

## การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ ๒.๓ ล้านล้านบาท ภายในปี ๒๕๕๙

### สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

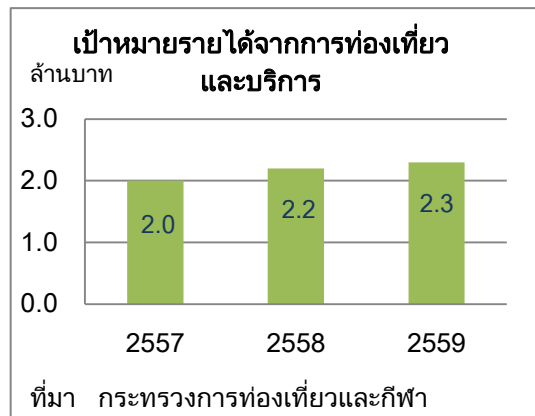
นับเป็นเวลาหลายศตวรรษแล้วที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เติบโตขึ้นอย่างเข้มแข็งและมีภูมิคุ้มกันเห็นได้จากในช่วงที่ประเทศเผชิญกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด อาทิ วิกฤตการเงินแห่งเอเชีย (๒๕๔๐) วิกฤตสินเชื่อบีบไซปรัส (๒๕๕๔) และการชุมนุมทางการเมือง (๒๕๕๖-๒๕๕๗) ภาคบริการและการท่องเที่ยวจะเป็นภาคที่มีศักยภาพในการฟื้นตัวได้เร็วที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมและภาคการเกษตรเนื่องจากไม่มีต้นทุนทางกายภาพที่สูงเมื่อเทียบกับภาคการผลิตอื่น ประกอบกับความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวและฐานทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทำให้ไทยเป็นจุดหมายอันดับต้นที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเยือนเพื่อชมความงามและสัมผัสเสน่ห์ของประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม ผลของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมา ที่มุ่งเป้าหมายไปที่จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญนั้น ได้สร้างบทเรียนบทใหญ่ให้กับประเทศจากการที่ทรัพยากรจำนวนมากถูกใช้และทำลายไปอย่างขาดการวางแผนฟื้นฟูและอนุรักษ์ จนทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเสื่อมโทรมลงไปอย่างน่าเสียดาย

ภาครัฐตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว และได้ดำเนินมาตรการเร่งฟื้นฟูทรัพยากรที่มีค่าของประเทศอย่างเต็มศักยภาพ พร้อมทั้งปรับทัศนคติในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาโดยได้มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณให้ความสำคัญกับตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประเทศและกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น โดยในปี ๒๕๕๘ ได้กำหนดเป้าหมายรายได้จำนวน ๒.๒ ล้านล้านบาท และในปี ๒๕๕๙ จำนวน ๒.๓ ล้านล้านบาท ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทย สร้างมูลค่าให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ และมีชุมชนในพื้นที่เป็นแกนหลักในการบริหารจัดการ ซึ่งจะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนา และกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

#### บริบทการเปลี่ยนแปลงของโลก

การที่จะบรรลุให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้นั้น หนึ่งในปัจจัยสำคัญ คือ การทำความรู้จักกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามบริบทของสังคมโลกที่มีความเป็นพลวัต การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (๒๕๕๗) ได้แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกจะเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสการเปลี่ยนแปลงหลัก ๘ ประการ (๘ Megatrends) อันได้แก่ โลกาภิวัตน์ สังคมสูงวัย สังคมเมือง ชีวิตดิจิทัล สุขภาพและความปลอดภัย การคมนาคมขนส่ง สิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ และประชาคมอาเซียน



๘ กระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ (๘ Megatrends)

