

## บทที่ 2

### แนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องมาตรการของนโยบายการพัฒนาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมใช้ประกอบการศึกษาได้แก่

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. นโยบายสาธารณะ
3. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560
4. สถานการณ์และการท่องเที่ยวไทย
5. แนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดการวิจัย

#### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### 1 ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อมและก่อให้เกิดความสุขใจ และไม่ได้มีจุดประสงค์อื่น มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำนิยามหรือความหมายของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก World tourism organization ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวว่าหมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้ ประการที่ (1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ประการที่ (2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของ ผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อหาสงคราม ประการที่ (3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเรีงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ (อาภาวดี ทับสิริรักษ์, 2554, หน้า 14)

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายของ องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ ต้องมีการเดินทาง ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยียน และต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางต้องมีใช้เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่ไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย ๆ อย่างต่อไปนี้ คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อการศึกษา เพื่อวัฒนธรรม

หรือศาสนา เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา (อาภาวดี ทัฬหีรักษ์, 2554, หน้า 15)

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 29) ได้อ้างถึงคำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ ที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ (1) ต้องมีการเดินทาง (2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน (3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

Coltman (1989, p.3) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าว ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

Mill (1990, p.4) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

Davison (1995, p.5) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตรหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม และสัมมนา เป็นต้น

## 2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (Components of tourism)

การท่องเที่ยวจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมใหญ่ที่สุดที่มียอดประกอบเป็นอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก (พยอม ธรรมบุตร, 2549, หน้า 1-3) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทดังนี้

(1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัยหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบท เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

(2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

(3) ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ (Accommodation) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Bed&Breakfast เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน เช่น ภัตตาคาร สรวายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า บิสซิเนสเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

(4) กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities and recreational activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเช่นกันในยุคปัจจุบัน ซึ่งการท่องเที่ยวมิได้หมายถึงแค่

การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น หากความสำคัญสำหรับผู้มาเยือน คือ การได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติในเขตเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงพญาเย็น (Rainforest) การล่องแก่งในแม่น้ำโขง การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึก ในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

(5) ส่วนประกอบอื่น ๆ บริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ได้แก่ ทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก และห้องสุขา ฯลฯ

### 3 ลักษณะของการท่องเที่ยว

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น แรงจูงใจในการเดินทางประเภทของการคมนาคม จำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย การท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว การแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการประชุมขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในกรุงโรม ประเทศอิตาลีในปี ค.ศ.1963 ในที่ประชุมได้สรุปว่า การเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อมีเวลาว่าง เพื่อการพักผ่อน ท่องเที่ยวในวันหยุด เพื่อการศึกษา เพื่อสุขภาพ เพื่อการท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมมิตร และญาติ และเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mill, 1990, p.7)

(2) การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวชนิดนี้มีลักษณะดังนี้คือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว และการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

(3) การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

(3.1) กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourism) กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism)

(3.2) กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long-haul) กับการท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short-haul)

(3.3) กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมญาติ การประชุม เพื่อสุขภาพ

(3.4) กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมี การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Home stay) และการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงและเป็นที่น่าสนใจของผู้จัดนาเที่ยวทั่วโลก

(3.5) กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

(3.6) กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive travel and visits)

(3.7) กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมาก ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social tourism)

#### 4 ประเภทของการท่องเที่ยว

คำเก็ง โถทอง และคณะ (2550, หน้า 17) ได้กล่าวถึง การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้เป็นกิจกรรมนันทนาการ การเรียนรู้ไปในโลกกว้างตลอดจน การเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว หรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานบูรณาการหลากหลายรูปแบบ ดังนี้ ประเภทของการท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในการจำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of destination) หรือ แหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่ม หรือประเภทของประสบการณ์ (Travel experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ ออกเป็น 6 ประเภท คือ

(1) การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมราฟ้อน และเข้าร่วมพิธี ทางศาสนาต่าง ๆ

(2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและบางกรณีก็เข้าร่วมใช้ชีวิตดั้งเดิมที่ได้สูญหายไปหมดแล้ว กลับมาสร้างสีสันดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดอาหารงานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การราฟ้อนบ้าน การแสดงศิลปะ และหัตถกรรม รุ่นโบราณ ๆ ไว้บริการด้วย เป็นต้น

(3) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical tourist) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์โบสถ์วิหาร วังต่าง ๆ การแสดงแสง สี เสียง เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในประวัติศาสตร์ เป็นต้น

(4) การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นที่พิภพที่อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพการเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์ เป็นต้น

(5) การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการเข้าร่วมสมาคมเพื่อผ่อนคลายจิต ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น หาดทราย ชายทะเล ชายหาด ที่แนวต้นปาล์มไสว สนามกอล์ฟชั้นเยี่ยม หรือสนามเทนนิสชั้นเลิศ การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

(6) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหรือการพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภทบางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการของนักท่องเที่ยว

(7) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อการดูงาน ประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อสนทนากิจการ โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด

สรุปจากข้างต้นที่กล่าวมาเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ส่วน คือ แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ และส่วนประกอบอื่น ๆ บริการเบ็ดเตล็ดจากที่กล่าวมาข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของระบบการจัดการ การท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดี แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบการจัดการที่ดี เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

## นโยบายสาธารณะ (Public policy)

### 1 ความหมาย

Heinz Eulau and Kennett Prewitt (1973, p.465 อ้างถึงใน สมบัติ อารงธวัจนรงค์, 2546, หน้า 208-209) ได้กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง การตัดสินใจที่มีจุดยืนของรัฐบาล ซึ่งจะต้องมีการกระทำที่ต่อเนื่องสม่ำเสมอ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่มีพันธะผูกพันในการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

Ira Sharkansky (1970, p.1) นโยบายสาธารณะ คือ กิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาลซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของรัฐบาล

Thomas, R. Dye (1984, p.1) นโยบายสาธารณะคือ สิ่งที่รัฐบาลเลือกจะกระทำหรือไม่กระทำในส่วนที่จะกระทำครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดของรัฐบาล ทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตร และกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส

James, E. Anderson (1994, pp.5-6) นโยบายสาธารณะคือ แนวทางการปฏิบัติหรือการกระทำซึ่งมีองค์ประกอบหลายประการ ได้แก่ ผู้ปฏิบัติหรือชุดของผู้กระทำที่จะต้องรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม โดยมีจุดมุ่งหมายชัดเจนว่าสิ่งใดที่จะต้องกระทำให้สำเร็จ มิใช่สิ่งซึ่งรัฐบาลเพียงแต่ตั้งใจกระทำหรือเสนอให้กระทำเท่านั้น เป็นการจำแนกให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างนโยบายกับการตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญระหว่างทางเลือกทางเลือกที่ต้องเปรียบเทียบกัน (Competing alternatives)

Mark Considine (1994, pp.3-6) นโยบายสาธารณะมีความหมาย คือ การกำหนดความชัดเจนของค่านิยมและความตั้งใจของสังคม พันธะผูกพันในการจัดสรรงบประมาณบริการแก่ประชาชน และให้สิทธิและเอกสิทธิ์แก่ประชาชน

ดังนั้น นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางกิจกรรม การกระทำหรือการเลือกตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งรัฐบาลได้ทำการตัดสินใจและกำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อชี้้นำให้มีกิจกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการวางแผน การจัดทำโครงการ วิธีการ

บริหารหรือกระบวนการดำเนินงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ด้วยวิธีปฏิบัติงานที่ถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และความต้องการของประชาชน ผู้ใช้บริการในแต่ละเรื่อง

## 2 องค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ

เอกนรินทร์ ปันยานะ (2547, หน้า 19-24) ได้จำแนกองค์ประกอบของนโยบายสาธารณะได้ดังนี้

- (1) เป็นกิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ
- (2) เป็นการใช้อำนาจหน้าที่ของรัฐในการจัดสรรกิจกรรมเพื่อตอบสนองค่านิยมของสังคม
- (3) ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายสาธารณะ ได้แก่ ผู้นำทางการเมือง ฝ่ายบริหาร ฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายตุลาการ พรรคการเมือง สถาบันราชการ ข้าราชการ และประมุขของประเทศ
- (4) กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องเป็นชุดของการกระทำที่มีแบบแผน ระบบ และกระบวนการอย่างชัดเจนเป็นการกระทำที่มีการสานต่ออย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
- (5) กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนจำนวนมาก
- (6) เป็นกิจกรรมที่ต้องกระทำให้ปรากฏเป็นจริง มิใช่เป็นเพียงการแสดงเจตนารมณ์ หรือความตั้งใจที่จะกระทำด้วยคำพูดเท่านั้น
- (7) กิจกรรมที่เลือกกระทำต้องมีผลลัพธ์ในการ แก้ไขปัญหาที่สำคัญของสังคม ทั้งปัญหาความขัดแย้ง หรือความร่วมมือของประชาชน
- (8) เป็นการตัดสินใจที่จะกระทำเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนจำนวนมาก มิใช่การตัดสินใจเพื่อประโยชน์เฉพาะบุคคล และเป็นชุดของการตัดสินใจที่เป็นระบบมิใช่เป็นการตัดสินใจแบบเอกเทศ
- (9) เป็นการเลือกทางเลือกที่จะกระทำ โดยพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม
- (10) เป็นกิจกรรมที่เกิดจากการต่อรองหรือประนีประนอมระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง
- (11) เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมทั้งกิจกรรมภายในประเทศและระหว่างประเทศ
- (12) กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำอาจก่อให้เกิดผลทั้งทางบวก และทางลบต่อสังคม
- (13) เป็นกิจกรรมที่ชอบด้วยกฎหมาย

## 3 ความสำคัญของนโยบายสาธารณะ

### 3.1 ความสำคัญต่อผู้กำหนดนโยบาย

เอกนรินทร์ ปันยานะ (2547, หน้า 19-24) ได้กล่าวว่า รัฐบาลที่สามารถกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และสามารถนำนโยบายไปปฏิบัติจนประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะได้รับความเชื่อถือและความนิยมจากประชาชน ส่งผลให้รัฐบาลดังกล่าวมีโอกาสในการดำรงอำนาจในการบริหารประเทศยาวนานขึ้น

### 3.2 ความสำคัญต่อประชาชน

นโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตทางการเมืองเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ดังนั้นประชาชนสามารถแสดงออกซึ่งความต้องการของพวกเขาผ่านกลไกทางการเมืองต่าง ๆ เช่น ระบบราชการ นักการเมือง ความต้องการดังกล่าวจะถูกนำเข้าสู่ระบบการเมืองไปเป็นนโยบายสาธารณะ เมื่อมีการนำนโยบายไปปฏิบัติและได้ผลตามเป้าประสงค์ ก็จะทำให้ประชาชนมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

### 3.3 ความสำคัญในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการบริหารประเทศของรัฐบาล ประกอบด้วย

- (1) เป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ
  - (2) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการตอบสนองความต้องการของประชาชน
  - (3) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของประชาชน
  - (4) เป็นการใช้อำนาจของรัฐบาลเพื่อจัดสรรค่านิยมทางสังคม
  - (5) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการเสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคม
  - (6) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการเสริมสร้างความเสมอภาคในโอกาสแก่ประชาชน
  - (7) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการกระจายรายได้ให้แก่ประชาชน
  - (8) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการกระจายความเจริญไปสู่ชนบท
  - (9) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
  - (10) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
  - (11) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการรักษาความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ
  - (12) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการรักษาความมั่นคงของประเทศ
  - (13) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการเจริญสัมพันธ์ภาพระหว่างประเทศ
  - (14) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการรักษาผลประโยชน์ระหว่างประเทศ
  - (15) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการส่งเสริมการลงทุนและการจ้างงานในประเทศ
- เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของประชาชน
- (17) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมของสังคม
  - (18) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการขยายโอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชนอย่างเสมอภาคและทั่วถึง
  - (19) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการพัฒนาชุมชนเมือง
  - (20) เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชาติ
  - (21) เป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐบาลในการพัฒนาระบบประชาธิปไตยให้มีเสถียรภาพ

มั่นคง

## 4. ประเภทของนโยบาย ประกอบด้วย

- 4.1 นโยบายมุ่งเน้นขอบเขตเฉพาะด้านและนโยบายมุ่งเน้นสถาบันกำหนดนโยบาย
- 4.2 นโยบายมุ่งเน้นเนื้อหาสาระและนโยบายมุ่งเน้นขั้นตอนปฏิบัติ
- 4.3 นโยบายมุ่งเน้นการควบคุมกำกับโดยรัฐและนโยบายมุ่งเน้นการควบคุมกำกับตนเอง
- 4.4 นโยบายมุ่งเน้นการกระจายประโยชน์และนโยบายมุ่งเน้นการกระจายความเป็นธรรม
- 4.5 นโยบายมุ่งเน้นเชิงวัตถุและนโยบายมุ่งเน้นเชิงสัญลักษณ์

