

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

พ.ศ. 2558-2560

สถานการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวไทย

สถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวไทย ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ อาทิ แนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวในตลาดโลก ภาวะการแข่งขันความเสี่ยง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ยังคงอยู่บนความไม่แน่นอนทั้งจาก ภัยธรรมชาติ โรคระบาด ความไม่มั่นคงด้านเศรษฐกิจและการเมืองของหลายประเทศทั่วโลก ประกอบ กับการพัฒนาที่ผ่านมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีปัญหาและอุปสรรคอีกมากมาย ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัย ส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการท่องเที่ยวโลกและการท่องเที่ยวไทย แต่ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวความสะดวกสบายในการเดินทาง และ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามกระแสของโลกาภิวัตน์ทำให้แนวโน้มของจำนวน นักท่องเที่ยวทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์และสร้างโอกาสใน การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ดังนั้น การศึกษาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ จะชี้ให้เห็นถึงจุดแข็งจุดอ่อน ศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะต่อไป และเพื่อใช้ ประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปีถัดจากนี้ไป

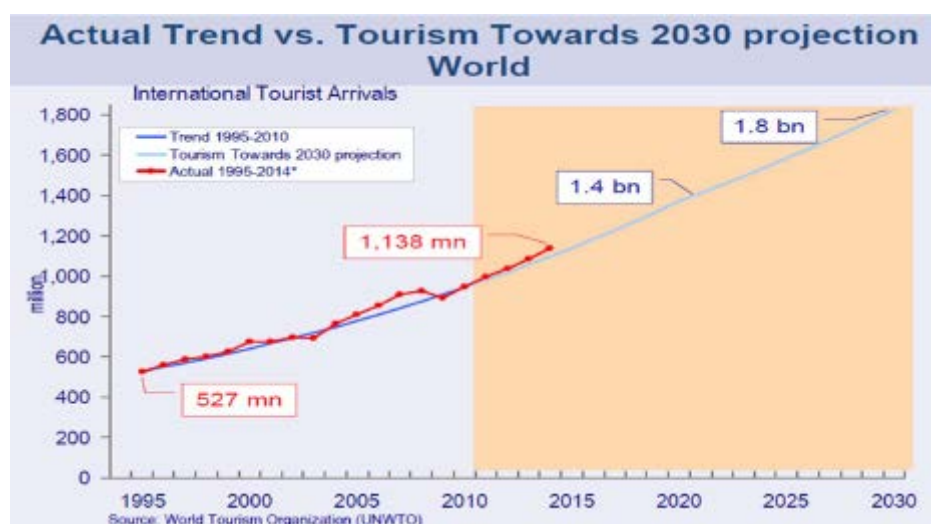
สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

1. นักท่องเที่ยวในตลาดโลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายงานขององค์การ การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) พบว่า ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่าง ประเทศทั่วโลกจำนวน 1,087 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 1,035 ล้านคน ในปี 2555 ร้อยละ 5 โดยนักท่องเที่ยว จากประเทศจีนจะขยายตัวมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อารฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวโลก และหากนับจาก ปี 2548 เป็นต้นมา ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงที่สุดถึงร้อยละ 6.2 ทั้งนี้ UNWTO คาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี และคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2015 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่ หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาด ประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด

ตารางที่ ก-1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก ระหว่างปี 2533-2556

| ภูมิภาค | จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน) | | | | | | | อัตราขยายตัว 2548-2556 |
|----------------|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|
| | 2533 | 2538 | 2543 | 2548 | 2553 | 2555 | 2556 | |
| โลก | 434 | 528 | 677 | 807 | 948 | 1,035 | 1,087 | 3.8 |
| ยุโรป | 261.1 | 304.0 | 388.2 | 448.9 | 484.8 | 534.4 | 563.4 | 2.9 |
| เอเชีย/แปซิฟิก | 55.8 | 82.0 | 110.1 | 153.5 | 204.9 | 233.5 | 248.1 | 6.2 |
| อเมริกา | 92.8 | 109.1 | 128.2 | 133.3 | 150.6 | 162.7 | 167.9 | 2.9 |
| แอฟริกา | 14.7 | 18.7 | 26.2 | 34.8 | 49.9 | 52.9 | 55.8 | 6.1 |
| ตะวันออกกลาง | 9.6 | 13.7 | 24.1 | 36.3 | 58.2 | 51.7 | 51.6 | 4.5 |

ที่มา: The United Nations World Tourism Organization (UNWTO)



ภาพที่ ก-1 คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปี ค.ศ. 2030

2. ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกจะมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวโลกเพิ่มขึ้น จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 1995 พบว่าเกือบ 2 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก หรือร้อยละ 59.8 ท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป รองลงมาได้แก่ ภูมิภาคอเมริกา ร้อยละ 19.3 เอเชียตะวันออกและแปซิฟิก ร้อยละ 14.4 แอฟริกา ร้อยละ 3.6 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 2.2 และเอเชียใต้ ร้อยละ 0.7 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อถึงปี ค.ศ. 2020 UNWTO คาดว่า ยุโรปยังคงเป็นภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงสุด แต่มีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 45.9 ขณะที่ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 2 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.4 ภูมิภาคอเมริกาเป็นอันดับ 3 และมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 18.1 นอกจากนี้ จากสถานการณ์ปัจจุบันที่หลายประเทศในภูมิภาคยุโรปประสบปัญหาเศรษฐกิจ ขณะที่เศรษฐกิจจีนและหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นภูมิภาคที่มีบทบาทหรืออิทธิพลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ซึ่งปัจจัยด้าน

เศรษฐกิจดังกล่าวจะเป็นตัวแปรสำคัญที่กระตุ้นให้การท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว

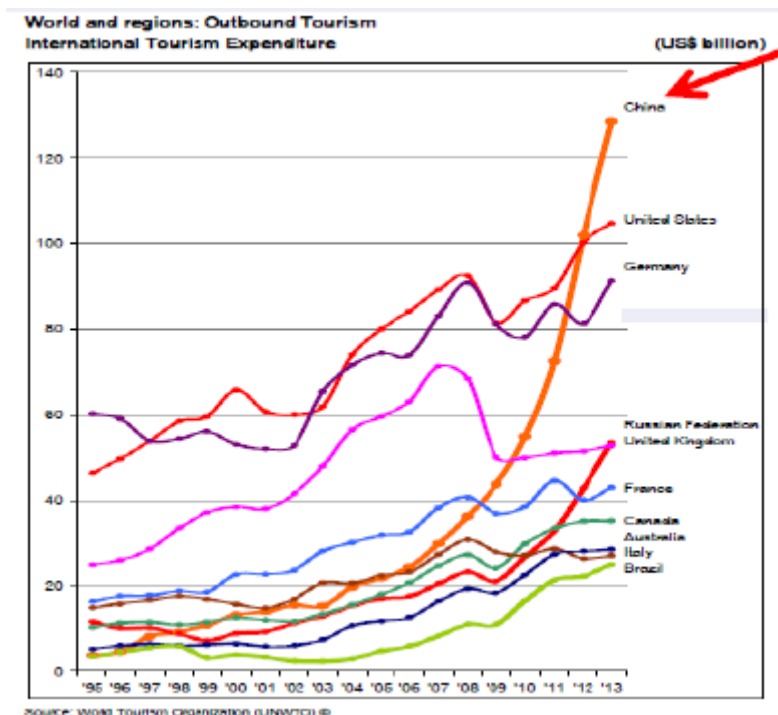
ตารางที่ ก-2 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค และอัตราการเติบโต

| ภูมิภาค | จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน) | | | สัดส่วน (ร้อยละ) | | อัตราขยายตัว 1995-2020 |
|---------------------------|-----------------------------|------|------|------------------|------|---------------------------|
| | 1995 | 2010 | 2020 | 1995 | 2020 | |
| World | 565 | 1006 | 1561 | 100 | 100 | 4.1 |
| Africa | 20 | 47 | 77 | 3.6 | 5.0 | 5.5 |
| Americas | 110 | 190 | 282 | 19.3 | 18.1 | 3.8 |
| East Asia and the Pacific | 81 | 195 | 397 | 14.4 | 25.4 | 6.5 |
| Europe | 336 | 527 | 717 | 59.8 | 45.9 | 3.1 |
| Middle East | 14 | 36 | 69 | 2.2 | 4.4 | 6.7 |
| South Asia | 4 | 11 | 19 | 0.7 | 1.2 | 6.2 |

ที่มา: The United Nations World Tourism Organization (UNWTO)

3. กลุ่มประเทศ BRIC จะมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวโลก กลุ่มประเทศ BRIC ซึ่งประกอบด้วยประเทศบราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามภาวะการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยในปี 2013 นักท่องเที่ยวจากจีน รัสเซีย และบราซิล มีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงสุดในกลุ่ม 10 อันดับแรกของโลก โดยเฉพาะจีนที่มีรายจ่ายสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 มูลค่า 129 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และยังมีอัตราการขยายตัวสูงสุดร้อยละ 26 รองลงมาคือ รัสเซียอันดับที่ 4 และบราซิลอันดับ 10 อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มนี้เช่นกัน มีเพียงเศรษฐกิจจีนเท่านั้นที่มีแนวโน้มขยายตัวขณะที่เศรษฐกิจในประเทศอื่นมีแนวโน้มชะลอตัว เช่น เศรษฐกิจรัสเซียที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตยูเครน และการลดลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก รวมถึงการลดลงของค่าเงินรูเบิล ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ขณะที่เศรษฐกิจบราซิล คาดว่าจะหดตัวต่อเนื่อง 2 ปีติดต่อกัน (ค.ศ. 2014-2015) จากปัญหาเงินเฟ้อ รายได้จากการส่งออกที่ลดลง และผลกระทบจากภัยแล้ง

