



แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒
(พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ



แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒
(พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

ISBN 978-616-297-481-6

พิมพ์ครั้งที่	๑
จำนวน	๓,๐๐๐ เล่ม
จัดทำและเผยแพร่โดย	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ๔ ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ ๑๐๑๐๐ โทร. ๐ ๒๒๘๓ ๑๕๔๖ โทรสาร ๐ ๒๓๕๖ ๐๗๐๔
พิมพ์ที่	สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก

คำนำ

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เป็นภารกิจของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่กำหนดไว้ตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ เป็นแผนพัฒนาฉบับแรกของประเทศ และจะสิ้นสุดในปี ๒๕๕๙ ดังนั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวมีการบริหารและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงต้องจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาในระยะ ๕ ปีถัดไป ประกอบกับปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลาแห่งการปฏิรูป เพื่อให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยประชาชนทุกภาคส่วนของสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิรูป จึงนับเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) บนพื้นฐานของหลักการดังกล่าว เพื่อเป้าหมายการยกระดับประเทศไทยให้เป็นประเทศพัฒนาแล้ว มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน สอดคล้องตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแนวทางการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ได้มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเริ่มต้นตั้งแต่การประเมินผลแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ การศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ การทบทวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ การทบทวนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ประชาสังคม ผ่านการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นร่างวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ และร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

สาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของ การลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) สามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่วิสัยทัศน์ที่คาดหวังได้อย่างแท้จริง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

สารบัญ

สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	ค
ส่วนที่ ๑ บทนำ	๑
ส่วนที่ ๒ สถานการณ์ แนวโน้ม และทิศทางการท่องเที่ยว	๔
๑. สภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยว	๔
๒. การท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ	๑๓
๓. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว	๑๗
๔. ผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙	๑๙
๕. สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย	๒๒
ส่วนที่ ๓ วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนา	๒๔
๑. วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙	๒๔
๒. เป้าประสงค์	๒๖
๓. ตัวชี้วัด	๒๖
๔. พันธกิจ	๒๖
๕. ยุทธศาสตร์การพัฒนา	๒๗
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน	๒๙
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับ การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	๓๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว	๓๒
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว	๓๓
ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริม ความร่วมมือระหว่างประเทศ	๓๕
ส่วนที่ ๔ การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ	๓๗
๑. แนวทางการขับเคลื่อนแผนพัฒนาสู่การปฏิบัติ	๓๗
๒. แนวทางการติดตามประเมินผลการพัฒนา	๔๒
๓. แนวทางการพัฒนาที่สำคัญในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	๔๒
ภาคผนวก	๔๗

สรุปสาระสำคัญ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒

(พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

๑. บทนำ

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) มีอำนาจและหน้าที่หลักในการส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการจัดทำแผนพัฒนาฉบับแรกของประเทศไทยไปแล้ว คือ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศในระยะ ๕ ปี โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับดังกล่าวจะสิ้นสุดลงในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ซึ่งผลการดำเนินงานในระยะที่ผ่านมา แม้จะประสบผลสำเร็จในการเพิ่มจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังมีอุปสรรคปัญหาและอุปสรรคสำคัญหลายประการ ประกอบกับสภาพและบริบทต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งปัจจัยภายใน เช่น สถานการณ์การเมืองของประเทศ นโยบายของภาครัฐ การปรับตัวของภาคเอกชน และปัจจัยภายนอก เช่น สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จึงนับเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยว ๒๐ ปี และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยยังคงบทบาทการเป็นสาขาหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ได้คำนึงถึงบริบทของประเทศไทยในการพัฒนาภายใต้กรอบการวิเคราะห์แบบองค์รวม โดยสรุปจากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิที่ได้สำรวจความเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้มีการดำเนินการตาม ๕ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (๑) การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ (๒) การศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวของประเทศและของโลก (๓) การทบทวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ (๔) การทบทวนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (๕) การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ประชาสังคม ผ่านการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วนทั่วประเทศ การจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อข้อเสนอ วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๔ และข้อเสนอร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

ทั้งนี้ ได้เน้นกระบวนการทำงานที่ผ่านการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตั้งแต่สภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการทำงานผ่านกลไกการมีส่วนร่วมจากผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของคณะกรรมการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และคณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อให้ได้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง

๒. การประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๒.๑ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และความเป็นไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อธยาศัยไมตรีของคนไทย โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ ๓๕ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดด้านการท่องเที่ยว ของโลกในการจัดอันดับระดับนานาชาติ เช่น กรุงเทพมหานคร ได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี ๒๕๕๘ โดย Master Card รางวัลชายหาดที่ดีที่สุดของเอเชีย ในปี ๒๕๕๘ จาก World Travel Awards รางวัลประเทศท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ในด้านการท่องเที่ยวครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการวิเวก ในปี ๒๕๕๗ รางวัลสถานที่เพื่อการประชุมและจัดงานยอดเยี่ยมจาก TTG Travel Awards ในปี ๒๕๕๗ และประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award จากนิตยสาร Travel News นิตยสารธุรกิจท่องเที่ยวชื่อดังจากภูมิภาคสแกนดิเนเวีย ในปี ๒๕๕๔ ติดต่อกันเป็นเวลา ๙ ปี เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทย ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก

๒.๒ ผลการพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ แม้จะประสบผลสำเร็จด้านรายได้และขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ยังคงมีปัญหาพื้นฐานอีกหลายประการ โดยเฉพาะในด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จากการจัดอันดับของ World Economic Forum: WEF ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๑๑๖ ในด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมจาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก เนื่องจากมีความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ขาดการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ในด้านความปลอดภัยประเทศไทยอยู่ที่อันดับ ๑๓๒ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ การหลอกลวง อาชญากรรม การก่อการร้ายที่เกิดกับนักท่องเที่ยวบ่อยครั้ง ดังนั้น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) นี้จะมุ่งแก้ปัญหาจากต้นเหตุ โดยเน้นในด้านการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การอนุรักษ์รักษาแหล่งท่องเที่ยวเปราะบาง การให้ประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลนักท่องเที่ยวและดูแลด้านความปลอดภัย เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งให้การเติบโตของอุตสาหกรรมในอนาคต

๒.๓ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลก ได้สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีความสอดคล้องและตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในโลก อาทิ การเติบโตของชนชั้นกลางที่เพิ่มความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยว การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำให้

การเดินทางเป็นไปได้สะดวกด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง การเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การเพิ่มขึ้นของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรงได้มากขึ้น ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่สูงขึ้นทำให้หลายประเทศได้พัฒนาสินค้า บริการ และเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้มีกลุ่มสาขาการท่องเที่ยวเติบโตใหม่มากมาย อีกทั้งหลายประเทศหันมาเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถรองรับกับความต้องการที่หลากหลายได้

๒.๔ บทเรียนจากประเทศต้นแบบและประเทศคู่แข่งรายสำคัญ ทำให้ประเทศไทยสามารถนำมาปรับใช้เพื่อ การกำหนดทิศทางการพัฒนาให้มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น การทบทวนวิเคราะห์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ประเทศจีน สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย รัสเซีย และประเทศต้นแบบ เช่น ญี่ปุ่น รวมทั้งประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์และมาเลเซียซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญ สามารถสรุปทิศทางการพัฒนาที่สำคัญได้ดังนี้ ๑) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การคมนาคม เพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพของบุคลากร และการนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ๒) การพัฒนาบางประเทศเลือกที่จะตั้งเป้าหมายดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างเฉพาะเจาะจง ในขณะที่บางประเทศตั้งเป้าหมายการพัฒนาเชิงกลุ่มการท่องเที่ยวที่ประเทศนั้นๆ มีศักยภาพ ๓) การบูรณาการเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ได้รับการเน้นย้ำในทุกแผนพัฒนา เนื่องจากการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยผลักดันแผนให้เป็นรูปธรรม และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงสถานการณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศ โดยเน้นที่การพัฒนาจุดอ่อนและเพิ่มความสามารถของจุดแข็งในอุตสาหกรรม ในขณะเดียวกันต้องมีการคำนึงถึงแนวโน้มของโลกที่กระทบกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ทิศทางการพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องและสามารถแปรเปลี่ยนเป็นรายได้ของอุตสาหกรรมได้ ทั้งนี้ เพื่อการรักษาขีดความสามารถการแข่งขันและต่อยอดการพัฒนาบนพื้นฐานของศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ จึงควรกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนา รักษา และยกระดับการท่องเที่ยวไทย เพื่อให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นประเทศพัฒนาแล้ว บนพื้นฐานของความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

๓. วิสัยทัศน์และเป้าประสงค์

๓.๑ วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ ๕ ประการ ดังนี้

๑) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและวันพักต่อการครั้งของการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

๒) การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

๓) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ

๔) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ และกระจายรายได้ แก่ประเทศพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ พัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

๕) การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

๓.๒ เป้าประสงค์ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

- ๑) การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
- ๒) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล
- ๓) การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
- ๔) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย

๓.๓ ตัวชี้วัดระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

- ๑) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ ๕ ต่อปี
- ๒) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว^๑ ของประเทศไทย เป็น ๑ ใน ๓๐ อันดับแรกของโลก หรือ ๑ ใน ๗ อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
- ๓) ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐
- ๔) รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ ต่อปี
- ๕) การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓ ต่อปี

^๑ TTCI: Travel & Tourism Competitiveness Index จัดทำโดย World Economic Forum ซึ่งมีการเผยแพร่รายงานทุก ๆ ๒ ปี

- ๖) สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ไม่ต่ำกว่า ๑ ใน ๓ ของการเดินทางตลอดทั้งปี
- ๗) รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนต่ำกว่า ๑ ล้านคน) มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๒ ต่อปี
- ๘) ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี
- ๙) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทย ด้านความเด่นชัดของวัฒนธรรมและนวัตกรรมจากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand) เป็น ๑ ใน ๑๐ อันดับแรกของโลก
- ๑๐) ดัชนีด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยใน ๖ มิติที่สำคัญ^๖ พัฒนาขึ้นอย่างน้อย ๑๐ อันดับในแต่ละมิติ

๔. ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

๑) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลกสากล

๒) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ การส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ การดูแลรักษาและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

๓) สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man - Made Attractions) เป็นต้น

^๖ อ้างอิงตามดัชนีขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของ WEF ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ใน ๖ หัวข้อที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ๙.๐๑ (Stringency of environmental regulations: ความเข้มงวดของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม), ๙.๐๒ (Enforcement of environmental regulations: การบังคับใช้กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม), ๙.๐๓ (Sustainability of T&T development: ความยั่งยืนของการพัฒนาอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว), ๙.๐๔ (Wastewater treatment: การบริหารจัดการน้ำเสีย), ๑๓.๐๓ (Total protected areas: พื้นที่ที่ได้รับการอนุรักษ์), ๑๓.๐๕ (Quality of the natural environment: คุณภาพของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ)

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๑) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยุกระดับระบบขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง

๒) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free - WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเดียวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด รววจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

๓) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

๑) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

๒) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand ๔.๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

๑) เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การทำการตลาดเป้าหมายและสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย ข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย และสิ่งที่ควรกระทำในกรณีฉุกเฉิน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน

๒) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ โดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มตลาดระดับกลาง - บน (มีรายได้ส่วนบุคคลสูงกว่า ๒๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ และการทำการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ

๓) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัด โดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่างๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

๔) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีประจำถิ่นในแต่ละเดือน การสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” ได้แก่ การสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มสุขภาพสตรี รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการการลดหย่อนทางภาษี

๕) ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัล ทั้งในด้านการดูแลบริหาร และวิเคราะห์สถิติ ข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

๑) ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบาย ประสานงาน กำกับติดตามและประเมินผล การดำเนินงาน ส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติ พัฒนาระบบการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุกกระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ

๒) ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยว

๓) สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่างๆ และการจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน

๔) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการประสานความร่วมมือกับนานาประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับต่างๆ เช่น APEC ASEAN GMS ACMECS IMT - GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่างๆ มีบทบาทในเวทีนานาชาติ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย และอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค เช่น การลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศ การตรวจลงตราและใบขับขี่ที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาค เป็นต้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ - ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ

๕. การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) สู่การปฏิบัตินั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการร่วมกันวางนโยบายการใช้ทรัพยากร และงบประมาณที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของตน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีส่วนร่วม ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เกิดการพัฒนาขับเคลื่อน

อย่างสัมฤทธิ์ผล จึงได้มีการวางระบบความเชื่อมโยงของแผนพัฒนาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน แผนแม่บทเฉพาะด้านแผนปฏิบัติการ ทั้งในระดับเขตพัฒนาการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัด และท้องถิ่น และการใช้กลไก ภาครัฐเครือข่ายต่างๆ ที่ให้ความสำคัญกับความร่วมมือภาครัฐ เอกชน และประชาชน รวมถึงระบบการจัดสรรงบประมาณ ที่มีประสิทธิภาพที่ต้องตอบสนองต่อการพัฒนาเชิงบูรณาการและมีความต่อเนื่อง อีกทั้งต้องมีการพัฒนาระบบการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานของภาครัฐที่สอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาตามแผนอย่างแท้จริง โดยมี กระบวนการขับเคลื่อนในแต่ละระดับ ดังนี้

๕.๑ การดำเนินงานในระดับนโยบาย คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นหน่วยงานหลักในการ กำหนดนโยบาย โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้รับนโยบายเพื่อประสานการแปลงนโยบายหรือแผนไปยัง หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเพื่อดำเนินการในแต่ละปีงบประมาณ รวมทั้งการติดตามประเมินผล การดำเนินงานตามแผน และนำเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทั้งนี้ ต้องมีการประสาน ดูแล กำกับ ดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานระดับนโยบายและพื้นที่ควบคู่กันไปด้วย ได้แก่ คณะกรรมการนโยบายการบริหารงาน จังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และคณะอนุกรรมการ รายสาขา ได้แก่ คณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ คณะอนุกรรมการอำนวยการพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทย เป็นศูนย์กลางด้าน Medical and Wellness คณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวสีเขียว การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม คณะอนุกรรมการพัฒนาความปลอดภัย ด้านการท่องเที่ยว และคณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น เพื่อให้การพัฒนา ทั้งระดับนโยบาย พื้นที่ และรายสาขา มีการบูรณาการเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

๕.๒ การดำเนินงานในระดับพื้นที่ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็น หน่วยงานหลักในการดำเนินการพัฒนาในระดับพื้นที่ โดยเป็นแกนกลางในการประสานนโยบายจากคณะกรรมการนโยบาย การท่องเที่ยวแห่งชาติไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ โดยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรระหว่างประเทศ และท้องถิ่น รวมถึง คณะกรรมการบริหารกลุ่มจังหวัด และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ จังหวัด และเขตพัฒนา การท่องเที่ยว สอดคล้องตามแนวทางและเป้าหมายการพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

๕.๓ การดำเนินงานระดับชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวควรสนับสนุนให้ภาคประชาชน และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในบริบทที่เหมาะสม โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นผ่านกระบวนการจัดทำแผน และขับเคลื่อนแผนพัฒนาระดับชุมชน ทั้งนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนและเครือข่ายภาคประชาชนเจ้าของพื้นที่ จะช่วยเพิ่มเอกลักษณ์และความเป็นไทยให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยว และเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) มีอำนาจและหน้าที่หลักในการส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศในระยะ ๕ ปี ทั้งนี้ เพื่อมุ่งให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความ เป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน ผลการพัฒนาตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ พบว่าการดำเนินงานของแผนประสบความสำเร็จ ทั้ง ๓ ตัวชี้วัด ได้แก่ ๑) ตัวชี้วัดด้านขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว จากการจัดอันดับโดย World Economic Forum ด้วยดัชนี Travel & Tourism Competitive Index ในปี ๒๕๕๘ ประเทศไทยมีขีดความสามารถอยู่ที่อันดับ ๓๕ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาที่สามารถเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้ ๒) ตัวชี้วัดด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงระหว่าง ปี ๒๕๕๔ - ๒๕๕๘ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๕.๖ ต่อปี บรรลุเป้าหมาย ซึ่งตั้งไว้ที่ร้อยละ ๕ และ ๓) ตัวชี้วัดความสำเร็จสุดท้ายในด้านการจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการจัดตั้งทั้งหมด ๘ เขต ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ สำเร็จลุล่วงในทุกตัวชี้วัดความสำเร็จ

อย่างไรก็ดี แม้การดำเนินงานในระยะที่ผ่านมาจะประสบผลสำเร็จในด้านการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงประสบปัญหาและอุปสรรคสำคัญหลายประการ อาทิ จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้อาจยังคงกระจุกตัวอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในแง่ลบที่ต้องเร่งแก้ไขปรับปรุง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว รวมทั้งความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยว และขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการพัฒนาและยกระดับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ความล่าช้าและความขัดแย้งของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การขาดข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนขาดการบูรณาการทำงานของกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งระบบ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีความจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประกอบกับสภาพแวดล้อมและบริบทต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน เช่น สถานการณ์การเมืองของประเทศ นโยบายของภาครัฐ การปรับตัวของภาคเอกชน ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของทุกภาคที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และปัจจัยภายนอก อาทิ สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก และนอกจากนี้ ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลาแห่งการปฏิรูป เพื่อให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยประชาชนทุกภาคส่วนของสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิรูป เพื่อประสานประโยชน์ และสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข จึงนับเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการกำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยว ๒๐ ปี และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) โดยมีหลักการสำคัญ คือ การส่งเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ของประเทศ การวางตำแหน่งทางการตลาดในฐานะ

เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การเป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายความเจริญสู่ประชาชนและชุมชน รวมถึงการเชิดชูอัตลักษณ์ และส่งเสริมวัฒนธรรมไทย โดยมีเป้าหมายของการพัฒนา คือ การยกระดับประเทศไทยให้เป็นประเทศพัฒนาแล้ว การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน

การจัดทำวิสัยทัศน์การท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๗๙ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ได้คำนึงถึงบริบทของประเทศไทยในการพัฒนาภายใต้กรอบการวิเคราะห์แบบองค์รวม ประกอบด้วย การประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมา การศึกษาสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของตลาดไทยและตลาดโลก และการประเมินผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต เพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ กลไกการดำเนินยุทธศาสตร์ และแนวทางการขับเคลื่อนแผนฯ สู่การปฏิบัติ โดยสรุปจากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิที่ได้สำรวจความเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาและถอดบทเรียนประเทศกรณีตัวอย่างที่ดี เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว ตาม ๕ ขั้นตอนหลัก ดังนี้

๑) การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ เพื่อติดตามประเมินผลการพัฒนาตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทั้งในด้านผลลัพธ์ของตัวชี้วัดความสำเร็จและในด้านการดำเนินงานของแผนจากการรับฟังความคิดเห็นของทุกภาคส่วน ผลจากการศึกษาจะเป็นข้อเรียนรู้ และข้อควรปรับปรุงเพื่อการพัฒนาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ต่อไป

๒) การศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวของประเทศไทยและของโลก เพื่อศึกษาสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดทิศทางการพัฒนาในระยะของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) โดยมีพื้นฐานการกำหนดทิศทางการพัฒนาจากการศึกษา ถึงบริบทของอุตสาหกรรมทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เพื่อให้ทิศทางการพัฒนาตั้งอยู่บนพื้นฐานของศักยภาพที่แท้จริง และมีความเป็นไปได้

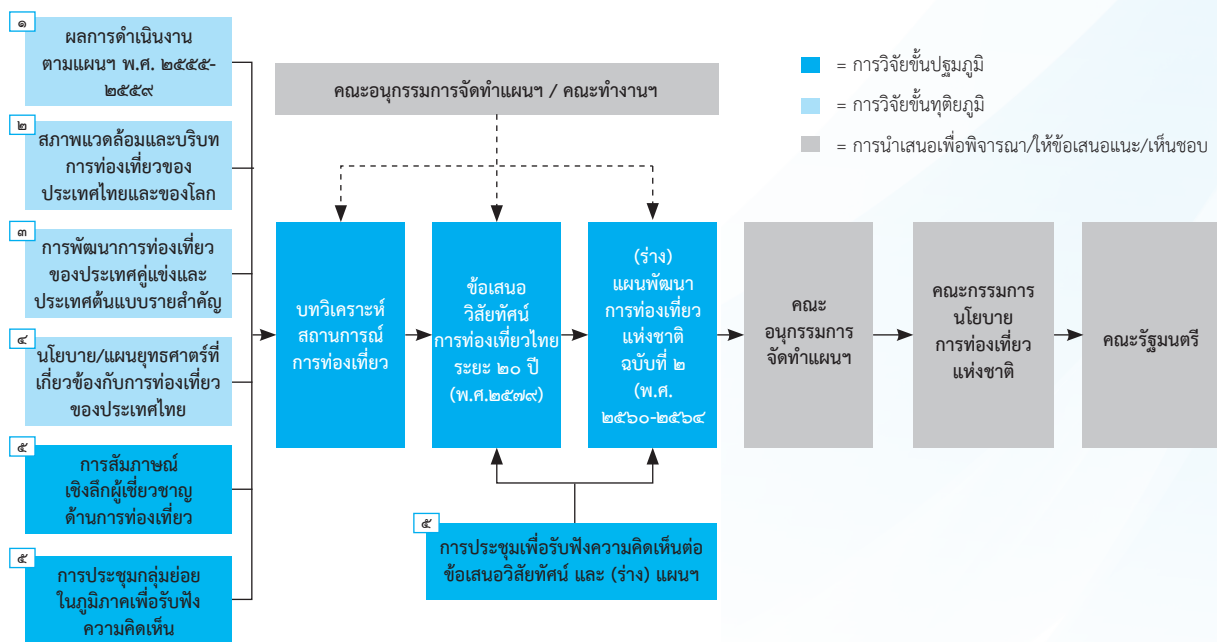
๓) การทบทวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของหลายประเทศทั่วโลกที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้น เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยว และทิศทางการพัฒนาของหลายประเทศทั่วโลก เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเรียนรู้สำหรับประเทศไทย และตัวอย่างการพัฒนาที่ประเทศไทยสามารถปรับใช้ได้โดยการศึกษาข้อมูลเชิงลึกใน ๒๐ ประเทศทั่วโลก และคัดเลือก ๗ ประเทศ เพื่อเป็นกลุ่มประเทศต้นแบบและประเทศคู่แข่งที่มีบริบทการท่องเที่ยวสอดคล้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย เพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย

๔) การทบทวนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยสร้างรายได้ และมีความสามารถที่จะกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง หลายหน่วยงานจึงได้ให้ความสำคัญกับการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาทั้งหมดเป็นไปอย่างสอดคล้องและมีทิศทางเดียวกัน การพัฒนาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติจำเป็นต้องบูรณาการกับแผนพัฒนาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การพัฒนา มีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม

๕) การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ประชาสังคม ซึ่งโดยสรุปแล้วได้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยวกว่า ๕๐ คน จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วนใน ๔ ภูมิภาค และส่วนกลาง โดยมีผู้เข้าร่วมรวมทั้งสิ้นกว่า ๔๐๐ คน

จัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อข้อเสนอวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ และจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) จากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ท้องถิ่น และสื่อมวลชน โดยมีผู้เข้าร่วมกว่า ๖๐๐ คน

ทั้งนี้ การจัดทำวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ได้มีการเน้นกระบวนการทำงานที่เป็น Consensus Building ที่ผ่านการรับฟังความคิดเห็นของทุกภาคส่วน ตั้งแต่สถาปนาวิสัยทัศน์ (สปช.) สถาปนาข้อเสนอการปฏิรูปประเทศ (สปท.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน/ภาคประชาสังคม ตลอดจนการทำงานผ่านกลไกการมีส่วนร่วมจากผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบของคณะกรรมการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อให้ได้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันเกี่ยวกับสาระสำคัญของแผน และการนำแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติ



กระบวนการจัดทำวิสัยทัศน์และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

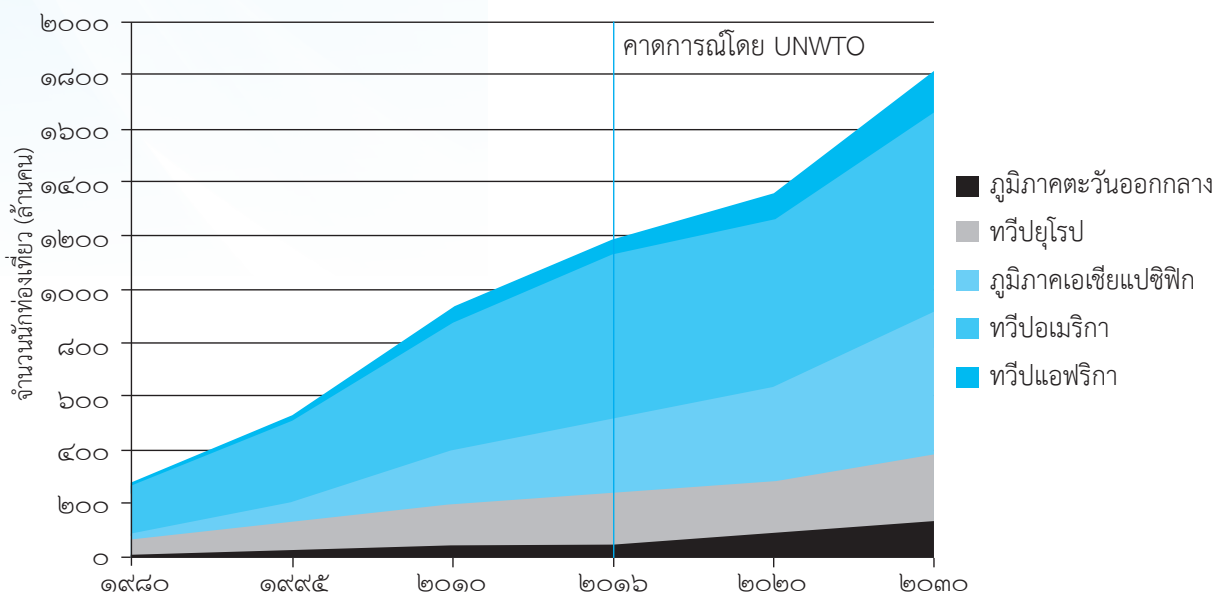
การศึกษาในครั้งนี้ ได้ให้ความสำคัญในการดำเนินงานตามหลักวิชาการและการระดมความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนได้ - ส่วนเสียในทุกภาคส่วน ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่าการศึกษาและการจัดทำแผน ในครั้งนี้ จะได้รับข้อมูลเชิงลึกที่ครบทุกมิติ ทั้งบริบทในประเทศ บริบทต่างประเทศ บริบทตลาดโลก อีกทั้งได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยและทิศทางการพัฒนาในมุมมองของหลายหน่วยงานและของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยว เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย และยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์และก้าวทันการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) หรือ ในอีกระยะเวลา ๕ ปีข้างหน้า บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ในระยะของแผนฉบับนี้

๑. สภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยว^๓

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ซึ่งในปี ๒๕๕๘ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกมีมูลค่ากว่า ๗.๘๖ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ ๙.๘ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) ในส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้นได้สร้างรายได้กว่า ๒.๒๓ ล้านล้านบาท มีมูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่าร้อยละ ๑๗ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กอปรกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

๑.๑ สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวในตลาดโลก

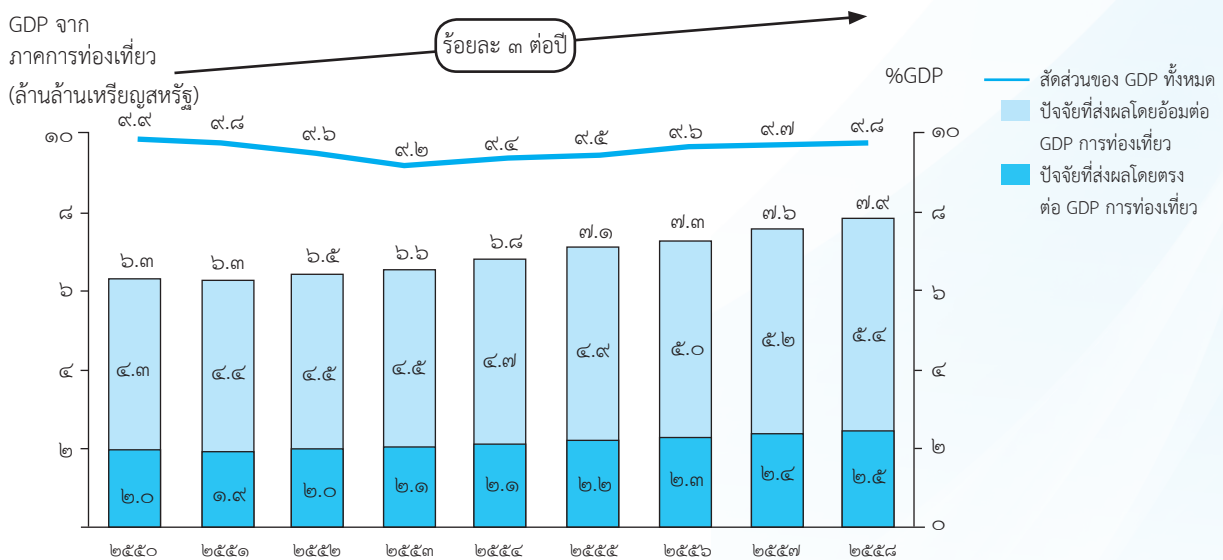
๑.๑.๑ การท่องเที่ยวทั่วโลกมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (The United Nations World Tourism Organization: UNWTO) พบว่าในปี ๒๕๕๘ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่ที่ ๑.๒ พันล้านคน โดยในช่วงปี ๒๕๕๓ - ๒๕๕๘ จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ ๖ ทั้งนี้ UNWTO ได้คาดการณ์ว่าในปี ๒๕๗๓ จะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวนกว่า ๑.๘ พันล้านคน หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ ๓.๓ ต่อปี ซึ่งคาดการณ์เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จำนวน ๕๓๕ ล้านคน คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๕๗ ในจำนวนดังกล่าวแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน ๒๙๓ ล้านคน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน ๑๘๗ ล้านคน โอเชียเนีย จำนวน ๑๙ ล้านคน และเอเชียใต้ จำนวน ๓๖ ล้านคน



ท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกและการคาดการณ์ในปี ๒๕๗๓ โดย UNWTO

^๓ ที่มา กรมการท่องเที่ยว, UNWTO, WTTC และ WEF

๑.๑.๒ ในปี ๒๕๕๘ การท่องเที่ยวทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ ๗.๘๖ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ ๙.๘ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) มีการเติบโตจากปี ๒๕๕๐ ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ ๖.๓ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ร้อยละ ๓ ต่อปี ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว ได้แก่ ๑) ปัจจัยโดยตรง (Direct Contribution) ประกอบด้วย การใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวในประเทศ รวมถึงการใช้จ่ายของรัฐบาลในภาคบริการด้านการท่องเที่ยวส่งผลโดยตรงต่อ GDP ของการท่องเที่ยวโลก ประมาณ ๒.๕ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ ๓๑ และ ๒) ปัจจัยโดยอ้อม (Indirect Contribution) ประกอบด้วย การลงทุนจากอุตสาหกรรมอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การใช้จ่ายของรัฐบาลในการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยทั่วไป และการซื้อสินค้าและบริการโดยธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อ GDP การท่องเที่ยวโลก ทำให้ในปี ๒๕๕๘ มีมูลค่าต่อ GDP การท่องเที่ยวโลก ประมาณ ๕.๔ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ ๖๙ ของมูลค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก



ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อ GDP โลก ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๘

๑.๒ สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย

๑.๒.๑ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มสูงขึ้นติดอันดับที่ ๑๑ ของโลก สะท้อนให้เห็นจากแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยในระยะที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก ๑๔ ล้านคน ในปี ๒๕๕๒ มาเป็น ๒๙.๘ ล้านคน ในปี ๒๕๕๘ ซึ่งมากเป็นอันดับที่ ๑๑ ของโลก ประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี และลาว ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) พบว่าในช่วงปี ๒๕๕๔ - ๒๕๕๘ มีการเติบโตกว่าร้อยละ ๙ ต่อปี โดยในปี ๒๕๕๗ นักท่องเที่ยวไทยเดินทางคิดเป็น ๑๓๖.๒ ล้านคนครั้ง และเพิ่มสูงขึ้นในปี ๒๕๕๘ ที่ ๑๓๘.๘ ล้านคนครั้ง

๑.๒.๒ รายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว โดยในปี ๒๕๕๖ ประเทศไทย มีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ ๑.๒ ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๙.๐๘ จากปีที่ผ่านมา แม้ว่าในปี ๒๕๕๗ จะมีเหตุการณ์ ชุมนุมทางการเมือง ซึ่งส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเหลือจำนวน ๑.๑๗ ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ ๔.๙๓ แต่รายได้ก็สามารถปรับตัวขึ้นสูงกว่าระดับเดิมมาอยู่ที่ ๒.๒๓ ล้านล้านบาท ในปี ๒๕๕๘ ซึ่งในจำนวนนี้แบ่งเป็น รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน ๑.๔๔ ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวไทย จำนวน ๐.๗๙ ล้านล้านบาท นอกจากนี้ จากการเก็บสถิติของ UNWTO ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ สูงถึง ๔๔.๖ พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือสูงเป็นอันดับที่ ๖ ของโลก ทั้งนี้ คาดการณ์ว่ารายได้จากการท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปี ๒๕๕๙ จะมีรายได้รวม ๒.๔ ล้านล้านบาท และในปี ๒๕๖๐ จะมีรายได้ สูงถึง ๒.๕ ล้านล้านบาท

อันดับ	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านบาท)			
	พ.ศ. ๒๕๕๘		พ.ศ. ๒๕๕๗	
๑	ฝรั่งเศส	๘๔.๕	ฝรั่งเศส	๘๓.๗
๒	สหรัฐอเมริกา	๗๗.๕	สหรัฐอเมริกา	๗๕.๐
๓	สเปน	๖๘.๒	สเปน	๖๔.๙
๔	จีน	๕๖.๙	จีน	๕๕.๖
๕	อิตาลี	๕๐.๗	อิตาลี	๔๘.๖
๖	ตุรกี	๓๙.๕	ตุรกี	๓๙.๘
๗	เยอรมันนี	๓๕	เยอรมันนี	๓๓.๐
๘	สหราชอาณาจักร	๓๔.๔	สหราชอาณาจักร	๓๒.๖
๙	เม็กซิโก	๓๒.๑	รัสเซีย	๒๙.๘
๑๐	รัสเซีย	๓๑.๓	เม็กซิโก	๒๙.๓
๑๑	ไทย	๒๙.๙	ฮ่องกง	๒๗.๘
๑๒	ออสเตรเลีย	๒๖.๗	มาเลเซีย	๒๗.๔
๑๓	ฮ่องกง	๒๖.๗	ออสเตรเลีย	๒๕.๓
๑๔	มาเลเซีย	๒๕.๗	ไทย	๒๔.๘
๑๕	กรีซ	๒๓.๖	กรีซ	๒๒.๐

ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุด ๑๕ อันดับแรกของโลก^๔

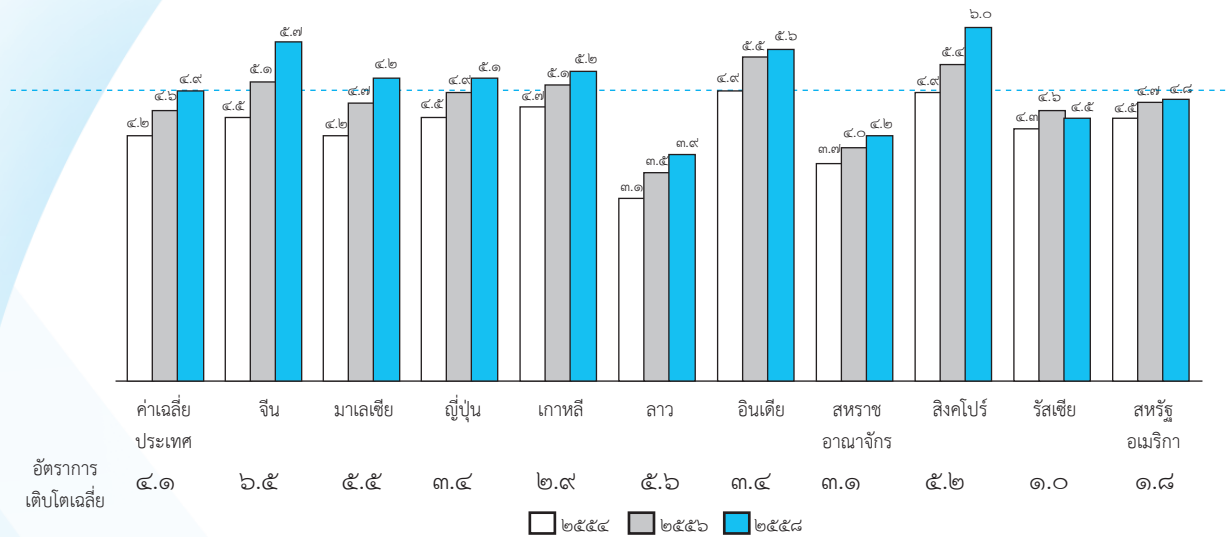
^๔ ที่มา UNWTO Tourism Highlights ๒๐๑๖ Edition

อันดับ	รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	พ.ศ. ๒๕๕๘		พ.ศ. ๒๕๕๗	
๑	สหรัฐอเมริกา	๒๐๔.๕๒	สหรัฐอเมริกา	๑๙๑.๓๓
๒	จีน	๑๑๔.๑๑	จีน	๑๐๕.๓๘
๓	สเปน	๕๖.๕๓	สเปน	๖๕.๑๑
๔	ฝรั่งเศส	๔๕.๙๒	ฝรั่งเศส	๕๘.๑๕
๕	สหราชอาณาจักร	๔๕.๔๖	สหราชอาณาจักร	๔๖.๕๔
๖	ไทย	๔๔.๕๕	อิตาลี	๔๕.๔๙
๗	อิตาลี	๓๙.๔๕	เยอรมันนี	๔๓.๓๒
๘	เยอรมันนี	๓๖.๘๗	มาเก๊า	๔๒.๕๕
๙	ฮ่องกง	๓๖.๑๕	ไทย	๓๘.๔๒
๑๐	มาเก๊า	๓๑.๓๐	ฮ่องกง	๓๘.๓๘
๑๑	ออสเตรเลีย	๒๙.๔๑	ออสเตรเลีย	๓๑.๙๔
๑๒	ตุรกี	๒๖.๖๒	ตุรกี	๒๙.๕๕
๑๓	ญี่ปุ่น	๒๔.๙๘	มาเลเซีย	๒๒.๖๐
๑๔	อินเดีย	๒๑.๐๑	ออสเตรีย	๒๐.๘๒
๑๕	ออสเตรีย	๑๘.๓๐	อินเดีย	๑๙.๗๐

ประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด ๑๕ อันดับแรกของโลก^๕

๑.๒.๓ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อครั้งสูงขึ้นถึงแม้วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจะลดลง โดยในปี ๒๕๕๘ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการใช้จ่ายเป็นจำนวน ๕,๐๗๒.๖๙ บาทต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้ากว่าร้อยละ ๖.๒๓ ในทางตรงกันข้าม จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวลดลงมาอยู่ที่เฉลี่ย ๙.๕๕ วัน ซึ่งลดลงร้อยละ ๓.๕ จากปีที่ผ่านมานี้เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในระยะใกล้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและมาเลเซีย รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน อนึ่ง ปัจจัยโดยรวมยังส่งเสริมการพัฒนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อาทิ สถานการณ์ภายในประเทศที่เริ่มดีขึ้นทำให้การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวจีน และค่าโดยสารสายการบินระหว่างประเทศที่ลดลง

^๕ ที่มา UNWTO Tourism Highlights ๒๐๑๖ Edition



การเติบโตของค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว ๑๐ ประเทศหลักของไทย ^๖

๑.๓ การประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

๑.๓.๑ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทำให้ในปัจจุบันการท่องเที่ยวได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยหากจะพิจารณาจากความพร้อมและศักยภาพของประเทศไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยยังมีจุดเด่นและข้อได้เปรียบจากประเทศคู่แข่งหลายประการ เช่น ท่าเรือที่ตั้งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อธิปไตยไมตรีของคนไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ในปี ๒๕๕๘ World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๓๕ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก โดยหากพิจารณาในด้านที่สำคัญ พบว่าด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๑๖ ด้านโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมทางอากาศ อยู่ในอันดับที่ ๑๗ ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในอันดับที่ ๓๔ ด้านความพร้อมของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในอันดับที่ ๖๐ ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวของไทย

๑.๓.๒ การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดของโลกในการจัดอันดับระดับนานาชาติหลายอันดับ เช่น กรุงเทพฯ ได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี ๒๕๕๘ โดย Master Card (Master Card’s Asia Pacific Destinations Index ๒๐๑๕) รางวัลชายหาดที่ดีที่สุดของเอเชีย ในปี ๒๕๕๘ จาก World Travel Awards รางวัลประเทศท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในการท่องเที่ยวครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการวิเวก ในปี ๒๕๕๗ รางวัลสถานที่เพื่อการประชุมและจัดงานยอดเยี่ยมจาก TTG Travel Awards ในปี ๒๕๕๗ และประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award จากนิตยสาร Travel News นิตยสารธุรกิจท่องเที่ยวชื่อดังจากภูมิภาคสแกนดิเนเวีย ในปี ๒๕๕๔ ติดต่อกันเป็นเวลา ๙ ปี เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถคงความนิยมและรักษาอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

^๖ที่มา กรมการท่องเที่ยว

๑.๓.๓ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังคงมีทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน และศักยภาพในการพัฒนาตามวงจรการท่องเที่ยว ดังนี้

๑) การวางแผนและตัดสินใจเที่ยว ที่ผ่านมามีประเทศไทยมีการจัดการและการทำการตลาดได้เป็นอย่างดี จากการจัดอันดับของ WEF ทางด้านประสิทธิภาพของการตลาดประเทศในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ในปี ๒๕๕๘ ประเทศไทยได้รับคะแนน ๕.๔ จาก ๗.๐ หรือเป็นอันดับที่ ๒๓ จาก ๑๔๑ ประเทศ ทั่วโลก อย่างไรก็ตามพบว่ายังมีโอกาสที่จะพัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดได้ อาทิ การอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการดำเนินการขอวีซ่า การพัฒนาระบบวางแผนท่องเที่ยวและระบบจองบัตรโดยสาร รวมทั้งการปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

๒) การเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย ความครอบคลุมของเครือข่ายเที่ยวบินระหว่างประเทศและการเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศอื่นในภูมิภาค ถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทย จากการจัดอันดับของ International Air Transport Association ในด้านอัตราส่วนที่นั่งต่อกิโลเมตร บินต่อสัปดาห์ (Available International Seat-Km per Week) ในปี ๒๕๕๘ ประเทศไทยมีอัตราส่วนดังกล่าวสูงถึง ๒,๒๐๖ ที่นั่ง ซึ่งอยู่ในอันดับที่ ๑๓ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีข้อจำกัดในด้านความเชื่อมโยงของระบบขนส่งมวลชนระหว่างสนามบินและตัวเมือง ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับของสนามบิน และปัญหาขาดแคลนบุคลากร เป็นต้น

๓) การพักอาศัยในประเทศไทย จากการสำรวจข้อมูลโรงแรมและสถานที่พักแรมในประเทศไทยพบว่า มีจำนวนที่เพียงพอ มีความหลากหลาย และอยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม จากผลสำรวจ ห้องพักโดย Euromonitor และธนาคารแห่งประเทศไทย ในปี ๒๕๕๘ พบว่าประเทศไทยมีจำนวนห้องพักมากกว่า ๖๓๒,๐๐๐ ห้อง โดยมีการเติบโตกว่าร้อยละ ๓ ต่อปี ในช่วงปี ๒๕๕๔ - ๒๕๕๘ และยังได้รับคะแนนจาก TripAdvisor ในปี ๒๕๕๘ ด้านคุณภาพของโรงแรมสูงถึง ๔.๘ จาก ๕.๐ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดในด้านมาตรฐานและการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการพัฒนาต่อยอดเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์โลก

๔) การเดินทางภายในประเทศไทย ระบบการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีความพร้อมในระดับหนึ่ง โดยมีเส้นทางการคมนาคมทางอากาศเชื่อมโยงสู่เมืองหลักและเมืองรองอย่างครอบคลุมทั้งประเทศ มีเส้นทางการคมนาคมทางถนนที่ได้มาตรฐาน แต่ยังมีปัญหาในด้านการบริหารจัดการและการเชื่อมโยงของระบบขนส่งมวลชน ปัญหาในด้านคุณภาพและมาตรฐานของระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ เส้นทางที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวรอง ตลอดจนการขาดระบบข้อมูลและสารสนเทศที่นำมาใช้พัฒนาและสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

๕) ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีชื่อเสียงจำนวนมากซึ่งกระจายไปทั่วทุกภูมิภาค อีกทั้งบุคลากรไทยมีความโดดเด่นด้านการบริการ แต่ยังมีปัญหาในเรื่องความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การกระจุกตัวของแหล่งท่องเที่ยวหลักในบางพื้นที่ ทำให้เกิดปัญหาด้านขีดความสามารถในการรองรับ ปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อมที่ไม่ยั่งยืน ปัญหาด้านความสามารถทางภาษา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต หากยังไม่มีการดำเนินการบริหารจัดการอย่างเร่งด่วนเพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาอย่างยั่งยืน

๖) ความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว แม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพการบริการและมีเครือข่ายอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารที่ค่อนข้างครอบคลุม แต่ในด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยยังมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเรื่องมาตรฐาน

ด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของประเทศไทยยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เกิดอาชญากรรม อุบัติเหตุ และการลอบลวงนักท่องเที่ยวบ่อยครั้ง ซึ่งจากการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปี ๒๕๕๘ ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๘๙ ของโลก ในด้านสุขอนามัย อันดับที่ ๑๑๖ ในด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และอันดับที่ ๑๓๒ ในด้านความปลอดภัย โดยทั้งสามมิตินี้เป็นจุดที่ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนา เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งจะรองรับการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

๓) การทบทวนประสบการณ์การท่องเที่ยวหลังจากเดินทางกลับ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยได้รับคะแนนความพึงพอใจที่สูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยโดย TripAdvisor ในปี ๒๕๕๘ ที่สูงถึง ๔.๖ จาก ๕.๐ คะแนน อย่างไรก็ตาม จำนวนข้อความแสดงความคิดเห็นเชิงบวกผ่านสื่อออนไลน์ยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้า พบว่ามีเพียง ๑๒๐ ข้อความต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ ๑,๐๐๐ คน เมื่อเทียบกับประเทศออสเตรเลียซึ่งเป็นประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ประสบความสำเร็จในการได้รับความความคิดเห็นเชิงบวก จากนักท่องเที่ยวกว่า ๗๑๘ ข้อความต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ ๑,๐๐๐ คนบน TripAdvisor ในปีเดียวกัน

จากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของไทยตามวงจรการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยมีความโดดเด่นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้สูง แต่ยังขาดการรักษาแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ยังต้องปรับปรุงและภาพลักษณ์ด้านลบต่อเนื่องที่ต้องเร่งแก้ไข ความสะอาดและสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอีกประเด็นที่ประเทศไทยต้องให้ความสนใจในการพัฒนา เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานสูงขึ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวตลาดคุณภาพ

๑.๔ แนวโน้มสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกในอนาคต

เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแนวโน้มของโลก ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์แนวโน้มหลักของโลกหลายประการที่จะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทย โดยปัจจัยและแนวโน้มที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ สรุปได้ดังนี้

๑.๔.๑ การเติบโตของชนชั้นกลางและรายได้ที่เพิ่มขึ้น (Growing middle class and rising disposable income) ด้วยพัฒนาการทางเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่องและโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น ประชากรในกลุ่มชนชั้นกลางทั่วโลก มีแนวโน้มการเติบโตกว่าร้อยละ ๕ ต่อปี ในช่วงปี ๒๕๕๒ - ๒๕๗๓ โดยปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากประเทศในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก และเมื่อพิจารณา ๑๐ อันดับสูงสุดของนักท่องเที่ยวขาเข้าในประเทศไทย พบว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่มีสัดส่วนของกลุ่มคนชนชั้นกลางค่อนข้างสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวอินเดีย อีกทั้งคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตของสัดส่วนของกลุ่มคนชนชั้นกลางเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความเต็มใจในการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในระดับสูง ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการทางด้านคุณค่าและมีความสอดคล้องทางด้านภาษากับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อเป็นการแปรแนวโน้มของโลกให้เป็นการพัฒนาทางด้านรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย

๑.๔.๒ การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost carriers [LCC] on the rise) จะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการเชื่อมต่อและเพิ่มความสะดวกในเส้นทางการเดินทางภายในและระหว่างประเทศทั่วโลก อันจะเป็นการเพิ่มทางเลือกในการเดินทางและลดค่าใช้จ่าย จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลการเติบโตของการเดินทางและจำนวน

ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยคาดการณ์ว่าความต้องการท่องเที่ยวด้วยบริการสายการบินต้นทุนต่ำจะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อเดินทางท่องเที่ยว มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ ๒๖ ของการเดินทางทางอากาศทั่วโลก โดยในประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ ๒๔ สำหรับเที่ยวบินระหว่างประเทศ และร้อยละ ๖๓ สำหรับเที่ยวบินในประเทศ สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการสนับสนุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเส้นทางคมนาคมทางอากาศ รวมถึง การส่งเสริมความร่วมมือของสายการบินในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศสู่เมืองรองต่างๆ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและการเชื่อมต่อระหว่างประเทศ เอเชียยุทธศาสตร์ที่สำคัญ อาทิ จีน และอินเดีย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศดังกล่าวให้เดินทางสู่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

๑.๔.๓ การเติบโตของสังคมผู้สูงอายุซึ่งมีการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวสูง (Ageing population with high willingness to spend) จากการคาดการณ์ของ Horwath HTL ในอีก ๓๕ ปี ข้างหน้าหรือภายในปี พ.ศ. ๒๕๙๓ จะมีสัดส่วนผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไปต่อประชากรโลกเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ ๒๑ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๖ ซึ่งมีสัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดเพียงร้อยละ ๑๒ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มที่มีความเต็มใจในการใช้จ่ายใช้สอยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่อปีสูงกว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น เช่น กลุ่ม Millennials หรือกลุ่ม Gen Y ถึง ๓ เท่า โดยในปี ๒๕๕๘ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุทั่วโลก มีค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ ๘,๗๓๖ เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของกลุ่ม Millennials เฉลี่ยอยู่ที่ ๒,๙๑๕ เหรียญสหรัฐ ดังนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงและควรให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวตามหลักการ Tourism For All เพื่อสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

๑.๔.๔ การใช้เทคโนโลยีระหว่างการเดินทาง (Adoption of travel technology during the travel journey) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้อีคอมเมิร์ซหรือช่องทางออนไลน์มีส่วนสำคัญในการสืบค้นข้อมูลและเพิ่มความสะดวกสบายตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว จากการคาดการณ์ของ Euromonitor พบว่าอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของรายได้จากการใช้ช่องทางออนไลน์สำหรับการท่องเที่ยวทั่วโลก (Global online travel revenues growth) อยู่ที่ร้อยละ ๑๐ ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจาก ๑๖๖ พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ๒๕๕๔ เป็น ๓๖๓ พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ๒๕๖๓ อย่างไรก็ตาม โครงสร้างพื้นฐานและศักยภาพด้านระบบสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทยในปัจจุบันยังเป็นข้อจำกัดการพัฒนา ดังนั้น รัฐบาลควรให้ความสำคัญในการลงทุนพัฒนาและส่งเสริมระบบการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์และสนับสนุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ให้กับธุรกิจท้องถิ่น เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวของไทยยังล้าหลังด้านการส่งเสริมข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทางออนไลน์ที่ต้องเร่งพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

๑.๔.๕ นักท่องเที่ยวมุ่งเน้นประสบการณ์และให้ความสำคัญกับความรู้เชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Experiential travelers with more sophisticated expectations) ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสวงหาประสบการณ์ที่มากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมๆ ทั่วไป โดยต้องการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คนและประเพณีท้องถิ่นอย่างแท้จริง มากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ และการจัดสรรแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่สามารถให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยการร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น

๑.๔.๖ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงรูปแบบการท่องเที่ยว (Tourism segment trends) เนื่องด้วยปัจจัยและแนวโน้มที่กำลังเปลี่ยนไปในทุกมิติ ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนจากเดิม อีกทั้งวิวัฒนาการดังกล่าวยังจะส่งผลสำคัญต่อตลาดการท่องเที่ยวโลก โดยสามารถจำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว ออกเป็น ๑๓ กลุ่ม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (Sea Sun Sand Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า (Shopping Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการและความบันเทิง (Entertainment Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) การท่องเที่ยวเรือสำราญ (Cruise Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism)

แนวโน้มในระยะ ๑๐ ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวที่ยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนแบ่งทางตลาดเชิงมูลค่าอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และทางทะเลและชายหาด อีกทั้งยังมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น สาเหตุประการหนึ่งมาจากความแพร่หลายของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ที่แปลกใหม่ผ่านกระแสโลกสังคมออนไลน์หรือสื่อสังคมดิจิทัล อีกทั้งความต้องการสัมผัสแหล่งวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิม นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเริ่มมีแนวโน้มเติบโตอย่างชัดเจน เช่นเดียวกับกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นแบบทวีคูณเช่นเดียวกัน ทั้งหมดนี้เป็นผลสืบเนื่องจากรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นและความต้องการในบริการแบบครบวงจรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้บ่งชี้ถึงนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ

๑.๕ ผลกระทบจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่อภาพรวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต

๑.๕.๑ ประเทศไทยมีโอกาสสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นทั้งจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ แนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงเชิงรูปแบบการท่องเที่ยว แต่ด้วยปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและมี การเติบโตของปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ ของอุปสงค์หรือศักยภาพด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้ประเทศไทยมีโอกาสสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

๑.๕.๒ การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตควรมุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายเชิงคุณภาพของการเติบโตด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่างๆ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ต่อประเทศ รัฐบาลไทยรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว แต่ละกลุ่มที่มีศักยภาพในการเติบโตในอนาคตเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์ของตลาดการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

๑) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสุดสำหรับประเทศไทย ประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องมาจากประเทศไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในเชิงปริมาณและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ อีกทั้งมีความพร้อมและความครบถ้วนทางการแพทย์ และคุณภาพการให้บริการด้านสุขภาพอย่างครบวงจรในราคาย่อมเยาเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค หากแต่ว่าแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยล้วนแล้วแต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความเปราะบาง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมหลายแห่งของประเทศยังขาดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้น เพื่อรักษาและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพเหล่านี้ รัฐบาลควรมุ่งเน้นยกระดับการท่องเที่ยวเหล่านี้ให้ทัดเทียมประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งจำเป็นต้องมีการอนุรักษ์และจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม อาทิ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ

๒) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงระดับรองสำหรับประเทศไทย ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า และกลุ่มนักท่องเที่ยวทางน้ำและเรือสำราญ โดยการพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูงและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูง

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลและพิจารณารายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละสาขาการท่องเที่ยวนั้นมีรายได้ที่แตกต่างกัน อาทิ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีรายได้ระดับปานกลาง ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชั้นดีหรือมีรายได้ค่อนข้างสูง ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและมีเป้าหมายด้านรายได้จากการท่องเที่ยว จึงควรให้ความสำคัญในระดับสูง (Priority) และระดับสูงมาก (High Priority) กับการพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และมีขีดความสามารถเหนือประเทศอื่นในภูมิภาค อีกทั้งต้องเล็งเห็นการเติบโตของความต้องการในตลาด เพื่อคว้าโอกาสที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในภูมิภาคในกลุ่มท่องเที่ยวที่ประเทศไทยโดดเด่น เช่น กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และกลุ่มท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด เป็นต้น

๒. การท่องเที่ยวของประภคคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของนานาประเทศ ดังนั้นหลายประเทศได้มีการพัฒนาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อให้เป็นแผนแม่บทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ เพื่อเป็นการถอดบทเรียนจากประเทศที่ประสบความสำเร็จจากการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงได้มีการทบทวนและวิเคราะห์แผนการท่องเที่ยวของประเทศต้นแบบ และประเทศคู่แข่งรายสำคัญ โดยมีการวิเคราะห์แผนแม่บท วิสัยทัศน์การท่องเที่ยว เป้าหมายในการพัฒนา และสิ่งที่สามารถนำมาปรับใช้ได้กับประเทศไทย ทั้งนี้ ได้เลือกประเทศตัวอย่างที่มีความสามารถสูง และมีบริบทของการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงหรือสามารถเป็นแบบอย่างให้กับประเทศไทยได้ ดังนี้

ประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูง และมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูง^๗ อาทิ ประเทศจีน ซึ่งมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงเป็นอันดับที่ ๒ ของโลกในปี ๒๕๕๘ (ประเทศไทยเป็นอันดับที่ ๖) และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงเป็นอันดับที่ ๔ ของโลกในปี ๒๕๕๗ (ประเทศไทยเป็นอันดับที่ ๑๔)

ประเทศที่มีอันดับขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวสูง^๘ อาทิ ประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งมีอันดับขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว (TTCI) เป็นอันดับที่ ๕ ของโลก และประเทศออสเตรเลียซึ่งมีขีดความสามารถอันดับ ๗ ของโลก (ประเทศไทยเป็นอันดับที่ ๓๕ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก ในปี ๒๕๕๘)

ประเทศที่การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสูง ได้แก่ ประเทศมัลดีฟส์ ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ ๙๗ ของ GDP ของประเทศในปี ๒๕๕๘ (อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยคิดเป็นร้อยละ ๑๖.๕๓ ของ GDP ประเทศ)

ประเทศต้นแบบ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายเช่นเดียวกับประเทศไทย มีศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ มีจุดเด่นด้านความมีมิตรไมตรีของคน และมีแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายไปหลากหลายภูมิภาค

ประเทศคู่แข่งในภูมิภาค ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ และประเทศมาเลเซีย

การศึกษาทิศทางพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต้นแบบและประเทศคู่แข่งรายสำคัญสามารถถอดบทเรียนและนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนาทิศทางท่องเที่ยวไทยได้ ดังนี้

๒.๑ ประเทศจีน^๙ ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว และมีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว รัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาคุณภาพของบุคลากร ภายใต้วิสัยทัศน์ “การรองรับอุปสงค์ที่เติบโตของนักท่องเที่ยว การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างแข็งแกร่ง และการสร้างระบบการท่องเที่ยวอย่างมีอัตลักษณ์” ด้วยขนาดของอุตสาหกรรมและการบริหารจัดการจากรัฐบาล เปิดโอกาสให้ประเทศไทยสามารถศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาและการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวปริมาณสูงโดยไม่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของทรัพยากรและวัฒนธรรมในประเทศ โดยมีจุดเรียนรู้ที่สำคัญคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสินค้าเชิงท่องเที่ยวให้มีสภาพใหม่และดึงดูดนักท่องเที่ยวและยังสามารถรองรับผู้พิการได้ อีกทั้งกำหนดมาตรฐานเชิงคุณภาพด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อรองรับอุปสงค์ที่เติบโตขึ้น

๒.๒ ประเทศสหราชอาณาจักร^{๑๐} อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของประเทศสหราชอาณาจักรโดยมีมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า ๙๗ พันล้านปอนด์ และส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของอัตราการจ้างงานกว่า ๒ ล้านตำแหน่ง รัฐบาลจึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติระยะ ๑๐ ปี ภายใต้วิสัยทัศน์ “การเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การส่งเสริมการจ้างงาน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน” อย่างไรก็ตามในระยะที่ผ่านมาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวกลับถดถอยลง ดังเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงทั้งจากภายในประเทศและนานาชาติ อีกทั้งมีการสนับสนุนที่ลดลงจากทั้งทางภาครัฐและเอกชน รวมถึงมุมมองแง่ลบต่อคุณภาพการท่องเที่ยว ซึ่งในภายหลังการท่องเที่ยวได้กลับมาพัฒนาอีกครั้งหลังการจัดการ Olympic ๒๐๑๒ ทั้งในแง่นักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงเป็นการดีที่จะศึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์

^๗ ที่มา UNWTO Tourism Highlights ๒๐๑๖ Edition และ UNWTO Tourism Highlights ๒๐๑๕ Edition

^๘ ที่มา The Travel & Tourism Competitiveness Report ๒๐๑๕

^๙ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศจีน พ.ศ. ๒๕๕๖ – ๒๕๖๓ (National Tourism and Leisure (๒๐๑๓-๒๐๒๐))

^{๑๐} กรอบการดำเนินการการท่องเที่ยวสหราชอาณาจักร พ.ศ. ๒๕๕๓ – ๒๕๖๓ (Strategic Framework for Tourism ๒๐๑๐ – ๒๐๒๐)

และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เคยพบเขาให้กลับมาสร้างรายได้ให้ประเทศอีกครั้ง นอกเหนือจากนั้น ประเทศสหราชอาณาจักรยังเป็นต้นแบบด้านขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวระดับโลกจากการจัดอันดับของ WEF ในดัชนีขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว TTCI ซึ่งการพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวจะเป็นพื้นฐานที่ยั่งยืน และมีเสถียรภาพกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต จากการศึกษาพบว่า การใช้เทคโนโลยีเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด และปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว คือสิ่งสำคัญที่ช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคที่ความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งต้องมีการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการทำการตลาดอย่างเป็นระบบ

๒.๓ ประเทศออสเตรเลีย^{๑๑} อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศออสเตรเลียสามารถสร้างรายได้กว่า ๙.๔ หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และการส่งเสริมการจ้างงานกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ตำแหน่ง อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้เผชิญกับส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวโลกที่ลดลง รวมไปถึงการจับจ่ายใช้สอยของการท่องเที่ยวภายในประเทศที่หดตัวลง เนื่องด้วยการแข่งขันที่สูงขึ้น การแข็งค่าของสกุลเงินเหรียญออสเตรเลีย ศักยภาพของแรงงานที่ขาดการพัฒนา การขาดแคลนแรงงาน และขาดการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว ดังนั้น รัฐบาลจึงได้พัฒนาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติสู่ปี ๒๕๖๓ ซึ่งเน้นดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะจากทวีปเอเชียเพื่อสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยว การสร้างพันธมิตรกับสายการบินเพื่อพัฒนาโครงข่ายการบินระหว่างประเทศ และการมีนักท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลางเพื่อพัฒนาอุปทานด้านท่องเที่ยวตามความต้องการ ภายใต้วิสัยทัศน์ “การฟื้นฟูขีดความสามารถในการแข่งขันและความยืดหยุ่นของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวออสเตรเลีย และเพิ่มส่วนแบ่งต่อเศรษฐกิจชาติ” นอกเหนือจากการตั้งเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจงแล้ว ประเทศออสเตรียยังมีความโดดเด่นด้านขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวและยังเป็นประเทศคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งจุดเรียนรู้สำหรับประเทศไทย คือ การระบुकุมนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงให้ชัดเจนเพื่อปรับนโยบายให้เหมาะสมและเพื่อเป็นการลงทุนทางทรัพยากรอย่างมีเป้าหมายชัดเจน อีกทั้งควรมีการปรับนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจตลาดและเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงนักท่องเที่ยว

๒.๔ ประเทศมัลดีฟส์^{๑๒} ประเทศมัลดีฟส์พึ่งพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ ๙๗ ของ GDP ประเทศ ซึ่งทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีความผันผวนตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลก อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในกฎหมายการท่องเที่ยวและการบูรณาการการทำงานระหว่างภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการเติบโตของอุตสาหกรรม ดังนั้น รัฐบาลจึงได้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ ภายใต้วิสัยทัศน์ “การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกาะเขตร้อนที่ดีที่สุดในโลก และสร้างรายได้สูงสุดในภูมิภาคเอเชียใต้ และเป็นหนึ่งในตัวอย่างของเกาะที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” โดยเน้นการพัฒนานวัตกรรมและส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน อีกทั้งสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพบุคลากร ทั้งนี้การที่ประเทศมัลดีฟส์เป็นประเทศที่พึ่งพาการท่องเที่ยวสูงจึงเป็นการดีที่จะศึกษามาตรการรองรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่า การพัฒนารอบกฎหมายที่มีความโปร่งใส และกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างทันที่ถือเป็นสิ่งสำคัญ รวมไปถึงการพัฒนาการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

^{๑๑} การท่องเที่ยวออสเตรเลียสู่ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ (Australia's Tourism ๒๐๒๐)

^{๑๒} แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวมัลดีฟส์ ฉบับที่ ๔

๒.๕ ประเทศญี่ปุ่น^{๑๓} ประเทศญี่ปุ่นมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลถึงร้อยละ ๘ ของ GDP ประเทศ รัฐบาลได้มุ่งเน้นการใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเสาหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจประเทศ ผ่านการสนับสนุนด้านการเข้าประเทศและอำนวยความสะดวกเพื่อการพักอาศัยนาน และการพัฒนาระบบการเดินทางภายในประเทศ อย่างไรก็ตามรัฐบาลยังคงต้องพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษของคนท้องถิ่น อีกทั้งยังมีอุปสรรคในด้านราคาของการเดินทางและที่พักที่ค่อนข้างสูง ญี่ปุ่นเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมระดับโลกและเป็นจุดหมายปลายทางอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวไทย^{๑๔} ที่มีความโดดเด่นทั้งในเรื่องของวัฒนธรรม และธรรมชาติ การพัฒนาการท่องเที่ยวของญี่ปุ่นมีวิสัยทัศน์ “การเสริมสร้างอนาคตของประเทศโดยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นหนึ่งในเสาหลักขับเคลื่อนเศรษฐกิจ” เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นสองเท่าภายในปี ๒๕๖๓ จากการศึกษาพบว่า จุดเรียนรู้หลักสำหรับประเทศไทยคือการปรับปรุงการอำนวยความสะดวกในการผ่านแดนและยกเว้นการตรวจลงตราของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยคำนึงถึงความมั่นคงของประเทศเป็นสำคัญเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว การร่วมมือกับภาคเอกชนและคนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสร้างเรื่องราวความน่าสนใจของวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น รวมไปถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

๒.๖ ประเทศสิงคโปร์^{๑๕} อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสิงคโปร์มีส่วนร้อยละ ๖ ของ GDP ประเทศ และดึงดูดนักท่องเที่ยวกว่า ๑๕ ล้านคน ซึ่งจำนวนมากกว่าประชากร ๓ เท่า อีกทั้งรัฐบาลยังให้การสนับสนุนในการลงทุนเชิงโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ การลงทุนในการตลาดและความร่วมมือระดับนานาชาติ รวมไปถึงการได้รับรางวัลระดับโลก ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามสิงคโปร์กำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในภูมิภาค อีกทั้งเป้าหมายเชิงรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ตามเป้าในปี ๒๕๕๘ ดังนั้น จึงมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ภายใต้วิสัยทัศน์ “การเป็นเมืองหลักในเอเชียทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและความบันเทิง โดยมุ่งหน้าสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและเสริมสร้างเศรษฐกิจประเทศ” โดยเน้นเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมถึงการสร้างสรรคแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เหตุผลที่ประเทศสิงคโปร์สามารถเป็นตัวอย่างในการพัฒนาให้กับประเทศไทยได้เพราะความโดดเด่นด้านการบริหารจัดการ อีกทั้งยังเป็นคู่แข่งที่มีคุณภาพสูงในภูมิภาค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าจุดเรียนรู้สำหรับประเทศไทยอยู่ที่การตั้งเป้าหมายที่สามารถบรรลุได้จริง รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนเป้าหมายให้เข้ากับความเป็นไปในตลาดการพัฒนาทักษะแรงงานในประเทศ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

๒.๗ ประเทศมาเลเซีย^{๑๖} ประเทศมาเลเซียเป็นหนึ่งในประเทศชั้นนำของโลกด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี ๒๕๕๘ จำนวน ๑๗,๕๘๗ ล้านเหรียญสหรัฐ มีผลให้เกิดการจ้างงานกว่าร้อยละ ๑๔ และส่งผลต่อรายได้มวลรวมประชาชาติ (GNP) กว่า ๙ พันล้านเหรียญสหรัฐ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้เผชิญกับปัญหาการท่องเที่ยวระดับกลางที่มากเกินไป ทำให้คุณภาพของสินค้าลดลง และส่งผลให้ตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหดตัวลง การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซียมีวิสัยทัศน์ว่า “การเพิ่ม GNP จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถึง ๓ เท่า ภายใน ปี ๒๕๖๓ เพื่อส่งเสริมอัตราการเติบโตของรายได้ต่อประชากรและอัตราการจ้างงาน” โดยการส่งเสริมรายได้ต่อนักท่องเที่ยว และการพัฒนาเพิ่มก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในภูมิภาค

^{๑๓} กลยุทธ์การท่องเที่ยวญี่ปุ่นสู่ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ (Tourism Strategy of Japan ๒๐๒๐)

^{๑๔} Skyscanner ๒๐๑๖

^{๑๕} ทิศทางการท่องเที่ยวสิงคโปร์สู่ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ (Singapore Tourism Compass ๒๐๒๐)

^{๑๖} แผนปฏิรูปเศรษฐกิจชาติมาเลเซีย (Malaysia ๒๐๒๐ Economic Transformation Programme)

ด้านการท่องเที่ยว เชิงครอบครัวและเชิงธุรกิจ บ้านเทิง สปา และกีฬา อีกทั้ง ยังเร่งพัฒนาการเชื่อมต่อกับประเทศในภูมิภาค ทั้งนี้ ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพ และต้นทุนด้านทรัพยากรใกล้เคียงกับประเทศมาเลเซีย จึงสามารถนำแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวมาเป็นต้นแบบของประเทศไทย ซึ่งพบว่าจุดเรียนรู้เพื่อการพัฒนาอยู่ที่การปรับเปลี่ยน นโยบายและแผนการตลาด ให้สอดคล้องกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของนักท่องเที่ยวและนักลงทุน

สรุปการศึกษาทิศทางทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต้นแบบและประเทศคู่แข่งรายสำคัญจากการศึกษา สภาวะการณ์ด้านการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ ทั้ง ๗ ประเทศ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ว่า หลายประเทศเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อันรวมถึงการพัฒนาคุณภาพ ของสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคม การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อการเข้ามาท่องเที่ยว และการพัฒนา คุณภาพของบุคลากร อีกหนึ่งข้อเรียนรู้คือการนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเพื่ออำนวยความสะดวก ด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ในด้านทิศทางการพัฒนาบางประเทศเลือกที่จะตั้งเป้าหมายดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่าง เฉพาะเจาะจง ในขณะที่บางประเทศตั้งเป้าหมายการพัฒนาเชิงกลุ่มการท่องเที่ยวที่ประเทศนั้นๆ มีศักยภาพ การบูรณาการ เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ได้รับการเน้นย้ำในทุกแผนพัฒนาฯ เนื่องจากการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นกลไก สำคัญที่ช่วยผลักดันแผนให้เป็น รูปธรรม และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

๓. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อีกทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับสูง ตลอดจนภาครัฐยังได้ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ผ่านยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ ได้แก่ ระดับนานาชาติ เช่น แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว อาเซียน (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๘) แผนการตลาดการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๓) กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศอื่นๆ เช่น CLMVT (กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม ไทย) ระดับนโยบาย เช่น (ร่าง) ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ระดับส่วนกลาง เช่น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๐) แผนพัฒนาการท่องเที่ยว แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ ระดับจังหวัดและท้องถิ่น เช่น แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด และกลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาเขตพื้นที่ท่องเที่ยวระดับสาขา เช่น แผนแม่บทอุตสาหกรรมจัดการประชุมและงานแสดงสินค้า นานาชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒)

๓.๑ รายงานการคาดการณ์อนาคตการท่องเที่ยวโลกสู่ปี ๒๕๗๓ (Tourism Towards ๒๐๓๐) โดยองค์การ การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) คาดว่า แหล่งท่องเที่ยวใหม่จะได้รับผลประโยชน์จากแนวโน้มและโอกาสที่จะเกิดขึ้น ดังนั้น จึงควรเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยการกำหนดนโยบาย ตลอดจน มาตรการต่างๆ ในด้านการส่งเสริมและพัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การตลาด และการพัฒนาบุคลากร เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ พร้อมทั้งสามารถ ป้องกันและลดผลกระทบทางลบต่างๆ ให้การท่องเที่ยวสามารถเติบโตได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

๓.๒ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๘) ได้มุ่งเน้นการผลักดันการบูรณาการของอาเซียนในทุกมิติอย่างสมบูรณ์ โดยมุ่งพัฒนาการตลาด มาตรฐานคุณภาพ ทรัพยากรมนุษย์ ความเชื่อต่อการลงทุน และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมระหว่างประเทศในภูมิภาค ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาอาเซียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายการพัฒนา คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของอาเซียน และเสริมสร้างความยั่งยืนและการกระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วนของการท่องเที่ยว

๓.๓ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) เป็นแผนแม่บทระดับชาติ ที่วางรากฐานการพัฒนาของประเทศไทย ที่มุ่งพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีเป้าหมายหลัก คือ การพัฒนาให้ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว คนไทยมีความสุข อยู่ดี กินดี สังคมมีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพของประเทศไทยในทุกภาคส่วนและนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นทั้งปัญหาทางเศรษฐกิจ ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน และปัญหาความขัดแย้งในสังคม ตลอดจนสามารถรับมือกับภัยคุกคามและบริหารจัดการกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

๓.๔ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) จะมุ่งบรรลุเป้าหมายในระยะ ๕ ปีที่จะสามารถต่อยอดในระยะต่อไปเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาระยะยาวตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นั้น จะมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนา ๓ แนวทาง คือ (๑) ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ พัฒนา กลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยว พัฒนาความเชื่อมั่นและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาทักษะฝีมือบุคลากร และพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดความเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่าย (๒) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย จัดทำและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว โดยปรับปรุงให้เอื้อต่อการพัฒนาสำหรับอนาคต สอดคล้องกับสถานการณ์ และส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ (๓) ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

๓.๕ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๐) เป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในช่วงรอยต่อของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับแรกและฉบับที่ ๒ โดยมีการเน้นย้ำเรื่องการวางรากฐานการพัฒนาให้มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโลก และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน โดยมี ๓ ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ (๑) การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว (๒) การพัฒนาสินค้าและบริการ และ (๓) การบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อเป้าหมายการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ๒.๕ ล้านล้านบาท ในปี ๒๕๖๐ และเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น รวมทั้งการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและชุมชนมีความเข้มแข็งและการมีจิตสำนึกในการพัฒนาบนพื้นฐานของความสมดุลและยั่งยืน

๓.๖ แผนส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. ๒๕๖๐) ที่จัดทำขึ้นเพื่อมุ่งเน้นการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็น “แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม หรือ Preferred Destination” ซึ่งรวมถึงการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศจาก “Value for Money” ไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่ความยั่งยืน ซึ่งคงไว้ด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย รักษาสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสริมสร้างผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และคำนึงถึงชุมชนและสังคมในด้านการสร้างรายได้อย่างเท่าเทียมทุกภาคส่วน โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดและ

ประชาสัมพันธ์เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย การขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้ไปยังยืนทุกภาคส่วน และการพัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว

จากนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังกล่าว นำมาสู่แนวคิดหลักในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในระยะ ๕ ปีถัดไป ควรกำหนดภายใต้กรอบแนวคิดหลักๆ ดังนี้

หลักการสำคัญ คือ ส่งเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ของประเทศ วางตำแหน่งทางการตลาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ และกระจายความเจริญสู่ประชาชน เชิดชูอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย

เป้าหมายของการพัฒนา คือ การยกระดับประเทศไทยให้เป็นประเทศพัฒนาแล้ว การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก คือ การยกระดับสินค้าและบริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

๔. ผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ กำลังจะสิ้นสุดภายในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ซึ่งได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ไว้ดังนี้ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” โดยได้กำหนดเป้าหมายไว้ ๓ ด้าน คือ ๑) อันดับขีดความสามารถในด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๕ อันดับ หรือ เป็นลำดับ ๑ - ๗ ของทวีปเอเชีย ๒) รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ และ ๓) กลุ่มท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา ๘ กลุ่มท่องเที่ยว

และเพื่อให้การพัฒนาสามารถบรรลุได้ตามวิสัยทัศน์ และเป้าหมายดังกล่าว จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา ๕ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ๑) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ๒) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ๓) การพัฒนาด้านสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ๔) การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว และ ๕) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง โดยการประเมินผลการพัฒนาเมื่อสิ้นสุดระยะของแผนพัฒนาฯ สามารถสรุปได้ดังนี้

๔.๑ ประสิทธิภาพและความสำเร็จของแผนฯ การประเมินประสิทธิภาพใน ๔ มิติ คือ วิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ การพัฒนา ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อน และตัวชี้วัดความสำเร็จ มีผลการประเมินที่สำคัญ ดังนี้

๔.๑.๑ วิสัยทัศน์ จากการสำรวจ พบว่ากว่าร้อยละ ๖๑ เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาฯ นั้นมีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งมีการเสนอแนะจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้เพิ่มการมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีการใช้จ่ายต่อนักท่องเที่ยวและระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงขึ้น ปัจจัยดังกล่าวจะสามารถเพิ่มความมั่งคั่งและกระจายรายได้สู่ชุมชนได้

๔.๑.๒ เป้าประสงค์การพัฒนา กว่าร้อยละ ๘๔ เข้าใจถึงเป้าประสงค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยนั้นคือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การสร้างและกระจายรายได้ไปยังยืน และการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม จากการสอบถามความคิดเห็นเชิงลึก พบว่ามีเพียงร้อยละ ๓๕ เท่านั้นที่เห็นด้วยกับเป้าประสงค์ทั้งหมด

ซึ่งได้มีการนำเสนอว่าในการพัฒนาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในฉบับต่อไป ควรจะมีการกำหนดเจ้าภาพ หน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างชัดเจน อีกทั้งต้องมีการนิยามเป้าประสงค์ของแผนอย่างชัดเจน เพื่อให้ถ่ายทอดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะนำไปเป็นแนวทางพัฒนา

๔.๑.๓ ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อน พบว่ามีเพียงร้อยละ ๔๑ ที่สามารถนำแนวทางทั้งหมดจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติที่ยังขาดการบูรณาการเชิงรวมระหว่างภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งหลายหน่วยงานยังไม่เห็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่หลักของหน่วยงาน จากสาเหตุดังกล่าวทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ตามที่คาดหวังและหากพิจารณาการประเมินผลตามเป้าหมายหรือตัวชี้วัดที่ได้กำหนดไว้ พบว่าในภาพรวมแผนพัฒนาฯ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ ประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายในทุกด้าน ดังนี้

เป้าหมายที่ ๑ ด้านขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว จากการจัดอันดับโดย World Economic Forum ด้วยดัชนี Travel & Tourism Competitive Index ซึ่งประกอบไปด้วย ๔ กลุ่ม ตัวชี้วัดครอบคลุม ๑๔ ตัวชี้วัดย่อย อาทิ สภาวะแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน นโยบายการท่องเที่ยวและปัจจัยเกื้อหนุน รวมไปถึงทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยประเทศไทยมีเป้าหมายการเพิ่มอันดับขีดความสามารถอย่างน้อย ๕ อันดับ ภายในปี ๒๕๕๙ หรือเป็นลำดับ ๑ - ๗ ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ทั้งนี้พบว่าอันดับขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของไทยโดยรวมพัฒนาขึ้น ๖ อันดับ มาอยู่ที่อันดับ ๓๕ ของโลก ในปี ๒๕๕๘ ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑) ขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวโดยรวมเปรียบเทียบกับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก คงที่ที่อันดับ ๑๐ ในภูมิภาคเมื่อเปรียบเทียบกับการจัดอันดับในปี ๒๕๕๔

๒) ขีดความสามารถด้านทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติและวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ดีขึ้น ๒ อันดับ จากอันดับที่ ๖ มาสู่อันดับที่ ๔

๓) ขีดความสามารถด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก คงที่อยู่ที่อันดับ ๙

๔) ขีดความสามารถด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ถดถอยลง ๓ อันดับ จากอันดับที่ ๑๐ มาสู่อันดับที่ ๑๓ แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาของประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคที่เร็วกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวมากนัก

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในรายละเอียด พบว่าความสามารถด้านความปลอดภัย และความสามารถด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในลำดับที่น่าเป็นห่วง คืออยู่ในลำดับที่ ๑๓๒ และ ๑๑๖ ของโลก ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะพัฒนาความปลอดภัยและภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงการวางมาตรการอย่างมีระบบ เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

เป้าหมายที่ ๒ ด้านรายได้จากนักท่องเที่ยว ในระยะ ๕ ปีที่ผ่านมา หรือช่วงระหว่างปี ๒๕๕๔-๒๕๕๘ รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๑๕.๖ ต่อปี สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ ๕ ต่อปี นอกจากนี้ พบว่าที่พักและการเลือกซื้อสินค้าเป็นปัจจัยหลักในการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยว โดยส่งผลกว่าร้อยละ ๕๐ ของรายได้ทั้งหมดในช่วงปี ๒๕๕๗ - ๒๕๕๘

เป้าหมายที่ ๓ ด้านการจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) พบว่าในระยะที่ผ่านมาได้มีการออกกฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวไปแล้วรวม ๘ เขต ประกอบด้วย เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำเจ้าพระยาตอนกลาง พร้อมทั้งได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง ๘ เขต เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการบูรณาการการพัฒนาในเขตพื้นที่ในระยะ ๕ ปีถัดไป

๔.๑.๔ ตัวชี้วัดความสำเร็จ ร้อยละ ๕๐ เห็นด้วยกับประสิทธิภาพของตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนพัฒนาฯ ในขณะที่กลุ่มผู้สำรวจที่เหลือน้อยกว่าร้อยละ ๒๐ เห็นว่าควรมีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในด้านความยั่งยืนของการพัฒนา อาทิ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ได้รับการปรับปรุงและพัฒนา หรือจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีการใช้จ่ายต่อนักท่องเที่ยวและระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่ยาวนานขึ้น และในด้านความต่อเนื่องของแผนในการพัฒนาระยะยาว

๔.๒ ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะต่อไป จากการสำรวจความคิดเห็นกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับแผนฯ พบว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิติที่สำคัญที่สุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย อีกทั้งได้รับทราบข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพื่อประกอบการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในอนาคต ดังนี้

๔.๒.๑ ข้อจำกัดของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙

- ๑) ไม่มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในประเด็นความยั่งยืนของการพัฒนาและความต่อเนื่องของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาฯ
- ๒) ไม่มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จด้านรายได้ในภาพรวม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวและคุณภาพของรายได้จากการท่องเที่ยวทำให้การวัดผลตามเป้าประสงค์ยังขาดความชัดเจน
- ๓) ไม่ได้ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวตามกลไกที่กำหนดไว้

๔.๒.๒ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในอนาคต

- ๑) จัดตั้งหน่วยงานหลักเพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานตามแผน โดยมอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เป็นหน่วยงานกลางในการประสานงาน กำกับ ติดตามและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวตามเขตพัฒนาการท่องเที่ยวและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกกระดับ
- ๒) พัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว สินค้า และบริการ เพื่อให้รองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ๓) ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแหล่งที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม
- ๔) ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวและระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว
- ๕) ปรับปรุงกฎหมายและข้อบังคับให้สอดคล้องกับพลวัตการเปลี่ยนแปลง เช่น การใช้เทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยว และการพำนักระยะยาว เป็นต้น

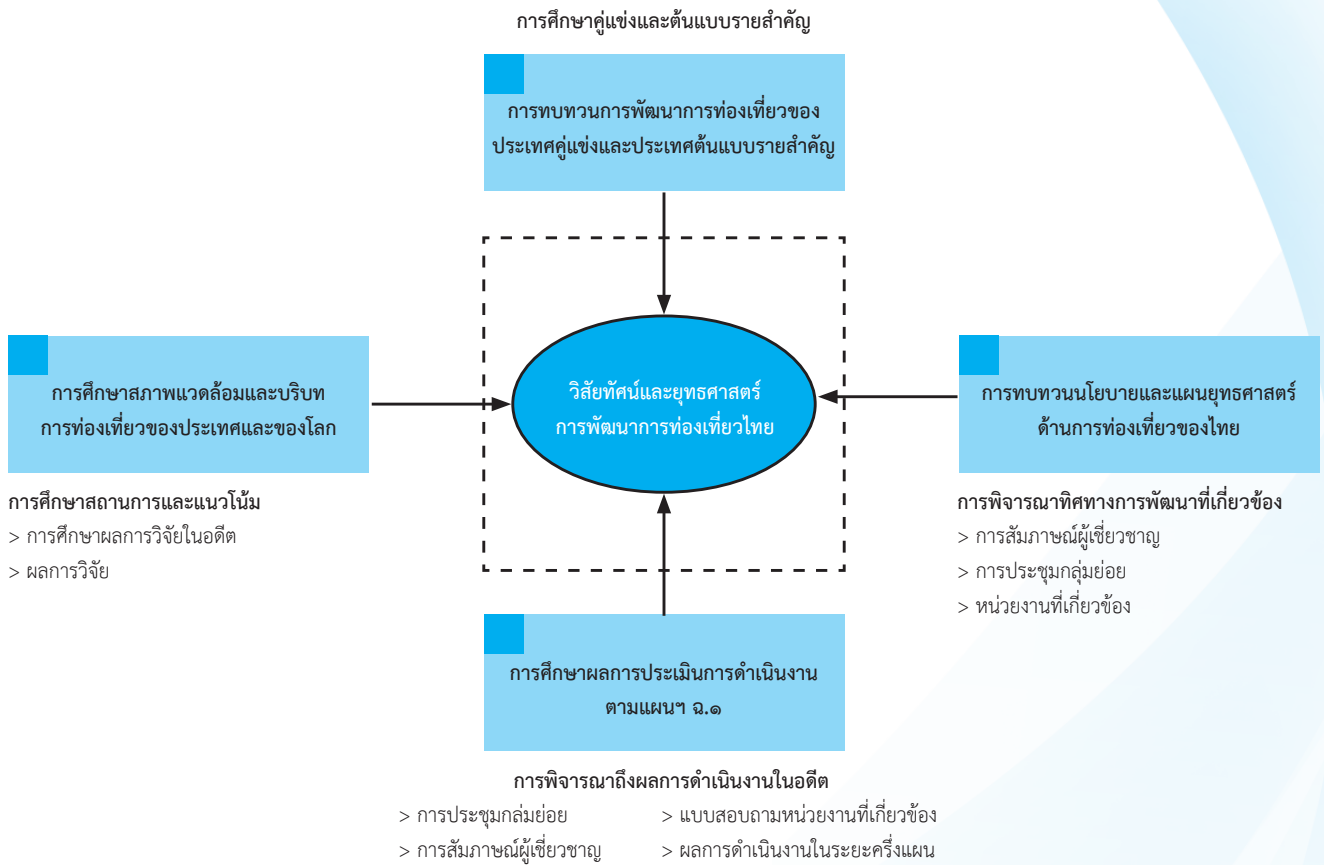
๕. สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนมาจากเศรษฐกิจโลกที่พัฒนาขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว กอปรกับการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเพิ่มการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวรอง ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งการเติบโตของประชากรสูงวัยซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยสูง ซึ่งช่วยสนับสนุนการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลก ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัย อีกหนึ่งแนวโน้มสำคัญ คือการปรับใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว เนื่องจากการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันและสื่อสังคมออนไลน์ การพัฒนาการท่องเที่ยวในอีก ๕ ปีข้างหน้าต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยี ทั้งในด้านการเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญและการเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นเดียวกันจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์ ซึ่งนับเป็นโอกาสของประเทศไทยที่จะนำจุดเด่นด้านวัฒนธรรมและความเป็นอยู่วิถีไทยมานำเสนอต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างมีเอกลักษณ์

ในขณะเดียวกัน ประเทศต้นแบบและคู่แข่งรายสำคัญของประเทศไทยได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว โดยมีการเน้นย้ำที่พัฒนาคุณภาพของการท่องเที่ยวอย่างองค์รวม อันประกอบด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม การอำนวยความสะดวก คุณภาพของบุคลากร และการปรับใช้เทคโนโลยี อีกทั้งยังมีการผลักดันการดำเนินงานอย่างบูรณาการ ทั้งระหว่างภาครัฐ ภาครัฐกับเอกชน และภาครัฐกับประชาชน ซึ่งเป็นบทเรียนสำคัญของประเทศไทยในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นกลไกนำไปสู่การพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมและเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ จากการศึกษาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ซึ่งมุ่งให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เป็นการวางหลักการการพัฒนาให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถเป็นแหล่งสร้างรายได้และกระจายรายได้ได้อย่างยั่งยืน อันจะช่วยขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นประเทศรายได้สูงที่พัฒนาแล้วตามเจตจำนงของแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

อย่างไรก็ดี ประเทศไทยยังประสบปัญหาในด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย ความสะอาด คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ดังนั้น แนวทางการพัฒนาตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของอุตสาหกรรมพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มความสะดวก ความปลอดภัย และการเชื่อมต่อสู่พื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพบุคลากรการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน เพื่อเปิดโอกาสการพัฒนาและสนับสนุนการกระจายรายได้อย่างแท้จริง โดยมีการส่งเสริมการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและมีการปรับใช้เทคโนโลยีรวมถึงการวางระบบบริหารอย่างเป็นรูปแบบเพื่อเพิ่มการบูรณาการในการทำงาน

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) จึงได้จัดทำและพัฒนาขึ้นบนหลักการที่มุ่งส่งเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนของประเทศไทยผ่านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลกและสอดคล้องกับศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยบนเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่โดดเด่นและมีคุณภาพระดับโลก เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถเป็นแหล่งสร้างและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน



กรอบแนวคิดในการจัดทำร่างวิสัยทัศน์และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น การขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยว ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ดีขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวของไทยได้รับความนิยมติดอันดับต้นๆ ของโลก อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยยังประสบปัญหาด้านความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยว ปัญหาภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย ความสะอาดถูกสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพ มาตรฐานการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว และการระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะต่อไป จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของศักยภาพและโอกาสของประเทศไทยควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาพื้นฐาน เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในตลาดโลก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนา รักษา และยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

การจัดทำวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ เป็นการดำเนินการในช่วงเวลาแห่งการปฏิรูปประเทศไทยให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยประชาชนและทุกภาคส่วนของสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิรูป เพื่อประสานประโยชน์และสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาการท่องเที่ยว คือผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวต่อประเทศในองค์รวม ได้แก่ การเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศและกระจายรายได้สู่ประชาชน การแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน ในขณะที่เดียวกันการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงค่านิยมหลักของการท่องเที่ยวของประเทศ นั่นคือการปรับสมดุลการท่องเที่ยว การเชิดชูวิถีไทย และการเน้น “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยมีองค์ประกอบที่การท่องเที่ยวของไทยควรแสดงและคงไว้ ได้แก่ การอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมอันดีงามของประเทศไทย การให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว การกระจายรายได้และกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคของประเทศ ดังนั้น เพื่อให้ประเทศมีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม จึงได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ โดยมีรายละเอียดเป้าประสงค์ ตัวชี้วัด พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และแนวทางการดำเนินงานในระยะ ๕ ปี ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙

การวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวทั้งในระดับโลกและประเทศ รวมทั้งพิจารณาองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์ จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๗๙ ได้ดังนี้ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ ๕ ประการดังต่อไปนี้

๑.๑ ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและวันหยุดต่อครั้งของการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

๑.๒ การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว อาทิ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพ การเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

๑.๓ การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชน ถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ

๑.๔ การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ แก่ประเทศพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ พัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

๑.๕ การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ระยะ ๒๐ ปี จึงได้มีการวางแผนทางการพัฒนาในแต่ละช่วงเวลาออกเป็นระยะ ๕ ปี โดยในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) นี้เป็นการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะ ๕ ปีแรก ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อวางรากฐานและแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ การทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) มีประสิทธิภาพที่จะเป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่วิสัยทัศน์ที่คาดหวังได้อย่างแท้จริง ดังนั้น จึงได้กำหนดเป้าประสงค์และตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในกรอบระยะเวลา ๕ ปีข้างหน้า เพื่อวางรากฐานสู่การบรรลุวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย และขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวไทยไปในทิศทางที่เหมาะสม ดังนี้

๒. เป้าประสงค์

- ๒.๑ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
- ๒.๒ การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล
- ๒.๓ การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
- ๒.๔ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย

๓. ตัวชี้วัด

- ๓.๑ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ ๕ ต่อปี
- ๓.๒ อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว^{๑๗} ของประเทศไทย เป็น ๑ ใน ๓๐ อันดับแรกของโลก หรือ ๑ ใน ๗ อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
- ๓.๓ ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐
- ๓.๔ รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ ต่อปี
- ๓.๕ การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓ ต่อปี
- ๓.๖ สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ไม่ต่ำกว่า ๑ ใน ๓ ของการเดินทางตลอดทั้งปี
- ๓.๗ รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนต่ำกว่า ๑ ล้านคน) มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๒ ต่อปี
- ๓.๘ ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี
- ๓.๙ อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทย ด้านความเด่นชัดของวัฒนธรรมและนันทนาการจากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand) เป็น ๑ ใน ๑๐ อันดับแรกของโลก
- ๓.๑๐ ดัชนีด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยใน ๖ มิติที่สำคัญ^{๑๘} พัฒนาขึ้นอย่างน้อย ๑๐ อันดับในแต่ละมิติ

๔. พันธกิจ

๔.๑ พัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการในการท่องเที่ยวทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐานและสมดุล อีกทั้งมีความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์วิถีไทย เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

^{๑๗} TTCI: Travel & Tourism Competitiveness Index จัดทำโดย World Economic Forum ซึ่งมีการเผยแพร่รายงานทุกๆ ๒ ปี

^{๑๘} อ้างอิงตามดัชนีขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของ WEF ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ใน ๖ หัวข้อที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ๙.๐๑ (Stringency of environmental regulations: ความเข้มงวดของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม), ๙.๐๒ (Enforcement of environmental regulations: การบังคับใช้กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม), ๙.๐๓ (Sustainability of T&T development: ความยั่งยืนของการพัฒนาอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว), ๙.๐๔ (Wastewater treatment: การบริหารจัดการน้ำเสีย), ๑๓.๐๓ (Total protected areas: พื้นที่ที่ได้รับการอนุรักษ์), ๑๓.๐๕ (Quality of the natural environment: คุณภาพของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ)

๔.๒ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล สามารถรองรับปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทแวดล้อม รวมทั้งสภาะการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๔.๓ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลก สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย จิตสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

๔.๔ สร้างสมดุลในนักท่องเที่ยวผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความมั่นใจของนักท่องเที่ยว เพื่อผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพตามเป้าหมายให้สามารถสร้างรายได้และส่งเสริมการกระจายรายได้ให้แก่ประเทศอย่างยั่งยืน

๔.๕ ส่งเสริมการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมและการบูรณาการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้มีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

๕. ยุทธศาสตร์การพัฒนา

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาออกเป็น ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

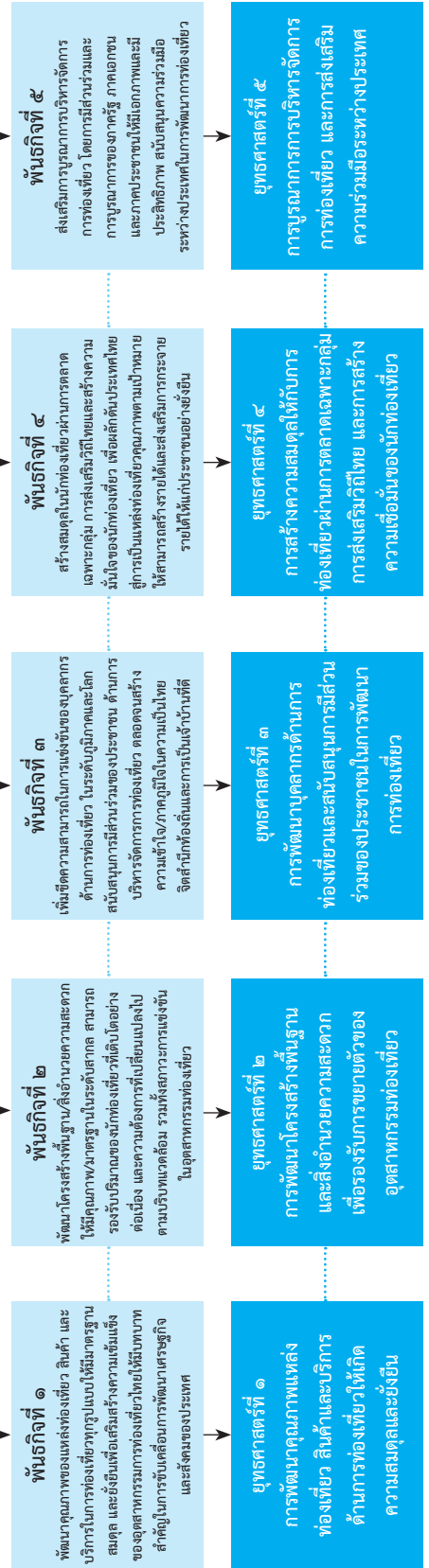
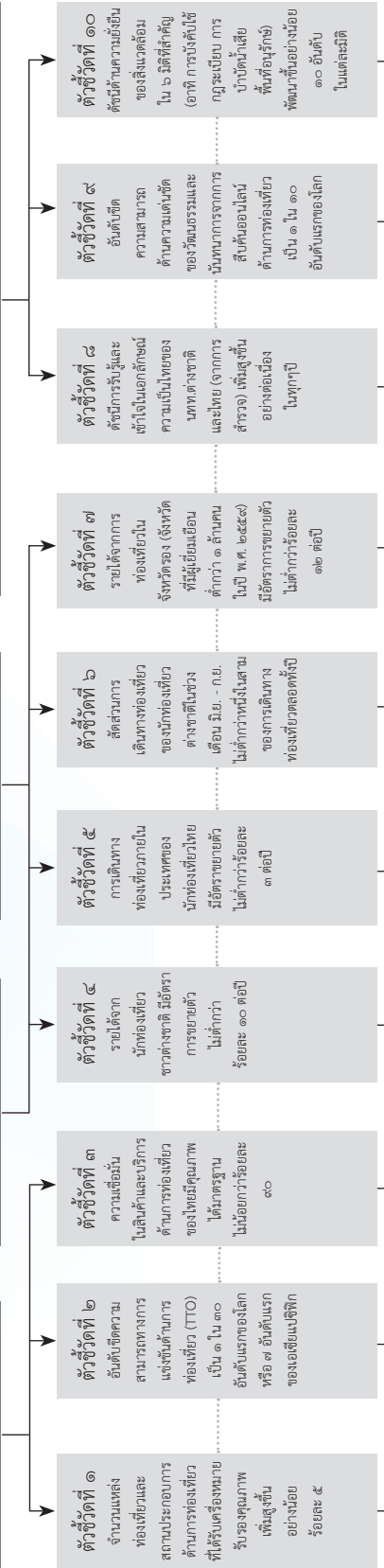
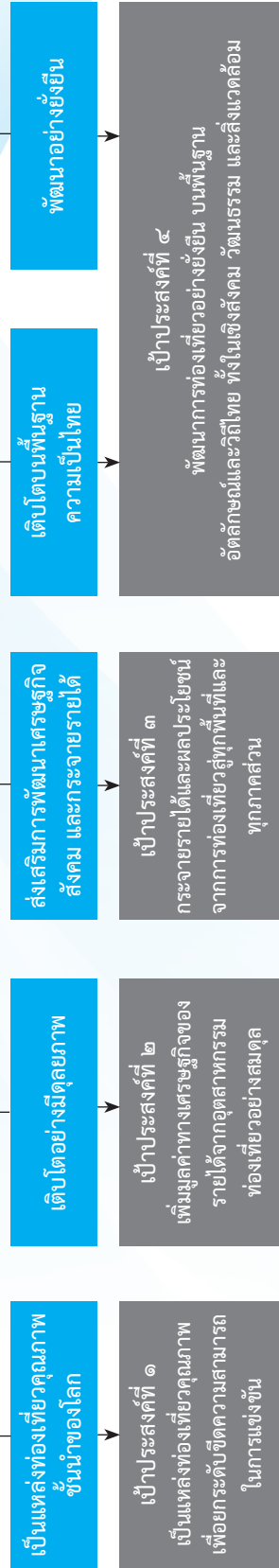
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”



วิสัยทัศน์การ
ท่องเที่ยวไทย
ระยะ ๒๐ ปี
(พ.ศ. ๒๕๗๑)

เป้าประสงค์
ตัวชี้วัด
พันธกิจ และ
ยุทธศาสตร์
การพัฒนาการ
ท่องเที่ยวไทย
ระยะ ๕ ปี
(พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

ความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด พันธกิจ และยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

พื้นฐานการเติบโตของการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลักที่คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการ ที่ต้องได้มาตรฐานระดับสากลและมีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยการพัฒนาต้องเกิดขึ้นอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความสมดุลทั้งในด้านพื้นที่ เวลา และกลุ่มการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการกระจายนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยพัฒนาความมั่งคั่งในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย

๑. เป้าประสงค์

๑.๑ ประเทศไทยมีสินค้าและบริการที่หลากหลายและมีคุณภาพสูงขึ้น เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากหลากหลายกลุ่มมีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น อีกทั้งส่งเสริมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

๑.๒ การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนผ่านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ความเป็นไทย

๑.๓ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีความแข็งแกร่งโดยการเพิ่มความสมดุลของการท่องเที่ยวทั้งความสมดุลเชิงพื้นที่ ความสมดุลเชิงเวลาหรือฤดูกาล และความสมดุลในทุกภาคส่วน

๑.๔ การท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ โดยการสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและในพื้นที่ที่ยังไม่เป็นที่นิยม รวมถึงการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและอุตสาหกรรมในท้องถิ่นทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

๒. ตัวชี้วัด

๒.๑ แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น

๒.๒ ระยะเวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น

๒.๓ จุดประสงค์หลักในการมาเยือนประเทศไทยหลากหลายขึ้น และนักท่องเที่ยวมากกว่า ๑ ใน ๓ มีจุดประสงค์หลักในการมาเยือนที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวพักผ่อนโดยทั่วไป

๒.๔ อันดับของประเทศไทยด้านความยั่งยืนของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Sustainability of T&T Development) เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย ๑๐ อันดับ (เทียบกับอันดับที่ ๖๑ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลกในปี ๒๕๕๘)

๒.๕ รายได้จากการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น

๒.๖ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการเดินทาง มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยอย่างน้อย ร้อยละ ๕ เทียบกับร้อยละ ๔.๓ ในช่วงปี ๒๕๔๗ - ๒๕๕๘

๒.๗ จำนวนเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๓. แนวทางการพัฒนา

๓.๑ พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นต้น และการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐานสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ครอบคลุมทั้งระบบและอุตสาหกรรมภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจ การถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ทั้งภาคผลิต ภาคบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในระดับสากล

๓.๒ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมนวัตกรรมด้านการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยให้ความรู้และการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

๓.๓ สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพที่ยังไม่ได้รับความนิยม การพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว เช่น การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่และเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ต่างๆ การสนับสนุนภาคเอกชนในการลงทุนในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งล้วนมีส่วนในการส่งเสริมประสบการณ์ในการท่องเที่ยว โดยในยุทธศาสตร์นี้เน้นด้านการพัฒนาระบบคมนาคมในรูปแบบ รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ และการพัฒนาความปลอดภัยและสุขอนามัยอย่างเป็นระบบ

๑. เป้าประสงค์

๑.๑ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย เพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง

๑.๒ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาค จังหวัด และพื้นที่ต่างๆ ทั้งในตัวเมืองและชนบทอย่างสะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศในวงกว้างมากขึ้น เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับชุมชนและท้องถิ่นต่างๆ ทั่วภูมิภาค

๑.๓ นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีทั้งในด้านความปลอดภัย และสุขอนามัย รวมไปถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อชักจูงให้กลับมาเยี่ยมเยือนอีกครั้งและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

๑.๔ นักท่องเที่ยวอิสระ (Free and Independent Travelers) มีความสะดวกสบายมากขึ้นในการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

๒. ตัวชี้วัด

๒.๑ ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสารคิดเป็นที่นั่ง – กิโลเมตร (International Available Seats Kilometers) สำหรับเที่ยวบินจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยอยู่ในอันดับ ๒ ของ ASEAN

๒.๒ การจัดอันดับของนิตยสารด้านการเดินทางโดยอากาศยาน Skytrax (Skytrax rating) ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ในระดับอย่างน้อย ๔ ดาว และท่าอากาศยานอื่นๆ ที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ในระดับอย่างน้อย ๓ ดาว

๒.๓ อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการคมนาคมทางบกและทางน้ำ (Ground and Port infrastructure) อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๕๐ ของโลก (เทียบกับอันดับที่ ๗๑ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก ในปี ๒๕๕๘)

๒.๔ อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (Safety & Security) อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๗๐ ของโลก (เทียบกับอันดับที่ ๑๓๒ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก ในปี ๒๕๕๘)

๒.๕ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นและพึงพอใจในการรักษาความปลอดภัยและการให้บริการร้อยละ ๙๐ ตลอดช่วงเวลาของแผน

๓. แนวทางการพัฒนา

๓.๑ พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนากระบวนการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ได้แก่ พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกกระต๊อบระบบขนส่งสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง

๓.๒ พัฒนาลิขิตอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free - WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเดียวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาลิขิตอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด ราวจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

๓.๓ พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวผ่านการยกระดับคุณภาพสู่ระดับสากล เพื่อให้ทัดเทียมขีดความสามารถของบุคลากรในระดับโลกและเพื่อเตรียมความพร้อมกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น ผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงการปลูกฝังจิตสำนึกและการเป็นเจ้าของที่ดีให้กับประชาชนและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน นับเป็นเครื่องมือสำคัญในการพิจารณาเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

๑. เป้าประสงค์

๑.๑ แรงงานไทยมีศักยภาพสูงขึ้นทั้งในด้านคุณภาพ ความรู้ความสามารถ ระดับทักษะทั่วไป ทักษะการบริหาร และทักษะเฉพาะทางเพื่อรองรับความต้องการบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น อันจะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว สนับสนุนการพัฒนาประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ และเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีคุณภาพสูง

๑.๒ แรงงานไทยมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเป็นการลดการพึ่งพาการจ้างแรงงานต่างชาติ

๑.๓ ประชาชนทุกภาคส่วนมีความรู้ความเข้าใจ ความต้องการ และความพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและพัฒนาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๒. ตัวชี้วัด

๒.๑ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านคุณภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

๒.๒ อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการอบรมพนักงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Extent of Staff Training) อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๓๐ ของโลก (เทียบกับอันดับที่ ๓๗ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลกในปี ๒๕๕๘)

๒.๓ อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการให้บริการลูกค้า (Treatment of Customers) อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๑๐ ของโลก (เทียบกับอันดับที่ ๑๗ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก ในปี ๒๕๕๘)

๒.๔ จำนวนบุคลากรไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับรองมาตรฐาน MRA (Mutual Recognition Arrangement) ของ ASEAN เพิ่มขึ้น

๒.๕ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME: Small and medium-sized enterprises) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง ๘ เขต

๓. แนวทางการพัฒนา

๓.๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการ สนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

๓.๒ ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand ๔.๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

การพัฒนาการตลาดของการท่องเที่ยวไทยอย่างมีสมดุล เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ ผ่านการส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มและการพัฒนาเครื่องหมายมาตรฐานคุณภาพ รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวไทย กอปรกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการบนพื้นฐานเอกลักษณ์อย่างไทย และการปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

๑. เป้าประสงค์

- ๑.๑ นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางสู่ประเทศไทยมากขึ้น
- ๑.๒ ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
- ๑.๓ ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
- ๑.๔ ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและนำมาเยือนสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
- ๑.๕ นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ของประเทศไทยและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเพิ่มขึ้น
- ๑.๖ นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางช่วง Green Season สูงขึ้น
- ๑.๗ นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางไปยังสถานที่ที่หลากหลายขึ้น
- ๑.๘ คนไทยนิยมการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

๒. ตัวชี้วัด

- ๒.๑ อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) เพิ่มขึ้นสูงขึ้นทุกปี
- ๒.๒ จำนวนจังหวัดที่มีผู้เยี่ยมชมเยือนมากกว่า ๓ ล้านคนต่อปี เพิ่มขึ้นสูงขึ้นทุกปี (จาก ๑๐ จังหวัด ในปี ๒๕๕๘)
- ๒.๓ อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านประสิทธิภาพของโครงการทางการตลาดในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Effectiveness of marketing to attract tourists) อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๑๕ ของโลก (เทียบกับอันดับที่ ๒๓ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก ในปี ๒๕๕๘)
- ๒.๔ อันดับของประเทศไทยด้านความน่าไว้วางใจของการทำงานของตำรวจ (Reliability of Police Services) อยู่ในอันดับต่ำกว่า ๑๐๐ ของโลก (เทียบกับอันดับที่ ๑๑๒ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลกในปี ๒๕๕๘)

๓. แนวทางการพัฒนา

๓.๑ เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดเป้าหมาย และการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย ข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย และสิ่งที่ควรกระทำในกรณีฉุกเฉิน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวและสาธารณชน

๓.๒ ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ โดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปกลุ่มตลาดระดับกลาง - บน (รายได้สูงกว่า ๒๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ และการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ เป็นต้น

๓.๓ ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัด โดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่างๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

๓.๔ ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดย การสร้างการรับรู้สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม/เทศกาล/งานประเพณีเฉพาะถิ่นในแต่ละเดือน การสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” โดยการสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มสุขภาพสตรี รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการการลดหย่อนทางภาษี เป็นต้น

๓.๕ การส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาดเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัล ทั้งในด้านการดูแล บริหาร และวิเคราะห์สถิติข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

การบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนคือปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างทุกภาคส่วน การปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และการบริหารข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อการวิเคราะห์และวางแผน รวมถึงการส่งเสริมการบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคโดยรวม

๑. เป้าประสงค์

- ๑.๑ การวางแผนและการดำเนินงานของทุกภาคส่วนอย่างมีการบูรณาการ มีความสอดคล้องและเป็นไปตามทิศทางเดียวกัน
- ๑.๒ ทุกภาคส่วนมีความร่วมมือกันในการพัฒนาและบริหารการท่องเที่ยวของประเทศ
- ๑.๓ องค์กรธุรกิจและประชาชนในระดับท้องถิ่นมีโอกาสและได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น
- ๑.๔ การดำเนินงานของภาครัฐมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทั้งด้านการวางแผนและการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับความต้องการ
- ๑.๕ การดำเนินงานของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพผ่านการพัฒนากระบวนการข้อมูลส่วนกลาง ช่องทางการแบ่งปันข้อมูล และกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ๑.๖ ประเทศไทยมีการกำหนดและบังคับใช้กฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานต่างๆ อย่างเคร่งครัด เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เพิ่มความปลอดภัย และส่งเสริมความยั่งยืน
- ๑.๗ การลงทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน
- ๑.๘ ประเทศไทยมีการร่วมมืออย่างแข็งขันและสม่ำเสมอกับประเทศในภูมิภาค เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค โดยมีประเทศไทยเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวในภูมิภาค

๒. ตัวชี้วัด

- ๒.๑ ระดับความพึงพอใจด้านการบูรณาการแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น
- ๒.๒ ระดับความพึงพอใจด้านการสนับสนุนจากส่วนกลางในการทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น
- ๒.๓ ระดับความพึงพอใจด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น
- ๒.๔ ระดับความพึงพอใจด้านกฎหมายและข้อบังคับด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- ๒.๕ จัดตั้ง Tourism Intelligence Center (หน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว) และบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการผู้ใช้งาน

๓. แนวทางการพัฒนา

- ๓.๑ ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบาย ประสานงาน กำกับติดตามและ

ประเมินผลการดำเนินงานส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติ พัฒนาระบบการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์กรความรู้ จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุกกระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ

๓.๒ ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยว

๓.๓ สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่างๆ การจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

๓.๔ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการประสานความร่วมมือกับนานาประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับต่างๆ ได้แก่ APEC ASEAN GMS ACMECS IMT - GT พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายใน ASEAN และกลุ่มประเทศ CLMV เส้นทางทางน้ำใน IMT - GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่างๆ มีบทบาทในเวทีนานาชาติเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยและอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค เช่น การลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศ การตรวจลงตราและใบขับขี่ที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาค เป็นต้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ - ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยงแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) สู่การปฏิบัติ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ทั้งการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการร่วมกันวางแผน กำหนดนโยบาย และดำเนินการตามขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของตน มีความร่วมมือทางด้านองค์ความรู้ความสามารถ ทรัพยากร และงบประมาณจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การปรับปรุงกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกแก่การพัฒนา และสร้างองค์ความรู้โดยรวมที่ทุกภาคส่วนสามารถนำไปปรับใช้ได้ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยงแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) เกิดการพัฒนาขับเคลื่อนอย่างสัมฤทธิ์ผล จึงต้องมีการวางระบบความเชื่อมโยงของแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้องทั้งแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน แผนแม่บทเฉพาะด้านแผนปฏิบัติการ รวมถึงระบบการจัดสรรงบประมาณที่มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อการพัฒนาเชิงบูรณาการและมีความต่อเนื่อง การพัฒนาระบบติดตามประเมินผลการดำเนินงานของภาครัฐที่สอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์อย่างแท้จริง

แผนพัฒนาการท่องเที่ยงแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) เป็นแผนที่ได้กำหนดแนวทางการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะการเชื่อมต่อยุทธศาสตร์ที่กำหนดในแผนพัฒนาฯ ไปสู่แผนพัฒนาการท่องเที่ยงในระดับเขตพัฒนาการท่องเที่ยงกลุ่มจังหวัด จังหวัด และท้องถิ่น รวมทั้งการใช้กลไกที่มีอยู่แล้วทั้งในระดับนโยบาย พื้นที่ และชุมชน เป็นแกนกลางในการประสานแผนสู่การปฏิบัติรวมถึงการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบผ่านกระบวนการและกลไกดังกล่าว

๑. แนวทางการขับเคลื่อนแผนพัฒนาสู่การปฏิบัติ

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยงแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) มีหลักการ วัตถุประสงค์ และแนวทางการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติที่สอดคล้องกับการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ดังนี้

๑.๑ หลักการ

๑.๑.๑ ขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยงของประเทศ โดยยึดแผนพัฒนาการท่องเที่ยงแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) เป็นกรอบทิศทางหลักในการดำเนินงาน และแปลงสู่การปฏิบัติในทุกกระดับ

๑.๑.๒ กระจายการพัฒนาดังสู่พื้นที่ โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยงในทุกกระดับ และเป็นจุดเชื่อมโยงการพัฒนาระหว่างการบริหารจัดการในระดับท้องถิ่น และระดับนโยบาย

