

# “กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ กับการท่องเที่ยวมิติใหม่”

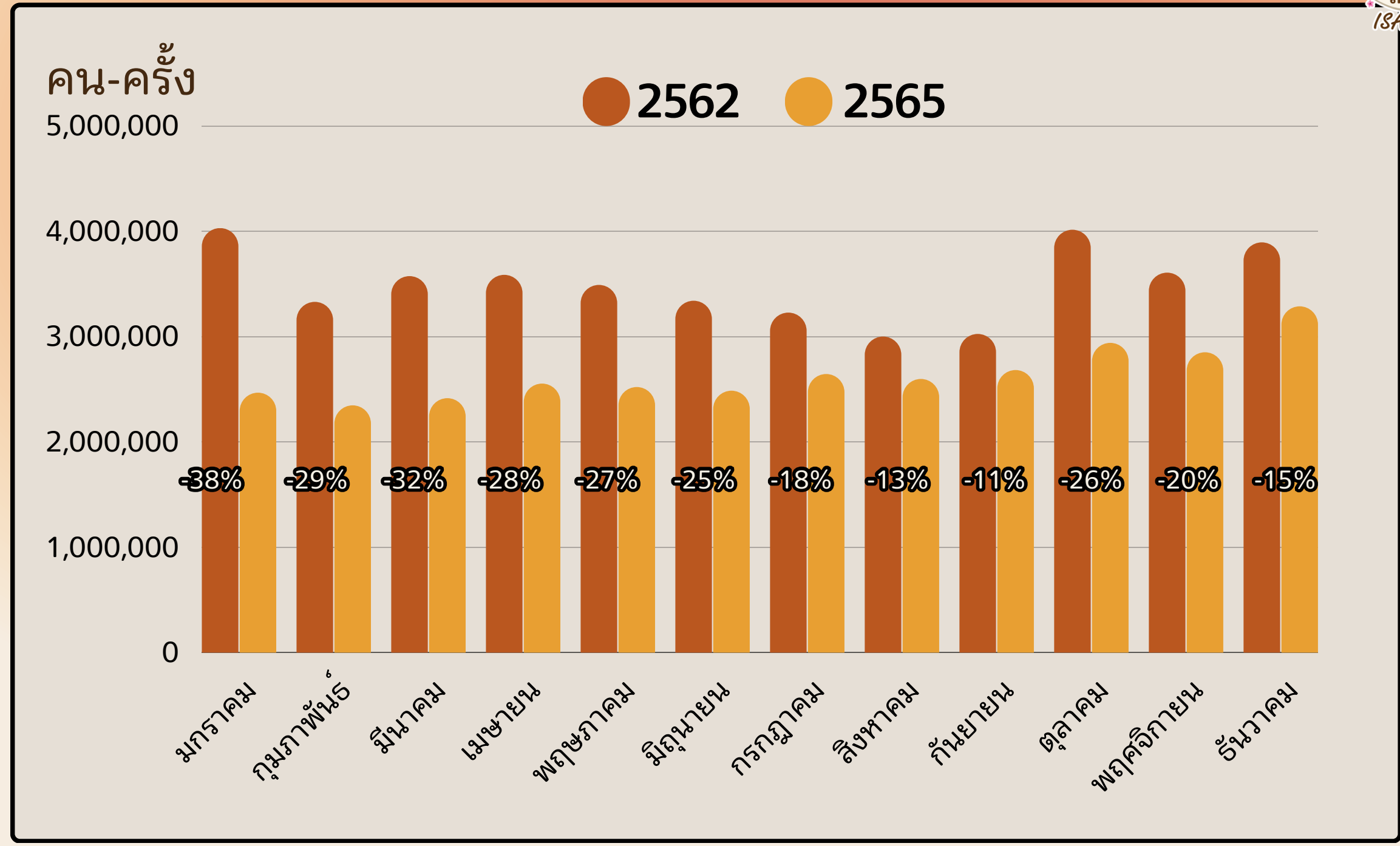
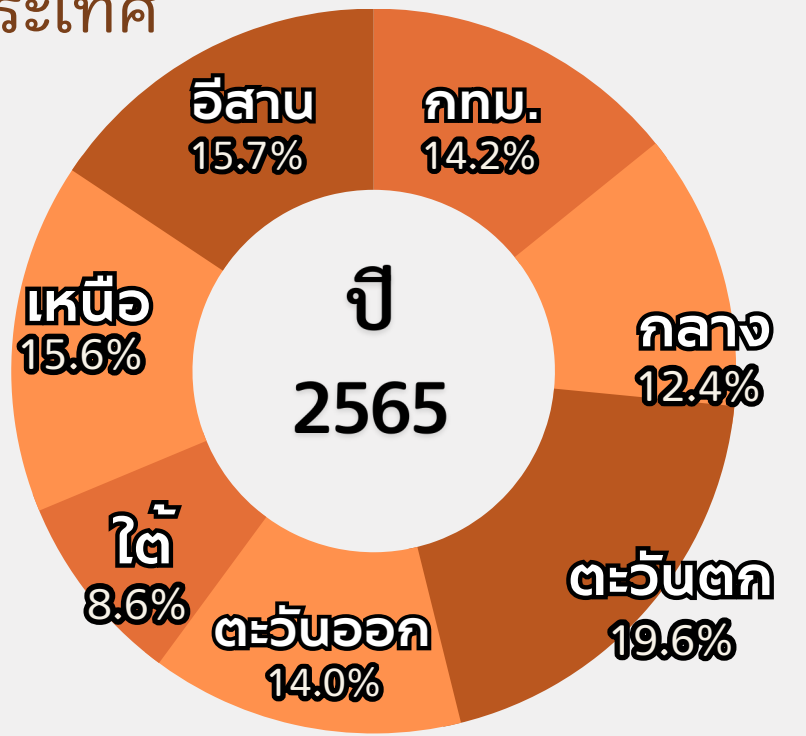
โดย นางภาวนา ประจิตต์  
ผู้อำนวยการสำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
สำนักงานนครราชสีมา



# จำนวน ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย



สัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือน  
ทั่วประเทศ



## ทั่วประเทศ

ปี 2565 : 202,972,521 คน  
ปี 2562 : 229,748,960 คน

**-11.65%**

## ภาคอีสาน

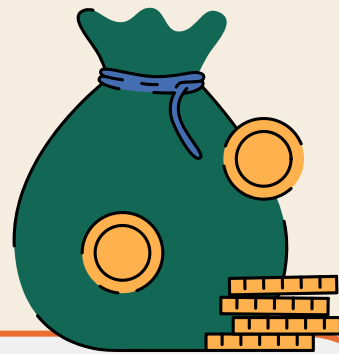
ปี 2565 : 31,771,452 คน  
ปี 2562 : 42,088,075 คน

**-24.51%**

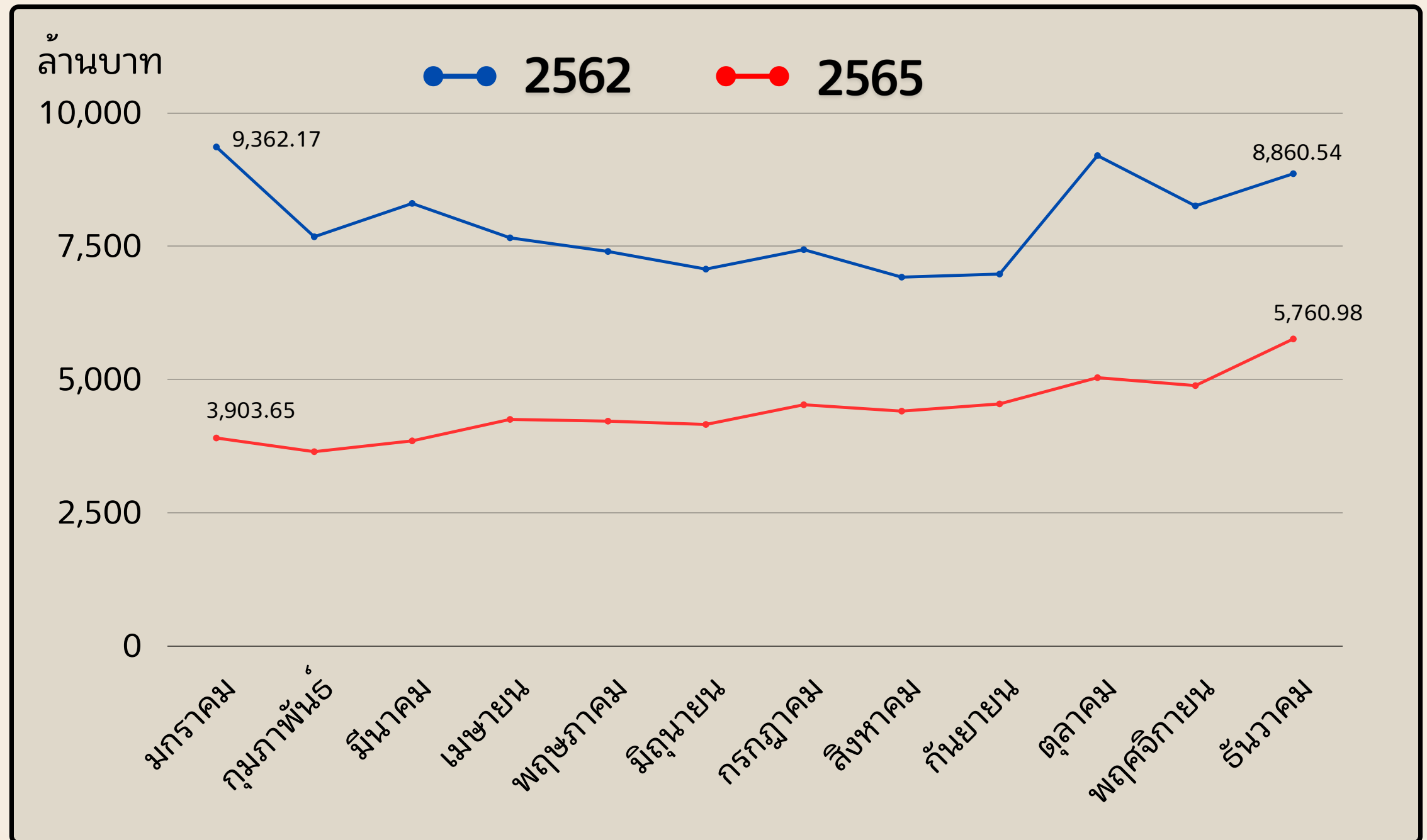
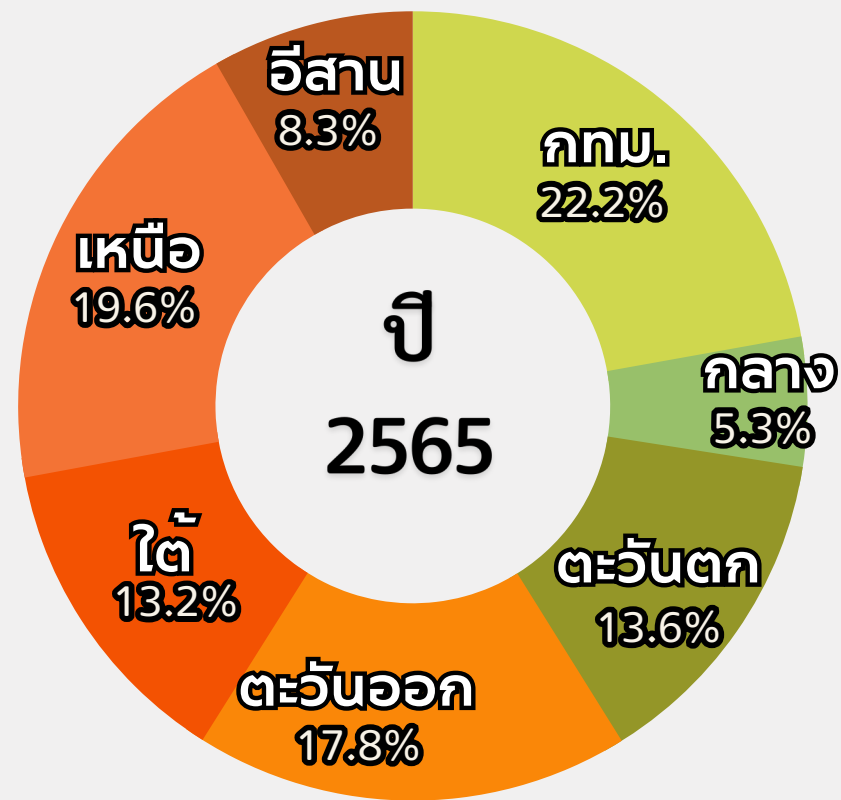


