



การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559) กับความท้าทายการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทย สู่ความสมดุลและยั่งยืน

นายประพันธ์ มุสิกพันธ์
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคใต้
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

วันจันทร์ที่ 25 มิถุนายน 2555
ณ โรงแรมไดมอนด์พลาซ่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ประเด็นนำเสนอ

1

บริบทการเปลี่ยนแปลงของโลก

2

ประเด็นท้าทายการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

3

ภาพรวมนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

4

ประเด็นการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

5

กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

ประเด็นนำเสนอ

1

บริบทการเปลี่ยนแปลงของโลก

2

ประเด็นท้าทายการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

3

ภาพรวมนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

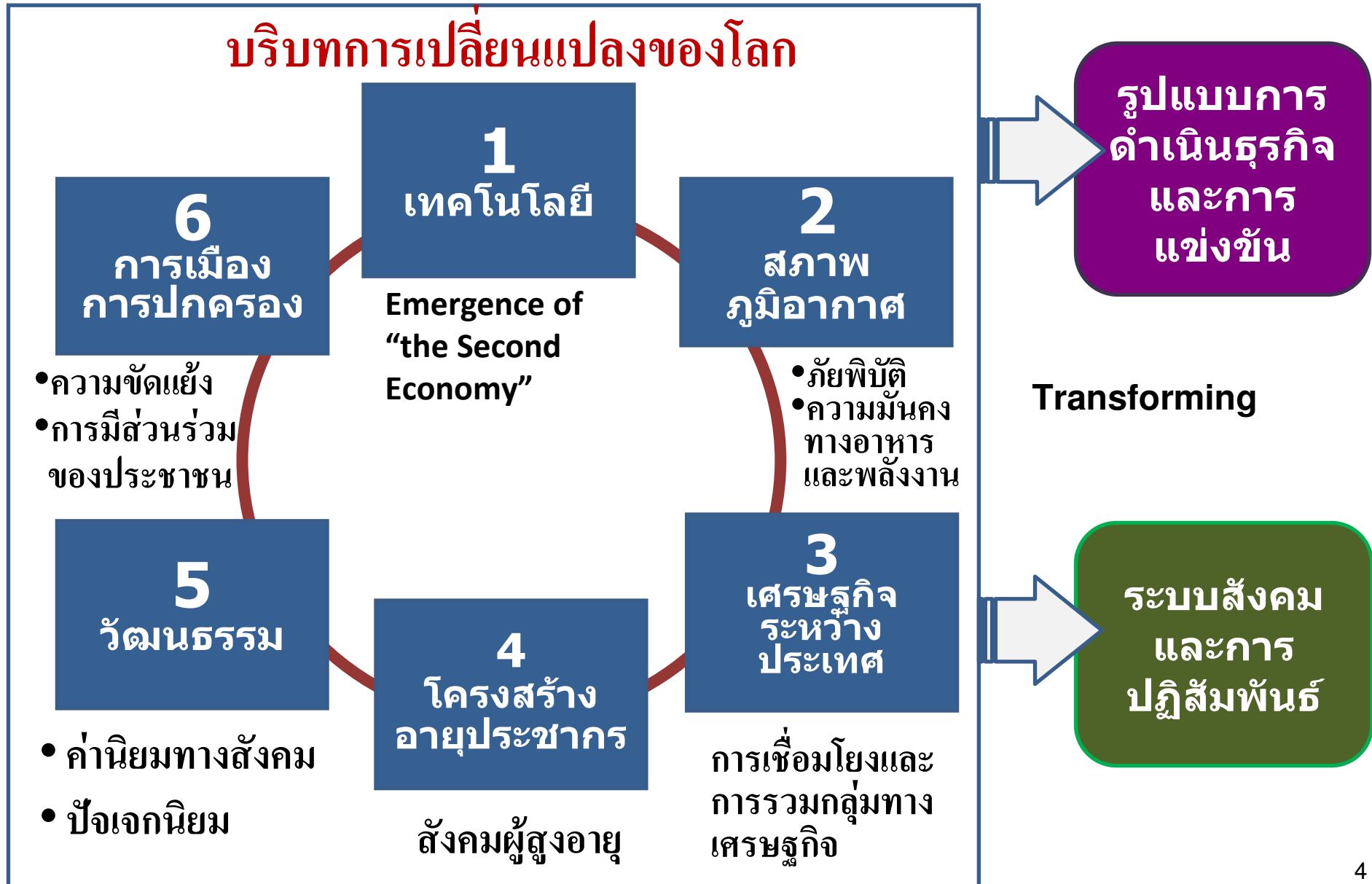
4

ประเด็นการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

5

กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

การเปลี่ยนแปลงในบริบทโลกและในไทย...ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการแข่งขันทางเศรษฐกิจและระบบสังคมไทยอย่างมาก



1

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

Emergence of
“the Second
Economy →
Digital
Economy”

การเปลี่ยนแปลง
ของรูปแบบธุรกิจ
และการแข่งขัน

- กระบวนการทางเศรษฐกิจที่ดำเนินการด้วยคน ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่ดำเนินการผ่าน IT
- รูปแบบธุรกิจสมัยใหม่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

กระบวนการทางธุรกิจ
ที่ดำเนินการด้วยคน



กระบวนการทางธุรกิจ
ที่ดำเนินการด้วย IT

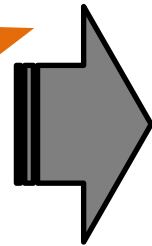


- ธุรกิจทางธุรกิจที่เคยกระทำระหว่างคน เปลี่ยนเป็นกระบวนการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

1

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (2)

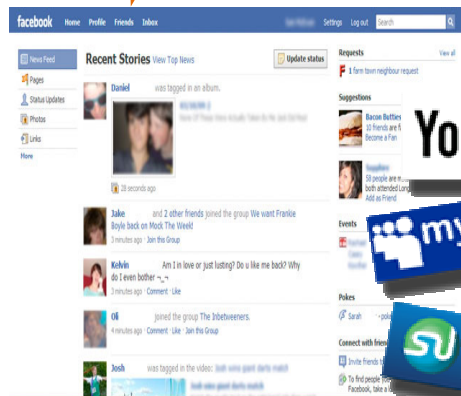
Emergence of
“the Second
Economy →
Digital
Economy”



ระบบสังคม
และการ
ปฏิสัมพันธ์

- การติดต่อสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์ใช้ระบบออนไลน์มากขึ้น
- มีการสร้างเครือข่ายและการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

การศัลยกรรมทางไกล (Tele-surgery)



2009 350 million users



Attending
Doctor

Endoscopy
monitoring

Tele-
Surgeon
guiding
robot



2

การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยงจากภัยพิบัติสูงขึ้น



ความขาดแคลนอาหารและพลังงาน



- การจัดการภัยพิบัติ ความมั่นคงทางอาหารและพลังงาน กลายเป็นประเด็นการพัฒนาสำคัญของโลก

การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบธุรกิจ และการแข่งขัน

- การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ: กระจายความเสี่ยงในการผลิตหลายประเทศ
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อช่วยเหลือกันในยามวิกฤต
- เน้นการผลิตสินค้าโดยกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (green production)
- พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอาหาร (เช่น GMO) และพลังงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเร่งสนองความต้องการบริโภค
- การมีระบบการบริหารจัดการภัยพิบัติของประเทศ กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดการลงทุน

การเปลี่ยนทางสังคม

- ความต้องการผู้บริโภคเปลี่ยน แสวงหาทางเลือกในการบริโภคใหม่ ๆ ที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- มีการตื่นตัวรณรงค์ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศ



- อำนาจทางเศรษฐกิจของโลกเริ่มเคลื่อนมาสู่เอเชีย
- Economic Integration: ประเทศต่าง ๆ สร้างอำนาจการแข่งขันด้วยการรวมกลุ่มเศรษฐกิจในภูมิภาค เช่น ASEAN Economic Community (AEC)
- Economic Connectivity เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างพลังของการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
- การเกิดกลุ่มเศรษฐกิจใหม่ที่มีศักยภาพ : BRICS

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจและการแข่งขัน

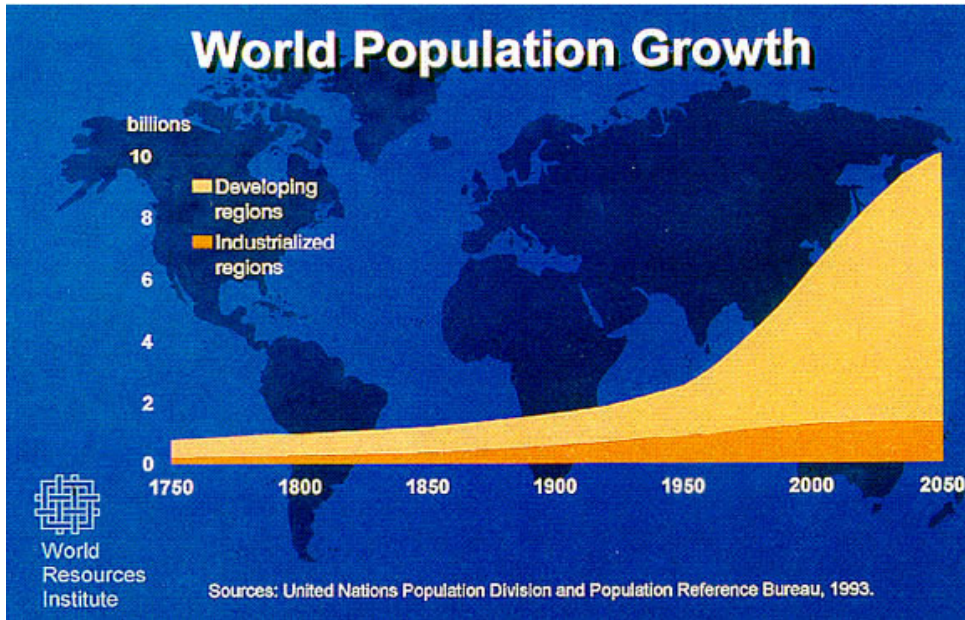
- Single Market Production Base: ตลาดใหญ่ขึ้น และซับซ้อนมากขึ้น
- การเคลื่อนย้ายเสรีด้านสินค้า/บริการ/การลงทุน/เงิน/แรงงาน
- Regional Supply Chain ขยายขึ้น

ระบบสังคมและการปฏิสัมพันธ์

- การปรับตัวของคนต่อวัฒนธรรมที่หลากหลาย
- การเคลื่อนย้ายเสรีของคน อาจเกิดปัญหาเชิงสังคม เช่น ด้านแรงงาน สาธารณสุข อาชญากรรม

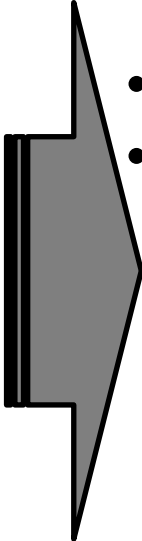
4

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุ



การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจ และการแข่งขัน

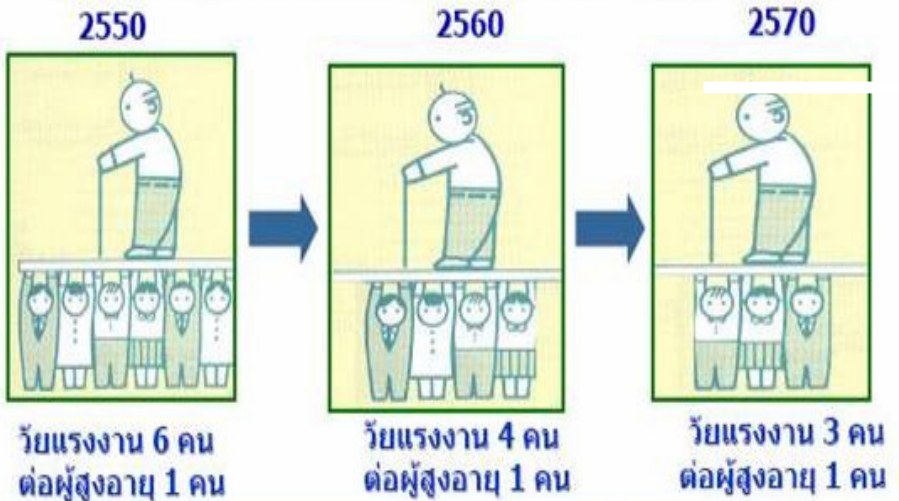
- เกิดตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ
- ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน
- Knowledge และ Creative Worker มีบทบาทมากขึ้น



ระบบสังคมและการปฏิสัมพันธ์

- ภาระค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขสูงขึ้น
- Generation Gap วัยแรงงานต้องทำงานมากขึ้น จึงห่างเหินกับการดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว

อัตราส่วนการเป็นภาระ ⇨ วัยแรงงานต่อผู้สูงอายุ



5

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางสังคม



ความเป็นปัจเจกนิยมมากขึ้น



การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจ และการแข่งขัน

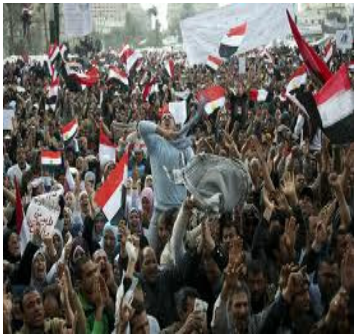
- การขยายตัวของธุรกิจออนไลน์
- การสร้างมูลค่าเพิ่มจากแบรนด์สินค้า
- การขยายตัวของธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม

ระบบสังคมและการปฏิสัมพันธ์

- บริโภคนิยม/วัตถุนิยมมากขึ้น ให้คุณค่ากับสถานะทางสังคมของคน มากกว่าคุณค่ามิติ
- ยอมรับคอร์รัปชันได้ หากตัวเองได้ประโยชน์ด้วย
- มองความต้องการ/ผลประโยชน์ของตนเป็นหลัก มากกว่าส่วนรวม

6

การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองการปกครอง



การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจ และการแข่งขัน

- ธุรกิจ/อุตสาหกรรมต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและการสร้างความเข้าใจกับชุมชน

ระบบสังคมและการปฏิสัมพันธ์

- ความขัดแย้งทางการเมืองสร้างความแตกแยกในสังคม
- ภาคประชาชน/ประชาสังคมมีบทบาทในการพัฒนาประเทศมากขึ้น
- การลดความเหลื่อมล้ำ และเพิ่มศักยภาพคนเป็นประเด็นพัฒนาสำคัญ

รูปแบบและเวทีการแข่งขันทางธุรกิจเปลี่ยนไป....

การเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศและ
โครงสร้างอายุ
ประชากร



ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยน:
เน้นการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การเปลี่ยนแปลง
การเมืองการ
ปกครอง



ประชาชนและท้องถิ่นมีบทบาท
ในการพัฒนามากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบ
เศรษฐกิจระหว่างประเทศ
และโครงสร้างอายุ
ประชากร



ตลาดการค้า การลงทุน และ
ตลาดแรงงานใหญ่ขึ้น

การเปลี่ยนแปลง
เทคโนโลยี



คนมีความเป็น individualism
เน้นวัตถุนิยม ความสะดวกสบาย
มากขึ้น (Cultural Change)



ผู้ผลิต/ธุรกิจ/
อุตสาหกรรมไทย
จะปรับตัว
อย่างไร?

