



MAHA SONGKRAN

สิ้นไตรมาสที่ 2/2568

รายงานผล การดำเนินงาน

ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว
ประจำปีงบประมาณ 2568

ผลการดำเนินงานที่สำคัญภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

บทนำ

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการดำเนินการขับเคลื่อนแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยมุ่งตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ แผนและนโยบายด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) นโยบายรัฐบาล มติคณะรัฐมนตรี ข้อเสนอการนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการภายใต้ขอบเขตค่านิยามและพื้นที่เป้าหมายที่กำหนด (เขตพัฒนาการท่องเที่ยวหรือ พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) เชื่อมโยง ส่งต่อ หรือบูรณาการร่วมกันภายใต้โครงการสำคัญ (Flagship Project) ตามห่วงโซ่ด้านการท่องเที่ยว (ต้นน้ำ – กลางน้ำ – ปลายน้ำ) และเป็นการดำเนินโครงการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อมุ่งบรรลุเป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

คณะกรรมการจัดทำงบประมาณรายจ่ายบูรณาการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 โดยรองนายกรัฐมนตรี (นายปณิธิ์ พิทยานุกร) คณะที่ 3.1 เป็นผู้มีอำนาจกำกับแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นรองประธานคณะกรรมการ ได้มีมติเห็นชอบกรอบแนวทางการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และเห็นชอบข้อเสนอของงบประมาณรายจ่ายบูรณาการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวตามที่ฝ่ายเลขานุการ ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุดต่อเศรษฐกิจและความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) เป็นกระบวนการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานและธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยว ตั้งแต่ต้นน้ำ (การวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว) กลางน้ำ (การให้บริการและการเดินทาง) ไปจนถึงปลายน้ำ (ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว) โดยแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

ต้นน้ำ (Upstream) การพัฒนาสินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยว หรือโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์, การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สนามบิน ท่าเรือ, การออกแบบแพ็คเกจท่องเที่ยวและการตลาด

กลางน้ำ (Midstream) การสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือยกระดับมาตรฐาน ของสินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยว หรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการด้านการเดินทาง เช่น สายการบิน รถไฟ รถโดยสาร เรือ , ธุรกิจที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์, ธุรกิจบริการ เช่น ร้านอาหาร บริษัททัวร์ ไกด์นำเที่ยว

ปลายน้ำ (Downstream) การส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ หรือจัดประชุม นิทรรศการ หรือจัดกิจกรรม มหกรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วย รายได้จากการท่องเที่ยวที่กระจายสู่ธุรกิจและชุมชน, ผลกระทบทางเศรษฐกิจ เช่น การจ้างงาน รายได้จากการท่องเที่ยว, ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากร วัฒนธรรม



รูปภาพที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

กรอบแนวทางในการดำเนินงาน จำนวน 3 แนวทาง ประกอบด้วย

แนวทางที่ 1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรม

- 1) เป้าหมาย รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น
- 2) ตัวชี้วัด อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 12

3) ห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

ต้นน้ำ : พัฒนาสินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยวหรือโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานทุนวัฒนธรรม

กลางน้ำ : สร้างมูลค่าเพิ่ม หรือยกระดับมาตรฐานของสินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยวหรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมปลายน้ำส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรม ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรม

ปลายน้ำ : ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรม ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรม

4) กลุ่มโครงการภายใต้แนวทาง

(1) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย เขตอารยธรรมล้านนา, เขตอารยธรรมอีสานใต้, เขตมรดกโลกด้านวัฒนธรรม, เขตธรณีวิทยาถิ่นอีสาน, เขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง, เขตเมืองเก่ามีชีวิต, เขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำทะเลสาบสงขลา, พื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง, พื้นที่พิเศษเลย, พื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง, พื้นที่พิเศษลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา, พื้นที่พิเศษเชียงราย, พื้นที่พิเศษมรดกโลกสุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร, พื้นที่พิเศษเมืองเก่าล้านนา และพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ

(2) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย เขตผิงทะเลตะวันออก, เขตอันดามัน, เขตอารยธรรมอีสานใต้, เขตวิถีชีวิตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา, พื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง, พื้นที่พิเศษเลย, พื้นที่พิเศษเมืองเก่าล้านนา, พื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง, พื้นที่พิเศษมรดกโลกสุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร, พื้นที่พิเศษลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา, พื้นที่พิเศษเชียงราย, พื้นที่พิเศษคังบางกระเจ้า, พื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยง และพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ

แนวทางที่ 2 พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและส่งเสริมความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

1) เป้าหมาย อันดับการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (TTDI)

- 1.1) ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมดีขึ้น
- 1.2) ด้านโครงสร้างพื้นฐานบริการด้านการท่องเที่ยวดีขึ้น
- 1.3) ด้านความปลอดภัยและความมั่นคงดีขึ้น

2) ตัวชี้วัด อันดับการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (TTDI)

- 2.1) อันดับด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม อยู่ในอันดับที่ 1 ใน 75
- 2.2) อันดับด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว อยู่ในอันดับที่ 1 ใน 20
- 2.3) อันดับด้านความปลอดภัยและความมั่นคง อยู่ในอันดับที่ 1 ใน 64

3) ห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

ต้นน้ำ : พัฒนาสินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยวหรือโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืน และความปลอดภัย

กลางน้ำ : สร้างมูลค่าเพิ่ม หรือยกระดับมาตรฐานของสินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยวหรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและความปลอดภัย

ปลายน้ำ : ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ หรือจัดกิจกรรม เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและความปลอดภัย

4) กลุ่มโครงการภายใต้แนวทาง

(1) โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย เขตฝั่งทะเลตะวันตก, เขตฝั่งทะเลตะวันออก, เขตอันดามัน, เขตวิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย, เขตผืนป่ามรดกโลกพญาเย็น-เขาใหญ่, เขตวิถีชีวิตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา, พื้นที่พิเศษบางกะเจ้าและพื้นที่เชื่อมโยง, พื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยง, พื้นที่พิเศษเลย, พื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง, พื้นที่พิเศษลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ

(2) โครงการส่งเสริมความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย เขตฝั่งทะเลตะวันตก, เขตฝั่งทะเลตะวันออก, เขตอันดามัน, เขตอารยธรรมล้านนา, พื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง, พื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยง, พื้นที่พิเศษลุ่มแม่น้ำทะเลสาบสงขลา และพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ

แนวทางที่ 3 พัฒนาและส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวคุณภาพสูง

1) เป้าหมาย รายได้จากการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพสูงเพิ่มขึ้น

2) ตัวชี้วัด อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพสูงเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

3) ห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

ต้นน้ำ : พัฒนาสินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยวหรือโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง

กลางน้ำ : สร้างมูลค่าเพิ่ม หรือยกระดับมาตรฐานของสินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยวหรือบุคลากรของด้านท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีศักยภาพสูง

ปลายน้ำ : ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง

4) กลุ่มโครงการภายใต้แนวทาง

(1) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย เขตอารยธรรมอีสานใต้, เขตธรณีวิทยาอีสาน, เขตอันดามัน, เขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำทะเลสาบสงขลา, พื้นที่พิเศษลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา, พื้นที่พิเศษเมืองพญา และพื้นที่เชื่อมโยง และพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ

(2) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย เขตฝั่งทะเลตะวันตก, เขตทะเลตะวันออก, เขตอันดามัน, เขตอารยธรรมล้านนา, พื้นที่พิเศษเชียงราย, พื้นที่พิเศษคุ้งบางกระเจ้าและพื้นที่เชื่อมโยง และพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ

(3) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ

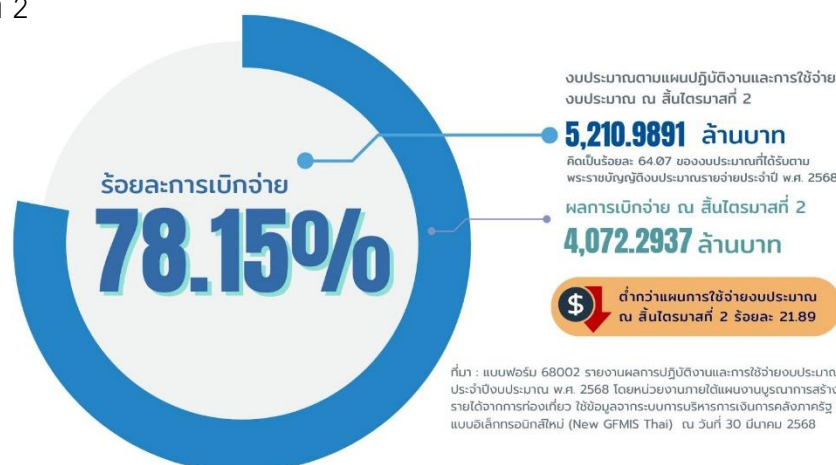
พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย เขตฝั่งทะเลตะวันตก, เขตฝั่งทะเลตะวันออก, เขตอันดามัน, เขตหมู่เกาะทะเลใต้, เขตวิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย, เขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง, พื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและเชื่อมโยง, พื้นที่พิเศษพญาและพื้นที่เชื่อมโยง และพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ

(4) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย เขตฝั่งทะเลตะวันออก, เขตอันดามัน, เขตอารยธรรมล้านนา, เขตวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง, เขตพหุวัฒนธรรมชายแดนใต้, พื้นที่พิเศษเลย, พื้นที่พิเศษลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา, พื้นที่พิเศษเชียงราย, พื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ

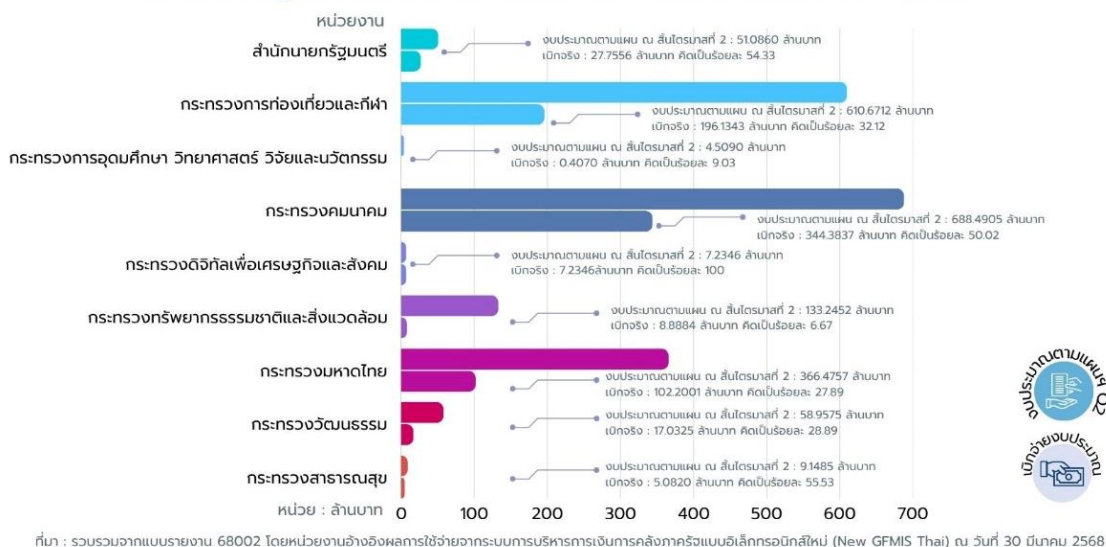
ผลการใช้จ่ายงบประมาณสะสม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ได้รับจัดสรรงบประมาณ รวมทั้งสิ้น 8,132,749,600 บาท เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 จำนวน 822,446,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.11 ทั้งนี้ แผนการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ณ ไตรมาสที่ 2 ได้มีแผนการเบิกจ่ายงบประมาณ จำนวน 5,210,989,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.07 ของงบประมาณที่ได้รับการอนุมัติจัดสรรตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 และเมื่อสิ้นไตรมาสที่ 2 (ข้อมูลสะสม 1 ตุลาคม 2567 - 31 มีนาคม 2568) มีผลการเบิกจ่ายงบประมาณสะสม จำนวน 4,072,294,489.27 บาท คิดเป็นร้อยละ 78.15 ของแผนการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำกว่าแผนการใช้จ่าย ณ สิ้นไตรมาสที่ 2



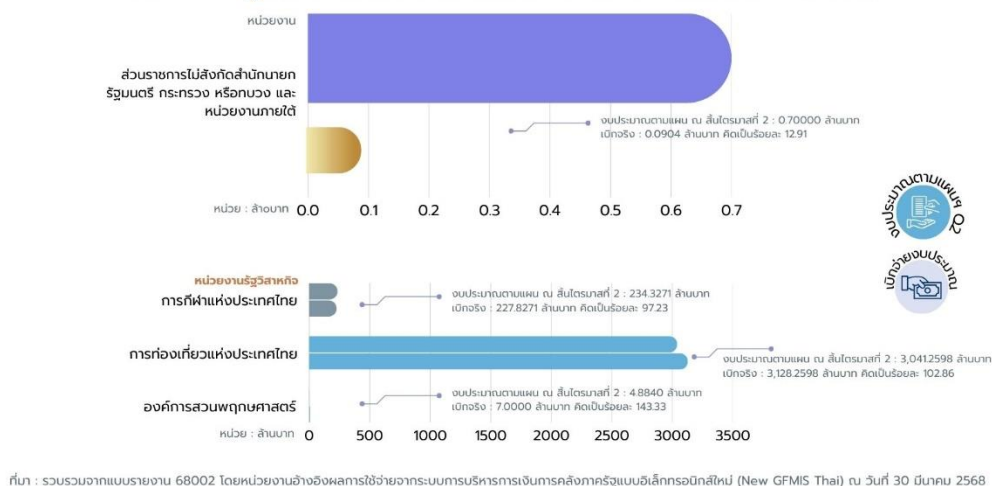
รูปภาพที่ 2 ผลการใช้จ่ายงบประมาณตามแผนปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย
ประจำปี พ.ศ. 2568 สะสม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2

ผลการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568



รูปภาพที่ 3 ผลการเบิกจ่ายงบประมาณตามแผนปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2568 สะสม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว
จำแนกรายกระทรวง

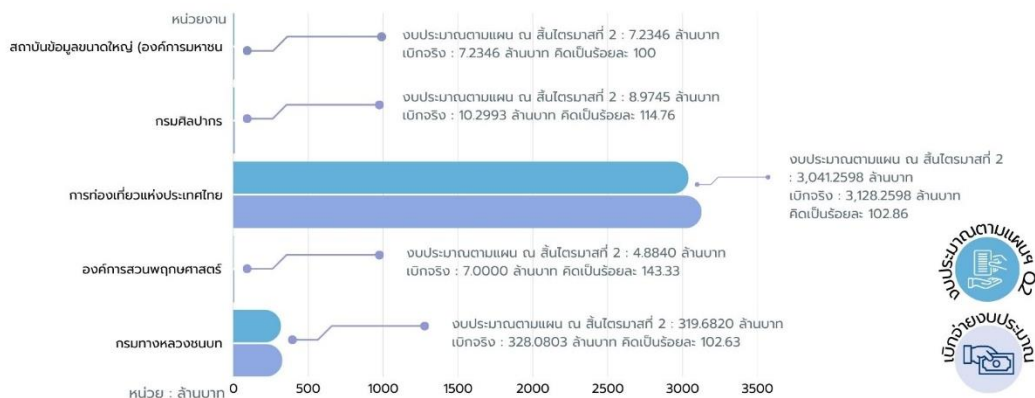
ผลการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568