 <p>โลกาภิวัตน์ (Globalisation) การเชื่อมโยงถึงกันมากขึ้นทั้งของโลกในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมจะส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยนมุมมองและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว</p>	 <p>สังคมสูงวัย (Ageing Society) นักท่องเที่ยวสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ในขณะที่วัยแรงงานจะลดลง และอาจส่งผลกระทบต่อภาวะการขาดแคลนแรงงานในอนาคต</p>
 <p>สังคมเมือง(Urbanisation) การขยายตัวของเมืองอาจทำให้เกิดการกลืนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตพื้นถิ่น จนทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ดั้งเดิมไป นอกจากนี้ อาจก่อให้เกิดปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอีกด้วย</p>	 <p>ชีวิตดิจิทัล (Digital Lifestyle) ยุคสังคมออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวแชร์ข้อมูลได้ตลอดเวลา เน้นการใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน จองตั๋วและที่พักทางระบบออนไลน์ รวมถึงการใช้ Big Data และระบบคราวน์ ในการวิเคราะห์ตลาด</p>
 <p>สุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety) ปัญหาโรคระบาด ความไม่ปลอดภัยในการสัญจร การก่อการร้าย และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ล้วนเป็นความเสี่ยงที่ทำให้ต้องเตรียมรับมืออย่างรอบคอบ</p>	 <p>การคมนาคมขนส่ง(Transportation) ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งจะส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านความเชื่อมโยงทางการภาพและกฎระเบียบด้านคมนาคม</p>
 <p>สิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ (Green and Environment) ธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวมีความเสี่ยงต่อการถูกทำลายหากไม่สร้างแนวคิดเชิงอนุรักษ์ให้นักท่องเที่ยว โดยปัญหาสำคัญ อาทิ น้ำเสีย ขยะ และมลพิษ</p>	 <p>ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) การรวมกลุ่มกันของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะสร้างเอกภาพและอัตลักษณ์ของภูมิภาคส่งผลให้เกิดเคลื่อนย้ายทุนและแรงงานอย่างเสรี</p>

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยว

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดให้ไว้ขึ้น จะต้องพัฒนาทั้งระบบ เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ และกระจายความเจริญอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยภาครัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ๕ ยุทธศาสตร์ ได้แก่

๑. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญกับตลาดท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางและใช้จ่าย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ อาทิ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มการประชุม สัมมนา และจัดนิทรรศการนานาชาติ(MICE) กลุ่มแต่งงานและฮันนีมูน และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้วยการสร้างภาพลักษณ์โดยใช้อัตลักษณ์ของความเป็นไทยเพื่อสร้างสรรคให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยในปี ๒๕๕๘ รัฐบาลได้ประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย

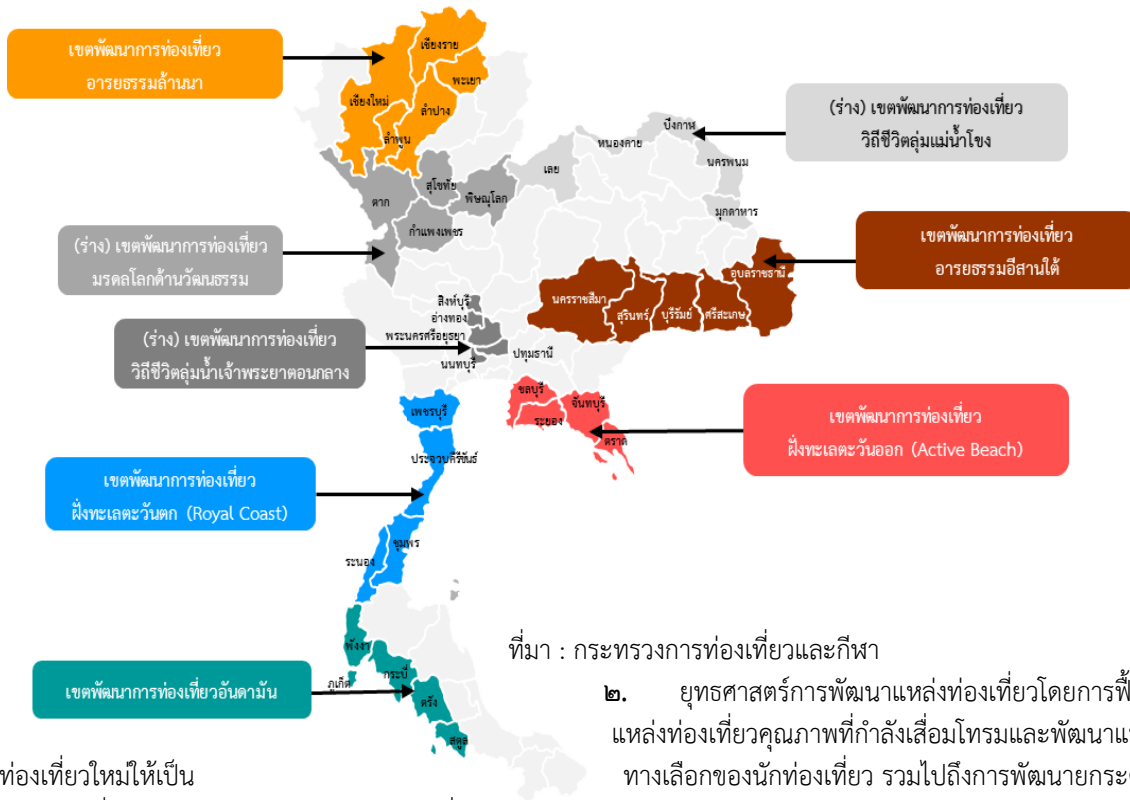
 สวนสวรรค์ ร้อยพันธุ์ผลไม้ จ.จันทบุรี	 เมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลา จ.ลำปาง	 เมืองปราสาทสองยุค จ.บุรีรัมย์	 กระซิบรักเสมอดาว จ.น่าน
 เมืองเกาะในฝัน จ.ตราด	 ยุทธจักรความอร่อย จ.ตรัง	 เมืองสายน้ำสามเวลา จ.สมุทรสงคราม	 ภูดอกไม้สายหมอก จ.เพชรบูรณ์
 ชุมชนคนอาร์ต จ.ราชบุรี	 หาดทรายสวย สีสวยลิ จ.ชุมพร	 เย็นสุด...สุขที่เลย จ.เลย	 นครสองธรรม จ.นครศรีธรรมราช

โครงการ “๑๒ เมืองต้องห้าม ... พลาด”

หรือ ๒๐๑๕ Discover Thainess เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาทำความรู้จักประเทศไทย และหลงรักในเสน่ห์วิถีชีวิตความเป็นไทยมากขึ้น ซึ่งมีโครงการสำคัญ เช่น โครงการ “๑๒ เมืองต้องห้าม ...พลาด” ส่งเสริมการท่องเที่ยวใน ๑๒ เมืองรองที่มีศักยภาพ ซึ่งจะช่วยกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก และโครงการ “Dream Destination ๒๐๑๕ กาลครั้งนั้น ... ความฝันผลิบาน” ส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางดอกไม้ ๒๒ เส้นทางทั่วประเทศ เป็นต้น

นอกจากนั้น ภาครัฐโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประกาศเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนำร่องจำนวน ๕ กลุ่มคลัสเตอร์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์และวิถีชีวิตท้องถิ่นที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน และพะเยา) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ (นครราชสีมา สุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี) เขตพัฒนา การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออก Active Beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก Royal Coast (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง) และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่ ตรัง และสตูล) โดยมีผู้แทนจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ร่วมกันวางแผนและดำเนินการพัฒนาในแต่ละเขตพื้นที่ของตนซึ่งจะช่วยสะท้อนความต้องการของคนในพื้นที่อย่างแท้จริง

เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ๕ คลัสเตอร์



ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ท่องเที่ยวใหม่ให้เป็น

มาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว  
 รมริมทางหลวง ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ สถานีบริการน้ำมัน ห้องน้ำ และไฟส่องสว่าง เป็นต้น

๒. ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่กำลังเสื่อมโทรมและพัฒนาแหล่งทางเลือกของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนายกระดับให้ได้ตามมาตรฐานสากล เช่น ป้ายบอกทางสองภาษา จุดพักรถ

๓. ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวโครงการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวกมากขึ้น การสร้างความเชื่อมโยงและการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ รวมทั้งการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT เพื่อรองรับการเข้าสู่เศรษฐกิจและสังคมยุคดิจิทัลด้วย

## สถานะโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมของไทย

	<b>ทางถนน</b> ระยะทางรวม • ถนนคอนกรีตและลาดยาง (67%) • ถนนลูกรัง (33%)	469,016 กม. 315,665 กม. 153,351 กม.	<div style="margin-bottom: 10px;">  <ul style="list-style-type: none"> <li>คุณภาพและความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานของถนน อยู่ในอันดับที่ 5 ของกลุ่มประเทศอาเซียน (Sources : IMD)</li> </ul> </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <ul style="list-style-type: none"> <li>ปริมาณตู้สินค้าผ่านท่าเรือ อยู่ในอันดับที่ 4 เทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน (Sources : Review of Maritime Transport 2012, UNCTAD)</li> </ul> </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <ul style="list-style-type: none"> <li>อันดับคุณภาพโครงข่ายทางรางอยู่ในอันดับที่ 2 ของกลุ่มประเทศอาเซียน (Sources : IMD)</li> </ul> </div> <div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>ขีดความสามารถท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นอันดับที่ 2 ดอนเมืองเป็นอันดับที่ 6 เทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน (Sources : ทอท.)</li> </ul> </div>
	<b>ทางน้ำ</b> ท่าเรือแหลมฉบัง (Capacity)	7.7 ล้านทีอียู/ปี	
	<b>ทางรถไฟ</b> ทางเดี่ยว (93%) ทางคู่และทางสาม (7%)	3,763 กม. 280 กม.	
	<b>ทางอากาศ</b> ท่าอากาศยาน - ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Capacity) - ท่าอากาศยานดอนเมือง (Capacity)	38 แห่ง 45 ล้านคน/ปี 18.5 ล้านคน/ปี	

ที่มา : ประมวลโดย สศช.

๔. ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมั่นและอำนวยความสะดวกมุ่งแก้ไขปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และปัญหาการล่อลวงนักท่องเที่ยวโดยการจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทั่วประเทศ และควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้รวดเร็วและทันท่วงที นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวหลักที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอาชญากรรม ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการเดินทางมาในประเทศไทย การกำหนดการตรวจลงตราแบบเข้าราชอาณาจักรได้หลายครั้ง (Multiple Entry Visa) หรือยกเว้นการตรวจลงตราให้กับนักท่องเที่ยวจากบางประเทศด้วย

๕. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการโดยการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของตลาดการพัฒนามัคคุเทศก์และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับและการส่งเสริมธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ อาทิ ธุรกิจภาพยนตร์ผลิตภัณฑ์ OTOP และธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมความเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อสร้างสินค้าการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวด้วย

แนวทางการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

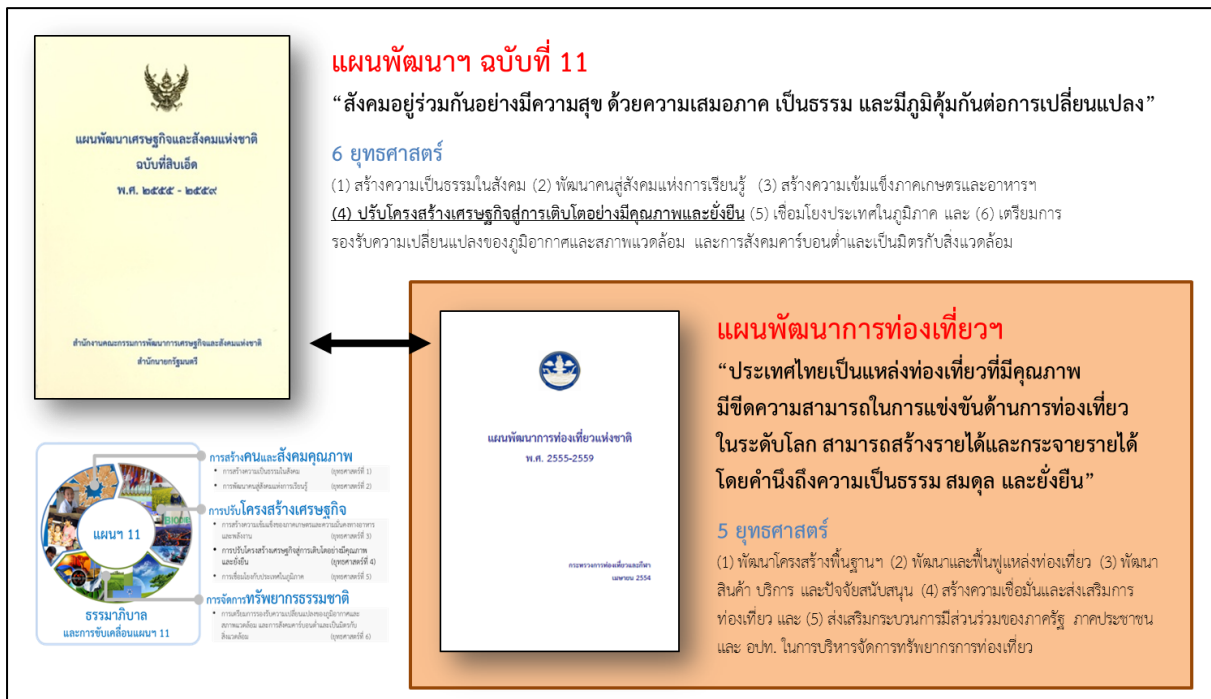
<b>รายได้การ ท่องเที่ยว</b>	<b>=</b>	<b>จำนวน นักท่องเที่ยว</b>	<b>x</b>	<b>ค่าใช้จ่าย เฉลี่ย/หัว/วัน</b>	<b>x</b>	<b>ระยะเวลา พำนัก</b>
		<b>กลุ่มเป้าหมาย</b> - กลุ่ม Luxury - นักช้อปปิ้ง - ผู้สูงอายุ - ผู้ใช้บริการสุขภาพ - กลุ่มศิษย์กรรมเสริมความงาม - นักผจญภัย (อาทิ นักดำน้ำ นักปีนเขา) - คู่แต่งงาน/ฮันนีมูน - กลุ่มกอล์ฟ		<b>ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง</b> - สปา - บริการทางการแพทย์ - MICE - การถ่ายทำภาพยนตร์ - อาหาร - OTOP - Long Stay - Eco-Tourism		<b>กลยุทธ์</b> - สร้างความเชื่อมโยง (loop) การท่องเที่ยว - สร้างเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ - ยกระดับมาตรฐานธุรกิจ/แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจ - สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย

ที่มา : สศช.

กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

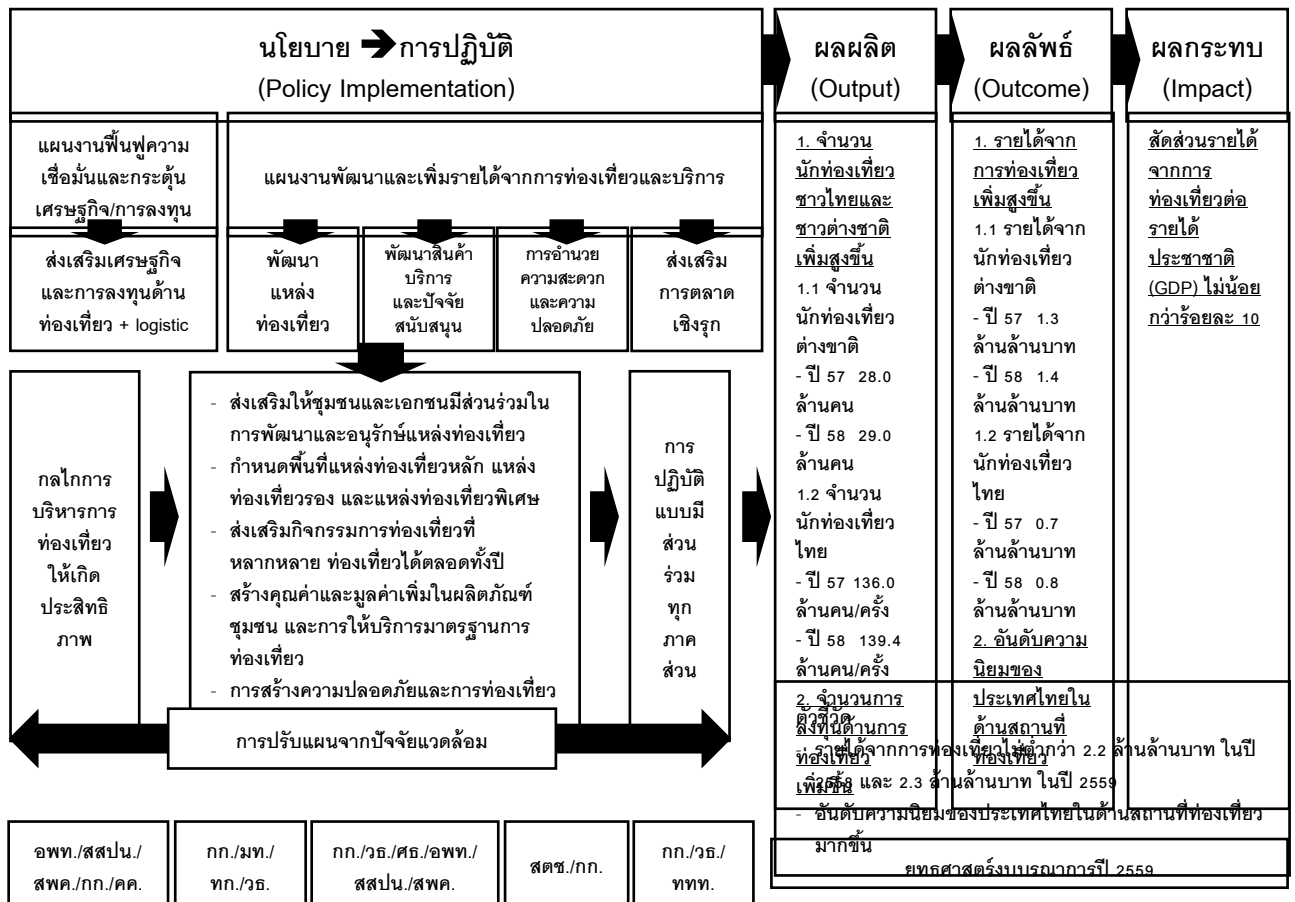
สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยนั้น ในระดับนโยบายมีการขับเคลื่อนโดยคณะกรรมการระดับชาติ ได้แก่ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นรองประธาน และมีผู้แทนจากภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบกรรมการ โดยมีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ ให้จัดทำนโยบายยุทธศาสตร์ หรือมาตรการส่งเสริมการบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยว และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ รวมถึงการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น จึงเรียกได้ว่า ท.ท.ช. นับเป็นกลไกสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งทำหน้าที่ทั้งแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นและผลักดันการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