4.6 นโยบายมุ่งเน้นลักษณะเสรีนิยมและนโยบายมุ่งเน้นลักษณะอนุรักษ์นิยม

4.7 นโยบายมุ่งเน้นสินค้าสาธารณะและนโยบายมุ่งเน้นสินค้าเอกชน

## ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

### 1. จุดมุ่งหมายหลักของการจัดทำยุทธศาสตร์

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, หน้า 2) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 โดยมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญ 3 ประการ คือ

ประการแรก คือ การจัดทำยุทธศาสตร์เป็นการวางรากฐาน การพัฒนาในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งจะเป็นช่วงรอยต่อเพื่อปูพื้นฐานไปสู่การจัดทำแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ในปี 2560-2564 ต่อไป และต้องการให้เป็นวาระแห่งชาติที่ได้รับการผลักดันให้เกิดผล ในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง

ประการที่สอง คือ การมุ่งเน้นกิจกรรมที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เห็นเป็นรูปธรรมในระยะ 3 ปีถัดจากนี้

ประการที่สาม คือ การให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ โดยกำหนดบทบาทของกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวทุกระดับให้มีความเชื่อมโยงกัน ตั้งแต่ระดับนโยบายซึ่งมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนหลัก ระดับกลุ่มจังหวัดคือคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และระดับจังหวัดคือคณะกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด

### 2. แนวคิดการจัดทำยุทธศาสตร์

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, หน้า 2) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะต่อไป จะไม่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวแต่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น ทั้งในเรื่อง การเพิ่มระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวต่อวันหรือต่อครั้ง การพัฒนาในระดับพื้นที่ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในกลุ่มท่องเที่ยวและระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 จึงได้นำแนวคิดการพัฒนาใหม่ ๆ มาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนา ดังนี้

(1) การปรับเปลี่ยนวิถีคิดในการวางรากฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยเน้นความเป็นเอกภาพ ร่วมคิดร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบของทุกภาคส่วน และต้องเป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวง การต่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงคมนาคม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น

(2) การบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาคม นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะให้มีการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลง



โครงสร้างการ บริหารหรือตัวบุคคลทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติแต่การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนาทั้งสามฝ่าย โดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วม ของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น เนื่องจากท้ายที่สุด แล้วประชาชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น การมีส่วนร่วมจาก ทุกภาคส่วนในการกำหนดยุทธศาสตร์และการทำงานร่วมกันเพื่อการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบและไป ในทิศทางเดียวกัน สามารถก้าวไปพร้อมกันบนความเชื่อถือและความไว้วางใจซึ่งกันและกัน จะทำให้ การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

(3) ปรับเปลี่ยนแนวคิดการวัดความสำเร็จของการพัฒนา ซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนา การท่องเที่ยวมุ่งเน้นผลสำเร็จในเชิงปริมาณ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่การวัดผลการ พัฒนาการท่องเที่ยวในระยะต่อไปจำเป็นต้องมองในหลายมิติที่สมดุลกันทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป้าหมายสุดท้ายคือ การพัฒนาอย่างยั่งยืน

(4) การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจะต้องใช้ตลาดเป็นตัวนำหรือ Demand drive เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจน สอดคล้องกับระยะเวลาที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข ปัญหา สำคัญในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภายในปี 2560 มิฉะนั้นแล้วจะทำให้การกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาดและแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการไม่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันการดำเนิน กิจกรรมกระจัดกระจาย และซ้ำซ้อนกันเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ดังนั้น แนวทางคิด การพัฒนา ในระยะต่อไปจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาตัวสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด ตามแผนตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(5) การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 จำเป็นต้องได้รับการ สนับสนุน งบประมาณในระยะยาวทั้งงบประมาณจากส่วนกลาง งบประมาณกลุ่มจังหวัด งบประมาณของจังหวัดองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น และงบประมาณที่สนับสนุนผ่านกองทุน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เพื่อให้หน่วยงานมีงบประมาณ ในการบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยว ของประเทศให้มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

### 3. กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, หน้า 3) ได้กำหนดกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ได้เน้นการมีส่วนร่วม ของทุกภาคีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ ชุมชน และภาคประชาคมในพื้นที่และภูมิภาค เพื่อร่วมกันระดมความคิดเห็นกำหนดทิศทางการพัฒนาและการปฏิรูปการท่องเที่ยวของประเทศ ในอนาคตต่อไป ทั้งนี้ภายใต้กรอบแนวทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายรัฐบาล และนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยมีกระบวนการทำงาน ที่สำคัญดังนี้

(1) ทบทวนกรอบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมา เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด สำหรับการพัฒนาการปฏิรูปการท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปีถัดจากนี้ไป ประกอบด้วย แนวทางการปรับ โครงสร้าง ภาคบริการและการท่องเที่ยวไทยในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 วิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์การพัฒนามตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 1

พ.ศ. 2555-2559 แนวทางการพัฒนา 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำปีพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติและนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการแถลงนโยบายของกระทรวงในวาระต่าง ๆ รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาในสาขาต่าง ๆ ที่จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น

(2) ประเมินผลการพัฒนาตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 ในระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2555-2557) เพื่อติดตามการดำเนินโครงการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการประเมินผล การพัฒนาตามตัวชี้วัดที่แสดงถึงผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และปัญหาอุปสรรคที่มีต่อการพัฒนา การท่องเที่ยวในระยะต่อไป

(3) จัดประชุมระดมความคิดเห็นจากภาคีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน เครือข่ายชุมชน นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อระดมความคิดเห็นภายใต้หัวข้อ “แนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวของประเทศไทย” จำนวน 4 ครั้ง ใน 4 ภูมิภาค ในช่วงระหว่างวันที่ 2-13 กุมภาพันธ์ 2558 และการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยในปี 2020 ภายใต้หัวข้อ “Imagine Thailand 2020: A new public-private vision for Thai tourism” เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2558 ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์เซ็นทรัลเวิลด์กรุงเทพมหานคร

(4) แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 เพื่อยกร่างยุทธศาสตร์การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 โดยมีรองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่ได้รับมอบหมายเป็นประธานคณะทำงาน ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นที่ปรึกษา คณะทำงาน และคณะทำงานประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

(5) จัดประชุมระดมความคิดเห็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันพิจารณา “ร่างยุทธศาสตร์ การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560” เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2558 ณ โรงแรมเบิร์คเลย์ ประตูน้ำกรุงเทพมหานคร

(6) นำเสนอ “ร่างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560” ให้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติพิจารณา เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2558 ก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบตามขั้นตอนต่อไป

#### 4. ยุทธศาสตร์การพัฒนา

##### 4.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, หน้า 20) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะขาดสมดุล และมีความเสี่ยงต่อการเติบโตอย่างไม่ยั่งยืนค่อนข้างสูง เนื่องจากการเติบโตเป็นไปในลักษณะก้าวกระโดด จนเกิดปัญหาการรองรับไม่เพียงพอ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่วนแบ่งตลาด 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมดมาจาก 2 ตลาดคือตลาดจีนและรัสเซีย และรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 2 ใน 3 มาจากจังหวัดท่องเที่ยวเพียง 5 จังหวัด

ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ทางลบในตลาดหรือจังหวัดท่องเที่ยวหลัก จะส่งผลกระทบต่อ การเติบโตของ นักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทันทีซึ่งเคยปรากฏชัดเจนในช่วงวิกฤตต่าง ๆ ที่ผ่านมา

เช่น เหตุภัยพิบัติจากคลื่นสึนามิ จ.ภูเก็ต เหตุมหาอุทกภัยปี 2554 และเหตุความไม่สงบทางการเมืองในกรุงเทพฯ เป็นต้น ดังนั้น การผลักดันและนำประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาล โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ นั้น จะต้องสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชน เพื่อวางรากฐานการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพ และยั่งยืนในระยะยาว ในขณะเดียวกัน จะต้องทำให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ เพื่อฟื้นฟูสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศระยะสั้นเช่นกัน ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดมีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ดังนี้

(1) ปรับภาพลักษณ์ประเทศไทยในได้แบรนด์ Amazing Thailand (Rebranding) ยกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและคุ้มค่า (Variety and value for money destination) สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality leisure destination)

(2) ปรับโครงสร้างตลาด (Market restructuring) โดยขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ใช้จ่ายสูงมีพฤติกรรมเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยสนใจเรียนรู้และสร้างผลกระทบต่อประเทศไทย ทำให้การเติบโตของรายได้เกิดจากการเติบโตของการใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว

(3) ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทาน (Rebalancing) ให้เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้างโอกาสให้ประชาชนไทยได้เดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรัก ความภูมิใจ ในความเป็นไทย ตลอดจนเกิดความผูกพันในครอบครัวและหมู่คณะ อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็งของสังคม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้กลยุทธ์การดำเนินงานประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

(3.1) กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality leisure destination เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวกในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำสร้าง เอกลักษณ์และส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทยภูมิใจในความเป็นไทยและดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย และบริหารจัดการภาพลักษณ์ทางลบควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่ามีความเข้มแข็ง สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality leisure destination และมาตรการยกระดับคุณภาพ Value chain ดังนี้

(3.1.1) มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality leisure destination มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันและสื่อสารในทางเดียวกัน เพื่อสร้างการรับรู้ประเทศไทยเป็น “Quality leisure destination” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาตรฐานและสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ “วิถีไทย”

เป็น Content ในการสื่อสารสื่อสารภาพลักษณ์ โดยใช้เทคโนโลยีใหม่โดยให้นักท่องเที่ยวช่วยบอกต่อ (User generated content) รวมทั้งสร้างให้เกิดการเชื่อมโยง Content จากคนไทยสู่ต่างประเทศ (Inside-Out IMC) สร้าง Cluster branding ทั้ง 8 Cluster ให้เชื่อมโยงกับ Quality leisure destination ร่วมมือกับพันธมิตรที่มีคุณภาพระดับโลก (Co-brand/Quality alliance) เพื่อพัฒนาระดับแบรนด์ประเทศไทย เช่น ส่งเสริม World heritage sites ร่วมกับ UNESCO ส่งเสริมการขยายผู้ประกอบการที่มีคุณภาพร่วมกับบัตรเครดิต พัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลด้านบวกเพื่อกลบข้อมูลด้านลบ (Positive negative ratio) และสร้างเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤตบริหารจัดการ

(3.1.2) มาตรการยกระดับคุณภาพห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการ/ภาครัฐ/ชุมชน ส่งเสริม สนับสนุน สร้างกลไกในการหาผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ ใน Value chain เพื่อเป็นต้นแบบกับผู้ประกอบการอื่น ๆ สร้างความเข้มแข็งเชิงการตลาดให้กับชุมชนในพื้นที่ โดยเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดให้ชุมชนสามารถทำการตลาดได้ด้วยตนเองจัดกลุ่มสินค้าคุณภาพ และสนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการจัดทำสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาด เพื่อให้สามารถนำไปเสนอขายได้อย่างเหมาะสมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และส่งเสริมให้เกิดการประกอบการอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานสูง ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (2) ประชาชน สร้างกระแสให้คนไทยหันมาให้ความนิยมในการท่องเที่ยวเมืองไทย ภาคภูมิใจในความเป็นไทยทำให้วิถีไทยเกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมให้คนไทยเป็นเจ้าบ้านที่ดีซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้าง Quality experience ให้นักท่องเที่ยว

(3.2) กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High value เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยว กลุ่ม High value ทั้งกลุ่มระดับกลาง-บน กลุ่มความสนใจพิเศษ โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าวิถีไทยและสร้างการเดินทางเชื่อมโยงให้ไทยเป็นประตูสู่อาเซียน โดยดำเนินการ ผ่าน 3 มาตรการ คือ มาตรการเร่งเพิ่มรายได้ มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก และมาตรการแสวงหา กลุ่มตลาดใหม่ดังนี้

(3.2.1) มาตรการเร่งเพิ่มรายได้มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการเจาะตลาดกลุ่มเฉพาะที่มีแนวโน้มการใช้จ่ายสูง ได้แก่กลุ่ม Health & Wellness, MICE, green tourism (eco luxury), aging, sport tourism, Wedding & Honeymoon กลุ่มครอบครัว กลุ่มตลาดมุสลิม ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มที่สร้างผลกระทบต่อสังคมน้อยเช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่ม Responsible tourists กลุ่ม Green tourism ขยายฐานนักท่องเที่ยวตลาดหลักกลุ่มระดับกลาง - บนจากเอเชีย (ไม่รวมจีน อินเดีย) ยุโรป (ไม่รวมรัสเซีย) อเมริกา ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย เพิ่มการเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยหาตลาดทดแทนหรือกระตุ้นการเติบโตของตลาดที่เดินทางในช่วง Low season นำเสนอสินค้าและกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าวิถีไทย 7 กลุ่ม (ขยายผลต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยว วิถีไทย) อาทิ Premium OTOP อาหารไทย (Gastronomy tourism) บุติคริสตอ์ท การซื้อสินค้า (Shopping) รวมทั้งสินค้าเกษตร/วิถีชีวิตสังคมเกษตร ศิลปวัฒนธรรม (Arts & Cultures)

(3.2.2) มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ขยายฐาน ตลาดกลุ่มระดับกลาง - บนในพื้นที่ตลาดหลักทดแทนกลุ่มระดับล่าง รวมทั้งขยาย

ฐานกลุ่มความสนใจพิเศษและ กลุ่ม FIT ตามกระแสแนวโน้มโลกที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเองตามความสนใจของตน โดยเฉพาะตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย กำหนดเป้าหมายด้านจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างสมดุลกับขีดความสามารถในการรองรับ

(3.2.3) มาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางเดินทางท่องเที่ยวของอาเซียนโดยเน้นการส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงทางบกจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองโดยเชื่อมโยงทางอากาศเจาะกลุ่มตลาดใหม่ ได้แก่ ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา (บราซิล) แอฟริกา (แอฟริกาใต้) ยุโรปตะวันออก (โปแลนด์สาธารณรัฐเช็ก)

(3.3) กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่มเน้นให้คนไทยทุกคนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจและข้อจำกัดด้านกายภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเรียนรู้เพื่อให้ได้รับประสบการณ์เปิดโลกทัศน์และเกิดความเข้าใจ และภาคภูมิใจในความเป็นไทย ประกอบด้วย มาตรการสำคัญ คือ ส่งเสริมไทยเที่ยวไทยมีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ขยายผลปรับแก้ไข ข้อจำกัดของมาตรการคีนภาษีสำหรับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยกลุ่มต่าง ๆ เช่น แรงงาน ข้าราชการ เกษตรกร กลุ่ม Corporate/ Expats ผู้มีรายได้กลาง - สูง กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุ และผู้พิการ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เช่น ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรจุเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหลักสูตรการศึกษา สนับสนุนการเดินทางศึกษาดูงานในประเทศไทยของเกษตรกร องค์การบริหารส่วนตำบลองค์การบริหารส่วนจังหวัดเกษตรกร เป็นต้น

(3.4) กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่และมาตรการส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว ดังนี้

(3.4.1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ส่งเสริม การเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม เช่น เมืองท่องเที่ยวหลัก กลุ่มจังหวัด 8 Cluster 12 เมืองต้องห้ามพลาด เมืองเศรษฐกิจพิเศษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและ Creative tourism ที่สอดคล้องกับ Thainess ที่กำหนดไว้ เชลลการส่งเสริมการเดินทางไปยังพื้นที่ที่อ่อนไหว และมีนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ

(3.4.2) ส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ปรับทัศนคติของคนไทยให้ออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลและลาพักร้อนไปพักผ่อนในวันธรรมดา ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มวิชาชีพอิสระ เช่น แพทย์พยาบาล ทนาย นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ นักแสดง เป็นต้น ส่งเสริมการลาพักร้อนในวันธรรมดาเพื่อเดินทางท่องเที่ยว อาทิ สร้างแรงจูงใจให้บริษัท/นายจ้างอนุญาต ให้พนักงานสามารถลาพักร้อนไปท่องเที่ยว รวมทั้งหา มาตรการสนับสนุนการลาพักร้อนของข้าราชการ เป็นต้น

## 4.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว

แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง แต่การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้การรวมกลุ่ม เศรษฐกิจในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ส่งผลให้มีการขยายตัว ของการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ เกิดการลงทุนของเอกชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

ความท้าทายของการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว คือ จะทำอย่างไรให้สินค้าและบริการ ท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกร และท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การจัดทำยุทธศาสตร์ในด้านนี้จึงมุ่งเน้นการบูรณาการ การทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์โดยใน ระยะเร่งด่วนนี้จะให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่สำคัญอีกประการคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย การเอาเปรียบ หรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทาย ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยและเกิดการเที่ยวซ้ำ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว จึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาออกเป็น 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

(1) กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่กลยุทธ์นี้เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร และการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนา

สินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วน ออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้ามพลาต และ 8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ดังนี้

(1.1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการการยกระดับวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับการพัฒนา และส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ยกระดับและส่งเสริมการค้าการลงทุน อุตสาหกรรม การจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

(1.2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ชุมพร และระนอง โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อ สุขภาพชั้นนำของโลก ผ่านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม ครอบครัว และผู้สูงอายุ มีแนวทางการพัฒนาโดยยกระดับเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพระดับสากล ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ กำหนดขีด ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เขตอุทยาน เกาะ ส่งเสริม การสร้างสรรค์สินค้าและบริการ ชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่าพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทาง การเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรม บริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้า จากต่างประเทศ

(1.3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรีและตราด โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่สันทะวันออก ระดับสากล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงสู่กัมพูชาและเวียดนาม ผ่านมาตรการสนับสนุน การพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโต อย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา โดยส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็น Tourism & Sport city พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานโดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้า และบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

(1.4) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลกบนฐานวัฒนธรรม อันดามัน ผ่านมาตรการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับ High-Class มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและทำเทียบเรือ สำราญที่มีมาตรฐานระดับสากล พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและการเพิ่มคุณค่าให้กับ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้า และบริโภคสินค้า จากต่างประเทศ

(1.5) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยววิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิตวัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สุภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

(1.6) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรมในระยะเร่งด่วนนี้จะให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาการท่องเที่ยวของ 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวข้างต้น เพื่อเป็นพื้นที่นำร่อง อย่างไรก็ตามได้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีก 3 เขต เพื่อดำเนินการวางแผนพัฒนา ในระยะต่อไป ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง โดยมุ่งเน้นการพัฒนา และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม โดยยังคงอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตลอดจนพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการโรงแรม โฮมสเตย์ ร้านอาหาร และยกระดับบุคลากรในอุตสาหกรรมภาคบริการให้ได้มาตรฐาน (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง มุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามลำน้ำโขงเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมเทศกาลกิจกรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เป็นเทศกาลระดับสากล และสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันกีฬาทางน้ำ รวมถึงปรับปรุงมาตรฐานการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตรา (VISA) และการผ่านแดน (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มุ่งเน้นการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์และให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

(1.7) พื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด มีมาตรการสำคัญคือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง โดยมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาฟื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมและที่มนุษย์สร้างขึ้น ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว คงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) และพื้นที่จังหวัดเมืองรอง ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า



(1.8) เขตพื้นที่เมืองชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา เชียงราย หนองคาย และสตูล มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศ เพื่อนบ้าน (ASEAN connectivity) ผ่านมาตรการสำคัญคือการส่งเสริมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวแต่ละ Cluster และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ส่งเสริมการค้าการลงทุน การบริการ และระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองชายแดนและกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม (CLMV) อินโดนีเซีย มาเลเซีย (IMT-GT) และจีน ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการ ชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

(2) กลยุทธ์การพัฒนาสายสาข โดยประเด็นกลยุทธ์การพัฒนาสายสาข จะมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วย และสร้างสรรคกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน ดังนี้

(2.1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาค ผ่านมาตรการยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพระดับสากล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนามาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้มาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการ นำมาตรฐานสากล (ISO) : มาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพไปปรับใช้เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง ตรวจสอบขึ้นทะเบียน และจัดทำฐานข้อมูลสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้า และบริการให้โดดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

(2.2) การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาอุตสาหกรรมภาคบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยวเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุสร้างและผลักดันมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

(2.3) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) โดยมุ่งสู่การยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการส่งเสริมการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการในประเทศในกลุ่มเมือง MICE City และจังหวัดรองที่มีศักยภาพ มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ เสริมศักยภาพของไมซ์ซิตี้กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ให้อยู่ในระดับสากล พัฒนาศักยภาพด้านการจัดประชุมภายในประเทศในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ ส่งเสริม

การจัดงานแสดงสินค้า (D-Exhibition) ผ่าน 3 แนวทาง คือ สร้างสรรค์งานแสดงสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ (Invent) ยกระดับ รูปแบบ มาตรฐานการจัดงานแสดงสินค้าระดับท้องถิ่นให้เป็นงานระดับภูมิภาค (Upgrade) และการกระจายงานแสดงสินค้าในประเทศที่ประสบความสำเร็จไปจัดในภูมิภาคต่าง ๆ (Clone)

(2.4) การท่องเที่ยวสีเขียว (Green tourism) โดยมุ่งสู่การพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง มั่งคั่ง ยั่งยืน ผ่านมาตรการพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาเพื่อสร้างความสมดุลต่อขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยว ส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ประชาชน และเอกชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

(2.5) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติผ่านมาตรการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport tourism มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ สร้างมูลค่ากีฬาที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ มวยไทย กอล์ฟ ดำน้ำ ส่งเสริมให้มี ศูนย์ฝึก/โรงเรียน/สนามแข่งขันที่ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรม Sport tourism ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ cluster เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย โดยมีแผนงานที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานปรับปรุงสนามแข่งขันให้ได้ มาตรฐานตามเกณฑ์การเป็นเมืองเจ้าภาพ แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็น Sport tourism destination แผนงานส่งเสริมการจัดงาน Sport tourism Event ระดับนานาชาติ แผนงานเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

(2.6) การท่องเที่ยวเรือสำราญ มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากลผ่านมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาการจัดการเส้นทางการเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในทะเลให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยวในระดับสากล มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนาและส่งเสริมการลงทุนสร้างพื้นที่ท่าเทียบเรือเพื่อรองรับเรือสำราญในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ท่าเทียบเรือภูเก็ต กระบี่ และเกาะสมุย ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการเดินทางเชื่อมต่อทางเรือสำราญไปยัง ประเทศอื่นในอาเซียน มาตรการจูงใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ รวมถึงการบริการด้านต่าง ๆ สู่มาตรฐานสากล และการประชาสัมพันธ์ความพร้อมในการส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวข้องกับเรือสำราญ ตลอดจนสนับสนุนการจัดกิจกรรมประจำปีของภาคเอกชน เช่น Yacht show ปรับปรุงและทบทวนกฎระเบียบว่าด้วย เรือสำราญ ทั้งในเรื่องการประกอบธุรกิจและด้านการควบคุมบริหารจัดการ รวมถึงด้านความปลอดภัยของการเดินเรือ ด้านการสงวนรักษาสิ่งแวดล้อม และด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(2.7) การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติ โดยมีมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้ มาตรฐาน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมโดยเฉพาะ แนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

(3) กลยุทธ์พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของกลยุทธ์นี้ คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

(3.1) พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ในขั้นตอนการขอวีซ่าและการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) และการผ่านแดนทั้งจุดเข้าออกชายแดนและสนามบิน โดยเฉพาะบริเวณด่านชายแดนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น

(3.2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยคำนึงถึงอารยสถาปัตย์สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการ และผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ Wifi ทางลาด ราวจับ ห้องละหมาด เป็นต้น

(3.3) พัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ โดยได้มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ในการพัฒนารูปแบบสื่อความหมาย เพื่อบอกเล่าเรื่องราวข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ การสร้างสุนทรียภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและ ความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น Augmented reality (AR), QR code, Info graphic เป็นต้น แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการเข้าถึง Internet ของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะใช้ในการรับข้อมูลหรือไม่

(3.4) ขยายศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวครอบคลุมทุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และสร้างเครือข่ายอาสาสมัครอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นล่ามแปลสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง โรงแรมที่พัก เป็นต้น ด้วยจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและมีใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยเหลือประสานงาน แก้ไขปัญหา และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวกรวดเร็วทันที่