๑.๑.๓ ใช้กลไกและเครื่องมือการพัฒนาของภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจเอกชนอย่างบูรณาการ เพื่อให้การขับเคลื่อนเกิดประสิทธิภาพผ่านกระบวนการสร้างเครือข่าย ที่สามารถตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยงในแต่ละพื้นที่

๑.๑.๔ ระบบการบริหารจัดการแผนสู่การปฏิบัติที่มีความเชื่อมโยงกันในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับแผนพัฒนา
ระดับชาติ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ แผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แผนแม่บทเฉพาะด้าน แผนปฏิบัติการ
และระบบการจัดสรรงบประมาณที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองการพัฒนาเชิงบูรณาการได้อย่างต่อเนื่อง
รวมทั้งระบบการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของภาครัฐที่สอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาตามแผน

๑.๑.๕ สร้างความเข้าใจให้กับหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องกับการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ เพื่อทำให้เกิด
การบูรณาการการทำงานร่วมกันควบคู่กับการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพให้กับหน่วยงานในระดับพื้นที่

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑.๒.๑ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)
สู่การปฏิบัติผ่านการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

๑.๒.๒ เพื่อบูรณาการแผนงานจากส่วนกลาง พื้นที่ และท้องถิ่น/ชุมชน ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภายใต้
แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) สู่การปฏิบัติ

๑.๒.๓ เพื่อติดตามและประเมินผลการพัฒนาที่มีความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบตั้งแต่ภาพรวมของประเทศ
ลงสู่ภูมิภาค พื้นที่ และชุมชน

๑.๓ **แนวทางการขับเคลื่อน** การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)
ไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสอดคล้องกันตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติการควรมีแนวทาง
ดำเนินการดังนี้

๑.๓.๑ **ระดับนโยบาย** คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เป็นหน่วยงานหลักในการพิจารณา
กำหนดนโยบายหรือให้ความเห็น กำกับดูแลนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรี
เพื่อให้ความเห็นชอบและสั่งการต่อไป โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบาย
การท่องเที่ยวแห่งชาติทำหน้าที่ในการนำนโยบายและข้อสั่งการในระดับนโยบาย แจ้งประสานไปยังหน่วยงานต่างๆ
ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนและนำเสนอข้อคิดเห็นและปัญหาอุปสรรคต่อคณะกรรมการ
นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทั้งนี้ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยว
ประเทศไทย พิจารณาปรับปรุงนโยบายยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ และแผนงาน/โครงการในความรับผิดชอบ
ให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

หน่วยงานรับผิดชอบการขับเคลื่อนการดำเนินงานในแต่ละยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

**ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความ
สมดุล และยั่งยืน:** กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่
กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย
กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม
และนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

**ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของ
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว:** กระทรวงคมนาคมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมี
หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงกลาโหม
กระทรวงการต่างประเทศ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน
ในการพัฒนาการท่องเที่ยว: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริม
วิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือ
ระหว่างประเทศ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงคมนาคม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ทั้งนี้ หน่วยงานหลักในแต่ละยุทธศาสตร์จะทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ในระดับปฏิบัติการและเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนาในระดับพื้นที่ โดยมีการกำหนดบทบาทในการพัฒนาและแนวทางขับเคลื่อน แผนงาน/โครงการตามแผน ได้แก่ การส่งเสริม สนับสนุนและอำนวยความสะดวกการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการเผยแพร่ผลการดำเนินงานให้สาธารณชนทราบเป็นระยะ

นอกจากนี้ นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติจะเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ในแผนพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนาภูมิภาคแบบบูรณาการ เนื่องจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแผนที่ กำหนดทิศทางการพัฒนาในภาพรวม ที่สามารถวางแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดเพื่อสนับสนุน การเติบโตในภาพรวมได้ อีกทั้งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแผนแม่บทสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวรายสาขา ที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวทางน้ำ การท่องเที่ยวเชิงการประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นการวางแผนการพัฒนาอย่างองค์รวม ซึ่งจะเป็พื้นฐานที่มั่นคงเพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวรายสาขาต่อไป กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างความเข้าใจในสาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ แก่หน่วยงานทั้งในส่วนกลางและในระดับพื้นที่รายจังหวัดและรายสาขาการท่องเที่ยว รวมทั้งการให้การสนับสนุน ในการพัฒนาตามหน้าที่และความรับผิดชอบ

๑.๓.๒ ระดับพื้นที่ ประกอบด้วย คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คณะกรรมการประจำกลุ่มจังหวัดและคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ประจำจังหวัดและภูมิภาค สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา องค์กรระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับ ซึ่งเป็นผู้รับนโยบาย จากคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและคณะรัฐมนตรี หรือเป็นผู้รับนโยบายจากคณะกรรมการนโยบาย ที่เกี่ยวข้องไปปฏิบัติให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ โดยมีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

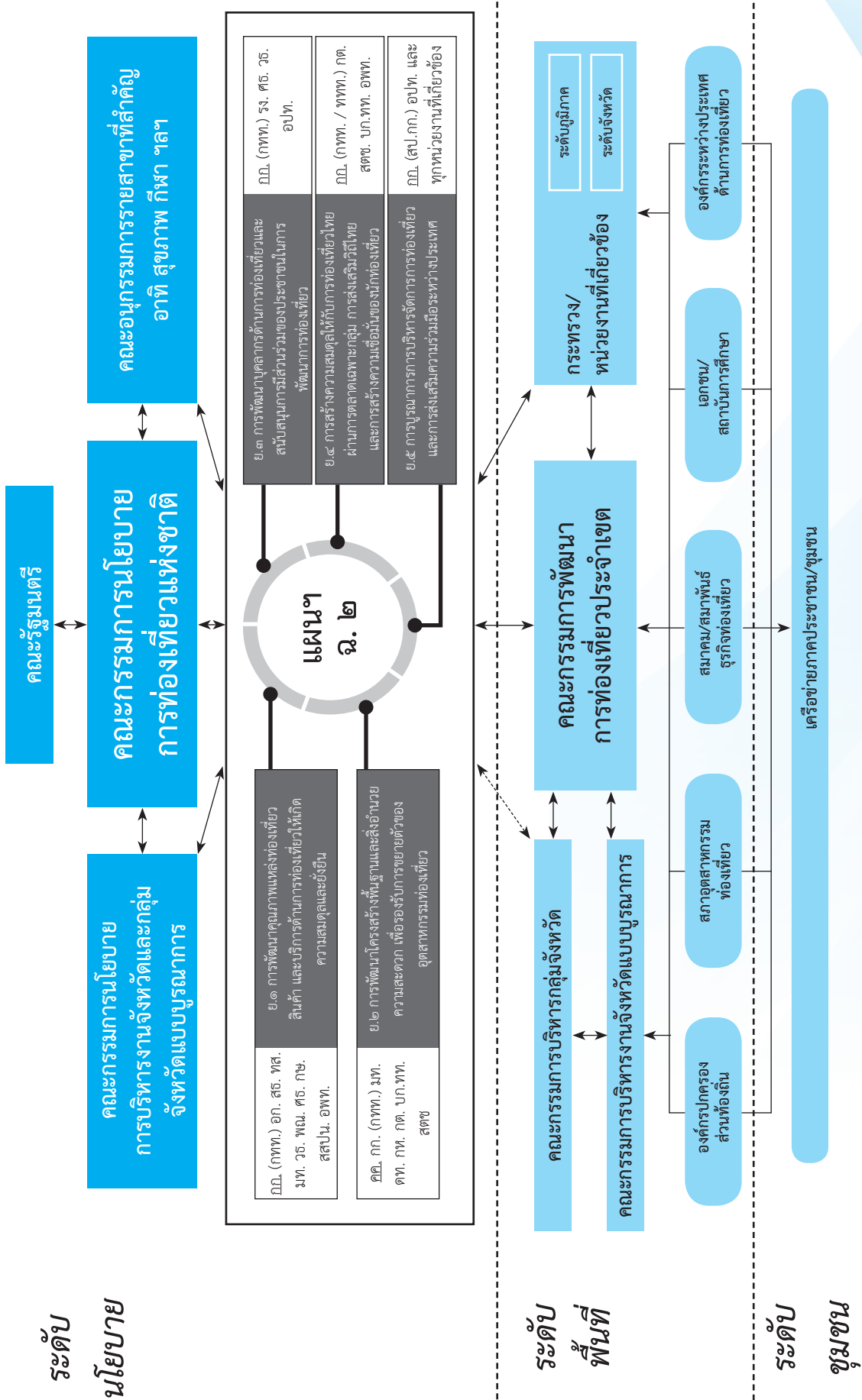
๑) ระดับภูมิภาค กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พิจารณากระจายภารกิจและความรับผิดชอบ ในการดำเนินการตามแผนไปสู่จังหวัด โดยในส่วนราชการระดับจังหวัด/กลุ่มจังหวัดมีสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดในฐานะบริหารราชการส่วนภูมิภาคเป็นหน่วยงานประสานหลักระหว่างสำนักบริหารราชการกลุ่มจังหวัด คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด รวมทั้งจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัด/เขตพัฒนา

การท่องเที่ยว ในส่วนการพัฒนาในระดับจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมีหน้าที่สนับสนุนการวางแผน และการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารกลุ่มจังหวัด และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องมีการส่งเสริมความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อดำเนินการวางแผน และพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค

๒) ระดับท้องถิ่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาประสานงานกับกระทรวงมหาดไทย เพื่อให้มีการนำหลักการและแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ให้ทุกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วทุกภูมิภาครับทราบและนำไปกำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ ทั้งนี้ การดำเนินการให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจ ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๒ และระเบียบต่างๆ ของกระทรวงมหาดไทย โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย พร้อมกำหนดผู้ประสานที่ชัดเจน พร้อมปฏิบัติงาน

๓) การดำเนินงานของภาคเอกชน ให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในทุกระดับ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และผู้รับบริการ ผลของการพัฒนาไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรมของชาติ มีการจัดการที่โปร่งใส เป็นธรรม ในการประกอบธุรกิจ และเข้ามามีบทบาทร่วมในการจัดบริการสังคมและกิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมีหน้าที่ให้คำปรึกษาและสนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชนในพื้นที่

๑.๓.๓ ระดับชุมชน สนับสนุนให้ภาคประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในบริบทที่เหมาะสม โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นผ่านกระบวนการจัดทำแผนและขับเคลื่อนแผนพัฒนาระดับชุมชน โดยต้องมีการคำนึงถึงการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ รวมทั้งส่งเสริมสิทธิการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและชุมชนในการอนุรักษ์ บำรุงรักษา และส่งเสริมการตระหนักรู้ประโยชน์ จากทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งความหลากหลายทางชีวภาพที่มีความสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนและเครือข่ายภาคประชาชนเจ้าของพื้นที่ จะช่วยเพิ่มเอกลักษณ์และความเป็นไทยให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยว และเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ประชาชนอย่างแท้จริง



กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

๒. แนวทางการติดตามประเมินผลการพัฒนา

การวัดความสำเร็จของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติจำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผลโดยใช้ระบบที่มีมาตรฐาน สามารถวัดผลการพัฒนาในแต่ละยุทธศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับการยอมรับจากส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในส่วนของ การประเมินแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ควรมีการดำเนินการดังนี้

๒.๑ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงานภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อกำหนดแนวทางติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในภาพรวม ภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) โดยประสานความร่วมมือกับส่วนราชการและหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์

๒.๒ ส่วนราชการและหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบจะต้องทำการประเมินผลตามตัวชี้วัดที่กำหนดตามยุทธศาสตร์ ไม่ต่ำกว่าปีละ ๑ ครั้ง และรายงานผลต่อคณะอนุกรรมการเพื่อทำการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ตามตัวชี้วัดรวม

๒.๓ ส่วนราชการและหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบจะต้องทำการประเมินผลตามแนวทางที่คณะอนุกรรมการได้กำหนดไว้ ซึ่งจะส่งผลต่อการพิจารณาจัดสรรงบประมาณการดำเนินงานภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

๒.๔ ส่วนราชการและหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบควรพัฒนาและใช้ประโยชน์จากระบบฐานข้อมูลในการประเมินผลการดำเนินงานภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) และควรส่งเสริมความร่วมมือในการเชื่อมโยงฐานข้อมูล

๒.๕ คณะอนุกรรมการพิจารณานำเสนอผลการดำเนินงานภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) โดยประชาสัมพันธ์ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ผ่านช่องทางและสื่อต่างๆ ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

๓. แนวทางการพัฒนาที่สำคัญในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ที่มีระยะเวลาดำเนินการ ๕ ปี สามารถแบ่งแนวทางการขับเคลื่อนได้เป็น ๒ ระยะ ได้แก่ ๑) แนวทางระยะสั้น (Quick-win) ในระยะ ๑ – ๒ ปีของแผน โดยดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ ที่สามารถเริ่มปฏิบัติได้ทันที และคาดว่าจะสามารถเห็นผลได้ภายในช่วง ๒ ปีแรก ของระยะแผนฯ (ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๑) ซึ่งผลจากการดำเนินงานในระยะสั้นจะเป็นพื้นฐานเพื่อการต่อยอดสู่การพัฒนาในระยะถัดไป ๒) แนวทางระยะกลาง (Medium-term) ระยะ ๓ – ๕ ปี เป็นการดำเนินการที่สามารถเริ่มปฏิบัติได้ในช่วงปีที่ ๒ – ๓ ของระยะแผนฯ เนื่องจากบางแนวทางอาจยังไม่สามารถเริ่มปฏิบัติได้ในช่วงปีแรกทันที หรือแนวทางนั้นเป็นการต่อยอดจากแนวทางระยะสั้นเพื่อขยายกรอบการดำเนินการสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะสามารถเห็นผลได้ภายในกรอบระยะเวลาแผนฯ (ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๔) โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญในแต่ละช่วงระยะของแผน (Roadmap) ดังนี้

ตารางสรุปแนวทางการพัฒนาที่สำคัญในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

ประเด็นยุทธศาสตร์	แนวทางระยะสั้น พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑ (Quick-win)	แนวทางระยะกลาง พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ (Medium-term)
<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน</p>	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้บริการแบบครบวงจรในกิจกรรมที่มีศักยภาพ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำทางการตลาดในภูมิภาค ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเติบโตสูง ได้แก่ การท่องเที่ยวกลุ่ม MICE การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซุปปิ้ง และการท่องเที่ยวทางน้ำและเรือสำราญ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับแหล่งท่องเที่ยวหลักพร้อมกำหนดมาตรการควบคุมดูแลกำกับให้ชัดเจน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ อนุรักษ์ ฟื้นฟู แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่มีความเปราะบางและเสี่ยงต่อความเสื่อมโทรม สร้างการรับรู้ ความตระหนัก จิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว วัฒนธรรมไทย อัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรอง เพื่อสร้างความสมดุลเชิงพื้นที่ สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ และมีความหลากหลายของกิจกรรม เพื่อสร้างความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> ยกระดับขีดความสามารถในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการพัฒนาและบังคับใช้มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดตั้งเขตพื้นที่พิเศษหรือเขตพัฒนาการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ยกระดับขีดความสามารถเพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำระดับภูมิภาคในการท่องเที่ยวศักยภาพสูง เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา MICE เป็นต้น (ต่อเนื่อง) เพิ่มความหลากหลายของเส้นทางและสินค้า บริการในการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เช่น การท่องเที่ยวโดยเรือสำราญ เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในภูมิภาค (ต่อเนื่อง) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เช่น การท่องเที่ยวโดยเรือสำราญ ฯลฯ (ต่อเนื่อง) พัฒนาและบังคับใช้มาตรฐานและกฎระเบียบด้านการอนุรักษ์และเขตวัฒนธรรมไทยและอัตลักษณ์ท้องถิ่น (ต่อเนื่อง) ปรับปรุงกฎระเบียบและจัดตั้งมาตรฐาน/ระบบการดำเนินงานในการอนุรักษ์และบริหารจัดการขีดความสามารถในการรองรับ เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (ต่อเนื่อง) ยกระดับศักยภาพจังหวัดรองผ่านการจัดตั้ง/บังคับใช้มาตรฐานและการพัฒนาปัจจัยสนับสนุน เพื่อส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง)
<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว</p>	<ol style="list-style-type: none"> ขยายเส้นทางการบินจากต่างประเทศสู่จังหวัดรองของประเทศ ปรับปรุงประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกในขั้นตอนในการคมนาคมระหว่างประเทศทางบกและทางน้ำ เพิ่มจุดให้บริการและอำนวยความสะดวกในการคมนาคมทางถนน รวมถึงบังคับใช้มาตรฐานการควบคุมคุณภาพและมาตรการด้านความปลอดภัยในการคมนาคมทางถนน 	<ol style="list-style-type: none"> ยกระดับคุณภาพและพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศในระดับภูมิภาค (ต่อเนื่อง) ปรับปรุงกฎระเบียบ/มาตรฐานและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการคมนาคมระหว่างประเทศทางบกและทางน้ำให้ได้มาตรฐานสากลและมีความหลากหลาย (ต่อเนื่อง) ส่งเสริมการพัฒนาเส้นทางการบินระหว่างเมืองภายในประเทศไทย รวมถึงขยายการรองรับของท่าอากาศยานภายในประเทศ (ต่อเนื่อง)

ประเด็นยุทธศาสตร์	แนวทางระยะสั้น พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๑ (Quick-win)	แนวทางระยะกลาง พ.ศ. ๒๕๖๒ – ๒๕๖๔ (Medium-term)
	<ol style="list-style-type: none"> ๔. ศึกษาความเป็นไปได้การพัฒนาโครงสร้างทางรางทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และดำเนินการพัฒนาตามแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของไทย ๕. ยกระดับคุณภาพของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ รวมถึงเพิ่มความเข้มงวดในการบังคับใช้มาตรการและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ๖. ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและปัจจัยสนับสนุนในการเข้าถึงและเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ๗. พัฒนา และปรับปรุงแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ๘. ปรับปรุงความพร้อม ความเพียงพอ มาตรฐาน และบุคลากร เพื่อดูแลรักษาความปลอดภัย และให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงจัดทำแผนและระบบบริหารความเสี่ยง และภัยพิบัติ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๙. ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนามาตรฐานและระบบจัดการขยะและบำบัดน้ำเสีย 	<ol style="list-style-type: none"> ๔. พัฒนาโครงสร้างและการเชื่อมโยงของโครงข่ายเส้นทางคมนาคมทางถนน เพื่อการเดินทางเข้าระหว่างประเทศและการเดินทางสู่จังหวัดรอง (ต่อเนื่อง) ๕. ยกระดับคุณภาพในระบบสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางทางราง (ต่อเนื่อง) ๖. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเดินทางภายในเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ๗. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเข้าถึงและเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) (ต่อเนื่อง) ๘. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาระบบและฐานข้อมูลเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ๙. ยกระดับคุณภาพของท่าอากาศยานรองภายในประเทศให้ได้มาตรฐานนานาชาติและเป็นที่ยอมรับในหมู่นักเดินทาง (ต่อเนื่อง) ๑๐. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวโดยเส้นทางทางรางทั้งเส้นทางภายในประเทศ และเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาค (ต่อเนื่อง)
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> ๑. ปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาชาติเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรและสร้างจิตสำนึกประชาชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ๒. พัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะพื้นฐาน ทักษะเฉพาะกลุ่มการท่องเที่ยว ทักษะด้านการบริหารจัดการ รวมถึงเพิ่มช่องทางในการฝึกอบรมให้ครอบคลุมและเหมาะสม ๓. ปรับปรุงมาตรฐานทักษะอาชีพของบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมความต้องการของอุตสาหกรรมและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ๔. ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ประกอบการในการปรับปรุงคุณภาพตำแหน่งงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ๕. แก้ไขปัญหาการขาดแคลนในแรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเข้าสู่ตลาดแรงงานภาคการท่องเที่ยวมากขึ้น ๖. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าและเข้าใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น 	<ol style="list-style-type: none"> ๑. ส่งเสริมการเข้าร่วมอบรมและการร่วมพัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะพื้นฐานของบุคลากรในสายงานด้านการท่องเที่ยวในภาคเอกชนและชุมชน (ต่อเนื่อง) ๒. ส่งเสริมการเข้าร่วมอบรมและการร่วมพัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะเฉพาะกลุ่มการท่องเที่ยวในภาคเอกชนและชุมชน รวมถึงส่งเสริมการจัดตั้งสถาบันเฉพาะ (ต่อเนื่อง) ๓. ส่งเสริมการเข้าร่วมอบรมและการร่วมพัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะด้านการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวในภาคเอกชนและชุมชน (ต่อเนื่อง) ๔. สร้างการรับรู้ในมาตรฐานทักษะอาชีพของบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน รวมถึงส่งเสริมการปฏิบัติตาม (ต่อเนื่อง) ๖. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและสถาบันศึกษาในการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการเข้าร่วมแรงงานในภาคการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง)

ประเด็นยุทธศาสตร์	แนวทางระยะสั้น พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑ (Quick-win)	แนวทางระยะกลาง พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ (Medium-term)
	<ul style="list-style-type: none"> ๗. พัฒนาหลักสูตรอบรมทักษะการประกอบธุรกิจสำหรับชุมชน เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ในท้องถิ่น ๘. ส่งเสริมการให้ความรู้และจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อธุรกิจเกิดใหม่ และธุรกิจรายย่อยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> ๗. ส่งเสริมการอบรมทักษะการประกอบธุรกิจสำหรับชุมชนผ่านช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ (ต่อเนื่อง) ๘. ส่งเสริมการลงทุนและพัฒนานวัตกรรมของภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ๙. ปรับปรุงภาพลักษณ์และสร้างความภาคภูมิใจในงานบริการและงานอื่นๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการเข้าร่วมแรงงานในภาคการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง)
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุล ให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาด เฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้าง ความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> ๑. ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและมีมาตรฐานด้านความปลอดภัย ๒. สร้างการรับรู้แนวทางปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย ส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ๓. สร้างการรับรู้สินค้า บริการเฉพาะต่างๆ ในประเทศไทย กลุ่มที่มีความสนใจพิเศษผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ สำหรับกลุ่มความสนใจพิเศษ ๔. สื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก และพัฒนาสัญลักษณ์ Thainess ๕. ส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัด ผ่านการสร้างแบรนด์การเล่าเรื่อง ช่องทางออนไลน์ ๖. ส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์สินค้าและบริการ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและแบรนด์จังหวัด ๗. สร้างการรับรู้สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล ๘. การสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยให้แก่มคนไทยทุกคน ในทุกเพศทุกวัย ๙. โฆษณาและประชาสัมพันธ์เมืองท่องเที่ยวรองและเขตพัฒนา การท่องเที่ยวผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ รวมถึงพัฒนาแพ็คเกจส่งเสริมการขายร่วมกับภาคเอกชน ๑๐. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในการทำตลาดผ่านช่องทางสารสนเทศต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ๑. พัฒนามาตรฐานรับรองคุณภาพสำหรับผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว และสินค้า บริการด้านการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ๒. สร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ในเรื่องมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย (ต่อเนื่อง) ๓. ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเข้าถึงกลุ่มตลาดระดับกลาง - บน ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ (ต่อเนื่อง) ๔. พัฒนาแพ็คเกจส่งเสริมการขายแบบครบวงจรและส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเข้าถึงตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ (ต่อเนื่อง) ๕. ปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนและระบบประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อการเสริมสร้างความนิยมในจังหวัดท่องเที่ยวรอง (ต่อเนื่อง) ๖. สร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับคนไทยเพื่อส่งเสริม 'ไทยเที่ยวไทย' (ต่อเนื่อง) ๗. ส่งเสริมความร่วมมือกับภาคชุมชนในการทำการตลาด (ต่อเนื่อง) ๘. เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด รวมถึงส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการตลาดออนไลน์ (ต่อเนื่อง)

ประเด็นยุทธศาสตร์	แนวทางระยะสั้น พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๑ (Quick-win)	แนวทางระยะกลาง พ.ศ. ๒๕๖๒ – ๒๕๖๔ (Medium-term)
<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ</p>	<ol style="list-style-type: none"> ๑. ส่งเสริมกระบวนการทำงานอย่างบูรณาการภายใต้คณะกรรมการ ททช. ๒. ส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับท้องถิ่น ทั้งในการขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติการ ๓. ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ๔. สร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยวผ่านการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ ๕. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการบังคับใช้กฎหมาย ๖. จัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว ๗. จัดตั้งหน่วยงานมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ๘. ปรับปรุงบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้มีมิติที่หลากหลายมากขึ้น ๙. ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงผ่านกรอบความร่วมมือระดับต่างๆ ๑๐. ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อการท่องเที่ยว ผ่านกรอบความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างประเทศ ๑๑. อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ๑๒. ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้อง เมืองแฝด ด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> ๑. จัดตั้งกระบวนการการทำงานร่วมกันและการแบ่งปันข้อมูลระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการสนับสนุนการจัดตั้งพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมความร่วมมือเชิงทวิภาคี (ต่อเนื่อง) ๒. จัดตั้งระบบสนับสนุน/เครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับชุมชนและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ๓. ปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาระเบียบและกฎหมายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ (ต่อเนื่อง) ๔. สนับสนุนการบังคับใช้มาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยที่กำกับดูแลธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน (ต่อเนื่อง) ๕. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการลงทุนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ๖. ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการแบ่งปันข้อมูลแก่หน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ๗. เพิ่มประสิทธิภาพความเชื่อมโยงในการเดินทางผ่านการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมร่วมกับประเทศในภูมิภาค ๘. ดำเนินการประสานความร่วมมือกับประเทศต่างๆ ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยง (ต่อเนื่อง) ๙. ดำเนินการประสานความร่วมมือกับประเทศต่างๆ ในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว (ต่อเนื่อง) ๑๐. พัฒนารูปแบบและโครงสร้างการคมนาคมระหว่างประเทศ ในภูมิภาคเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเชื่อมโยงของโครงข่ายคมนาคม (ต่อเนื่อง)

ကုမ္ပဏီအဖွဲ့

ลำดับ	ตัวชี้วัด	ประเภท ของ ข้อมูล	ข้อมูล/สถิติฐาน	ข้อเสนอกระบวนการประเมินผล	หน่วยงานหลัก ในการจัดเก็บ ข้อมูล
๑	จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพของกรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ ๕ ต่อปี ในช่วง ๕ ปีข้างหน้า (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	เชิงปริมาณ	แหล่งท่องเที่ยว และสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยของกรมการท่องเที่ยว (ททท.)	กก. ควรประสานความร่วมมือกับ กทท. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินผลจากตัวชี้วัดด้านจำนวนแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการสินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ รวมถึงจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนรับทราบ ตลอดจนเผยแพร่ข้อมูลให้สาธารณชนทราบเป็นระยะ	กทท.
๒	อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็น ๑ ใน ๓๐ อันดับแรกของโลก หรือ ๑ ใน ๗ อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๔	เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	อันดับที่ ๓๕ ของโลก และอันดับที่ ๑๐ ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตามข้อมูลของปี พ.ศ. ๒๕๕๘	กก. ควรเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามและดึงข้อมูลจากรายงานดัชนีอันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI: Travel & Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum ซึ่งมีการจัดทำและเผยแพร่ทุกๆ ๒ ปี	กก.
๓	ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานมีร้อยละความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่า ๙๐	เชิงคุณภาพ	ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทย ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในปี ๒๕๕๙ มีเป้าหมาย ความเชื่อมั่นร้อยละ ๘๐	กก. ควรเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย จากฐานสถิติตัวชี้วัดด้านความเชื่อมั่นในยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ ตลอดจนเผยแพร่ข้อมูลให้สาธารณชนทราบเป็นระยะ	กก.
๔	รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ ต่อปี ในช่วง ๕ ปี ข้างหน้า (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	เชิงปริมาณ	มีอัตราการขยายตัวร้อยละ ๑๖.๘ ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๔ – ๒๕๕๘	กก. เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินผลจากตัวชี้วัดด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ ตลอดจนเผยแพร่ข้อมูลให้สาธารณชนทราบเป็นระยะ	กก.

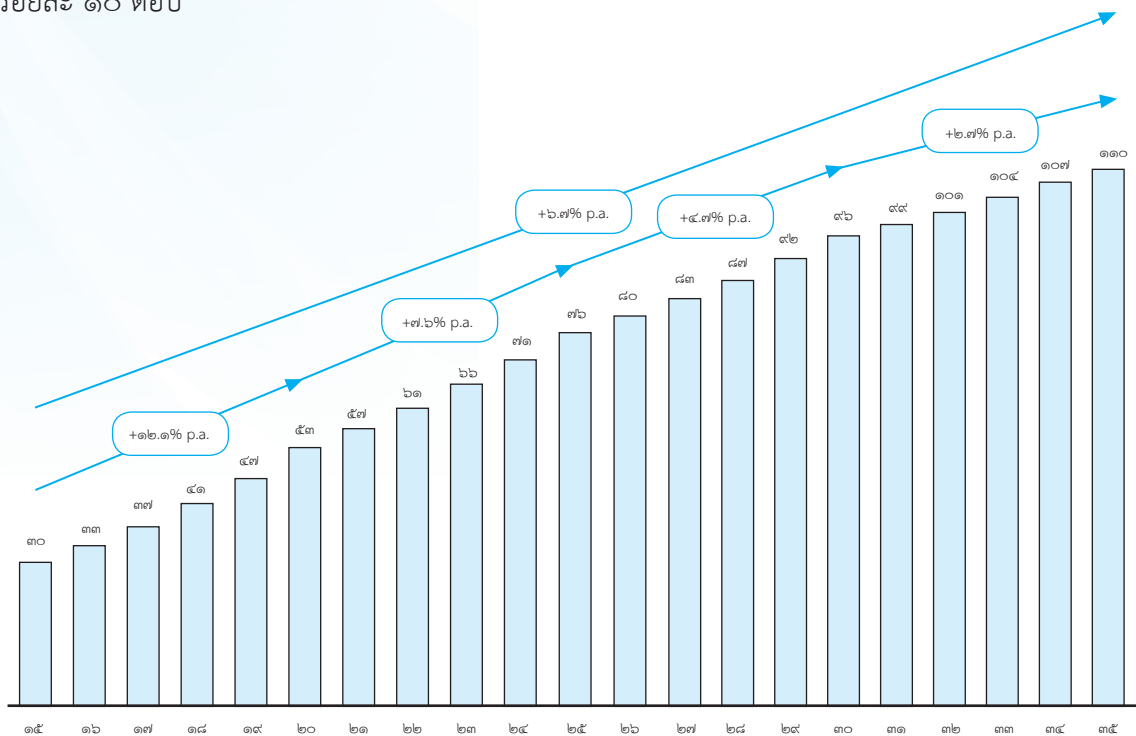
ลำดับ	ตัวชี้วัด	ประเภทของข้อมูล	ข้อมูล/สถิติฐาน	ข้อเสนอกระบวนการประเมินผล	หน่วยงานหลักในการจัดเก็บข้อมูล
๕	การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓ ต่อปี ในช่วง ๕ ปีข้างหน้า (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	เชิงปริมาณ	๑๓๘.๘ ล้านคนครั้ง ตามข้อมูลของปี ๒๕๕๙ และขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ ๘.๙ ต่อปี ในช่วงปี ๒๕๕๔-๒๕๕๘	กก. เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประเมินผลจากตัวชี้วัดด้านการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย รวมถึงจัดให้มี การประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ ตลอดจนเผยแพร่ข้อมูลให้สาธารณชนทราบตามระยะ	กก.
๖	สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ไม่ต่ำกว่าหนึ่งในสามของการเดินทางตลอดทั้งปี ในช่วง ๕ ปี ข้างหน้า (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	เชิงปริมาณ	การเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน คิดเป็นร้อยละ ๓๒ ของการเดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ตามข้อมูลของปี พ.ศ. ๒๕๕๘	กก. เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประเมินผลจากตัวชี้วัดด้านการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ รายเดือน รวมถึงจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ	กก.
๗	รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนต่ำกว่า ๑ ล้านคนในปี พ.ศ. ๒๕๕๙) มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๒ ในช่วง ๕ ปี ข้างหน้า (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	เชิงปริมาณ	๕๑ จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนต่ำกว่า ๑ ล้านคนในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ ๑๒.๙ ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘	กก. เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประเมินผลจากตัวชี้วัดด้านรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง รวมถึงจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ	กก.
๘	ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวไทย เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี ในช่วง ๕ ปี ข้างหน้า (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)	เชิงคุณภาพ	ปีฐานข้อมูลต้องได้รับการจัดเก็บเมื่อเริ่มแผนฯ	กก. ควรเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย ด้านความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยควรมีการจัดทำอย่างน้อยในช่วงเริ่มต้นและสิ้นสุดระยะแผนฯ	กก.

ลำดับ	ตัวชี้วัด	ประเภท ของ ข้อมูล	ข้อมูล/สถิติฐาน	ข้อเสนอกระบวนการประเมินผล	หน่วยงานหลัก ในการจัดเก็บ ข้อมูล
๙	อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทย ด้านความเด่นชัดของวัฒนธรรมและนวัตกรรมจากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็น ๑ ใน ๑๐ อันดับแรกของโลก ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๔	เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	อันดับที่ ๑๔ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก ตามข้อมูลของปี พ.ศ. ๒๕๕๘	กก. ควรเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามและดึงข้อมูลจากรายงานดัชนีอันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI: Travel & Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หัวข้อย่อยที่ ๑๔.๐๕ : Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand ซึ่งมีการจัดทำและเผยแพร่ทุกๆ ๒ ปี	กก.
๑๐	ดัชนีด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทยใน ๖ มิติที่สำคัญ พัฒนาขึ้นอย่างน้อย ๑๐ อันดับในแต่ละมิติ ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๔	เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	ตามข้อมูลของปี พ.ศ. ๒๕๕๘ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก - อันดับที่ ๑๐๓ ด้านความเข้มงวดของกฎระเบียบฯ - อันดับที่ ๙๒ ด้านการบังคับใช้กฎระเบียบฯ - อันดับที่ ๖๑ ด้านความยั่งยืนของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - อันดับที่ ๖๓ ด้านการบริหารจัดการน้ำเสีย - อันดับที่ ๕๓ ด้านพื้นที่ที่ได้รับการอนุรักษ์ - อันดับที่ ๙๘ ด้านคุณภาพของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	กก. ควรเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามและดึงข้อมูลจากรายงานดัชนีอันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI: Travel & Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum ใน ๖ หัวข้อที่เกี่ยวข้องได้แก่ - ๙.๐๑ (Stringency of environmental regulations: ความเข้มงวดของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม) - ๙.๐๒ (Enforcement of environmental regulations: การบังคับใช้กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม) - ๙.๐๓ (Sustainability of T&T development: ความยั่งยืนของการพัฒนาอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว) - ๙.๐๙ (Wastewater treatment: การบริหารจัดการน้ำเสีย) - ๑๓.๐๓ (Total protected areas: พื้นที่ที่ได้รับการอนุรักษ์) - ๑๓.๐๕ (Quality of the natural environment: คุณภาพของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ)	กก.

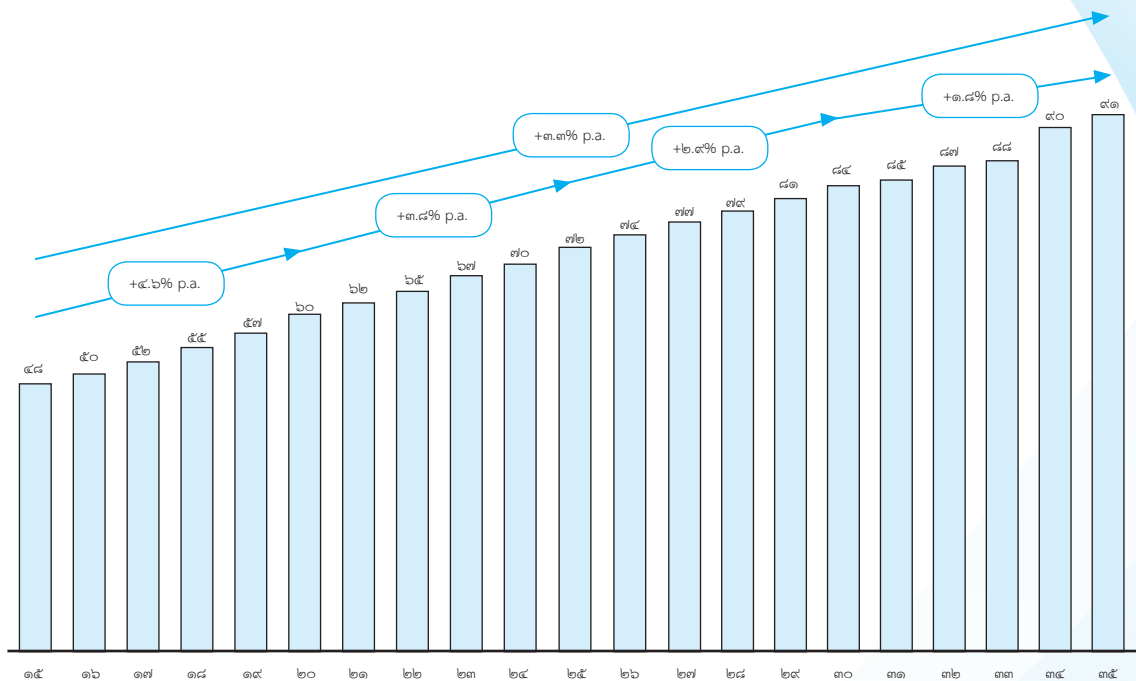
หมายเหตุ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กก.)
กรมการท่องเที่ยว (กทท.)

๑. เครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย คือ เครื่องหมายมาตรฐานจากการตรวจประเมินและให้การรับรองตามมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวโดยกรมการท่องเที่ยว เป็นระบบการตรวจประเมินโดยบุคคลที่ ๓ ซึ่งเป็นระบบที่เทียบเคียงได้กับระดับสากล โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ มีสถานประกอบการที่ผ่านการตรวจประเมินและได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว จำนวน ๑,๒๖๙ ราย

๒. รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ รายได้ที่เกิดแก่ประเทศไทยจากการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ประมาณ ๑.๔๔ ล้านล้านบาท และมีการเติบโตอยู่ที่กว่าร้อยละ ๑๖.๘ ต่อปี จากการคาดการณ์ของ UNWTO นักท่องเที่ยวทั่วโลกจะมีการเดินทางมาในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมากขึ้น และค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยวคาดว่าจะสูงขึ้นจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางทั่วโลก ซึ่งจะเป็นตัวแปรช่วยส่งเสริมการเติบโตของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทย อย่างไรก็ตามจากการประเมินการเติบโตของนักท่องเที่ยว ในอดีตและสถานการณ์การถดถอยของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก อาทิ จีน อินเดีย และสหราชอาณาจักร พบว่าการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ผ่านมามีแนวโน้มเป็นไปได้ยาก ดังนั้น จึงได้มีการประเมินและวิเคราะห์ความเหมาะสมของเป้าประสงค์รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในอีก ๕ ปีข้างหน้าให้ตอบสนองต่อปัจจัยด้านบวกและด้านลบ และสามารถรักษาศักยภาพการเติบโตอย่างสมดุลกับการรักษาความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ได้ที่ร้อยละ ๑๐ ต่อปี



แผนภูมิแสดงการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยสู่ปี ค.ศ. ๒๐๓๐
(หน่วยล้านคน)



แผนภูมิแสดงการเติบโตค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยวต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย
 ฐานปี ค.ศ. ๒๐๓๐ (หน่วยพันบาท)

๓. การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย คือ จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวไทยทุกคนท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ซึ่งในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ คาดการณ์ว่าจำนวนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยอยู่ที่ ๑๓๘.๘ ล้านคนครั้ง

๔. จังหวัดท่องเที่ยวรอง คือ จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนน้อยกว่า ๑ ล้านคนต่อปี ซึ่งในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ มีจำนวนทั้งหมด ๕๑ จังหวัด และลดลงมาเป็น ๔๘ จังหวัด ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ การเติบโตของรายได้ในจังหวัดท่องเที่ยวรองใน ๕ ปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ ๑๒.๙ ทั้งนี้ จากการประเมินการเติบโตของรายได้การท่องเที่ยวและการพัฒนาของจังหวัดท่องเที่ยวรอง จึงได้ตั้งเป้าหมายการเติบโตของจังหวัดท่องเที่ยวรอง (บนปีฐาน พ.ศ. ๒๕๕๙) ที่อย่างน้อยร้อยละ ๑๒ ต่อปี

ภาคผนวก ก - ๑ การจัดอันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวทั่วโลก
(Travel & Tourism Competitiveness Index: Global Ranking) ปี ๒๐๑๑ และ ๒๐๑๕

Country	๒๐๑๕/๑๔๑	๒๐๑๑/๑๓๙	Country	๒๐๑๕/๑๔๑	๒๐๑๑/๑๓๙
Spain	๑	๘	Panama	๓๔	๕๖
France	๒	๓	Thailand	๓๕	๔๑
Germany	๓	๒	Cyprus	๓๖	๒๔
United States	๔	๖	Czech Republic	๓๗	๓๑
United Kingdom	๕	๗	Estonia	๓๘	๒๕
Switzerland	๖	๑	Slovenia	๓๙	๓๓
Australia	๗	๑๓	Malta	๔๐	๒๖
Italy	๘	๒๗	Hungary	๔๑	๓๘
Japan	๙	๒๒	Costa Rica	๔๒	๔๔
Canada	๑๐	๙	Qatar	๔๓	๔๒
Singapore	๑๑	๑๐	Turkey	๔๔	๕๐
Austria	๑๒	๔	Russian Federation	๔๕	๕๙
Hong Kong SAR	๑๓	๑๒	Barbados	๔๖	๒๘
Netherlands	๑๔	๑๔	Poland	๔๗	๔๙
Portugal	๑๕	๑๘	South Africa	๔๘	๖๖
New Zealand	๑๖	๑๙	Bulgaria	๔๙	๔๘
China	๑๗	๓๙	Indonesia	๕๐	๗๔
Iceland	๑๘	๑๑	Chile	๕๑	๕๗
Ireland	๑๙	๒๑	India	๕๒	๖๘
Norway	๒๐	๒๐	Latvia	๕๓	๕๑
Belgium	๒๑	๒๓	Seychelles	๕๔	N/A
Finland	๒๒	๑๗	Puerto Rico	๕๕	๔๕
Sweden	๒๓	๕	Mauritius	๕๖	๕๓
United Arab Emirates	๒๔	๓๐	Argentina	๕๗	๖๐
Malaysia	๒๕	๓๕	Peru	๕๘	๖๙
Luxembourg	๒๖	๑๕	Lithuania	๕๙	๕๕
Denmark	๒๗	๑๖	Bahrain	๖๐	๔๐
Brazil	๒๘	๕๒	Slovak Republic	๖๑	๕๔
Korea Rep	๒๙	๓๒	Morocco	๖๒	๗๘
Mexico	๓๐	๔๓	Sri Lanka	๖๓	๘๑
Greece	๓๑	๒๙	Saudi Arabia	๖๔	๖๒
Taiwan, China	๓๒	๓๗	Oman	๖๕	๖๑
Croatia	๓๓	๓๔	Romania	๖๖	๖๓

Country	๒๐๑๕/๑๕๑	๒๐๑๑/๑๑๑
Montenegro	๖๗	๗๖
Colombia	๖๘	๗๗
Trinidad and Tobago	๖๙	๗๙
Namibia	๗๐	๘๔
Georgia	๗๑	๗๓
Israel	๗๒	๘๖
Uruguay	๗๓	๕๘
Philippines	๗๔	๙๔
Vietnam	๗๕	๘๐
Jamaica	๗๖	๖๕
Jordan	๗๗	๖๔
Kenya	๗๘	๑๐๓
Tunisia	๗๙	๕๗
Guatemala	๘๐	๘๖
Dominican Republic	๘๑	๗๒
Macedonia, FYR	๘๒	๗๖
Egypt	๘๓	๗๕
Azerbaijan	๘๔	๘๓
Kazakhstan	๘๕	๙๓
Cape Verde	๘๖	๘๙
Bhutan	๘๗	N/A
Botswana	๘๘	๙๑
Armenia	๘๙	๙๐
Honduras	๙๐	๘๘
El Salvador	๙๑	๙๖
Nicaragua	๙๒	๑๐๐
Tanzania	๙๓	๑๑๐
Lebanon	๙๔	๗๐
Serbia	๙๕	๘๒
Lao PDR	๙๖	N/A
Iran, Islamic Rep.	๙๗	๑๑๔
Rwanda	๙๘	๑๐๒
Mongolia	๙๙	๑๐๑
Bolivia	๑๐๐	๑๑๗
Suriname	๑๐๑	N/A
Nepal	๑๐๒	๑๑๒
Kuwait	๑๐๓	๙๕
Guyana	๑๐๔	๙๘

Country	๒๐๑๕/๑๕๑	๒๐๑๑/๑๑๑
Cambodia	๑๐๕	๑๐๙
Albania	๑๐๖	๗๑
Zambia	๑๐๗	๑๑๑
Swaziland	๑๐๘	๑๑๖
Gambia	๑๐๙	๙๒
Venezuela	๑๑๐	๑๐๖
Moldova	๑๑๑	๙๙
Senegal	๑๑๒	๑๐๔
Paraguay	๑๑๓	๑๒๓
Uganda	๑๑๔	๑๑๕
Zimbabwe	๑๑๕	๑๑๙
Kyrgyz Republic	๑๑๖	๑๐๗
Côte d'Ivoire	๑๑๗	๑๑๑
Ethiopia	๑๑๘	๑๒๒
Tajikistan	๑๑๙	๑๑๘
Ghana	๑๒๐	๑๐๘
Madagascar	๑๒๑	๑๒๗
Cameroon	๑๒๒	๑๒๖
Algeria	๑๒๓	๑๑๓
Gabon	๑๒๔	N/A
Pakistan	๑๒๕	๑๒๕
Malawi	๑๒๖	๑๒๑
Bangladesh	๑๒๗	๑๒๙
Mali	๑๒๘	๑๑๓
Lesotho	๑๒๙	๑๑๕
Mozambique	๑๓๐	๑๒๘
Nigeria	๑๓๑	๑๓๐
Sierre Leone	๑๓๒	N/A
Haiti	๑๓๓	N/A
Myanmar	๑๓๔	N/A
Burundi	๑๓๕	๑๓๗
Burkina Faso	๑๓๖	๑๓๒
Mauritania	๑๓๗	๑๓๖
Yemen	๑๓๘	N/A
Angola	๑๓๙	๑๓๘
Guinea	๑๔๐	N/A
Chad	๑๔๑	๑๓๙

ที่มา : World Economic Forum

ภาคผนวก ค - ๒ การจัดอันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
(Travel & Tourism Competitiveness Index: Asia-Pacific Ranking) ปี ๒๐๑๕

No.	Country	TTCI ๒๐๑๕		Global ranking (out of ๑๔๑)				Regional ranking (out of ๒๓)			
		Regional/๒๓	Global/๑๔๑	Enabling Environment	T&T policy and Enabling conditions	Infrastructure	Natural and Cultural Resources	Enabling Environment	T&T policy and Enabling conditions	Infrastructure	Natural and Cultural Resources
Eastern Asia and Oceania											
๑	Australia	๑	๗	๒๒	๗๐	๒๐	๗	๖	๑๒	๓	๒
๒	Japan	๒	๙	๑๓	๒๖	๓๑	๑๑	๓	๖	๕	๓
๓	Hong Kong SAR	๔	๑๓	๒	๕๖	๑๐	๓๘	๑	๙	๒	๑๒
๔	New Zealand	๕	๑๖	๑๔	๓	๒๑	๓๒	๔	๒	๔	๙
๕	China	๖	๑๗	๖๐	๑๐๒	๖๐	๑	๙	๑๘	๑๐	๑
๖	Korea, Rep.	๘	๒๙	๒๘	๘๒	๔๐	๒๒	๗	๑๕	๗	๗
๗	Taiwan, China	๙	๓๒	๑๙	๒๙	๔๕	๓๗	๕	๗	๙	๑๑
๘	Mongolia	๑๘	๙๙	๖๕	๑๐๔	๑๑๒	๘๓	๑๐	๑๙	๑๙	๑๙
South-East and Southern Asia											
๙	Singapore	๓	๑๑	๕	๑	๕	๔๐	๒	๑	๑	๑๓
๑๐	Malaysia	๗	๒๕	๔๐	๒๔	๔๑	๒๔	๘	๕	๘	๘
๑๑	Thailand	๑๐	๓๕	๗๔	๔๙	๓๗	๒๑	๑๔	๘	๖	๖
๑๒	Indonesia	๑๑	๕๐	๘๐	๙	๗๕	๑๗	๑๕	๓	๑๓	๕
๑๓	India	๑๒	๕๒	๑๑๕	๙๒	๖๗	๑๒	๒๑	๑๗	๑๒	๔
๑๔	Sri Lanka	๑๓	๖๓	๗๐	๖๕	๖๔	๕๐	๑๑	๑๑	๑๑	๑๔
๑๕	Philippines	๑๔	๗๔	๙๐	๑๗	๘๒	๕๖	๑๗	๔	๑๔	๑๖
๑๖	Vietnam	๑๕	๗๕	๗๓	๑๑๒	๙๔	๓๓	๑๓	๒๐	๑๕	๑๐
๑๗	Bhutan	๑๖	๘๗	๗๒	๗๗	๙๖	๘๑	๑๒	๑๓	๑๖	๑๗
๑๘	Lao PDR	๑๗	๙๖	๘๔	๘๐	๑๐๐	๙๔	๑๖	๑๔	๑๗	๒๑
๑๙	Nepal	๑๙	๑๐๒	๑๐๙	๘๖	๑๑๘	๕๑	๑๙	๑๖	๒๒	๑๕
๒๐	Cambodia	๒๐	๑๐๕	๑๐๕	๖๔	๑๑๓	๘๒	๑๘	๑๐	๒๐	๑๘
๒๑	Pakistan	๒๑	๑๒๕	๑๓๐	๑๒๓	๑๐๗	๙๗	๒๒	๒๑	๑๘	๒๒
๒๒	Bangladesh	๒๒	๑๒๗	๑๑๓	๑๓๗	๑๑๔	๑๐๔	๒๐	๒๓	๒๑	๒๓
๒๓	Myanmar	๒๓	๑๓๔	๑๓๑	๑๓๖	๑๓๗	๘๗	๒๓	๒๒	๒๓	๒๐

ที่มา : World Economic Forum

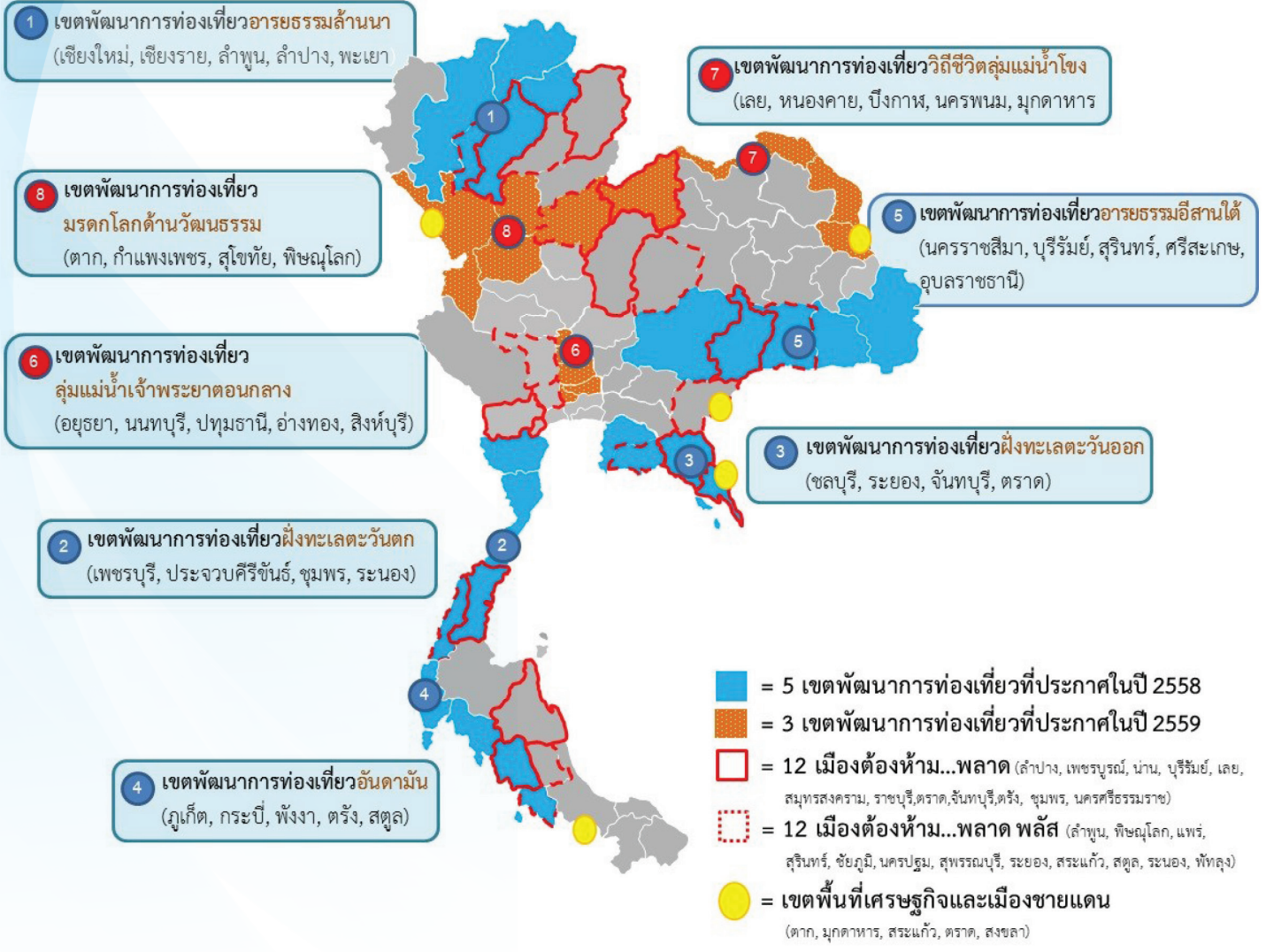
ภาคผนวก ค - ๓ ชีตความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี ๒๐๑๕
จำแนกตามตัวชี้วัด

Indicator	Value	Rank/๑๔๑	Indicator	Value	Rank/๑๔๑
Business Environment	๔.๘	๓๘	๓.๐๒ Access to improved sanitation (% pop.)	๙๓.๐	๕๙
๑.๐๑ Property rights	๔.๑	๗๒	๓.๐๓ Access to improved drinking water (% pop.)	๙๖.๐	๖๙
๑.๐๒ Impact of rules on FDI	๕.๑	๒๒	๓.๐๔ Hospital beds per ๑๐,๐๐๐ pop.	๒๑.๐	๗๔
๑.๐๓ Efficiency of legal framework settling disputes	๓.๘	๖๒	๓.๐๕ HIV prevalence (% pop.)	๑.๑	๑๐๘
๑.๐๔ Efficiency of legal framework challenging regs	๓.๓	๗๒	๓.๐๖ Malaria incidence per ๑๐๐,๐๐๐ pop.	๒๐๙.๖	๓๙
๑.๐๕ No. of days to deal with construction permits	๑๑๓	๔๕	Human Resources and Labour Market	๕.๐	๒๙
๑.๐๖ Construction permits cost (%)	๐.๑	๓	<i>Qualification of the labour force</i>	๕.๗	๓๐
๑.๐๗ Extent of market dominance	๓.๘	๖๗	๔.๐๑ Primary education enrolment rate (%)	๙๕.๖	๕๘
๑.๐๘ No. of days to start a business	๒๘	๑๐๙	๔.๐๒ Secondary education enrolment rate (%)	๘๗.๐	๗๗
๑.๐๙ Cost to start a business (% GNI/capita)	๖.๖	๖๔	๔.๐๓ Extent of staff training	๔.๔	๓๗
๑.๑๐ Effect of taxation on incentives to work	๓.๘	๕๘	๔.๐๔ Treatment of customers	๕.๔	๑๗
๑.๑๑ Effect of taxation on incentives to invest	๓.๙	๕๓	Labour market	๔.๓	๔๔
๑.๑๒ Total tax rate (% profit)	๒๖.๙	๒๗	๔.๐๕ Hiring and firing practices	๔.๔	๒๓
๑.๑๒a Labour and contributions tax rate (% profit)	๔.๓	๒๐	๔.๐๖ Ease of finding skilled employees	๓.๘	๗๗
๑.๑๒b Profit tax rate (% profit)	๑๙.๙	๘๘	๔.๐๗ Ease of hiring foreign labour	๔.๑	๗๑
๑.๑๒c Other taxes rate (% profit)	๒.๗	๘๔	๔.๐๘ Pay and productivity	๔.๒	๔๙
Safety and Security	๓.๘	๑๓๒	๔.๐๙ Female labour force participation (% to men)	๐.๘	๖๖
๒.๐๑ Business costs of crime and violence	๔.๒	๘๔	ICT Readiness	๔.๓	๖๐
๒.๐๒ Reliability of police services	๓.๒	๑๑๒	๕.๐๑ ICT use for B๒B transactions	๔.๙	๕๙
๒.๐๓ Business costs of terrorism	๔.๑	๑๑๙	๕.๐๒ Internet use for B๒C transactions	๔.๙	๔๘
๒.๐๔ Index of terrorism incidence	๑.๐	๑๓๖	๕.๐๓ Individuals using internet (%)	๒๘.๙	๙๕
๒.๐๕ Homicide rate	๕	๗๖	๕.๐๔ Broadband internet subs. per ๑๐๐ pop.	๗.๔	๗๒
Health and Hygiene	๔.๙	๘๙	๕.๐๕ Mobile telephone subs. per ๑๐๐ pop.	๑๔๐.๑	๓๔
๓.๐๑ Physician density per ๑,๐๐๐ pop.	๐.๔	๑๐๐	๕.๐๖ Mobile broadband subs. per ๑๐๐ pop.	๕๒.๓	๔๒

Indicator	Value	Rank/๑๕๑	Indicator	Value	Rank/๑๕๑
๕.๐๗ Mobile network coverage (% pop.)	๑๐๐.๐	๑	๕.๐๕ No. of envtl. treaty ratifications (๐-๒๗ best)	๑๗	๑๐๔
๕.๐๘ Quality of electricity supply	๕.๑	๕๘	๕.๐๖ Baseline water stress (๐-๕ worst)	๑.๗	๗๐
Prioritization of Travel & Tourism	๔.๙	๔๐	๕.๐๗ Threatened species (% total species)	๗.๙	๑๐๙
๖.๐๑ Government prioritization of T&T industry	๖.๑	๒๔	๕.๐๘ Forest cover change (% average per year)	-๒.๕	๖๑
๖.๐๒ T&T gov't expenditure (% gov't budget)	๒.๘	๘๖	๕.๐๙ Wastewater treatment (%)	๑๖.๐	๖๓
๖.๐๓ Effectiveness of marketing to attract tourists	๕.๔	๒๓	๕.๑๐ Coastal shelf fishing pressure (tonnes per km๒)	๐.๘	๙๓
๖.๐๔ Comprehensiveness of T&T data (๐-๑๒๐ best)	๘๐.๐	๔๐	Air Transport Infrastructure	๔.๖	๑๗
๖.๐๕ Timeliness of T&T data (๐-๒๑ best)	๒๐.๐	๓	๑๐.๐๑ Quality of air transport infrastructure	๕.๓	๓๗
๖.๐๖ Country Brand Strategy rating (๑-๑๐ best)	๖๔.๙	๘๓	๑๐.๐๒ Airline dom. seat kms per week (millions)	๓๖๖.๘	๑๕
International Openness	๓.๗	๔๙	๑๐.๐๓ Airline int'l. seat kms per week (millions)	๒,๒๐๕.๘	๑๓
๗.๐๑ Visa requirements (๐-๑๐๐ best)	๕๙.๐	๒๕	๑๐.๐๔ Departures per ๑,๐๐๐ pop.	๔.๓	๕๙
๗.๐๒ Openness of bilateral ASA (๐-๓๘)	๙.๘	๘๔	๑๐.๐๕ Airport density per million urban pop.	๑.๐	๗๔
๗.๐๓ No. of regional trade agreements in force	๑๗.๐	๔๗	๑๐.๐๖ No. of operating airlines	๑๓๑.๐	๙
Price Competitiveness	๕.๑	๓๖	Ground and Port Infrastructure	๓.๔	๗๑
๘.๐๑ Ticket taxes, airport charges (๐-๑๐๐ best)	๘๗.๐	๓๑	๑๑.๐๑ Quality of roads	๔.๕	๕๐
๘.๐๒ Hotel price index (US\$)	๑๑๑.๐	๒๘	๑๑.๐๒ Quality of railroad infrastructure	๒.๔	๗๓
๘.๐๓ Purchasing power parity	๐.๔	๒๓	๑๑.๐๓ Quality of port infrastructure	๔.๕	๕๔
๘.๐๔ Fuel price levels (US\$ cents/litre)	๑๕๖.๐	๘๖	๑๑.๐๔ Quality of ground transport network	๓.๙	๙๔
Environmental Sustainability	๓.๕	๑๑๖	๑๑.๐๕ Railroad density (km/surface area)	๑.๐	๕๑
๙.๐๑ Stringency of environmental regulations	๓.๖	๑๐๓	๑๑.๐๖ Road density (km/surface area)	-	๖๓
๙.๐๒ Enforcement of environmental regulations	๓.๕	๙๒	๑๑.๐๗ Paved road density (km/surface area)	-	๔๔
๙.๐๓ Sustainability of T&T development	๔.๕	๖๑	Tourist Service Infrastructure	๕.๗	๒๑
๙.๐๔ Particulate matter (๒.๕) concentration (µg/m๓)	๑๔.๖	๑๒๓	๑๒.๐๑ Hotel rooms per ๑๐๐ pop.	๐.๘	๔๑

Indicator	Value	Rank/๑๔๑
๑๒.๐๒ Extension of business trips recommended	๖.๐	๒๑
๑๒.๐๓ Presence of major car rental companies	๖	๓๕
๑๒.๐๔ ATMs accepting Visa cards per million pop.	๑,๖๔๗.๗	๗
<u>Natural Resources</u>	๔.๕	๑๖
๑๓.๐๑ No. of World Heritage natural sites	๒	๒๙
๑๓.๐๒ Total known species	๑,๓๗๘	๑๕
๑๓.๐๓ Total protected areas (% total territorial area)	๑๖.๔	๕๓
๑๓.๐๔ Natural tourism digital demand (๐-๑๐๐ best)	๙๔	๓
๑๓.๐๕ Quality of the natural environment	๔.๐	๙๘
<u>Cultural Resources and Business Travel</u>	๒.๘	๓๔
๑๔.๐๑ No. of World Heritage cultural sites	๓	๕๘
๑๔.๐๒ No. of oral and intangible cultural expressions	๐	๘๙
๑๔.๐๓ No. of large sports stadiums	๑๐.๐	๔๒
๑๔.๐๔ No. of international association meetings	๑๓๘.๓	๓๑
๑๔.๐๕ Cult./entert. tourism digital demand (๐-๑๐๐ best)	๔๐	๑๔

ที่มา : World Economic Forum



ลำดับ	เขตพัฒนาการท่องเที่ยว	จังหวัด
๑	อารยธรรมล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา
๒	ฝั่งทะเลตะวันตก	เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร ระนอง
๓	ฝั่งทะเลตะวันออก	ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด
๔	อันดามัน	ภูเก็ต พังงา กระบี่ ตรัง สตูล
๕	อารยธรรมอีสานใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี
๖	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง	พระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี อ่างทอง ปทุมธานี นนทบุรี
๗	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	หนองคาย เลย บึงกาฬ นครพนม มุกดาหาร
๘	มรดกโลกด้านวัฒนธรรม	สุโขทัย ตาก กำแพงเพชร พิษณุโลก

หมายเหตุ : จังหวัดในลำดับแรกเป็นศูนย์ปฏิบัติการของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ลำดับ	๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด	๑๒ เมืองต้องห้าม...พลาด PLUS
๑	ลำปาง	ลำพูน
๒	น่าน	แพร่
๓	เพชรบูรณ์	พิษณุโลก
๔	เลย	ชัยภูมิ
๕	บุรีรัมย์	สุรินทร์
๖	ราชบุรี	สุพรรณบุรี
๗	สมุทรสงคราม	นครปฐม
๘	จันทบุรี	สระแก้ว
๙	ตราด	ระยอง
๑๐	ชุมพร	ระนอง
๑๑	ตรัง	สตูล
๑๒	นครศรีธรรมราช	พัทลุง

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

มาตรา ๕ และมาตรา ๑๐ แห่งพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ หรือ ททช. โดยให้มีองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบ

๑. นายกรัฐมนตรี	ประธานกรรมการ
๒. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	รองประธานกรรมการ
๓. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย	กรรมการ
๔. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม	กรรมการ
๕. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	กรรมการ
๖. ปลัดกระทรวงคมนาคม	กรรมการ
๗. ปลัดกระทรวงพาณิชย์	กรรมการ
๘. ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ	กรรมการ
๙. เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	กรรมการ
๑๐. ปลัดกระทรวงสาธารณสุข	กรรมการ
๑๑. ปลัดกระทรวงกลาโหม	กรรมการ
๑๒. ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ	กรรมการ
๑๓. ปลัดกระทรวงแรงงาน	กรรมการ
๑๔. ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ	กรรมการ
๑๕. ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ	กรรมการ
๑๖. นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนจังหวัดแห่งประเทศไทย	กรรมการ
๑๗. นายกสมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย	กรรมการ
๑๘. นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งประเทศไทย	กรรมการ
๑๙. ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	กรรมการ
๒๐. นายภราเดช พยัฆวิเชียร	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒๑. นายธวัชชัย อรัญญิก	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒๒. นางปิยะมาน เตชะไพบูลย์	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒๓. นายประกิจ ชินอมรพงษ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒๔. นายบัณฑิต ล่ำซำ	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒๕. นายปรีชา เกาทอง	ผู้ทรงคุณวุฒิ

๒๖. นายธรรณ อารังนาวาสวัสดิ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒๗. นางพรทิพย์ หิรัญเกตุ	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒๘. นายชัยรัตน์ ไตรรัตน์จรัสพร	ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒๙. ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	กรรมการและเลขานุการ
๓๐. ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๓๑. อธิบดีกรมการท่องเที่ยว	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

อำนาจหน้าที่

๑. จัดทำและเสนอนโยบาย ยุทธศาสตร์ หรือมาตรการเพื่อส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ
๒. จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอต่อรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ
๓. เสนอนโยบายและแนวทางการจัดทำความร่วมมือระหว่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเสนอต่อคณะรัฐมนตรี
๔. ดำเนินการเพื่อให้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
๕. พิจารณาให้ความเห็นชอบและกำกับดูแลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
๖. กำหนดและจัดให้มีการรับรองมาตรฐานเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว
๗. อำนาจการ ติดตาม ประเมินผล และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐให้เป็นไปตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และนโยบายหรือมาตรการเพื่อการส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว
๘. กำกับจัดการและบริหารกองทุน
๙. ปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ หรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย



ที่ นร ๐๕๐๘ (กรจ.)/ 2905

ถึง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตามหนังสือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด่วนที่สุด ที่ กก ๐๒๐๓/๕๘ ลงวันที่ ๙ มกราคม ๒๕๖๐ ได้ส่งประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ไปเพื่อดำเนินการประกาศในราชกิจจานุเบกษา นั้น

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้ดำเนินการประกาศเรื่องดังกล่าวในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศและงานทั่วไป เล่ม ๑๓๔ ตอนพิเศษ ๔๓ ง วันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ ทั้งนี้ ได้ส่งแผ่นบันทึกข้อมูลคืนมาด้วยแล้ว

อนึ่ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๘ เป็นต้นมา สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้ดำเนินการโฆษณาเผยแพร่ราชกิจจานุเบกษาทุกเรื่องทางอินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์กลุ่มงานราชกิจจานุเบกษา www.ratchakitcha.soc.go.th ตรงตามวันที่ประกาศจริงแล้วจึงขอได้โปรดติดตามตรวจสอบราชกิจจานุเบกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอต่อไปด้วย



กองอาลักษณ์และเครื่องราชอิสริยาภรณ์

โทร. ๐๒-๒๘๐-๙๐๐๐ ต่อ ๕๖๒

โทรสาร. ๐๒-๒๘๐-๙๐๔๘

www.ratchakitcha.soc.go.th

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

นางกอบกาญจน์
นายพงษ์ภาณุ
นายอาณัติ
นายอนันต์
นางสาววรรณสิริ
นายยุทธศักดิ์

วัฒนวรานุกร
เศวตรินทร์
ชวณะเกรียงไกร
วงศ์เบญจรัตน์
โมรารกุล
สุภสร

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
อธิบดีกรมการท่องเที่ยว
ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กองบรรณาธิการ

นายอารัญ
นางสาวแสงจันทร์
นางปองทิพย์
นางสาววรางคณา
นางสาวณนันท
นางสาวศิรานุช
นางสาวโรสลา
นายบุญผล
นายฐววิช

บุญชัย
แก้วประทุมรัสมิ
วิวัฒน์สินเสศวร
สุขสมจินต์
สินธุศิริ
ไตรบัญญัติกุล
แก้วมณี
รักษาศรี
แนวเนื่อง

ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
Ministry of Tourism and Sports

๔ ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ ๑๐๑๐๐

โทร. ๐ ๒๒๘๓ ๑๕๔๖ โทรสาร ๐ ๒๓๕๖ ๐๗๐๔

www.mots.go.th