รูปภาพที่ 4 ผลการใช้จ่ายงบประมาณตามแผนปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2568 สะสม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว
ส่วนราชการไม่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวง หรือทบวง และหน่วยงานภายใต้ และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

หน่วยงานที่มีผลการเบิกจ่ายงบประมาณเป็นไปตามแผนปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 จำนวน 5 หน่วยงาน ดังนี้ 1) สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) 2) กรมศิลปากร 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 4) กรมทางหลวงชนบท และ 5) องค์การสวนพฤกษศาสตร์

หน่วยงานที่มีผลการเบิกจ่ายงบประมาณเป็นไปตามแผนการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ

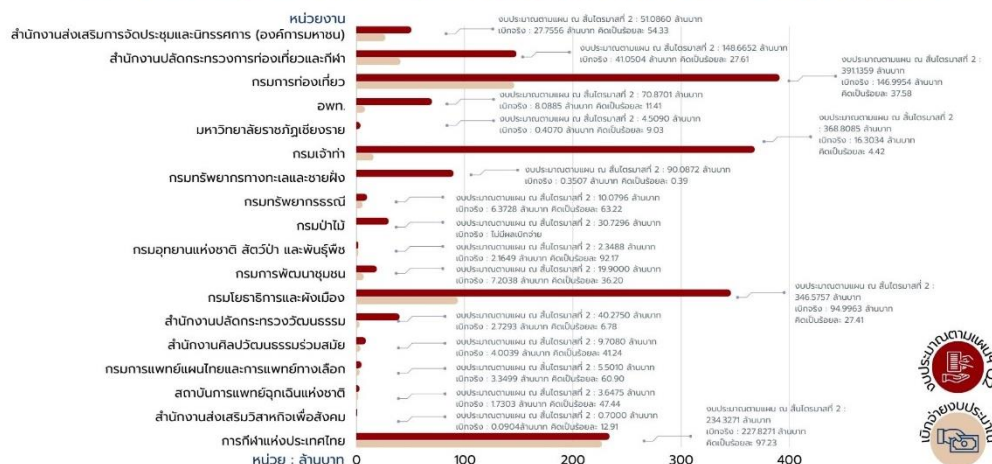


ที่มา : รวบรวมจากแบบรายงาน 68002 โดยหน่วยงานอ้างอิงผลการใช้จ่ายจากระบบการบริการทางการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ไทย (New GFMS Thai) ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568

รูปภาพที่ 5 หน่วยงานที่มีผลการเบิกจ่ายงบประมาณเป็นไปตามแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ณ สิ้นไตรมาสที่ 2

หน่วยงานที่มีผลการเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผนปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ สะสม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 จำนวน 18 หน่วยงาน ดังนี้ 1) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) 2) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 3) กรมการท่องเที่ยว 4) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) 5) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 6) กรมเจ้าท่า 7) กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง 8) กรมทรัพยากรธรณี 9) กรมป่าไม้ 10) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช 11) กรมการพัฒนาชุมชน 12) กรมโยธาธิการและผังเมือง 13) สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม 14) สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย 15) กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก 16) สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ 17) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม 18) การกีฬาแห่งประเทศไทย

หน่วยงานที่มีผลการเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผนการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ



ที่มา : รวบรวมจากแบบรายงาน 68002 โดยหน่วยงานอ้างอิงผลการใช้จ่ายจากระบบการบริการทางการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ไทย (New GFMS Thai) ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568

รูปภาพที่ 6 หน่วยงานที่มีผลการใช้จ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ณ สิ้นไตรมาสที่ 2

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ได้รับการจัดสรรงบประมาณ รวมทั้งสิ้น 8,132,749,600 บาท เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 จำนวน 822,446,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.11 เป้าหมายของแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว คือ “ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน” โดยการบูรณาการความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ ที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนและนโยบายด้านการท่องเที่ยวทุกมิติ สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้สู่ชุมชน ซึ่งมีหน่วยงานร่วมบูรณาการประกอบด้วย 8 กระทรวง 19 หน่วยงาน 3 รัฐวิสาหกิจ และ 1 ส่วนราชการไม่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวง หรือทบวง และหน่วยงานภายใต้การควบคุมดูแลของนายกรัฐมนตรี ซึ่งมีผลการดำเนินงาน ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ดังนี้

1. ผลการดำเนินงานในระดับเป้าหมาย จำนวน 2 เป้าหมาย ดังนี้

1) รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3.4 ล้านล้านบาท เมื่อสิ้นไตรมาสที่ 2 กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวเบื้องต้นพบว่า มีรายได้จากการท่องเที่ยวสะสมตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568 จำนวน 1.2646 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.19 ของค่าเป้าหมาย

แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 เป็นหนึ่งในกลไกหลักเพื่อเร่งรัดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้งในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตามความสำเร็จของแผนงานขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ทั้งในเชิงมหภาค ซึ่งอยู่ระหว่างการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่มีทั้งปัจจัยเกื้อหนุนและอุปสรรคที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของแผนงานดังกล่าว การดำเนินงานระดับพื้นที่ และประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

(1) การฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดระยะไกล (Long-haul) และตลาดระยะใกล้ (Short-haul) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากการผ่อนปรนมาตรการตรวจคนเข้าเมือง อาทิ การยกเว้นวีซ่าชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย และรัสเซีย

(2) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน ความต่อเนื่องของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลสงกรานต์ งานวันระดับนานาชาติ และโครงการส่งเสริม Soft Power ได้สร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางภายในประเทศและดึงดูดตลาดต่างชาติให้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงประสบการณ์

(3) การเดินทางในภูมิภาคที่สะดวกมากขึ้น ความถี่ของเที่ยวบินในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียตะวันออกที่เพิ่มขึ้น รวมถึงความร่วมมือกับสายการบินและบริษัทท่องเที่ยวผ่านรูปแบบ Co-Promotion ช่วยสนับสนุนการเข้าถึงจุดหมายปลายทางต่างๆ ได้สะดวกและคุ้มค่า

(4) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกภายใต้แผนงานบูรณาการหลายพื้นที่มีการปรับปรุงท่าเรือ ท่ารถโดยสาร แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และชุมชนท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวคุณภาพสูง รวมถึงการเร่งเบิกจ่ายงบประมาณในพื้นที่เป้าหมาย

ทั้งนี้ แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 เผชิญกับความท้าทายหลายประการในการบรรลุเป้าหมายด้านรายได้จากนักท่องเที่ยว อาทิ ความเสี่ยงจากสถานการณ์ด้านภูมิรัฐศาสตร์ ภาพลักษณ์ของประเทศในมิติความปลอดภัยภายใน และผลกระทบจากการปรับขึ้นภาษีของสหรัฐอเมริกา ซึ่งอาจส่งผลต่อกำลังซื้อและการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

2) อันดับการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว Travel & Tourism Development Index (TTDI) อยู่ในอันดับ 1 ใน 30 อันดับ : ผลการดำเนินงานอ้างอิงจากรายงานการศึกษา Travel and Tourism Development Index (TTDI) Insight Report May 2024 จัดทำโดยสภาเศรษฐกิจโลกถูกเผยแพร่เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2567 พบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 47 จาก 119 ประเทศ ซึ่งมีลำดับต่ำกว่าค่าเป้าหมาย 17 ลำดับ

ดัชนีการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Development Index: TTDI) เป็นดัชนีที่จัดทำโดย World Economic Forum (WEF) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการประเมินความสามารถของแต่ละประเทศในการพัฒนาและส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวและการเดินทางอย่างยั่งยืน และมีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกหนึ่งในเกณฑ์สำคัญที่ใช้ในการวัด TTDI คือ ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) ซึ่งสะท้อนถึงนโยบาย มาตรการ และแนวทางปฏิบัติของแต่ละประเทศในการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ การที่ประเทศไทยอยู่ใน 1 ใน 81 อันดับแรกของ TTDI ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม จึงเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่แสดงถึงความพยายามของประเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างสมดุลพร้อมกับการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งต่อให้คนรุ่นหลังได้สืบสานต่อไป

ดัชนีการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยวไทย สำหรับปี 2567 นี้ ประเทศไทยได้รับคะแนนรวม 4.12 จากคะแนนเต็ม 7 ซึ่งคะแนนดังกล่าวลดลงจากเดิมที่มี 4.28 คะแนนในปี 2564 ทั้งนี้ สภาเศรษฐกิจโลกได้มีการปรับปรุงฐานข้อมูล ตัวแปรปัจจัย วิธีการใหม่ เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า ประเทศไทยได้ถูกจัดเป็นลำดับต้นในปัจจัยของทรัพยากรธรรมชาติ (อันดับ 17/119) มีการพัฒนาของลำดับที่ในปัจจัยทรัพยากรทางวัฒนธรรม (อันดับที่ 26/119) ปัจจัยความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (อันดับที่ 43/119) และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางบกและทางน้ำ (อันดับที่ 46/119) และในขณะเดียวกันปัจจัยที่ต้องพึงระวังและพิจารณากำกับดูแลและพัฒนาให้ดีขึ้นคือ ปัจจัยผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคมของการเดินทางและท่องเที่ยว (อันดับที่ 106/119) และปัจจัยความมั่นคงปลอดภัย (อันดับที่ 102/119)

ดัชนีการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Development Index)

ปี 2567 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับที่ 47 จาก 119 ประเทศ

เป้าหมายปี 2570
ไม่เกินอันดับที่ 28

Thailand Performance Overview



4 Pillar ที่อยู่ลำดับรั้งท้าย (อันดับตั้งแต่ 80 ลงไป)

- Safety and Security
- Prioritization of T&T
- Tourist Service and Infrastructure
- Socio-economic Impact

5 Pillar

ที่เป็นตัวชี้วัดแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

- Safety and Security** (50)
- Air transport Infrastructure (12)
- Ground & Port Infrastructure (45)
- Tourist Service and Infrastructure** (14)
- Environmental Sustainability (50)

6 Pillar

ที่มีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ย

- ICT Readiness
- Price Competitiveness
- Air transport Infrastructure
- Natural Resources
- Cultural Resources
- Non-Leisure Resources

ที่มา: World Economic Forum, 2024

หมายเหตุ: **เป็นตัวชี้วัดแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และอยู่ลำดับรั้งท้าย ต่ำกว่าค่าเป้าหมายค่อนข้างมาก | (ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด ภายในปี 2570)

รูปภาพที่ 7 ดัชนีการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Development Index)

2. ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดแนวทางภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ดังนี้

แนวทางที่ 1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรม

ตัวชี้วัดที่ 1.1 อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูล Thailand Standard Industrial Classification ; TSIC จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าประกอบการสำรวจผู้ประกอบการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลในภาพรวมของประเทศ โดยในปี 2568 อยู่ระหว่างการจัดเก็บข้อมูล (ที่มา : ข้อมูลเบื้องต้นจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

แนวทางที่ 2 พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อความยั่งยืนและส่งเสริมความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดที่ 2.1 อันดับการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (TTDI) ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม อยู่ในอันดับที่ 1 ใน 75 : ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม อันดับที่ 70 ปรับตัวลดลง 1 อันดับ และเป็นอันดับที่ 7 ของอาเซียน โดยประเทศไทยเป็นอันดับสุดท้าย สำหรับตัวชี้วัดที่เป็นจุดแข็งคือ การมีพื้นที่ที่มีป่าปกคลุมเพิ่มขึ้น และความสะอาดของมหาสมุทรที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามภาพรวมตัวชี้วัดมีการปรับตัวลดลงเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะด้าน Renewable energy regulation ซึ่งประเมินโดยเครื่องมือ RISE มีเกณฑ์การพิจารณา ได้แก่ การเข้าถึงไฟฟ้า การเข้าถึงการปรุงอาหารที่สะอาด ประสิทธิภาพการใช้พลังงานหมุนเวียน มีตัวชี้วัดมากกว่า 30 ตัว ครอบคลุม 140 ประเทศ ซึ่งประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก สะท้อนถึงประเทศไทยยังไม่ให้ความสำคัญกับกฎระเบียบและนโยบายที่ส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนที่เพียงพอ และตัวชี้วัดที่ปรับลดลงเกี่ยวข้องกับการจัดอันดับเกี่ยวกับการปกป้องรักษาธรรมชาติ ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ จึงต้องขับเคลื่อนการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมผ่านกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ รวมทั้งการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติและเตรียมพร้อมต่อการปรับตัวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อย่างไรก็ตามประเทศไทยอยู่ระหว่างการดำเนินนโยบายการพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าไทยเพื่อเพิ่มสัดส่วน ผลิตไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนมากขึ้นอาจจะส่งผลให้การจัดอันดับของประเทศไทยปรับตัวดีขึ้น

ตัวชี้วัดที่ 2.2 อันดับการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (TTDI) ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว อยู่ในอันดับที่ 1 ใน 20 : ด้านโครงสร้างพื้นฐานบริการด้านการท่องเที่ยว อันดับที่ 81 ปรับตัวลดลง 5 อันดับ และเป็นอันดับที่ 4 ของอาเซียน โดยสิงคโปร์เป็นอันดับหนึ่งในอาเซียนและอันดับที่ 2 ของโลก โดยประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีคะแนนและอันดับที่ห่างจากสิงคโปร์อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้จะอยู่ในภูมิภาคเดียวกันแต่การพัฒนาระยะทางตัวอย่างไม่เท่าเทียมกัน เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดพบว่าประเทศไทยมีการปรับตัวที่ลดลงมากถึง 3 ตัวชี้วัด และมีเพียง 1 ตัวชี้วัดที่อันดับคงที่ ตัวชี้วัดที่เป็นจุดอ่อนมากที่สุด คือ ผลผลิตของแรงงานในโรงแรมและร้านอาหาร ซึ่งจัดเก็บโดย Euromonitor International ลดลงถึง 8 อันดับ สอดคล้องกับรายงานการจัดอันดับของ IMD ผลผลิตภาพในภาคบริการ (Productivity in service :PPP) อยู่ที่อันดับ 53 ค่อนข้างคงที่มาเป็นระยะเวลายาวนาน ในขณะที่ตัวชี้วัดความหนาแน่นของการเข้าระยะสั้นปรับตัวลดลงเช่นกัน ทั้งนี้ ตัวชี้วัดการเข้าระยะสั้นไม่สะท้อนความสามารถในการแข่งขันได้อย่างแท้จริงเนื่องจากเป็นการประมวลผลจากข้อมูลบนแพลตฟอร์ม Airbnb ซึ่งได้รับความนิยมในต่างประเทศมากกว่าในประเทศไทย ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับประเด็นผลิตภาพแรงงาน ซึ่งเป็นประเด็นท้าทายอย่างมากที่ประเทศไทยต้องเร่งแก้ไข

เนื่องจากการเพิ่มผลิตภาพแรงงานยังส่งผลต่อการรักษาระดับดัชนีค่าครองชีพ เพิ่มมาตรฐานการครองชีพ และเพิ่มผลิตภัณฑัฒนารวมของประเทศ ซึ่งจะส่งผลดีต่อสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมได้ในภาพรวม

ตัวชี้วัดที่ 2.3 อันดับการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (TTDI) ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง อยู่ในอันดับที่ 1 ใน 64 : ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง อันดับที่ 102 ปรับตัวลดลง 16อันดับ และเป็นอันดับสุดท้ายของอาเซียน โดยมีเพียงตัวชี้วัดเดียวที่ปรับตัวดีขึ้น 4 อันดับ คือ Global Terrorism Index อันดับที่ 105 ซึ่งวัดผลมาจากการก่อการร้าย ซึ่งหนึ่งในองค์ประกอบที่นำมาวัดผล คือ ดัชนีการก่อการร้ายทั่วโลก (Global Terrorism Index) โดยฐานข้อมูลจากการก่อการร้ายทั่วโลก (GTD) ประเทศไทยนั้นถูกจัดอันดับเป็นอันดับที่ 28 ของโลก ได้คะแนนทั้งสิ้น 4.219 คะแนน อันดับที่ขึ้นจากปีก่อนในขณะที่เมียนมาได้รับผลกระทบจากการก่อการร้ายรุนแรงที่สุดในอาเซียน อย่างไรก็ตาม การปรับตัวดีขึ้นเพียง 1 ตัวชี้วัด ไม่เพียงพอต่อการปรับอันดับเพิ่มขึ้นได้ในภาพรวม เนื่องจากอีก 4 ตัวชี้วัดที่เหลือปรับลดลงอย่างมาก โดยเฉพาะตัวชี้วัดความเชื่อมั่นในตำรวจท้องที่และการเดินทางคนเดียวอย่างปลอดภัย ในยามวิกาล อันดับลดลงอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนถึงความไม่เชื่อมั่นในระบบการรักษาความปลอดภัย ส่งผลต่อความรู้สึกไม่ปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

แนวทางที่ 3 พัฒนาและส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวคุณภาพสูง

ตัวชี้วัดที่ 3.1 อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพสูง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยการคำนวณโดยใช้ TSIC (Thailand Standard Industrial Classification) ตามห่วงโซ่อุปทานในแต่ละสาขาการท่องเที่ยวศักยภาพสูง นำมาประมวลผลโดยใช้ข้อมูลของสถานประกอบการที่มีเกี่ยวข้องตามรหัสกิจกรรม โดยใช้รายงานทางการเงินที่อ้างอิงจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ข้อมูลย้อนหลัง 1 ปี เนื่องจากรายงานทางการเงินสถานประกอบการจะต้องส่งรายงานในไตรมาส 1 ในปีถัดไป) มาประมวลผลร่วมกับผลการสำรวจสถานประกอบการ โดยในปี 2568 อยู่ระหว่างการจัดเก็บข้อมูล (ที่มา : ข้อมูลเบื้องต้นจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

3. ผลการดำเนินงานที่สำคัญภายใต้แนวทางของแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

หน่วยงานที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณภายใต้แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ได้ดำเนินงานตามแนวทางที่กำหนด เพื่อผลักดันการเติบโตของเศรษฐกิจในภาคการท่องเที่ยว เพิ่มรายได้เข้าสู่ประเทศ และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง โดยสามารถสรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญตามแนวทางได้ ดังนี้

แนวทางที่ 1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรม พัฒนา ส่งเสริมเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรวมถึงพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าและพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ เพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มุ่งสู่เป้าหมายด้านการส่งเสริมและกระจายนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก

1) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

(1) การพัฒนาระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมมรดกทางการเกษตรโลก โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดำเนินการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ให้สามารถปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันการท่องเที่ยว และส่งเสริมและพัฒนาช่องทาง

จำหน่ายผลิตภัณฑ์ บริการทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงตลาดท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคและข้ามเขตพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 25 บูธ จากการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว ส่งผลให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัด ภายใต้เขตพื้นที่ลุ่มแม่น้ำทะเลสาบสงขลา ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 จำนวน 7,000,000 บาท เมื่อเทียบกับปี 2567 ซึ่งมีรายได้ จำนวน 6,600,000 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 6.06 ทั้งนี้ ผู้ประกอบการโดยเฉพาะท่องเที่ยวชุมชน สามารถวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมและเพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาด ภาคเศรษฐกิจของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีการขยายตัวมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น



(2) การขับเคลื่อนซอฟต์แวร์เฟสติวัลส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดร้อยเอ็ด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดร้อยเอ็ด ดำเนินการยกระดับและต่อยอดการแสดงพื้นบ้านหมอลำเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในจังหวัดร้อยเอ็ด สร้างรายได้ให้กับชุมชน ผ่านกิจกรรมมหกรรมหมอลำส่งเสริมการท่องเที่ยว พร้อมทั้งได้ประชาสัมพันธ์การจัดงานมหกรรมหมอลำผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมดังกล่าว และยังเป็นการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมได้อย่างแพร่หลาย เด็กและเยาวชน รวมไปถึงศิลปินได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนความรู้ เกิดการจ้างงานในพื้นที่ และสามารถสร้างรายได้ให้กับร้านค้าผู้ประกอบการในพื้นที่อีกด้วย จากการจัดกิจกรรมดังกล่าวสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวภายในจังหวัด สงขลา ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 จำนวน 156.30 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2567 ซึ่งมีรายได้ จำนวน 122.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 27.91 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวเป็นจำนวนมาก



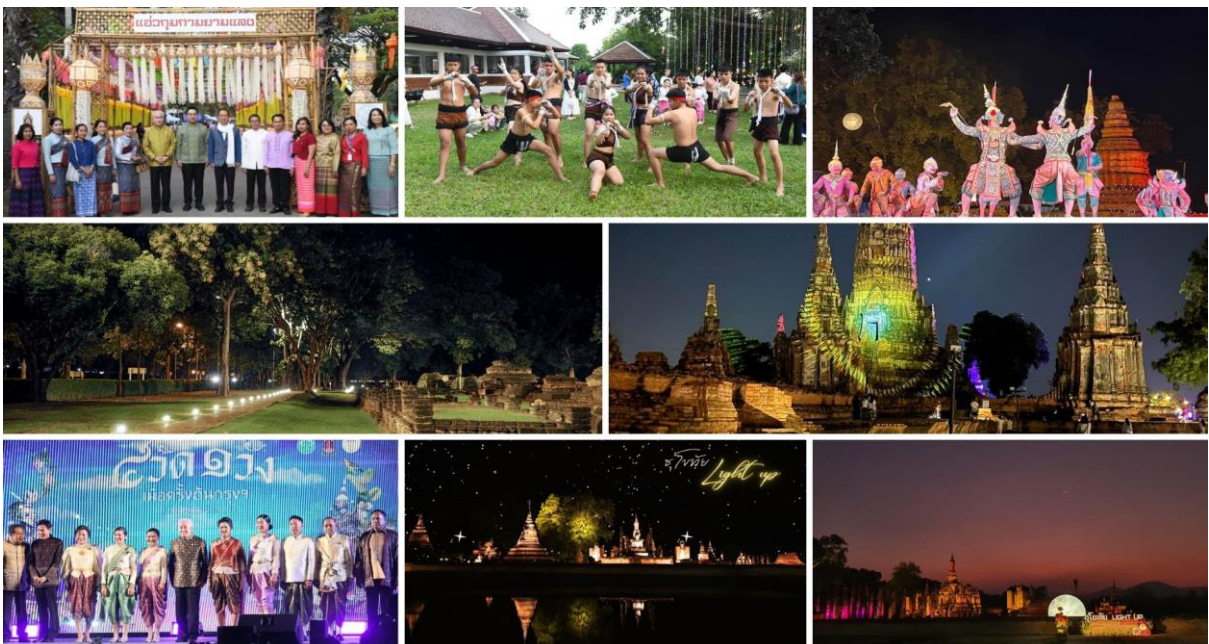
(3) การส่งเสริมการจัดกิจกรรม 1 อำเภอ 1 ลานสร้างสรรค์ โดยสำนักงานปลัด

กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มพัฒนาเมือง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อขับเคลื่อนตามนโยบาย Soft Power โดยมุ่งหวังให้เกิดการขับเคลื่อนและพื้นที่สร้างสรรค์ด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ของชุมชน และเป็นพื้นที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ของคนในพื้นที่ ซึ่งดำเนินการจัดกิจกรรมใน 76 จังหวัด ในพื้นที่ลานวัฒนธรรม สร้างสรรค์ จำนวน 154 แห่งทั่วประเทศ โดยทำการเปิดพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานศิลปวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการสร้างสรรค์งานวัฒนธรรม สร้างความภาคภูมิใจและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ให้เป็นแหล่งเรียนรู้อันทรงคุณค่าของท้องถิ่น เหมาะสมต่อการพัฒนา และเปิดพื้นที่ให้เยาวชนใช้พื้นที่แสดงผลงาน และสร้างสรรค์ทางมรดกภูมิปัญญา ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ มีการเสริมสร้างรายได้จากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ผ่านกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสแบบใกล้ชิด อาทิ การละเล่นพื้นบ้าน โยนมะกอน การเล่นแจ่งแจ๊ะ การพ้อนรำ กิจกรรม DIY (ดอกไม้โตดำ หัวใจโตดำ โคมไฟโตดำ สบู่สมุนไพรใบหนาด) กิจกรรมเรียนรู้ภาษาไทดำ กิจกรรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน อาทิ การสาธิตการทำ จับผัก ข้าวไก่ ลาบมะเขือขึ้น เป็นต้น ปัจจุบันได้ดำเนินการแล้ว 26 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.88 จากเป้าหมายที่กำหนดส่งผลให้เกิดมูลค่าสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมจำนวน 934,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.80 ซึ่งวัดจากรายได้จากการจำหน่ายผลงานสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของลานสร้างสรรค์ แต่ละอำเภอ (ตัวชี้วัด คือ รายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 โดยฐานรายได้เดิม คือ 2,800,000 บาท)



(4) การส่งเสริมจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโบราณสถานยามราตรี

โดยกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งการเรียนรู้ ทางด้านมรดกศิลปวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน ดำรงคุณค่า และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชาติ และเป็นการ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนโบราณสถาน โดยได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุง โบราณสถานเรียบร้อยแล้ว จำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แหล่งโบราณสถานเวียงกุมกาม จังหวัดเชียงใหม่ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร จากการดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้โบราณสถานเหล่านี้มีความพร้อมในการรองรับ กิจกรรมท่องเที่ยวยามค่ำคืน สามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยว และส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านประวัติศาสตร์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว อันนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศในพื้นที่ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้าเยี่ยมชม โบราณสถานสะสม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 จำนวน 201,176 คน เกิดรายได้รวมจากการเยี่ยมชมโบราณสถาน จำนวน 4,291,270 บาท รวมไปถึงเกิดการจ้างงานในท้องถิ่นเพิ่มขึ้นจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น โกดังท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านค้า และบริการขนส่งอีกด้วย



(5) การส่งเสริมจัดกิจกรรมท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ยามค่ำ (Night at the nation Museum) โดยกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งการเรียนรู้ทางด้านมรดกศิลปวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน ดำรงคุณค่าและคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชาติ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนโบราณสถาน โดยได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงโบราณสถานเรียบร้อยแล้ว จำนวน 4 แห่ง ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร กรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี กรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จันทรเกษม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี และโบราณสถานที่อยู่ระหว่างการดำเนินงาน คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สงขลา จังหวัดสงขลา ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน 2568 จากการดำเนินงานดังกล่าว ส่งผลให้พิพิธภัณฑ์สถานมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากการเปิดให้บริการในช่วงค่ำสะสม ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 จำนวน 280,059 คน เกิดรายได้รวมจากการเยี่ยมชมโบราณสถาน จำนวน 716,840 บาท



(6) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา บูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สื่อมวลชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว กลุ่ม Travel Agent สายการบิน ตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ (OTA) และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยได้ดำเนินการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวต่อกลุ่มผู้ซื้อ (Buyer) จากต่างประเทศ ผ่านกิจกรรมเจรจาธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาด สร้างรายได้ และนำเงินตราเข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประเทศไทยสามารถนำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายระดับโลกที่สำคัญ คือ งาน ITB Berlin 2025 รูปแบบการจัดงานจะให้ความสำคัญในการนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางผ่านแบรนด์ Amazing Thailand โดยการประกาศในปี 2568 เป็นปี “Amazing Thailand Grand Tourism & Sports Year 2025” ภายใต้แนวคิด Sustainable Thailand Soft Power โดยการออกแบบพื้นที่ผ่านการสะท้อนเอกลักษณ์ไทยสู่เวทีโลก (Local Meets Global) จากการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยที่เข้าร่วมงานในฐานะผู้ขาย (Sellers) ภายใต้คูหาประเทศไทย จำนวน 160 ราย (จากเดิม 74 รายในปี 2567)

เพิ่มขึ้นจากปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 116.20 และจำนวนนัดหมายรวมที่เกิดขึ้นตลอดการเข้าร่วมงาน ITB Berlin 2025 (Total Appointment) จำนวน 3,320 นัดหมาย (จากเดิม 1,776 รายในปี 2567) เพิ่มขึ้นจากการจัดงานในปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 86.94 และคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถสร้างยอดขายภายในงานประมาณ 70,333 ราย สร้างรายได้เข้าประเทศไทยประมาณ 4,832.4 ล้านบาท นอกจากนี้ในช่วงเวลาการจัดงาน ITB Berlin 2025 ประเทศไทยได้รับรางวัล Best LGBTQ Destination ภายในงานมอบรางวัล Spartacus Travel Awards 2025 โดยนิตยสาร Spartacus ซึ่งเป็นนิตยสารเยอรมันเชิงไลฟ์สไตล์และการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม LGBTQ ที่มีชื่อเสียง รวมทั้ง “เมืองเก๋น่าน” คว้าเหรียญทองแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนโลก Green Destinations Award แห่งเดียวในเอเชีย พร้อมกับ “เชียงใหม่” ได้รับการจัดอันดับที่ 2 รางวัล Green Destinations Top 100 Story Awards ในการประกาศผลโดยองค์กร Green Destination Foundation ตอกย้ำการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสู่ความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