# รายได้

ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย



สัดส่วน



ทั้งประเทศ

ปี 2565 : 641,554.19 บาท

ปี 2562 : 1,081,759.09 บาท

-40.69%

ภาคอีสาน

ปี 2565 : 53,186.93 บาท

ปี 2562 : 95,123.27 บาท

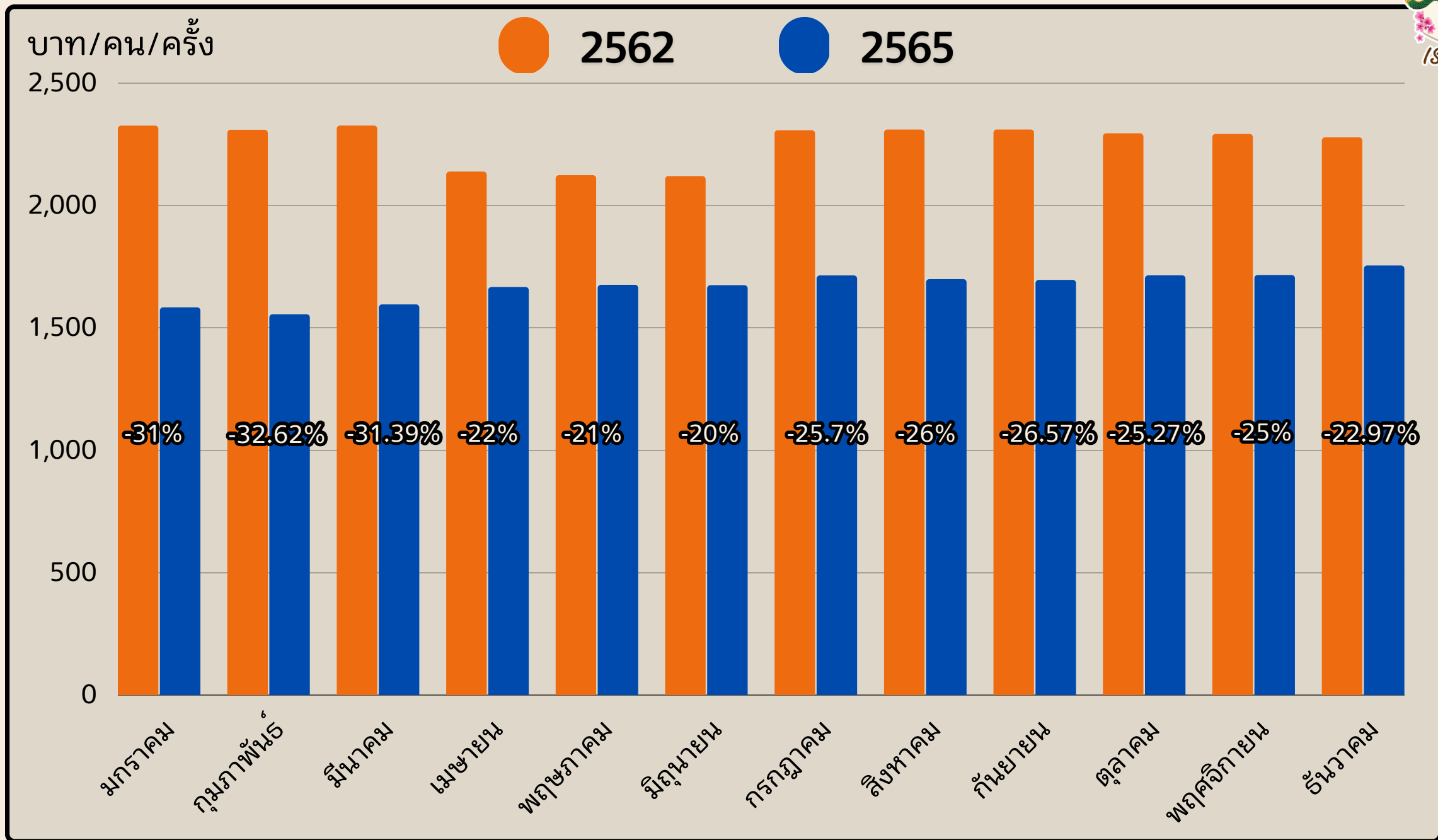
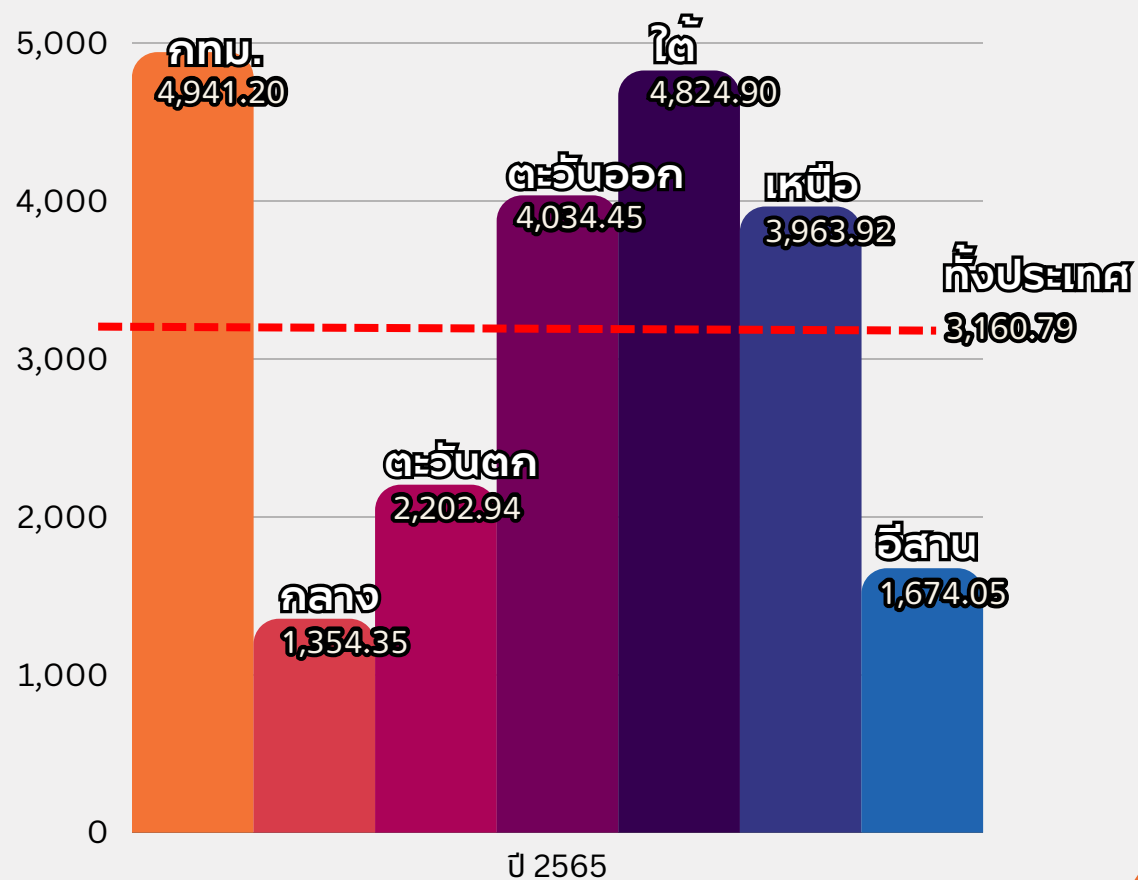
-44.09%