ประเด็นนำเสนอ

1. บทบาทการเปลี่ยนแปลงของโลก

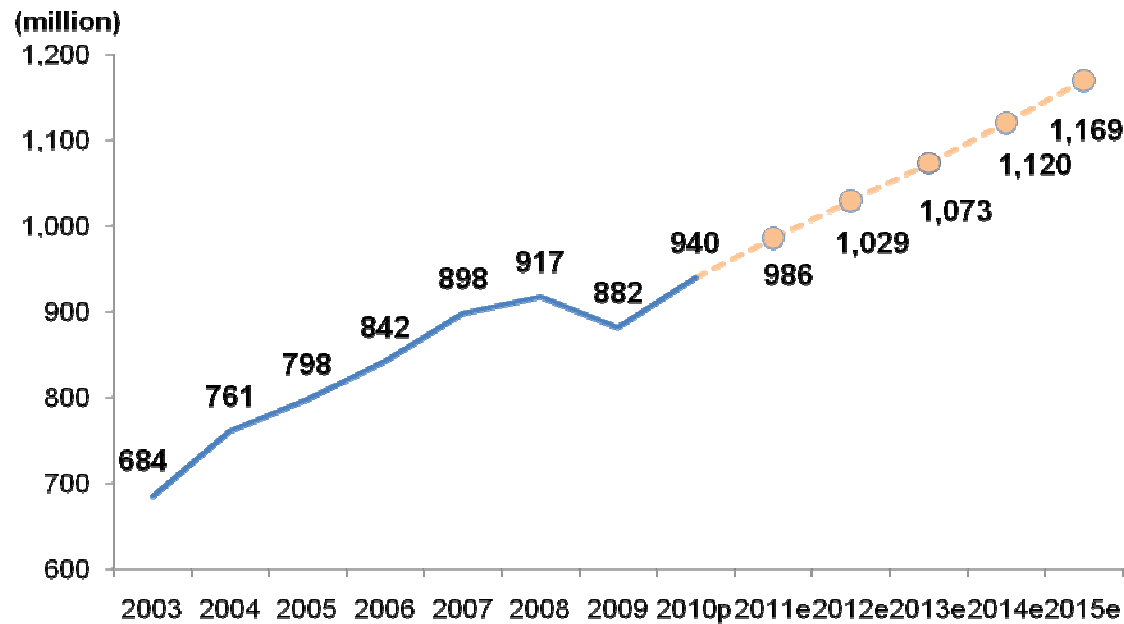
2. ประเด็นท้าทายการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

3. ภาพรวมนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

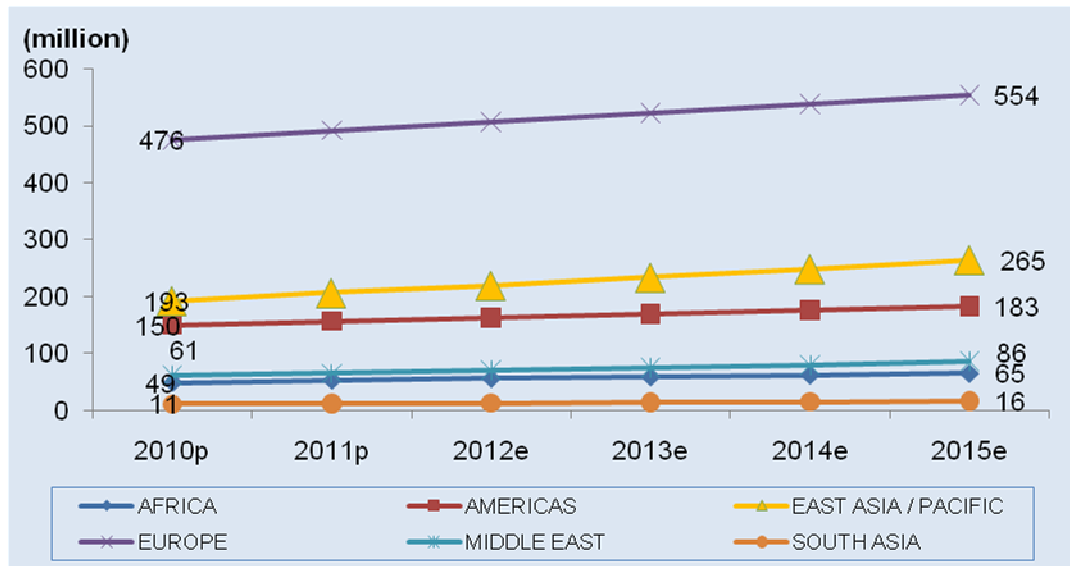
4. ประเด็นการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

5. กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

ตลาดท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก... มีแนวโน้มเติบโตสูงสุด



- องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO) คาดว่าปี 2011 นักท่องเที่ยวทั่วโลกจะขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 4-5 หรือ 986 ล้านคน
- ในปี 2015 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวทั้งหมด 1,169 ล้านคน โดยเป็นนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออก/แปซิฟิก ประมาณ 265 ล้านคน หรือร้อยละ 23
- ภูมิภาคที่จะมีความสำคัญด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คือ เอเชียตะวันออก/แปซิฟิก และ ตะวันออกกลาง
- เมื่อถึงปี 2020 คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,600 ล้านคน โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวสูงสุด



แนวโน้มและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป.....

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มตลาดท่องเที่ยวโลก

การฟื้นตัวของ
การท่องเที่ยวโลก

ตลาดเกิดใหม่ เช่น จีน และอินเดีย เริ่มมีบทบาทมากขึ้น ทั้งในฐานะที่เป็นประเทศปลายทาง (destination) และส่งออกนักท่องเที่ยว

การพัฒนาที่เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม

การตื่นตัวเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้กระแสการพัฒนาเริ่มตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การเติบโตของสังคม
ออนไลน์และเทคโนโลยี

ทำให้นักท่องเที่ยวมีช่องทางการสื่อสารและทางเลือกการบริโภคที่หลากหลาย รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและดำเนินธุรกรรมออนไลน์

โรงแรมอัจฉริยะและ
นักท่องเที่ยวเชิง

ในอนาคตการบริการที่ทันสมัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ เช่น โรงแรมที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง มีระบบอัจฉริยะที่ให้บริการรวดเร็ว

การเกิด Segment ใหม่
ของนักท่องเที่ยว

Going Green นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม LOHAS ผลักดันให้เกิดการปรับรูปแบบการให้บริการตามกระแสดังกล่าว เช่น Green Landing, Green Hotel, Green Activity, และ Green Logistic