รายงานของ China Outbound Tourism Research Institute คาดว่าในปี ค.ศ. 2014 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางทั่วโลกกว่า 112 ล้านคน และจากผลสำรวจ Visa Global Travel Intentions Study 2013 พบว่า ในปี ค.ศ. 2012 นักท่องเที่ยวจีนมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง 3,824 เหรียญสหรัฐฯ สูงเป็นอันดับที่ 3 รองจากซาอุดีอาระเบีย 6,666 เหรียญสหรัฐฯ และออสเตรเลีย 4,118 เหรียญสหรัฐฯ ขณะที่นักท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,390 เหรียญสหรัฐฯ และการเดินทางในอนาคตคาดว่าจะใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 ขณะที่นักท่องเที่ยวจีนจะใช้จ่ายเพิ่มอีกร้อยละ 18 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว



ภาพที่ ก-2 ประเทศที่มีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงที่สุด 10 อันดับแรก

สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

1. การท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 14 ล้านคน ในปี 2552 เป็น 24.8 ล้านคน ในปี 2557 โดยเพิ่มสูงสุดในปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 26.5 ล้านคน และสูงสุดเป็นลำดับที่ 7 ของโลก แต่ลดลงในปี 2557 เนื่องจากประสบกับวิกฤตทางการเมืองและวิกฤตเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรป โดยตลาดหลักยังคงเป็น 10 ตลาดที่มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 60 ได้แก่ จีน อินเดีย สหราชอาณาจักร มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ และฝรั่งเศส สำหรับในปี 2558 คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยว 28.5-29.0 ล้านคน ส่วนรายได้และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว โดยในปี 2556 มีรายได้ 1.20 ล้านล้านบาท สูงสุดเป็นอันดับ 10 ของโลก และลดลงเหลือ 1.17 ล้านล้านบาท ในปี 2557 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 26.35 ต่อปี และคาดว่าในปี 2558 จะมีรายได้ 1.40 ล้านล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากค่าใช้จ่าย 36,061 บาท/คน/ครั้ง ในปี 2552 เพิ่มขึ้นเป็น 47,272 บาท/คน/ครั้ง ในปี 2557 อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างน้อย เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในระยะใกล้ โดยในปี 2549 นักท่องเที่ยวมีจำนวนวันพักเฉลี่ย 8.62 วัน/ครั้ง เพิ่มขึ้นเป็น 9.85 วัน/ครั้ง ในปี 2556 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 0.1 วัน ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดประการหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

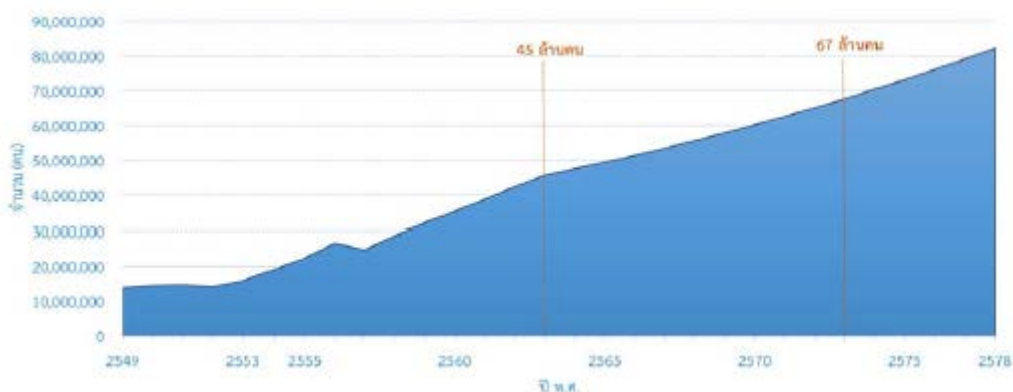


ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ภาพที่ ก-3 จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวจากตลาดระยะใกล้ มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นนักท่องเที่ยวหลักของไทย ในปี 2549 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก (รวมอาเซียน) มีสัดส่วนร้อยละ 57.46 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ยุโรปร้อยละ 24.03 ดังนั้น จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้นหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากตลาดระยะใกล้ที่มีระยะเวลาเดินทางไม่นานและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2556 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 60.40 ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและมาเลเซีย รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านในแถบอาเซียน ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปลดลงเหลือ ร้อยละ 23.19 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งมีสาเหตุสำคัญมาจากการหดตัวของเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป

3. ในอีก 15 ปีข้างหน้า คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 67 ล้านคน สำหรับแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยในอีก 15 ปีข้างหน้า คาดการณ์ว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากข้อมูลปัจจุบันในปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 24.7 ล้านคน จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 45 ล้านคน ในปี 2563 และเพิ่มเป็น 67 ล้านคน ในปี 2573 ทั้งนี้ การคาดการณ์ดังกล่าวเป็นไปตามแนวโน้มที่ควรจะเป็น และภายใต้สมมติฐานว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะปกติ ไม่มีเหตุการณ์หรือวิกฤตการณ์ใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงและโดยอ้อมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในช่วงเวลานับจากนี้เป็นต้นไป โดยกลุ่มตลาดหลักยังคงเป็นกลุ่มเดิม แต่นักท่องเที่ยวจีนจะมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม โดยสภาพข้อเท็จจริงแล้วสถานการณ์เศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติขนาดใหญ่ โรคระบาดร้ายแรงและความขัดแย้งทางการเมืองทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ยังคงเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว



หมายเหตุ : F = forecast (ข้อมูลคาดการณ์)

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

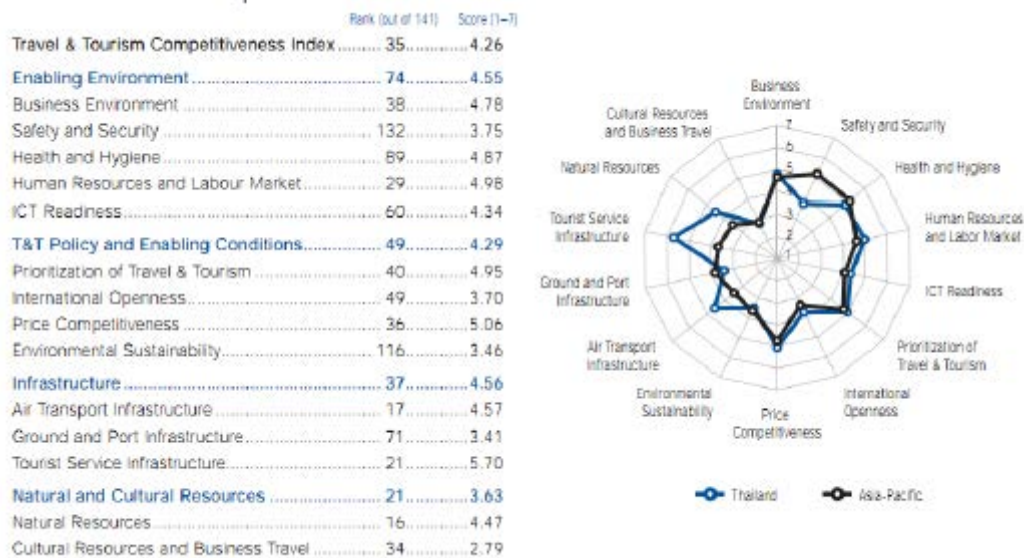
ภาพที่ ก-4 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยปี 2549-2578

ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะที่ผ่านมา

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยอาศัยข้อได้เปรียบของทำเลที่ตั้ง ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว และความหลากหลายของวัฒนธรรมซึ่งรวมถึงความเป็นไทยเป็นจุดขายสำคัญในการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวมาอย่างยาวนาน และเพื่อให้ประเทศไทยมีกรอบทิศทางพัฒนาที่ชัดเจน สอดคล้องกับศักยภาพและโอกาสการพัฒนาใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้น ในระยะที่ผ่านมา คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ขึ้นโดยการติดตามและประเมินผลการพัฒนาในระยะครึ่งแผน รวมทั้งการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กับ การท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น เกี่ยวกับแนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวของประเทศไทย และการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อมูลที่มีความสอดคล้องกันในการสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการพัฒนาที่ผ่านมา และข้อจำกัด ข้อด้อย และปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการ ดังนี้

1. ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง จากข้อมูลของ Travel and Tourism Competitiveness Index ในปี พ.ศ. 2557 พบว่าประเทศไทยมีอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันในลำดับที่ 35 ของโลก และเป็นอันดับที่ 10 ในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก ซึ่งเป็นอันดับที่สูงขึ้นจากปี 2555 (ลำดับที่ 43) อย่างไรก็ตามขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยยังต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ (อันดับ 11 ของโลก) และมาเลเซีย (อันดับ 25 ของโลก) และเมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้าน พบว่าไทยมีความโดดเด่นในด้านทรัพยากรธรรมชาติ (ลำดับที่ 16) โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางอากาศ (ลำดับที่ 17) โครงสร้างพื้นฐานในการบริการนักท่องเที่ยว (ลำดับที่ 21) สำหรับปัจจัยที่เป็นเป็นจุดอ่อน

สำคัญของการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ ด้านความปลอดภัย (ลำดับที่ 132) ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (ลำดับที่ 116) และด้านสุขอนามัย (ลำดับที่ 89)

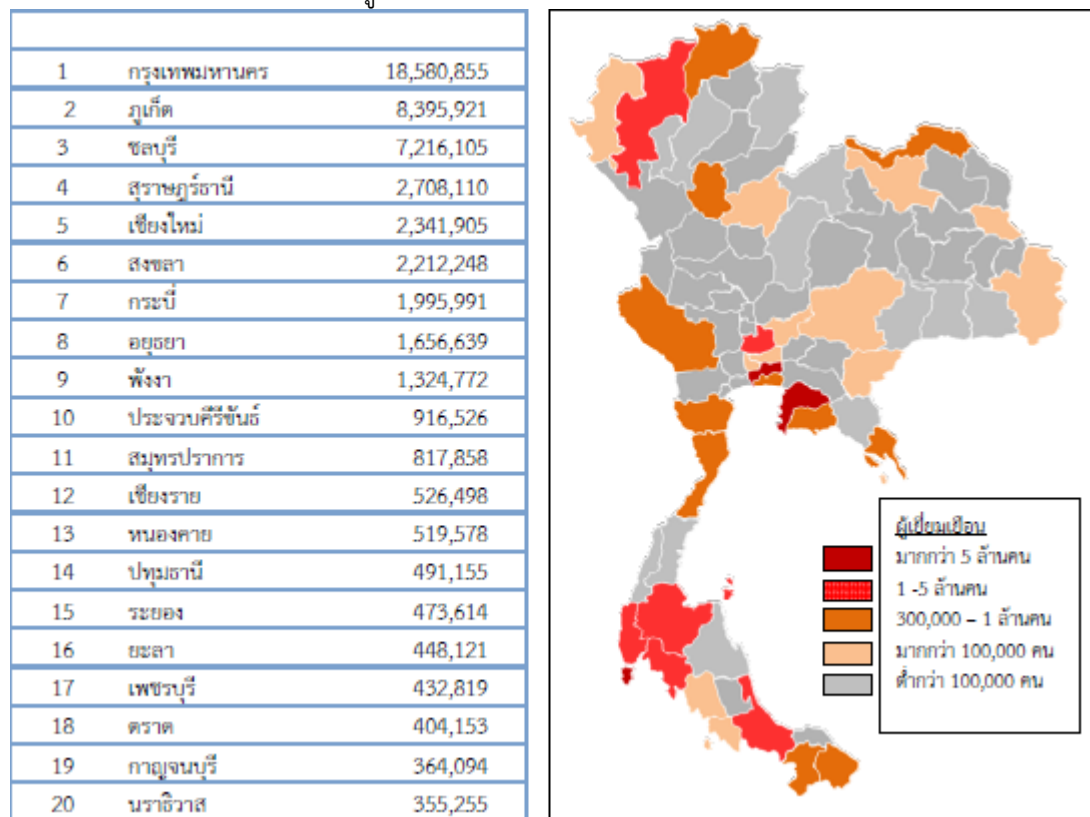


ที่มา: World Economic Forum. 2015. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

ภาพที่ ก-5 อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

2. ผลการพัฒนาที่ผ่านมาประสบความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของการกระจายรายได้และการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว โดยในช่วงปี 2554-2557 พบว่า รายได้จาก การท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 18.9 ต่อปี แต่นักท่องเที่ยวยังคงกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ และเชียงใหม่ และพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติกระจุกตัวอยู่ใน 20 จังหวัด ประมาณร้อยละ 94.2 ของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติทั้งหมด ในปี 2556 ประเทศไทยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติรวมทั้งสิ้น 55,387,7521 คน โดยจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการกระจุกตัว อยู่ใน 20 จังหวัดแรก จำนวน 52,182,217 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 94.2 ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด อีกทั้งจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติมากกว่า 1 ล้านคน มีเพียง 9 จังหวัดเท่านั้น นอกจากนี้พบว่าตลาดนักท่องเที่ยวยังคงเป็นกลุ่มเดิมที่ต้องพึ่งพารายได้ จากนักท่องเที่ยว 20 อันดับแรก โดยเฉพาะจีนและรัสเซีย ซึ่งจะก่อให้เกิดความเสี่ยงในการสูญเสียรายได้ หากประเทศเหล่านี้ต้องประสบกับปัญหาหรือวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่ไม่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ ก-3 การกระจายตัวของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

หมายเหตุ : ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (Visitor) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Tourist) + นักทัศนอาจรชาวต่างชาติ

3. การท่องเที่ยวไทยยังคงมีภาพลักษณ์ด้านลบที่ต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข การประเมินภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะที่ผ่านมา ยังคงมีภาพลักษณ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยในด้านบวก ได้แก่ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน เป็นที่ที่ใช้ชีวิตในวันพักผ่อนได้อย่างเต็มที่มีความมีน้ำใจของผู้คน บรรยากาศที่สนุกสนาน มีสีสัน อธิยาศัยไมตรีของคนท้องถิ่น จึงจัดว่าประเทศไทยทำได้ดีมาก ในเรื่องการสร้างความรู้สึกรักและการสร้างประสบการณ์ที่ดีด้วยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังมีภาพลักษณ์ด้านลบ ได้แก่ ปัญหาอาชญากรรม ความปลอดภัย การหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ปัญหาจากความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดหลักเปลี่ยนจุดหมายไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ จึงเป็นเรื่องที่จะต้องมีความชัดเจน

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ นับเป็นปัญหาที่สะสมมานานจากนโยบายการเร่งส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว แต่ขาดการเตรียมพร้อมรองรับของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลัก ๆ ของประเทศ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี การลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การบริหารจัดการและการควบคุมกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐไม่สามารถดำเนินการได้อย่างทั่วถึงทำให้เกิดปัญหาการบุกรุกพื้นที่ ปัญหาขยะ น้ำเสีย มลพิษ ระบบนิเวศวิทยา

ศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถานเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ซึ่งนับเป็นสาเหตุสำคัญทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง ในขณะเดียวกันการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ยังไม่มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นยังกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเดิม ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

5. โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างดีในระดับหนึ่ง แต่ยังมีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมค่อนข้างดีโดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ มีสนามบิน 41 แห่ง กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ มีถนนที่มีคุณภาพเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งมีคุณภาพและมาตรฐาน แต่ยังคงการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวรองยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

6. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะและองค์ความรู้ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยภาพรวมแล้วบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในระดับท้องถิ่นหรือในประเทศ แต่ยังขาดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล ทั้งนี้เนื่องด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น ข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ผู้ประกอบการธุรกิจบริการท่องเที่ยวของไทยส่วนใหญ่ยังขาดการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสาร ขาดการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางในเรื่องการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว ขาดความรู้และทักษะในด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากธุรกิจส่วนมากเติบโตมาจากธุรกิจครอบครัว ซึ่งมักขาดความรู้ในด้านการจัดการ หรือการบริหารงานที่มีระบบไม่สามารถทำการตลาดเชิงรุกได้ ด้านภาษา ด้านเทคโนโลยี ผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ (ICT) โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตขาดทรัพยากรและเงินทุน ปัจจุบันแม้ว่าภาครัฐจะมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการทั้งการก้ำกั้มและค้าประกัน แต่ขั้นตอนค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน ใช้เวลานาน และมีเงื่อนไขที่ค่อนข้างมากขาดเครือข่าย ปัจจุบันเครือข่ายธุรกิจบริการท่องเที่ยวขนาดกลางและเล็ก ยังมีไม่มากพอที่จะสามารถแข่งขันกับบริษัทต่างชาติขนาดใหญ่ เป็นต้น

7. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายฉบับที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นกฎหมายฉบับเก่า ล้าสมัย มีความขัดแย้งกันระหว่างกฎหมาย และมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน รวมทั้งต้องมีมาตรการเข้มงวด กวดขัน ให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังเพื่อช่วยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้บรรลุตามเป้าหมาย

8. ขาดข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศทั้งในภาพรวมและภาพเชิงลึกจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ขาดการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระบบ ขาดการบริหารจัดการ และขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บออกแบบและกลั่นกรองข้อมูล สร้างระบบการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย

9. กลไกการบริหารจัดการขาดการบูรณาการ การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน เชื่อมโยงจากระดับชาติ สู่ระดับพื้นที่ และชุมชน ที่ผ่านมากลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวขาดความเชื่อมโยงระหว่างกลไกในระดับต่าง ๆ ต่างคนต่างทำ ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของการพัฒนาหรือขาดเจ้าภาพหลักในบางเรื่อง