สถานการณ์ท่องเที่ยว  
ภาคตะวันออก  
**เชียงใหม่**

**ค่าใช้จ่าย  
(Per Trip)**



ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย



**ทั้งประเทศ**

ปี 2565 : 3,160.79 บาท  
ปี 2562 : 4,708.44 บาท

**-32.87%**

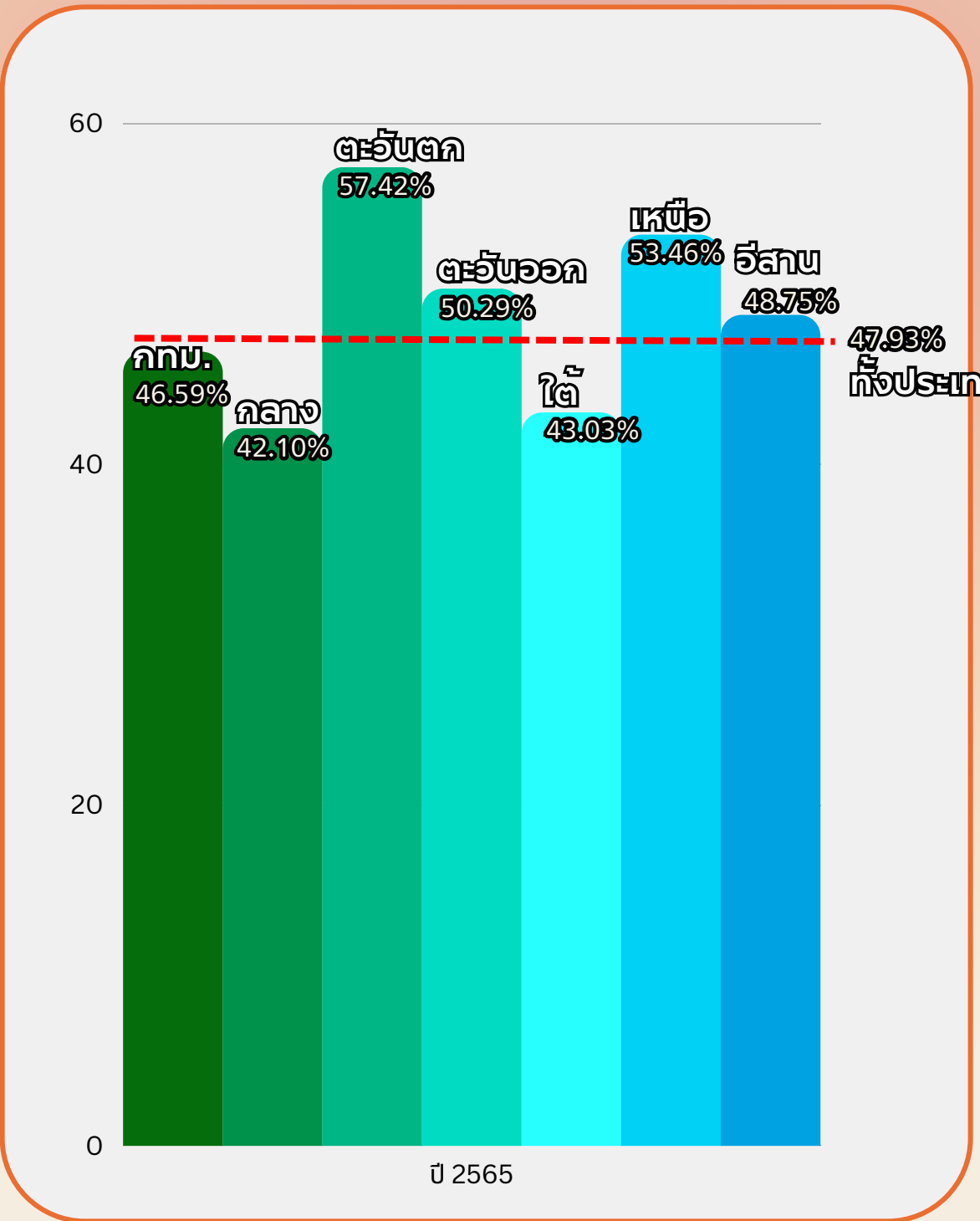
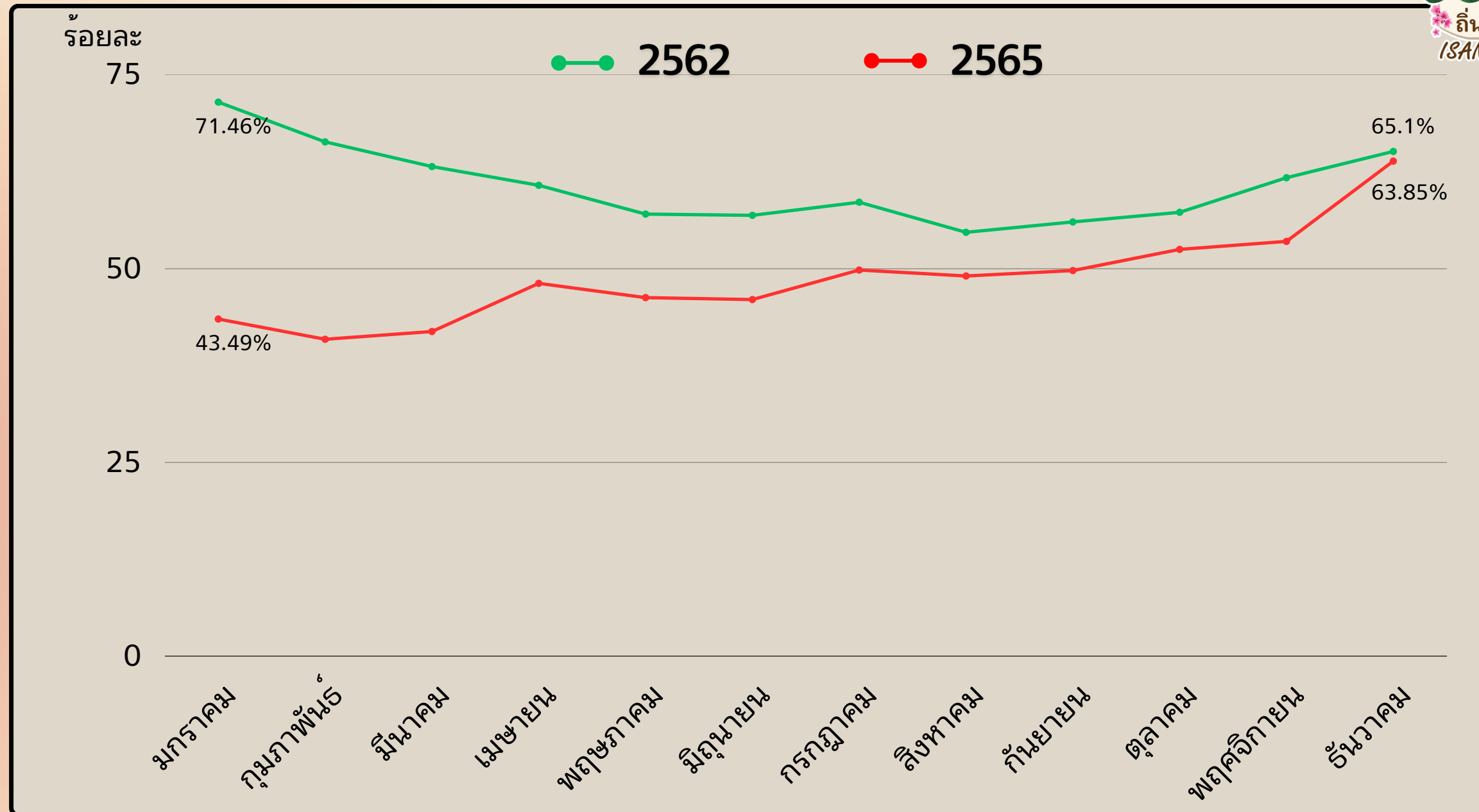
**ภาคอีสาน**

ปี 2565 : 1,674.05 บาท  
ปี 2562 : 2,260.10 บาท

**-25.93%**



สถานการณ์ท่องเที่ยว  
ภาคตะวันออก  
**เชียงใหม่**



# อัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ย (OR)

ทั้งประเทศ

ปี 2565 : 47.93%  
ปี 2562 : 70.08%

-31.60

ภาคอีสาน

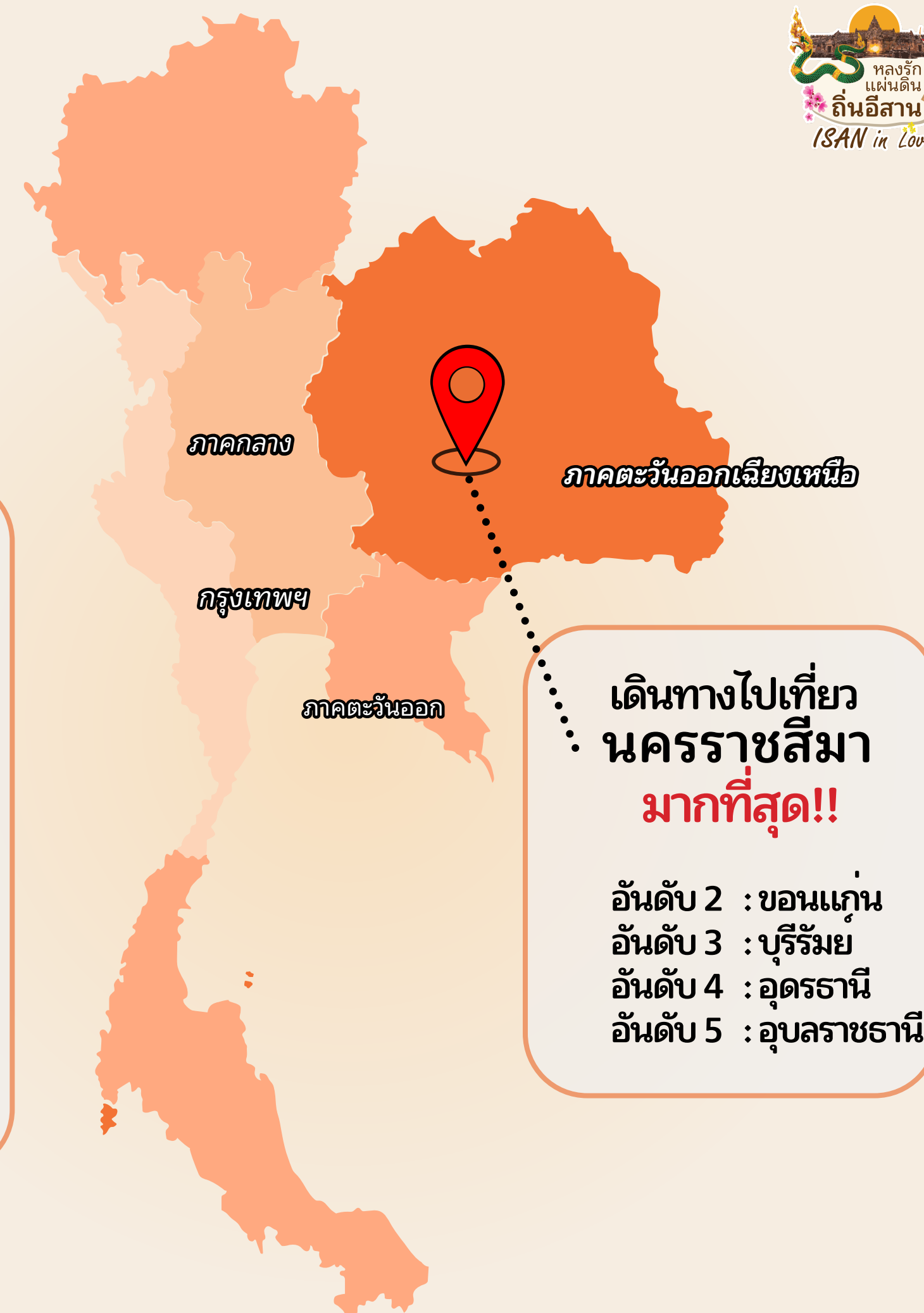
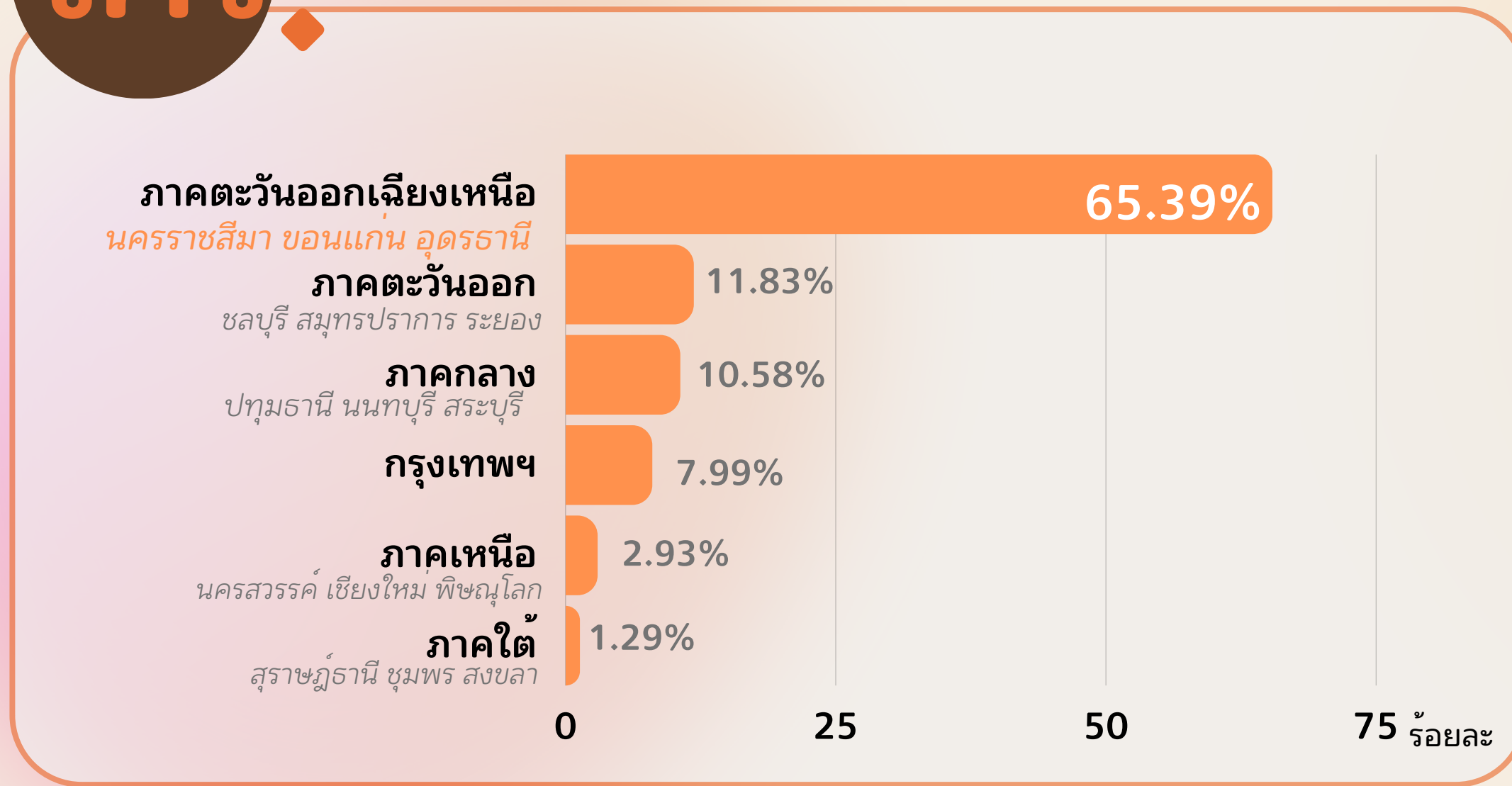
ปี 2565 : 48.75%  
ปี 2562 : 60.74%