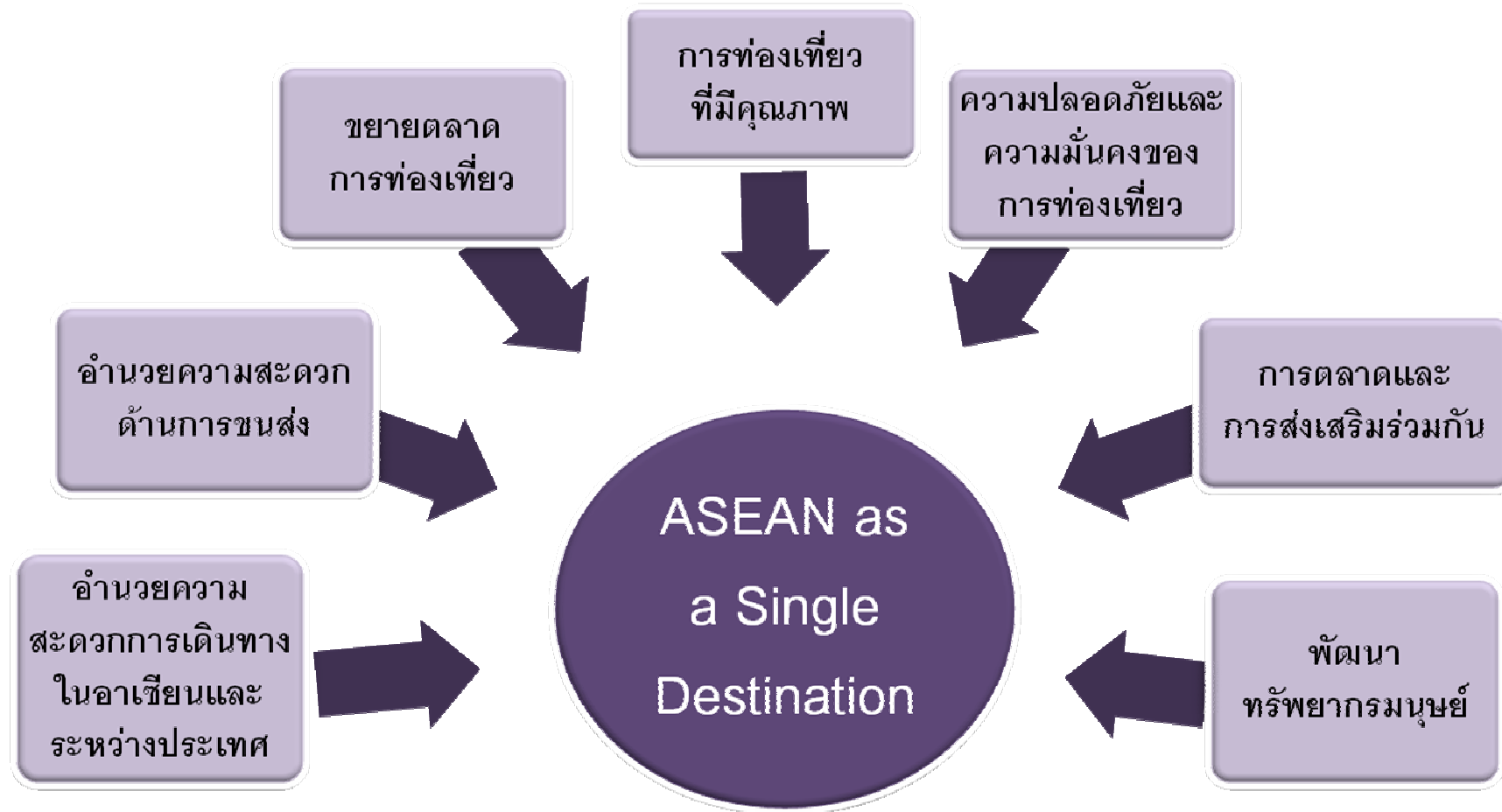
Aging Customers มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามความก้าวหน้าทางการแพทย์ และมีความต้องการบริการเฉพาะ เช่น การดูแลสุขภาพ การพำนักระยะยาว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการดำรงชีวิต

Well Being กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตและสุขภาพจิตที่ดี สนใจปรัชญาตะวันออก/ศาสนาพุทธ สมุนไพร และทำความเข้าใจกับภาวะเจ็บป่วยและการแพทย์สมัยใหม่

Age Blurring กลุ่มที่ไม่ชัดเจนเกี่ยวกับช่วงวัย เช่น เด็กที่โตเร็วเกินวัย คนที่มีช่วงการเป็นหนุ่มสาวนานกว่าปกติ ส่งผลต่อรูปแบบและพฤติกรรมบริการบริโภคและการท่องเที่ยว

โอกาสความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวภายใต้กรอบอาเซียน

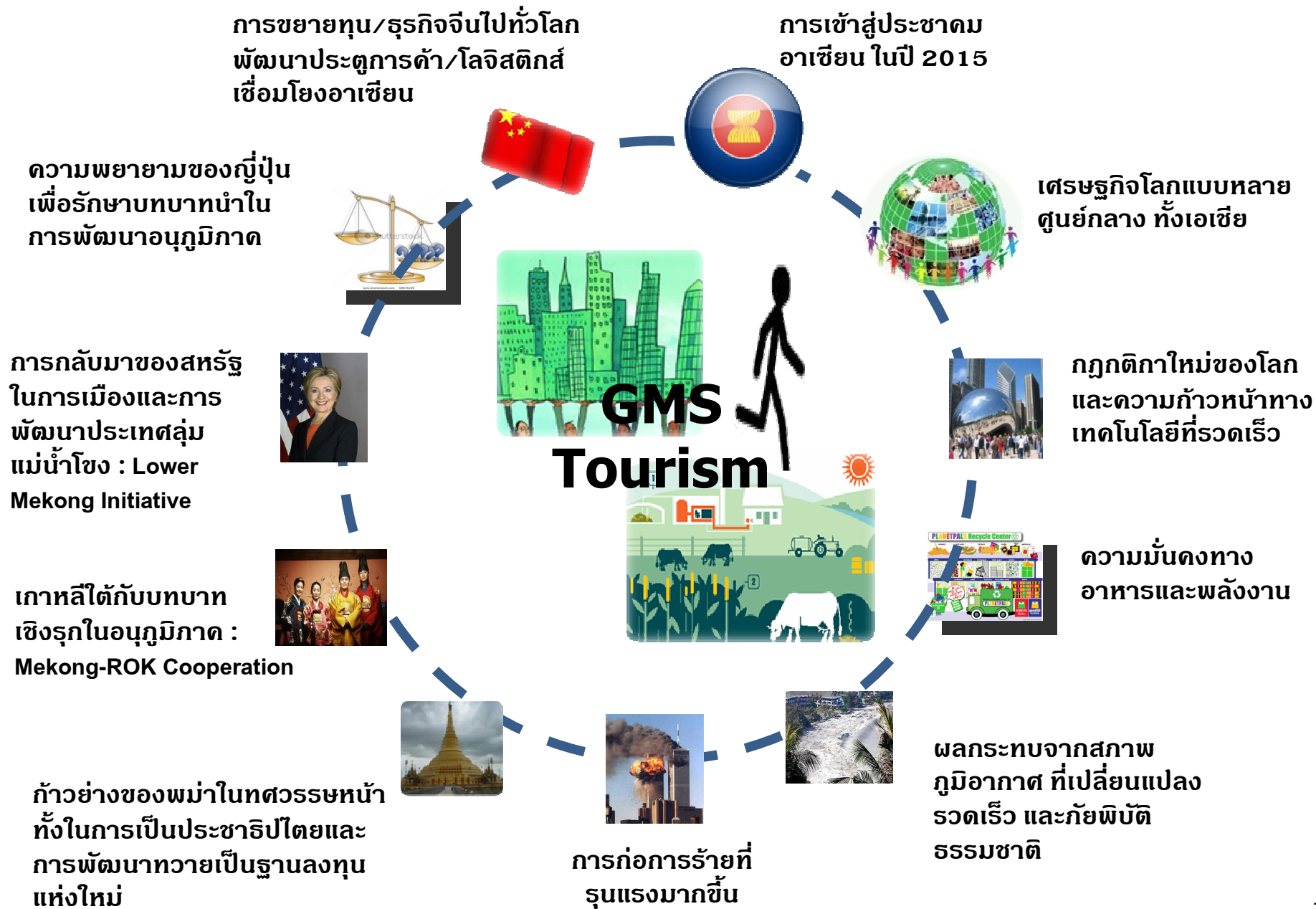
แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2554-2558 มุ่งปรับโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ให้เกิดความเชื่อมโยงเส้นทางในภูมิภาค (ASEAN Tourism Connectivity Corridors) และสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวของเยาวชน



ผลกระทบธุรกิจท่องเที่ยวจากการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
<ul style="list-style-type: none">• แหล่งเงินทุนเพิ่มขึ้น จากการเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 70• ปริมาณและความหลากหลายนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทั้งจากในและนอกอาเซียน• ขยายเครือข่ายธุรกิจโรงแรม และการรับจ้างบริหารธุรกิจโรงแรม ไปยังประเทศในอาเซียน อาทิ ลาว กัมพูชา เวียดนาม• มีแหล่งแรงงานที่มีทักษะด้านการท่องเที่ยวและบริการ เช่น จากฟิลิปปินส์• สร้างโอกาสทางการตลาดทั้งในอาเซียนและในโลกให้กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ และ SME• สร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในอาเซียน ที่มีจุดแข็งด้านเงินทุน เทคโนโลยี มีสาขาและให้บริการครบวงจร• ช่วยเร่งให้ผู้ประกอบการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อให้แข่งขันได้	<ul style="list-style-type: none">• เกิดการแข่งขันสูง จากการถือหุ้นเพิ่มขึ้นของนักลงทุนต่างชาติ และอาจเกิดการซื้อหรือควบรวมกิจการของคนไทย รวมทั้งนำแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานมากขึ้น• เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติที่มีความพร้อมด้านเงินทุนและเทคโนโลยี เข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมไทย• การเคลื่อนย้ายแรงงานที่มีคุณภาพไป ปท. เพื่อนบ้านที่มีค่าจ้างสูงกว่า เช่น มาเลเซีย และสิงคโปร์• กลุ่มลูกค้าคนไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ปท. เพื่อนบ้านมากขึ้น

การท่องเที่ยว GMS และประเด็นท้าทายในทศวรรษหน้า



ประเด็นนำเสนอ

1 ภูมิทัศน์การเปลี่ยนแปลงของโลก

2 ประเด็นท้าทายการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

3 ภาพรวมนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

4 ประเด็นการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

5 กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

เป้าหมาย : สร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพ (การท่องเที่ยว) และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

แนวทางการพัฒนา

1

ฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

- ฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เสื่อมโทรม
- พัฒนากลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง
- ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และกระแสด้านความต้องการของตลาดโลก
- ส่งเสริมการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและขยายไปยังตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ

2

บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

- พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว
- พัฒนาระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพและเพียงพอ
- บูรณาการการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งสาขาการผลิตและบริการอื่นๆ

3

เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาครัฐ

- ร่วมกันพัฒนาและเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ตามแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)
- พัฒนาทักษะและองค์ความรู้และเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขกฎระเบียบใหม่ของโลก

นโยบายพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล

นโยบายเร่งด่วน

เร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ โดยประกาศให้ปี 2554-2555 เป็นปี “มหัศจรรย์ไทยแลนด์” (“Miracle Thailand” Year) และประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมเฉลิมฉลองในพระราชพิธีมหามงคลที่จะมีขึ้นในช่วงปี 2554-2555

นโยบายสร้างรายได้

ส่งเสริมการท่องเที่ยวจากทั้งภายนอกและภายในประเทศ จัดให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งหลักประกันความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในภาวะปกติและภาวะวิกฤต รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม เชิงสุขภาพและสปา ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มสูง ให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2 เท่าตัวในเวลา 5 ปี

นโยบายปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยว

1. พัฒนา บุคลากร และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิมและส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ
2. ยกกระตือรือร้นมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงการบริการภาครัฐเพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ
3. ส่งเสริม สนับสนุนตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ
4. ส่งเสริมกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว
5. ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ป้องกันแก้ไขปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาสู่ความยั่งยืน
6. ส่งเสริมบทบาทของ อปท. และภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาค เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม



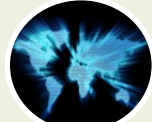
อนุภูมิภาค

- เชื่อมโยงการขนส่ง / โลจิสติกส์
- พัฒนาการผลิตตามแนวพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจ



อาเซียน

สร้างความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 โดยเน้นการพัฒนาคน



เอเชียแปซิฟิก

เข้าร่วมเป็นภาคีความร่วมมืออย่างสร้างสรรค์

- พัฒนาความเชื่อมโยงด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ภายใต้กรอบความร่วมมือในอนุภูมิภาคต่างๆ
- สร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
- สร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในภูมิภาค ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการส่งเสริมแรงงานไทยในต่างประเทศ
- เสริมสร้างความร่วมมือระหว่าง ปท. เพื่อสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีจริยธรรมและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเปิดรับความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศที่ไม่แสวงหากำไร
- เร่งรัดการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้ว
- ส่งเสริมให้ไทยเป็นฐานการลงทุน และการประกอบธุรกิจในเอเชีย และเป็นฐานความร่วมมือในการพัฒนาภูมิภาค



07-gms0109 hg RM

การพัฒนา Tourism Corridor



สถานการณ์

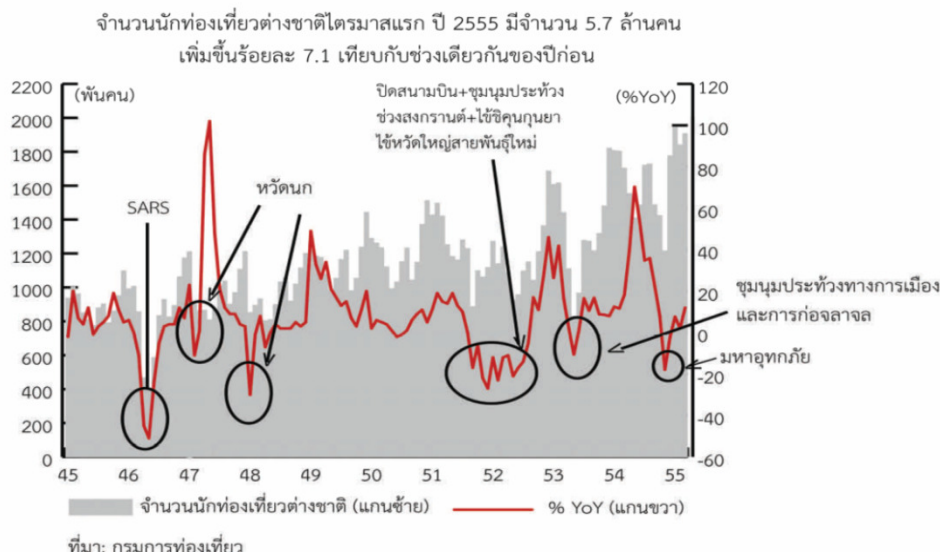
- แผนพัฒนาท่องเที่ยวปัจจุบันให้ความสำคัญกับการตลาดมากกว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ ยังจำกัดอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่และเป็นที่รู้จักแล้ว
- การเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมที่สะดวกจะเปิดโอกาสให้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้น
- นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยแวะเที่ยวตามจุดท่องเที่ยวในแนวเส้นทาง เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่เพียงพอ ทำให้ประชาชนยังไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากเท่าที่ควร
- อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ ความปลอดภัยโดยเฉพาะตามแนวชายแดน การเดินทางไม่สะดวก ข้อมูลข่าวสาร ขั้นตอนการผ่านเข้าออกใช้เวลานาน ภาษา ศักยภาพของท้องถิ่นในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

โอกาสความร่วมมือ

- พัฒนาในลักษณะบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านเศรษฐกิจ-ความมั่นคง-สังคม
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศของตน โดยมีการให้ความช่วยเหลือจากประเทศที่มีระดับการพัฒนาสูงกว่า ทั้งด้าน งบประมาณ การตลาด การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และอื่นๆ
- ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวข้ามพรมแดน
- สร้างมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและคุณภาพการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันตลอดแนวเส้นทาง
- ยกกระดับศักยภาพของท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
- เสริมสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ และความร่วมมือกับอุตสาหกรรมอื่น

สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย

ไตรมาสแรกปี 2555 เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 7.1 แต่ทั้งปีอาจขยายตัวถึงร้อยละ 13



จำนวนและรายได้การท่องเที่ยว ปี 2552- 2555

นักท่องเที่ยว	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555				
				ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	Q1	เม.ย.
จำนวน (ล้านคน)	14.15	15.94	19.10	1.94	1.83	1.90	5.68	1.6
อัตราเพิ่ม(ร้อยละ)	-3.0	12.6	19.8	7.7	2.0	12.0	7.1	6.8
รายได้ (ล้านบาท)	510,25	592,79	734,59	-	-	-	258,10	7
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	-15.19	16.18	23.92	-	-	-	9.7	-

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว และธนาคารแห่งประเทศไทย

สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย

Rank	Country of Nationality				
	2007	2008	2009	2010	2011
1	Malaysia	Malaysia	Malaysia	Malaysia	Malaysia
2	Japan	Japan	Japan	China	China
3	Korea	Korea	UK	Japan	Japan
4	China	China	China	UK	Russia
5	UK	UK	Laos	Korea	Korea
6	USA	Australia	Australia	India	India
7	Australia	USA	USA	Laos	Laos
8	Singapore	Laos	Korea	Australia	Australia
9	Germany	Singapore	India	Russia	UK
10	India	Germany	Germany	USA	USA

Rank	Country of Nationality				
	2007	2008	2009	2010	2011
1	UK	UK	UK	UK	China
2	Japan	USA	USA	Australia	Russia
3	USA	Australia	Australia	Malaysia	UK
4	Australia	Malaysia	Malaysia	China	Australia
5	Malaysia	Japan	Germany	USA	Malaysia
6	Germany	Germany	Japan	Russia	USA
7	Korea	China	China	Germany	Japan
8	China	Korea	France	Japan	Germany
9	Sweden	Sweden	Sweden	Korea	Korea
10	France	France	Korea	France	France

เอเชียตะวันออกเฉียงคงเป็นตลาดหลักของไทย รองลงมา คือ ยุโรป

- ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวจากมาเลเซียเดินทางมาเที่ยวไทยมากที่สุด โดยปี 2554 มีสัดส่วนถึงร้อยละ 12.9 รองลงมา คือ จีน (ร้อยละ 9.2) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 5.9) รัสเซีย (ร้อยละ 5.3) ทั้ง 10 ประเทศรวมกันจะมีสัดส่วนถึงร้อยละ 60.6 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด

- ในปี 2554 ประเทศที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้ไทยสูงสุดคือ จีน รองลงมาได้แก่ รัสเซีย อังกฤษ ออสเตรเลีย ในขณะที่มาเลเซียสร้างรายได้อันดับ 5 และญี่ปุ่น อันดับ 7 ซึ่งทั้ง 10 ประเทศรวมกันสามารถสร้างรายได้ให้กับไทยถึงร้อยละ 59.0 ของรายได้ทั้งหมด

ปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

- ❑ **ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว** ซึ่งเกิดจากการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว
- ❑ **ขาดการพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่** แหล่งท่องเที่ยวไทยกระจุกตัวอยู่เฉพาะบางพื้นที่ ไม่มีการกระจายและเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง
- ❑ **โครงสร้างและกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของภาครัฐอ่อนแอและขาดเอกภาพ** กฎระเบียบของรัฐยังตามไม่ทันการพัฒนาธุรกิจของภาคเอกชน ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- ❑ **ภาพลักษณ์ด้านลบ** เรื่องความปลอดภัย และปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว
- ❑ **การลงทุนพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีน้อย** ทำให้ขาดแคลนบุคลากรทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ
- ❑ **องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว** การลงทุนจึงมุ่งเน้นการก่อสร้างมากกว่าการปรับปรุง อนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน
- ❑ **การทำธุรกรรมผ่าน e-commerce ยังไม่แพร่หลาย** เมื่อเทียบกับยุโรป อเมริกา หรือ ประเทศคู่แข่งในเอเชีย เช่น เกาหลี และสิงคโปร์ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับตัวและปรับกลยุทธ์ให้สามารถแข่งขันได้ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ❑ **ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็น SMEs ขาดการรวมกลุ่ม และมีข้อจำกัดด้านเงินทุนและบุคลากร**

ประเด็นนำเสนอ

1. บทบาทการเปลี่ยนแปลงของโลก

2. ประเด็นท้าทายการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

3. กรอบนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

4. **ประเด็นการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ**

5. กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

ประเด็นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนา

- พัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์
- พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว
- พัฒนาโครงข่ายเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน

ยุทธศาสตร์ที่ 2

การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

- พัฒนาระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ
- การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
- การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3

การพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

- พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรมนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว
- เสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว
- การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการท่องเที่ยว
- การป้องกันและรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว
- การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ประเด็นสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

- ใช้ประโยชน์จากโครงข่ายคมนาคมที่พร้อม ทั้งภายในและระหว่างปท.+ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (ทางน้ำ/รถไฟ)
- พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว รองรับกลุ่มตลาดเป้าหมายที่หลากหลาย อาทิ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชน
- เพิ่มประสิทธิภาพการอำนวยความสะดวกบริเวณจุดตรวจลงตราหรือจุดผ่านแดน
- เจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านทางสังคมออนไลน์
- จัดลำดับความสำคัญของกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม เพื่อเร่งพัฒนาให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่
- เร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่สภาพเดิม
- บังคับใช้ กม. อย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการบุกรุกและทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- กำหนดโซนการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในภาวะเสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม
- ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจสร้างสรรค์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าใหม่/กลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะด้าน
- ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการตลาด อาทิ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/เชิงศาสนา การพำนักระยะยาว MICE
- เสริมสร้างทักษะความรู้ของบุคลากร/ผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมพร้อมต่อการเข้าสู่ AEC
- ยกระดับมาตรฐานธุรกิจให้เป็นมิตรต่อ สวส. และรับผิดชอบต่อสังคม
- จัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อเตรียมพร้อมรับมือภัยพิบัติต่างๆ เช่น โรคระบาด การก่อการร้าย เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง

ประเด็นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาศาสตร์ (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 4

การสร้างความสำเร็จ
เชื่อมั่นและส่งเสริม
การท่องเที่ยว

- สร้าง+เผยแพร่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว
- สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาด
- สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- สร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว
- สร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5

การส่งเสริม
กระบวนการมีส่วนร่วม
ของภาครัฐ ภาค
ประชาชน และ
อปท. ในการบริหาร
จัดการทรัพยากร
การท่องเที่ยว

- สร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและ อปท. ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนา

ประเด็นสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

- ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของไทยอย่างต่อเนื่อง
- สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการตลาดในอาเซียน/ในอนุภูมิภาค เพื่อส่งเสริมการตลาดร่วมกัน
- ดำเนินการตลาดเชิงรุก เพื่อประมุขสิทธิ์การจัดงานระดับโลก งาน Event ระหว่างประเทศ
- สร้างจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวโน้มและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- สร้างความเข้าใจและความตระหนักในความสำคัญของการจัดทำแผนพัฒนาและแผนปฏิบัติการ เพื่อการแปลงแผนสู่การปฏิบัติทั้งในระดับส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น
- สร้างความร่วมมือในกระบวนการทำงานอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน
- เสริมสร้างความเข้มแข็งในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของ อปท. และชุมชน