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

การศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งในประเด็นการเตรียมพร้อมรองรับจากภาวะความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น และการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของประเทศไทยเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากภาวะการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไปพร้อม ๆ กัน โดยสามารถสรุปกระแสการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่อาจจะกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้ดังนี้

1. กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) การเชื่อมโยงของโลกได้ส่งผลกระทบต่อถึงกันหมดทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และการเคลื่อนย้ายของแรงงาน (Workforce flow) การรวมตัวกันของประเทศต่าง ๆ ในการเพิ่มอำนาจต่อรอง การไหลเวียนเงินทุน การขยายขอบเขตตลาด ซึ่งกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยนมุมมองพัฒนาตัวเอง เพื่อรับมือคู่แข่ง คู่ค้า และลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

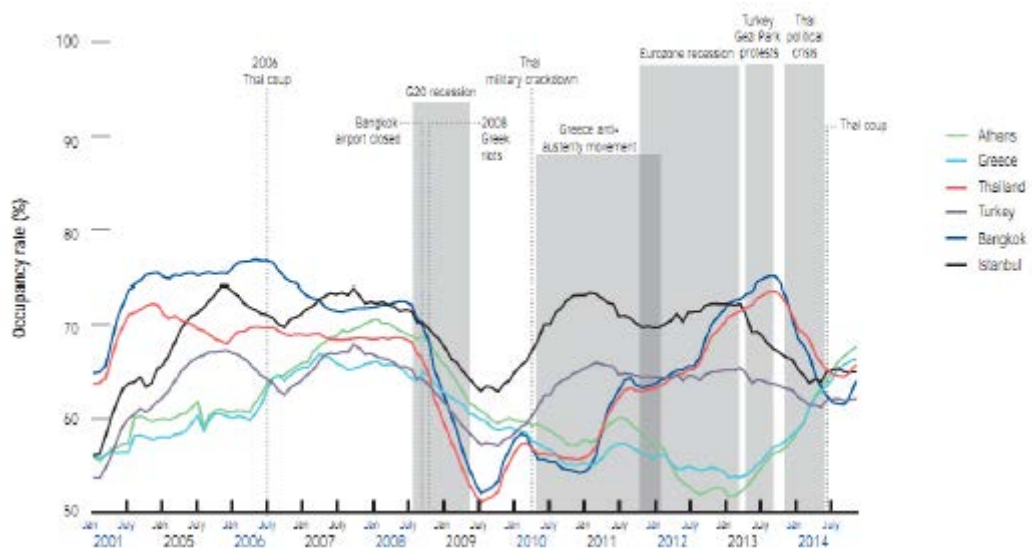
2. สังคมสูงวัย (Aging society) หลายประเทศก้าวสู่สังคมสูงวัย โดยเฉพาะลูกค้าหลักของไทย คือ กลุ่มยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมถึงประเทศไทยเองก็กำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยในปี 2030 และจากการคาดการณ์ขององค์การสหประชาชาติ สัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.2 ในปี 2533 เป็นร้อยละ 11.7 ในปี 2556 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่าผู้สูงอายุจะเพิ่มสูงถึง ร้อยละ 21.1 ในปี 2593 ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อแรงงานที่อาจจะขาดแคลนในบางสาขา โครงสร้างประชากรและวัยแรงงานที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป และตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีขนาดใหญ่ขึ้น

3. สังคมเมือง (Urbanization) การเพิ่มขึ้นของเมืองใหญ่ทั่วโลกนำมาซึ่งความเจริญและโอกาสทางธุรกิจ แต่ก็ก็มีผลกระทบตามมาเช่นกัน ได้แก่ ความแออัดของชุมชน ปัญหาขยะ มลพิษ ค่าครองชีพที่สูงขึ้นในมุมด้านการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดการกลืนวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมแฟชั่นเกาหลีใต้ ร้านอาหารต่างประเทศ อาจเกิดการสูญเสียความเป็นท้องถิ่นของชุมชน มีการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง นอกจากนี้ยังเกิดการกระจุกตัวของคนในชุมชนเมืองทำให้หลายเมืองที่บริหารจัดการไม่ดีไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งที่มีโอกาส และเสน่ห์ของเมืองจะสูญเสียไปจากสิ่งก่อสร้างที่คล้ายกันของเมืองใหญ่

4. ชีวิตดิจิทัล (Digital lifestyle) มีผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเองเพิ่มขึ้น ความนิยมต่อโทรศัพท์ Smart phone ที่ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร แต่ยังสามารถใช้บริการข้อมูล (Data) ในระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่สามารถค้นหาข้อมูลด้านการเดินทาง ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว แต่ยังสามารถทำการจองได้โดยทันที (Real time) ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต่างให้ความสำคัญกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

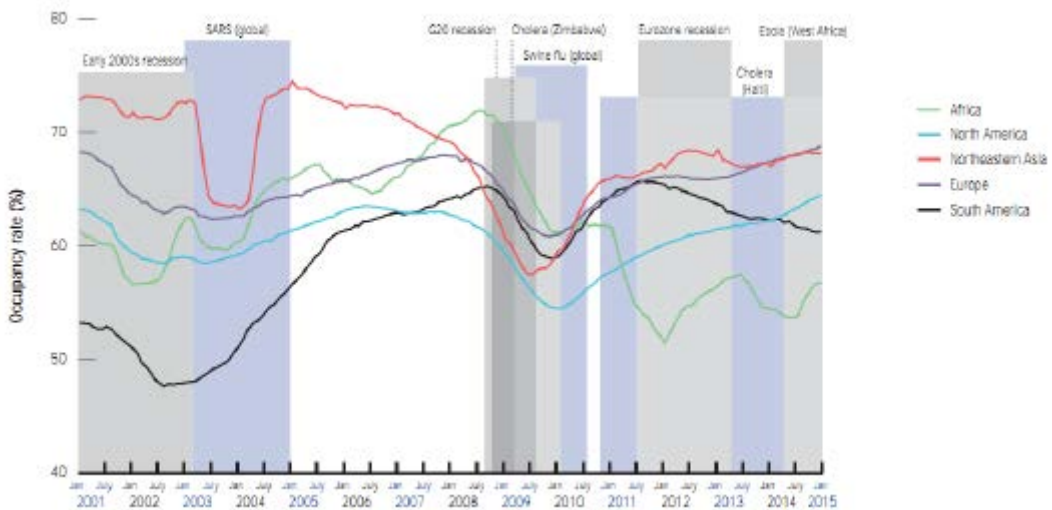
(E-commerce) เป็นอย่างมากตั้งแต่การให้บริการด้านข้อมูล การจอง และการซื้อขาย ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเตรียมตัวและเดินทางด้วยตนเองได้ง่ายกว่าเดิมมาก

5. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยวมากขึ้น ประกอบกับการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาด การก่อการร้าย การชุมนุมประท้วง และภัยพิบัติทางธรรมชาติดังจะเห็นได้จากวิกฤตทางการเมืองในประเทศไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ หรือผลของการระบาดของโรค SARS และไข้หวัดนก ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั่วโลก



ที่มา: World Economic Forum. 2015. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

ภาพที่ ก-6 การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวจากวิกฤตทางการเมือง



ที่มา: World Economic Forum. 2015. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

ภาพที่ ก-7 การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวจากวิกฤตของโรคระบาด

6. สายการบินต้นทุนต่ำส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การให้เปิดบริการสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) และการแข่งขันที่สูงในธุรกิจการบิน ส่งผลให้ค่าโดยสารมีราคาถูกลงกว่าเดิมมากโดยเฉพาะบัตรโดยสารราคาพิเศษสำหรับการเดินทางนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low season) นอกจากนี้จะส่งผลกระทบต่อให้มีการเดินทางเพิ่มขึ้น เพิ่มการกระจายตัวของการเดินทางนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจก่อนการเดินทาง (Last minute) เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Airline profiler พบว่า ในปี ค.ศ. 2013 ร้อยละ 23 ของผู้โดยสารเครื่องบินทั่วโลก เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินต้นทุนต่ำมีอัตราที่นั่งที่ขายได้โดยเฉลี่ยสูงกว่าสายการบินมาตรฐาน แต่โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากสายการบินมาตรฐาน (Full service airlines) มากกว่าที่ได้รับในสายการบินต้นทุนต่ำ สะท้อนให้เห็นว่ามากกว่า 1 ใน 5 ของผู้โดยสารเครื่องบินให้ความสำคัญต่อราคามากกว่าความสะดวกสบายและสายการบินต้นทุนต่ำมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

7. การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environment) ผลกระทบจากการทำลายสภาพแวดล้อม การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม ทำให้โลกได้รับผลกระทบและเป็นต้นเหตุของภัยพิบัติที่เพิ่มมากขึ้น หลายประเทศได้ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและนำมาสู่ภาคปฏิบัติ มีสนธิสัญญา ด้านสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและแนวทางปฏิบัติจากทุกภาคส่วนอย่างเป็นรูปธรรม นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เรื่องของสิ่งแวดล้อมกลายเป็นปัจจัยที่หลายประเทศแสดงจุดยืนและหาแนวทางการร่วมมือและจัดทำเป็นแผนระดับชาติและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใช้เรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

8. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economics Community: AEC) ภูมิภาคอาเซียนหรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลกนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548-2556 คือ ร้อยละ 8.5 โดยมีการคาดการณ์ว่าภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้น แนวโน้มการเติบโตของภูมิภาคอาเซียนจะกลายเป็นองค์การทางภูมิรัฐศาสตร์ที่มีความสำคัญและทั่วโลกต่างจับตามอง จึงเป็นความท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่จะใช้ประโยชน์จากตลาดที่ใหญ่ขึ้นในความร่วมมือในระดับภูมิภาค สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอาเซียนกับปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปริมาณนักท่องเที่ยวในประเทศในกลุ่มอาเซียนมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ซึ่งประเทศไทยได้รับผลประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้น เมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยว จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

9. การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่

ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษดังกล่าว

ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทย

ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยในอนาคต ต้องพัฒนาไปสู่ความมั่นคง (Stability) ความมั่งคั่ง (Prosperity) และความยั่งยืน (Sustainability) โดยความมั่นคงคือ ความสามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพแม้ในภาวะวิกฤตต่างๆ ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ ความมั่งคั่ง คือ การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ และความยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม และชุมชน ดังนั้น เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยต้องสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวในตลาดโลกได้ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นสามารถสร้างความสมดุลของการท่องเที่ยวจากการเพิ่มรายได้ เพิ่มค่าใช้จ่าย เพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว และมีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมทั้งได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพและสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันให้กับบุคลากรและผู้ประกอบการไทย ดังนั้น กรอบแนวคิดในการพัฒนาในระยะต่อไป จึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของการท่องเที่ยว เพื่อจะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายปลายทางเพื่อการเดินทางมาพักผ่อนที่มีคุณภาพ (Quality Leisure Destination) โดยมีประเด็นสำคัญในการพัฒนา 6 ประเด็น ดังนี้

1. เพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Higher Tourist & Stakeholder Satisfaction) โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐาน และมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีความปลอดภัย ความสะอาด พัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีใจพร้อมให้บริการ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก โดยมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการคมนาคมที่ได้มาตรฐานอย่างทั่วถึง ครอบคลุมเส้นทางหลักและเส้นทางรองที่จะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว
2. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Environment Protection) โดยการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ และมีการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ
3. การกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว (Seasonality Expansion) เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
4. กระจายแหล่งท่องเที่ยวการจ้างงานสูงขึ้น (Income Distribution) เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว และเป็นการเสริมสร้างการจ้างงานในท้องถิ่น เป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น
5. เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวการเพิ่มมูลค่าสินค้าการท่องเที่ยว (Higher Revenue)
6. การเติบโตอย่างยั่งยืนของจำนวนนักท่องเที่ยว อย่างสมดุลกับขีดความสามารถในการรองรับ (Sustainable Growth)



ภาพที่ ก-8 ประเด็นสำคัญในการพัฒนาเพื่อจุดหมายปลายทางแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

การศึกษาวเคราะห์ประเด็นต่างๆ ในข้างต้น อาจจะทำให้สรุปในเบื้องต้นได้ว่าตลาดท่องเที่ยวไทยในระยะ 5-10 ปีข้างหน้า ยังมีอนาคตที่ดูอย่างแน่นอน เนื่องจากแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 4-5 ต่อปี โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะกลายเป็นตลาดหลักและมีบทบาทต่อการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวในตลาดโลก โดยมีประเทศจีนและอาเซียนเป็นศูนย์กลางการส่งออกนักท่องเที่ยวและแหล่งรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักและนิยมแพร่หลายในตลาดโลกอยู่แล้ว รวมทั้งยังเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน จึงสามารถใช้ศักยภาพและโอกาสดังกล่าวดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศได้อีกเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม การที่จะกำหนดบทบาทหรือทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะต่อไป จำเป็นต้องมีการพิจารณาทบทวนอย่างรอบคอบและเหมาะสม บนพื้นฐานของศักยภาพความพร้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระบบ ความเร่งด่วนของปัญหา ความจำเป็นต้องพัฒนา คำนึงถึงคุณภาพ ความสมดุล และความยั่งยืนของการพัฒนา และสอดคล้องกับความต้องการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย และสุดท้ายเพื่อให้เกิดกระบวนการขับเคลื่อนอย่างบูรณาการเพื่อร่วมผลักดันไปสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกัน

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะที่ผ่านมา ได้สะท้อนให้เห็นความสำเร็จของการเติบโตในเชิงปริมาณทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงมีปัญหาในเชิงคุณภาพที่เป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต อาทิ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจากการกระจัดตัวของนักท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเข้าถึงและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการรองรับการขยายตัวของสาขาการท่องเที่ยวใหม่ ๆ บุคลากรการท่องเที่ยวยังขาดแคลนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ในขณะที่ โอกาสทางการตลาดยังมีอีกมากจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวในตลาดโลก รวมถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกที่จะเป็นทั้งปัจจัยเสี่ยงและสร้างโอกาสให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ดังนั้น การกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปีถัดจากนี้ไป จึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนา ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ภารกิจที่จะต้องดำเนินการควบคู่และเกื้อหนุนกันไปทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ และด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์

“วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน”

เป้าหมาย

1. ในปี 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท และเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น
2. สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และชุมชนมีความเข้มแข็ง
3. ทุกภาคส่วนมีจิตสำนึกในการพัฒนาโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

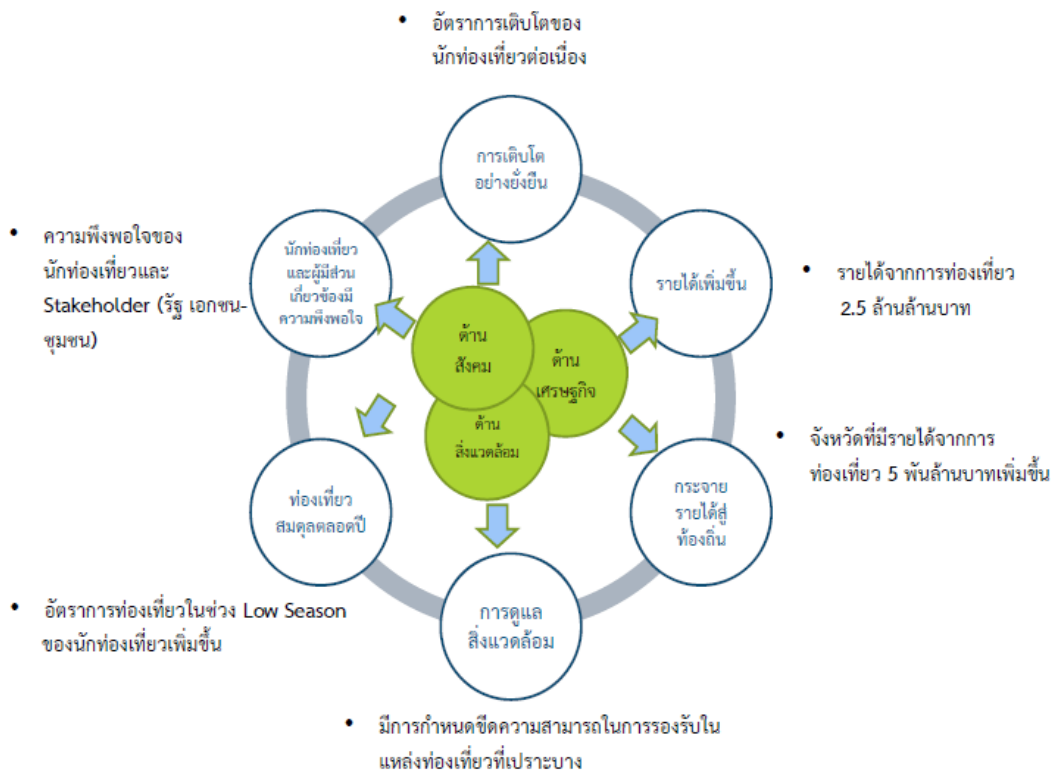
พันธกิจ

1. กระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย
2. พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการทำงานเชิงบูรณาการเชื่อมโยงระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น

ดัชนีชี้วัด

1. รายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท ในปี 2560
2. จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 5 พันล้านบาท/ปี มีจำนวนเพิ่มขึ้น
3. อัตราการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวหรือ Low Season เพิ่มขึ้น

4. นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย
5. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบาง
6. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยดีขึ้น โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัย



ภาพที่ ก-9 ดัชนีชี้วัดตามเป้าหมายการพัฒนา

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว

ผลการพัฒนาที่ผ่านมาอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะขาดสมดุล และมีความเสี่ยงต่อการเติบโตอย่างไม่ยั่งยืนค่อนข้างสูง เนื่องจากการเติบโตเป็นไปในลักษณะก้าวกระโดดจนเกิดปัญหาการรองรับไม่เพียงพอ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่วนแบ่งตลาด 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดมาจาก 2 ตลาด คือ ตลาดจีนและรัสเซีย และรายได้จากการท่องเที่ยว กว่า 2 ใน 3 มาจากจังหวัดท่องเที่ยวเพียง 5 จังหวัด ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ทางลบในตลาดหรือจังหวัดท่องเที่ยวหลัก จะส่งผลต่อการเติบโตของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทันที ซึ่งเคยปรากฏชัดเจนในช่วงวิกฤตต่างๆ ที่ผ่านมา เช่น เหตุภัยพิบัติจากคลื่นสึนามิ จ.ภูเก็ต เหตุมหาอุทกภัยปี 2554 และเหตุความไม่สงบทางการเมืองในกรุงเทพฯ เป็นต้น

ดังนั้น การผลักดันและนำประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และ ยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาลโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ นั้น จะต้องสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนเพื่อวางรากฐานการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว ในขณะที่เดียวกันจะต้องทำให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้เพื่อฟื้นฟูสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศระยะสั้นเช่นกัน

ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ปรับภาพลักษณ์ประเทศไทยในได้แบรนด์ Amazing Thailand (Rebranding) ยกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและคุ้มค่า (Variety and Value for Money Destination) สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Leisure Destination)

2. ปรับโครงสร้างตลาด (Market Restructuring) โดยขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ใช้จ่ายสูงมีพฤติกรรมเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย สนใจเรียนรู้ และสร้างผลกระทบต่อประเทศไทยต่ำ ให้การเติบโตของรายได้ เกิดจากการเติบโตของการใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว

3. ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทาน (Rebalancing) ให้เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อบูชาความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้างโอกาสให้ประชาชนไทยได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรัก ความภูมิใจในความเป็นไทย ตลอดจนเกิดความผูกพันในครอบครัวและหมู่คณะ อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็งของสังคม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ กลยุทธ์การดำเนินงานประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1.1 กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำสร้างเอกลักษณ์ และส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทยภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย และบริหารจัดการภาพลักษณ์ทางลบ ควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่ามีความเข้มแข็ง สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination และ มาตรการยกระดับคุณภาพ Value Chain ดังนี้

1.1.1 มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันและสื่อสารในทางเดียวกัน เพื่อสร้างการรับรู้ประเทศไทยเป็น “Quality Leisure Destination” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาตรฐาน และสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ “วิถีไทย” เป็น content ในการสื่อสาร สื่อสารภาพลักษณ์โดยใช้เทคโนโลยีใหม่โดยให้นักท่องเที่ยวช่วยบอกต่อ (User Generated Content) รวมทั้งสร้างให้เกิดการเชื่อมโยง content จากคนไทยสู่ต่างประเทศ (Inside-Out IMC) สร้าง Cluster Branding ทั้ง 8 Cluster ให้เชื่อมโยงกับ Quality Leisure Destination ร่วมมือกับพันธมิตรที่มีคุณภาพระดับโลก (Co-brand/Quality Alliance) เพื่อพ่วงยกระดับแบรนด์ประเทศไทย เช่น ส่งเสริม World Heritage sites ร่วมกับ UNESCO ส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการที่มีคุณภาพร่วมกับบัตรเครดิต พัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลด้านบวกเพื่อกลบข้อมูลด้านลบ (Positive Negative Ratio) และสร้างเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต-บริหารจัดการ

1.1.2 มาตรการยกระดับคุณภาพห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการ/ภาครัฐ/ชุมชน ส่งเสริม สนับสนุน สร้างกลไกในการหาผู้ประกอบการที่มีคุณภาพใน Value chain เพื่อเป็นต้นแบบกับผู้ประกอบการอื่นๆ สร้างความเข้มแข็งเชิงการตลาดให้กับชุมชนในพื้นที่ โดยเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดให้ชุมชนสามารถทำการตลาดได้ด้วยตนเอง จัดกลุ่มสินค้าคุณภาพ และสนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการจัดทำสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาด เพื่อให้สามารถนำไปเสนอขายได้อย่างเหมาะสมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และส่งเสริมให้เกิดการประกอบการอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานสูง ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (2) ประชาชน สร้างกระแสให้คนไทยหันมาให้ความนิยมในการท่องเที่ยวเมืองไทย ภาคภูมิใจในความเป็นไทยทำให้วิถีไทยเกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมให้คนไทยเป็นเจ้าบ้านที่ดี ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้าง Quality Experience ให้นักท่องเที่ยว

1.2 กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยว กลุ่ม High Value ทั้งกลุ่มระดับกลาง-บน กลุ่มความสนใจพิเศษ โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าวิถีไทย และสร้างการเดินทางเชื่อมโยงให้ไทย

เป็นประตูสู่อาเซียน โดยดำเนินการผ่าน 3 มาตรการ คือ มาตรการเร่งเพิ่มรายได้ มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก และมาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ ดังนี้

1.2.1 มาตรการเร่งเพิ่มรายได้ มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการเจาะตลาดกลุ่มเฉพาะที่มีแนวโน้มการใช้จ่ายสูง ได้แก่ กลุ่ม Health & Wellness, MICE, Green Tourism (Eco Luxury), Aging, Sport Tourism, Wedding & Honeymoon กลุ่มครอบครัว กลุ่มตลาดมุสลิม ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มที่สร้างผลกระทบต่อสังคมน้อยเช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่ม Responsible Tourists กลุ่ม Green Tourism ขยายฐานนักท่องเที่ยวตลาดหลักกลุ่มระดับกลาง-บนจากเอเชีย (ไม่รวมจีน อินเดีย) ยุโรป (ไม่รวมรัสเซีย) อเมริกา ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย เพิ่มการเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยหาตลาดทดแทน หรือกระตุ้นการเติบโตของตลาดที่เดินทางในช่วง Low Season นำเสนอสินค้าและกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าวิถีไทย 7 กลุ่ม (ขยายผลต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยว วิถีไทย) อาทิ Premium OTOP อาหารไทย (Gastronomy Tourism) บุติคริสตอ์ท การซื้อสินค้า (Shopping) รวมทั้งสินค้าเกษตร/วิถีชีวิตสังคมเกษตรศิลปวัฒนธรรม (Arts & Cultures)

1.2.2 มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ขยายฐานตลาดกลุ่มระดับกลาง-บนในพื้นที่ตลาดหลักทดแทนกลุ่มระดับล่าง รวมทั้งขยายฐานกลุ่มความสนใจพิเศษและกลุ่ม FIT ตามกระแสแนวโน้มโลกที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเองตามความสนใจของตน โดยเฉพาะตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย กำหนดเป้าหมายด้านจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างสมดุลกับขีดความสามารถในการรองรับ

1.2.3 มาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางเดินทางท่องเที่ยวของอาเซียนโดยเน้นการส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงทางบกจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองโดยเชื่อมโยงทางอากาศ เจาะกลุ่มตลาดใหม่ ได้แก่ ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา (บราซิล) แอฟริกา (แอฟริกาใต้) ยุโรปตะวันออก (โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก)

1.3 กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่ม เน้นให้คนไทยทุกคนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจและข้อจำกัดด้านกายภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเรียนรู้ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ และ เกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทย ประกอบด้วย มาตรการสำคัญ คือ ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ขยายผลปรับแก้ไข ข้อจำกัดของมาตรการคีนภาษีสำหรับนักท่องเที่ยวไทย ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยกลุ่มต่าง ๆ เช่น แรงงาน ข้าราชการ เกษตรกร กลุ่ม Corporate/Expats ผู้มีรายได้กลาง-สูง กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุ และผู้พิการ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เช่น ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรจุเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหลักสูตรการศึกษา สนับสนุนการเดินทางศึกษาดูงานในประเทศไทยของเกษตรกร องค์กรบริการส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด เกษตรกร เป็นต้น

1.4 กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ และมาตรการส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว ดังนี้

1.4.1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ มีแนวทางการดำเนินงานได้แก่ ส่งเสริมการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม เช่น เมืองท่องเที่ยวหลัก กลุ่มจังหวัด 8 Cluster 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เมืองเศรษฐกิจพิเศษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและ Creative Tourism ที่สอดคล้องกับ Thainess ที่กำหนดไว้ ชะลอการส่งเสริมการเดินทางไปยังพื้นที่ที่อ่อนไหว และมีการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ

1.4.2 ส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ปรับทัศนคติของคนไทยให้ออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกลางและลาพักผ่อนไปพักผ่อนในวันธรรมดาส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มวิชาชีพอิสระ เช่น แพทย์ พยาบาล ทนาย นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ นักแสดง เป็นต้น ส่งเสริมการลาพักผ่อนในวันธรรมดาเพื่อเดินทางท่องเที่ยว อาทิ สร้างแรงจูงใจให้บริษัท/นายจ้างอนุญาตให้พนักงานสามารถลาพักผ่อนไปท่องเที่ยว รวมทั้ง หามาตรการสนับสนุนการลาพักผ่อนของข้าราชการ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว

แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง แต่การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้ การรวมกลุ่มเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ส่งผลให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ เกิดการลงทุนของเอกชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิด การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