-19.74



**ใคร?**

มาเที่ยวภาคตะวันออกเชียงใหม่มากที่สุด ?



**เดินทางไปเที่ยว  
นครราชสีมา  
มากที่สุด!!**

อันดับ 2 : ขอนแก่น  
อันดับ 3 : บุรีรัมย์  
อันดับ 4 : อุดรธานี  
อันดับ 5 : อุบลราชธานี

ที่มา : โครงการจัดซื้อข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย



## สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ

### นครราชสีมา

มกราคม-ธันวาคม 2565

- หมายเหตุ
1. เป็นข้อมูลประมาณการเบื้องต้น
  2. จำนวนผู้เยี่ยมชมเมืองมีการนับซ้ำถึงจังหวัดที่แวะเที่ยว
  3. รายได้ชุมชนเวียนมีกิจกรรมค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างจังหวัด



## จำนวนห้องพัก

17,803 ห้อง

↓ 2.08%

## อัตราเข้าพักเฉลี่ย

69.13%

↑ 29.00%



## ผู้เยี่ยมชม

12,265,361 คน-ครั้ง

↑ 94.04%

ชาวไทย 12,095,756 คน-ครั้ง

↑ 92.27%

ชาวต่างชาติ 169,605 คน-ครั้ง

↑ 464.90%



## รายได้หมุนเวียน

30,635.65 ล้านบาท

↑ 97.97%

ชาวไทย 29,916.44 ล้านบาท

↑ 94.73%

ชาวต่างชาติ 719.21 ล้านบาท

↑ 544.16%



## พฤติกรรมท่องเที่ยว



นักท่องเที่ยว 7,169,455 คน-ครั้ง

↑ 92.49%



นักท่องเที่ยว 5,095,906 คน-ครั้ง

↑ 96.27%

## ผู้เยี่ยมชม



พักโรงแรม/รีสอร์ท

95.77%



พักบ้านญาติ/เพื่อน/และอื่นๆ

4.23%

## สัดส่วนที่พัก

## วันพักเฉลี่ย



วันพักเฉลี่ย (วัน)

2.13

## ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน

1,504.91 บาท

↑ 1.39%

## รายได้ผู้เยี่ยมชม



นักท่องเที่ยว 1,699.52 บาท

↑ 1.52%

นักท่องเที่ยว 922.10 บาท

↑ 1.09%

## จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย



## ชาวไทย

นักท่องเที่ยว 58.27% | นักทัศนาจร 41.73%

7,048,788 คน-ครั้ง | 5,046,968 คน-ครั้ง

↑ 90.21% | ↑ 95.22%



## รายได้ผู้เยี่ยมชม

นักท่องเที่ยว 25,275.83 ล้านบาท

↑ 94.33%

นักทัศนาจร 4,640.61 ล้านบาท

↑ 96.92%

## จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย



## ชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยว 71.15% | นักทัศนาจร 28.85%

120,667 คน-ครั้ง | 48,938 คน-ครั้ง

↑ 539.84% | ↑ 338.32%



## รายได้ผู้เยี่ยมชม

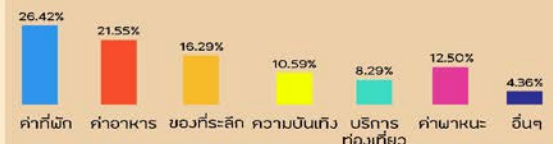
นักท่องเที่ยว 660.90 ล้านบาท

↑ 561.96%

นักทัศนาจร 58.31 ล้านบาท

↑ 393.73%

## จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย







## สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ

จับคู่

มกราคม-ธันวาคม 2565

- หมายเหตุ
1. เป็นข้อมูลประมาณการเบื้องต้น
  2. จำนวนผู้เยี่ยมชมเป็นการนับจำนวนครั้งเฉพาะเที่ยว
  3. รายได้หมุนเวียนไม่รวมรายได้จากการเดินทางระหว่างจังหวัด



### จำนวนห้องพัก

2,572 ห้อง

↓ 6.85%

### อัตราเข้าพักเฉลี่ย

52.52%

↑ 30.54%



### ผู้เยี่ยมชม

1,547,628 คน-ครั้ง

↑ 152.30%

ชาวไทย 1,537,783 คน-ครั้ง

↑ 151.18%

ชาวต่างชาติ 9,845 คน-ครั้ง

↑ 727.31%



### รายได้หมุนเวียน

1,904.96 ล้านบาท

↑ 131.36%

ชาวไทย 1,882.19 ล้านบาท

↑ 129.64%

ชาวต่างชาติ 22.77 ล้านบาท

↑ 508.82%



## พฤติกรรมท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว 798,528 คน-ครั้ง

↑ 131.94%

นักท่องเที่ยว 749,100 คน-ครั้ง

↑ 178.34%

### ผู้เยี่ยมชม



พักโรงแรม/รีสอร์ท

98.88%

### สัดส่วนที่พัก



พักบ้านญาติ/เพื่อน/และอื่นๆ

1.12%

### วันพักเฉลี่ย



วันพักเฉลี่ย (วัน)

1.99

### ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน



815.60 บาท

↓ 6.01%



1,904.96 ล้านบาท

↑ 131.36%

### รายได้ผู้เยี่ยมชม



นักท่องเที่ยว 977.44 บาท

↓ 3.20%

นักท่องเที่ยว 472.82 บาท

↓ 7.18%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย



### ชาวไทย

นักท่องเที่ยว 792,166 คน-ครั้ง

↑ 130.72%

นักท่องเที่ยว 51.51%

นักท่องเที่ยว 48.49%

นักท่องเที่ยว 745,617 คน-ครั้ง

↑ 177.30%



### รายได้ผู้เยี่ยมชม

นักท่องเที่ยว 1,529.94 ล้านบาท

↑ 124.10%

นักท่องเที่ยว 352.25 ล้านบาท

↑ 157.23%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย



### ชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยว 6,362 คน-ครั้ง

↑ 578.25%

นักท่องเที่ยว 64.62%

นักท่องเที่ยว 35.38%

นักท่องเที่ยว 3,483 คน-ครั้ง

↑ 1,282.14%



### รายได้ผู้เยี่ยมชม

นักท่องเที่ยว 20.83 ล้านบาท

↑ 480.22%

นักท่องเที่ยว 1.94 ล้านบาท

↑ 1,193.33%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย







### สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ

บุรีรัมย์

มกราคม-ธันวาคม 2565

- หมายเหตุ
1. เป็นข้อมูลประมาณการเบื้องต้น
  2. จำนวนผู้เยี่ยมชมเมืองการบึงช้างจังหวัดสระแก้ว
  3. รายได้ชุมชนวัฒนธรรมค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนระหว่างจังหวัด



### จำนวนห้องพัก

4,684 ห้อง

↑ 1.78%



### ผู้เยี่ยมชม

2,273,288 คน-ครั้ง    ↑ 72.97%

ชาวไทย 2,045,324 คน-ครั้ง    ↑ 59.78%

ชาวต่างชาติ 227,964 คน-ครั้ง    ↑ 566.78%



### รายได้หมุนเวียน

4,353.35 ล้านบาท    ↑ 61.17%

ชาวไทย 3,672.20 ล้านบาท    ↑ 39.38%

ชาวต่างชาติ 681.15 ล้านบาท    ↑ 923.36%



## พฤติกรรมท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว 1,197,120 คน-ครั้ง    ↑ 51.68%

นักท่องเที่ยว 1,076,168 คน-ครั้ง    ↑ 104.99%

### ผู้เยี่ยมชม

นักท่องเที่ยว 3,596.58 ล้านบาท    ↑ 55.09%

นักท่องเที่ยว 756.77 ล้านบาท    ↑ 98.03%



พักโรงแรม/รีสอร์ท 87.39%

พักบ้านญาติ/เพื่อน/และอื่นๆ 12.61%

### สัดส่วนที่พัก

### วันพักเฉลี่ย

วันพักเฉลี่ย (วัน) 2.48

4,353.35 ล้านบาท    ↑ 61.17%

### รายได้ผู้เยี่ยมชม

### ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน

1,074.88 บาท    ↓ 0.18%

นักท่องเที่ยว 1,209.37 บาท    ↑ 3.44%

นักท่องเที่ยว 703.21 บาท    ↓ 3.39%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย



### ชาวไทย

นักท่องเที่ยว 54.06%    นักทัศนาจร 45.94%

1,105,779 คน-ครั้ง    939,545 คน-ครั้ง

↑ 41.89%    ↑ 87.62%



### รายได้ผู้เยี่ยมชม

นักท่องเที่ยว 3,011.18 ล้านบาท    ↑ 32.75%

นักท่องเที่ยว 661.02 ล้านบาท    ↑ 80.45%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย



### ชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยว 40.07%    นักทัศนาจร 59.93%

91,341 คน-ครั้ง    136,623 คน-ครั้ง

↑ 818.00%    ↑ 463.65%

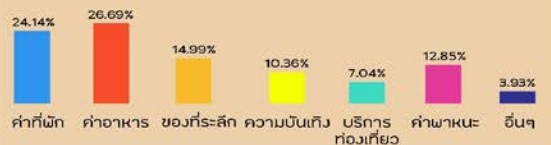


### รายได้ผู้เยี่ยมชม

นักท่องเที่ยว 585.40 ล้านบาท    ↑ 1,053.95%

นักท่องเที่ยว 95.75 ล้านบาท    ↑ 504.86%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย







## สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ

สุรินทร์

มกราคม-ธันวาคม 2565

หมายเหตุ

1. เป็นข้อมูลประมาณการเบื้องต้น
2. จำนวนผู้เยี่ยมชมเป็นการนับจำนวนครั้งที่จะเที่ยว
3. รายชื่อจุดชมวิวนั้นไม่มีรับรองค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างจังหวัด



### จำนวนห้องพัก

3,136 ห้อง

↑ 1.00%

### อัตราเข้าพักเฉลี่ย

56.55%

↑ 31.62%



### ผู้เยี่ยมชม

1,389,141 คน-ครั้ง

↑ 185.74%

ชาวไทย 1,350,667 คน-ครั้ง

↑ 178.07%

ชาวต่างชาติ 38,474 คน-ครั้ง

↑ 8,952.71%



### รายได้หมุนเวียน

2,933.41 ล้านบาท

↑ 156.81%

ชาวไทย 2,844.41 ล้านบาท

↑ 149.27%

ชาวต่างชาติ 89.00 ล้านบาท

↑ 7,639.13%



## พฤติกรรมท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว 1,011,486 คน-ครั้ง

↑ 174.53%

นักท่องเที่ยว 377,655 คน-ครั้ง

↑ 220.85%

### ผู้เยี่ยมชม



พักโรงแรม/รีสอร์ท

90.22%

### สัดส่วนที่พัก



พักบ้านญาติ/เพื่อน/และอื่นๆ

9.78%

### วันพักเฉลี่ย



วันพักเฉลี่ย (วัน)

2.32

### ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน

1,074.98 บาท

↑ 4.17%

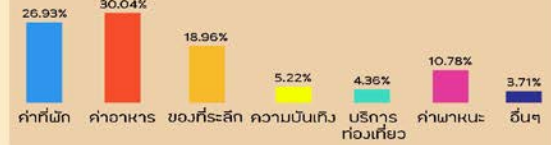
### รายได้ผู้เยี่ยมชม



2,933.41 ล้านบาท

↑ 156.81%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย



### ชาวไทย

นักท่องเที่ยว 73.35% 26.65% นักทัศนาจร

990,668 คน-ครั้ง 359,999 คน-ครั้ง

↑ 169.07% ↑ 206.27%



### รายได้ผู้เยี่ยมชม

นักท่องเที่ยว 2,628.09 ล้านบาท

↑ 146.91%

นักทัศนาจร 216.32 ล้านบาท

↑ 182.07%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย



### ชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยว 54.11% 45.89% นักทัศนาจร

20,818 คน-ครั้ง 17,656 คน-ครั้ง

↑ 7,815.59% ↑ 10,798.77%



### รายได้ผู้เยี่ยมชม

นักท่องเที่ยว 77.03 ล้านบาท

↑ 7,378.64%

นักทัศนาจร 11.97 ล้านบาท

↑ 9,875.00%

### จำแนกตามหมวดการใช้จ่าย







# 9 Global Mega Trends สำคัญในปี 2023

TAT Intelligence Center x TAT Review



# 9 Global Mega Trends สำคัญในปี 2023



สถานการณ์ความขัดแย้ง  
รัสเซีย-ยูเครน



ภาวะเศรษฐกิจถดถอย



แนวโน้มที่สดใส  
ของพลังงานทดแทน



การเมืองพีใหญ่มาอำนาจ



จุดสูงสุดของประชากรจีน ?

# 9 Global Mega Trends สำคัญในปี 2023



การเปลี่ยนแปลงของชีวอำนาจและพันธมิตร



สถานการณ์ความขัดแย้งอื่นทั่วโลก

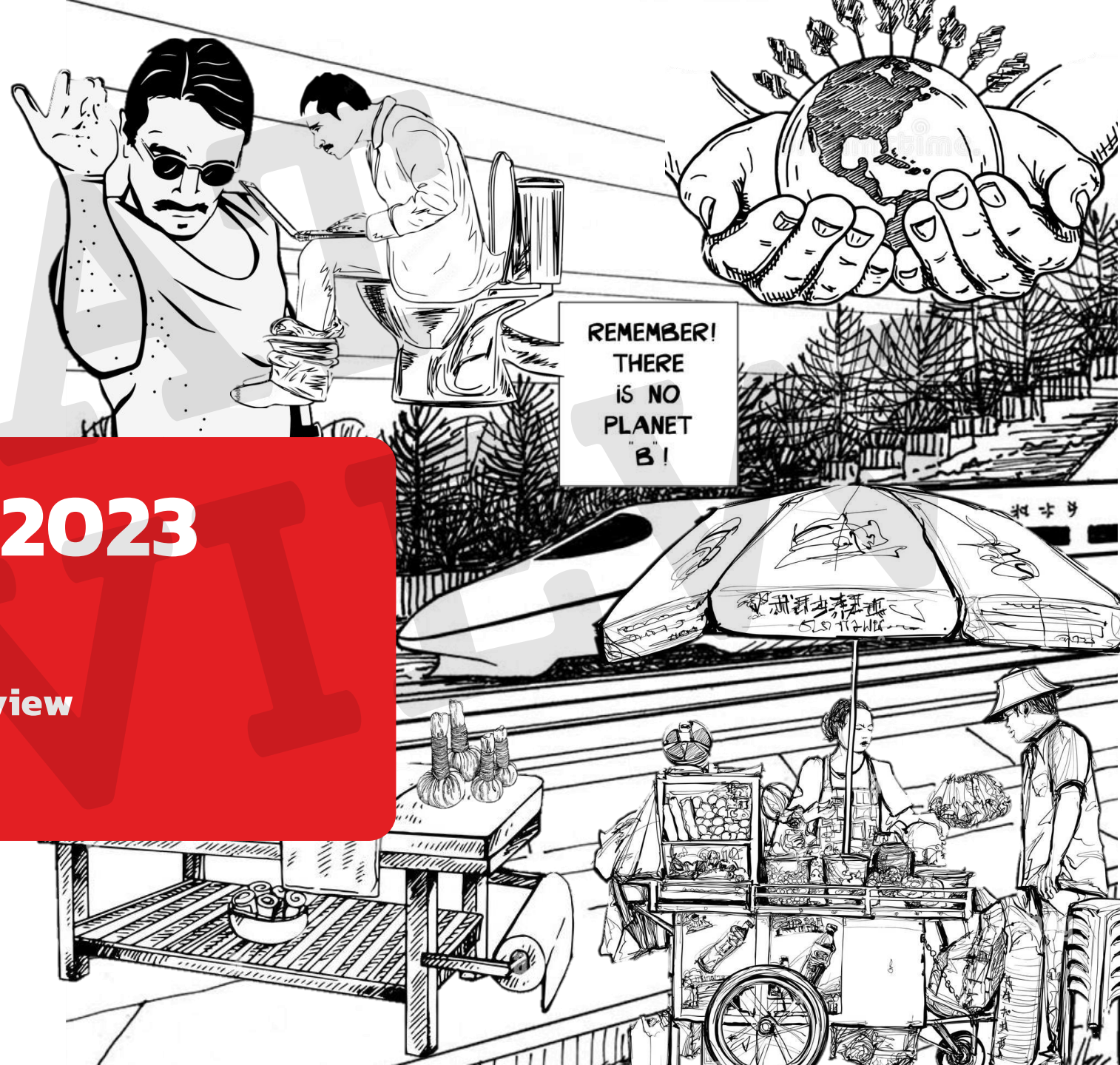


Metaverse จะไปไกลแค่ไหน



เทียวล้างแค้น





# เทรนด์ท่องเที่ยว 2023

TAT Intelligence Center x TAT Review



# I Brighter Future of Culinary Tourism

อนาคตสดใสของท่องเที่ยวเชิงอาหาร



จากรายงาน Global Culinary Tourism Market 2020-2027 แสดงให้เห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลกกำลังเติบโตที่เฉลี่ยปีละ **16.8%**

โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 5.4 พันล้านคนต่อปีที่เดินทางแบบ **'บินไปกิน'**

ทำให้คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลก จะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงราว **1,796.5** พันล้านเหรียญดอลลาร์ภายในปี 2027

# II Sustain to Regain

ไม่ยั่งยืน ไม่มีที่ยืน

ความยั่งยืนกลายเป็นทั้งเทรนด์และ

**'ไฟต์บังคับ'** สิ่งแวดล้อมกลายเป็น  
ตัวละครหลักในการเดินเรื่องราวสำคัญในทุกมิติ  
บนโลกใบนี้

จากข้อมูลของ Wunderman Thompson ชี้ว่า  
ผู้บริโภคกว่า **70%** พร้อมทั้งจะเปลี่ยนแปลง  
ไลฟ์สไตล์ตัวเองให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม





# ทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยต่อ “ความยั่งยืน”



**82%**

ของผู้บริโภคชาวไทยพยายามที่จะประพฤติตนให้ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



**45 ปีขึ้นไป**

ผู้บริโภคที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป พยายามที่จะมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอต่อแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับความยั่งยืน



**25-34 ปี**

ผู้บริโภคอายุระหว่าง 25-34 ปี มองหาและพยายามสนับสนุนแบรนด์ที่มีความยั่งยืนและพยายามโน้มน้าวใจคนอื่น ๆ ให้ลองหันมาปรับเปลี่ยนและเลือกสินค้า/บริการที่มีความยั่งยืนแทน

# III WFA & Digital Nomad

ทำงาน ไปเที่ยว คือเรื่องเดียวกัน



Google Trends ระบุว่าผลการค้นหาคำว่า

**"Digital Nomad"**

เพิ่มสูงขึ้นถึง **376%** ในช่วง 2 ปี

ที่ผ่านมา โดยคาดการณ์ว่าในปัจจุบันน่าจะมี

กลุ่มคนทำงานรูปแบบ Remote worker

มากถึง **35 ล้านคน** ทั่วโลก

ซึ่งเติบโตขึ้นกว่า 2 เท่าในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา



# IV Wellness, Too Hot to Handle

เวลเนสมาแน่ มากครั้งนี้ฮอตกว่าเดิม

ผู้บริโภค **79%** เชื่อว่าสุขภาพเป็นเรื่องสำคัญ  
และ **42%** จัดลำดับความสำคัญต่อประเด็น  
เรื่องสุขภาพเป็นอันดับที่ 1 ในการใช้ชีวิต

สำหรับประเทศไทย ในปัจจุบัน ประเทศไทยถูกจัด  
อยู่ในอันดับที่ **15** ของโลก สำหรับจุดหมาย  
ปลายทางที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาใช้  
จ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



# อย่าปล่อยให้หลุดมือ



นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มสุขภาพจะใช้จ่าย  
สูงกว่าค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วไป

**+ 35%**



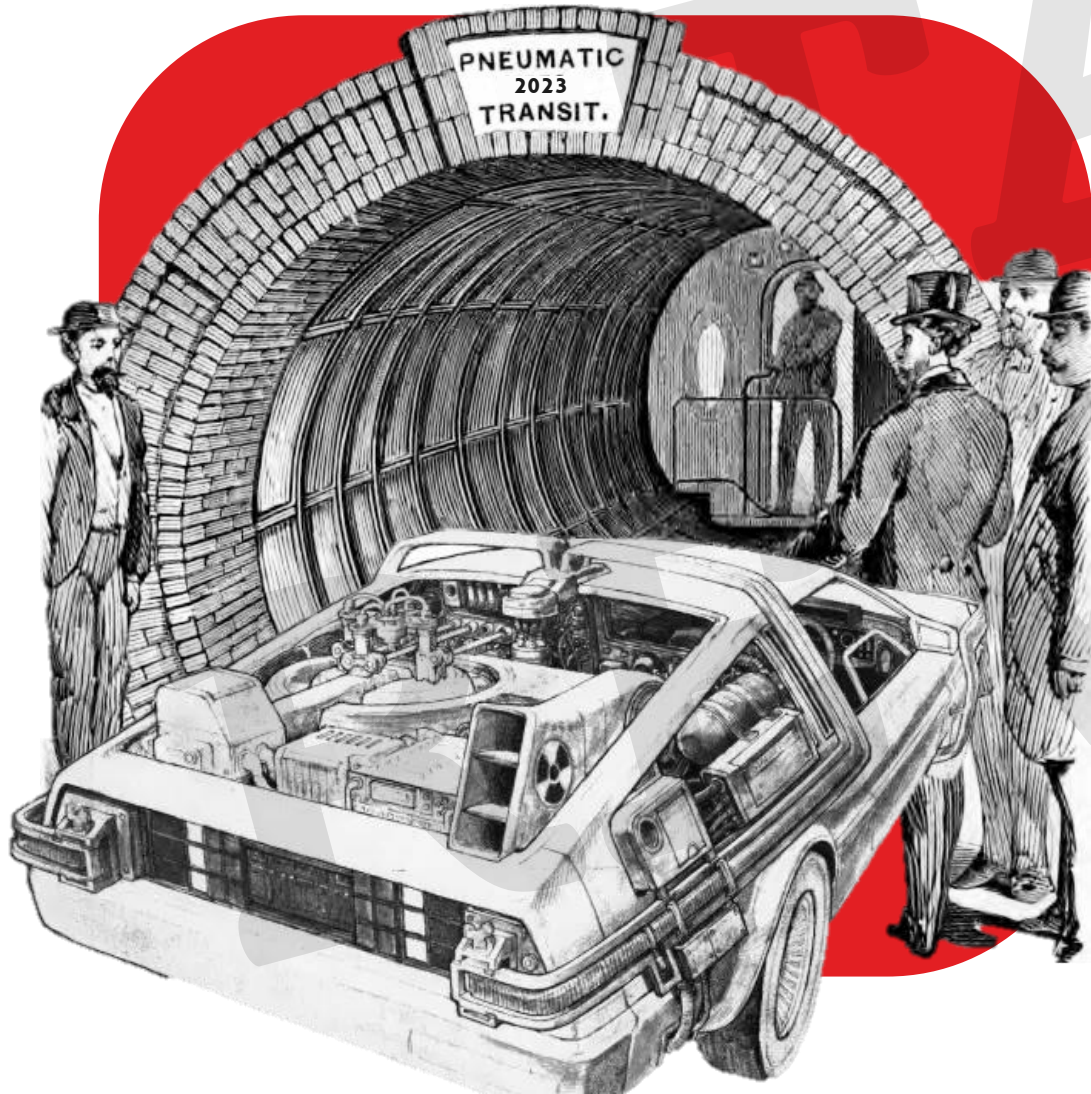
นักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพชาวไทยจะใช้  
จ่ายเงินสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปกว่า

**+ 177%**



# V Innovation for a Betterment

นวัตกรรมเพื่อโลกที่ดีขึ้น






**2023** และปีต่อ ๆ เราจะได้เห็นการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทำให้โลกน่าอยู่ขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการคมนาคมที่จะหันมาใช้พลังงานทางเลือกที่สอดคล้องกับเทรนด์ความยั่งยืนมากขึ้น

ปี **2023** คือ ปีแห่งการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเริ่มมีนวัตกรรมใหม่ ๆ ถูกนำมาทดลองใช้เพิ่มมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น รถไฟฟ้าพลังงานไฟฟ้า รถบัสพลังงานไฟฟ้า หรือแม้กระทั่งเที่ยวบินความเร็วเหนือเสียง (Supersonic) ที่ไร้มลพิษ

# เทรนด์การสร้างสรรคการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในอนาคต (Event Tourism Trend)



- 1** Festival Is Everything  
งานที่มีบรรยากาศการเฉลิมฉลองที่สนุกสนาน และมีกิจกรรมที่หลากหลาย 
- 2** Nature Scenery  
งานกิจกรรมที่ผสมผสานระหว่างกิจกรรมในงาน และธรรมชาติเข้าไว้ด้วยกัน
- 3** Crowd Expression  
งานกิจกรรมที่ได้ปลดปล่อยตัวเองจากโลกความเป็นจริง 
- 4** Sustain Content  
งานกิจกรรมในรูปแบบที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน
- 5** Active Movement Plus  
งานกิจกรรมทางด้านกีฬา ที่เน้นการพัฒนาสมรรถนะทางร่างกาย
- 6** Culture Celebration  
งานกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองในวาระสำคัญ หรือบุคคลสำคัญ 



# เทรนด์การสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมในอนาคต (Event Tourism Trend)

- 7 Food and Beyond
- 8 Wellness for all
- 9 MR To Be Real
- 10 Mixing Event
- 11 Spiritual Harmony
- 12 Fan Based Activity

งานกิจกรรม**ด้านอาหาร**ที่มีการให้ความรู้ และผลักดันค่านิยมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารมากขึ้น



งานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ**สุขภาวะองค์รวม** เพื่อฟื้นฟูรวมถึงเยียวยาร่างกายและจิตใจ

งานกิจกรรมที่ใช้**เทคโนโลยี**ที่หลากหลายเพื่อสร้าง **ประสบการณ์เสมือนจริง**

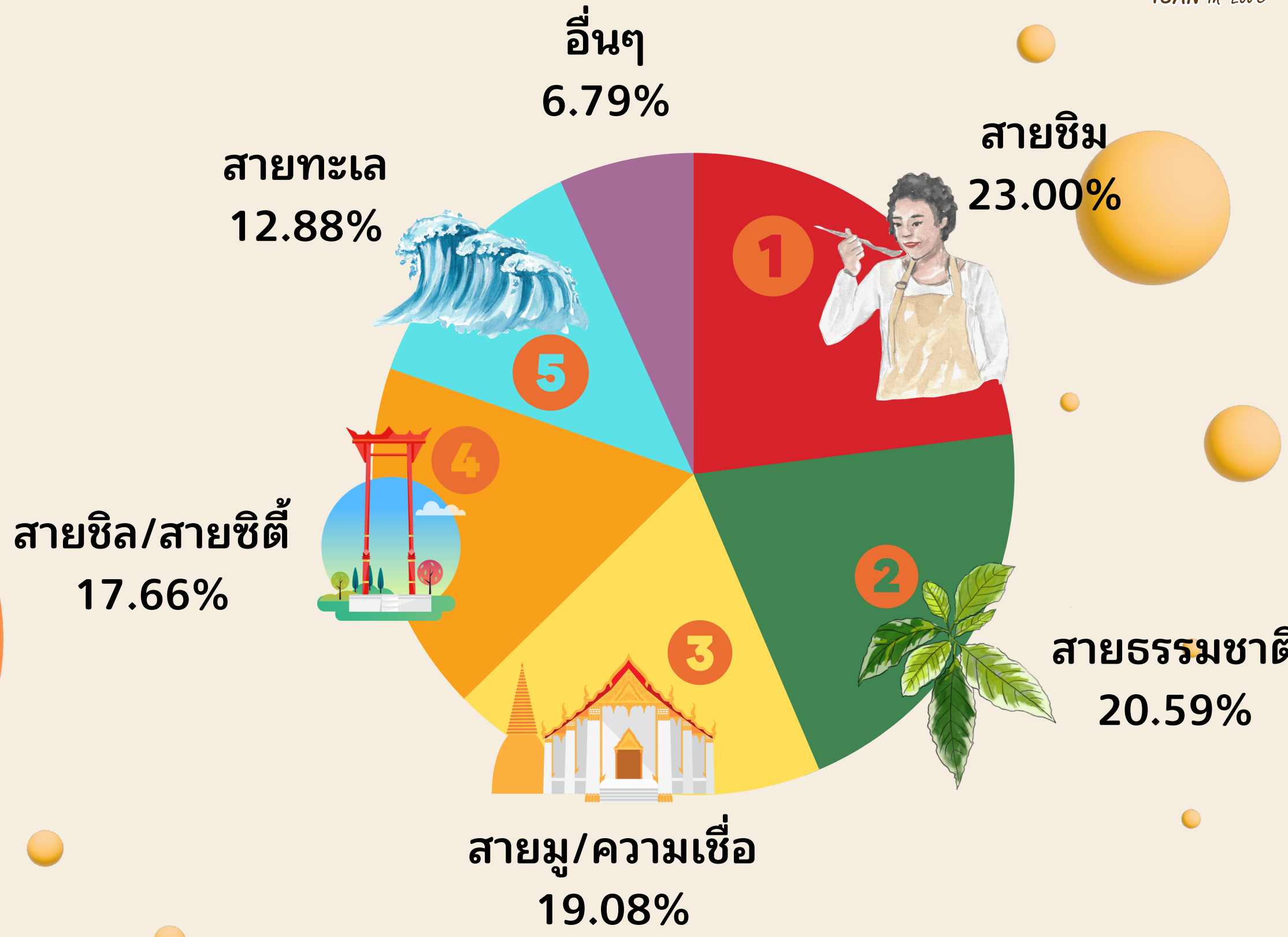
งานกิจกรรมบูรณาการ**รูปแบบการท่องเที่ยว**ที่หลากหลาย ทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ**ความเชื่อ ความศรัทธา และจิตวิญญาณ**



กิจกรรม**เชื่อมโยง**ผู้ที่มีความสนใจ หรืองานอดิเรกที่เหมือนกัน

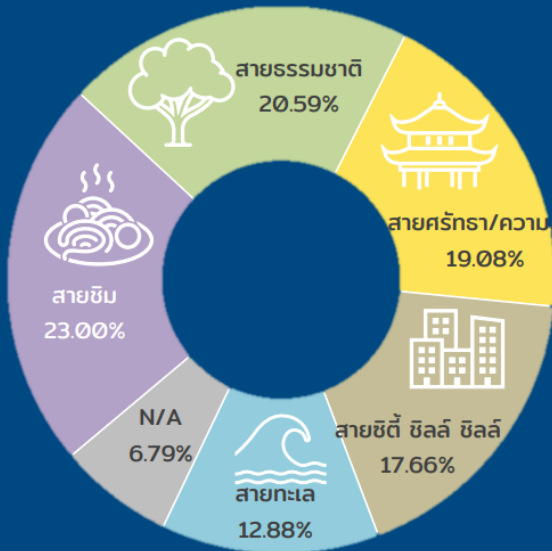
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว  
จำแนกตาม  
กลุ่มกิจกรรมหลัก  
**ปี 2565**





# การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามกิจกรรม

**1**  
**นักท่องเที่ยวสายชิม**  
**23.00%**

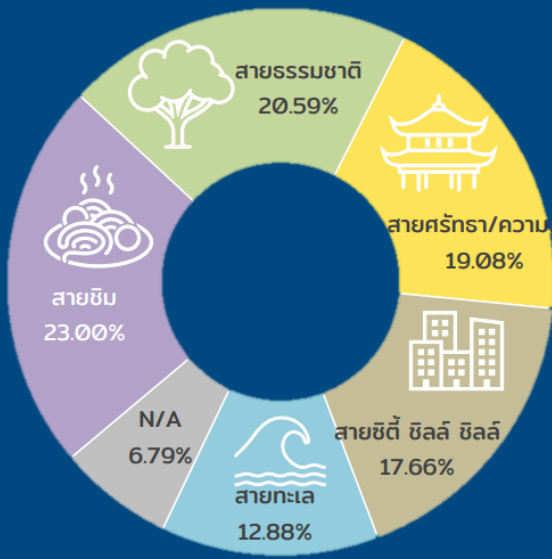


กิจกรรมที่ให้ความสนใจ	การรับประทานอาหารท้องถิ่น + การสัมผัสเรียนรู้วิถีชุมชน
ช่วงอายุ	มีความหลากหลายของช่วงอายุ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี
การเลือกจุดหมาย	นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความสะอาดมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ทั้งจากการเดินทาง และความพร้อมของพื้นที่ ร่วมกับความสะดวกสบาย สภาพแวดล้อม และความปลอดภัยด้านสาธารณสุข
การท่องเที่ยวข้ามภาค	36% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เที่ยวข้ามภาค
การท่องเที่ยววันธรรมดา	นิยมท่องเที่ยววันธรรมดามากกว่ากลุ่มกิจกรรมอื่น
ผู้ร่วมเดินทาง	ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดประมาณ 4 คน ซึ่งเป็นคนในครอบครัว หรือแฟน/สามี/ภรรยา
กิจกรรม	นอกจากกิจกรรมหลักแล้ว กลุ่มนี้ยังมีการช้อปปิ้งมากกว่ากลุ่มกิจกรรมอื่นด้วย โดยนิยมซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร หรือของฝาก/ของที่ระลึกทั่วไป
จังหวัดจุดหมาย	จังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญในแต่ละภูมิภาค อาทิ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี ขอนแก่น และกาญจนบุรี
แหล่งท่องเที่ยว	ถนนคนเดินหรือตลาดสำคัญที่มีชื่อเสียง เช่น ถนนเยาวราช ตลาดนัดจตุจักร ตลาดดินตา เป็นต้น
ค่าใช้จ่าย	เฉลี่ย 5,549 บาท/คน/ทริป



# การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามกิจกรรม

2  
สายธรรมชาติ  
20.59%

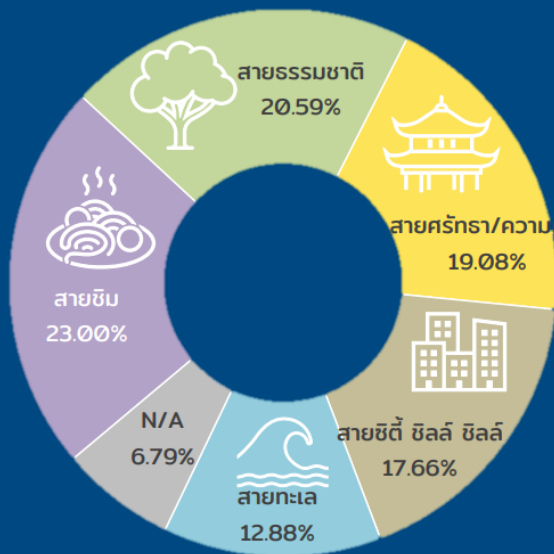


กิจกรรมที่ให้ความสนใจ	การเที่ยวชมวิวทิวทัศน์ และท่องเที่ยวธรรมชาติทั่วไป
ช่วงอายุ	ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อยกว่า 35 ปี
การเลือกจุดหมาย	ให้ความสำคัญกับความสวยงามของวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติมากที่สุด ควบคู่ไปกับความสะดวกในการเดินทาง และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ขณะที่ความสะอาดของสภาพแวดล้อม และอัตราค้ายของผู้คนก็เป็นสิ่งจำเป็น
การท่องเที่ยวข้ามภาค	38% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เที่ยวข้ามภาค (รองจากสายทะเลเท่านั้น)
การเที่ยววันธรรมดา	ส่วนใหญ่เที่ยวกันในวันเสาร์-อาทิตย์ (52%) และนิยมการท่องเที่ยวแบบพักค้าง (64%)
ผู้ร่วมเดินทาง	ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดประมาณ 4-5 คน ซึ่งเป็นได้ทั้งคนในครอบครัว หรือแฟน/สามี/ภรรยา หรือเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน
กิจกรรม	นอกจากกิจกรรมหลักแล้ว กลุ่มนี้ยังชื่นชอบการถ่ายรูป และขับรถเที่ยวอีกด้วย
จังหวัดจุดหมาย	จุดหมายเป็นจังหวัดหลักที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ เชียงใหม่ กาญจนบุรี ชลบุรี ขอนแก่น และเพชรบูรณ์
แหล่งท่องเที่ยว	อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ภูทับเบิก ดอยม่อนแจ่ม อุทยานแห่งชาติเขาค้อ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นต้น
ค่าใช้จ่าย	เฉลี่ย 5,771 บาท/คน/ทริป



# การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามกิจกรรม

3  
สายศรัทธา/ความเชื่อ  
19.08%

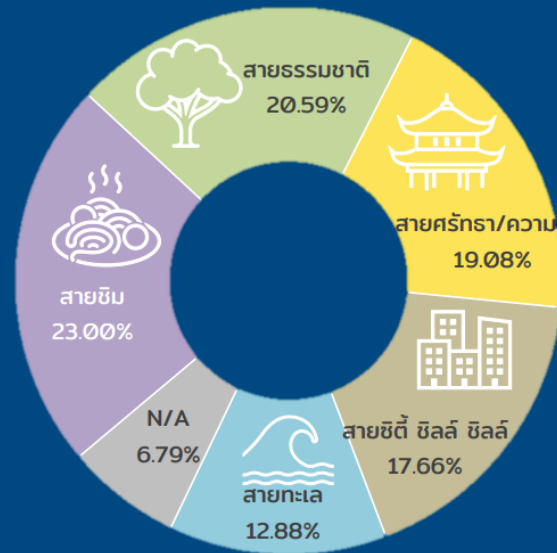


กิจกรรมที่ให้ความสนใจ	นมัสการศาสนสถาน/ไหว้พระ/ขอพร และทำสมาธิ/ปฏิบัติธรรม/ปฏิบัติศาสนกิจ
ช่วงอายุ	ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 55 ปี
การเลือกจุดหมาย	เน้นความสะดวกในการเดินทาง ความสวยงามของทิวทัศน์ และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
การท่องเที่ยวข้ามภาค	ส่วนใหญ่เที่ยวในภาค (68%) โดยเป็นกลุ่มที่เที่ยวข้ามภาคน้อยที่สุด (32%)
การเที่ยววันธรรมดา	นิยมท่องเที่ยวแบบพักค้างไม่มากนักเมื่อเทียบกับกลุ่มกิจกรรมอื่น โดยมีการเดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ (53%)
ผู้ร่วมเดินทาง	ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดประมาณ 4 คน ส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัว หรือแฟน/สามี/ภรรยา
กิจกรรม	นอกจากกิจกรรมหลักแล้ว กลุ่มนี้ยังชื่นชอบการถ่ายรูป ซอปปิง และชมทิวทัศน์/ธรรมชาติทั่วไปด้วย
จังหวัดจุดหมาย	จังหวัดที่ตั้งของศาสนสถานสำคัญของแต่ละภูมิภาค อาทิ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ขอนแก่น พระนครศรีอยุธยา นครศรีธรรมราช กาญจนบุรี และฉะเชิงเทรา เป็นต้น
แหล่งท่องเที่ยว	วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระธาตุอภัยสุเทพ วัดเจดีย์ ป่าคำชะโนด และ วัดโสธรวรารามวรวิหาร เป็นต้น
ค่าใช้จ่าย	เฉลี่ย 4,647 บาท/คน/ทริป

# การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามกิจกรรม

4

**สายซีดี ซิลล์ ซิลล์**  
**17.66%**



กิจกรรมที่ให้ความสนใจ	การเที่ยวชมเมือง หมายรวมถึงการชมสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรมท้องถิ่น การแสดงทางศิลปวัฒนธรรม และเข้าชมนิทรรศการหรือพิพิธภัณฑ์
ช่วงอายุ	มีความหลากหลายของช่วงอายุ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 24 ปี
การเลือกจุดหมาย	ความสะดวกในการเดินทางเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจเลือกจุดหมาย
การท่องเที่ยวข้ามภาค	ส่วนใหญ่เที่ยวในภาค (65%) โดยมีการเที่ยวข้ามภาคน้อย (เกือบ) ที่สุด (35%)
การท่องเที่ยววันธรรมดา	เน้นการเดินทางในวันเสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวแบบไปเช้า-กลับเย็น
ผู้ร่วมเดินทาง	ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดเล็ก เฉลี่ย 3-4 คน เป็นได้ทั้งคนในครอบครัว แฟน/สามี/ภรรยา หรือเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ทั้งนี้ พบว่ามี Solo traveler สำหรับการท่องเที่ยวแบบนี้มากที่สุด
กิจกรรม	การช้อปปิ้งนับเป็นอีกกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสนใจ โดยสินค้าที่นิยมเลือกซื้อ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหาร เสื้อผ้าสำเร็จรูป และของฝาก/ของที่ระลึก
จังหวัดจุดหมาย	เน้นเมืองใหญ่หรือเมืองที่มีเอกลักษณ์ อาทิ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น จันทบุรี และชลบุรี
แหล่งท่องเที่ยว	เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป หรือย่านศูนย์การค้า/ตลาดในจังหวัดนั้น
ค่าใช้จ่าย	เฉลี่ย 4,827 บาท/คน/ทริป

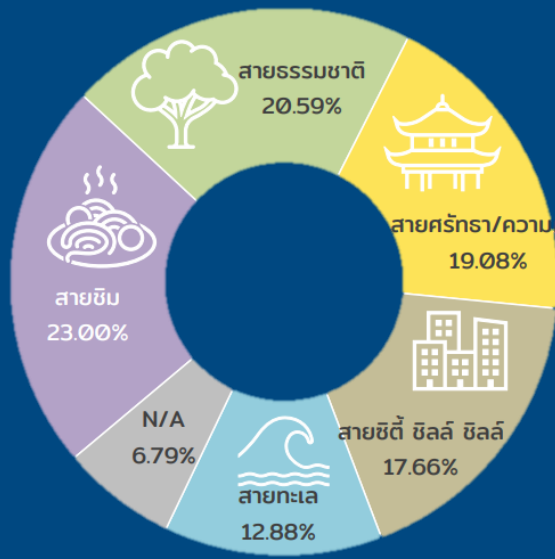




# การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามกิจกรรม



**5**  
**สายทะเล**  
**12.88%**



กิจกรรมที่ให้ความสนใจ	กิจกรรมชายหาด และอาจร่วมกับการว่ายน้ำ/เล่นน้ำ หรือกิจกรรมทางน้ำอื่นๆ
ช่วงอายุ	เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวอายุ 25-44 ปี มากกว่าช่วงอายุอื่น
การเลือกจุดหมาย	ให้ความสำคัญกับความสวยงามของวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติ พร้อมกับความสะดวกในการเดินทาง และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก
การท่องเที่ยวข้ามภาค	เป็นกลุ่มที่มีการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคมากที่สุด (44%) เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น สอดคล้องกับสัดส่วนการเลือกเดินทางด้วยเครื่องบินมากกว่ากลุ่มอื่นเช่นกัน
การเที่ยววันธรรมดา	เน้นการเดินทางในวันเสาร์-อาทิตย์ แต่มีการพักค้างคืนมากกว่ากลุ่มอื่นๆ
ผู้ร่วมเดินทาง	ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ เฉลี่ย 4-5 คน โดยผู้ร่วมทริปมีความหลากหลาย ทั้งคนในครอบครัว แฟน/สามี/ภรรยา หรือเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน
กิจกรรม	นอกจากกิจกรรมหลักแล้ว ยังชื่นชอบการถ่ายรูป ขับรถเที่ยว และช้อปปิ้งด้วย โดยสินค้าที่นิยมเลือกซื้อ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหาร
จังหวัดจุดหมาย	จังหวัดชายทะเลที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ชลบุรี กระบี่ เพชรบุรี ระยอง และภูเก็ต
แหล่งท่องเที่ยว	บางแสน พัทยา ชะอำ อ่าวนาง หัวหิน แหลมพรหมเทพ และเกาะล้าน เป็นต้น
การใช้จ่าย	เฉลี่ย 6,671 บาท/คน/ทริป มากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ





# ปิด ทำทางภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

# 2567



FLAGSHIP PROJECT

Activity

อีสาน...

ไปเสกกะ<sup>🌶️🌶️</sup>ซบ

มากกว่า อาหาร...  
คือ ประสบการณ์





# MAIN Product



✿  
MICHELIN  
2023

+20 จานแซบ



# กลุ่มเป้าหมาย



วัยทำงาน  
(อายุ 25-60 ปี)

**Market Size**  
**19,235,410**



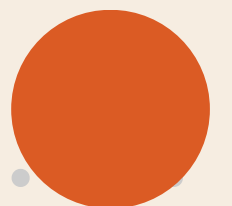
Active Senior  
(อายุ 55-80 ปี)

**Market Size**  
**8,710,658**

จังหวัด  
ภายในภูมิภาค  
65.39%

ภาคกลางและ  
กรุงเทพฯ  
18.57%

จังหวัดที่มี  
เที่ยวบินเข้าพื้นที่  
(เชียงใหม่ สงขลา ภูเก็ต)





# Product

# 5F+



## FOOD



## FASHION



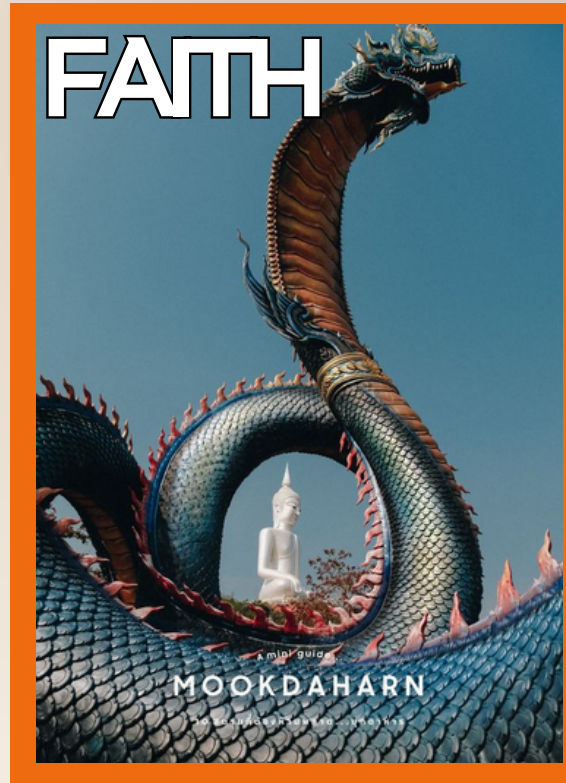
## FESTIVAL



## FILM



## FIGHT







**Flagship project 2567**  
**ททท.สำนักงานนครราชสีมา**



# ท่องเที่ยว กินเที่ยว โคราช – ชัยภูมิ

VP | “กินตามฤดูกาล อาหารปลอดภัย ใส่ใจสุขภาพ”





# ท่องเที่ยว กินเที่ยว โคราช – ชัยภูมิ

VP | “กินตามฤดูกาล อาหารปลอดภัย ใส่ใจสุขภาพ”



**MICHELIN GUIDE SELECTION 2023**  
NAKHON RATCHASIMA นครราชสีมา  
BIB GOURMAND RESTAURANTS

- Baan Pang Hom บ้านเป็งหอม\*
- Khanom Jeen Kru Yod ขนมจีนครูยอด\*
- Krua Kampan ครึงกำปัน\*
- Krua Suwimol ครูวสุวิมล\*
- Penlaos เป็นลาว\*
- Kai Yang Saeng Thai ไก่ย่างแสงไทย\*
- Khanom Ochin โอชิน\*
- Lab Somphit ลาบสมพิศ\*
- Piya Radna ปิยะราดนา\*

\* New (ร้านใหม่)

## 8 ร้านแนะนำ

1. จำเ้า (ปากช่อง)
2. MIDWINTER (ปากช่อง)
3. ยั้งข้าว (ปากช่อง)
4. ไก่ย่างสี่บสิริ (เมืองโคราช)
5. ยั้งปู้บ (เมืองโคราช)
6. ขนมจีนแม่พลอย (เมืองโคราช)
7. ยมราชโอชา (เมืองโคราช)
8. เจ้ห้อยกระโทก (เมืองโคราช)



Collage of award logos and certifications:

- UNSEEN NOW Chapters
- SHA (Standard for Quality Assurance)
- BCG (Bio-Circular-Green Economy)
- THAI GEOGRAPHICAL INDICATION
- Thailand Tourism Awards 2021
- ISAN in Love
- Happy Model
- FAITH (FARMER AND ARTISAN TOURISM)





TAT BURIRAM

# PREPARE ACTION PLAN 2024

ททท. สำนักงานบุรีรัมย์

เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม เลิศล้ำเมืองกีฬา





# Value Propositions

“กินอาหารเป็นยา สร้างสมดุลชีวิต”

เมืองแห่งความรื่นรมย์พร้อมเสิร์ฟ  
เมนูประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว  
ด้วยคุณค่าของอาหารถิ่นที่มีอัตลักษณ์  
ผสมผสานจากภูมิปัญญาท้องถิ่น  
ที่รอให้คุณมาสัมผัส







FLAGSHIP

— 2567



TAT SURIN

Value Propositions (VP)

"กิน...อย่างช้าๆ"

---



# เมนูอาหารสุรินทร์

อั้งแกบบอบ

ชั้นล่อเจก (แกงกล้วย)

ละแวกะตาม

ข้าวต้มมะพร้าว

ฯลฯ





# กิจกรรมการท่องเที่ยวมิติใหม่กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์

## ด้านการประชาสัมพันธ์

### ● Before the trip

-จัดกิจกรรมที่ทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้า/บริการ สร้างการรับรู้เส้นทางท่องเที่ยวรวมถึงอาหารเด่นในพื้นที่ผ่าน Social Media /Influencer ทั้งอีสาน และพื้นที่อีสานภาคกลาง (กทม. )/กิจกรรม Media &Agent Fam Trip

### ● During the trip

-จัดกิจกรรมกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวและค่าใช้จ่าย/จัดกิจกรรมเส้นทางนำร่องให้แก่กลุ่มสื่อมวลชน Online และ Offline รวมถึงภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผลักดันเส้นทางท่องเที่ยว กระตุ้นให้เกิดการเดินทาง

### ● After the trip

-กิจกรรมกระตุ้นให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ กิจกรรมโพสต์รูปชวนเพื่อนตามรอย/ทำพาสปอร์ตหรือบัตร สมาชิกเที่ยวซ้ำ รับของที่ระลึก





# กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์

## ด้านการตลาด

- เสนอขาย เส้นทางท่องเที่ยว /Special Package โดย ททท. ร่วมดำเนินการกับภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว
- ร่วมกับพันธมิตรจัด Event เทศกาลอาหาร
- ออกบูธ ในงานส่งเสริมการขาย





Thank you