ประเด็นนำเสนอ

1. บทบาทการเปลี่ยนแปลงของโลก

2. ประเด็นท้าทายการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

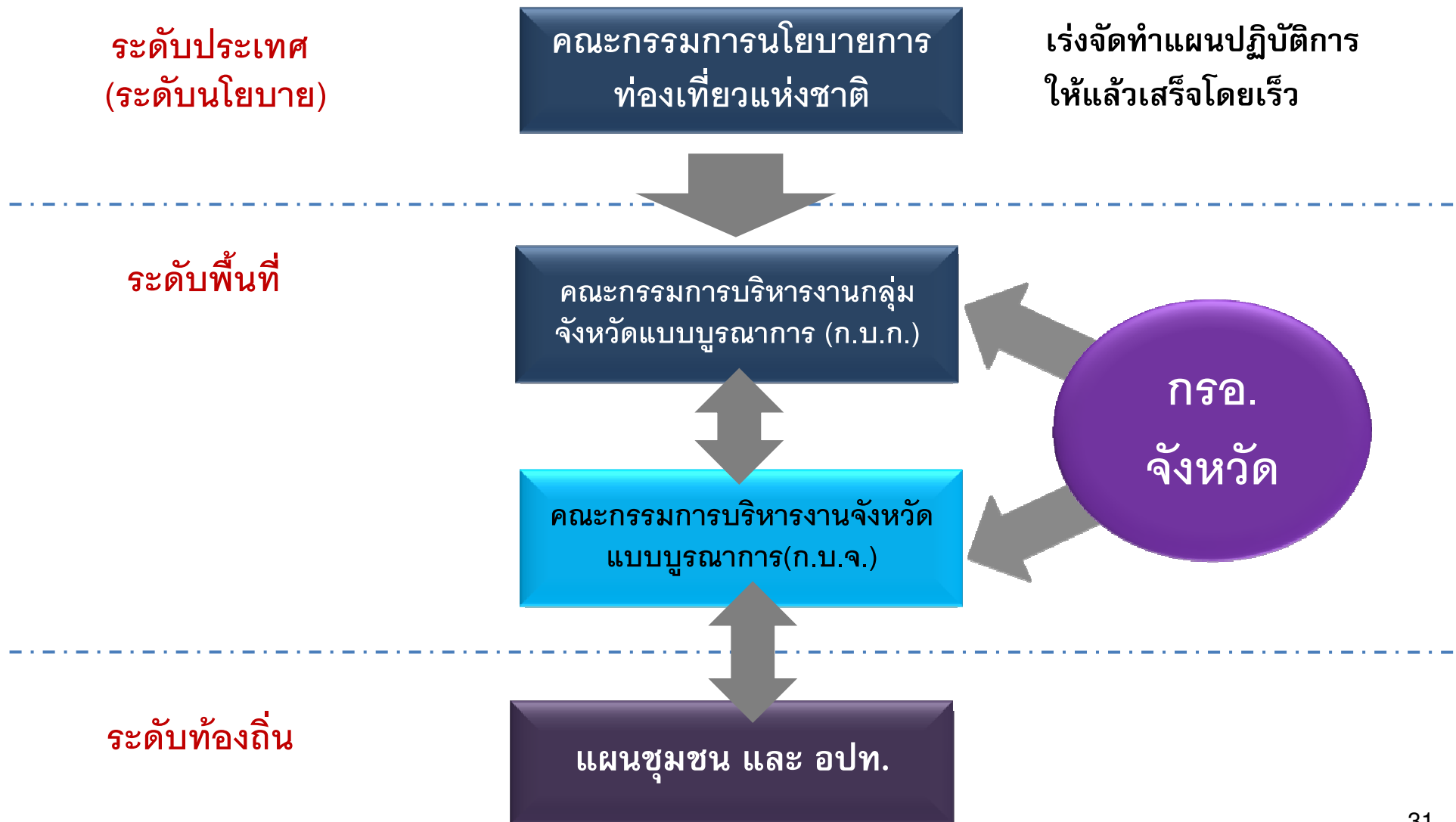
3. กรอบนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

4. ประเด็นการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

5. กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

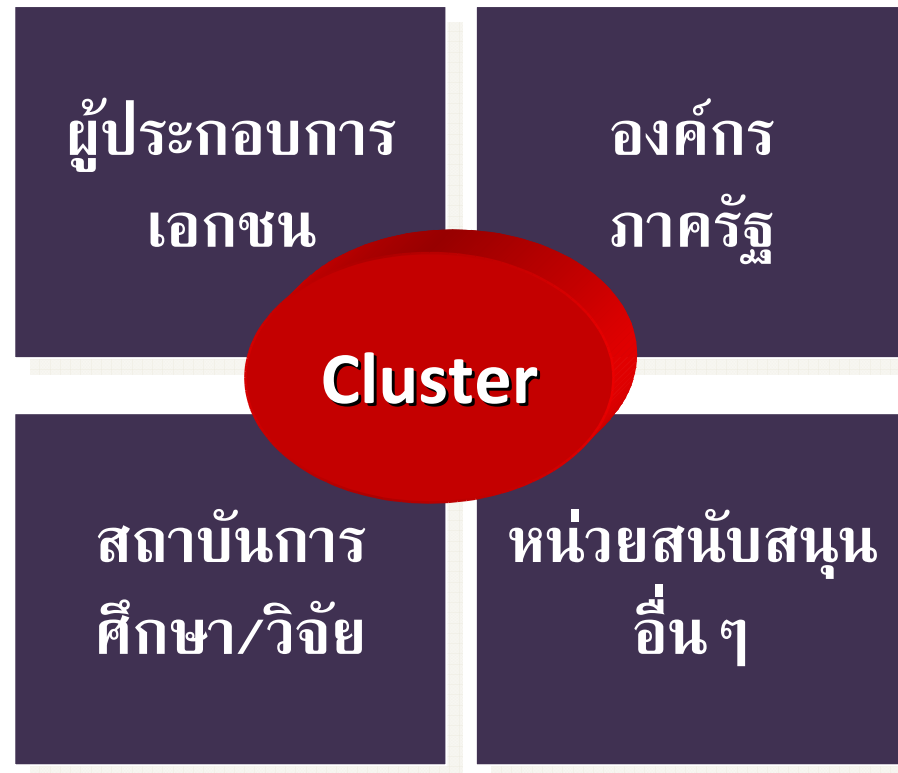
กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ควรมี **คกท. นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ** เป็นหน่วยงานแกนหลัก และควรเริ่มจากการเร่งจัดทำแผนปฏิบัติการให้แล้วเสร็จโดยเร็ว



นอกจากนี้ ควรสนับสนุนการพัฒนาตาม**แนวทางคลัสเตอร์**เพื่อให้เกิดการบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยแต่ละภาคส่วนมีบทบาทที่สำคัญในกระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์

- ริเริ่ม รวมกลุ่ม
- เชื่อมโยงความคิด และประสบการณ์
- เป็นแกนหลัก ดำเนินโครงการที่เป็นความ ต้องการร่วมกัน