ความท้าทายของการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว คือ จะทำอย่างไรให้สินค้าและบริการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพ ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกรและท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การจัดทำยุทธศาสตร์ในด้านนี้จึงมุ่งเน้นการบูรณาการ การทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ โดยในระยะเร่งด่วนนี้ จะให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่สำคัญอีกประการคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย การเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทายด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มา

ท่องเที่ยวประเทศไทยและเกิดการเที่ยวซ้ำ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว จึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาออกเป็น 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

2.1 กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ กลยุทธ์นี้เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วนออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด และ 8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ดังนี้

2.1.1 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการการยกระดับวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ยกระดับและส่งเสริมการค้าการลงทุนอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของโลก ผ่านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและผู้สูงอายุ มีแนวทางการพัฒนา โดยยกระดับเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพระดับสากล ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อบริการกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เขตอุทยาน เกาะ ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.3 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่สันทะวันออกระดับโลก ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงสู่กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการสนับสนุนการพัฒนา

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างสมดุล และยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา โดยส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็น Tourism & Sport City พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานโดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตรผลิตภัณฑ์ชุมชน สุภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้า และบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.4 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก บนฐานวัฒนธรรมอันดามัน ผ่านมาตรการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับ High-Class มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและทำเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากล พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและการเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สุภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิต อีสานได้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสุภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ในระยะเร่งด่วนนี้จะให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาการท่องเที่ยวของ 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวข้างต้น เพื่อเป็นพื้นที่นำร่องอย่างไรก็ดี ยังได้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีก 3 เขต เพื่อดำเนินการวางแผนพัฒนาในระยะต่อไป ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม โดยยังคงอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตลอดจนพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการโรงแรม โฮมสเตย์ ร้านอาหาร และยกระดับบุคลากรในอุตสาหกรรมภาคบริการให้ได้มาตรฐาน (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง มุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามลำน้ำโขงเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมเทศกาล กิจกรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เป็นเทศกาลระดับสากลและสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันกีฬาทางน้ำ รวมถึงปรับปรุงมาตรฐานการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตรา (VISA) และการผ่านแดน (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มุ่งเน้นการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

เชิงนิเวศ ตลอดจนเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ และให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

2.1.7 พื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด มีมาตรการสำคัญคือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง โดยมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนา พื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางวัฒนธรรมและที่มนุษย์สร้างขึ้น ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว คงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) และพื้นที่จังหวัดเมืองรองส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

2.1.8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา เชียงราย หนองคาย และสตูล มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน (ASEAN Connectivity) ผ่านมาตรการสำคัญคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแต่ละ Cluster และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ส่งเสริมการค้าการลงทุน การบริการและระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองชายแดน และกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม (CLMV) อินโดนีเซีย มาเลเซีย (IMT-GT) และจีน ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

2.2 กลยุทธ์การพัฒนารายสาขา โดยประเด็นกลยุทธ์การพัฒนารายสาขา จะมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วยและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน ดังนี้

2.2.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาค ผ่านมาตรการยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับสากล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนามาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพ ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้มาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการนำมาตรฐานสากล (ISO) : มาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพไปปรับใช้ เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง ตรวจสอบขึ้นทะเบียน และจัดทำฐานข้อมูลสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้โดดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

2.2.2 การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาอุตสาหกรรมภาคบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ

ความต้องการของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ สร้างและผลักดันมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

2.2.3 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) โดยมุ่งสู่การยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการส่งเสริมการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการในประเทศ ในกลุ่มเมือง MICE City และจังหวัดรองที่มีศักยภาพ มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ เสริมศักยภาพของไมซ์ซิตี้ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ให้อยู่ในระดับสากล พัฒนาศักยภาพด้านการจัดประชุมภายในประเทศในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า (D-Exhibition) ผ่าน 3 แนวทาง คือ สร้างสรรค์งานแสดงสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ (Invent) ยกระดับรูปแบบ มาตรฐานการจัดงานแสดงสินค้านระดับท้องถิ่นให้เป็นงานระดับภูมิภาค (Upgrade) และการกระจายงานแสดงสินค้าในประเทศที่ประสบความสำเร็จไปจัดในภูมิภาคต่าง ๆ (Clone)

2.2.4 การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) โดยมุ่งสู่การพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง มั่งคั่ง มั่นคง อย่างยั่งยืน ผ่านมาตรการพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาเพื่อสร้างความสมดุลต่อขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยว ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ประชาชน และเอกชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2.2.5 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นเจ้าของภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ผ่านมาตรการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Tourism มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ สร้างมูลค่ากีฬาที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ มวยไทย กอล์ฟ ดำน้ำ ส่งเสริมให้มีศูนย์ฝึก/โรงเรียน/สนามแข่งขันที่ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรม Sport Tourism ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ cluster เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย โดยมีแผนงานที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานปรับปรุงสนามแข่งขันให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การเป็นเมืองเจ้าภาพ แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็น Sport Tourism Destination แผนงานส่งเสริมการจัดงาน Sport Tourism Event ระดับนานาชาติ แผนงานเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

2.2.6 การท่องเที่ยวเรือสำราญ มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากลผ่านมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาการจัดการเส้นทางการเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในทะเลให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยวในระดับสากล มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนาและส่งเสริมการลงทุนสร้างพื้นที่ท่าเทียบเรือเพื่อรองรับเรือสำราญในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ท่าเทียบเรือภูเก็ต กระบี่ และเกาะสมุย ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการเดินทางเชื่อมต่อทางเรือสำราญไปยังประเทศอื่นในอาเซียน มาตรการจูงใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ รวมถึงการบริการด้านต่าง ๆ สู่มาตรฐานสากล และการประชาสัมพันธ์

ความพร้อมในการส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวข้องกับเรือสำราญ ตลอดจนสนับสนุนการจัดกิจกรรมประจำปีของภาคเอกชน เช่น Yacht Show ปรับปรุงและทบทวนกฎระเบียบว่าด้วยเรือสำราญ ทั้งในเรื่องการประกอบธุรกิจและด้านการควบคุมบริหารจัดการ รวมถึงด้านความปลอดภัยของการเดินเรือ ด้านการสงวนรักษาสิ่งแวดล้อม และด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2.7 การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติโดยมีมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้อง และได้มาตรฐาน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมโดยเฉพาะ แนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

2.3 กลยุทธ์พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของกลยุทธ์นี้ คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

2.3.1 พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ในขั้นตอนการขอวีซ่าและการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) และการผ่านแดนทั้งจุดเข้าออกชายแดนและสนามบิน โดยเฉพาะบริเวณด่านชายแดนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น

2.3.2 พัฒนาลสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยคำนึงถึงอารยสถาปัตยกรรมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการ และผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ Wifi ทางลาด ราวจับ ห้องละหมาด เป็นต้น

2.3.3 พัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ โดยได้มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ในการพัฒนารูปแบบสื่อความหมาย เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ การสร้างสุนทรียภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น Augmented Reality (AR), QR Code, Info Graphic เป็นต้น แต่ทั้งนี้ ต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการเข้าถึง Internet ของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะใช้ในการรับข้อมูลหรือไม่

2.3.4 ขยายศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ครอบคลุมทุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และสร้างเครือข่ายอาสาสมัครอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นล่ามแปลสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง โรงแรมที่พัก เป็นต้น ด้วยจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และมีใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยเหลือประสานงาน แก้ไขปัญหา และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวกรวดเร็วทันที่

2.4 กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.4.1 ผลักดันแนวทางการแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ ปัญหามัคคุเทศก์เถื่อน และการทำร้ายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น การชักจูงความเข้าใจและกำหนดแนวทางมาตรฐานกับผู้ประกอบการต่าง ๆ กรณีการเช่ารถยนต์ หรือจักรยานยนต์ โดยการกวดขันจับกุมไม่ให้มีการค้าขายที่เป็นลักษณะหลอกลวง ขายเกินราคา หรือก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่นักท่องเที่ยว การดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาการประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยใช้คนไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และกรมสอบสวนคดีพิเศษ กระทรวงยุติธรรม และการออกตรวจปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 โดยกำกับดูแลให้ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยว ปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และป้องปรามไม่ให้กระทำความผิดกฎหมาย เป็นต้น ตลอดจนการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูล ประวัติอาชญากรรม เพื่อสืบค้นได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถแก้ปัญหาได้ทันทีที่ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นให้มีมาตรการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจขึ้นกับนักท่องเที่ยว เช่น สำรวจและปรับสภาพจุดที่เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง หรือจุดที่อยู่นอกเหนือวิสัยระมัดระวังของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ จัดทำป้ายเตือนภัยภาษาต่าง ๆ

2.4.2 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยวเพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

2.4.3 พัฒนากลไกและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ของศูนย์รับแจ้งเหตุของตำรวจท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ 1155 (Call Center 1155) ให้เป็นศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ โดยให้สามารถช่วยเหลือและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม สะดวกรวดเร็ว ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง รวมถึงการขยายศูนย์แก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต ประจำภูมิภาค และแหล่งท่องเที่ยวหลัก ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการต่าง ๆ