(4) กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

(4.1) ผลักดันแนวทางการแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ ปัญหาหมักคูกุเทศก์เถื่อน และการทำร้ายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น การชักชวนความเข้าใจและกำหนดแนวทางมาตรฐานกับผู้ประกอบการต่าง ๆ กรณีการเช่ารถยนต์หรือจักรยานยนต์ โดยการกวดขัน จับกุมไม่ให้มีการค้าขายที่เป็นลักษณะหลอกลวงขายเกินราคา หรือก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่นักท่องเที่ยว การดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาการประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยใช้คนไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์และกรมสอบสวนคดีพิเศษ กระทรวงยุติธรรม และการออกตรวจ ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและหมักคูกุเทศก์

พ.ศ. 2551 โดยกำกับดูแลให้ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยว ปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และป้องปรามไม่ให้เกิดการทำผิดกฎหมาย เป็นต้น ตลอดจนการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลประวัติอาชญากรรม เพื่อสืบค้นได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถ แก้ปัญหาได้ทันที่ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นให้มีมาตรการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจขึ้นกับนักท่องเที่ยว เช่น สำรวจ และปรับสภาพจุดที่เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง หรือจุดที่อยู่นอกเหนือวิสัยระมัดระวังของนักท่องเที่ยว รวมทั้ง การประชาสัมพันธ์ จัดทำป้ายเตือนภัยภาษาต่าง ๆ

(4.2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และการสร้างเครือข่ายอาสาสมัคร ตำรวจท่องเที่ยว เพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

(4.3) พัฒนากลไกและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของศูนย์รับแจ้งเหตุ ของ ตำรวจท่องเที่ยวและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ 1155 (Call center 1155) ให้เป็น ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ โดยให้สามารถช่วยเหลือและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม สะดวก รวดเร็ว ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง รวมถึงการขยายศูนย์แก้ไขปัญหานักท่องเที่ยว ในภาวะวิกฤต ประจำภูมิภาค และแหล่ง ท่องเที่ยวหลัก ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ของศูนย์บริการต่าง ๆ

(4.4) จัดตั้งกองทุนช่วยเหลือเยียวานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อเป็นค่าใช้จ่าย ในการช่วยเหลือเยียวานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกคนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว แล้วเกิดความสูญเสีย หรือเสียหายใด ๆ โดยมีได้เกิดจากความประมาท เจตนาหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

(4.5) จัดตั้งศาลแผนกคดีนักท่องเที่ยวในศาลยุติธรรมเพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการดำเนินคดีต่าง ๆ เป็นกรณีพิเศษ เนื่องจากนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติมีข้อจำกัด ด้านระยะเวลาในการพำนักอยู่ในประเทศไทย

(4.6) สนับสนุนมาตรการจัดการความปลอดภัยในการเดินทาง ทางบก/ทาง น้ำ/ ทางอากาศ และปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจัง และมีการบังคับใช้บทลงโทษ ตามกฎหมาย

(4.7) ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการและมาตรฐานความปลอดภัย ทางการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เช่น มาตรฐานหน่วยกู้ภัย เพื่อจัดทำมาตรฐาน การกู้ภัย และสนับสนุนพัฒนาการปฏิบัติงานของหน่วยกู้ภัยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องให้มีการบังคับใช้ อย่างจริงจัง

(5) กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้เน้นการพัฒนาและ ปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยในการ เดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่ง ท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศภายในประเทศ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

(5.1) พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ โดยสามารถเชื่อมโยง ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยว สู่ประเทศอาเซียน

(5.2) พัฒนามาตรฐานยานพาหนะและระบบการให้บริการขนส่งสาธารณะ ให้มีความสอดคล้องและพอเพียงกับความต้องการเดินทาง และมีความคล่องตัวและความสามารถในการเข้าถึง (Mobility & Accessibility)

(5.3) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการสนับสนุนการวางแผนการเดินทาง โดยให้มีระบบการให้บริการข้อมูลแบบครบวงจร ทั้งข้อมูลเส้นทางพาหนะในการเดินทาง ระบบจองตั๋วออนไลน์ตลอดจนการสร้างแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวตรวจสอบเส้นทางและยานพาหนะขนส่งสาธารณะได้

### 4.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้ม การแข่งขันในอนาคตที่จะยิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ช่วยสนับสนุน การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า การบริหารจัดการยังมีจุดอ่อน ข้อด้อยอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการงบประมาณและการประสานงาน ทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนา การท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบ การจัดการข้อมูลในการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทัน ต่อการแข่งขันและการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังกล่าว โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาคม ผ่านกลไกการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติ มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกกระดับ พัฒนาระบบข้อมูลและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นับเป็นสิ่งสำคัญ ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนาทั้งสามฝ่าย โดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น เนื่องจากท้ายที่สุดแล้ว ประชาชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

(1) กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ มุ่งเน้นให้มีการบูรณาการ การทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น รวมถึงกลไกการขับเคลื่อน งานในแต่ละเรื่องที่สำคัญ (Issue based) มีการบูรณาการของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบทั้งกลไกการทำงาน กลไกการสนับสนุนงบประมาณ การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรและปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน โดยมีมาตรการที่สำคัญ ดังนี้

(1.1) เพิ่มบทบาทการขับเคลื่อนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ โดยการจัดตั้งสำนักคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติการปรับปรุงโครงสร้างและบุคลากรของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้สอดคล้องกับภารกิจส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในรายสาขาหรือประเด็นการพัฒนาที่มีความจำเป็นเร่งด่วน เพิ่มบทบาทในการจัดสรร งบประมาณเชิงบูรณาการด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริม บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติและแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

(1.2) บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับนโยบาย จนถึงระดับชุมชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนกลางในระดับนโยบาย และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต เป็นแกนกลางในระดับพื้นที่ เพื่อบูรณาการการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวร่วมกับคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.ก.) และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) สำหรับการดำเนินงานในระดับท้องถิ่น จะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามา มีส่วนร่วมด้วยการเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการจะดำเนินการผ่านกลไกการจัดทำแผนและการจัดทำงบประมาณเชิงบูรณาการ ทั้งบูรณาการด้านการท่องเที่ยว งบประมาณของหน่วยงาน งบประมาณของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กองทุนเพื่อช่วยเหลือเยาวชนนักท่องเที่ยว

(2) กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ กลยุทธ์นี้ มุ่งเน้น การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ เพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนาผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการ ด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานและจรรยาบรรณ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา เตรียมความพร้อมการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

(2.1) การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบพัฒนาบุคลากร ด้านการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มทั้งในระดับผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติการ ให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ความรู้อื่นที่เหมาะสม สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่โดยพัฒนาบุคลากรภาครัฐและเอกชนใน 5 กลุ่ม ได้แก่

(2.1.1) กลุ่มผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐและท้องถิ่น ให้มีสมรรถนะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้มีคุณภาพ

(2.1.2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ให้มีทักษะและองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ การบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด ภาษา เทคโนโลยีและ สารสนเทศ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์

(2.1.3) กลุ่มผู้ให้บริการแรงงาน พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และมีจรรยาบรรณ

(2.1.4) กลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน

(2.1.5) กลุ่มประชาชนชนโดยทั่วไป ทั้ง 2 กลุ่ม ดังกล่าวต้องเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และพัฒนา ทักษะในการผลิตและจำหน่ายสินค้าของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

(2.2) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งและเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อการขยายธุรกิจและปรับปรุงบริการ ซึ่งจะต้องมีความร่วมมือกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีแผนงานโครงการที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาและเคลื่อนย้ายแรงงานบุคลากรการท่องเที่ยวทั้งระบบ แผนงานจัดตั้งองค์กรหลักในการดูแลการเคลื่อนย้ายแรงงานตามข้อตกลงร่วมอาเซียน MRA

(3) กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism intelligence center) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ขาดการจัดเก็บข้อมูลที่จำเป็น ขาดการบริหารจัดการ และขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism intelligence center) โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บ ออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของไทย เพื่อการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบายของผู้บริหาร และเพื่อบริการข้อมูลและสารสนเทศแก่ซึ่ง TIC มีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมโยง และนำเข้าข้อมูลพัฒนาเป็นคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศสมัย และพัฒนาเป็นศูนย์ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวของประเทศ มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

(3.1) การบริหารจัดการ Tourism intelligence center (TIC) จัดตั้งศูนย์ TIC และห้องปฏิบัติการทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานใหม่ หรือการแก้ไขกฎกระทรวงและพัฒนา ระบบ Project management office จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาศูนย์ TIC และพัฒนาโครงสร้างศูนย์ข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินการ TIC ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาศูนย์ข้อมูล สำหรับการบริหาร และใช้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นด้วยการจัดหาบุคลากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของศูนย์ TIC อาทิ นักวิเคราะห์นักวิจัย นักจัดการข้อมูลสารสนเทศ และพัฒนาทักษะให้ตอบรับกับความต้องการ

(3.2) พัฒนาค้นข้อมูลและงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศบริหารจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อวางแผน กำหนดนโยบาย และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยรวบรวมฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีการจัดเก็บในปัจจุบันอย่างเป็นระบบ รวมทั้งพัฒนาและวางฐานข้อมูล บน G-cloud ทั้งฐานข้อมูล Demand, Supply, KPI และงานวิจัย เชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการจัดเก็บข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลให้ได้มาตรฐานที่ตรงกันและสามารถใช้ประโยชน์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สืบรวจจัดเก็บข้อมูลและ

ศึกษาวิจัยใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลและงานวิจัย ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครอบคลุมในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง และทันสมัยเป็นไปตามความต้องการ

(3.3) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ ทุกระดับ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์สำหรับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการตัดสินใจ เชิงนโยบาย วางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว และบริหารจัดการระบบท่องเที่ยว ด้วยการ (1) พัฒนา Model และ Software อาทิ TSA, Thailand gateway, TTI (2) พัฒนาระบบนำเสนอข้อมูลรายงาน เช่น GIS Application ฯลฯ (3) พัฒนาระบบ ICT อาทิระบบ Tourism supply chain management, Smart destination, Clever FIT และ Quick thainess ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ ประชาชนโดยทั่วไปพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้บริการข้อมูลแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง Real time อาทิระบบสารสนเทศ เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยว และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว Online และพัฒนาระบบ Thai event ระบบ KM

(4) กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เนื่องจากปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวหลายฉบับยังล้าสมัยไม่ทันต่อสถานการณ์จนทำให้กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือเป็นข้อเสียเปรียบต่อประเทศคู่แข่ง ในขณะที่บางฉบับหน่วยงานรับผิดชอบไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง จึงควรมีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

(4.1) ปรับปรุงกฎหมายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยการทบทวนและแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 รวมทั้งแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยว ผลักดันให้มี การออกกฎหมายใหม่หรือกฎหมายลูกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยว ธุรกิจรถยนต์เช่า และธุรกิจการจัดประชุมและการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

(4.2) การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการปรับปรุงกลไกการควบคุมการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ น้ำเสีย รถทัวร์ รถแท็กซี่ เป็นต้น หาวีธีการและมาตรการจูงใจให้มีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตาม เจตนารมณ์ของกฎหมายในทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงแก้ไขปัญหาการใช้ กฎหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และส่งเสริมและกำกับติดตามการบังคับใช้กฎหมายด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับหน่วยงานเจ้าภาพอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เช่น พระราชบัญญัติตรวจคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติ อุทยานแห่งชาติพ.ศ. 2504 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติ รถยนต์พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติการทำเรือ



แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543 พระราชบัญญัติการเดินเรือ ในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติเรือไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2538 เป็นต้น

## สถานการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, หน้า 5) กล่าวถึงสถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวไทยว่า ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ อาทิ แนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวในตลาดโลก ภาวะการแข่งขัน ความเสี่ยง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ยังคงอยู่บนความไม่แน่นอนทั้งจากภัยธรรมชาติโรคระบาด ความไม่มั่นคงด้านเศรษฐกิจและการเมืองของหลายประเทศทั่วโลก ประกอบกับการพัฒนาที่ผ่านมากการท่องเที่ยวไทยยังคงมี ปัญหาและอุปสรรคอีกมากมาย ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโลกและการท่องเที่ยวไทย แต่ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของโลกาภิวัตน์ ทำให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งจะเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์และสร้างโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ดังนั้น การศึกษาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้จะชี้ให้เห็นถึงจุดแข็งจุดอ่อน ศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะต่อไป และเพื่อใช้ประกอบการกำหนด ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปีถัดจากนี้ไป

### 1. สถานการณ์การณ์ท่องเที่ยวโลก

1.1 นักท่องเที่ยวในตลาดโลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก แห่งสหประชาชาติ (UNWTO) พบว่า ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก จำนวน 1,087 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 1,035 ล้านคน ในปี 2555 ร้อยละ 5 โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนจะขยายตัว มากที่สุดและส่งผลกระทบต่อฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวโลก และหากนับจากปี 2548 เป็นต้นมา ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงที่สุดถึงร้อยละ 6.2 ทั้งนี้ UNWTO คาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี และคาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2015 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวน นักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาค ที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด

1.2 ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวในภูมิภาค เอเชียตะวันออกและแปซิฟิกจะมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวโลกเพิ่มขึ้น จากข้อมูลขององค์การ การท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 1995 พบว่าเกือบ 2 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกหรือร้อยละ 59.8 ท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป รองลงมาได้แก่ ภูมิภาคอเมริกา ร้อยละ 19.3 เอเชียตะวันออกและแปซิฟิก ร้อยละ 14.4 แอฟริกา ร้อยละ 3.6 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 2.2 และเอเชียใต้ร้อยละ 0.7

ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อถึงปี ค.ศ. 2020 UNWTO คาดว่า ยุโรปยังคงเป็นภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงสุด แต่มีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 45.9 ขณะที่ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 2 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.4 ภูมิภาคอเมริกาเป็นอันดับ 3 และมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 18.1 นอกจากนี้ จากสถานการณ์ปัจจุบันที่หลายประเทศในภูมิภาคยุโรปประสบปัญหาเศรษฐกิจ ขณะที่เศรษฐกิจจีนและหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นภูมิภาคที่มีบทบาทหรืออิทธิพลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ซึ่งปัจจัยด้านเศรษฐกิจดังกล่าวจะเป็นตัวแปรสำคัญที่กระตุ้นให้การท่องเที่ยว ในภูมิภาคนี้มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว

1.3 กลุ่มประเทศ BRIC จะมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวโลกกลุ่มประเทศ BRIC ซึ่งประกอบด้วยประเทศบราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามภาวะการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยในปี 2013 นักท่องเที่ยวจากจีน รัสเซีย และบราซิล มีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงสุดในกลุ่ม 10 อันดับแรกของโลก โดยเฉพาะจีนที่มีรายจ่ายสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 มูลค่า 129 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และยังมีอัตราการขยายตัวสูงสุดร้อยละ 26 รองลงมา คือ รัสเซียอันดับที่ 4 และบราซิลอันดับ 10 อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มนี้เช่นกัน มีเพียงเศรษฐกิจจีนเท่านั้นที่มีแนวโน้มขยายตัว ขณะที่เศรษฐกิจในประเทศอื่นมีแนวโน้มชะลอตัว เช่น เศรษฐกิจรัสเซียที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตยูเครน และการลดลงของราคาผู้้ำมันในตลาดโลก รวมถึงการลดลงของค่าเงินรูเบิล ซึ่งส่งมีผลชัดเจนต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ขณะที่เศรษฐกิจบราซิลคาดว่าจะหดตัวต่อเนื่อง 2 ปีติดต่อกัน (ค.ศ. 2014-2015) จากปัญหาเงินเฟ้อ รายได้จากการส่งออกที่ลดลง และผลกระทบจากภัยแล้ง รายงานของ China Outbound tourism research institute คาดว่าในปี ค.ศ. 2014 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางทั่วโลกกว่า 112 ล้านคน และจากผลสำรวจ Visa global travel intentions study 2013 พบว่า ในปี ค.ศ. 2012 นักท่องเที่ยวจีนมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง 3,824 เหรียญสหรัฐฯ สูงเป็นอันดับที่ 3 รองจากชาวอิตาลีร้อยละ 6,666 เหรียญสหรัฐฯ และออสเตรเลีย 4,118 เหรียญสหรัฐฯ ขณะที่นักท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,390 เหรียญสหรัฐฯ และการเดินทางในอนาคตคาดว่าจะใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 ขณะที่นักท่องเที่ยวจีนจะใช้จ่ายเพิ่มอีกร้อยละ 18 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนทั้งใน ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

## 2. สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

2.1 การท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวมาอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 14.0 ล้านคน ในปี 2552 เป็น 24.8 ล้านคน ในปี 2557 โดยเพิ่มสูงสุดในปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 26.5 ล้านคน และสูงสุดเป็นลำดับที่ 7 ของโลก แต่ลดลงในปี 2557 เนื่องจากประสบกับวิกฤตทางการเมืองและวิกฤตเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรป โดยตลาดหลัก ยังคงเป็น 10 ตลาดที่มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 60 ได้แก่ จีน อินเดีย สหราชอาณาจักร มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนีเกาหลีใต้และฝรั่งเศส สำหรับในปี 2558 คาดการณ์ว่าจะ มีจำนวนนักท่องเที่ยว 28.5-29.0 ล้านคน ส่วนรายได้และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตามจำนวนนักท่องเที่ยว โดยในปี

2556 มีรายได้ 1.20 ล้านล้านบาท สูงสุดเป็นอันดับ 10 ของโลก และลดลงเหลือ 1.17 ล้านล้านบาท ในปี 2557 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 26.35 ต่อปีและคาดว่าในปี 2558 จะมีรายได้ 1.40 ล้านล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากค่าใช้จ่าย 36,061 บาท/คน/ครั้ง ในปี 2552 เพิ่มขึ้นเป็น 47,272 บาท/คน/ครั้ง ในปี 2557 อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างน้อย เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในระยะใกล้โดยในปี 2549 นักท่องเที่ยวมีจำนวนวันพักเฉลี่ย 8.62 วัน/ครั้ง เพิ่มขึ้นเป็น 9.85 วัน/ครั้ง ในปี 2556 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 0.1 วัน ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดประการหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย

2.2 นักท่องเที่ยวจากตลาดระยะใกล้มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นนักท่องเที่ยวหลักของไทยในปี 2549 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก (รวมอาเซียน) มีสัดส่วนร้อยละ 57.46 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด รองลงมาได้แก่ยุโรปร้อยละ 24.03 ดังนั้น จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากตลาดระยะใกล้ที่มีระยะเวลาเดินทางไม่นาน และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2556 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 60.40 ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน และมาเลเซีย รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านในแถบอาเซียน ในขณะที่ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปลดลงเหลือ ร้อยละ 23.19 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งมีสาเหตุสำคัญมาจากการหดตัวของเศรษฐกิจ ในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป

2.3 ในอีก 15 ปีข้างหน้า คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 67 ล้านคน สำหรับแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยในอีก 15 ปีข้างหน้า คาดการณ์ว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากข้อมูลปัจจุบันในปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 24.7 ล้านคน จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 45 ล้านคน ในปี 2563 และเพิ่มเป็น 67 ล้านคน ในปี 2573 ทั้งนี้การคาดการณ์ดังกล่าวเป็นไป ตามแนวโน้มที่ควรจะเป็น และภายใต้สมมติฐานว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะปกติไม่มีเหตุการณ์หรือวิกฤตการณ์ใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในช่วงเวลานับจากนี้เป็นต้นไป โดยกลุ่มตลาดหลักยังคงเป็นกลุ่มเดิม แต่นักท่องเที่ยวจีนจะมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม โดยสภาพข้อเท็จจริงแล้ว สถานการณ์เศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติขนาดใหญ่ โรคระบาดร้ายแรง และความขัดแย้งทางการเมืองทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ยังคงเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว

### 3. ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะที่ผ่านมา

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยอาศัยข้อได้เปรียบของทำเลที่ตั้ง ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว และความหลากหลายของวัฒนธรรมซึ่งรวมถึงความเป็นไทย เป็นจุดขายสำคัญในการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวมาอย่างยาวนาน และเพื่อให้ประเทศไทยมีกรอบทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน สอดคล้องกับศักยภาพและโอกาสการพัฒนาใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในระยะที่ผ่านมา คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ขึ้น โดยการติดตามและประเมินผลการพัฒนาในระยะครึ่งแผน รวมทั้ง

การประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็น จากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กับการท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น เกี่ยวกับแนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวของประเทศไทย และการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อมูลที่มีความสอดคล้องกันในการสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการพัฒนาที่ผ่านมา และข้อจำกัด ข้อดี และปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการ ดังนี้

3.1 ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง จากข้อมูลของ Travel and Tourism competitiveness index ในปี พ.ศ. 2557 พบว่า ประเทศไทยมีอันดับชีตความสามารถในการแข่งขันในลำดับที่ 35 ของโลก และเป็นอันดับที่ 10 ในภาคพื้นเอเชีย และแปซิฟิก ซึ่งเป็นอันดับที่สูงขึ้นจากปี 2555 (ลำดับที่ 43) อย่างไรก็ตาม ชีตความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศไทยยังต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ (อันดับ 11 ของโลก) และมาเลเซีย (อันดับ 25 ของโลก) และเมื่อพิจารณาชีตความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้าน พบว่าไทยมีความโดดเด่นในด้านทรัพยากรธรรมชาติ (ลำดับที่ 16) โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางอากาศ (ลำดับที่ 17) โครงสร้างพื้นฐานในการบริการ นักท่องเที่ยว (ลำดับที่ 21) สำหรับปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ด้านความปลอดภัย (ลำดับที่ 132) ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (ลำดับที่ 116) และด้านสุขอนามัย (ลำดับที่ 89)

3.2 ผลการพัฒนาที่ผ่านมาประสบความสำเร็จในการเพิ่มรายได้แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของการกระจายรายได้และการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวโดยในช่วงปี 2554-2557 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยว ขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 18.9 ต่อปีแต่นักท่องเที่ยวยังคงกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ และเชียงใหม่ และพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือน ชาวต่างชาติกระจุกตัวอยู่ใน 20 จังหวัด ประมาณร้อยละ 94.2 ของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติทั้งหมด ในปี 2556 ประเทศไทยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติรวมทั้งสิ้น 55,387,7521 คน โดยจำนวนผู้เยี่ยมเยือน ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการกระจุกตัวอยู่ใน 20 จังหวัดแรก จำนวน 52,182,217 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 94.2 ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด อีกทั้งจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติมากกว่า 1 ล้านคน มีเพียง 9 จังหวัดเท่านั้น นอกจากนี้พบว่าตลาดนักท่องเที่ยวยังคงเป็นกลุ่มเดิมที่ต้องพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยว 20 อันดับแรก โดยเฉพาะจีนและรัสเซีย ซึ่งจะก่อให้เกิดความเสี่ยงในการสูญเสียรายได้ หากประเทศเหล่านี้ต้องประสบกับปัญหาหรือวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว

3.3 การท่องเที่ยวไทยยังคงมีภาพลักษณ์ด้านลบที่ต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข การประเมินภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะที่ผ่านมา ยังคงมีภาพลักษณ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยในด้านบวก ได้แก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน เป็นที่ที่ใช้ชีวิตในวันพักผ่อนได้อย่างเต็มที่มีความมั่นใจของผู้คน บรรยากาศที่สนุกสนานมีสีสัน อธิยาศัยไมตรีของคนท้องถิ่น จึงจัดว่าประเทศไทยทำได้ดีมากในเรื่องการสร้าง ความรู้สึกและการสร้างประสบการณ์ที่ดีด้วยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังมีภาพลักษณ์ด้านลบ ได้แก่ ปัญหาอาชญากรรม ความปลอดภัย การหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ปัญหาจากความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อ

ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดหลักเปลี่ยนจุดหมายไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ จึงเป็นเรื่องที่จะต้อง มี แนวทางและหน่วยงานปฏิบัติที่ชัดเจน

3.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ นับเป็นปัญหา ที่สะสมมานานจากนโยบายการเร่งส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว แต่ขาดการเตรียมพร้อมรองรับของ แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลัก ๆ ของประเทศ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็น จำนวนมากในแต่ละปีการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยว มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การบริหารจัดการและการควบคุมกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐไม่สามารถดำเนินการได้อย่างทั่วถึง ทำให้เกิดปัญหาการบุกรุกพื้นที่ ปัญหาขยะ น้ำเสีย มลพิษ ระบบนิเวศวิทยา ศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถาน เสี่ยงต่อการถูกทำลาย ซึ่งนับเป็นสาเหตุสำคัญทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง ในขณะที่เดียวกันการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ยังไม่มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นยังกระจุกตัว อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเดิมๆ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถ ในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

3.5 โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างดีในระดับหนึ่ง แต่ยังมีปัญหา ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม ค่อนข้างดีโดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ มีสนามบิน 41 แห่ง กระจายตัวอยู่ ทั่วประเทศ มีถนนที่มีคุณภาพเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งมีคุณภาพและมาตรฐาน แต่ยังคง การเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวรองยังไม่มีประสิทธิภาพ เท่าที่ควร

3.6 บุคลากรด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะและองค์ความรู้ ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยภาพรวมแล้วบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีความสามารถในการแข่งขันในระดับท้องถิ่นหรือในประเทศแต่ยังขาดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล ทั้งนี้เนื่องด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น ข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ผู้ประกอบการธุรกิจบริการท่องเที่ยวของไทยส่วนใหญ่ยังขาดการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสาร ขาด การประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนกลางในเรื่องการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว ขาดความรู้และ ทักษะในด้านการบริหารจัดการ เนื่องจาก ธุรกิจส่วนมากเติบโตมาจากธุรกิจในการครอบครัว ซึ่งมักขาด ความรู้ในด้านการจัดการ หรือการบริหารงานที่มีระบบ ไม่สามารถทำการตลาดเชิงรุกได้ด้านภาษา ด้านเทคโนโลยีผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดความรู้ และทักษะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและ สารสนเทศ (ICT) โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ขาดทรัพยากรและเงินทุน ปัจจุบันแม้ว่าภาครัฐจะมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ ทั้งการกู้ยืมและค้ำประกัน แต่ขั้นตอนค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน ใช้เวลาค่อนข้างนาน และมีเงื่อนไขที่ค่อนข้างมาก ขาดเครือข่าย ปัจจุบันเครือข่ายธุรกิจบริการท่องเที่ยวขนาดกลางและเล็ก ยังมีไม่มากพอที่จะสามารถแข่งขัน กับ บริษัทต่างชาติขนาดใหญ่ เป็นต้น

3.7 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายฉบับที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นกฎหมายฉบับเก่าล้าสมัยมีความขัดแย้งกัน ระหว่างกฎหมาย และมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ซึ่งจำเป็นต้องได้รับ

การปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน รวมทั้งต้องมีมาตรการเข้มงวด กวดขันให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เพื่อช่วยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้บรรลุตามเป้าหมาย

3.8 ขาดข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศทั้งใน ภาพรวมและภาพเชิงลึกจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายขาดการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระบบ ขาดการบริหารจัดการ และขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บออกแบบและกลั่นกรองข้อมูล สร้างระบบการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย

3.9 กลไกการบริหารจัดการขาดการบูรณาการ การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน เชื่อมโยงจากระดับชาติสู่ระดับพื้นที่ และชุมชน ที่ผ่านมากลไกการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดความเชื่อมโยงระหว่างกลไกในระดับต่าง ๆ ต่างคนต่างทำ ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของการพัฒนา หรือขาด เจ้าภาพหลักในบางเรื่อง

#### 4. ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, หน้า 13) ได้กล่าวถึงการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในอนาคต จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งใน ประเด็นการเตรียมพร้อมรองรับจากภาวะความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น และการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของประเทศไทย เพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากภาวะการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไปพร้อม ๆ กัน โดยสามารถ สรุปกระแสการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่อาจจะกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้ดังนี้

4.1 กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) การเชื่อมโยงของโลกได้ส่งผลกระทบถึงกันหมด ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีและการเคลื่อนย้ายของแรงงาน (Workforce flow) การรวมตัวกันของประเทศต่าง ๆ ในการเพิ่มอำนาจต่อรอง การไหลเวียนเงินทุน การขยายขอบเขตตลาด ซึ่งกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยนมุมมองพัฒนาตัวเอง เพื่อรับมือคู่แข่ง คู่ค้า และลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

4.2 สังคมสูงวัย (Aging society) หลายประเทศก้าวสู่สังคมสูงวัย โดยเฉพาะลูกค้าหลักของไทย คือ กลุ่มยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีได้รวมถึงประเทศไทยเองก็กำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยในปี 2030 และจากการคาดการณ์ขององค์การสหประชาชาติสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.2 ในปี 2533 เป็นร้อยละ 11.7 ในปี 2556 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่าผู้สูงอายุจะเพิ่มสูงถึง ร้อยละ 21.1 ในปี 2593 ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อแรงงานที่อาจจะขาดแคลนในบางสาขา โครงสร้างประชากรและวัยแรงงาน ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป และตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีขนาดใหญ่ขึ้น

4.3 สังคมเมือง (Urbanization) การเพิ่มขึ้นของเมืองใหญ่ทั่วโลกนำมาซึ่งความเจริญและโอกาส ทางธุรกิจ แต่ก็มีความเสี่ยงตามมาเช่นกัน ได้แก่ความแออัดของชุมชน ปัญหาขยะ มลพิษ ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ในมุมด้านการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดการกลืนวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมแฟชั่น เกาหลีได้ร้านอาหารต่างประเทศ อาจเกิดการสูญเสียความเป็นท้องถิ่นของชุมชน มีการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง นอกจากนี้ ยังเกิดการกระจุกตัวของคนในชุมชนเมืองทำให้หลายเมืองที่บริหารจัดการไม่ดีไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ทั้งที่มีโอกาส และเสน่ห์ของเมืองจะสูญเสียไปจากสิ่งก่อสร้างที่คล้ายกันของเมืองใหญ่

4.4 ชีวิตดิจิทัล (Digital lifestyle) มีผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเองเพิ่มขึ้น ความนิยมต่อโทรศัพท์ Smart phone ที่ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร แต่ยังสามารถใช้บริการ ข้อมูล (Data) ในระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่สามารถค้นหาข้อมูลด้านการเดินทาง ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว แต่ยังสามารถทำการจองได้โดยทันที (Real time) ซึ่งปัจจุบัน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต่างให้ความสำคัญกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เป็นอย่างมาก ตั้งแต่การให้บริการด้านข้อมูล การจอง และการซื้อขาย ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเตรียมตัวและเดินทางด้วยตนเองได้ง่ายกว่าเดิมมาก

4.5 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยวมากขึ้น ประกอบกับการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาด การก่อการร้าย การชุมนุมประท้วง และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ดังจะเห็นได้จากวิกฤตทางการเมืองในประเทศไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ หรือผลของการระบาดของโรค SARS และไข้หวัดนก ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั่วโลก

4.6 สายการบินต้นทุนต่ำส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การให้เปิดบริการสายการบิน ต้นทุนต่ำ (Low cost airline) และการแข่งขันที่สูงในธุรกิจการบิน ส่งผลให้ค่าโดยสารมีราคาถูกกว่าเดิมมาก โดยเฉพาะบัตรโดยสารราคาพิเศษสำหรับการเดินทางนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low season) นอกจากนี้จะส่งผลกระทบต่อให้มีการเดินทางเพิ่มขึ้น เพิ่มการกระจายตัวของการเดินทางนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ยังส่งผลให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจก่อนการเดินทาง (Last minute) เพิ่มขึ้น ทั้งนี้จากการศึกษาของ Airline profiler พบว่า ในปี.ศ. 2013 ร้อยละ 23 ของผู้โดยสารเครื่องบินทั่วโลกเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำและ สายการบินต้นทุนต่ำมีอัตราที่นั่งที่ขายได้โดยเฉลี่ยสูงกว่าสายการบินมาตรฐาน แต่โดยภาพรวมผู้โดยสาร มีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากสายการบินมาตรฐาน (Full service airlines) มากกว่าที่ได้รับในสายการบินต้นทุนต่ำสะท้อนให้เห็นว่ามากกว่า 1 ใน 5 ของผู้โดยสารเครื่องบินให้ความสำคัญต่ออัตราค่ามากกว่าความสะดวกสบาย และสายการบินต้นทุนต่ำมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

4.7 การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environment) ผลกระทบจากการทำลายสภาพแวดล้อม การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมทำให้โลกได้รับผลกระทบและเป็นต้นเหตุของภัยพิบัติที่เพิ่มมากขึ้น หลายประเทศได้ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและนำมาสู่ภาคปฏิบัติ มีสนธิสัญญาด้านสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและแนวทางปฏิบัติจากทุกภาคส่วนอย่างเป็นทางการ รูปธรรม นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เรื่องของ

สิ่งแวดล้อมกลายเป็นปัจจัยที่หลายประเทศแสดงจุดยืนและหาแนวทางการร่วมมือและจัดทำเป็นแผนระดับชาติและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใช้เรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

4.8 การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian economic community: AEC) ภูมิภาคอาเซียนหรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลก นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548-2556 คือร้อยละ 8.5 โดยมีการคาดการณ์ว่าภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้น แนวโน้มการเติบโตของภูมิภาคอาเซียนจะกลายเป็น องค์กรทางภูมิรัฐศาสตร์ที่มีความสำคัญและทั่วโลกต่างจับตามอง จึงเป็นความท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่จะใช้ประโยชน์จากตลาดที่ใหญ่ขึ้นในความร่วมมือในระดับภูมิภาค สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอาเซียนกับปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปริมาณนักท่องเที่ยวในประเทศในกลุ่มอาเซียนมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ซึ่งประเทศไทยได้รับผลประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้น เมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยว จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

4.9 การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้ม สนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์กิจกรรมที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษดังกล่าว

## 5. ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, หน้า 16) ได้กล่าวถึงทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยในอนาคต ต้องพัฒนาไปสู่ความมั่นคง (Stability) ความมั่งคั่ง (Prosperity) และความยั่งยืน (Sustainability) โดยความมั่นคงคือ ความสามารถขับเคลื่อนการ ท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพแม้ในภาวะวิกฤตต่าง ๆ ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ ความมั่งคั่ง คือ การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และสร้างความความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ และความยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชน

ดังนั้น เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ไทยต้องสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวในตลาดโลกได้โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น สามารถสร้างความสมดุลของการท่องเที่ยวจากการเพิ่มรายได้เพิ่มค่าใช้จ่ายเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว และมีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมทั้งได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพและสร้างข้อ



ได้เปรียบในการแข่งขันให้กับบุคลากรและ ผู้ประกอบการไทย ดังนั้น กรอบแนวคิดในการพัฒนาในระยะต่อไป จึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของการ ท่องเที่ยว เพื่อจะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายปลายทางเพื่อการเดินทางมาพักผ่อนที่มีคุณภาพ (Quality leisure destination) โดยมีประเด็นสำคัญในการพัฒนา 6 ประเด็น ดังนี้

(1) เพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Higher tourist & Stakeholder satisfaction) โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการนักท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีความปลอดภัย ความสะอาด พัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีใจพร้อมให้บริการ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก โดยมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการคมนาคมที่ได้มาตรฐานอย่างทั่วถึงครอบคลุมเส้นทางหลักและเส้นทางรองที่จะเข้าสู่ แหล่งท่องเที่ยว

(2) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Environment protection) โดยการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ และมีการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

(3) การกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว (Seasonality expansion) เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

(4) กระจายแหล่งท่องเที่ยวการจ้างงานสูงขึ้น (Income distribution) เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว และเป็นการเสริมสร้างการจ้างงานในท้องถิ่น เป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

(5) เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวการเพิ่มมูลค่าสินค้าการท่องเที่ยว (Higher revenue)

(6) การเติบโตอย่างยั่งยืนของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างสมดุลกับขีดความสามารถในการรองรับ (Sustainable growth)

การศึกษาวเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ในข้างต้น อาจจะพอกล่าวสรุปในเบื้องต้นได้ว่า ตลาดท่องเที่ยวไทยในระยะ 5-10 ปีข้างหน้า ยังมีอนาคตที่ค่อนข้างแน่นอน เนื่องจากแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 4-5 ต่อปีโดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จะกลายเป็นตลาดหลักและมีบทบาทต่อการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวในตลาดโลก โดยมีประเทศจีน และอาเซียนเป็นศูนย์กลางการส่งออกนักท่องเที่ยวและแหล่งรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักและนิยมแพร่หลายในตลาดโลกอยู่แล้ว รวมทั้งยังเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน จึงสามารถใช้ศักยภาพและโอกาสดังกล่าวดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศได้อีกเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม การที่จะกำหนดบทบาทหรือทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะต่อไป จำเป็นต้องมีการพิจารณาทบทวนอย่างรอบคอบและเหมาะสมบนพื้นฐานของศักยภาพ ความพร้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระบบ ความเร่งด่วนของปัญหาความจำเป็นต้องพัฒนา คำนึงถึง คุณภาพ ความสมดุล และความยั่งยืนของการพัฒนา และสอดคล้องกับความต้องการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย และสุดท้ายเพื่อให้เกิด กระบวนการขับเคลื่อนอย่างบูรณาการเพื่อร่วมผลักดันไปสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกัน

## แนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

เอกรินทร์ ปันยานะ (2547, หน้า 22) ได้กล่าวถึงผลการสัมมนาของ ESCAP เมื่อวันที่ 28-30 กรกฎาคม 2540 เรื่อง "การอำนวยความสะดวกในการเดินทางของภูมิภาคเอเชีย" ระหว่างชาติต่าง ๆ ในเอเชีย 16 ประเทศ ได้กล่าวถึงประเด็นเรื่องความปลอดภัย และความมั่นคงของนักท่องเที่ยวว่าทุกประเทศควรสำรวจขอบเขตและระดับของภัยคุกคามต่อชีวิต สุขภาพ ทรัพย์สิน ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของ นักท่องเที่ยว และสิทธิของผู้บริโภค ภายใต้อาณาเขตของประเทศตน และพัฒนามาตรการป้องกันเพื่อจัดปัญหาเหล่านี้ อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

### แนวทางปฏิบัติระดับชาติ

1. ทุกประเทศควรพัฒนานโยบายแห่งชาติเกี่ยวกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยว
2. ทุกประเทศควรให้ข้อมูลที่เหมาะสมเกี่ยวกับความปลอดภัยและความมั่นคงแก่นักท่องเที่ยวตั้งแต่จุดที่เดินทางมาถึง

### แนวทางปฏิบัติระดับภูมิภาค

องค์การระหว่างประเทศและระดับภูมิภาคที่เกี่ยวข้อง ควรให้ข้อมูลและจัดการฝึกอบรมด้านมาตรฐานความปลอดภัย ความมั่นคง และสุขอนามัยเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้ประเทศต่าง ๆ ร่วมมือกันในการพัฒนาข้อตกลงระดับพหุภาคี ด้านมาตรฐานความมั่นคง และปลอดภัย

### ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลายประการ ดังนี้

เกษัย ขอประเสริฐ (2539, หน้า 11 อ้างถึงใน เอกรินทร์ ปันยานะ, 2547, หน้า 22) ได้กล่าวถึงปัญหาที่เกิดขึ้นที่ท่าอากาศยานกรุงเทพ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวจาก ต่างประเทศเมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้ผ่านพิธีการทางศุลกากรแล้ว และเข้ามาถึงบริเวณหน้าห้องผู้โดยสารขาเข้าเพื่อเตรียมตัวเดินทางต่อไป ปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นจากบรรดาพวกมิจฉาชีพ ดังนี้

ปัญหามักคุเทศก์เถื่อน พวกมักคุเทศก์เถื่อนมักจะมีจิตวิทยาในการโน้มน้าวนักท่องเที่ยวให้หลงเชื่อและซื้อบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่มาตามลำพังไม่ได้มาเป็นหมู่คณะ มักคุเทศก์เถื่อนพวกนี้ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์แท้จริงคือการได้รับค่านายหน้าจากร้านขายของที่ระลึก โรงแรม หรือสถานบริการบางแห่ง ซึ่งจะให้ค่านายหน้าตามราคาร้อยละของสินค้าหรือประเทศที่เข้าร่วมประชุมได้แก่ บังคลาเทศ กัมพูชา อินเดีย อิหร่าน คีร์กีซสถาน ลาว มาเลเซีย มัลดีฟส์ มองโกเลีย พม่า เนปาล ไทย อุซเบกิสถาน และเวียดนาม บริการ ถ้านักท่องเที่ยวที่ซื้อบริการของไกด์พวกนี้ไม่ยอมไปซื้อของตามสถานที่ที่จะพาไป ก็มักจะถูกทิ้งไว้ที่โรงแรมโดยไม่มารับไปตามที่ได้ตกลงกันไว้ซึ่งปรากฏว่ามีการร้องเรียนของนักท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ แต่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมักจะไม่สามารถติดตามดำเนินการได้ เนื่องจากที่อยู่ที่ไม่ใช่ที่อยู่ของบรรดามักคุเทศก์เถื่อนเหล่านั้นจริง ๆ

ปัญหาด้านธุรกิจทางเพศ เป็นปัญหาที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ และถูกนำไปเผยแพร่ทางด้านลบในต่างประเทศอยู่เสมอ โดยมักจะใช้การขายบริการทางเพศเพื่อหาทางลักทรัพย์ของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการมอมยานักท่องเที่ยว กลุ่มคนร้ายในลักษณะนี้มักจะเป็นแก๊งค์อาชญากรรม ซึ่งมีการกระทำความผิดในหลายรูปแบบ เช่น ค้ายาเสพติด มอมยานักท่องเที่ยว ส่งคนออกไปขายนอกประเทศ ปัญหาการหลอกลวงให้ไปเล่นการพนัน การหลอกลวงลักษณะนี้คนร้ายมักจะทำงานกันเป็นทีมประมาณ 5-6 คน โดยจะหลอกให้เหยื่อไปเล่นการพนันในสถานที่ต่าง ๆ ที่เตรียมไว้ แล้วใช้วิธีต้มตุ๋นจนเหยื่อต้องเสียทรัพย์สินจนหมดแล้วจึงพาเหยื่อกลับไปส่งที่พัก ซึ่งคนร้ายมักจะพัฒนาวิธีการหลอกลวงอยู่ตลอดเวลา

ปัญหาการลักับัตรเครดิตของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศส่วนใหญ่มักจะพกบัตรเครดิตติดตัวมาด้วยเหตุผลด้านความสะดวกและปลอดภัยแทนการพกพาเงินสดเป็นจำนวนมาก ๆ ทำให้กลุ่มมิจฉาชีพฉวยโอกาสนี้ลักับัตรเครดิตของนักท่องเที่ยวต่างชาติไปใช้แทน หรือนำไปขายต่อกับกลุ่มมิจฉาชีพด้วยกัน การทำงานของกลุ่มนี้มักจะทำเป็นองค์กร มีการร่วมกันตั้งแต่ลักับัตรเครดิต เจ้าของร้านค้า ตลอดจนเจ้าหน้าที่ธนาคาร ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะฝากบัตรเครดิตไว้กับทางโรงแรมหรือเกสต์เฮาส์ เมื่อจะเดินทางไปทัวร์ป่าหรือสถานที่ยากลำบาก ซึ่งคนที่รับฝากจะลักเอาบัตรเครดิตของชาวต่างชาติไปซื้อสินค้าต่าง ๆ ด้วยการร่วมมือจากเจ้าของร้านค้า และเจ้าหน้าที่ธนาคาร ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะรู้ตัวก็เมื่อได้รับใบแจ้งรายการค่าใช้จ่ายจากธนาคาร

ปัญหาการหลอกลวงให้ซื้ออัญมณี ปัญหานี้เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง เนื่องจากสามารถสร้างผลกำไรให้กับผู้กระทำความผิดด้วยการหลอกลวงนักท่องเที่ยวให้ซื้ออัญมณี เป็นอย่างมาก ขณะที่บทลงโทษตามกฎหมายเกี่ยวกับความผิดฐานฉ้อโกงมีค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ยังเป็นความผิดที่ยอมความได้ ในการดำเนินการนี้ บุคคลผู้กระทำความผิดมักจะทำคนเดียว โดยอาจจะแฝงตัวอยู่กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และหลอกลวงว่าเคยซื้ออัญมณีจากร้านแห่งหนึ่งไปแล้วนำไปขายได้กำไรหลายเท่า ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความโลภ และถูกหลอกให้ไปซื้ออัญมณีที่ร้านซึ่งเป็นอัญมณีที่มีคุณภาพต่ำ ปัญหาการลักทรัพย์นักท่องเที่ยวในโรงแรม คนร้ายกลุ่มนี้จะมีหลากหลายประเภท และมักจะเข้าไปในโรงแรมที่มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานต่ำ

ปัญหาการลักทรัพย์นักท่องเที่ยวบนรถโดยสารประจำทาง ผู้กระทำความผิดมักจะทำกันเป็นกลุ่ม โดยอาศัยรถยนต์โดยสารปรับอากาศ กลุ่มคนเหล่านี้อาจจะเดินทางมากับรถยนต์โดยสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เป็นเด็กประจำรถ ช่างเครื่องหรือบริการบนรถ และอาศัยช่วงเวลาที่ไม่ค่อยมีคนโดยสารหลับสนิทาการลักทรัพย์ หลังจากได้ทรัพย์สินไปแล้วก็จะลงจากรถเพื่อหลบหนีไปก่อนที่จะถึงจุดหมาย ด้วยความร่วมมือของคนขับรถ

#### **มูลเหตุของการเกิดปัญหาอาชญากรรมกับนักท่องเที่ยว**

เอกรินทร์ ปันยานะ (2547, หน้า 24) ได้กล่าวถึงมูลเหตุของปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เกิดจากปัญหาการขาดประสิทธิภาพในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่มีประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ขณะเดียวกันรัฐบาลก็ได้เน้นใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหลักในการพัฒนาประเทศ โดยไม่มีการจัดแผนงานรองรับไว้ให้ครอบคลุม การที่นโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น เป็นการสร้างภาระรับผิดชอบให้กับผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ขณะเดียวกันสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในธุรกิจการท่องเที่ยวก็เอื้ออำนวยให้เกิดการ เอารัดเอาเปรียบต่อนักท่องเที่ยววิธีการและการดำเนินการตามระบบกฎหมายไทยมีการดำเนินการ ที่ค่อนข้างล่าช้าไม่ทันต่อสถานการณ์ เนื่องจาก นักท่องเที่ยวมี

เวลาพักอยู่ในประเทศไทยค่อนข้างน้อย จึงอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวที่ประสบเหตุร้ายเกิดภาพในทางลบต่อประเทศไทย และอาจจะ นำไปขยายภาพทำให้เกิดภาพพจน์ที่เสียหายต่อประเทศไทยได้นอกจากนี้ ผลตอบแทนในการประกอบอาชีพอาชญากรรมก็เป็นสาเหตุจูงใจให้กระทำความผิด เช่น ในกรณีของมุกคุเทศก์เถื่อน และกรณีการหลอกลวงให้ซื้ออัญมณี

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกรินทร์ ปันยานะ (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษามาตรการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ : กรณีศึกษาสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองมีนโยบายและมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เดินเข้ามาในประเทศไทยอย่างไรบ้าง 2) เพื่อศึกษามาตรการที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง นำมาใช้ในการแบ่งแยกกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ไม่พึงปรารถนาที่แฝงตัวเข้ามาในประเทศ 3) เพื่อให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานของสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองในด้านการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศและตรวจสอบเกี่ยวกับตัวนักท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า 1) สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองยังไม่ได้กำหนดนโยบายหรือมาตรการเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวให้เจ้าหน้าที่ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน 2) มาตรการที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองนำมาใช้เพื่อแบ่งแยกระหว่างนักท่องเที่ยวที่ติดกับผู้ไม่พึงปรารถนาที่แฝงตัวเข้ามาในประเทศ ยังใช้ระบบตรวจสอบนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับผู้ก่อการร้ายทั่วไปทำให้เกิดความล่าช้า เสียบรรยากาศ และเกิดความรู้สึกไม่ดีกับนักท่องเที่ยว พบว่า ระดับการตรวจสอบและระบบการให้บริการในแต่ละด่านตรวจที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางผ่านไม่เป็นไปในระดับเดียวกัน 3) สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองยังขาดแคลนอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การประสานข้อมูลระหว่างหน่วยงาน การให้บริการ การตรวจสอบนักท่องเที่ยวและรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยวยังยากลำบากและไม่สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างคล่องตัวเนื่องจากเทคนิคเฉพาะและข้อจำกัดอื่น ๆ

พงศธร เมืองแก่น (2550, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการวิเคราะห์นโยบายการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์นโยบายการท่องเที่ยวในหน่วยทหารของกองทัพบก ค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก 2) ศึกษาปัญหาปัญหาอุปสรรคการดำเนินตามนโยบายการท่องเที่ยวในหน่วยทหารกองทัพบก ค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวในหน่วยงานทหารกองทัพบก ค่ายสมเด็จพระเอกาทศรถ จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า 1) การดำเนินนโยบายส่วนใหญ่มีความเหมาะสมและประสบความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ 2) ปัญหาที่พบคือ การกำหนดนโยบายไม่ได้ศึกษาความต้องการที่แท้จริงของประชาชน ควรมีงบประมาณสนับสนุนอย่างชัดเจนและควรเพิ่มการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ 3) ข้อเสนอแนะในการพัฒนานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในหน่วยทหารของกองทัพบก ควรมีการศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของชาติให้ชัดเจน เพื่อนำไปสู่การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวในหน่วยงานทหารกองทัพบก

วิศว์ ชัยรุ่งเรือง (2553, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของเทศบาลปากเกร็ด ความเห็นของนักท่องเที่ยวและความเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิทัศน์ของชุมชนเขตเทศบาลปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเพื่อศึกษานโยบายของเทศบาลนครปากเกร็ด ความเห็นของนักท่องเที่ยวและความเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ปัญหา และอุปสรรคร่วมทั้งข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวของเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีของเทศบาลนครปากเกร็ด ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาภูมิทัศน์ชุมชนเพื่อฟื้นฟูเป็นแหล่งท่องเที่ยว ของเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่นั้นจะเน้นการศึกษาด้านนโยบาย งบประมาณ บุคลากร การปฏิบัติงานจะพบว่ามี การวางแผนนโยบายที่ดี งบประมาณที่จัดตั้งสำหรับด้านการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอย่างเพียงพอ บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาก็มีจำนวนที่เหมาะสมแต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการนำไปปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดียิ่ง ๆ ขึ้น ควรจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับการตั้งงบประมาณเพื่อนำไปพัฒนาแหล่งชุมชนให้ตรงจุด ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมของประชาชนในแต่ละชุมชนก็ควรมีการร่วมเสนอความคิดเห็นและให้ความรู้แก่ประชาชนในแต่ละชุมชนด้วย เนื่องจากประชาชนยังขาดความรู้ในการพัฒนาชุมชนของตนเองว่าชุมชนของตนเองนั้นสามารถที่จะพัฒนาให้เจริญได้ สามารถทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากการพัฒนาทั้งสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจที่ดีก็จะตามมาด้วย ส่วนกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวทำการศึกษา และกลุ่ม 3 ประชาชนที่อยู่ในเขตที่เลือก โดยจะเน้นการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้านสถานที่ ซึ่งจะเห็นว่าตามสถานที่ต่าง ๆ มีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงเหมือนกัน เช่น เรื่องห้องน้ำที่ไม่สะอาด ที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่สะดวก ป้ายบอกทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวก็มีไม่เพียงพอและไม่ชัดเจน สภาพภูมิทัศน์โดยรวมก็ยังไม่สวยงาม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นต้นเหตุให้ตามสถานที่ต่าง ๆ ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก ทั้งที่มีทั้งนโยบายที่ชัดเจน งบประมาณที่เพียงพอ และสถานที่ที่เหมาะสมต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงควรมีการจัดตั้งโครงการที่เหมาะสมต่อการพัฒนาสถานที่ต่าง ๆ ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่อยู่นอกเขตได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยสถานที่ต่าง ๆ นั้นจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ

ชวดี โกศล (2555, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาประสิทธิภาพการนำนโยบายการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุโขทัย การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลของนโยบายการท่องเที่ยวของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุโขทัย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า 1) ประสิทธิภาพการนำนโยบายการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุโขทัย ของภาครัฐพบว่าระดับประสิทธิผลฯ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการทำงานเป็นทีม และด้านการจูงใจ ส่วนโครงสร้างและด้านงบประมาณมีระดับประสิทธิผลในระดับปานกลาง ส่วนของกลุ่มประชาชนในพื้นที่ ระดับประสิทธิผลฯ ด้านสถานที่ ด้านการมีส่วนร่วม และการจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง และส่วนของนักท่องเที่ยวมีระดับประสิทธิผลฯ

ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านการจูงใจอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการนำนโยบายการท่องเที่ยวยไปสู่การปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 กลุ่ม จากผลการวิจัยสรุปว่า ปัจจัยทุกด้านของหน่วยงานภาครัฐ ประชาชน และนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการนำนโยบายการท่องเที่ยวยไปสู่การปฏิบัติ

สรโรชา แพร่ภาษา (2557, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการนำนโยบายการท่องเที่ยวยไปปฏิบัติในประเทศไทย การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสำเร็จในการนำนโยบายการท่องเที่ยวยไปปฏิบัติ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายการท่องเที่ยวยไปปฏิบัติ ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จในการนำนโยบายการท่องเที่ยวยไปปฏิบัติ คือ การปฏิบัติตามตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ (Road map) เป็นไปตามนโยบาย และมีลักษณะของนโยบายการท่องเที่ยวยที่ชัดเจน มีการทำงานร่วมมือกันของทุกภาคส่วน หนึ่งความสำเร็จในการนำนโยบายการไปปฏิบัติจะมีเฉพาะโครงการ/กิจกรรม หรือมีบางหน่วยงานเท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ โดยการสนับสนุนงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดให้กับสมาคมการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดเช่น ความสำเร็จจากการที่ได้ออกไป Road show ในแต่ละประเทศ รวมไปถึงความสำเร็จร่วมจากหลายองค์ประกอบ เช่น โรงแรม ที่พัก มีความสะอาด บริการดีเยี่ยม ห้องพักรีสอร์ท สิ่งอำนวยความสะดวกมีพร้อม การเดินทางปลอดภัย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายการท่องเที่ยวยไปปฏิบัติโดยส่วนใหญ่มาจาก การทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน นโยบายการท่องเที่ยวย การพึ่งพาหน่วยงานภายนอกและลักษณะของหน่วยงาน มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติเพราะเป็นการปฏิบัติงานผ่านระบบตามอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบโดยตรง ลักษณะของหน่วยงานในการปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางบวก รวมไปถึงเศรษฐกิจก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจุบันมีปัจจัยทางการเมืองเข้ามาเป็นปัจจัยแทรกทำให้หลายหน่วยงานไม่กล้าที่จะจัดโครงการ/กิจกรรม และต้องผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความล่าช้า เนื่องจากต้องทำรายงานเป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่องจึงมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการนำนโยบายการท่องเที่ยวยไปปฏิบัติ

มัชฌิมา อุดมศิลป์ และนรินทร์ สังข์รักษา (2559, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการจัดการความปลอดภัยด้านการเดินทางท่องเที่ยวทางบกด้วยรถยนต์และรถสาธารณะในภูมิภาคตะวันตก: ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวสู่ประชาคมอาเซียน การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ทางด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเข้าสู่ประชาคมอาเซียน 2) เพื่อร่างยุทธศาสตร์การจัดการความปลอดภัยทางถนนในการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 25 คน และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบร่างยุทธศาสตร์จำนวน 19 คน ใช้วิธี EDFA (Ethnographic delphi future research) การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมเชิงนโยบายเพื่อหาข้อสรุปข้อเสนอเชิงนโยบาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ บันทึกภาคสนาม การสังเกต ผลการวิจัยพบว่า สภาพการณ์ทางด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกควรมีการจัดการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การจัดการความปลอดภัยด้านการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวสู่ประชาคมอาเซียนควรประกอบไปด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 มาตรการการจัดการความปลอดภัยในการเดินทาง

ท่องเที่ยวด้านมนุษยศาสตร์ที่ 2 มาตรการการจัดการความปลอดภัยด้านถนนและโครงสร้าง  
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การจัดการความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวด้านยานพาหนะและยุทธศาสตร์ที่  
4 การจัดการทางด้านสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีและกฎหมาย

## กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยมาตรการของนโยบายการพัฒนาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ได้กำหนดกรอบ  
แนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการแก้ปัญหาอาชญากรรม
2. แนวคิดการพัฒนาธุรกิจนำเที่ยว
3. แนวคิดการพัฒนาศูนย์รับแจ้งเหตุ
4. แนวคิดการเฝ้าระวังนักท่องเที่ยว
5. แนวคิดการตั้งศาลแผนกคดีนักท่องเที่ยว
6. แนวคิดการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยในการเดินทาง
7. แนวคิดการพัฒนามาตรฐานการให้บริการและความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว

1. แนวคิดการแก้ปัญหาอาชญากรรม เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการศึกษาแนวทางการแก้ปัญหา  
การหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ ปัญหาหมักคู่เทศก์เถื่อน และการทำร้ายต่อชีวิตและ  
ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. แนวคิดการแก้ปัญหาธุรกิจนำเที่ยว เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการศึกษาการพัฒนาธุรกิจนำ  
เที่ยวและการแก้ปัญหาหมักคู่เทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจ  
นำเที่ยวและหมักคู่เทศก์ พ.ศ. 2551

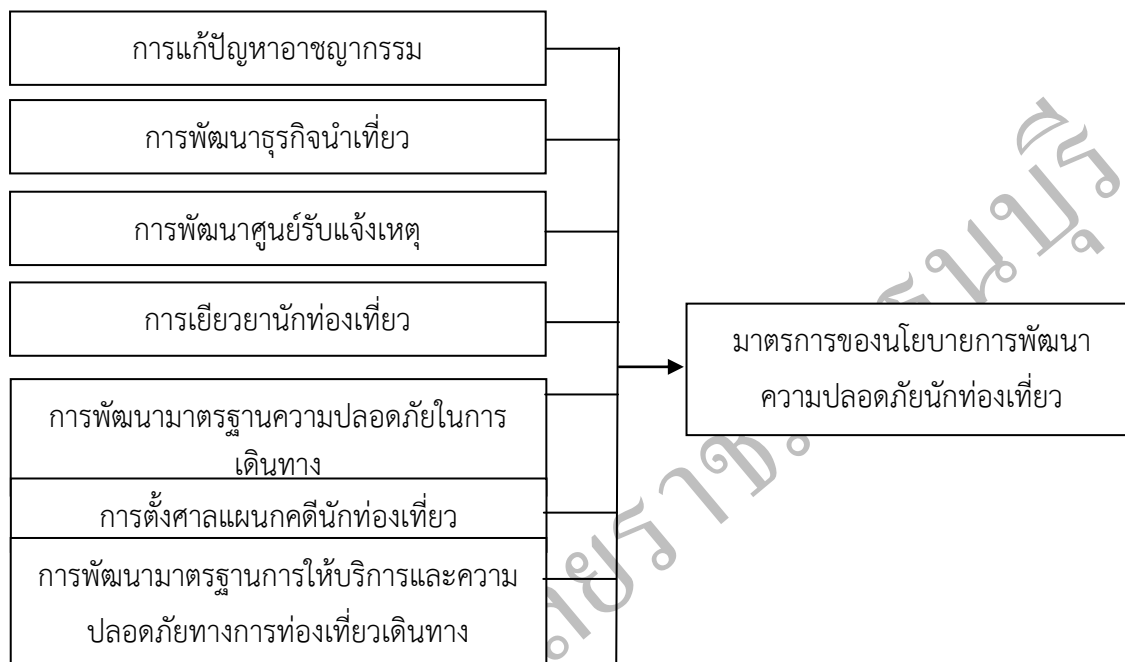
3. แนวคิดการพัฒนาศูนย์รับแจ้งเหตุ เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการศึกษาแนวทางในการพัฒนา  
กลไกและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของศูนย์รับแจ้งเหตุของตำรวจท่องเที่ยวและศูนย์บริการ  
นักท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ 1155 (Call center 1155) ให้เป็นศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ

4. แนวคิดการเฝ้าระวังนักท่องเที่ยว เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการศึกษาจัดตั้งกองทุน  
ช่วยเหลือเฝ้าระวังนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อเป็นค่าใช้จ่าย ในการช่วยเหลือเฝ้าระวังนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติทุกคนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว แล้วเกิดความสูญเสีย หรือเสียหายใดๆ โดยมีได้เกิดจาก  
ความประมาท เจตนาหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของนักท่องเที่ยว

5. แนวคิดการตั้งศาลแผนกคดีนักท่องเที่ยว เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการศึกษาแนวทางจัดตั้ง  
ศาลแผนกคดีนักท่องเที่ยวในศาลยุติธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน  
การดำเนินคดีต่าง ๆ เป็นกรณีพิเศษ

6. แนวคิดการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยในการเดินทาง เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้น  
การศึกษา แนวทางการสนับสนุนมาตรการจัดการความปลอดภัยในการเดินทาง ทางบก/ทางน้ำ/ ทาง  
อากาศ และปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจัง และมีการบังคับใช้บทลงโทษตาม  
กฎหมายกับผู้ที่ทำให้เกิด

7. แนวคิดการพัฒนามาตรฐานการให้บริการและความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการศึกษา การกำหนดมาตรฐานการให้บริการและมาตรฐานความปลอดภัย ทาง การท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เช่น มาตรฐานหน่วยกู้ภัย เพื่อจัดทำมาตรฐานการกู้ภัย และสนับสนุนพัฒนาการปฏิบัติงานของหน่วยกู้ภัยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องให้มีการบังคับใช้ อย่างจริงจัง



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย