



พลิกโฉม...การท่องเที่ยวเหนือ รับเทรนด์ **Wellness & Creative Tourism**

ธนพร ตั้งตระกูล
พิมพ์ชนก แย้มสงค์
ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ

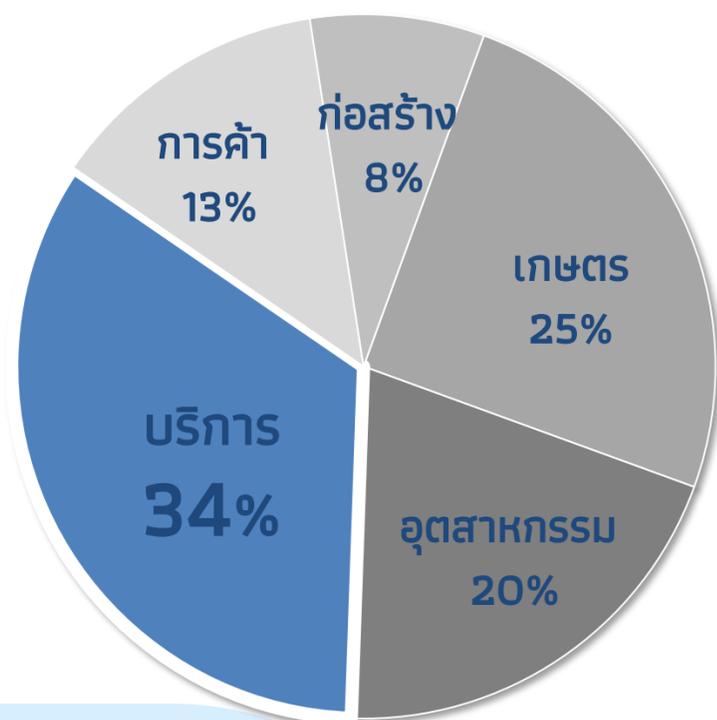


I. สถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวภาคเหนือ

ภาคท่องเที่ยวเป็นเครื่องยนต์สำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคเหนือ

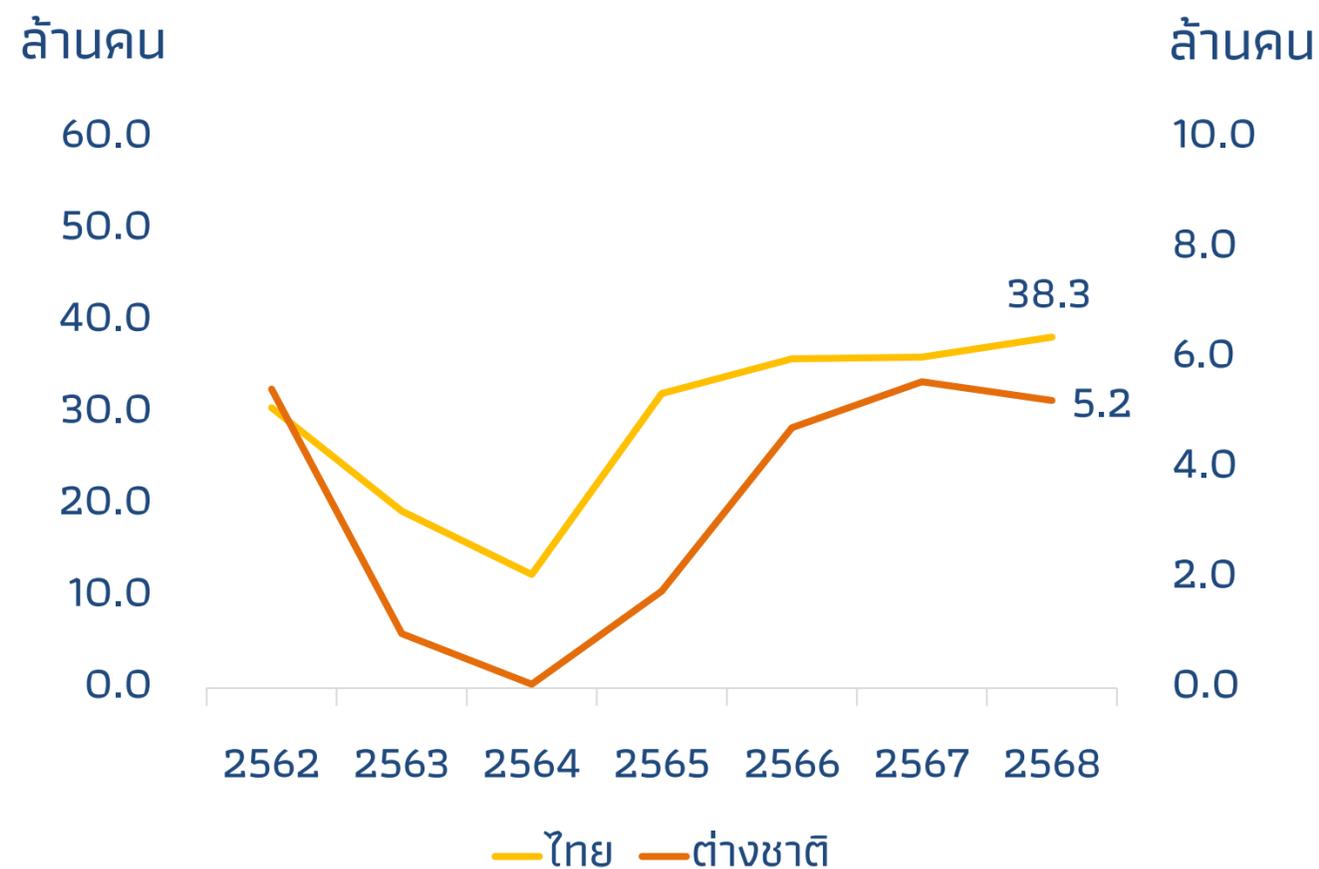
สาขาเศรษฐกิจสำคัญของภาคเหนือ

15.4% สัดส่วน
ภาคการท่องเที่ยว
ต่อ GRP



หมายเหตุ : 1) โครงสร้างเศรษฐกิจภาคเหนือ ปี 65 2) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมจากการท่องเที่ยว โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2566 คิดเป็น 15.4% ต่อ GRP ภาคเหนือ

จำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ



รายรับนักท่องเที่ยว (ต่อหัว)	
ไทย	4,702 บาท
ต่างชาติ	10,756 บาท

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, คำนวณโดย สปท.



II. ธุรกิจท่องเที่ยวเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน

โครงสร้างนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปหลังโควิด

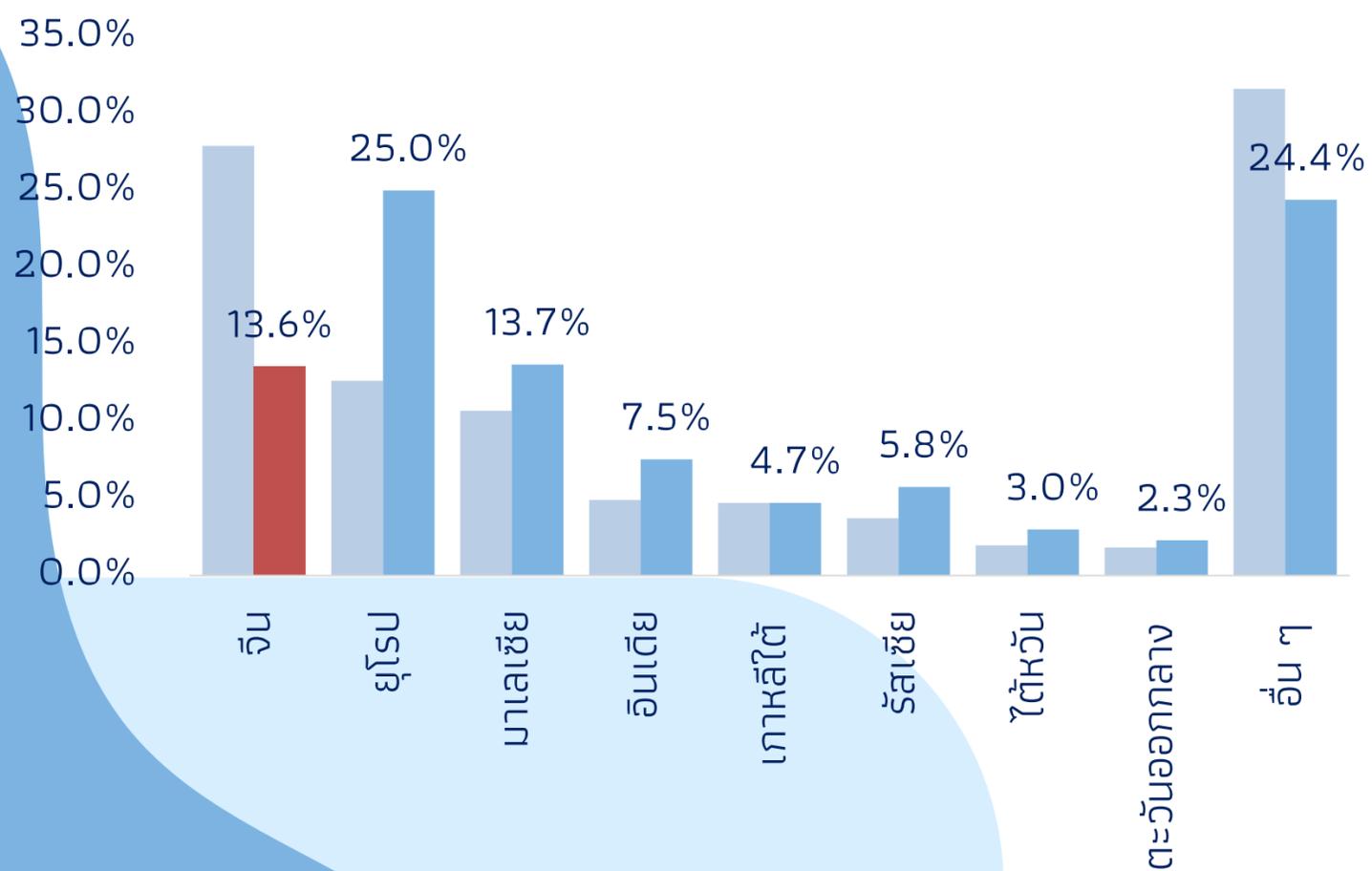
พึ่งพาจีนลดลง สัญชาติอื่นเข้ามามากขึ้น



สัดส่วนนักท่องเที่ยว

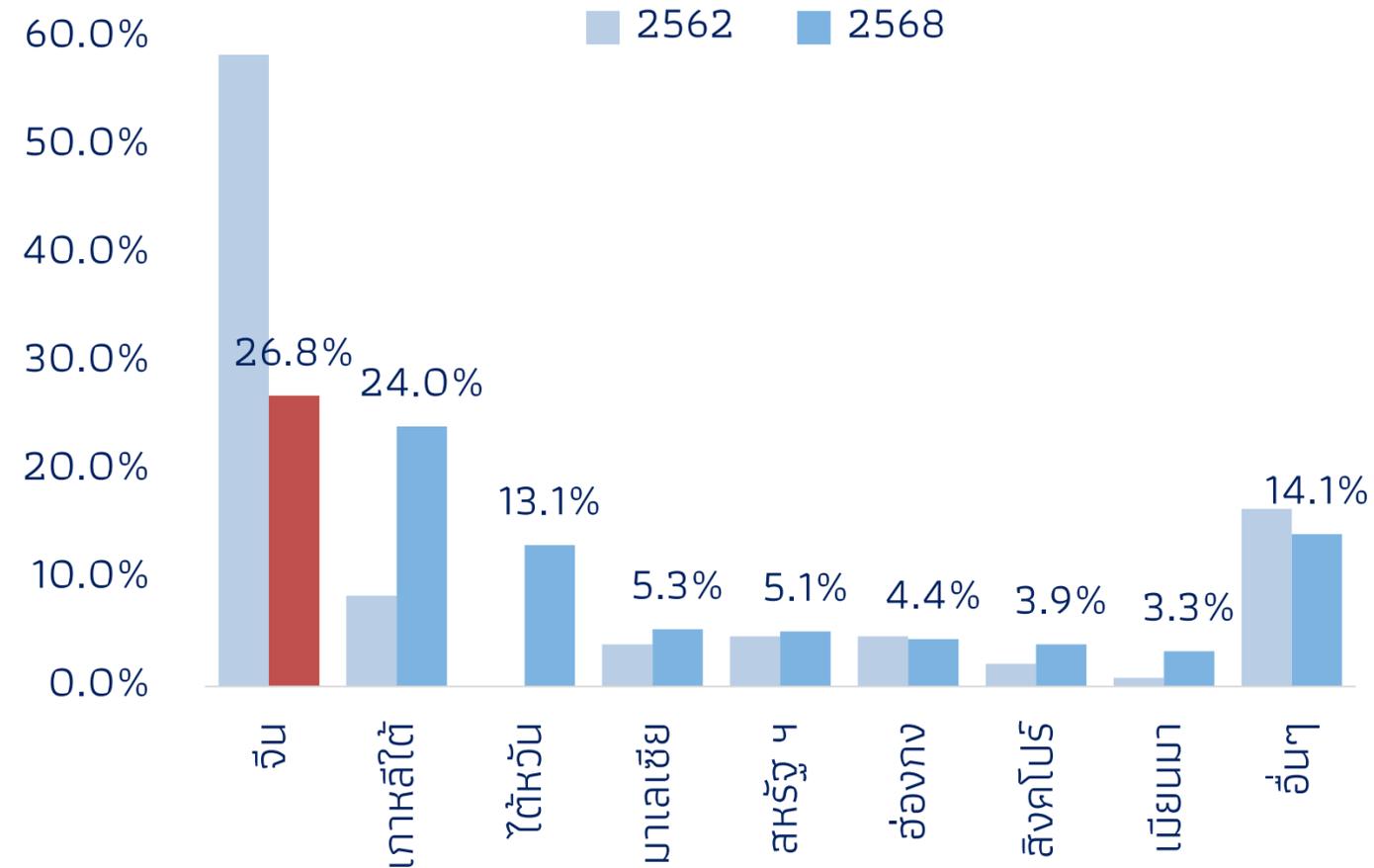
ประเทศ

■ 2562 ■ 2568



ภาคเหนือ

■ 2562 ■ 2568

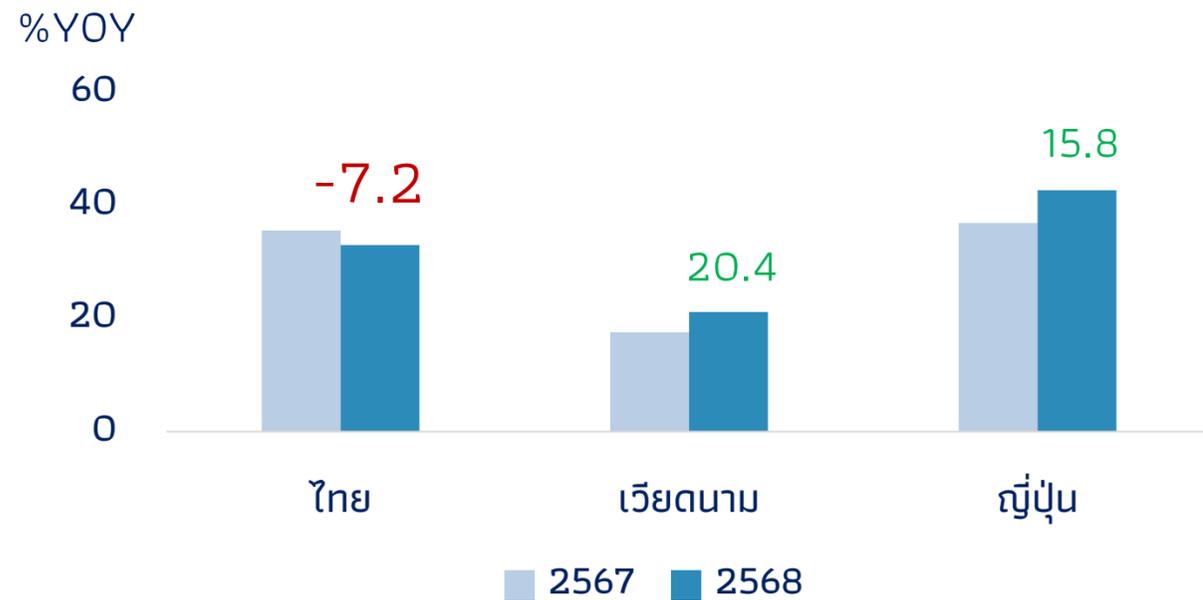


ที่มา : สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง, คำนวณโดย สปท.

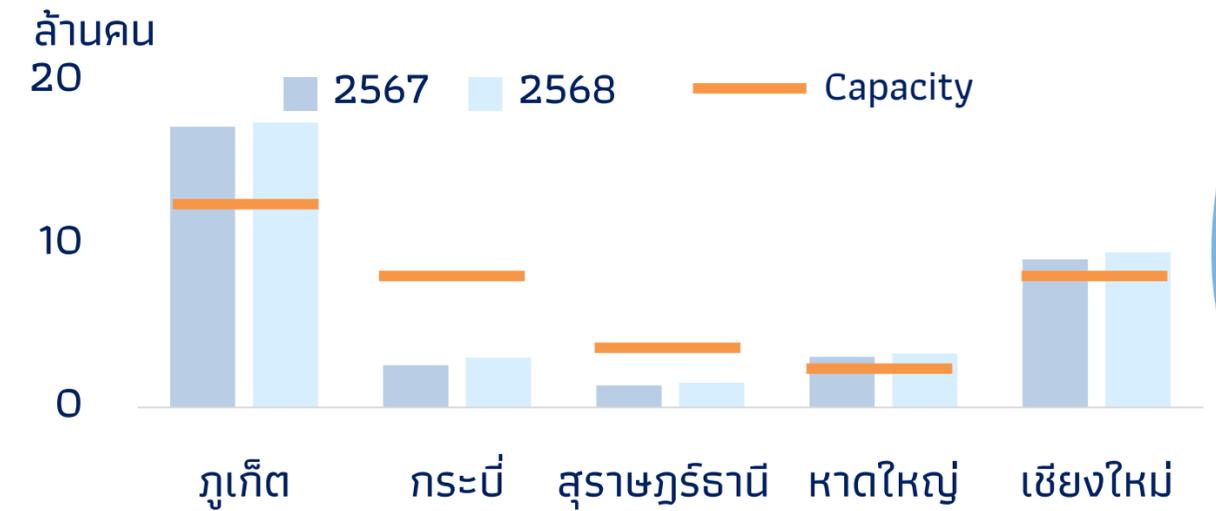
การเปลี่ยนแปลงของตลาดและปัญหาเชิงโครงสร้าง กระทบความสามารถในการแข่งขัน



1. ธุรกิจท่องเที่ยวไทยเผชิญการแข่งขันจากต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะจากเวียดนามและญี่ปุ่น



2. โครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอ สนามบินจังหวัดหลัก ในภูมิภาคมีข้อจำกัดด้าน capacity



ที่มา : บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), กรมท่าอากาศยาน, คำนวณโดย สปท.

ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนต่อวัน (หน่วย : USD)	ที่พัก (ss. 2-3 ดาว)			
		\$ 42	\$ 164	\$ 53
อาหาร		\$ 10	\$ 20	\$ 17
เดินทาง		\$ 4.4	\$ 13	\$ 9.7

หมายเหตุ : การเติบโตของนักท่องเที่ยวขาเข้าในแต่ละประเทศ, ที่มา: CEIC คำนวณโดย สปท.
ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนต่อวัน, ที่มา : www.whereandwhen.net

3. ปัญหาที่พิกแรมล้นตลาด (oversupply) ในภาคเหนือ



ที่มา : ข้อมูลจาก Booking.com คำนวณโดย สปท.

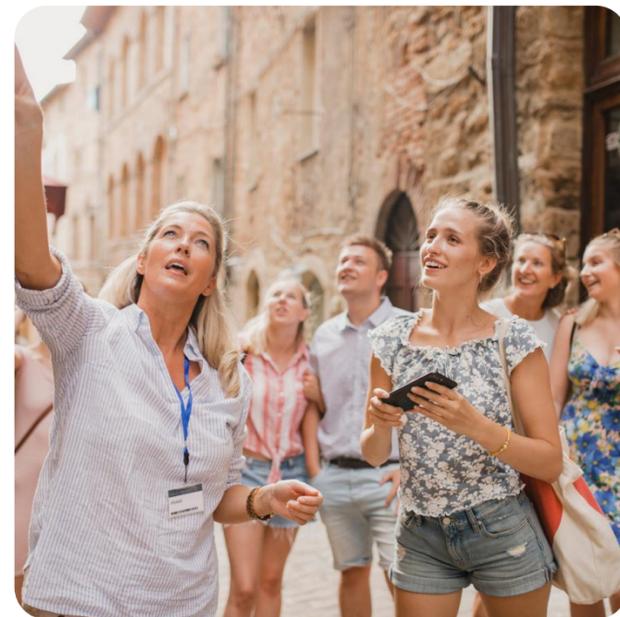


III. ความท้าทาย...สู่การ**ปรับตัว**

ในระยะสั้น ธุรกิจท่องเที่ยวภาคเหนือ ปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด



ขยายกลุ่มลูกค้า
ศักยภาพหลากหลายชั้น



เพิ่มสินค้าและบริการ
ใหม่ให้ตรงใจลูกค้า
[Private tour]



สร้างกระแสในออนไลน์
เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์



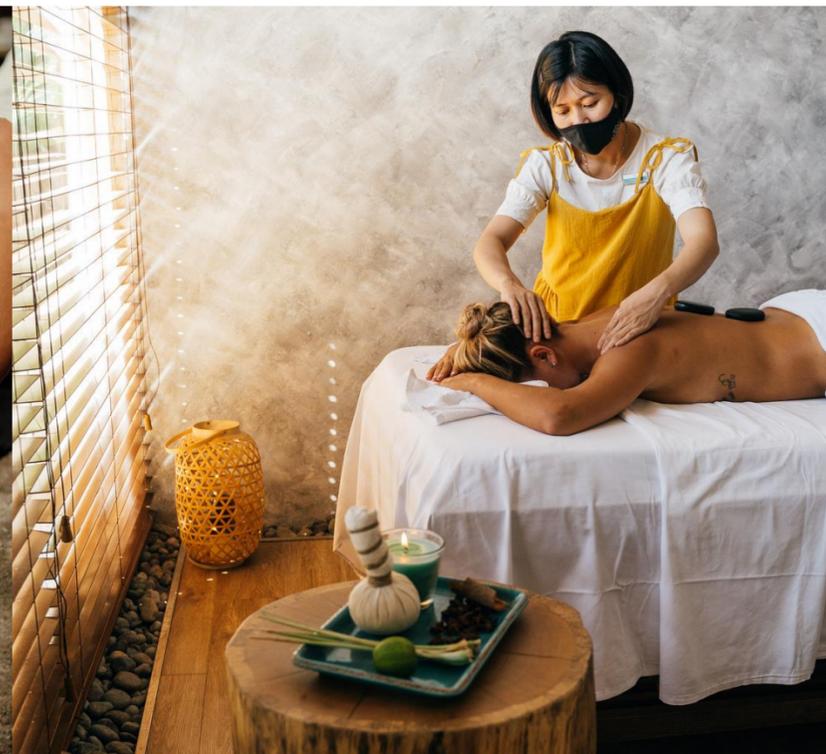
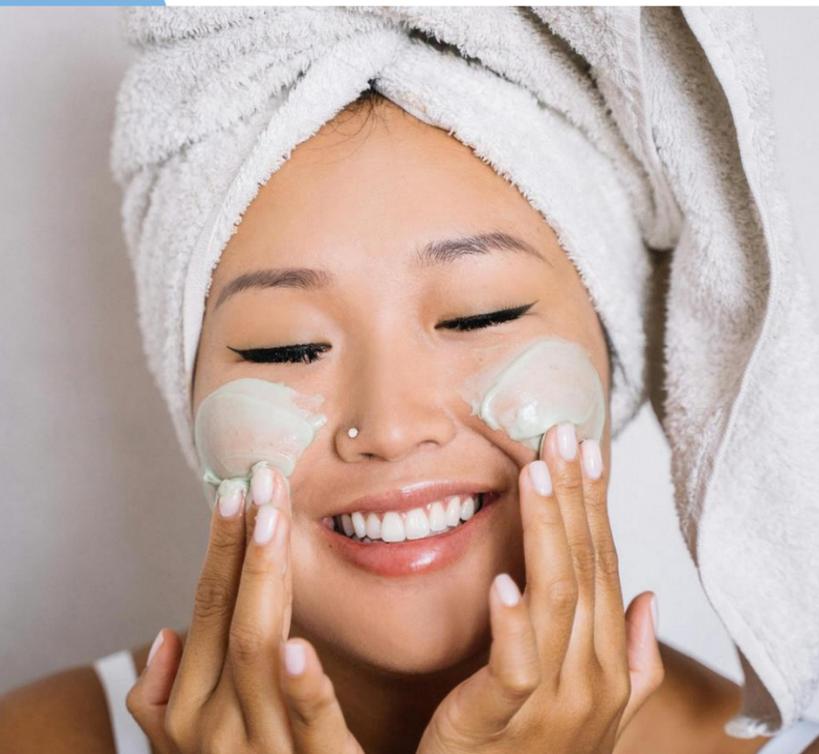
ปรับรูปแบบ
การบริหารใหม่

ในระยะยาว



Wellness x Tourism

เมื่อสุขภาพกลายเป็นจุดขายใหม่ของการเดินทาง



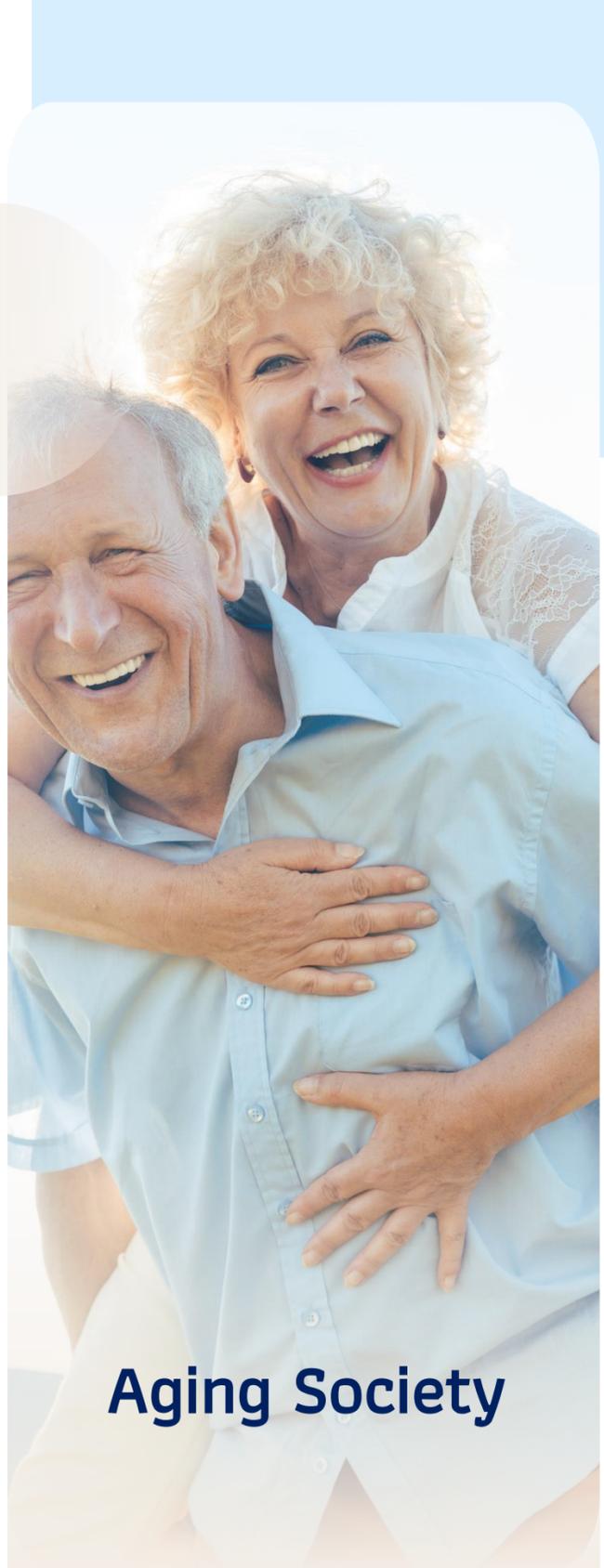


ปัจจัยสนับสนุน

การเติบโตของ Wellness ทั่วโลก



กระแสใส่ใจสุขภาพ



Aging Society



Work from anywhere





Wellness

โอกาส...การท่องเที่ยวภาคเหนือ

ทั่วโลก

- มูลค่าอุตสาหกรรม Wellness ทั่วโลกคาดว่าจะเติบโตจากปี 2567-2572 เฉลี่ยสูงถึงปีละ **7.3%**¹
- การใช้จ่ายต่อทริป Wellness อยู่ที่ **\$1,886²** สูงกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วไป \$1,275²

ไทย

- มูลค่าอุตสาหกรรม wellness ของไทยเป็นอันดับที่ **15** ของโลก¹ และอันดับที่ **9** ของเอเชียแปซิฟิก¹



ชวนคิด: มูลค่าอุตสาหกรรม Wellness ของไทยอยู่ที่ **40.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ² = 1.2 ล้านล้านบาท**

1. **สมมติ** รายได้จาก wellness เข้าสู่ภาคเหนือ **8%**³ = 9.6 หมื่นล้านบาท
ทำให้รายได้ภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน

2. **กระจายสู่หลายธุรกิจที่ภาคเหนือมีศักยภาพ**

- ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปา และน้ำพุร้อน
- ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ
- ธุรกิจเสริมความงามและผลิตภัณฑ์ด้านความงาม
- ธุรกิจอื่นๆ อาทิ ธุรกิจแพทย์ทางเลือก กิจกรรมทางกายและการออกกำลังกาย ธุรกิจและบริการที่เน้นการป้องกันมากกว่าการรักษา



ที่มา : 1. Global Wellness Institute, World Travel and Tourism Council, 2568 [ตัวเลขสถิติปี 2567]

2. บทความ: พลิกโฉมแอ่วเหนือล่องใต้ : เมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติเปลี่ยน ธุรกิจต้องปรับ จับโอกาสได้อย่างยั่งยืน, ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือและสำนักงานภาคใต้, 2568

3. รายรับนักท่องเที่ยวจากกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา คำนวณโดย สปท.

ภาคเหนือมี ศักยภาพ สู่ Wellness Tourism



ทรัพยากรธรรมชาติ
ที่สมบูรณ์



การแพทย์แผนไทย
เกษตรเชิงสุขภาพ



บุคลากรพร้อมทั้งด้าน
บริการและการแพทย์



โครงสร้างพื้นฐาน
ด้านคมนาคม



ตัวอย่างธุรกิจ Wellness ในภาคเหนือ

เน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการบำบัดรักษา อาทิ สปาโคลน (ภูโคลน) แม่ฮ่องสอน และ ศูนย์ Wellness center เฉพาะกลุ่ม อาทิ ผู้สูงอายุ ฟันฟูสุขภาพกายและสุขภาพจิต ดูแลผู้ป่วยอย่างครบวงจร

ที่มา:
ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาพลังผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
http://www.phuklon.co.th/?file=product_12.php
<https://baanlalisa.com/jirung-wellness-by-baan-lalisa>



การสัมมนาทางวิชาการประจำปี ครั้งที่ 11

พลิกโฉมการท่องเที่ยวเหนือ รับเทรนด์ Wellness & Creative Tourism

2569



CREATIVE Tourism

ได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจาก รศ.ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์เชิงปริมาณสมัยใหม่ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ [องค์การมหาชน]

Creative Economy



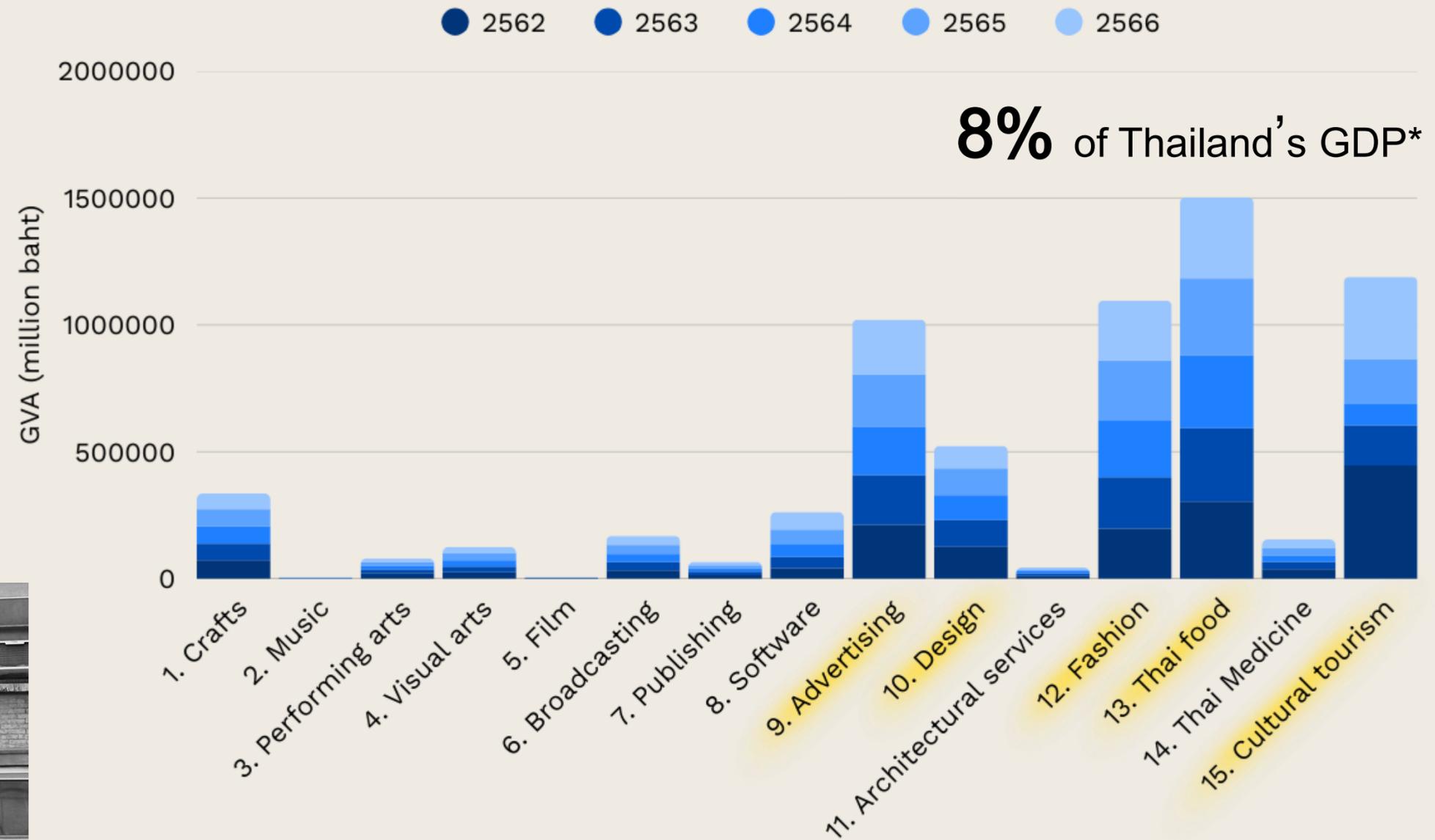
1st การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2nd อาหารไทย

3rd แฟชั่น

4th การโฆษณา

5th การออกแบบ



หมายเหตุ : 1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยมี 15 สาขา คือ [1] งานฝีมือและหัตถกรรม [2] ดนตรี [3] ศิลปะการแสดง [4] ทัศนศิลป์ [5] ภาพยนตร์ [6] การแพร่ภาพและกระจายเสียง [7] การพิมพ์ [8] ซอฟต์แวร์ [9] การโฆษณา [10] การออกแบบ [11] การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม [12] แฟชั่น [13] อาหารไทย [14] การแพทย์แผนไทย และ [15] การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. GVA หรือ Gross value added

* ข้อมูลปี 2566

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



THE UNESCO Creative Cities Network (UCCN)

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก



เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ด้านงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน





บุญแจกความสำเร็จ

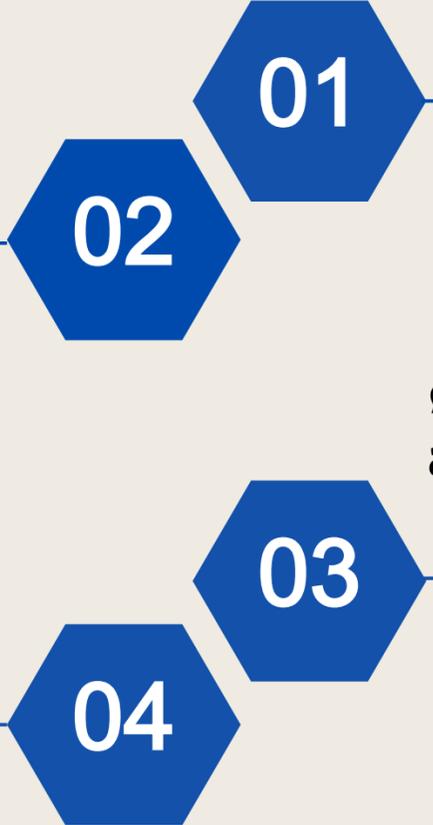
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชียงใหม่

ศักยภาพของชุมชน และรูปแบบเมือง

ชุมชนมีความสามารถในการปรับตัว และพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและเรื่องราวในท้องถิ่นด้วย

การพัฒนาผลงานสร้างสรรค์ผ่านประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ

ผสมผสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยี



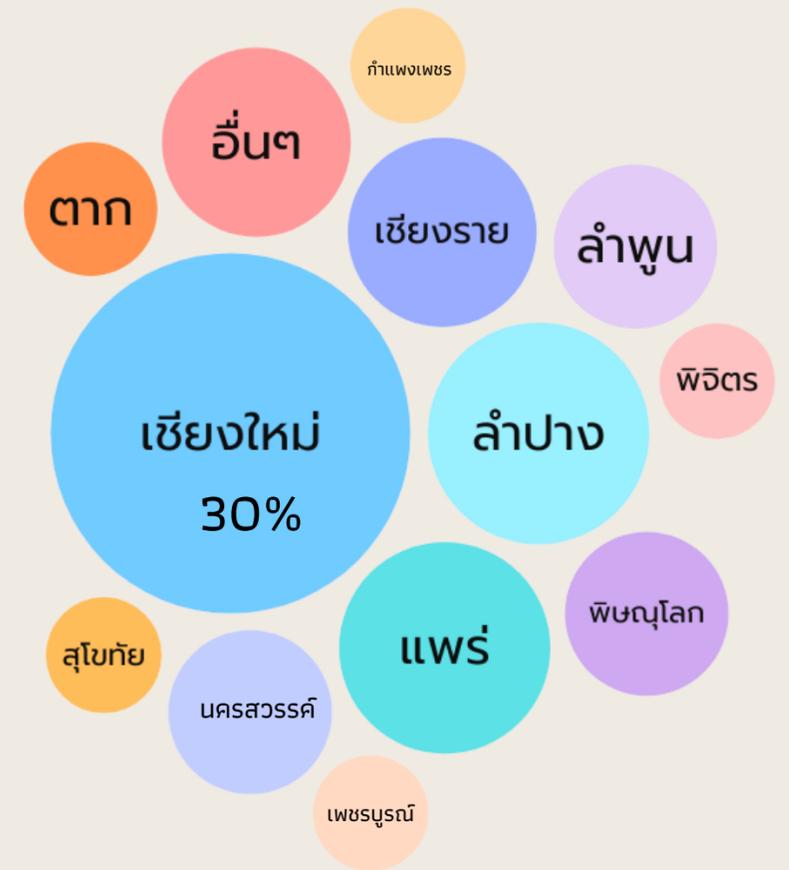
เอกลักษณ์เฉพาะตัว

ความหลากหลายของทรัพยากร ผู้คน มาตรฐานธรรมเนียม ภูมิปัญญา ประเพณี และงานหัตถกรรม

ความพร้อมของแรงงาน และบุคลากร

ความพร้อมของแรงงานและบุคลากร สำหรับงานเชิงความรู้ ซึ่งวัดผลได้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

สัดส่วนแรงงานสร้างสรรค์ในภาคเหนือ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (ข้อมูล ณ ปี 2565)



ตัวอย่าง Creative Tourism ในเชียงใหม่



ที่มา : www.plus.thairath.co.th



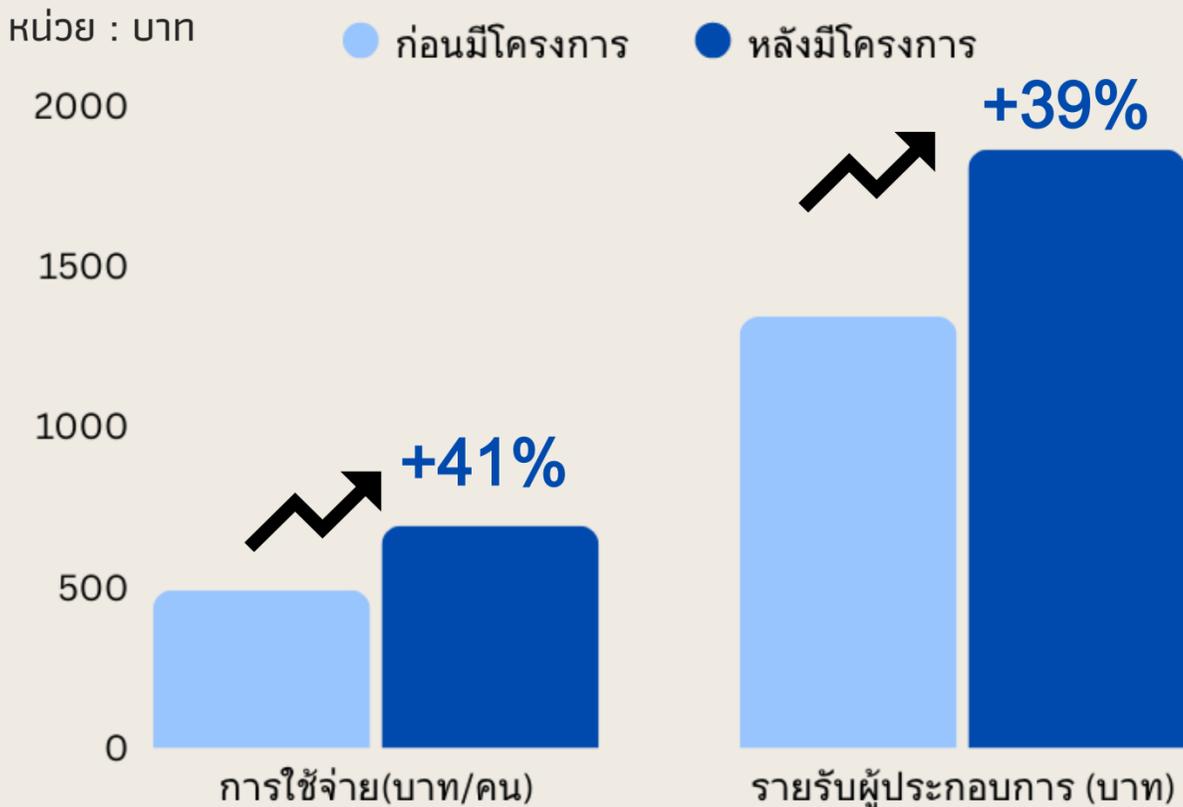
Fashion & Design

“โครงการ Upper Floor Project ย่านช่างม่อย” โดยศูนย์ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การใช้จ่ายและผลกระทบทางเศรษฐกิจ



ที่มา : urban creature



ที่มา : งานศึกษาโครงการ Upper Floor Project ย่านช่างม่อย

Tea Tourism

ดอยปู่หมื่น



ในปัจจุบันดอยปู่หมื่นได้พัฒนาไปสู่การเป็นชุมชน
ที่ขับเคลื่อนด้วย**เศรษฐกิจสร้างสรรค์** ผ่านการพัฒนาวัฒนธรรม
การผลิตชาแบบดั้งเดิมของชาวล่าหู่ และต่อยอดสู่**การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**
ที่เป็นการนำเสนอวิถีชีวิตพื้นถิ่น และสร้างรายได้ที่มั่นคงให้คนในชุมชน



Next Steps

Wellness & Creative Tourism

“ การทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ
ของทุกภาคส่วน จะเป็นแรงขับเคลื่อน
สำคัญ ที่ช่วยให้การท่องเที่ยวไทย
เติบโตได้อย่างยั่งยืนและแข่งขันได้
ในระดับสากล ”



การประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการภาคเหนือ ณ รมาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ ปี 2568

3 เรื่องสำคัญ ปลดล็อคระยะยาว



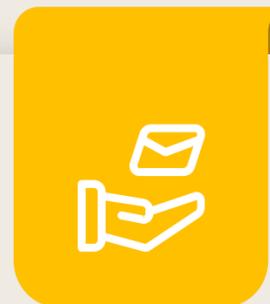
1. ภาพรวม



สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย และยกระดับการท่องเที่ยวไทยอย่างเป็นรูปธรรม
ติดตั้งกล้อง CCTV จัดตั้งศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินที่เข้าถึงง่าย ควบคุมคุณภาพผู้ให้บริการท่องเที่ยวผ่านระบบตรวจสอบและรับรองมาตรฐาน สื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อสร้างความเข้าใจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ



พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกระจายการท่องเที่ยวสู่เมืองรอง
ปรับปรุงและเพิ่มการเชื่อมต่อ รถไฟ รถโดยสาร และระบบขนส่งอัจฉริยะ พัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ ไฟฟ้า น้ำประปา อินเทอร์เน็ต และการจัดการขยะ



เพิ่มการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมด้วยกิจกรรมใหม่ เพิ่มสิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจลงทุน ปรับปรุงกิจการ อาทิ ให้ลดหย่อนภาษีสำหรับการลงทุนเพื่อปรับปรุงสถานประกอบการ ยกระดับกระบวนการตรวจคนเข้าเมือง และการนำยานพาหนะเข้าออกด่านชายแดน

3 เรื่องสำคัญ ปลดล็อคระยะยาว



2. Wellness



พัฒนาทักษะบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ และยกระดับอุตสาหกรรมสู่มาตรฐานสากล
นักบำบัด นักโภชนาการ หมอนวดแพทย์แผนไทย รวมถึงพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะด้านการบริการ และภาษาต่างประเทศ และขับเคลื่อนการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไทยสู่การยอมรับในเวทีต่างชาติ อาทิ จัดทำงานวิจัยในระดับสากลรองรับ

3. Creative



ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมการตลาดมากขึ้น

จัดตั้งศูนย์กลางในการพัฒนาและเชื่อมโยงผู้ประกอบการในย่านนั้น ๆ อาทิ ศูนย์ล้านนาสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และช่วยเพิ่มการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดมากขึ้น



อ่านเพิ่มเติมได้ที่....



พลิกโฉมแอ่วเหนือ ล่องใต้
เมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติเปลี่ยน
ธุรกิจต้องปรับ จับโอกาสโตอย่างยั่งยืน



Creative Economy
แนวทางเพิ่มศักยภาพธุรกิจ
ในจังหวัดเชียงใหม่

THANK YOU