2.4.4 จัดตั้งกองทุนช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกคนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว แล้วเกิดความสูญเสียหรือเสียหายใด ๆ โดยมีได้เกิดจากความประมาท เจตนาหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

2.4.5 จัดตั้งศาลแผนกคดีนักท่องเที่ยว ในศาลยุติธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการดำเนินคดีต่าง ๆ เป็นกรณีพิเศษ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีข้อจำกัด ด้านระยะเวลาในการพำนักอยู่ในประเทศไทย

2.4.6 สนับสนุนมาตรการจัดการความปลอดภัยในการเดินทาง ทางบก/ทางน้ำ/ทางอากาศ และปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจัง และมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย

2.4.7 ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการและมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เช่น มาตรฐานหน่วยกู้ภัย เพื่อจัดทำมาตรฐานการกู้ภัย และสนับสนุนพัฒนาการปฏิบัติงานของหน่วยกู้ภัยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องให้มีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

2.5 กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้เน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศภายในประเทศ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.5.1 พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ โดยสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน

2.5.2 พัฒนามาตรฐานยานพาหนะและระบบการให้บริการขนส่งสาธารณะ ให้มีความสอดคล้องและพอเพียงกับความต้องการเดินทาง และมีความคล่องตัวและความสามารถในการเข้าถึง (Mobility & Accessibility)

2.5.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการสนับสนุนการวางแผนการเดินทาง โดยให้มีระบบการให้บริการข้อมูลแบบครบวงจร ทั้งข้อมูลเส้นทางพาหนะในการเดินทาง ระบบจองตั๋วออนไลน์ ตลอดจนการสร้างแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวตรวจสอบเส้นทางและยานพาหนะขนส่งสาธารณะได้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้มการแข่งขันในอนาคตที่จะยิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า การบริหารจัดการยังมีจุดอ่อน ข้อด้อยอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการงบประมาณและการประสานงานทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูลในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทันต่อการแข่งขันและการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังกล่าว โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาคม ผ่านกลไกการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติ มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกกระดับ พัฒนาระบบข้อมูลและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นับเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนาทั้งสามฝ่าย โดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น เนื่องจากท้ายที่สุดแล้วประชาชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

3.1 กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ มุ่งเน้นให้มีการบูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น รวมถึงกลไกการขับเคลื่อนงานในแต่ละเรื่องที่สำคัญ (Issue Based) มีการบูรณาการของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบทั้งกลไกการทำงาน กลไกการสนับสนุนงบประมาณ การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร และปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน โดยมีมาตรการที่สำคัญดังนี้

3.1.1 เพิ่มบทบาทการขับเคลื่อนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ
 โดยการจัดตั้งสำนักคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ การปรับปรุงโครงสร้างและบุคลากรของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้สอดคล้องกับภารกิจการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในรายสาขาหรือประเด็นการพัฒนาที่มีความจำเป็นเร่งด่วน เพิ่มบทบาทในการจัดสรรงบประมาณเชิงบูรณาการด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

3.1.2 บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับนโยบาย
 จนถึงระดับชุมชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนกลางในระดับนโยบาย และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต เป็นแกนกลางในระดับพื้นที่เพื่อบูรณาการการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวร่วมกับคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) สำหรับการดำเนินงานในระดับท้องถิ่นจะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการจะดำเนินการผ่านกลไกการจัดทำแผนและการจัดทำงบประมาณเชิงบูรณาการ ทั้งงบประมาณด้านการท่องเที่ยว งบประมาณของหน่วยงานงบประมาณของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กองทุนเพื่อช่วยเหลือเยาวชนนักท่องเที่ยว

3.2 กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ กลยุทธ์นี้ มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ เพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยวภาครัฐให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนา

ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานและจรรยาบรรณ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเตรียมความพร้อมการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.2.1 การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มทั้งในระดับผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติการให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ความรู้อื่นที่เหมาะสมสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่โดยพัฒนาบุคลากรภาครัฐและเอกชนใน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มนักบริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐและท้องถิ่น ให้มีสมรรถนะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้มีคุณภาพ 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้มีทักษะและองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ การบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด ภาษา เทคโนโลยีและสารสนเทศ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ 3) กลุ่มผู้ให้บริการแรงงาน พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานและมีจรรยาบรรณ 4) กลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) กลุ่มประชาชนชนโดยทั่วไป ทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าวต้องเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาทักษะในการผลิตและจำหน่ายสินค้าของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

3.2.2 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งและเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อการขยายธุรกิจ และปรับปรุงบริการ ซึ่งจะต้องมีความร่วมมือกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีแผนงาน/โครงการที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาและเคลื่อนย้ายแรงงานบุคลากรการท่องเที่ยวทั้งระบบ แผนงานจัดตั้งองค์กรหลักในการดูแลการเคลื่อนย้ายแรงงานตามข้อตกลงร่วมอาเซียน MRA

3.3 กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ขาดการจัดเก็บข้อมูลที่จำเป็น ขาดการบริหารจัดการและขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บ ออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของไทย เพื่อการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบายของผู้บริหาร และเพื่อบริการข้อมูลและสารสนเทศแก่ซึ่ง TIC มีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมโยงและนำเข้าข้อมูล พัฒนาเป็นคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศสมัย และพัฒนาเป็นศูนย์ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวของประเทศ มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.3.1 การบริหารจัดการ Tourism Intelligence Center (TIC) จัดตั้งศูนย์ TIC และห้องปฏิบัติการทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานใหม่ หรือการแก้ไขกฎกระทรวง

และพัฒนาระบบ Project Management Office จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาศูนย์ TIC และพัฒนาโครงสร้างศูนย์ข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินการ TIC ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากร สำหรับการบริหารและใช้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นด้วยการจัดหาบุคลากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของศูนย์ TIC อาทิ นักวิเคราะห์ นักวิจัย นักจัดการข้อมูลสารสนเทศ และพัฒนาทักษะให้ตอบรับกับความต้องการ

3.3.2 พัฒนาค้นข้อมูลและงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศ บริหารจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อวางแผน/กำหนดนโยบาย และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยรวมรวมฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีการจัดเก็บในปัจจุบันอย่างเป็นระบบ รวมทั้งพัฒนาและวางฐานข้อมูลบน G-cloud ทั้งฐานข้อมูล Demand, Supply, KPI และงานวิจัย เชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการจัดเก็บข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลให้ได้มาตรฐานที่ตรงกันและสามารถใช้ประโยชน์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สืบค้น/จัดเก็บข้อมูลและศึกษาวิจัยใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลและงานวิจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครอบคลุมในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง และทันสมัย เป็นไปตามความต้องการ

3.3.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ทุกระดับ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์สำหรับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการตัดสินใจเชิงนโยบาย วางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว และบริหารจัดการระบบท่องเที่ยวด้วยการ (1) พัฒนา Model และ software อาทิ TSA, Thailand Gateway, TTCl (2) พัฒนาระบบนำเสนอข้อมูล/รายงาน เช่น GIS Application ฯลฯ (3) พัฒนาระบบ ICT อาทิ ระบบ Tourism Supply Chain Management, Smart Destination, Clever FIT และ Quick Thainess ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการประชาชนโดยทั่วไปพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้บริการข้อมูลแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง Real time อาทิ ระบบสารสนเทศเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยว และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว Online และพัฒนาระบบ Thai Event ระบบ KM

3.4 กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เนื่องจากปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวหลายฉบับยังล้าสมัยไม่ทันต่อสถานการณ์ จนทำให้กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือเป็นข้อเสียเปรียบต่อประเทศคู่แข่ง ในขณะที่บางฉบับหน่วยงานรับผิดชอบไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง จึงควรมีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.4.1 ปรับปรุงกฎหมายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยการทบทวนและแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 รวมทั้งแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยว ผลักดันให้มีการออกกฎหมายใหม่หรือกฎหมายลูกเพื่อส่งเสริม

การท่องเที่ยว เช่น กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวธุรกิจรถยนต์เช่า และธุรกิจการจัดประชุม และการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

3.4.2 การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการปรับปรุงกลไกการควบคุม

การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ น้ำเสีย รถทัวร์ รถแท็กซี่ เป็นต้น ทาวิธีกร/มาตรการจูงใจให้มีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายในทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การแต่งตั้งคณะอนุกรรมการปรับปรุง แก้ไขปัญหาการใช้กฎหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และส่งเสริมและกำกับติดตามการบังคับใช้ กฎหมายด้านการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานเจ้าภาพอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เช่น พระราชบัญญัติ ตรวจคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 พระราชบัญญัติ สถานบริการ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติจัดหางานและ ค้มนครองคนหางาน พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติ การขนส่งทางบก พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543 พระราชบัญญัติการเดินทางเรือในน่านน้ำ ไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติเรือไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติการเดินทางอากาศ พ.ศ. 2542 และ พระราชบัญญัติการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2538 เป็นต้น