ความเชื่อมโยงระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙) และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙



ที่มา : สศช.

กลไกการบริหารการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ



ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประมวลโดย สศช.

ทั้งนี้ การขับเคลื่อนภาคการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวให้ได้ผลสัมฤทธิ์ตามแผนที่กำหนดไว้นั้น มิใช่เป็นเพียงหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ หรือหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น แต่ยังคงอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมทั้งภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ท้องถิ่นและประชาสังคม โดยเฉพาะประชาชนและชุมชนในพื้นที่ที่ต้องมีความเข้มแข็งสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รู้จักใช้สอยทรัพยากรในพื้นที่อย่างคุ้มค่า และเป็นกำลังสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

ท่องเที่ยวไทย...มองไปข้างหน้า

ประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยว ๒.๓ ล้านล้านบาท ภายในปี ๒๕๕๙ ได้หรือไม่ ขึ้นอยู่ความร่วมมือของทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ ในส่วนของภาครัฐจะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในทุกมิติ ประสานกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เป็นอุปสรรค

ต่อการพัฒนา ตลอดจนเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

ในส่วนภาคธุรกิจเอกชนจะต้องปรับตัวให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลก รวมทั้งควรร่วมมือกันในการป้องกันและปราบปรามผู้ที่หลอกลวงนักท่องเที่ยว และพัฒนางานบริการให้ได้มาตรฐาน

ในระดับสากล นอกจากนั้น สถาบันการศึกษา มูลนิธิและสถาบันการวิจัย ยังมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน โดยอาจนำผลงานหรือนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับหน่วยธุรกิจ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสำหรับภาคประชาสังคมนั้น จะเรียกได้ว่าเป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น เนื่องจากแนวโน้มกิจกรรมการท่องเที่ยวได้มุ่งเน้นวิถีชีวิตท้องถิ่นมากขึ้น ประชาชนและชุมชน

จึงเข้ามามีบทบาทในการวางแผนและบริหารจัดการการท่องเที่ยวของพื้นที่

ดังนั้น เมื่อมองไปข้างหน้า ... เราจะพบอนาคตที่สดใสของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ที่จะเติบโตไปพร้อมกับเศรษฐกิจของประเทศและของภูมิภาคอาเซียน ทั้งนี้ ต้องอาศัยการร่วมแรงร่วมใจของคนไทยทุกคนในการทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมรับนักท่องเที่ยวด้วยจิตใจบริการและมีความปรารถนาดี ซึ่งจะนำพาให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยก้าวไปข้างหน้าได้อย่างยั่งยืน

-----