนุญาตให้พำนักได้ไม่เกิน ๙๐ วันและต่ออายุได้ไม่เกิน ๑ ปี

^{๑๐} Intra-corporate Transferee (ICT) – ผูกพันเฉพาะผู้จัดการ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญพิเศษ จะต้องได้รับการจ้างจากบริษัทดังกล่าวออกประเทศไทยอย่างน้อย ๑ ปี นับจากวันที่ขอเข้าประเทศและมีคุณสมบัติตามที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการจัดหางานกำหนด อนุญาตให้พำนักได้ไม่เกิน ๑ ปี และต่ออายุได้ ๓ ครั้ง ครั้งละไม่เกิน ๑ ปี ยกเว้น ความตกลง TAFTA อนุญาตให้พำนักได้ ไม่เกิน ๑ ปี และต่ออายุได้ ๕ ครั้ง ครั้งละไม่เกิน ๑ ปี

กิจกรรม	กรอบความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ								
	WTO	AFAS (๙ th)	TAFTA	JTEPA	ACFTA (๓ rd package)	TCFTA	AKFTA	AANZFTA	AIFTA
(๑) บริการข้ามพรมแดน	(๒) การบริการในต่างประเทศ			(๓) การจัดตั้งธุรกิจ		(๔) การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา			
บริการที่พักริมทาง Motel loading services (CPC ๖๔๑๒)	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	๗๐% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT (๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปของบริษัทจำกัด ต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินกึ่งหนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV	ไทยไม่น้อยกว่า ๓ ล้านบาท สำหรับจ้างคนต่างชาติ ๑ คน และให้จ้างคนต่างชาติได้ไม่เกิน ๑๐ คน (b) CSS ^{๑๑} - นิติบุคคลที่จดทะเบียนในไทยจะต้องมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วอย่างน้อย ๒ ล้านบาท ต่อลูกจ้าง ๑ คน และอนุญาตให้จ้างต่างชาติได้ ๑๐ คน (c) BV (๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	และมีสัดส่วนนี้ต่อทุนไม่เกิน ๓ ต่อ ๑ (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) ICT (๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(a) BV (b) ICT (๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน

^{๑๑} Contractual Service Supplier (CSS) อนุญาตให้ทำงานได้ ๑ ปี ต่ออายุครั้งละ ๑ ปี รวมทั้งหมดไม่เกิน ๓ ปี

กิจกรรม	กรอบความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ								
	WTO	AFAS (๙ th)	TAFTA	JTEPA	ACFTA (๓ rd package)	TCFTA	AKFTA	AANZFTA	AIFTA
(๑) บริการข้ามพรมแดน	(๒) การบริโภคในต่างประเทศ			(๓) การจัดตั้งธุรกิจ	(๔) การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา				
บริการบ้านพักหรือศูนย์ สำหรับวันหยุด Holiday center and holiday home services (CPC ๖๔๑๙๒)	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(b) ICT (๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบของ บริษัทจำกัด ต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้น ต่างชาติต้องไม่เกินกึ่ง หนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน
บริการที่พักสำหรับ กางเต็นท์พักแรมและ คาราวาน Camping and caravan services (CPC ๖๔๑๙๕)	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบของ บริษัทจำกัด ต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้น ต่างชาติต้องไม่เกินกึ่ง หนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่มี ข้อจำกัด (๒) ไม่มี ข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบ บริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้น ได้ไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้น ต่างชาติต้องไม่ เกินกึ่งหนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบ บริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้นไม่ เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV โดย จะต้องไม่ เกี่ยวข้องกับการ ขายตรงต่อ สาธารณชนหรือ ให้บริการโดยตรง (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบบริษัท จำกัด ต่างชาติถือหุ้น ไม่เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV โดยจะต้องไม่ เกี่ยวข้องกับการขาย ตรงต่อสาธารณชน หรือให้บริการโดยตรง (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน

กิจกรรม	กรอบความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ								
	WTO	AFAS (๙ th)	TAFTA	JTEPA	ACFTA (๓ rd package)	TCFTA	AKFTA	AANZFTA	AIFTA
(๑) บริการข้ามพรมแดน	(๒) การบริโภคในต่างประเทศ			(๓) การจัดตั้งธุรกิจ		(๔) การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา			
บริการร้านอาหาร Restaurant Services (CPC ๖๔๒๑๐)	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันเฉพาะบริษัทจำกัดต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปของบริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินกึ่งหนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันเฉพาะบริษัทจำกัดต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน ๖๐% เฉพาะร้านอาหารที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ ๔๕๐ ตารางเมตรขึ้นไป และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตั้งแต่ ๕๐ ล้านบาท ๔ ผูกพันเฉพาะ (a) ICT- ทั้งนี้สาขาของนิติบุคคลต้องนำเงินเข้าประเทศไทยไม่น้อยกว่า ๓ ล้านบาท สำหรับจ้างคนต่างชาติได้ไม่เกิน ๑๐ คน (b) CSS- นิติบุคคลที่จดทะเบียนในไทยจะต้องมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วอย่างน้อย ๒	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัดต่างชาติ ๖๐% สัดส่วนหนี้สินต่อทุนไม่เกิน ๓:๑ เฉพาะร้านอาหารที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ ๔๕๐ ตารางเมตรขึ้นไปและมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ตั้งแต่ ๕๐ ล้านบาท (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) ICT	(๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปบริษัทจำกัดต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินกึ่งหนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันเฉพาะบริษัทจำกัดต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน ๖๐% สัดส่วนหนี้สินต่อทุนไม่เกิน ๓:๑ เฉพาะร้านอาหารที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ ๔๕๐ ตารางเมตรขึ้นไป และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วตั้งแต่ ๕๐ ล้านบาท (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปบริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV โดยจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับการขายตรงต่อสาธารณชนหรือให้บริการโดยตรง (b) ICT (c) CSS	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปบริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV โดยจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับการขายตรงต่อสาธารณชนหรือให้บริการโดยตรง (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปของบริษัทจำกัดต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องไม่เกินกึ่งหนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT

กิจกรรม	กรอบความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ								
	WTO	AFAS (๙ th)	TAFTA	JTEPA	ACFTA (๓ rd package)	TCFTA	AKFTA	AANZFTA	AIFTA
(๑) บริการข้ามพรมแดน	(๒) การบริการในต่างประเทศ			(๓) การจัดตั้งธุรกิจ		(๔) การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา			
D.อื่น ๆ (Other) บริการจัดการโรงแรม Hotel management services (part of CPC ๑.๑: ๖๓๑๑๐)	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันเฉพาะ บริษัทจำกัดต่างชาติ ถือหุ้นได้ไม่เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบของ บริษัทจำกัด ต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้น ต่างชาติต้องไม่เกินกึ่ง หนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน	(๑) ไม่มีข้อจำกัด (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบ บริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้นได้ ไม่เกิน ๔๙% จำนวนผู้ถือหุ้น ต่างชาติต้องไม่ เกินกึ่งหนึ่ง (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่มี ข้อจำกัด (๒) ไม่มี ข้อจำกัด (๓) การร่วม ลงทุนต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๗๐% (๔) ผูกพัน เฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบ ของบริษัทจำกัด ต่างชาติถือหุ้นไม่ เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT (c) CSS	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่มีข้อจำกัด (๓) ผูกพันในรูปแบบของ บริษัทจำกัดต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกิน ๔๙% (๔) ผูกพันเฉพาะ (a) BV (b) ICT	(๑) ไม่ผูกพัน (๒) ไม่ผูกพัน (๓) ไม่ผูกพัน (๔) ไม่ผูกพัน

สำนักการค้าบริการและการลงทุน

กันยายน ๒๕๖๐