(7) การส่งเสริมกิจกรรมนานาชาติ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา บูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สื่อมวลชน ผู้จัดงาน (Organizer) สมาคมท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่จัดงาน และกรมศิลปากร ดำเนินการจัดกิจกรรม International Events เพื่อกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เข้าร่วมงานในช่วงปลายปี 2567 อาทิ วิจิตรเจ้าพระยา งานสีส่นแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทงปี 2567 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าร่วมงาน จำนวน 424,591 คน จากค่าเป้าหมาย 145,000 คน ส่งผลให้เกิดรายได้หมุนเวียนในพื้นที่จัดงาน จำนวน 6,043,011,763 บาท และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 95.40 จากค่าเป้าหมายร้อยละ 80 ซึ่งสะท้อนถึงประสบการณ์ที่ดีและศักยภาพของกิจกรรมในการสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วม ผลจากกิจกรรมดังกล่าวยังนำไปสู่การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่เมืองหลักและเมืองรองเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนส่งเสริมความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของชุมชนเจ้าของสินค้าท่องเที่ยว และก่อให้เกิดความต้องการในการสืบสานมรดกวัฒนธรรมเพื่อส่งต่อไปยังคนรุ่นหลัง

2) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

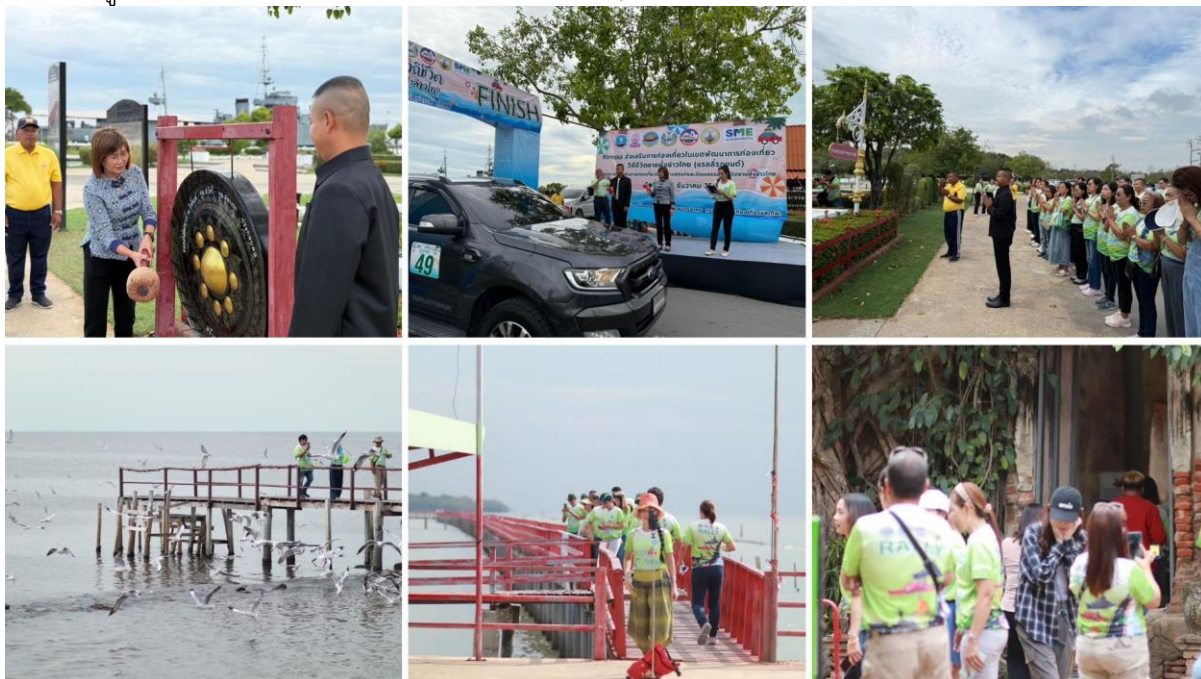
(1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมวิถีชีวิต

ชายฝั่งอ่าวไทย โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดฉะเชิงเทรา ชุมชน และผู้ประกอบการในพื้นที่ดำเนินงานภายใต้โครงการ จำนวน 2 กิจกรรม ดังนี้

(1.1) จัดอบรมพัฒนาศักยภาพสร้างเครือข่ายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการ ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชนในพื้นที่เพื่อยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ พัฒนาสินค้าและบริการท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนโดยมีชุมชนผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย 90 ราย เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในการอบรมพัฒนาศักยภาพสร้างเครือข่ายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย คิดเป็นร้อยละ 87.8 ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด



(1.2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย (แรลลีสถยนต์) ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วเมื่อวันที่ 14 – 15 ธันวาคม 2567 ณ บ่อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เชื่อมโยง พร้อมทั้งเผยแพร่คุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตชุมชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งอ่าวไทย โดยใช้กิจกรรมแรลลีสถยนต์เป็นสื่อกลางในการสร้างประสบการณ์การเดินทางรูปแบบใหม่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่กำหนดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย เพื่อทำกิจกรรมเก็บจุด RC และปักค้ำ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่า 140 คน และรถยนต์ จำนวน 70 คัน มีจำนวนผู้กดไลค์กดแชร์ผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 4,138 ไลค์



(2) การพัฒนาระดับแหล่งมรดกธรณีให้มีศักยภาพรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกรมทรัพยากรธรณี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดำเนินงานภายใต้โครงการ จำนวน 2 กิจกรรม ดังนี้

(2.1) การพัฒนาระดับแหล่งมรดกธรณีให้มีศักยภาพรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กรมป่าไม้ สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด และกรมการพัฒนาชุมชน วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ กรมศิลปากร สถาบันการศึกษา อุทยานธรณีภาพสินธุ์ ดำเนินการพัฒนาแหล่งมรดกธรณีในพื้นที่ดำเนินการให้มีศักยภาพรองรับให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับการอนุรักษ์แหล่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยรวบรวมข้อมูล ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบสถานภาพการบริหารจัดการแหล่งมรดกธรณี จำนวน 7 แห่ง ประกอบด้วย ภูพระบาท จังหวัดอุดรธานี หินช้างสี จังหวัดขอนแก่น ผาตั้ง-ผาบ่อง ช่อเขาขาด จังหวัดเชียงราย ถ้ำฝ่ามือแดง สะพานหิน ลานหินปุ่ม ภูผาผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ บ่อน้ำร้อน เขาชัยสน จังหวัดพัทลุง น้ำตกบัวตอง น้ำพุเจ็ดสี จังหวัดเชียงใหม่ น้ำตกไพรวัลย์ จังหวัดพัทลุง จัดทำข้อมูลวิชาการด้านธรณีวิทยาเพื่อระบุอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงวิถีชุมชน จำนวน 7 แห่ง พร้อมทั้งสร้างการรับรู้และเผยแพร่องค์ความรู้ทางธรณีวิทยาในพื้นที่แหล่งมรดกธรณีให้กับชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผ่านการจัดงาน และการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 4 แห่ง และจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลองค์ความรู้ และสร้างความตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่ง ให้แก่ประชาชน หน่วยงานเจ้าของพื้นที่ มัคคุเทศก์ ผู้นำชม ประกอบด้วย สื่อวีดิทัศน์ออนไลน์ผ่านช่องทาง YouTube และ Facebook จำนวน 2 รายการ ในแหล่งมรดกธรณี 4 แห่ง เอกสารคู่มือผู้เล่าเรื่องแหล่งมรดกธรณี จำนวน 7 แห่ง และ (ร่าง) นิทรรศการ แหล่งเรียนรู้ธรณีวิทยา 2 แห่ง ทั้งนี้ ปัจจุบันอยู่ระหว่างเตรียมจัดกิจกรรมเผยแพร่แนวทางการเชื่อมโยงแหล่งมรดกธรณีกับการบูรณาการการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพัทลุง ระหว่างวันที่ 4 - 6 เมษายน 2568



(2.2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งมรดกธรณี ผ่านกิจกรรม “มหกรรมเปิดโลกอุทยานธรณีเพื่อการท่องเที่ยว” ภายใต้ความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดลำปาง องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (แม่เมาะ) สถาบันคชบาลแห่งชาติในพระอุปถัมภ์ฯ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีสันกำแพง จังหวัดลำปาง ได้จัดกิจกรรม “มหกรรมเปิดโลกอุทยานธรณีเพื่อการท่องเที่ยว” ระหว่างวันที่ 5 – 8 ธันวาคม 2567 โดยกิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่อุทยานธรณี 5 แห่ง ได้แก่ อุทยานธรณีสันกำแพง อุทยานธรณีเพชรบูรณ์ อุทยานธรณีตาก อุทยานธรณีเชียงราย และอุทยานธรณีขอนแก่น กิจกรรมประกอบด้วย การจัดนิทรรศการ “ลำปางมหานครแห่งโลกดึกดำบรรพ์” ซึ่งถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับต้นกำเนิดและวิวัฒนาการของสัตว์เลื้อยลูกด้วยนมอายุ 13 ล้านปี ที่ค้นพบในแอ่งแม่เมาะ จังหวัดลำปาง กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ 3 เส้นทาง ได้แก่ **เส้นทางที่ 1** ขุนเขาอัคนี **เส้นทางที่ 2** แอมโมไนต์ห่มโอหมอก และ**เส้นทางที่ 3** เพิงผาบันทึกลึกโลก การแสดงภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง โดยเครือข่ายอุทยานธรณีในพื้นที่จากการจัดกิจกรรมดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่เป้าหมายจำนวน 32,156 ราย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ ร้อยละ 95.80 สามารถประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจัดมหกรรมฯ ได้ทั้งสิ้น 12,159,000 บาท คิดเป็นมูลค่ามากกว่าต้นทุนงบประมาณที่ใช้ถึง 5.79 เท่า ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวเป็นต้นแบบของการใช้ทรัพยากรธรณีเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายหลายภาคส่วน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การอนุรักษ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน



(3) การกระจายประโยชน์ทางการท่องเที่ยวสู่ชุมชน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับสื่อมวลชน สมาคมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) การรถไฟแห่งประเทศไทย และภาคชุมชน ดำเนินโครงการพัฒนาและยกระดับสินค้าท้องถิ่นให้สามารถเข้าสู่กระบวนการตลาดอย่างเป็นระบบ โดยได้จัดทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านระบบ DATA API เชื่อมโยงระหว่างเว็บไซต์ Tourism Product กับระบบ TATIC ของ ททท. เพื่อรวบรวมรายการสินค้าท่องเที่ยว

ที่พร้อมขายเข้าสู่ฐานข้อมูลกลาง ปัจจุบันมีรายการสินค้าและบริการที่ผ่านการคัดเลือกและพร้อมเผยแพร่จำนวน 51 รายการ คิดเป็นร้อยละ 25.50 จากเป้าหมาย 200 รายการ นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการเดินทางสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวและสัมภาษณ์ชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อนำข้อมูลไปสู่กระบวนการพัฒนาการขยายและทดสอบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อันเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ นำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้ง 5 ภูมิภาค ดำเนินการสำรวจพื้นที่ชุมชนกว่า 35 แห่ง เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการ และเพื่อยกระดับคุณค่าและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยผ่านการประชาสัมพันธ์ตลอดเส้นทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่มีรากฐานมาจากต้นทุนวัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ พร้อมประชาสัมพันธ์งานต่างๆ อาทิ งานวิถีตรุษสงกรานต์ สีสันแห่งแสง Onsen@สันกำแพง ,ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน รายการเที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์ จ.อ่างทอง เพื่อเตรียมความพร้อมพื้นที่ชุมชนให้เข้าสู่กระบวนการพัฒนาให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน มุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากการดำเนินงานดังกล่าว ส่งผลให้เกิดจำนวนการรับรู้สื่อด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กว่า 780,523 คน-ครั้ง จากเป้าหมาย 6,100,000 คน-ครั้ง และสามารถดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ชุมชนเป้าหมายแล้ว 35 พื้นที่ จากเป้าหมายทั้งหมด 54 พื้นที่ ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบนฐานความยั่งยืน

แนวทางที่ 2 พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและส่งเสริมความปลอดภัย
ด้านการท่องเที่ยวส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ตลอดจนยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกมิติ รวมถึงคุณภาพมาตรฐานของสินค้า บริการ และสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว

1) โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(1) ก่อสร้างทางหลวงชนบทเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

โดยกรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม ดำเนินการก่อสร้างทางหลวงชนบท ในระยะทาง 213.295 กม. ในพื้นที่เมืองหลัก จำนวน 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดเพชรบุรี และดำเนินการก่อสร้างทางและสะพาน ในพื้นที่เมืองนำเที่ยว จำนวน 26 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดตาก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดเลย จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระแก้ว จังหวัดชุมพร จังหวัดตรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง จังหวัดสตูล จังหวัดสงขลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ปัจจุบันดำเนินการก่อสร้างแล้ว 168.775 กม. คิดเป็นร้อยละ 79.11 และอยู่ระหว่างการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง 44.520 กม. คิดเป็นร้อยละ 20.89



(2) การส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมข้อมูลขนาดใหญ่ในหน่วยงานภาคการท่องเที่ยว (Travel Data Lab) โดยสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ดำเนินการจัดสัมมนาระดมสมองกับ Partners ในวงการศึกษาศึกษาและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการออกแบบหลักสูตรได้ดำเนินการจัดประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาครัฐและเอกชน เพื่อศึกษาความต้องการสำหรับการออกแบบหลักสูตรที่ตอบโจทย์ ผ่านแบบสำรวจออนไลน์และกิจกรรมสนทนากลุ่มในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2567 ณ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต และกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2567 ณ สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2568 โดยได้ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ เพื่อออกแบบหลักสูตรสำหรับการเรียนการสอน โดยได้มีการประชุมหารือและวิเคราะห์ผลการศึกษาค้นคว้าความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร ซึ่งได้มีการร่วมกันเสนอแนะและพิจารณาปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งในพื้นที่และออนไลน์ ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่เป้าหมายและสามารถนำไปปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนการสอนในพื้นที่เป้าหมาย 4 พื้นที่ ดังนี้ 1. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา 2. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ 3. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน และ 4. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้สุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งหมด 6 หลักสูตร ได้แก่ 1. AI Tools for Tourism: Transforming customer experience 2. AI Tools for Tourism: Customer analytics 3. How to read statistics as a pro 4. Data Literacy for Tourism Professionals 5. Data acquisition and preparation for tourism business และ 6. Business Data Analytics for Tourism



(3) การสื่อสารสร้างกระแสการท่องเที่ยว และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ดำเนินการสื่อสารการตลาดเชิงรุกเพื่อส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งในเมืองหลักและเมืองรอง โดยบูรณาการความร่วมมือกับสื่อมวลชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สายการบิน และเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว มุ่งสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Responsible Tourism) ผ่านการนำเสนอสินค้า บริการ และรูปแบบการเดินทางที่สะท้อนคุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในมิติเชิงสร้างสรรค์และร่วมสมัย ทั้งนี้ ได้เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่เมืองรองเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์และสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ อาทิ LINE MAN, In-App LINE MAN, Wong Nai, KOL, Amazing Thailand, สำนักข่าว, เพจออนไลน์ต่างๆ รวมถึง สื่อ Out of Home ทั้งก่อนและระหว่างการจัดกิจกรรมจากการดำเนินงานดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการรับรู้สื่อรวมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จำนวนทั้งสิ้น 130,063,515 คน-ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 95.41 ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ 136,701,400 คน-ครั้ง เกิดการรับรู้สื่อในพื้นที่เมืองรอง จำนวน 34,038,490 คน-ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 38.46 ของเป้าหมาย 88,500,000 คน-ครั้ง และการสื่อสารปลูกกระแสและจิตสำนึก Responsible Tourism ผ่านสื่อมวลชน และการบริหารเครือข่ายสื่อ เพื่อส่งเสริมกิจกรรมและสินค้าอย่างยั่งยืน จำนวนการรับรู้สื่อรวม 29,994,066 คน-ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 37.06 ของเป้าหมาย 80,940,000 คน-ครั้ง นอกจากนี้ ยังมีการผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เข้าสู่กระบวนการเสนอขายรวม 75 รายการ จากเป้าหมาย 100 รายการ โดยกิจกรรมดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ยังมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวภายในประเทศ และสร้างความตระหนักรู้ในมิติของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

2) โครงการส่งเสริมความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

(1) การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเพื่อแก้ไขปัญหาและดูแลความปลอดภัยนักท่องเที่ยว โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว ในประเด็นการดูแลความปลอดภัยทางถนนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยจัดประชุมหารือแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยบูรณาการความ

ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาและส่งเสริมบทบาทของอาสาสมัครท่องเที่ยว และกีฬา เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรในระดับพื้นที่ให้มีความรู้ ความสามารถ และความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือ ดูแลความปลอดภัย และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว นักกีฬา บุคลากรทางการกีฬา ตลอดจนมีส่วนร่วมในภาคประชาชนต่อการจัดกิจกรรมด้านการกีฬาและนันทนาการในพื้นที่ ทั้งนี้ เพื่อให้อาสาสมัครท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปฏิบัติงานกิจในเบื้องต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ได้มีการดำเนินการพัฒนาศักยภาพอาสาสมัครในพื้นที่นำร่องแล้ว จำนวน 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่, ลำปาง, หนองคาย, นครพนม, บุรีรัมย์, พระนครศรีอยุธยา, จันทบุรี, ตรัง และภูเก็ตและมีผู้ผ่านการอบรมและได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นอาสาสมัครท่องเที่ยวและกีฬา จำนวนทั้งสิ้น 365 คน ส่งผลให้ปัจจุบันมีอาสาสมัครท่องเที่ยวและกีฬา (Tourism & Sports Volunteer) จำนวน 2,111 คน ใน 42 จังหวัด จากการดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางในประเทศไทย อีกทั้งยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางที่มีมาตรฐานการดูแลและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างรอบด้าน



(2) การอำนวยความสะดวกแก้ไขปัญหาการหลอกลวงและการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงการคลัง กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานท้องถิ่น ภาคเอกชน สมาคมที่เกี่ยวข้อง และหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดำเนินการบริหารจัดการศูนย์ช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว (Tourist Assistance Center: TAC) และศูนย์ประสานงานช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวก แก้ไขปัญหา และรับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันมีศูนย์ช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว (Tourist Assistance Center : TAC) 17 แห่ง และศูนย์ประสานงานช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว จำนวน 62 แห่ง รวมทั้งหมด 79 แห่ง ทั่วประเทศ มีเจ้าหน้าที่ TAC (Tourist Assistance Center) จำนวน 260 คน ประจำอยู่ตามสนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือและจุดท่องเที่ยวตามจังหวัดต่างๆ พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประสานงานเพื่อแก้ไขปัญหา

เฉพาะหน้า การดำเนินงานดังกล่าวยังครอบคลุมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และสิ่งแวดล้อม อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Tourism) และสนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยในฐานะประเทศปลายทางที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยและการดูแลนักท่องเที่ยวในระดับสากล จากผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (TAC) พบว่ามี ระดับความพึงพอใจสูงถึงร้อยละ 98.64 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญ อำนาจความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รับเรื่องร้องเรียนร้องทุกข์ และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ การดำเนินงานยังช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการดูแลนักท่องเที่ยว รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำหน้าที่ “เจ้าบ้านที่ดี” ซึ่งนอกจากจะสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย ยังนำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยว สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วประเทศอย่างเป็นรูปธรรม



(3) การบูรณาการระบบบริการรับแจ้งเหตุเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ร่วมกับสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ ได้ดำเนินการบูรณาการระบบบริการรับแจ้งเหตุผ่านหมายเลขโทรศัพท์ Call Center 1155 และสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ หมายเลข 1669 โดยพัฒนาระบบประสานงานแบบรวมศูนย์ เพื่อยกระดับการให้บริการและการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และระบบ Call Center แบบรวมศูนย์นี้สามารถเชื่อมโยงการปฏิบัติงานระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็วและเป็นระบบส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ประสบเหตุหรือพบปัญหา ระหว่างการเดินทางได้รับความช่วยเหลืออย่างทันท่วงที ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยวได้ให้บริการผ่านระบบดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย การดูแล และการอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลจากการดำเนินงาน ไม่เพียงช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยในฐานะประเทศที่มีมาตรฐานการดูแลนักท่องเที่ยว

ในระดับสากล แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างรายได้การจ้างงาน และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

แนวทางที่ 3 พัฒนาและส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวคุณภาพสูง พัฒนาและส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวคุณภาพสูงครอบคลุมรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เช่น การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

1) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

(1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม: กิจกรรม

“มหกรรมดนตรีกับสายน้ำ สราญรมย์ซมโขง (Khong Music Festival)” โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดหนองคาย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับอำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้จัดกิจกรรม “มหกรรมดนตรีกับสายน้ำ สราญรมย์ซมโขง (Khong Music Festival)” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม รวมถึงกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดหนองคายโดยกิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดลุ่มแม่น้ำโขง โดยใช้ศักยภาพด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และระบบคมนาคมที่เอื้อต่อการเดินทาง ทั้งทางอากาศและทางถนนเป็นจุดแข็งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งภายในงานประกอบด้วยกิจกรรมหลากหลาย อาทิ การจัดพื้นที่ จุดเช็คอิน “เรือนแสง” และอุโมงค์ไฟหลากสี เลียบแม่น้ำโขง การจำลองบรรยากาศเมืองลุ่มน้ำโขงจาก 5 จังหวัด ได้แก่ เลย หนองคาย บึงกาฬ นครพนม และมุกดาหาร กิจกรรมล่องเรือชมแม่น้ำโขง และทัศนียภาพอันงดงามของอำเภอศรีเชียงใหม่ การจัดแสดงและจำหน่าย สินค้า OTOP และของที่ระลึก จากทั้ง 9 อำเภอในจังหวัดหนองคาย คอนเสิร์ตมหกรรมดนตรี โดยศิลปินชื่อดังจากประเทศไทยและ สปป.ลาว พร้อมโชว์ความสามารถทางดนตรีจากเยาวชนในพื้นที่ กิจกรรมนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงดนตรี วัฒนธรรม วิถีชีวิต และธรรมชาติริมฝั่งโขงเพื่อสร้างรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก และยกระดับภาพลักษณ์จังหวัดหนองคายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งความสุขของกลุ่มน้ำโขง จากการจัดกิจกรรมดังกล่าว มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่า 1,000 คน สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวภายในจังหวัดหนองคาย จำนวน 22,630,000 บาท เมื่อเทียบกับปี 2567 ซึ่งมีรายได้ จำนวน 18,712,799 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 20.97 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง คิดเป็นร้อยละ 98



(2) ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬา

ระดับโลก โดยการกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และภาคเอกชน โดยกิจกรรมดังกล่าวมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และกระตุ้นเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ โดยได้ตั้งเป้าหมายในปี 2568 เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ทั้งในด้านรายได้ การจ้างงาน การใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงาน และการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับประเทศไทยในเวทีระดับโลก โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

(2.1) การจัดการแข่งขัน PT Grand Prix of Thailand 2025

ระหว่างวันที่ 25 – 27 ตุลาคม 2567 ณ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จ.บุรีรัมย์ โดยมีการแข่งขัน 3 รุ่น ได้แก่ MotoGP, Moto2 และ Moto3 และกิจกรรมศึกมวยไทย วิถีถิ่นไทย ณ ลานกิจกรรม สนามช้าง เป็นกิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ศิลปปะการต่อสู้อันเป็นเอกลักษณ์ และเป็นมรดกประจำชาติไทย ที่คนทั่วโลกให้ความสนใจและเป็นหนึ่งใน Soft Power ที่เผยแพร่สู่สายตาชาวต่างชาติ ทั้งนี้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ จำนวน 4,759 ล้านบาท และมีผู้เข้าร่วมงาน ประมาณ 205,343 คน และเมื่อเทียบกับการจัดการแข่งขันเมื่อปีงบประมาณ 2567 (ระหว่างวันที่ 27-29 ตุลาคม 2566) ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ จำนวน 4,493 ล้านบาท จะพบว่าสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เพิ่มขึ้นจำนวน 266 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละเพิ่มขึ้น 5.9

(2.2) การจัดการแข่งขัน PT Grand Prix of Thailand 2025

(ครั้งที่ 2) ระหว่างวันที่ 28 กุมภาพันธ์ - 2 มีนาคม 2568 ณ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จ.บุรีรัมย์ โดยมีการแข่งขัน 3 รุ่น ได้แก่ MotoGP, Moto2 และ Moto3 และกิจกรรมศึกมวยไทย วิถีถิ่นไทย ณ ลานกิจกรรม สนามช้าง เป็นกิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ศิลปปะการต่อสู้อันเป็นเอกลักษณ์ และเป็นมรดกประจำชาติไทยที่คนทั่วโลกต่างให้ความสนใจและเป็นหนึ่งใน Soft Power ที่เผยแพร่สู่สายตาชาวต่างชาติ ทั้งนี้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ จำนวน 5,043 ล้านบาท และมีผู้เข้าร่วมงาน ประมาณ 222,634 คน และเมื่อเทียบกับการจัดการแข่งขันเมื่อปีงบประมาณ 2568 (ครั้งที่ 1) ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ จำนวน 4,759 ล้านบาท จะพบว่าสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เพิ่มขึ้นจำนวน 284 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละเพิ่มขึ้น 6.0



(3) สนับสนุนการจัดการแข่งขันกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (Sports Tourism) ตามโมเดลเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Model) โดยการกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมกีฬาจังหวัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และภาคเอกชน โดยได้ตั้งเป้าหมายในปี 2568 เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ทั้งในด้านรายได้ การจ้างงาน การใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงาน และการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับประเทศไทยในเวทีระดับโลก โดยได้ดำเนินการจัดการแข่งขัน Hoka Chiang Mai Thailand by UTMB 2024 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 5-8 ธันวาคม 2567 ณ สวนองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ (หนองเขียว) จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) และยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางด้านการจัดกิจกรรมกีฬาระดับนานาชาติ กิจกรรมดังกล่าวเป็นการสานต่อความสำเร็จจากรายการ DOI INTHANON THAILAND by UTMB และได้รับการรับรองให้เป็นสนาม Major ของ UTMB World Series อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ซึ่งถือเป็นสนามเดียวในทวีปเอเชีย โดยมีการพัฒนารูปแบบการจัดการแข่งขันให้ได้มาตรฐานสากล ครอบคลุมทั้งด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมในแนวทาง Net Zero ความปลอดภัย การแพทย์ฉุกเฉิน และการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่จัดงาน การแข่งขันของรายการนี้ ถือเป็นความท้าทายอีกขั้นของหน่วยงานด้านการกีฬาของประเทศ สำหรับการเพิ่มศักยภาพของการเป็นสนาม Major ของ UTMB World Series ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยสร้างมาตรฐานการจัดงานที่ดีมากยิ่งขึ้นมีการพัฒนาสนามแข่งขันในหลายด้าน เช่น พัฒนาเส้นทางการแข่งขัน พัฒนาระบบการจัดการแข่งขันในด้าน Net Zero ตอกย้ำภาพความเป็นผู้นำของการจัดแข่งขันวิ่งเทรลสนามหนึ่งเดียวของทวีปเอเชีย และมีชาวต่างชาติสมัครเข้าร่วมการแข่งขันกว่า 64 ประเทศ มากกว่า 7,000 คนทั่วโลก การแข่งขัน Hoka Chiang Mai Thailand by UTMB 2024 แบ่งการแข่งขันออกเป็น 5 ระยะทาง ดังนี้ 1. 100M Category: TRANS-INT 160 ระยะทาง 174 กิโลเมตร 2. 100K Category: ELEPHANT 100 ระยะทางเทรล 94 กิโลเมตร 3. 50K Category: HMONG 50 ระยะทางยอดนิยม 54 กิโลเมตร 4. 20K Category: SUTHEP 20 ระยะทางเทรล 24 กิโลเมตร และ 5. CHEDI 10 ระยะทางวิ่ง 12 กิโลเมตร ทั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมงานทั้งหมดมากกว่า 15,000 คน สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจำนวน 1,163 ล้านบาท และเมื่อเทียบกับการจัดการแข่งขันเมื่อปีงบประมาณ 2567 ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ จำนวน 831 ล้านบาท จะพบว่าสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เพิ่มขึ้น จำนวน 332 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละเพิ่มขึ้น 39.95



(4) การขยายฐานตลาดและกระตุ้นการใช้จ่านักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั่วไปกลุ่มตลาดกลาง-บน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับสื่อมวลชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว กลุ่ม Travel Agent ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย และสายการบิน ดำเนินการ ดังนี้

(4.1) ดำเนินการขยายฐานตลาดใหม่ (First visit) โดยการส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรทั้ง Offline Agents และ Online Agents สายการบิน บริษัทนำเที่ยว เสนอขายรายการสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ และสร้างคุณค่าและประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่ม First Visit อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแฟรงก์เฟิร์ต ดำเนินโครงการ First visit Thailand เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม First visit ชาวเยอรมันเดินทางสู่ประเทศไทย ผ่านการร่วมกับ Bangkok Airways เข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย F.re.e München 2025 และงาน CMT Stuttgart 2025 งานส่งเสริมการขายที่สำคัญของตลาดเยอรมนี โดยมีจำนวน Exhibitor เข้าร่วมงานจำนวน 1,000 บริษัท รวมไปถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตร บริษัทนำเที่ยว แพลตฟอร์มต่างๆ ผ่านการ Joint Promotion/Joint Advertising และเข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย Consumer Fair และ Travel Fair ในพื้นที่ตลาดเป้าหมาย รวมถึงร่วมเดินทางสำรวจความพร้อมของสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว (First Visit) เพื่อดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และจัดทำเส้นทางเสนอขาย ส่งผลให้เกิดการรับรู้ จำนวน 403,078,057 คน-ครั้ง จากเป้าหมาย 60,000,000 คน-ครั้ง เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 343 ราย จากเป้าหมาย 65 ราย สินค้า/บริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ถูกผลักดันเข้าสู่กระบวนการนำเสนอ/ เสนอขาย จำนวน 17 รายการ จากเป้าหมาย 40 รายการ

(4.2) ส่งเสริมตลาดกลุ่มศักยภาพ (Revisit) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานโซล ดำเนินโครงการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวกลุ่ม Revisit เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางไปยังประเทศไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว Revisit ได้แก่ กลุ่ม Millennial Family Gen-Y Gen-Z Incentive และกลุ่ม Leisure โดยได้ Sales Call จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรในพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่ม Revisit ซึ่งได้ทำการส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรทั้ง Offline Agents และ Online Agents สายการบิน บริษัทนำเที่ยว เสนอขายรายการสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ และสร้างคุณค่าและประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมกลุ่ม Re Visit ผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสำหรับดำเนินการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ประเทศไทย (Content Marketing) โดยเล่าเรื่องผ่านผู้มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์ และออฟไลน์ โดยมุ่งเน้นการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย Soft Power ที่น่าสนใจ รวมถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สอดแทรกการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปยังกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ตลาด ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเมืองหลักและเมืองรอง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยและชุมชนเจ้าของสินค้าท่องเที่ยวได้รับรายได้เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม Re Visit ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้เกิดการรับรู้ จำนวน 545,813,642 คน-ครั้ง จากเป้าหมาย 90,000,000 คน-ครั้ง เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 187 ราย จากเป้าหมาย 55 ราย สินค้า/บริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ถูกผลักดันเข้าสู่กระบวนการนำเสนอ/ เสนอขาย จำนวน 84 รายการ จากเป้าหมาย 60 รายการ

(5) การขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศและสถานทูต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม สื่อมวลชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว กลุ่ม Travel Agent Influencer สายการบิน และห้างสรรพสินค้า ดำเนินการ ดังนี้

(5.1) ส่งเสริมกลุ่ม Romance โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงเทพฯ ได้นำผู้ประกอบการท่องเที่ยวและสื่อมวลชนในพื้นที่ ไปสำรวจสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ 5 Must Do และเมืองน่าเที่ยวของประเทศไทยเชิญผู้แทนบริษัทนำเที่ยว 6 ราย จากสาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐโปแลนด์ และสาธารณรัฐฮังการี โดยเน้นกลุ่ม Quality Leisure Travelers เข้าร่วมกิจกรรม Amazing Thailand Mega Romance FAM Trip ระหว่างวันที่ 15-21 กุมภาพันธ์ 2568 ใน 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทาง Ocean Escape to the East กรุงเทพฯ-ชลบุรี-ตราด-กรุงเทพฯ และเส้นทาง Enchanting Rendezvous in Krabi & Trang กรุงเทพฯ-กระบี่-ตรัง-กรุงเทพฯ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้แทนบริษัทนำเที่ยวที่มีการเสนอขายประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ เดินทางมาสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวของประเทศไทย พร้อมเข้าร่วมกิจกรรม Debrief เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนรับฟังข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นหลังจากการสำรวจเส้นทาง รวมไปถึงทำการตลาดเพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มคู่รัก ผ่านการส่งเสริมการขายร่วมกับบริษัทนำเที่ยวเฉพาะด้าน Wedding & Honeymoon และบริษัทจัดงานแต่งงาน (Joint Sales Promotion) และเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยว Consumer Fair สำหรับกลุ่มตลาด Wedding & Honeymoon เพื่อประชาสัมพันธ์/สร้างการรับรู้และต่อยอดภาพลักษณ์ประเทศไทย ในฐานะเพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่ความเป็น Affordable Wedding Destination และเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมที่อยู่ในใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Wedding & Honeymoon ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้เกิดการรับรู้ จำนวน 57,748,893 คน-ครั้ง จากเป้าหมาย 22,000,000 คน-ครั้ง เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 200 ราย จากเป้าหมาย 250 ราย สินค้า/บริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่ถูกผลักดันเข้าสู่กระบวนการนำเสนอ/ เสนอขาย จำนวน 10 รายการ จากเป้าหมาย 15 รายการ

(5.2) ส่งเสริมกลุ่ม Green Tourism โดยทำการส่งเสริมการขาย ร่วมกับบริษัทนำเที่ยวที่ดำเนินการด้าน Responsible Tourism (Joint Promotion) ในพื้นที่ตลาดต่างประเทศ และจัดกิจกรรม DMC/Agent/Media FAM Trip สำรวจสินค้าและบริการด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ รวมทั้ง โฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าบริการท่องเที่ยวไทยสำหรับกลุ่ม Green tourism ของประเทศไทยผ่านสื่อในพื้นที่ตลาดทั้ง Offline และ online เพิ่มระยะเวลาการพำนักรวมและเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Green Tourism ผ่านกิจกรรมหรือเส้นทางท่องเที่ยวด้าน Green Tourism การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้เกิดการรับรู้ จำนวน 7,450,369 คน-ครั้ง จากเป้าหมาย 8,000,000 คน-ครั้ง เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 21 ราย จากเป้าหมาย 50 ราย สินค้า/บริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่ถูกผลักดันเข้าสู่กระบวนการนำเสนอ/ เสนอขาย จำนวน 9 รายการ จากเป้าหมาย 25 รายการ ทั้งนี้ สามารถปลูกจิตสำนึกให้คนในแหล่งท่องเที่ยว/ชุมชน อนุรักษ์และใส่ใจสิ่งแวดล้อม พร้อมให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ประเทศไทยสามารถยกระดับมาตรฐานและภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว ผ่านการมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพมีความต้องการมีส่วนร่วมกับชุมชนต้องการรักษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

(6) การขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสื่อมวลชน สมาคมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว สายการบิน นักกีฬาทั้งในและต่างประเทศ ผู้ประกอบการสนามกีฬา ร่วมกันจัดและ/หรือจัดกิจกรรมแข่งขันกีฬา ในประเทศไทย อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน สิงคโปร์ ดำเนินโครงการ Thailand...Sports Station (SG Market) เพื่อขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยว ไปยังกลุ่มกอล์ฟ วังมาราธอน ชีจกรยาน และส่งเสริมให้เกิดการเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมดังกล่าวในประเทศไทยมากขึ้น Joint Promotion กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มกีฬากอล์ฟ มาราธอน จักรยานและอื่นๆ สามารถสร้างยอดขายตลอดทั้งโครงการ 4,008 PAX ซึ่งประเทศไทยร่วมเป็นเจ้าภาพในการเลี้ยงอาหาร และเครื่องดื่ม สนับสนุนของที่ระลึก หรือรูปแบบที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในการจัดกิจกรรมด้านกีฬาที่มีนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติจากกลุ่มประเทศที่ชื่นชอบและสนใจเข้าร่วม และจัดกิจกรรม DMC Golf FAM Trip/Trade Meet หรือกิจกรรมการเสวนากับพันธมิตรในพื้นที่ เพื่อนำผู้ประกอบการนำเที่ยวด้านกอล์ฟในประเทศไทย เดินทางสำรวจเส้นทางที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะนำมาเสนอขาย เป็นการสำรวจเส้นทางและ หาพันธมิตรใหม่ๆ ให้กับผู้ประกอบการไทย อีกทั้งโฆษณาและประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมกีฬา ที่จัดในประเทศไทยและสินค้าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในสื่อต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ออนไลน์และออฟไลน์ จากการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้เกิดการรับรู้ จำนวน 137,051,495 คน-ครั้ง จากเป้าหมาย 50,000,000 คน-ครั้ง เกิดเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 68 ราย จากเป้าหมาย 30 รายการ เกิดการจัดกิจกรรม Agent & Media Fam Trip ให้กับสื่อมวลชน/ผู้ประกอบการเดินทางมาสำรวจและบริการท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพ จำนวน 10 ครั้ง จากเป้าหมาย 15 ครั้ง

2. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(1) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร โดยกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวและชุมชน ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร ผ่านการพัฒนา ศูนย์เวลเนส และศูนย์เวลเนส อัตลักษณ์ไทย ที่สามารถมอบประสบการณ์สุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งการดำเนินงานมุ่งเน้นการใช้แบบจำลองเศรษฐกิจที่ยั่งยืน เพื่อสร้างรายได้กระจายสู่ชุมชน และส่งเสริม Soft Power ด้านสุขภาพและวัฒนธรรมไทยสู่เวทีโลกอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการดำเนินงาน 3 กิจกรรมภายใต้โครงการ ดังนี้

(1.1) ขับเคลื่อนการยกระดับให้เกิดมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในชุมชนและบริการที่เกี่ยวข้องกับศูนย์เวลเนส ศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย ชุมชนสุขภาพดีและ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ โดยร่วมกันจัดทำรูปแบบบริการและผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐาน ในศูนย์เวลเนส ศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย ให้มีรูปแบบบริการและผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Role Model) ได้รับการถ่ายทอดไปยังผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวใน 77 จังหวัด จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรในชุมชน และบริการ รวม 401 รายการ โดยกองวิชาการและแผนงานมี 27 รายการ กองเศรษฐกิจสมุนไพร จำนวน 374 รายการ

(1.2) การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากร ด้านสุขภาพในภาคการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ได้ดำเนิน โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความสำเร็จ การแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร เพื่อให้มีความรู้ ทักษะ และมาตรฐานการบริการ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศ โดยกิจกรรม

หลักประกอบด้วยการพัฒนาองค์ความรู้ใน 2 เรื่องสำคัญ ได้แก่ นวดไทยเพื่อสุขภาพและนวดอัตลักษณ์ไทย พร้อมทั้งจัดอบรมทักษะด้านการ สื่อสารภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ) สำหรับผู้ให้บริการนวดไทย เพื่อยกระดับการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้ มีผู้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรนวดไทยเพื่อสุขภาพ (150 ชั่วโมง) โดยได้รับการรับรองจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพชรบุรีและบุรีรัมย์ จำนวน 5,000 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 ของเป้าหมาย 10,000 ราย นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์แผนไทยและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านภูมิปัญญาไทยและอัตลักษณ์ไทยรวมทั้งสิ้น 26,570 คน ผ่านกิจกรรมจัดอบรมทั้งในรูปแบบ Onsite และ Online รวม 3 ครั้ง การดำเนินงานดังกล่าวเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานบริการสุขภาพไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน ผ่านการสร้างคุณค่าและอัตลักษณ์ไทยในสายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก



(1.3) ดำเนินมาตรการเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

โดยกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นระบบ โดยใช้การแพทย์แผนไทยการแพทย์ทางเลือก และสมุนไพรเป็นกลไกสำคัญ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีการประเมินรับรองและยกระดับ มาตรฐานบริการการนวดไทย และการพัฒนา ศูนย์ Wellness และศูนย์ Wellness อัตลักษณ์ไทยอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งได้ดำเนินการลงพื้นที่ประเมินศูนย์ Wellness และศูนย์ Wellness อัตลักษณ์ไทยใน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สุโขทัย พระนครศรีอยุธยาแพร่ เชียงราย ร้อยเอ็ด พะเยา น่าน ชลบุรี และนครศรีธรรมราช พร้อมทั้งคัดเลือกชุมชนสุขภาพดี (Wellness Community) ซึ่งจากการประเมินในจังหวัดแพร่และสุราษฎร์ธานี มีชุมชนผ่านเกณฑ์รับรองแล้วจำนวน 5 แห่ง จากเป้าหมาย 50 แห่ง ในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้มีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงความประสงค์ เข้ารับการประเมินความพร้อมด้านภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร จำนวน 117 แห่ง (จากเป้าหมายไม่น้อยกว่า 150 แห่ง) ในการประเมินรอบแรก ปีงบประมาณ 2568 นอกจากนี้ ได้มีการจัดนิทรรศการส่งเสริมภาพลักษณ์ ศูนย์ Wellness และศูนย์ Wellness อัตลักษณ์ไทย จำนวน 4 ครั้ง เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง เสริมสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการด้านสุขภาพ และยกระดับสถานประกอบการให้มีมาตรฐานบริการรองรับ ตลาดสุขภาพเชิงท่องเที่ยว ปัจจุบัน มีศูนย์ Wellness อัตลักษณ์ไทยที่ได้รับการยกระดับมาตรฐานบริการแล้ว

จำนวน 13 แห่ง และอยู่ระหว่างการประเมินเพิ่มเติมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 200 แห่งในปี 2568 ภายใต้กระบวนการจัดทำเกณฑ์การประเมินอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ การส่งเสริมและพัฒนาดังกล่าวไม่เพียงสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรและบริการสุขภาพแต่ยังช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก และส่งเสริมความยั่งยืนในระดับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม



(2) การขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสื่อมวลชน สมาคมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว สายการบิน และบริษัทประกัน ได้ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness in Thailand) เพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพทั้งในและต่างประเทศ โดยกิจกรรมประกอบด้วย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ การจัดสัมมนาพิเศษเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านบริการสุขภาพในประเทศไทย และการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิงลึกในแต่ละตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้และต่อยอดภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพที่มีมาตรฐานระดับสากล และให้บริการสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังได้ดำเนินโครงการ "Warm Retreat & Relaxation in Thailand" ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานมอสโก ร่วมกับสายการบิน Aeroflot Russian Airlines เนื่องในโอกาสเปิดเส้นทางบินใหม่ St. Petersburg - Bangkok โดยจัดกิจกรรม Product Update ให้กับ Tour Operator และ Travel Agency ในเมือง St. Petersburg จำนวน 50 ราย เพื่อแนะนำสินค้าและบริการด้าน Health & Wellness ในพื้นที่เป้าหมาย เช่น อยุธยา กาญจนบุรี หัวหิน เชียงใหม่ เชียงราย พัทลุง เกาะช้าง สมุย พะงัน เต่า กระบี่ และเขาหลัก ผลจากการดำเนินงานทำให้เกิดการรับรู้สื่อรวมทั้งสิ้น 55,466,294 คน-ครั้ง และกิจกรรม Agent & Media Fam Trip ให้แก่สื่อและผู้ประกอบการร่วมสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ จำนวน 5 ครั้ง จากเป้าหมาย 10 ครั้ง ในปี 2568 การดำเนินการดังกล่าวช่วยยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกระตุ้นการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวสุขภาพคุณภาพสูงในตลาดเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

3. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ

(1) การพัฒนาและปรับปรุงท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยว โดยกรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม ได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 8 แห่ง โดยมุ่งเน้นการยกระดับท่าเรือเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้สามารถเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวทางน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ โครงการดังกล่าว มีวัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวทางน้ำ ส่งเสริมระบบคมนาคมขนส่งทางน้ำ ให้มีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สนับสนุนการท่องเที่ยวทางน้ำโดยเรือสำราญ (Cruise Tourism) และจัดระเบียบการใช้งานท่าเรือ อย่างเป็นระบบและเหมาะสม และยังเป็นการยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ปัจจุบันโครงการอยู่ระหว่างการดำเนินงาน 8 แห่ง โดยมุ่งหวังให้โครงสร้างพื้นฐานด้านท่าเรือสามารถตอบสนองต่อการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวทางน้ำได้อย่างยั่งยืน

(2) การขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนิยามความหรูหรา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High-End หรือ Luxury Travelers โดยความร่วมมือกับสื่อมวลชน สมาคมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว สายการบิน และพันธมิตรระดับโลก ผ่านกิจกรรมทางการตลาดทั้งในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ กิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการ ได้แก่ การจัด Thailand Luxury Product Presentation เพื่อสร้างเครือข่ายและนำเสนอสินค้าและบริการระดับพรีเมียมของประเทศไทยในพื้นที่ตลาดเป้าหมาย, การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อท้องถิ่นและภูมิภาคทั้งแบบ Offline และ Online เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายระดับบน, การทำ Joint Promotion และ Co-branding กับ Premium Brand Products และพันธมิตรระดับโลก, การเข้าร่วมงาน Travel Fair / Consumer Fair สำหรับตลาดบนโดยเฉพาะ ตัวอย่างการดำเนินงาน อาทิ โครงการ "HEA - Go with the Flow" โดย ททท. สำนักงานฮ่องกง ซึ่งร่วมกับพันธมิตร เช่น สายการบิน บริษัทนำเที่ยว และ OTA เพื่อส่งเสริมการขายผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยสามารถสร้างยอดขายได้ 18,671 ราย (PAX) ทั้งนี้ จากการดำเนินงานส่งผลให้เกิดการรับรู้สื่อรวมทั้งสิ้น 276,920,687 คน-ครั้ง จากเป้าหมาย 90,000,000 คน-ครั้ง มีการจัด Agent & Media Fam Trip สำหรับสำรวจสินค้าและบริการในประเทศไทย จำนวน 4 ครั้ง จากเป้าหมาย 10 ครั้ง ในปี 2568 ส่งผลให้รายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องมีรายได้เพิ่มขึ้น และสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับโลก การดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวมีส่วนสำคัญต่อการยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวหรูหราระดับโลก และส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มตลาดคุณภาพสูงอย่างเป็นรูปธรรม

4. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

(1) ก่อสร้างและพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว โดยกรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมจากเดิมที่เคยชำรุดทรุดโทรมให้เป็นระเบียบสวยงาม จำนวน 18 แห่ง ในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดกระบี่ จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง จังหวัดระนอง จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสตูล จังหวัดแพร่ จังหวัดพังงา จังหวัดชุมพร จังหวัดตราด และเลย เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการปรับปรุงฟื้นฟูพัฒนาและมีศักยภาพ มีความสะดวก ปลอดภัยในการใช้งานและเป็นมิตรกับผู้ใช้ยานทุกวัย ประชาชนในพื้นที่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานมีความสะดวกสบาย เป็นเมืองที่น่าอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถเพิ่มสภาพเศรษฐกิจให้มีความมั่นคง พื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว

และกิจกรรมของพื้นที่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่จับจ่ายทำให้สภาพเศรษฐกิจของพื้นที่มีความแข็งแกร่งมากขึ้น ปัจจุบันดำเนินการเสร็จสิ้น จำนวน 4 แห่ง และอยู่ระหว่างการดำเนินงาน จำนวน 14 แห่ง

(2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มอาเซียน (ASEAN Connectivity) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับสื่อมวลชน สมาคมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว สายการบิน และกระทรวงการต่างประเทศ ได้ดำเนินกิจกรรมดังนี้

(2.1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน ภายใต้แนวคิด ASEAN Connectivity เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการเดินทางระหว่างประเทศไทยกับภูมิภาคอาเซียน (AEC) โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายผ่านรูปแบบ Joint Advertising / Joint Promotion การนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง เช่น คาราวานรถยนต์ระหว่างประเทศ การจัดงาน Thailand Travel Mart Plus (TTM+) ซึ่งเป็นเวทีส่งเสริมการขายระดับนานาชาติ ร่วมกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มลุ่มน้ำโขง และหน่วยงานเอกชนในประเทศไทย ยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคุณหมิง ดำเนินโครงการ AEC Connect to Thailand เพื่อกระตุ้นการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างจีน-ไทย และจากประเทศไทยสู่ภูมิภาคอาเซียน ผ่านช่องทางคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ โดยความร่วมมือกับพันธมิตรในลักษณะ Joint Sales/Promotion สามารถสร้างยอดขายการเดินทางรวมทั้งสิ้น 1,740 ราย (PAX) การดำเนินงานดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวในภูมิภาค และเสริมสร้างบทบาทของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอาเซียนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ปัจจุบันการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยว ASEAN Connectivity ทำให้เกิดการนัดหมายเจรจาทางธุรกิจ 3,195 นัดหมาย จากเป้าหมาย 8,000 นัดหมาย ในปี 2568

(2.2) การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศภายใต้กรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศตามกรอบที่กำหนด ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี โดยมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องภายใต้กรอบความร่วมมือสำคัญ ได้แก่ อาเซียน (ASEAN), GMS, ACMECS, IMT-GT และ BIMSTEC รวมถึงการเป็นสมาชิกขององค์กรระหว่างประเทศ อาทิ PATA (Pacific Asia Travel Association) และ WTTC (World Travel & Tourism Council) เพื่อขยายบทบาทของประเทศไทยในเวทีการท่องเที่ยวระดับโลกซึ่งกิจกรรมสำคัญประกอบด้วยการเข้าร่วมประชุมภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ การจัดสัมมนาแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้ประกอบการไทยและประเทศสมาชิก การสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่มีศักยภาพ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่เส้นทางท่องเที่ยวข้ามพรมแดน จากการดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้เกิดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และนำไปสู่การกระจายรายได้ในระดับภูมิภาคของประเทศสมาชิก ตัวอย่างการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ การเข้าร่วมประชุมนำเสนอผลการศึกษการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเรือสำราญในอนุภูมิภาค IMT-GT ณ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา, การเข้าร่วมคณะเดินทางเยือนประเทศมาเลเซีย ภายใต้แนวคิด "Six Countries, One Destination" ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ เพื่อหารือแนวทางความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน แนวทางความร่วมมือดังกล่าวไม่เพียงเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศสมาชิกยังเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การกระจายรายได้ และการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับภูมิภาค ทั้งนี้ ปัจจุบันการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศภายใต้กรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว สร้าง/เพิ่มโอกาสและความร่วมมือทางธุรกิจให้กับพันธมิตรรายใหม่ จำนวน 2 ราย จากเป้าหมาย 5 รายภายในปี 2568

ปัญหา อุปสรรค

1. ด้านงบประมาณและการบริหารจัดการ

(1) งบประมาณแผนงานบูรณาการมีการกำหนดสาระสำคัญไว้ค่อนข้างกว้างทำให้ไม่เห็นความเชื่อมโยงของการดำเนินงานของกระทรวงที่เกี่ยวข้องกันได้อย่างเป็นรูปธรรม ประกอบกับการจัดตั้งส่วนราชการที่มีกฎหมายรองรับและมีการระบุภารกิจความรับผิดชอบตามกฎหมาย ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการบูรณาการข้ามกระทรวง ส่งผลให้แต่ละส่วนราชการมุ่งเน้นการดำเนินงานในภารกิจในส่วนที่ตนเองรับผิดชอบตามที่ได้รับไว้ในกฎหมายมากกว่าการให้ความสำคัญกับการนำส่งผลลัพธ์ร่วมกันกับส่วนราชการอื่น จึงส่งผลให้ส่วนราชการไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับงบประมาณแผนงานบูรณาการเท่าที่ควร และผลกระทบที่สำคัญอีกประการคือ การเข้าใจความหมายของคำว่าบูรณาการในทางกฎหมายของส่วนราชการนั้นมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกันและไม่มีความเป็นเอกภาพ

(2) การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐมีขั้นตอนหลายขั้นตอนโดยหน่วยงานต้องดำเนินการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้างแต่ละวิธีมีเงื่อนไขและข้อกำหนดที่แตกต่างกัน ระบบ e-GP ที่ใช้สำหรับจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐมีความยุ่งยากในการดำเนินงาน โดยเฉพาะกับหน่วยงานที่ยังขาดความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาจเกิดปัญหาทางเทคนิค เช่น ระบบล่ม หรือข้อผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล ทำให้กระบวนการต้องเริ่มใหม่ ประกอบกับข้อโต้แย้งจากผู้เสนอราคาในบางกรณีมีการยื่นอุทธรณ์ ส่งผลให้โครงการต้องหยุดชะงักและเข้าสู่กระบวนการพิจารณาใหม่ ซึ่งกระบวนการพิจารณาข้อโต้แย้งใช้เวลานานและบางครั้งอาจนำไปสู่การจัดซื้อจัดจ้างใหม่ทั้งหมด ทำให้โครงการดำเนินการไม่ทันตามแผน เพิ่มต้นทุนลดความเชื่อมั่นของภาคเอกชน และเสียโอกาสทางเศรษฐกิจ

(3) ความล่าช้าในการเบิกจ่ายงบประมาณภาครัฐ โดยเฉพาะในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือส่งเสริมภาคการท่องเที่ยว ส่งผลให้ไม่สามารถส่งมอบผลผลิตหรือดำเนินกิจกรรมได้ภายในกรอบเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจทำให้ผลสัมฤทธิ์ของแผนงานลดลงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ นอกจากนี้การเบิกจ่ายที่ล่าช้ายังส่งผลต่อความต่อเนื่องของกิจกรรม เช่น การจัดงาน การอบรม การประชาสัมพันธ์ หรือการบูรณาการร่วมกับภาคเอกชน ซึ่งล้วนต้องอาศัยการดำเนินงานอย่างทันท่วงที หากไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน จะส่งผลให้ขาดช่วงในการสร้างผลลัพธ์ต่อกลุ่มเป้าหมาย และลดทอนความเชื่อมั่นต่อประสิทธิภาพของภาครัฐอย่างใดก็ตาม ความล่าช้าในการเบิกจ่ายมักเชื่อมโยงกับกระบวนการอนุมัติงบประมาณที่ล่าช้า ระบบเอกสารที่ซับซ้อน และขาดกลไกในการเร่งรัดในระดับหน่วยปฏิบัติ การปรับปรุงประสิทธิภาพด้านนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้แผนงานภาครัฐสามารถขับเคลื่อนนโยบายและตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที

(4) การก่อสร้างในทะเลมักประสบข้อจำกัดจากสภาพอากาศ เช่น มรสุมและคลื่นลมแรง ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานไม่สามารถทำได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ลักษณะภูมิประเทศใต้ทะเลที่เปลี่ยนแปลงจากแผนเดิม เช่น การทรุดตัวหรือการพังทลายของพื้นทะเล อาจทำให้ต้องปรับแก้แบบก่อสร้างส่งผลต่อระยะเวลาและต้นทุนของโครงการ

(5) แนวคิด “ชุมชนสุขภาพดี” เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยวยังขาดความเข้าใจในมิติของสุขภาวะและประโยชน์ที่จะได้รับจากการยกระดับพื้นที่เป็นชุมชนสุขภาพดี ส่งผลให้การมีส่วนร่วมและการขับเคลื่อนเชิงนโยบายในระดับพื้นที่ยังไม่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

(6) การดำเนินโครงการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวต้องใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการสำรวจผู้ประกอบการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลในภาพรวมของประเทศ ซึ่งต้องรอการจัดเก็บข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามปีปฏิทิน จึงทำให้ไม่สามารถประมวลผลข้อมูลได้ทันภายในปีงบประมาณ

(7) การจองพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการในงานระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ มักต้องดำเนินการล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 1 เดือน เนื่องจากมีหน่วยงานภายนอกและภาคเอกชนจำนวนมากแสดงความสนใจจองพื้นที่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม กระบวนการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องผ่านขั้นตอนการพิจารณาหลายระดับ ส่งผลให้ไม่สามารถอนุมัติและเบิกจ่ายงบประมาณได้ทันตามกำหนดเวลาการจองพื้นที่ที่ต้องการ ซึ่งอาจกระทบต่อโอกาสในการเข้าร่วมงานในตำแหน่งที่มีศักยภาพและเหมาะสมต่อการสื่อสารภาพลักษณ์ของหน่วยงาน

(8) ในเดือนธันวาคม 2567 หลายจังหวัดในภาคใต้ประสบอุทกภัย ส่งผลให้หน่วยงานราชการต้องเลื่อนการจัดประชุมและกิจกรรมตามแผนการใช้งานที่งบประมาณที่กำหนดไว้ ส่งผลกระทบต่อการเบิกจ่ายและการดำเนินงานตามกรอบเวลาที่วางแผนไว้ ลดประสิทธิภาพในการส่งมอบผลผลิตของแผนงานในภาพรวม

2. ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

(1) ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2568 เศรษฐกิจโลกยังคงเผชิญกับความไม่แน่นอนจากหลากหลายปัจจัย อาทิ ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ ราคาพลังงานที่ผันผวน การฟื้นตัวอย่างไม่ทั่วถึงหลังวิกฤตโควิด-19 และปัญหาหนี้สาธารณะในหลายประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และฝรั่งเศส สถานการณ์เหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการบินของภาคครัวเรือน รวมถึงการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นอกจากนี้ อัตราเงินเฟ้อที่ยังอยู่ในระดับสูงในหลายประเทศต้นทาง โดยเฉพาะในยุโรปและอเมริกาเหนือได้ส่งผลให้ประชาชนมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น โดยเฉพาะในหมวดสินค้าฟุ่มเฟือยอย่างการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมใหม่ อาทิ ลดจำนวนหรือเลื่อนการเดินทาง เลือกจุดหมายปลายทางที่ใกล้และประหยัดกว่า ลดระยะเวลาพำนักร และเน้นความคุ้มค่า (value for money) แทนการแสวงหาประสบการณ์หรูหรา

(2) ปัญหาฝุ่น PM2.5 เป็นภัยคุกคามต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะในฤดูแล้งซึ่งตรงกับช่วงที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางสูงสุด มลพิษทางอากาศส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านสุขภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสุขภาพที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ประกอบการจัดอันดับคุณภาพอากาศจากแพลตฟอร์มระดับโลก เช่น IQAir หรือ AirVisual แสดงให้เห็นว่า “เชียงใหม่” ติดอันดับเมืองที่มีคุณภาพอากาศแย่ที่สุดในโลก และในช่วงฤดูฝุ่น ส่งผลในเชิงลบต่อภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Destination) และลดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยือน

(3) ระบบขนส่งสาธารณะภายในเมืองท่องเที่ยวของไทยยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านเส้นทาง ด้านความปลอดภัย และการสื่อสารที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะการขาดระบบขนส่งมาตรฐาน เช่น รถไฟฟ้าหรือรถโดยสารประจำทางที่มีข้อมูลภาษาอังกฤษและป้ายบอกทางที่ชัดเจน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต้องพึ่งพารถแท็กซี่ รถเช่าหรือบริการรับจ้างที่มีต้นทุนสูงและขาดการควบคุมด้านคุณภาพและราคา ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนการเดินทางภายในประเทศสูงกว่าค่าเฉลี่ยในตลาดแข่งขัน และลดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และเวียดนาม ซึ่งมีระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมมากกว่า

(4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น แต่ข้อจำกัดด้านระบบขนส่งที่เชื่อมโยงเมืองหลักกับเมืองรองยังเป็นอุปสรรคสำคัญ อาทิ การเข้าถึงเมืองรองต้องพึ่งพารถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถตู้ที่ไม่มีตารางเดินรถแน่นอน ขาดระบบรางความเร็วปานกลางหรือระบบรถโดยสารสาธารณะที่เชื่อมต่อโดยตรงจากสนามบินหรือเมืองหลัก ข้อมูลการเดินทางมีจำกัดในช่องทางภาษาอังกฤษหรือแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สิ่งเหล่านี้นำไปสู่ปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองหลักและไม่สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริงตามเป้าหมายของการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(5) ภาวะความแออัดของแหล่งท่องเที่ยว (Overtourism) เกิดขึ้นเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ส่งผลให้เกิดปัญหาในการให้บริการ เช่น เวลารอคอยที่ยาวนาน ความล่าช้าในการรับสัมภาระ และบริการที่ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและครอบครัว ความแออัดไม่เพียงลดคุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว แต่ยังกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมและอัตราการกลับมาเยือนซ้ำ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นในด้านความแออัดและคุณภาพชีวิต

(6) สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศและภัยคุกคามด้านความมั่นคง เช่น สงครามระหว่างอิสราเอลกับปาเลสไตน์ในฉนวนกาซา หรือความตึงเครียดในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ยังคงเป็นปัจจัยความไม่แน่นอนที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวในระดับโลก แม้ประเทศไทยจะมีได้อยู่ในพื้นที่ความขัดแย้งโดยตรง แต่เหตุการณ์เหล่านี้สามารถส่งผลกระทบทางอ้อมต่อบรรยากาศของการเดินทางระหว่างประเทศและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ ภัยคุกคามด้านความมั่นคงในลักษณะดังกล่าวอาจส่งผลให้เกิดความลังเลในการเดินทาง โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางและยุโรป รวมถึงอาจส่งผลให้เกิดการยกเลิกหรือเลื่อนแผนการเดินทางในภูมิภาคเอเชียในภาพรวม นอกจากนี้ ภาวะตึงเครียดที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องยังอาจกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของภูมิภาค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

(7) ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้นและระดับหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยสำคัญที่จำกัดกำลังซื้อของประชาชนภายในประเทศในปี 2568 โดยเฉพาะในกลุ่มรายได้ปานกลางถึงล่าง ส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน เช่น การลดจำนวนทริป เลือกจุดหมายปลายทางใกล้บ้าน หลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และมุ่งเน้นความคุ้มค่ามากกว่าประสบการณ์พิเศษหรือหรูหรา สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจในกลุ่มที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมท่องเที่ยวที่พึ่งพาตลาดในประเทศ ซึ่งต้องปรับตัวด้วยกลยุทธ์ด้านราคาและโปรโมชั่น เพื่อรักษาปริมาณนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายภายใต้ข้อจำกัดทางเศรษฐกิจของประชาชน

(8) พฤติกรรมที่ไม่ระมัดระวังของนักท่องเที่ยว เช่น การเหยียบปะการังขณะดำน้ำหรือดำน้ำตื้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบนิเวศทางทะเลของไทย โดยเฉพาะแนวปะการังซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติสำคัญและแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก การกระทำดังกล่าวทำให้ปะการังเสียหายแตกหัก หรือฟอกขาว ซึ่งส่งผลกระทบต่อความงามและความหลากหลายทางชีวภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ผลกระทบที่ตามมาคือการลดลงของนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมดำน้ำและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ส่งผลกระทบต่อรายได้ของชุมชนและผู้ประกอบการในท้องถิ่น แม้ว่าจะมีการกำหนดมาตรการและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม แต่การบังคับใช้อย่างไม่ทั่วถึงในบางพื้นที่ยังเป็นข้อจำกัดสำคัญ ซึ่งอาจบั่นทอนความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อมาตรฐานการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของไทย

(9) คนไทยมีแนวโน้มแสดงความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะหลังการคลายล็อกดาวน์และการฟื้นฟูของภาคการท่องเที่ยวทั่วโลก ปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกนี้ มีทั้งความต้องการพักผ่อนจากความเครียดสะสม ความคิดถึงประสบการณ์ใหม่ๆ ที่หลากหลาย และการเปรียบเทียบราคาที่บางครั้งท่องเที่ยวต่างประเทศอาจคุ้มค่ากว่าการท่องเที่ยวในประเทศเองโดยคนไทยนิยมเดินทางไปยังประเทศที่มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เดินทางสะดวก ปลอดภัย และมีแคมเปญหรือโปรโมชั่นที่ดึงดูด เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน หรือบางประเทศในยุโรปที่เริ่มทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น

(10) ประชาชนจำนวนมากยังคงเผชิญกับข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ เช่น หนี้ครัวเรือน และรายได้ที่ไม่สอดคล้องกับอัตราเงินเฟ้อเมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อทริป การเดินทางไปต่างประเทศในบางเส้นทาง เช่น ญี่ปุ่น เวียดนาม หรือมาเลเซีย อาจให้ “ความคุ้มค่า” ที่สูงกว่า ทั้งในด้านบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และประสบการณ์ใหม่ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายภายในประเทศ เช่น ค่าเดินทาง ค่าอาหาร หรือค่าที่พักในบางแหล่งท่องเที่ยวอาจอยู่ในระดับใกล้เคียงหรือสูงกว่า แต่ให้ประสบการณ์ที่ผู้บริโภคมองว่า “ไม่แตกต่าง” หรือ “ซ้ำซาก” ผลกระทบที่ตามมาคือ การลดลงของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยรายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งหันไปเลือกเดินทางต่างประเทศมากขึ้น ส่งผลต่อรายได้ของผู้ประกอบการในประเทศ โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวรองหรือแหล่งที่ไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างเพียงพอ

(11) การก่อสร้างในพื้นที่จำกัด เช่น การปิดช่องจราจรเพื่อขุดวางท่อระบายน้ำในเขตเศรษฐกิจหรือชุมชนหนาแน่น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อวิถีชีวิตของประชาชน ทั้งในด้านการเดินทาง ความสะดวกในการดำรงชีวิต และสุขภาวะ ขณะเดียวกันยังอาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะธุรกิจรายย่อยในพื้นที่ หากขาดการวางแผนลดผลกระทบและการมีส่วนร่วมของประชาชน อาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจและลดทอนความเชื่อมั่นต่อกระบวนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ

ข้อเสนอแนะ

(1) ควรวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างไว้ล่วงหน้า เพื่อเตรียมความพร้อมดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างทันทีเมื่อได้รับการจัดสรรงบประมาณ ซึ่งจะทำให้หน่วยงานสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้สำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้ตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ

(2) ควรกำหนดให้มีแผนบริหารจัดการผลกระทบจากการก่อสร้าง (Construction Impact Management Plan) อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการวิเคราะห์ผลกระทบล่วงหน้า มาตรการลดผลกระทบ การจัดการจราจร และความปลอดภัย พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านเวทีรับฟังความคิดเห็นและการสื่อสารอย่างโปร่งใส การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น การเจาะอุโมงค์ใต้ดิน หรือระบบก่อสร้างสำเร็จรูป จะช่วยลดระยะเวลาและผลกระทบทางกายภาพ ขณะเดียวกันควรมีมาตรการเยียวยาทางเศรษฐกิจสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย และแต่งตั้งหน่วยงานกลางเพื่อกำกับดูแลอย่างเป็นเอกภาพ แนวทางดังกล่าวจะช่วยลดผลกระทบเชิงลบ และรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเมืองกับคุณภาพชีวิตของประชาชน

(3) ควรมีการศึกษาเชิงลึกในรายละเอียดทั้ง 102 ตัวชี้วัด ของ TTDI และพิจารณาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สามารถดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมเพิ่มเติมต่อการพัฒนาและยกระดับอันดับของตัวชี้วัดแต่ละตัว รวมถึงควรมีการสรรหาตัวชี้วัดเทียบเคียงภายในประเทศที่มีมาตรฐานมาปรับใช้ เพื่อให้มีข้อมูลประกอบการรายงานและสามารถสะท้อนถึงผลการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ทันทั่วทั้ง เนื่องจากรายงาน TTDI ไม่ได้มีการศึกษาเป็นประจำทุกปี

(4) เพื่อรับมือกับแนวโน้มการลดลงของการท่องเที่ยวในประเทศ ยุกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศมุ่งเน้นการสร้าง “ประสบการณ์ที่แตกต่าง” ผ่านการออกแบบกิจกรรมที่มีมูลค่าเชิงวัฒนธรรม เชิงสุขภาพ หรือเชิงนิเวศ และเน้นเรื่องความพร้อมของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวใหม่และเมืองรองด้วยการสร้างเรื่องราว (storytelling) และบูรณาการกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์เฉพาะตัว (authentic experience) จัดแพ็คเกจท่องเที่ยวร่วมกับผู้ประกอบการในราคาที่แข่งขันได้ผ่านความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน เช่น การจัดโปรแกรม “เที่ยวไทยคุ้มกว่า” หรือการให้สิทธิประโยชน์ผ่านแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวแบบ cash back ประชาสัมพันธ์ความคุ้มค่าของการท่องเที่ยวในประเทศ เชิงเปรียบเทียบโดยเน้นต้นทุนที่แท้จริง ความสะดวกในการเดินทาง และการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่มีความตระหนักด้านเศรษฐกิจและสังคม ออกมาตรการภาครัฐเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างตรงจุดเช่น มาตรการลดหย่อนภาษีท่องเที่ยวเฉพาะในพื้นที่เป้าหมาย หรือจัดโครงการส่งเสริมท่องเที่ยวที่ผูกกับการกระจายรายได้ แนวทางเหล่านี้ไม่เพียงตอบสนองต่อข้อจำกัดด้านรายได้ของประชาชน แต่ยังช่วยฟื้นฟูความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับการท่องเที่ยวภายในประเทศ

(5) พฤติกรรมไม่ระมัดระวังของนักท่องเที่ยว เช่น การเหยียบปะการังขณะดำน้ำ เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเล โดยเฉพาะแนวปะการังซึ่งมีความสำคัญทั้งในเชิงนิเวศและเศรษฐกิจการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเสริมสร้างความรู้และจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ผ่านสื่อสารความเสี่ยงเชิงรุก เช่น ป้ายเตือน คลิปวิดีโอ และการบรรยายจากมัคคุเทศก์เฉพาะทาง พร้อมทั้งส่งเสริมมาตรการควบคุมการเข้าถึงพื้นที่ เช่น การจำกัดจำนวนผู้เข้าชม การจองล่วงหน้า และการแบ่งเขตตามระดับความเปราะบาง พร้อมยกระดับการบังคับใช้กฎหมายอย่างทั่วถึง โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น และผู้ประกอบการ ควบคู่กับการใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์ เช่น ค่าปรับหรือการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม (eco-certification) ทั้งนี้ การบูรณาการมาตรการเหล่านี้จะช่วยลดผลกระทบต่อแนวปะการังและเสริมสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยวทางทะเลอย่างสมดุล

(6) ภายใต้อาณัติค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่สูงในปี 2568 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มรายได้ปานกลางถึงล่าง มีความระมัดระวังมากขึ้น แนวทางแก้ไขควรมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบประหยัดและเข้าถึงได้ เช่น การจัดโปรแกรมเที่ยวใกล้บ้าน แพ็คเกจร่วมกับผู้ประกอบการท้องถิ่น และกิจกรรมที่มีต้นทุนต่ำแต่ให้ความคุ้มค่า พร้อมทั้งสนับสนุนผู้ประกอบการให้ปรับกลยุทธ์ด้านราคา เช่น โปรโมชันตามฤดูกาล ระบบสมาชิก หรือราคาพิเศษสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ พร้อมใช้ช่องทางดิจิทัลในการเข้าถึงตลาด ควบคู่กับมาตรการรัฐ เช่น การลดหย่อนภาษีด้านท่องเที่ยว และการบูรณาการกับนโยบายเศรษฐกิจฐานราก โดยสนับสนุนชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีรายได้อย่างยั่งยืน แนวทางเหล่านี้จะช่วยรักษาเสถียรภาพของภาคการท่องเที่ยวและส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว

(7) กรณีที่หน่วยงานประสบเหตุอุทกภัยที่ทำให้ต้องเลื่อนกิจกรรมตามแผน ควรจัดทำแผนสำรอง (Contingency Plan) สำหรับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงจากภัยพิบัติ เพื่อสามารถสลับช่วงเวลาดำเนินการ หรือปรับรูปแบบการจัดงานได้อย่างทันท่วงที เพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารงบประมาณ เช่น การขอขยายเวลาการเบิกจ่ายในกรณีเหตุสุดวิสัย และการปรับแผนการดำเนินงานโดยไม่กระทบต่อเป้าหมายของโครงการพัฒนาแพลตฟอร์มจัดประชุมหรืออบรมในรูปแบบออนไลน์/ไฮบริด เพื่อให้กิจกรรมบางประเภทยังสามารถดำเนินต่อไปได้ แม้ในสถานการณ์ที่ไม่สามารถจัดแบบพบหน้าได้ เชื่อมโยงข้อมูลพยากรณ์ภัยพิบัติกับการวางแผนโครงการล่วงหน้า โดยเฉพาะในพื้นที่เสี่ยง เพื่อกำหนดช่วงเวลาดำเนินกิจกรรมให้เหมาะสมและลดความเสี่ยงต่อการเลื่อนหรือยกเลิกกิจกรรม

จัดทำโดย
กลุ่มติดตามและประเมินผล
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน



๐ 2283 1500 ต่อ 1636



saraban@mots.go.th



เลขที่ 4 ถนนราชดำเนินนอก
แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
กรุงเทพมหานคร 10100



<https://www.mots.go.th>