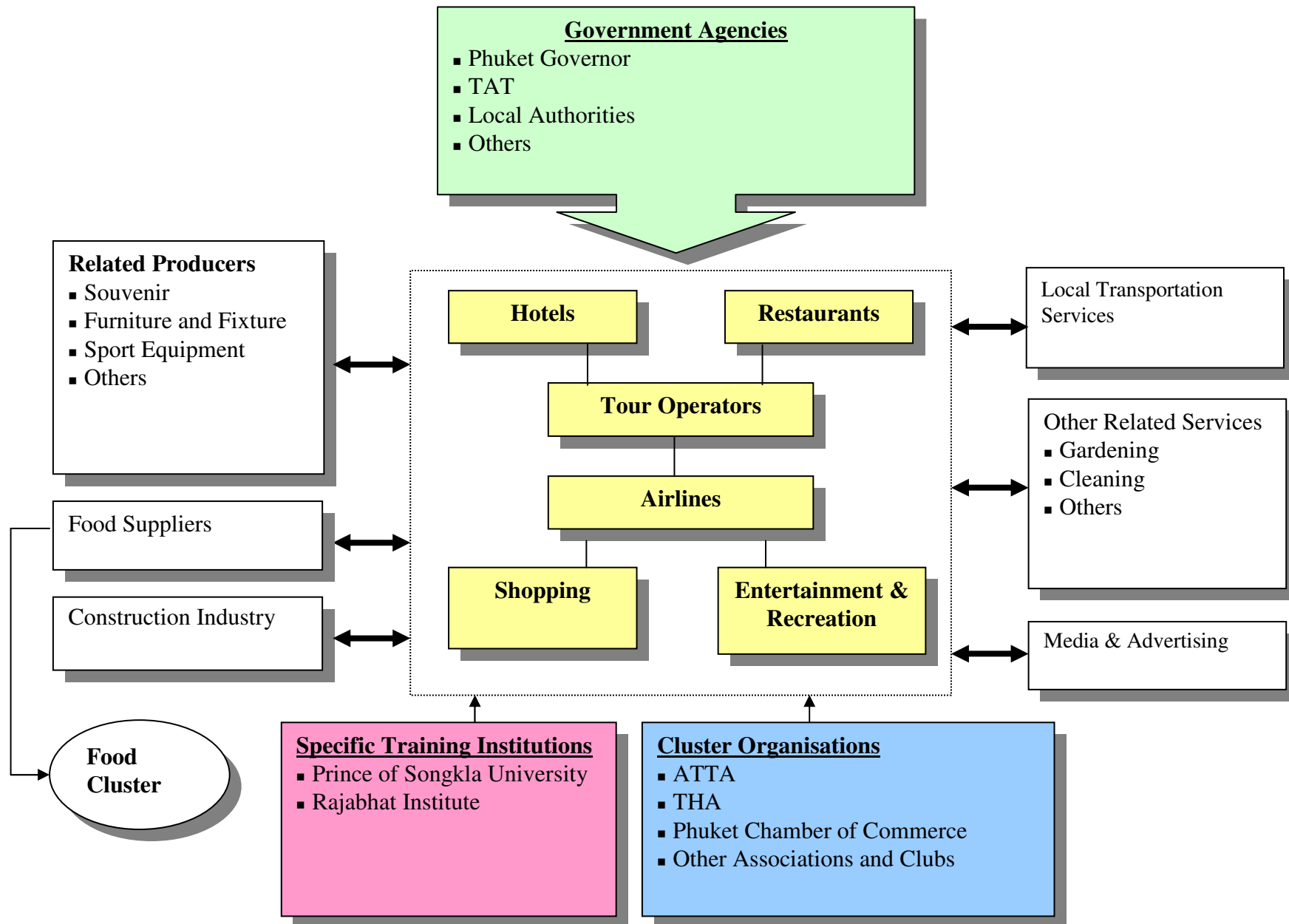


- สนับสนุนข้อมูล องค์ความรู้
- ร่วมวิจัย คิดค้น นวัตกรรม
- ร่วมพัฒนาบุคลากร ของธุรกิจ

- ประสานการดำเนินงาน
- สนับสนุนโครงการที่เป็น โครงสร้างพื้นฐานรวมของ อุตสาหกรรม
- สร้างสภาวะแวดล้อมที่ เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ/ อุตสาหกรรม

- เป็นที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประสานงาน

ตัวอย่าง: แผนภาพ Cluster การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต



ตัวอย่าง กรอบการกำหนดนโยบาย **คลัสเตอร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** ที่เน้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกายภาพ (โบราณสถาน)



ตัวอย่าง กรอบการกำหนดนโยบาย **คลัสเตอร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** ที่เน้นแหล่งวิถีชีวิตชุมชน





ขอบคุณ

Back up

เป้าหมายและยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนฯ 11



SWOT : การท่องเที่ยวของไทยในบริบทใหม่

จุดแข็ง

- ไทยถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง
- มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีศักยภาพ
- มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคา
- มีสถานประกอบการที่มีคุณภาพ

โอกาส

- ตลาดของไทยและอาเซียนขยายตัว
- นักท่องเที่ยวทั่วโลกมีแนวโน้มเที่ยวในภูมิภาคเอเชียสูงขึ้น
- แหล่งเงินทุนเพิ่มมากขึ้นจากการเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 70
- นักลงทุนไทยมีโอกาสเพิ่มมากขึ้นในการลงทุนต่างประเทศ
- มีการพัฒนา eco-tourism และ medical tourism ในไทย

จุดอ่อน

- มีผู้ประกอบการรายเล็กมาก ที่ต้องได้รับการเร่งพัฒนา
- บางรายยังขาดมาตรฐานและการพัฒนาด้านบริการที่เหมาะสม
- ขาดความรู้ในเรื่อง AEC และความรู้ด้านการบริหารจัดการ
- มีการแข่งขันด้านราคาในประเทศที่สูง เกิดการตัดราคา และลดต้นทุน
- การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของไทยยังไม่มีมาตรฐานรองรับ
- การบังคับใช้กฎหมายในอุตสาหกรรมยังไม่จริงจัง

ปัจจัยเสี่ยง

- คู่แข่งขันทางการท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น
- ต้นทุนทางการท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น
- นักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพลดลง
- เสถียรภาพทางการเมือง

Master plan on ASEAN Connectivity

ประชาคมอาเซียน

ประชาคม
การเมืองและ
ความมั่นคง

ประชาคม
เศรษฐกิจ

ประชาคม
สังคมและ
วัฒนธรรม

ความเชื่อมโยงด้าน
โครงสร้างพื้นฐาน

- คมนาคม
- ICT
- พลังงาน

ความเชื่อมโยงด้าน
กฎระเบียบ

- เปิดเสรีและอำนวยความสะดวกทางการค้า
- เปิดเสรีและอำนวยความสะดวกในการบริการและการลงทุน
- ความตกลง/ข้อตกลงยอมรับร่วมกัน
- ความตกลงการขนส่งในภูมิภาค
- พิธีการในการข้ามพรมแดน

ความเชื่อมโยงด้าน
ประชาชน

- การศึกษาและวัฒนธรรม
- การท่องเที่ยว

องค์ประกอบหลักของความเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียน

ด้านโครงสร้าง พื้นฐาน

- คมนาคม
- เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- พลังงาน

ด้านกฎระเบียบ

- การเปิดเสรีการอำนวยความสะดวกทางการค้า การบริการและการลงทุน
- ความตกลง/ข้อตกลงยอมรับร่วมกัน
- ความตกลงการขนส่งในภูมิภาค
- พิธีการในการข้ามพรมแดน
- โครงการเสริมสร้างศักยภาพ

ด้านประชาชน

- การศึกษาและวัฒนธรรม
- การท่องเที่ยว

- เพิ่มพูนการรวมตัวและความร่วมมือของอาเซียน
- เพิ่มความสามารถการแข่งขันในระดับโลกของอาเซียน จากเครือข่ายการผลิตในภูมิภาคที่เข้มแข็ง
- วิถีชีวิตของประชาชนดีขึ้น
- ปรับปรุงกฎระเบียบและธรรมาภิบาลของอาเซียน
- เชื่อมต่อศูนย์กลางเศรษฐกิจ และลดช่องว่างการพัฒนา
- ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของท้องถิ่น
- เพิ่มพูนความพยายามในการจัดการกับ และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน
- สามารถจัดการกับผลกระทบทางลบที่เกิดจากความเชื่อมโยง

การเชื่อมโยงกลไก ก.น.จ. กับ กรอ.

กลไกความเชื่อมโยง ก.น.จ. กับ กรอ. ในระดับชาติ กลุ่มจังหวัด และ จังหวัด

กลไกส่วนราชการในการสนับสนุนยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดและจังหวัด

