



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

เศรษฐศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

A Competitive Advantage Analysis of Thailand's Tourism Industry

นามผู้วิจัย นางสาวจินต์จุฑา มณีนิล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(อาจารย์วีรดี จงอัญญากุล, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์โสมสกว เพชรานนท์, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา วีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

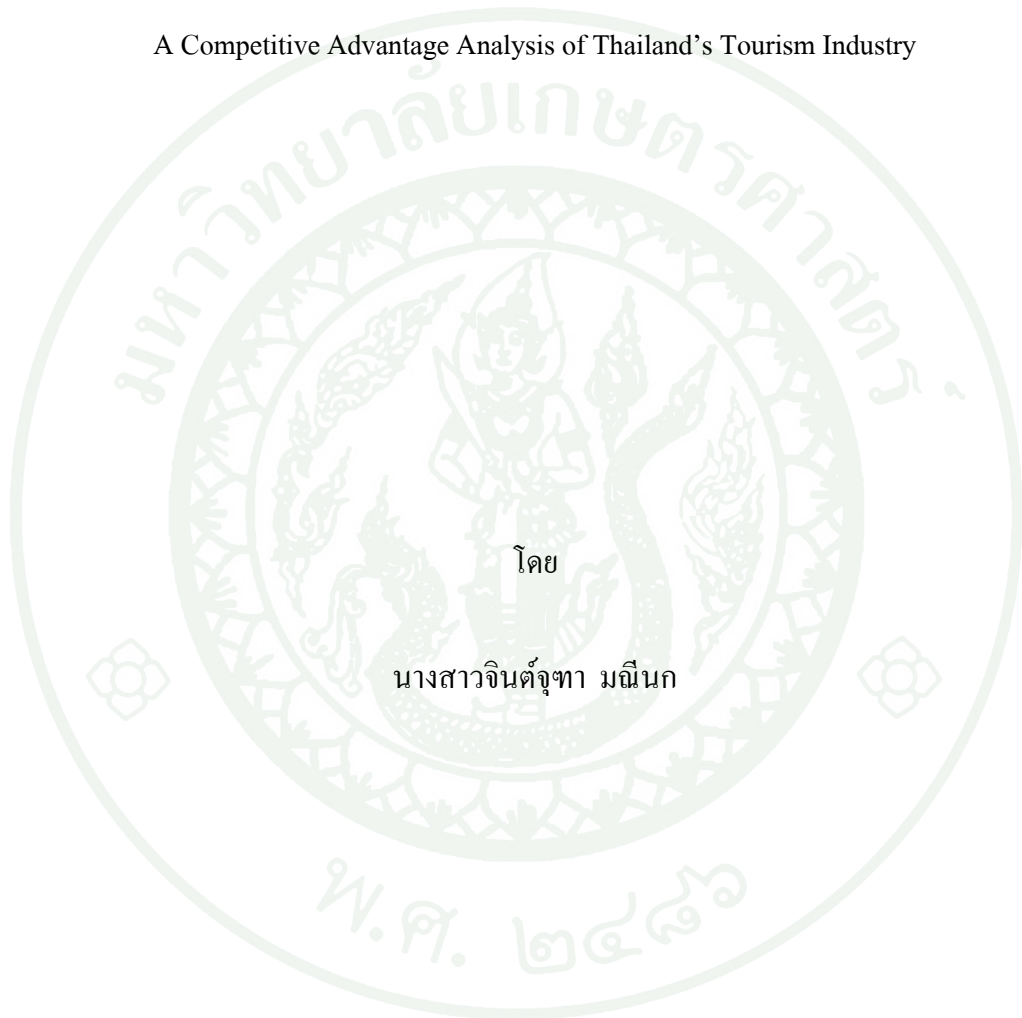
วันที่ _____ เดือน _____ พ.ศ. _____

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

A Competitive Advantage Analysis of Thailand's Tourism Industry



เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จินต์จุฑา มณีนก 2556: การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, Ph.D. 174 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โดยศึกษาในสภาวะปัจจัยการผลิต สภาวะอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง โครงสร้างและสภาพการแข่งขันภายในประเทศเหตุผลวิสัย และรัฐบาล 2) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย 3) เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ อาทิ การค้นคว้ารายงานวิจัย รายงานประจำปี ตำรา บทความ และเอกสารอ้างอิงต่างๆ รวมถึงการเก็บข้อมูลสถิติจากหน่วยงานต่างๆ อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น เพื่อใช้ประกอบการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงกว่าประเทศมาเลเซีย เนื่องจากประเทศไทยมีความสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในประเทศ ประกอบกับโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ภายในประเทศทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีความสะดวกและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งการที่รัฐบาลได้ออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวโดยตรง และยังช่วยยกระดับการให้บริการทางการท่องเที่ยวในประเทศมีคุณภาพสูงขึ้น ซึ่งจากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวควรกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ชัดเจน เพื่อช่วยกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน อีกทั้ง ควรจัดสร้างระบบโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ในถิ่นทุรกันดารเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต และควรมีมาตรการในเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ลายมือชื่อผู้ผลิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Jinjuta Maneenok 2013: A Competitive Advantage Analysis of Thailand's Tourism Industry. Master of Economics (Business Economics), Major Field: Business Economics, Department of Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Chuchee Piputsitee, Ph.D. 174 pages.

This research had the objectives to 1) study the overall aspects and competitive advantages of the tourism industry of Thailand and Malaysia in terms of the production, demands, supporting and related industries, structure and domestic competition, force majeure and government, 2) analyze the strong and weak points, opportunity and threat of the tourism industry of Thailand, 3) establish the strategic plan promoting and developing the tourism industry of Thailand. The data were collected from secondary sources such as previous report, researches, annual reports, textbooks, articles, and references. The data were also gathered from the government authorities, namely Ministry of Tourism and Sports, Tourism Authority of Thailand to be used in the descriptive analysis.

The results showed that the tourism industry of Thailand was more advantageous than the one of Malaysia due to Thailand's abundance and diversity of resources. Furthermore, the fundamental structures connecting all areas facilitated the domestic transportation and access of tourism attractions for the tourists. As the government had the policies to promote and support the domestic tourism industry, the demands of the tourists were directly increased with the higher quality of the domestic tourism services. Based on the research results, it was recommended that the tourism stakeholders should specify the exact roles and responsibilities of the government, private and local community working units related to the tourism industry so that the local tourism can be developed. Moreover, the fundamental structure in the rural areas should be provided to support the incoming tourism whereas the safety measures should be also implemented for the tourists to enhance their confidence when they visit Thailand.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จเป็นเล่มที่สมบูรณ์ได้ด้วยดีจากความกรุณาของท่านอาจารย์
ประธานที่ปรึกษา รศ.ดร.ชูชีพ พิพัฒนศิริ อาจารย์กรรมการวิชาเอก อ.ดร.วรดี จงอัญญากุล ประธานการ
สอบ อ.ดร.ชยันต์ พิภพลาภอนันต์ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก รศ.ดร.ชนินทร์ มีโกศล ที่ได้ให้คำแนะนำ
และให้ข้อเสนอแนะด้วยดีตลอดระยะเวลาการศึกษาเพื่อปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์
ยิ่งขึ้น

ผู้ศึกษาขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆ คือ กรรมการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการ
ท่องเที่ยว ที่ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษา และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
ทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินการต่างๆด้วยดีเสมอมา

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณครอบครัววมฉนิก ทุกคน และคุณชนชัย จิวะวรเกียรติ ที่คอยช่วยเหลือ
สนับสนุน และเป็นกำลังใจที่ดี จนทำให้ผู้ศึกษาได้จัดทำวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ได้ด้วยดี และ
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านไม่มากก็น้อย

จินต์จุฑา มฉนิก

มีนาคม 2556

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ของการศึกษา	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสารและแนวคิดทฤษฎี	9
ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	9
การตรวจเอกสาร	21
บทที่ 3 ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย	26
ภูมิศาสตร์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย	26
ลักษณะทางวัฒนธรรมของประเทศไทย	33
ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทย	34
โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทย	45
สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย	54
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย	64
บทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย	65
ภูมิศาสตร์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย	82
ลักษณะทางวัฒนธรรมของประเทศไทย	86
ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทย	88
โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทย	96

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย	100
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย	104
บทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย	108
บทที่ 4 ผลการศึกษา	113
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบแข่งขันของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศไทย	113
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย	133
ส่วนที่ 3 การจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย	136
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	141
สรุปผลการศึกษา	141
ข้อเสนอแนะ	145
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	147
ภาคผนวก	152
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	174

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแยกตามภูมิภาค ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2550-2554	3
2	รายรับจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีพ.ศ.2550-2554	3
3	การใช้สถานีขนส่งผู้โดยสารที่กรมการขนส่งทางบกกำกับดูแลปีพ.ศ.2555	47
4	การใช้สถานีขนส่งผู้โดยสารที่กรมการขนส่งทางบกกำกับดูแลรายไตรมาส ปีพ.ศ.2555	48
5	แสดงข้อมูลที่สำคัญของการปราบปรามหลวง	51
6	จำนวนการจำหน่ายกระแสไฟฟ้า แยกตามประเภทผู้ใช้ไฟฟ้า	52
7	จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปีพ.ศ.2553-2554	55
8	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย ปีพ.ศ.2551-2554	56
9	จำนวนสถานที่พักแรม และจำนวนห้องพักทั้งหมดในประเทศไทย ปีพ.ศ.2550-2554	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
10	อัตราการใช้พักรวม อัตราการจองห้องพักรวม ค่าห้องพักเฉลี่ย สัดส่วนรายได้จากการจัดประชุม และสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย ปีพ.ศ.2553-2554	58
11	จำนวนมัคคุเทศก์ทั้งหมดในประเทศไทยจำแนกตามตลาดสำคัญ	63
12	จำนวนนักท่องเที่ยวและรายรับจากนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปีพ.ศ.2550-2554	100
13	อันดับนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปีพ.ศ.2550-2554	101
14	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศมาเลเซีย จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย ปีพ.ศ.2552-2553	102
15	สถิติข้อมูลที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปีพ.ศ.2551-2553	102
16	จำนวนโรงแรมแยกตามเมืองต่างๆในประเทศมาเลเซีย ปีพ.ศ.2553-2554	103
17	สรุปผลการวิเคราะห์พลังผลักดันการแข่งขัน5ประการ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	126
18	สรุปผลการวิเคราะห์พลังผลักดันการแข่งขัน5ประการ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	126

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
1	นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบ่งตามสัญชาติ ปีพ.ศ.2554-2555	153
2	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามประเภทของการใช้จ่าย ปีพ.ศ.2551	156
3	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามประเภทของการใช้จ่าย ปีพ.ศ.2552	159
4	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามประเภทของการใช้จ่าย ปีพ.ศ.2553	162
5	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ ปีพ.ศ.2550-2554	165
6	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศมาเลเซีย จำแนกตามสัญชาติ ปีพ.ศ.2550-2551	168
7	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศมาเลเซีย จำแนกตามสัญชาติ ปีพ.ศ.2552-2553	170
8	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศมาเลเซีย จำแนกตามสัญชาติ ปีพ.ศ.2553-2554	172

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีพ.ศ. 2548-2554	2
2	ระบบเพชรสมบูรณ์	19
3	ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรม ปีพ.ศ.2553-2554	57
4	จำนวนร้านอาหารจำแนกตามประเภทอาหารในประเทศไทย	59
5	ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหาร ปีพ.ศ.2553-2554	60
6	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งหมดในประเทศไทย	61
7	ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจนำเที่ยวปีพ.ศ.2553-2554	62
8	หน่วยงานด้านการบริหารการท่องเที่ยวของประเศมาเลเซีย	105
9	ผลจากตัวกำหนดอื่นในระบบเพชรต่อบัญชีการผลิตในประเทศ	116
10	ผลจากตัวกำหนดอื่นในระบบเพชรต่ออุปสงค์ในประเทศ	117
11	ผลจากตัวกำหนดอื่นในระบบเพชรต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและ เกี่ยวเนื่องภายในประเทศ	128
12	ผลจากตัวกำหนดอื่นในระบบเพชรต่อการแข่งขันภายในประเทศของ อุตสาหกรรม	129

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
13	ระบบเพชรที่สมบูรณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	131
14	ระบบเพชรที่สมบูรณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	132



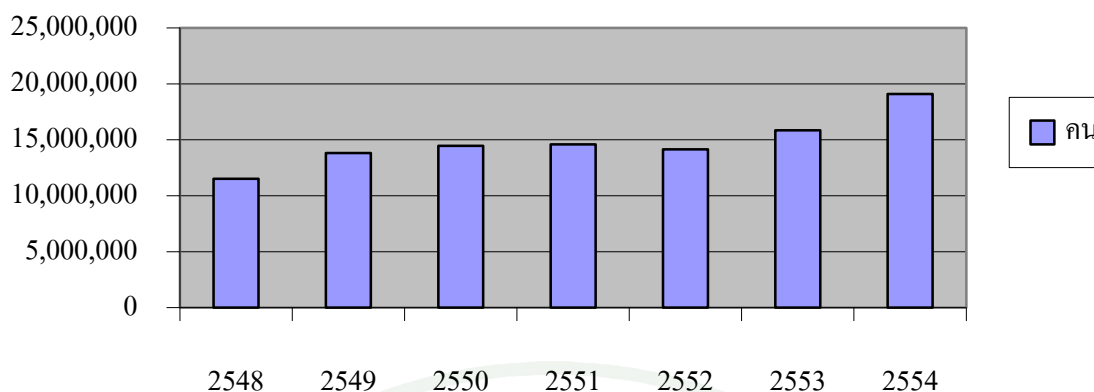
บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญที่สร้างรายได้ให้หลายประเทศ โดยการท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ และก่อให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 หมายรวมถึง อุตสาหกรรมที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจพักรีสอร์ท และ ธุรกิจภัตตาคาร เป็นต้น ดังนั้นการซื้อบริการในธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศนั้น ถือได้ว่าเป็นการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยสายตา ซึ่งการซื้อบริการดังกล่าวทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ กล่าวคือกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ อีกทั้งก่อให้เกิดการจ้างงานและการประกอบอาชีพที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้การหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจดังกล่าวจึงมีส่วนที่ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินอีกด้วย อันเป็นการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศ ด้วยเหตุนี้ ประเทศต่างๆจึงพยายามดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตน เพื่อให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด

สำหรับความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเริ่มปรากฏชัดเจนในช่วงปี พ.ศ. 2541-2543 ภายหลังจากเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจซึ่งภาคการผลิตอื่นอยู่ในภาวะซบเซา แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับมีการขยายตัวในเกณฑ์ที่ดี โดยรัฐบาลได้ให้ความสำคัญมาเป็จุดดึงดูดสำคัญ อีกทั้งมีการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอีกด้วย จึงส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2551 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2548 เป็นจำนวน 3,067,284 คน หรือคิดเป็นร้อยละ26.63



ภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปีพ.ศ. 2548-2554
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

จากปัญหาการเมืองภายในประเทศที่ทวีความรุนแรงขึ้นในเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองจากการชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ และเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริหารราชการแผ่นดิน สภาพการดำรงชีวิตของประชาชนทั่วไป ความเชื่อมั่นของนักธุรกิจและนักลงทุน ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการท่องเที่ยว การใช้ความรุนแรงจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ได้ก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สิน บริการสาธารณะ บรรยากาศการท่องเที่ยว และการเฉลิมฉลองในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ซึ่งมีภาพที่เผยแพร่ไปทั่วโลก รวมทั้งการออกประกาศเตือนเรื่องการเดินทางมาท่องเที่ยวในหลายประเทศเพื่อเตือนประชาชนถึงความเสี่ยง ในการเดินทางมาประเทศไทย ทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของประเทศไทยอย่างชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจ ส่งผลให้จำนวนการเดินทางเข้าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวลดลงอย่างรุนแรง ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง จากปีพ.ศ.2551 จำนวน 14,584,220 คน เหลือจำนวน 14,149,841 คน ในปีพ.ศ. 2552 หรือลดลงร้อยละ 2.97 ต่อมาในปีพ.ศ. 2553 ปัญหาการเมืองภายใน ประเทศได้ยุติลง สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงกลับสู่ภาวะปกติและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน

สำหรับภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดได้แก่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก ส่วนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นรองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากยุโรป จากประเทศในแถบอเมริกา เอเชียใต้ โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ตามลำดับ แสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแยกตามภูมิภาค ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ระหว่างปี พ.ศ.2550-2554

(หน่วย:คน)

ภูมิภาค	ปีพ.ศ.2550	ปีพ.ศ.2551	ปีพ.ศ.2552	ปีพ.ศ.2553	ปีพ.ศ.2554
เอเชียตะวันออก	7,611,931	7,601,638	7,076,190	8,167,164	10,345,866
ยุโรป	3,905,271	3,984,614	4,059,988	4,442,375	5,101,406
อเมริกา	920,366	909,017	853,380	844,644	952,519
เอเชียใต้	709,811	711,290	826,437	995,321	1,158,092
โอเชียเนีย	764,072	794,331	737,460	789,632	933,534
ตะวันออกกลาง	436,100	464,330	483,983	569,334	601,146
แอฟริกา	116,677	119,000	112,403	127,930	137,907
รวม	14,464,228	14,584,220	14,149,841	15,936,400	19,230,470

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

ตารางที่ 2 รายรับจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปีพ.ศ.2550-2554

กลุ่มประเทศ	รายรับจากการท่องเที่ยว (พันล้านบาท)				
	2550	2551	2552	2553	2554
เอเชียตะวันออก	205,114.32	200,098.31	171,705.79	207,921.65	289,832.92
ยุโรป	207,775.20	231,751.06	206,534.89	235,162.23	296,765.60
อเมริกา	51,732.18	52,468.28	46,701.04	45,795.83	55,120.84
เอเชียใต้	21,373.17	20,371.55	21,878.42	28,256.92	37,656.82
โอเชียเนีย	39,251.64	44,138.08	36,401.67	42,655.47	56,664.85
ตะวันออกกลาง	18,399.77	21,108.33	22,860.97	27,824.69	33,331.35
แอฟริกา	4,135.53	4,584.91	4,172.27	5,177.30	6,844.82
รวม	547,781.81	574,520.52	510,255.05	592,794.09	776,217.20

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

ด้านรายรับจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2550 มีรายรับจากการท่องเที่ยวเท่ากับ 547,781.81 พันล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 776,217.20 พันล้านบาทในปีพ.ศ.2554 หรือคิดเป็นร้อยละ 41.70 โดยประเทศได้มีรายรับจากนักท่องเที่ยว

ในกลุ่มภูมิภาค ยุโรปมากที่สุด รองลงมาคือ เอเชียตะวันออก โอเชียเนีย อเมริกา เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ตามลำดับ

จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในปี พ.ศ. 2554 พบว่า อันดับที่ 1 ประเทศมาเลเซียมีนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศมากที่สุด จำนวน 24.7 ล้านคน อันดับที่ 2 ประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศ จำนวน 19.1 ล้านคน อันดับที่ 3 ประเทศสิงคโปร์ มีนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศ จำนวน 13.2 ล้านคน ถ้าคิดจากจำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าไปเที่ยวในประเทศแล้ว อันดับที่ 1 ประเทศไทย มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดจำนวน 23.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อันดับที่ 2 ประเทศมาเลเซีย มีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อันดับที่ 3 ประเทศสิงคโปร์ มีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยผลการจัดอันดับจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว สามารถ พิสูจน์ได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ ได้รับความนิยมนในเรื่องการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพียงแต่ว่าประเทศไทยจะอย่างไรให้การท่องเที่ยวของไทยสามารถพัฒนาก้าวหน้าขึ้นไปอีก และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากยิ่งขึ้น

ดังจะเห็นได้จากข้อมูลข้างต้นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ เข้าสู่ประเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อสร้างรายได้นำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลเชื่อมโยง ไปยังภาคเศรษฐกิจอื่นได้อย่างกว้างขวาง จึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ นอกจากนี้ประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็หันมาให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศตนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย ที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรใกล้เคียงกับประเทศไทย ก็เป็นประเทศที่พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้น และมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน จึงเป็น ประเทศคู่แข่งที่ประเทศไทยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต ดังนั้นจึงควรต้องศึกษา ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และนำมาใช้ประโยชน์ในจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย เพื่อรองรับสำหรับการแข่งขันในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและ ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
3. เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และปัจจัยที่มีความเสียเปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย
2. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้ทราบถึงสภาพทั่วไปด้านการท่องเที่ยวไทยเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ รวมถึงการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจะสามารถทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่น ได้มากขึ้น
3. เพื่อให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมและการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีสอดคล้องกับความสามารถได้เปรียบเชิงแข่งขัน รวมถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย อันจะส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์ที่แท้จริงจากการกำหนดกลยุทธ์ของภาครัฐ ตลอดจนทำให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตทางด้านระยะเวลา : ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาถึงสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 -2554

2. ขอบเขตเนื้อหาที่ทำการศึกษา :

- ศึกษาถึงองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น และองค์ประกอบที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ โครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นต้น
- โดยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย เนื่องจากเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับสองรองจากประเทศไทย

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง ไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่ใกล้หรือไกล เพื่อผ่อนคลายจากความตึงเครียด รวมทั้งความต้องการความสนุกสนานและเรียนรู้วิถีชีวิต ของชุมชนท้องถิ่น

อุตสาหกรรม หมายถึง การประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ได้แก่ เงินทุน แรงงาน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร และการจัดการมารวมกันเพื่อผลิตสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคุณค่าต่อมนุษย์

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึงการประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตบริการอย่างใดอย่างหนึ่งด้านการท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายหรือความพึงพอใจ และขายบริการด้านการท่องเที่ยวนั้นให้แก่ผู้เยี่ยมชม

ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ หมายถึง ข้อได้เปรียบของประเทศหนึ่งที่ดีกว่าประเทศอื่นในด้านปัจจัยการผลิต สภาวะอุปสงค์ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน สภาพการแข่งขันภายในประเทศ เหตุสุควิสัย และรัฐบาล

กลยุทธ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจเพื่อพิจารณาหาโอกาส และภัยอันตราย ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของบริษัทเพื่อหาจุดอ่อนและจุดแข็ง

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังอีกท้องถิ่นหนึ่ง เพื่อติดต่อธุรกิจและแสวงหาความเพลิดเพลินให้กับตนเอง ทั้งแบบเข้าไปเยือนกลับและแบบค้างคืน

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ลงทุนทั้งร่างกาย แรงใจ และเงินทุนทางการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริการให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร ร้านขายของฝากที่ระลึก เป็นต้น

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การแบ่งลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด

อุตสาหกรรมบริการ หมายถึง การประกอบธุรกิจในการให้บริการหรืออำนวยความสะดวกสำหรับผู้ต้องการรับบริการ เช่น โรงแรม บังกะโล ร้านอาหารต่างๆ เป็นต้น

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว แบ่งเป็นออกเป็น องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจพักผ่อน และ ธุรกิจภัตตาคาร เป็นต้น องค์ประกอบที่สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจขายของที่ระลึก และธุรกิจขนส่ง เป็นต้น

แตรเวล เอเจนซี่ หมายถึง ธุรกิจขายปลีกที่ได้รับอนุมัติให้เป็นตัวแทนขายสินค้าทางการท่องเที่ยว และช่วยเหลือในการวางแผนการท่องเที่ยวให้ลูกค้าด้วย

วิธีการศึกษา

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการค้นคว้ารวบรวมจากรายงานการวิจัยและการศึกษา รายงานประจำปีของบริษัท เอกสารอ้างอิง ตำรา และบทความต่างๆ

1.2 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นวิธีเชิงพรรณนา โดยนำเอาข้อมูลทุกข้อมูมิที่ได้จากการค้นคว้าจากแหล่งต่างๆ มาอธิบายและวิเคราะห์ เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยการวิเคราะห์แบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยและมาเลเซีย โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ตามแนวคิดของ ไมเคิล อี พอตเตอร์ โดยศึกษาถึงสถานะปัจจุบันการผลิต สถานะอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน รัฐบาล และเหตุสุดวิสัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยพิจารณาจากภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพทั่วไปทางการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน นโยบายรัฐ เป็นต้น

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. การวิเคราะห์TOWS Matrix เพื่อการจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

บทที่ 2

การตรวจเอกสารและแนวคิดทฤษฎี

ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในครั้งนี้ จะอาศัยแนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่ออธิบายถึงโครงสร้างและลักษณะของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในการศึกษาค้นคว้าได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม เพื่อทราบถึง ปัจจัยที่ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและปัจจัยที่เสียเปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ ประเทศ โดย อาศัยทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ตามแนวคิดของ ไมเคิล อี พอตเตอร์ สำหรับการ วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดย อาศัยหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางภายในและภายนอกอุตสาหกรรม (SWOT ANALYSIS) เพื่อให้ทราบถึงสภาพแวดล้อมภายใน ตลอดจน วิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกต่างๆ ที่อาจส่งผลใน ด้านบวกและด้านลบต่อ อุตสาหกรรม การจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประ เทศไทย ตามหลัก การกำหนดกลยุทธ์ โดยใช้ TOWS Matrix ในการหาความ สอดคล้องกันในเชิงกลยุทธ์ระหว่างจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมเพื่อนำไปใช้ ในการกำหนดกลยุทธ์ และสามารถประกอบการตัดสินใจในการดำเนินนโยบายทางการท่องเที่ยวได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

นิศา ชัชกุล (2555) ได้กล่าวว่า "อุตสาหกรรม" ตามพจนานุกรม คือ "การกระทำสิ่งใดๆ เพื่อให้ เป็นสินค้า" แต่ปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้น คือ " กิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างมีระบบการพาณิชย์ หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง" อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก็คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการ นำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำ เที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไร ที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูง โดยใช้เทคนิควิชาการ เฉพาะ มีการวางแผน การจัดองค์การ และการตลาด ครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม มีองค์ประกอบ ดังนี้

โรงงาน หมายถึง คือ สถานที่ท่องเที่ยว ที่มีสถานที่และบริการที่สะดวก การคมนาคมเข้าถึงได้ไม่ยาก มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน แต่บางครั้ง ถนนที่ขรุขระ ฝนตกน้ำท่วม ไม่มีห้องน้ำ ต้องหาอาหารรับประทานเอง ก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มชอบไปผจญภัยเหมือนกัน ดังนั้น หน่วยงานราชการและประชาชนในท้องถิ่นต้องกำหนดรูปแบบลักษณะการท่องเที่ยวให้ชัดเจน และที่สำคัญต้องไม่ทำเป็นการทำลายสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

วัตถุดิบ คือ ทรัพยากรที่นักท่องเที่ยวสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวชอบไปสัมผัสอากาศ หนาวทางภาคเหนือตอนบน ในช่วงเดือน ตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ หน่วยงานราชการและประชาชนในท้องถิ่น ก็ต้องทะนุบำรุงธรรมชาติ ต้นไม้ดอกไม้เมืองหนาว ให้คงอยู่และบานในช่วงเวลาดังกล่าว

การลงทุน คือ โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบสาธารณูปโภค น้ำไหล ไฟสว่าง มีโทรศัพท์ ถนนหนทางดี มีสถานพยาบาลเบื้องต้น มียานพาหนะ มีอาหารและที่พัก และที่สำคัญคือ ห้องน้ำ

แรงงาน คือ มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองขายของที่ระลึก มีแรงงาน รับจ้างเช่น ลูกหาบรับจ้างขนของขึ้นภูกระดึง มีคนทำความสะอาด พนักงานบริการ

ผลิตผล ธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหารสถานเริงรมย์ บริษัทนำเที่ยว รถเช่าเรือเช่า ร้านขายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น อุปกรณ์ดำน้ำ เสื้อผ้า

การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การรณรงค์ เช่น ไม่ทิ้งขยะ ไม่ขว้างน้ำหมากน้ำลายลงพื้น แต่งกายตามสุภาพชน การรณรงค์รักษาพันธุ์สัตว์ เก็บความทรงจำด้วยรูปถ่าย การท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ ซึ่งทั้งหน่วยงานราชการ นักท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่นต้องช่วยกันอย่างจริงจัง ปลุกสำนึกการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. เป็นอุตสาหกรรมบริการ สินค้า คือ บริการ ได้แก่ ความสะดวกในด้านต่างๆ เป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้

2. เป็นอุตสาหกรรมที่สินค้าไม่อาจจัดส่งให้แก่ผู้ซื้อได้ ผู้ซื้อต้องเดินทางมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้วยตนเองไม่ว่าจะเป็นการขนส่ง ที่พักรถ หรือแหล่งท่องเที่ยว

3. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและจำหน่าย เพราะไม่ต้องใช้วัตถุดิบในการผลิต ผลผลิตคือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว ต้องการเพียงการจัดระบบ การอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างถูกวิธี ก็จะเป็นอุตสาหกรรมที่ให้ผลผลิตไม่มีวันสิ้นสุด

4. เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ แทบทุกประเภทก่อให้เกิดการลงทุนทางอุตสาหกรรม การนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุดทั้งทางด้านแรงงาน และวัตถุดิบ

5. เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างความเจริญและเสริมความมั่นคงปลอดภัยให้แก่ท้องถิ่น โดยเฉพาะท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

6. เป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งสร้างความจรรโลงใจ มีผลต่อสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานสินค้าและบริการประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปแบบการบริการในธุรกิจต่างๆ เช่น การบริการนำเที่ยว การบริการขนส่ง การบริการที่พักแรม เป็นต้น ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบของสินค้าและบริการหลายประเภท ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าหมายถึง ธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 2 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และธุรกิจในการท่องเที่ยว

2. องค์ประกอบที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โครงสร้างพื้นฐาน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

1. ปัจจัยภายใน

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ มีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น และงานประเพณีต่างๆ

1.2 ความปลอดภัย โดยนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ

1.3 โครงสร้างพื้นฐาน โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุน เช่น ถนน สนามบิน สถานีรถไฟ ไฟฟ้า ระบบการสื่อสาร ฯลฯ

1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การคมนาคม พืชการเข้า-ออกเมือง ฯลฯ

1.5 สินค้าของที่ระลึก ต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา การส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

1.6 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยว

1.7 ภาพลักษณ์ เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น หากประเทศใดมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2.2 ความนิยมในการท่องเที่ยว ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

2.3 การขยายเส้นทางคมนาคม การคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

2.4 การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขัน ทั้งด้านการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภทที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ควรมีลักษณะหลักที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ความดึงดูดใจ ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัวอันมีสาเหตุมาจาก

1.1 มีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดทรายขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลานานาชนิดต่าง ๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชนิดหรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา เป็นต้น

1.2 มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของแต่ละท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติหรือการตกแต่งขบวนพาเหรดและการแสดงในเทศกาลต่างๆ การแสดงแสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. ความสามารถในการเข้าถึงง่าย ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มากหากมีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้น แม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชมหน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3. ความประทับใจ ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต หรือแม้แต่ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน อาทิ

อุทยานแห่งชาติทางบกและทางทะเลหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น การร่วมงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เช่น งานคาร์นิวัลในประเทศบราซิล งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น

4. องค์ประกอบของการบริการสถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรการบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่

4.1 การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2 การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

สมยศ นาวิการ (2543) แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ ไมเคิล อี พอตเตอร์ เป็นทฤษฎีที่กล่าวว่า ธุรกิจใดในอุตสาหกรรมจะประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศหรือมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ ก็ต่อเมื่อข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศสอดคล้องและส่งเสริมกับข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของประเทศของธุรกิจนั้น แต่ในทางตรงข้ามถ้าข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศไม่ส่งเสริมหรือขัดขวางข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของธุรกิจ ธุรกิจนั้นในอุตสาหกรรมก็จะไม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ หรือสูญเสียความสามารในการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้นจึงได้พิจารณาถึงปัจจัยต่างๆที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ ตามแนวคิดทฤษฎีของไมเคิล อี พอตเตอร์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย

1. ปัจจัยการผลิตในประเทศ โดยปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ เป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ ประกอบไปด้วย ปริมาณของแรงงาน ทักษะและความสามารถของแรงงาน ระดับของค่าจ้าง คุณภาพของแรงงาน

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ รวมถึงทรัพยากรที่มีในแหล่งธรรมชาติของประเทศนั้นๆ ปริมาณและคุณภาพของทรัพยากร ราคาที่ดิน น้ำ แร่ธาตุและรวมถึงทรัพยากรอื่นๆนอกจากนี้ยังรวมถึงขนาดของประเทศ ที่ตั้ง ท่าเรือ

1.3 ทรัพยากรทางด้านความรู้ หมายถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ องค์ความรู้ทางเทคนิค องค์ความรู้ทางธุรกิจและทางการตลาดของประชากร ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรทางองค์ความรู้ของประเทศชาติโดยรวม องค์ความรู้ของแต่ละประเทศจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนของหน่วยงานวิจัย มหาวิทยาลัยและระบบการให้การศึกษาของแต่ละประเทศ

1.4 ทรัพยากรทางด้านเงินทุน หมายถึงความหลากหลายของทุนที่ประเทศนั้นๆมีปริมาณเงินทุน ชนิดของเงินทุนที่มีความสามารถในการใช้เป็นทุนสนับสนุนภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม

1.5 โครงสร้างพื้นฐาน หมายถึงความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ระบบไฟฟ้า ระบบการขนส่งและระบบการสื่อสาร โทรคมนาคม นอกจากนี้ยังจะรวมไปถึงต้นทุนของการใช้ระบบโครงสร้างพื้นฐานด้วย

การจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิตโดยการแบ่งปัจจัยการผลิตเป็น ปัจจัยการผลิตทั่วไป และปัจจัยเฉพาะทาง ปัจจัยการผลิตทั่วไป หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ แรงงานที่มีความชำนาญและกึ่งความชำนาญ รวมทั้งทุนประเภทหนี้ ระบบถนน เป็นต้น ปัจจัยเฉพาะทาง หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมสมัยใหม่ บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมในระดับสูง เป็นต้น ปัจจัยการผลิตทั่วไปมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นต่ำ ในขณะที่ปัจจัยเฉพาะทางมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นสูง โดยปัจจัยเฉพาะทางก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่า ปัจจัยทั่วไปในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันหรือข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศและของธุรกิจ

2. อุปสงค์ในประเทศ

สถานะอุปสงค์ในประเทศมีอิทธิพลต่อการดำเนินการต่าง ๆ ของธุรกิจ โดยประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือในส่วนของอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ของประเทศให้รูปแบบความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนหรือเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น รวมทั้งการที่ผู้ซื้อในประเทศกดดันให้ธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศพัฒนานวัตกรรมเร็วกว่าประเทศอื่น ๆ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือในส่วนของอุตสาหกรรมนั้น ดังนั้นจะเห็นว่าลักษณะของอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างกันจะก่อให้เกิดข้อแตกต่างระหว่างประเทศในด้านความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศได้

สำหรับอุปสงค์ในประเทศที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

2.1 องค์ประกอบของความต้องการภายในประเทศ หมายถึง ความต้องการของลูกค้าภายในประเทศต่อสินค้าและบริการของธุรกิจ ธุรกิจที่สามารถรับรู้ข้อมูลความต้องการภายในประเทศ ธุรกิจก็จะดำเนินการ ได้ถูกต้อง โดยประเทศที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงก็จะทำให้ธุรกิจภายในประเทศนั้นมีความแข็งแกร่ง ประเทศที่ลูกค้ามีมาตรฐานสูงก็จะทำให้สินค้าของธุรกิจภายในประเทศนั้นมีคุณภาพสูง

2.2 ขนาดและรูปแบบการเจริญเติบโตของความต้องการภายใน ประเทศ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจที่มาจากประเทศต่างๆ ถ้าขนาดและความต้องการภายในประเทศดังกล่าวมีลักษณะไม่เป็นธรรมชาติเช่น มีลักษณะเจริญเติบโต นำหน้าความต้องการของลูกค้าในระหว่างประเทศ จะเป็นผลดีอย่างมากต่อฝ่ายวิจัยและพัฒนาของธุรกิจเพราะสามารถใช้ความต้องการภายในประเทศในการกำหนดกลยุทธ์ตลาดต่างประเทศ

2.3 การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดภายในประเทศ เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจที่มาจากประเทศนั้น มีความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากธุรกิจธุรกิจต้องมีการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการดำเนินงานให้ทันต่อการเจริญเติบโต

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ

อุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง คือ อุตสาหกรรมที่มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสนับสนุนทางเทคโนโลยีหรือเป็นผู้ขายทางปัจจัยการผลิต ถ้าธุรกิจของประเทศใดก็ตามมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุนตั้งอยู่ภายในประเทศ ก็จะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลก อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนจะมีส่วนช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจระหว่างประเทศทำให้ธุรกิจของประเทศนั้นมีความสามารถสูงในการแข่งขันในระหว่างประเทศ

ประเทศหนึ่ง ๆ มักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันเป็นกลุ่ม ๆ โดยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหมายถึงอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทสามารถประสานระหว่างบางกิจกรรมหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีสินค้าเสริมกัน กิจกรรมที่เสริมกันหรือใช้ร่วมกันอาจได้แก่การพัฒนาเทคโนโลยี การผลิต การจัดจำหน่าย เป็นต้น โดยการที่มีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและยังตั้งอยู่ในประเทศเดียวกันนั้นเป็นบ่อเกิดที่สำคัญต่อความได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น ๆ มากขึ้นเนื่องจากการที่อุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันและอยู่ใกล้กันนั้นจะมีวัฒนธรรม เดียวกันทำให้มีความเป็นไปได้สูงที่จะมีความร่วมมือกัน และการมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมใดอยู่ในประเทศเดียวกันก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสที่จะมีผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนั้น โดยผู้แข่งขันรายใหม่ที่มีมุมมองหรือแนวทางใหม่ ๆ ในการแข่งขันเข้ามาในอุตสาหกรรมส่งผลให้เกิดพัฒนาการที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้

4. โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันภายในประเทศ

การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมเป็นการศึกษาระบบการจัดการภายในองค์กรของธุรกิจ ในอุตสาหกรรม โดยการพิจารณาพลังผลักดันการแข่งขัน 5 ประการ ดังต่อไปนี้

4.1 การคุกคามจากคู่แข่งเดิมที่อยู่ในตลาด หมายถึงธุรกิจที่มีสินค้าและบริการชนิดเดียวกัน และจำหน่ายให้กับตลาดเดียวกัน

4.2 การคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ หมายถึงธุรกิจซึ่งเข้ามาทำธุรกิจในประเภทเดียวกัน ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน มีจุดประสงค์เพื่อเข้ามาเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาด

4.3 อำนาจต่อรองของผู้ขาย หมายถึงอุปสรรคคุกคามจากผู้ที่กำหนดวัตถุดิบหรือผู้ขายที่มีอำนาจต่อรองในการจำหน่ายวัตถุเพื่อให้ได้ราคาสูง

4.4 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ หมายถึงผู้ซื้อในตลาดจะมีอำนาจที่จะต่อรองกับผู้ขาย ซึ่งอำนาจต่อรองของผู้ซื้อจะสูงในกรณีที่สินค้าของธุรกิจมีลักษณะทั่วๆ ไปหรือเป็นสินค้าที่ไม่มีลักษณะเด่นหรือเป็นสินค้าที่มีผลิตได้ทั่วไป

4.5 การคุกคามจากสินค้าทดแทน หมายถึงการคุกคามจากสินค้าที่สามารถใช้แทนสินค้าของธุรกิจที่กำหนดอยู่ในตลาด โดยสินค้าทดแทนจะเป็นสินค้าต่างชนิดกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้

นอกจากปัจจัยในระบบเพชรทั้ง 4 แล้วยังมีปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขัน ได้แก่ เหตุสุควิสัยและรัฐบาล ซึ่งปัจจัยทั้งสองนี้มีได้เป็นตัว กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันโดยตรงแต่จะ เป็นเพียงตัวแปรที่มีผลต่อตัวกำหนดทั้ง 4 ในระบบเพชรที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

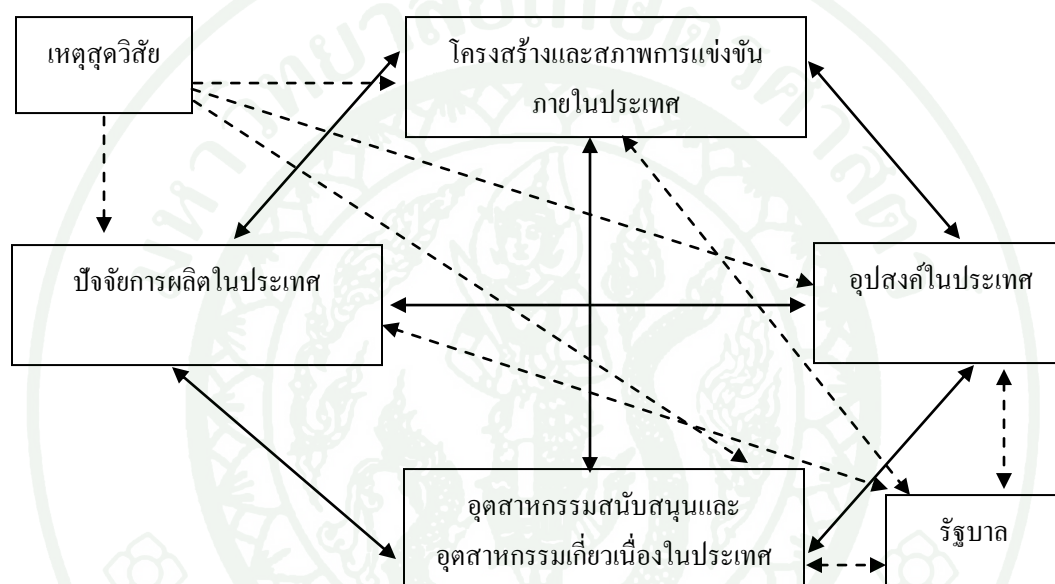
5. เหตุสุควิสัย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมเช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านปัจจัยการผลิต เช่นวิกฤตการณ์น้ำมัน การเปลี่ยนแปลงทางการเงินหรืออัตราแลกเปลี่ยนครั้งสำคัญ การเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากและกระทันหันของอุปสงค์โลกหรือการตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลของประเทศอื่น ๆ

เหตุสุควิสัยดังกล่าวข้างต้นมีความสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เนื่องมาจากว่าเหตุสุควิสัยจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของอุตสาหกรรมในระบบเพชร เหตุสุควิสัยอาจลบล้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของผู้แข่งขันรายเดิม จึงเกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันรายใหม่สามารถเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิมได้ ในขณะที่เหตุสุควิสัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรมมาในระบบเพชร หรือในบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรม ประเทศที่จะประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็คือประเทศที่มีระบบเพชรที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น

6. รัฐบาล เป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันต่าง ๆ 4 อย่างข้างต้น โดยรัฐบาลสามารถที่จะส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ แต่รัฐบาลไม่มีความสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้โดยตรงแต่จะต้อง

กระทำการดำเนินการนโยบายในการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนา ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมให้
 สิทธิพิเศษต่าง ๆ ย่อมส่งผลทำให้อุตสาหกรรมมีต้นทุนต่ำ แล้วก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน
 ได้ในที่สุด แต่ในทางตรงกันข้ามถ้ารัฐบาลดำเนินนโยบายผิดพลาด ย่อมส่งผลทำให้อุตสาหกรรมไม่
 สามารถแข่งขันกับต่างประเทศในตลาดโลกได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นเป็นตัวกำหนดต่าง ๆ ที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ
 ประเทศและตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวกำหนดเหล่านั้นซึ่งประกอบกันเป็นระบบเพชรที่สมบูรณ์ ดังนี้



ภาพที่ 2 ระบบเพชรสมบูรณ์

ที่มา: Porter (1998)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางภายในและภายนอกอุตสาหกรรม

อัครวรรณ์ แสงวิภาค (2546) กล่าวว่า การวิเคราะห์ความสามารถเชิงแข่งขันเป็นการวิเคราะห์
 จุดอ่อน จุดแข็ง ของสภาพแวดล้อมภายใน ตลอดจนวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกต่างๆ ที่อาจส่งผล
 ในด้านบวกและด้านลบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ

1. จุดแข็ง (strengths: S) คือปัจจัยภายในธุรกิจที่สร้างความได้เปรียบจากการแข่งขัน
 โดยความได้เปรียบดังกล่าวประกอบไปด้วย การที่มีสินค้าที่มีคุณภาพ ปริมาณและคุณภาพของ

ทรัพยากรต่างๆที่องค์กรมีในด้านต่างๆ เช่นทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี ความสามารถ ทักษะ
สินทรัพย์ องค์กรความรู้ ตลอดจนความได้เปรียบคู่แข่งที่เกิดจากการวางกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ

2. จุดอ่อน (weakness: W) รวมถึงข้อด้อยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในทรัพยากร
ของธุรกิจเช่น ความไม่พร้อมของสินทรัพย์ เทคโนโลยี ทรัพยากรมนุษย์ ทักษะ ชื่อเสียง และความไม่
พร้อมทางด้านองค์ความรู้ ความไม่พร้อมที่ก่อให้เกิดความเสียหาย ความเสี่ยงและกลยุทธ์ต่างๆที่
ผิดพลาดและไร้ซึ่งประสิทธิภาพเหล่านี้จะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง

3. โอกาส (opportunities: O) คือความได้เปรียบจากปัจจัยและสภาพแวดล้อม
ภายนอกองค์กรที่ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนช่วย
ส่งเสริมให้ธุรกิจก้าวไปสู่ความสำเร็จได้รวดเร็วและง่ายขึ้น ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีลักษณะ
เป็นโอกาสเช่น ตลาดเจริญเติบโต การมีคู่แข่งที่อ่อนแอ ผู้บริโภครอคอยให้การสนับสนุน สภาพแวดล้อมทาง
กายภาพ เป็นต้น

4. โอกาส (threats: T) คือการคุกคามหรือสิ่งที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร
ธุรกิจ แต่การคุกคามเหล่านี้จะทำให้การดำเนินงานของธุรกิจลำบากขึ้นและส่งผลในด้านลบต่อธุรกิจ
โดยมีผลทำให้การทำงานของธุรกิจตกต่ำลง โอกาสประสบความสำเร็จลดลง สูญเสียทรัพยากร
มากกว่าที่ควรจะเป็นและบั่นทอนไม่ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

การกำหนดกลยุทธ์

ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ (2552) กล่าวว่า การจัดทำแผนกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix เป็น
กระบวนการในการหาความสัมพันธ์กันเชิงกลยุทธ์ระหว่าง จุดแข็ง จุดอ่อนภายในบริษัท และ
โอกาส อุปสรรคภายนอกบริษัท เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ
เพื่อสรุปว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในข้อใดสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทาง
การตลาด และสามารถประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
โดยมีขั้นตอนการจัดทำ ดังนี้

กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพ (SO Strategies) เป็นการคิดหาแนวทางการดำเนินงานของบริษัท
หรือหน่วยธุรกิจ โดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสที่เอื้ออำนวย

กลยุทธ์เร่งการพัฒนา (WO Strategies) เป็นการพัฒนาเพื่อปรับปรุงจุดอ่อนภายในบริษัทให้ดีขึ้นด้วยการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นภายนอก

กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกัน (ST Strategies) เป็นการใช้จุดแข็งของบริษัทเพื่อหาทางหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบจากอุปสรรคหรือภัยคุกคามจากภายนอก

กลยุทธ์แก้วิกฤต (WT Strategies) เป็นยุทธวิธีป้องกันตัวของบริษัท โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดจุดอ่อนภายในให้เหลือน้อยที่สุดและหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือภัยอันตรายที่เกิดขึ้นจากภายนอก

การตรวจเอกสาร

รัชพงศ์ มุลาสินน์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตลอดจนศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีค่าดัชนีที่ลดลง เช่นเดียวกับประเทศคู่แข่งในเอเชียแปซิฟิก คือ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง เกาหลี สิงคโปร์ มาเลเซีย เนื่องจากวิกฤตค่าเงินในภูมิภาคเอเชีย ยกเว้นประเทศจีน ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเจริญเติบโตของสถานะเศรษฐกิจภายในประเทศ และจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยหลักเรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ รายได้ประชาชาติ จำนวนประชากร อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน และอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ทำให้สามารถวางแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศได้

กฤษณ์ อัครพงศ์พิสัย (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาเปรียบเทียบระดับความสามารถและแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เปรียบเทียบระหว่างมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับมูลค่าการส่งออกสินค้าบริการ นอกจากนี้ได้สร้างดัชนีวัดประสิทธิภาพด้าน

ความสามารถในการสร้างรายได้และความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พำนัก 2.) ศึกษาหาสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อเป็นเครื่องชี้ทิศทางการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) และ ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER)

ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อพิจารณาด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและดัชนีวัดประสิทธิภาพ ยังคงมี ค่ามากกว่า 1 คือยังคงมีความสามารถในการแข่งขันอยู่และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวซึ่งเห็นได้ว่าเป็นผลดีเนื่องจากมีความเป็นไปได้ที่จะมีแนวโน้มลดลงในอนาคต สำหรับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่พบว่าการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยขึ้นอยู่กับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก และปัจจัยอื่นๆ ก่อนข้างมาก การพัฒนาตลาดส่งออกยังไม่เหมาะสมกับภาวะการณ์ขยายตัวของตลาด นอกจากนี้พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงมากนัก จึงมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการจัดทำแผนพัฒนาทรัพยากร สินค้า และตลาดส่งออก โดยเน้นให้มีมาตรฐานเป็นที่น่าเชื่อถือ พัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายและมีมูลค่าเพิ่มขึ้น สร้างความร่วมมือในกลุ่มพันธมิตรพหุ มุมทั้งมุ่งขยายการส่งออกไปยังตลาดที่มีกำลังการใช้จ่ายที่สูงกว่าในปัจจุบันที่พัฒนาเฉพาะด้านจำนวน แต่มีอัตราการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยไม่สูงขึ้น อันไม่เป็นผลดีต่อการขยายรายได้เมื่อเทียบกับต้นทุนที่ใช้ไป

ปาริชาติ แก้วสินธุ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยว เพื่อเปรียบเทียบระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเทียบกับประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลี โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เปรียบเทียบระหว่างมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับมูลค่าการส่งออกสินค้าบริการ และการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) เพื่อพิจารณาหาสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว 2.) ศึกษาประเภทของการท่องเที่ยว ทิศทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของประเทศไทยเทียบกับประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลี พร้อมทั้งวิเคราะห์ความเหมาะสมของนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย และข้อเสนอมาตรการที่เกี่ยวกับนโยบายและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการส่งออกบริการ แต่มีแนวโน้มชะลอตัว เนื่องมาจากปัจจัยภายใน

และภายนอก เช่น เหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยและประเทศเกาหลี มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการส่งออกบริการ เนื่องมาจากมี การวางนโยบายด้านการท่องเที่ยว แต่รายได้หลักของประเทศมาจากอุตสาหกรรมอื่นทำให้ค่า RCA น้อยกว่า 1 สำหรับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่พบว่า สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาจากการขยายตัวของตลาดโลก โดยทั้ง 3 ประเทศยังคงพึ่งพาการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก การวิเคราะห์ SWOT พบว่าทั้ง 3 ประเทศ มีจุดแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน โดยประเทศไทยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประเทศญี่ปุ่นเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่น ประเทศเกาหลีมีการส่งเสริมสื่อบันเทิงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จุดอ่อนพบว่าประเทศไทยและเกาหลีมีจุดอ่อนด้านภูมิประเทศ ในขณะที่ประเทศไทยยังคงมีความไม่สงบภายในประเทศ ด้านปัจจัยส่งเสริมของทั้ง 3 ประเทศคือ การขยายการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ เศรษฐกิจโลกที่มีการชะลอตัว และ การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นของตลาดท่องเที่ยว และจากการวิเคราะห์นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยควรมุ่งเป้าเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชีย โดยในส่วนภาครัฐบาลจะต้องมีการกำหนดกรอบหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

จิราภรณ์ นาคประกอบ (2550) ศึกษาเรื่องความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ และเพื่อเสนอแนวทางการจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิโดยใช้การเก็บแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสำรวจสภาพพื้นที่ของผู้วิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ประกอบการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่าความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางด้านสถานะปัจจัยการผลิตในจังหวัดชัยภูมิมีจุดด้อยที่ใช้ในการผลิตน้อยเนื่องจาก แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการปรับปรุงพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีการแข่งขันสูงและอุปสรรคในการพัฒนามาจากการขาดงบประมาณสนับสนุน เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการแข่งขัน คือ นโยบายภาครัฐบาล ด้านการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่า มีจุดแข็งในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ เส้นทางการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย ความเป็นเมืองสงบและปลอดภัย รวมถึงความพร้อมของประชาชนในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่วนจุดอ่อนที่พบคือ การเข้าถึง

แหล่งท่องเที่ยวการขาดแคลนสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว การขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การขาดแคลนธุรกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยวและงบประมาณสนับสนุน สำหรับการจัดทำแผนกลยุทธ์ (TOWS Matrix) จะเน้นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและนิเวศน์แบบยั่งยืน โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ให้เข้ามาร่วมคิดและวางแผนการจัดการด้านท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนให้เกิดขึ้น

พิชญ์ประอร วัฒนเพทาย (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของประเทศไทย โดยศึกษาถึงสถานะปัจจัยการผลิต สถานะอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกลยุทธ์ โครงสร้างตลาดและสภาพการแข่งขัน รัฐบาล และเหตุสุดวิสัย 2. ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของประเทศไทย 3. เพื่อกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาการส่งออกอาหารสัตว์ของประเทศไทย โดยใช้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคมาสร้างกลยุทธ์ในรูปแบบ TOWS Matrix โดยทำการจัดเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนตลอดจนสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ประเทศไทยได้เปรียบเชิงแข่งขันจากปัจจัยการผลิต ปลาขี้ขาว และรำข้าว แต่เสียเปรียบเชิงแข่งขันจากปัจจัยการผลิตกากถั่วเหลือง อุปสงค์อาหารสัตว์ในประเทศมักเลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากคุณภาพ และการขยายตัวของตลาดอาหารสัตว์ก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ทั้งนี้ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีความเข้มแข็ง ผู้ประกอบการรายใหญ่มักมีการรวมตัวกันแบบแนวดิ่ง โดยมีโครงสร้างแบบผู้ขายน้อยรายและมีอัตราการกระจุกตัวสูง สำหรับปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ได้แก่ การระบาดของโรคไข้หวัดนก การเปิดการค้าเสรี ตลอดจนนโยบายการควบคุมคุณภาพและกำหนดราคาอาหารสัตว์ของภาครัฐ ในขณะที่เดียวกันนโยบายด้านการนำเข้าวัตถุดิบทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และการส่งเสริมการลงทุนในปัจจุบันเอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการรายใหญ่มากกว่าผู้ประกอบการรายย่อย สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกได้แก่ ทรัพยากรวัฒนธรรมองค์กร และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในได้แก่ การวิเคราะห์พลังการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และสภาพแวดล้อมภายนอกกว้าง

ซึ่งสามารถนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาการส่งออกอาหารสัตว์ของประเทศไทยไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ 4 กลยุทธ์ที่สำคัญ ดังนี้ 1. กลยุทธ์ส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจและการส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์ 2. กลยุทธ์การเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารสัตว์แห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 3. กลยุทธ์การวิจัยและพัฒนาการผลิตวัตถุดิบตลอดจนการบริหารจัดการใช้วัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ และ 4. กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพอาหารสัตว์

จากการตรวจสอบเอกสารทั้ง 5 เรื่อง ทำให้ผู้ศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการตรวจสอบเอกสารของคุณรัชพงศ์ มุลาสินน์, คุณกฤษณ์ อัครพงศ์พิสัย และ คุณปรีชาต แก้วสินธ์ ทำให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย สำหรับการตรวจสอบเอกสารของคุณจิราภรณ์ นาคประกอบ และคุณพิชญ์ประอร วัฒนเพทาย ทำให้ทราบถึงกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม

บทที่ 3

ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

ในบทที่ 3 เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญและลักษณะของการท่องเที่ยวในประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย โดยนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการอธิบายผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกอุตสาหกรรม และการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมในบทต่อไป

ภูมิศาสตร์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ที่ตั้ง

ประเทศไทยตั้งอยู่ในคาบสมุทรอินโดจีน และเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ล้อมรอบด้วยประเทศพม่า ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย และภูมิภาคนี้ยังตั้งอยู่ระหว่างสองประเทศใหญ่คือ อินเดีย และจีน ประเทศไทยจึงมีองค์ประกอบที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยิ่ง เพราะอยู่ในเส้นทางคมนาคมติดต่อกับนานาชาติ ระเทศทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ มีวัฒนธรรมที่เป็นของตนเอง และในลักษณะประสมประสานกับเพื่อนบ้าน มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการค้า สถานการณ์ในประเทศมีความสงบ มั่นคง ปลอดภัย ที่ตั้งของประเทศซึ่งมีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอาจพิจารณาได้ ดังนี้

1. ที่ตั้งสัมพันธ์ การที่ประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนถึง 4 ประเทศ ทำให้มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น ภาคเหนือมีสถาปัตยกรรมคล้ายพม่าหรือมอญ เช่น โบสถ์และเจดีย์ ในแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอาหารการกิน ภาษา และวัฒนธรรมประเพณี การแสดงโกลีเลี้ยงลาว อีสานใต้แถบบุรีรัมย์ ศรีสะเกษ สุรินทร์ เต็มไปด้วยปราสาทขอม มีภาษาพูดตามชายแดนคล้ายเขมร และในภาคใต้มีการเล่นหนังตะลุง มโนราห์ นุ่งผ้าปาเต๊ะ ซึ่งคล้ายกับวัฒนธรรมของมาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนตอนกลางประเทศมีวิถีชีวิตแบบลุ่มน้ำทำการเพาะปลูก จับสัตว์น้ำ เล่นเพลงเรือ แข่งเรือ พายเรือค้าขายกันอยู่ตามแม่น้ำลำคลอง ทำให้แต่ละภูมิภาคมีเสน่ห์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวแตกต่างกันไป

2. ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ประเทศไทยตั้งอยู่ระหว่างละติจูด 5 องศา 37 ลิปดาเหนือกับ 20 องศา 27 ลิปดาเหนือ และระหว่างลองจิจูด 97 องศา 22 ลิปดาตะวันออกกับ 105 องศา 37 ลิปดาตะวันออก ซึ่งเป็นเขตละติจูดต่ำหรือเขตร้อนอากาศมีอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดตลอดปี ได้รับอิทธิพลของลมมรสุมทำให้มีปริมาณฝนสูงในช่วงมรสุมตะวันตกเฉียงใต้สลับกับอากาศที่แห้งและเย็นในช่วงมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และมีแดดจัดในช่วงฤดูร้อน ดังนั้น การดำรงชีพของชาวไทยจึงมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ส่วนใหญ่ทำการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ตามสภาพอากาศและภูมิประเทศ ซึ่งเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาก เช่น การทำไร่ การทำนาเกลือ ผลผลิตจากทะเลตากแห้งเช่น ปลาเค็ม กุ้งแห้ง น้ำปลา ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีผลผลิตจากป่าเขตร้อนเช่น หวาย ย่านลิเภาและไม้ไผ่ นำมาผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกที่ทำรายได้สูง สิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากเช่นกันคือ ผลไม้ชนิดต่างๆ ที่ให้ผลผลิตตลอดทั้งปี โดยที่แต่ละจังหวัดจะมีผลไม้เด่นของตน อาทิภาคกลางมีมะม่วง ทูเรียนที่นนทบุรี ส้มที่ปทุมธานี ส้มโอที่นครปฐม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแตงโม น้อยหน่าภาคตะวันออกเฉียงใต้มีเงาะ มังคุด

3. ที่ตั้งเศรษฐกิจ

3.1 เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศ เนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ตอนกลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และตั้งอยู่เกือบกึ่งกลางของเส้นทางการบินระหว่างซีกโลกตะวันออกกับซีกโลกตะวันตก ที่ตั้งสนามบินไม่ได้รับความกระทบกระเทือนจากแผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด มีสภาพอากาศแจ่มใส ปลอดภัยจากลมพายุ สะดวกต่อการขึ้นลงของเครื่องบิน มีสายการบินของประเทศต่างๆ ลงจอด สะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการแวะเที่ยวประเทศไทยและการเดินทางต่อไปยังประเทศอื่น โดยที่ประเทศไทยได้พยายามปรับปรุงสนามบินให้กว้างขวาง สะดวกสบายและทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการประทับใจ โดยมีเส้นทางรถไฟและรถยนต์เข้าสู่กรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้โดยสะดวก

3.2 เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางบก คือทางหลวงเอเชีย เส้นทางนี้จะผ่านภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้านโดยรอบ ทางหลวงเอเชียในประเทศไทยมี 6 สาย คือ สาย A1 จากอำเภอแม่สอดถึงอำเภอรัฐประศาสน์ สาย A2 จากอำเภอแม่สอดถึงอำเภอสะเดา สาย A12 จากสามแยกหินกองถึงหนองคาย สาย A14 จากตากถึงช่องเม็ก สาย A15 จากอุดรธานีถึงนครพนม สาย A18 จากชุมพรถึงนราธิวาส เส้นทางนี้นอกจากสะดวกในการค้าแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถใช้ เป็นเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวกปลอดภัยและประหยัดเวลา ทั้งบริเวณที่เส้นทางเหล่านี้ผ่านภายใน ประเทศผ่านชายแดนและการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

3.3 ประเทศไทยตั้งอยู่บนคาบสมุทร โดยฝั่งตะวันตกติดทะเลอันดามัน และฝั่งตะวันออกติดอ่าวไทยเป็นผลให้มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามหลายแห่ง หลายแบบ เช่น ชายหาด เกาะ ปะการัง สุสานหอย การมีท่าเรือที่สะดวก จะยิ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลขยายตัวมากขึ้น ราคาที่ดินชายทะเลขยับตัวสูงมากสถานบริการนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ขนส่งที่ระลึกเพิ่มขึ้น เป็นผลให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวอย่างกว้างขวาง

4. ที่ตั้งทางยุทธศาสตร์และการเมือง

ประเทศไทยตั้งอยู่ติดกับลาว พม่า กัมพูชา มาเลเซีย โดยแต่ละประเทศมีระบบการปกครองต่างกัน เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่ประเทศมหาอำนาจพยายามแข่งขันกัน สร้างอิทธิพล การที่ประเทศไทยมีการปกครองระบอบประชาธิปไตย มีสถานการณ์ในประเทศสงบกว่าประเทศเพื่อนบ้าน และมีความสัมพันธ์อันดีกับทุกประเทศ ประเทศไทยจึงเป็นที่ประชุมสัมมนาทางการเมืองบ่อยครั้ง ผลจากการประชุมจะต้องมีบริการด้านที่พัก สถานที่จัดประชุม บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และอื่นๆ หลังจากการประชุมจะมีการพักผ่อน ท่องเที่ยว หรือหาความบันเทิงด้านอื่นๆ เมื่อเดินทางกลับประเทศก็จะต้องซื้อของที่ระลึกเป็นของฝากกลับไปยังประเทศของตน

รูปร่าง

รูปร่างของประเทศไทยมีลักษณะคล้ายรูปขวานโบราณ มีส่วนยาวเป็นสองเท่าของส่วนกว้าง และครึ่งหนึ่งของส่วนยาวเป็นส่วนแคบๆ ทอดยาวลงไปทางใต้ โดยประเทศไทยมีความยาวที่สุดจากเหนือ ใต้ ประมาณ 1,833 กิโลเมตร มีความกว้างที่สุดจากตะวันออก ไปตะวันตกตามแนวเส้นรุ้งที่ผ่านจังหวัดอุบลฯ - อำเภอฟิมาย จังหวัดนครราชสีมาไปทางตะวันตก ประมาณ 850 กิโลเมตร ส่วนที่แคบที่สุดอยู่ที่ตำบลห้วยยาง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความกว้าง ประมาณ 12 กิโลเมตร และตอนแคบที่สุดของแหลมมลายูอยู่ที่ตรงคอคอดกระ กว้างประมาณ 64 กิโลเมตร

รูปร่างที่ขวยยื่นลงไปทางทะเลทางภาคใต้ และบางจังหวัดของภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออกเฉียงเหนืออาณาเขตติดทะเล ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเลกว้างขวางและความยาวของรูปร่างทำให้มีสภาพภูมิอากาศทั้งแบบร้อนชื้นแบบทุ่งหญ้าเมืองร้อนและแบบอบอุ่น จึงมีทิวทัศน์ พืชพรรณ ทรัพยากร วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของผู้คนแตกต่างกันไป ทำให้มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว

รูปร่างที่ยาวของประเทศ มีข้อเสียที่การเดินทางท่องเที่ยวต้องใช้เวลาาน สิ้นเปลืองค่าเดินทาง ส่วนรูปร่างที่ล่ำเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน หากมีปัญหากระทบกระทั่งทางการเมืองก็จะเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว เช่น บริเวณชายแดนติดต่อกับกัมพูชา เมื่อใดที่กัมพูชามีการสู้รบกันมักมีการปิดพรมแดน หรือปัญหาแยกดินแดนในภาคใต้มีผลต่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแถบจังหวัดยะลา ปัตตานีและนราธิวาส

ขนาด

ตามการแบ่งขนาดของประเทศทางภูมิศาสตร์การเมือง ไทยจัดเป็นประเทศขนาดใหญ่ มีพื้นที่ 513,115.029 ตารางกิโลเมตร มีความยาวของพรมแดนทางบก 5,328 กิโลเมตร ความยาวทางทะเลฝั่งอ่าวไทย 1,840 กิโลเมตร ความยาวทางทะเลฝั่งอันดามัน 865 กิโลเมตร

การที่ประเทศไทยมีขนาดมีภูมิประเทศ ภูมิอากาศและวัฒนธรรมประเพณีแตกต่างกันไปตามภูมิภาคต่างๆ ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย นักท่องเที่ยวอาจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ เช่น ชมป่า ปีนเขา ชมถ้ำ น้ำตก พุน้ำร้อน ซึ่งมีมากในภาคเหนือและภาคตะวันตก หรือท่องเที่ยวตามภูเขามากมาย และชมอารยธรรมโบราณเก่าแก่หลายแห่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเที่ยวทะเลทั้งด้านชายฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน ชมวิถีชีวิตของผู้อยู่ในภาคต่างๆ โดยเฉพาะลุ่มน้ำในภาคกลางอันเป็นหัวใจของประเทศ เป็นต้น

แนวพรมแดน

ประเทศไทยมีแนวพรมแดนที่ติดต่อกับเพื่อนบ้านถึง 4ประเทศ ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา มาเลเซีย พรมแดนด้านไทยกับพม่ายาวประมาณ 2,202 กิโลเมตร ไทยกับลาวประมาณ 1,750 กิโลเมตร ไทยกับกัมพูชาประมาณ 798 กิโลเมตร และไทยกับมาเลเซียประมาณ 576กิโลเมตร มีเส้นทางติดต่อระหว่างประเทศหลายแห่ง นับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรอย่างมาก เมืองสำคัญชายแดนจะเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า มีโอกาสได้เห็นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของประเทศเพื่อนบ้าน ภูมิภาคใดอยู่ใกล้เคียงกับประเทศเพื่อนบ้านก็จะได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมด้วย พื้นที่ชายแดนที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากได้แก่ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ช้องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น

แนวพรมแดนมักกั้นด้วยแม่น้ำลำคลองหรือภูเขาซึ่งเป็นทิวทัศน์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่นลำน้ำโขงกั้นไทยกับลาว โดยเฉพาะดินแดนสามเหลี่ยมทองคำ เป็นพรมแดนระหว่างไทย ลาว พม่า ซึ่งเป็น

แหล่งท่องเที่ยวชมวิวด้านของภาคเหนือในเขตจังหวัดเชียงราย และบริเวณสามเหลี่ยมมรกต ซึ่งอยู่บริเวณแนวพรมแดน 3 ประเทศ คือ ไทย ลาว กัมพูชา เป็นเขตป่าไม้เขียวชอุ่มของอุทยานแห่งชาติภูจองนายอย

ภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของไทยแบ่งออกได้เป็น 6 เขตดังนี้คือ

1. เขตภูเขาและที่ราบระหว่างภูเขาภาคเหนือ ภูมิประเทศส่วนใหญ่ของเขตนี้มีลักษณะเป็นทิวเขา ภูเขา หุบเขาและแอ่งแผ่นดินระหว่างภูเขา มีความสูงชัน จากบริเวณ ตะวันตกเฉียงเหนือ แล้วค่อย ๆ ลาดต่ำลงมาสู่ที่ราบต่ำ บริเวณตะวันออกเฉียงใต้และตอนกลางแล้วค่อย ๆ สูงขึ้นอีกทางบริเวณ ตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือในเขต จ.น่าน คือ แลบเทือกเขา หลวงพระบาง บริเวณที่สูงเหล่านี้ นับเป็นแหล่งกำเนิดของแม่น้ำลำธารหลายสาย ที่ไหลลงสู่แม่น้ำโขงทางด้านเหนือ ลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยาทางด้านใต้และ ลงสู่ลุ่มน้ำสาละวิน ทางตะวันตก หุบเขาและแอ่งแผ่นดินที่แม่น้ำเหล่านี้ไหลผ่าน จะเกิดที่ราบดินตะกอนที่แม่น้ำไหลพามาทับถม เป็นบริเวณที่อุดมสมบูรณ์เหมาะ ในการเพาะปลูกและการตั้งถิ่นฐาน ทำให้กลายเป็นแหล่งชุมชนสำคัญของภาค

2. เขตที่ราบภาคกลาง ที่ราบภาคกลาง ได้แก่ บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำตอนกลางและตอนล่างทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาและสาขาที่ไหลมา จากที่สูงโดย รอบแล้วไหลลงสู่อ่าวไทยที่อยู่ตอนใต้ของภาค ภูมิประเทศของที่ราบภาคกลาง เป็นที่ราบดินตะกอนที่หนาและกว้างขวางมากที่สุดของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ราบดินตะกอนตอนล่าง มีบริเวณกว้างขวางมาก แต่ในบริเวณที่ราบนี้ ยังมีที่ราบลูกฟูกและภูเขาโดดเหลืออยู่ โดยเฉพาะอาจเป็นภูเขาหินที่แข็งแกร่งหรือที่เคຍ เป็นเกาะมาก่อน สันนิษฐานว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ของที่ราบภาคกลางในอดีตเคยอยู่ใต้อิทธิพลน้ำทะเลต่อมา ระดับน้ำทะเลลดต่ำลง ประกอบกับพื้นดินยกสูงขึ้น รวมทั้งการ กระทำของแม่น้ำหลาย สายซึ่งมีทั้งการกัดเซาะ สึกกร่อนและทับถม พอกพูน จึงทำให้บริเวณนี้กลายเป็นที่ราบอันกว้างใหญ่และเป็นแหล่งเกษตรกรรมสำคัญของประเทศ

3. เขตภูเขาสูงภาคตะวันตก ลักษณะของภูมิประเทศส่วนใหญ่จะเป็นทิวเขา หุบเขา แต่ไม่มีที่ราบระหว่างภูเขาเหมือนทางภาคเหนือ และที่ราบไม่กว้างขวาง เหมือนภาคกลาง ภูมิประเทศของเขตนี้ประกอบด้วย ทิวเขาที่ยาวต่อเนื่องมาจากทิวเขาทาง ภาคเหนือลงไปจน ถึงทิวเขาในคาบสมุทรภาคใต้ เป็นทิวเขาสลับหุบเขาแลบ ๆ มีลำน้ำไหลขนานตามแนวของทิวเขามายังตะวันออกเฉียงใต้

4. เขตภูเขาและที่ราบชายฝั่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะภูมิประเทศจะเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำทางตอนเหนือ เป็นทิวเขาและที่ราบลูกฟูกทางตอนกลางและมีที่ราบ ชายฝั่งทะเลทางใต้ โดยมีแม่น้ำสายสั้น ๆ ไหลจากทิศเหนือไปทางใต้ลงสู่อ่าวไทย ชายฝั่งทะเลของเขตนี้ เป็นชายฝั่งที่มีลักษณะเว้าแหว่งและเต็มไปด้วยเกาะใหญ่น้อย เป็นเกาะที่ปกคลุมด้วย ป่าไม้และหาดทรายสวยงาม

5. เขตที่ราบสูงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภูมิประเทศทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีลักษณะแยก จากภาคเหนือและภาคกลางอย่างเด่นชัด ทั้งนี้เพราะ การยกตัวของแผ่นดิน ด้านตะวันตก และด้านใต้ ทำให้เกิดขอบสูงชันตามแนวเทือกเขาเพชรบูรณ์ด้านตะวันตก ส่วนทางด้านใต้ก็เป็นขอบสูงชันตามแนวทิวเขา สันกำแพง และพนมดงรัก บริเวณตอนกลางของเขตนี้มีลักษณะเป็นแอ่งคล้าย ๆ กันกระทะ เรียกว่า แอ่งโคราช มีแม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลผ่าน ยังมีที่ราบโล่งอยู่หลายแห่ง เช่น หุบภูลาร่องให้ หุบหมาหิว โดยมีแนวทิวเขาภูพานทอด โข้งยาวก่อนไปทางตะวันออกเฉียงเหนือของภาค ถัดเลยจากแนวทิวเขาภูพานไปทางเหนือมีแอ่งทรุดต่ำ ของแผ่นดินเรียกว่า แอ่งสกลนคร ส่งผลให้พื้นที่หลายแห่งได้กลายเป็นหนองน้ำ เช่น หนองหานใน จ.สกลนคร หนองประจักษ์ใน จ.อุดรธานี หนองญาติใน จ.นครพนม เป็นต้น พื้นที่ราบสูงจะยกตัวสูงทางบริเวณตะวันตกและทางใต้ และลาดเอียงไปทางตะวันออกเฉียงใต้ลงสู่มแม่น้ำโขง แม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่านเขตที่ราบสูง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ แม่น้ำชี แม่น้ำมูลและสาขาใหญ่น้อย ซึ่งไหลจากบริเวณตะวันตก ลงสู่มแม่น้ำโขง ทางตะวันออกเฉียง

6. เขตภูเขาและที่ราบชายฝั่งคาบสมุทรภาคใต้ ภูมิประเทศเขตนี้มีลักษณะเป็นคาบสมุทรแคบและยาว ถูกขนาบด้วยทะเลทั้งสองด้าน คือ อ่าวไทยทาง ด้านตะวันออกเฉียงและ ทะเลอันดามันทางด้านตะวันตก ประกอบด้วยทิวเขาที่เป็นแกนของคาบสมุทรและที่ราบชายฝั่งทะเลที่ลาดลงสู่ทะเลทั้งสองด้าน โดยที่ราบด้าน ชายฝั่งตะวันออกเฉียงกว้างขวาง กว่าทางฝั่งตะวันตก ชายฝั่งด้านตะวันออกเฉียงเป็นชายฝั่งที่ราบเรียบและยกตัวสูง มีหาดทรายสวยงามหลายแห่ง ส่วนชายฝั่งทะเลด้าน ตะวันตกเป็นชายฝั่งทะเลจอมตัว ทำให้ฝั่งทะเลขรุขระเว้า ๆ แหว่ง ๆ มีเกาะใหญ่น้อยเป็นจำนวนมาก

ภูมิอากาศ

ประเทศไทยมีที่ตั้งอยู่ในซีก โลกเหนือทางด้านตะวันออกเฉียงใต้ของภาคพื้นทวีปยูเรเชีย (ระหว่างทวีปยุโรปกับทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้) โดยที่ทางเหนือของประเทศประกอบด้วย ภาคพื้นดินกว้างใหญ่ ส่วนทาง ตอนใต้และทางตะวันออกเฉียงของประเทศจะเป็นภาคพื้นน้ำที่กว้างใหญ่เช่นเดียว กันจากการที่ประเทศไทยมีที่ตั้งอยู่ระหว่างพื้นดินและ พื้นน้ำที่กว้างขวางนี้ จึงทำให้ประเทศไทย อยู่ใต้ อิทธิพลของลมมรสุมฤดูร้อนที่พัดจากน้ำเข้าสู่ภาคพื้นทวีป และลมมรสุมฤดูหนาวที่พัดจากภาคพื้นทวีปลงสู่ทะเล อันเป็นผลให้ในช่วงฤดูร้อน ประเทศไทยจะมีสภาพ อากาศชุ่ม ชื้นและมีฝนตกชุกติดต่อกัน

โดยเฉลี่ยประมาณ 6 เดือน ส่วนในช่วงฤดูหนาวจะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม ฤดูหนาว จึงทำให้มีสภาพอากาศที่แห้งแล้งและหนาวเย็น ในระยะเวลา 3 เดือน ส่วนระยะเวลาที่เหลืออีกประมาณ 3 เดือน จะเป็นช่วงที่อากาศร้อนและแห้งแล้งมาก

โดยภูมิอากาศของประเทศไทยขึ้นอยู่กับระบบของที่พัดตามฤดูกาล 2 ชนิด คือ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ จะเริ่มประมาณกลางเดือนตุลาคม ไปจนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ แต่บางที่อาจจะเลยไปถึงเดือนมีนาคมได้ ลมนี้มีความสัมพันธ์กับ ฤดูหนาวใน ซีกโลกเหนือ คือพื้นดินของทวีปเอเชียมีความหนาวเย็น อุณหภูมิลดลงต่ำ มีความกดอากาศสูง ซึ่งศูนย์กลางอยู่ที่ไซบีเรีย ส่วนบริเวณทางใต้มีลักษณะตรงกันข้าม ทำให้เกิดลมพัด จากแผ่นดินสู่พื้นน้ำ เป็นลมหนาวแห้งแล้งพัดออกจากศูนย์กลาง ความกดอากาศสูง พัดมายังประเทศไทยทางภาคเหนือ ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ ภาคกลาง ส่วนภาคใต้ฝั่งตะวันออก ลมนี้จะพัดผ่านอ่าวไทยจึงนำฝนมาตกด้วย

ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ในฤดูร้อนของซีกโลกเหนือ บริเวณทวีปเอเชียเป็นแหล่งความร้อนระอุ อุณหภูมิสูง ความกดอากาศต่ำ ส่วนในบริเวณน่านน้ำมหาสมุทร แปซิฟิก และอินเดีย ไม่ร้อนเท่ามีความกดอากาศสูง ทำให้มีลมพัดจากบริเวณน่านน้ำสู่พื้นทวีป เป็นลมตะวันออกเฉียงใต้ เมื่อพัดข้ามเส้นศูนย์สูตรลมจะเบี่ยงเบนไปทาง ขวามือ กลายเป็นลมตะวันออกเฉียงใต้ ลมนี้จะพัดตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมไปจนถึงเดือนกันยายน ส่วนภาคใต้ของประเทศไทยลมนี้จะไปสิ้นสุดราวกลางเดือนตุลาคม ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวเป็นฤดูฝนของประเทศไทย

ลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ เป็นลมพัดประจำตลอดเวลา 3 เดือน จากเดือนกุมภาพันธ์-เดือนเมษายน เนื่องจากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือลอยไปจากภาคใต้ จึงมีลมจากทาง ทิศใต้และตะวันออกเฉียงใต้พัดเข้ามาแทนที่ ลมนี้พัดมาจากความกดอากาศสูงในทะเลจีนใต้ เป็นลมที่ร้อนและชื้น ทำให้อุณหภูมิสูงโดยทั่วไป ในช่วงนี้ ภาคใต้จะมีฝนตกน้อยกว่าระยะอื่นของปีจากลักษณะภูมิอากาศตามที่กล่าวมาแล้ว ประกอบเมื่อพิจารณาตามลักษณะอุตุนิยมนิยามวิทยาแล้ว เราสามารถแบ่งฤดูกาลของประเทศไทยตอนบนได้ดังนี้

ฤดูฝน โดยปกติแล้วฤดูฝนของประเทศไทยจะเริ่มเมื่อลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ได้พัดปกคลุมประเทศไทยแล้ว คือตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม เป็นต้นไป และไปสิ้นสุดราวกลาง เดือนตุลาคม มีระยะเวลาประมาณ 5 เดือน

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมไปจนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ในระยะนี้ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือได้ พัดปกคลุมประเทศไทย ทำให้อุณหภูมิลดลงทั่วไป อากาศจะหนาวเย็น

ยกเว้นภาคใต้ของประเทศไทยอุณหภูมิจะลดลงได้บ้างเป็นครั้งคราวและจะมีฝนตกตามชายฝั่งทะเล
ตะวันออก ตั้งแต่สุราษฎร์ธานีลงไปจนถึงนราธิวาส

ฤดูร้อน เริ่มตั้งกลางเดือนกุมภาพันธ์ไปจนถึงกลางเดือนพฤษภาคม ใน ะยะนี้ลมฝ่าย
ใต้ตะวันออกเฉียงใต้พัดปกคลุมประเทศไทย และดวงอาทิตย์กำลังเคลื่อนผ่าน เส้นศูนย์ขึ้นไปทางซีก
โลกภาคเหนือ ดังนั้นดินจะสะสมความร้อนไว้และร้อนขึ้น ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือมีกำลังอ่อน
ลงและค่อนข้างแปรปรวน ทำให้อากาศร้อน อบอ้าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเดือน เมษายน พฤษภาคม
เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เด่นชัดทางประเทศไทยตอนบน

ลักษณะทางวัฒนธรรมของประเทศไทย

1. การมีพระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติ สังคมไทยรับเอาพระพุทธศาสนาเป็นที่นับถือ
ของชาวไทย มาตั้งแต่ก่อนสุโขทัย คนไทยส่วนใหญ่ นับถือพระพุทธศาสนาถึง 95 % หลักคำสั่งสอน
สำคัญของพุทธศาสนาที่สำคัญคือ สอนให้ละเว้นความชั่ว ทำความดี ทำจิตใจให้บริสุทธิ์วิถีชีวิตของคน
ไทยจะมีพุทธศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้อง เสมอ เช่น การบวช การแต่งงาน การทำบุญขึ้นบ้านใหม่
2. การมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข สังคมไทยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขสืบทอดกันมาแต่
โบราณจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้จากการถวายความจงรักภักดีในวาระต่างๆ แสดงถึงความยึดมั่นใน
พระองค์ ซึ่งช่วยเสริมสร้างให้สถาบันพระมหากษัตริย์มีความสำคัญต่อสังคมเป็นอย่างมาก
3. อักษรไทยและภาษาไทย สังคมไทยมีอักษรใช้มานานตั้งแต่สมัยสุโขทัยโดยได้รับอิทธิพล
จากขอม และได้รับการพัฒนาโดยพ่อขุนรามคำแหงมหาราชดเป็นเอกลักษณ์ที่น่าภูมิใจเพราะภาษาถือ
ว่าเป็นอารยธรรมขั้นสูง
4. ประเพณีไทย เป็นสิ่งแสดงถึงวิถีชีวิตของคนไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งส่วนมาก
เกี่ยวข้องกับพระพุทธ ศาสนา อาจมีคติลัทธิศาสนาอื่นผสมอยู่ด้วย ซึ่งสืบเนื่องมาแต่โบราณ ประเพณีที่
นำมาปฏิบัติกันเช่น ประเพณีการบวช ประเพณีการแต่งงาน
5. วัฒนธรรมที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต อันได้แก่ ปัจจัยสี่ คือเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย
อาหาร และยารักษาโรค

6. ศิลปกรรมไทย เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการเพียรพยายามของมนุษย์ ในการปรุงแต่งชีวิต ความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ทำสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยสวยงาม รวมทั้งเป็นอาหารใจด้วยวัฒนธรรมในด้าน ศิลปกรรม ได้แก่ วรรณกรรม ดนตรี จิตรกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม

7. จรรยา มารยาท และจิตใจของคนไทย คนไทยมีลักษณะสุภาพอ่อนน้อม ปรับตัวเข้ากับสังคม ได้ดี มีการแสดงความเคารพแตกต่างไปจากสังคมอื่น ๆ เช่น การขี้ม การทักทาย การไหว้ การถวายความ เคารพพระมหากษัตริย์ ด้านจิตใจ คนไทยได้รับอิทธิพลจากพระพุทธศาสนา ทำให้คนไทยมีความเอื้อเฟื้อ เพื่อแผ่ มีความโอบอ้อมอารีต่อคนทั่วไป เคารพผู้อาวุโส

ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทย

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดต่างๆในภาคเหนือ

1. จังหวัดเชียงราย วัดพระธาตุดอยตุง , พระตำหนักดอยตุง , ด่านพรมแดนแม่สาย , สามเหลี่ยมทองคำ , ภูชี้ฟ้า , ดอยแม่สลอง , วัดพระแก้ว , วัดพระสิงห์ , วัดพระธาตุดอยตุง , วัดร่องขุ่น , พิพิธภัณฑ์อูปลำ , พิพิธภัณฑ์ชาวเขา , หอวัฒนธรรมนิทัศน์
2. จังหวัดเชียงใหม่ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ , วัดพระธาตุดอยสุเทพ , ดอนอินทนนท์ , ดอยอ่างขาง , ในท้บาชาร์ , ปางช้างแม่สา , น้ำตกแม่ยะ , น้ำตกวชิรธาร , น้ำตกแม่กลาง , น้ำตกแม่เตี้ย , ศูนย์หัตถกรรม ร่มบ่อสร้าง , หมู่บ้านหัตถกรรม บ้านถวาย , กฤษดาซอยรีสอร์ท , น้ำพุร้อนสันกำแพง , กาดหลวง , กาดวโรรส , กาดต้นลำไย , สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ , ร้อยอันพันอย่าง , พิพิธภัณฑ์แมลงโลก , ถ้ำเชียงดาว , วัดเจดีย์หลวงวรมหาวิหาร , วัดสวนดอก , วัดพระสิงห์ , วัดโลก โมฬี , สวนสัตว์เชียงใหม่ , เวียงกุมกาม
3. จังหวัดน่าน อุทยานแห่งชาติแม่จริม , ล่องแก่งลำน้ำว้า , นั่งช้างชมไพร , บ่อเกลือภูเขาแห่งเดียวในโลก , ลงเรือชมลำน้ำมวง , น้ำตกสบัน , ต้นกำเนิดแม่น้ำน่าน , อุทยานแห่งชาติศรีน่าน , เสา , ผา ชู้ , น้ำตกขุนสถาน
4. จังหวัดพะเยา กว๊านพะเยา , สถานีประมงน้ำจืดจังหวัดพะเยา , น้ำตกจำปาทอง , น้ำตกผา เก็ดดินาค , อุทยานแห่งชาติดอยหลวง , วัดศรีโคมคำ , วัดพระธาตุดอยตุง , วัดศรีอุโมงค์คำ , วัดลี , วัดราชคฤห์ , วัดหลวงราชสันฐาน , วัดอนาลโยพิทยาราม , วัดพระธาตุดอยน้อย , วัดป่าแดงบุญนาถ

5. จังหวัดแพร่ พระธาตุช่อแฮ , วัดจอมสวรรค์ , วัดหลวง , วัดสระบ่อแก้ว , คู่มเจ้าหลวง , วัดพระบาทมิ่งเมือง วรวิหาร , อุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย , วนอุทยานแพะเมืองผี

6. จังหวัดแม่ฮ่องสอน พระธาตุคอกงมู , ถ้ำน้ำลอด , วนอุทยานถ้ำปลา , วนอุทยานน้ำตกผาเสื่อ , พุ่มดอกบัวตอง , บ้านน้ำเพียงดิน , พระตำหนักปางตอง , น้ำตกหมอบแง , ถ้ำแก้วโกมล , ห้วยน้ำดัง

7. จังหวัดลำปาง วัดพระแก้วดอนเต้า , เขื่อนกิ่วลม , วัดพระธาตุลำปางหลวง , วนอุทยานถ้ำผาไท , ภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์อายุ 3,000 ปี ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย , แกะสลักบ้านหลุก , น้ำตกวังแก้ว , อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน , ศูนย์ฝึกศึกษาชีพแม่ต้า

8. จังหวัดลำพูน วัดพระธาตุหริภุญไชย , วัดจามเทวี , วัดพระยืน , อุทยานแห่งชาติแม่ปิง , แก่งก้อ , น้ำตกก้อหลวง , ถ้ำยาววี , ถ้ำหลวงผาเวียง , อุทยานแห่งชาติดอยขุนตาล

9. จังหวัดอุตรดิตถ์ พิพิธภัณฑบ่อเหล็กน้ำพี้ , วนอุทยานต้นสักใหญ่ , ช่องภูคู่ , ภูทุ่งแล้ง , อุทยานแห่งชาติ ภูสอยดาว , บ้านเกิดพระยาพิชัยดาบหัก

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดต่างๆในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. จังหวัดนครราชสีมา เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน , ปราสาทหินพิมาย , ปราสาทหินพนมวัน , อ่างเก็บน้ำ ลำตะคอง , อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ , แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท , อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ , ไทรงาม , ภาพเขียนสีที่วัดถ้ำเขาจันทร์งาม

2. จังหวัดอุบลราชธานี อุทยานแห่งชาติผาแต้ม , หาดคูเต่า , เขื่อนสิรินธร , ช่องเม็ก , อุทยานแห่งชาติ แก่งตะนะ , แม่น้ำสองสี , น้ำตกตาดโตน , ทุ่งศรีเมือง , แก่งสะพือ , พิพิธภัณฑเปิดบ้านก้านเหลือง , วัดทุ่งศรีเมือง อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย , วัดหนองบัว , วัดศรีอุบลรัตนาราม

3. จังหวัดขอนแก่น พระธาตุขามแก่น (วัดเจติยภูมิ) อำเภอน้ำพอง , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติของแก่น อำเภอเมืองขอนแก่นเขื่อนอุบลรัตน์ อำเภออุบลรัตน์ , อุทยานแห่งชาติภูเวียง อำเภอภูเวียง , อุทยานแห่งชาติภูเก้า – ภูพานคำ อำเภออุบลรัตน์ , วัดพระบาทภูพานคำ อำเภออุบลรัตน์ , ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น , หมู่บ้านผ้าไหมชนบท อำเภอชนบท

4. จังหวัดบุรีรัมย์ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง , ปราสาทเมืองต่ำ , วนอุทยานเขากระโดง , วัดเขาอังคาร , เขื่อนลำนางรอง , เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าคงใหญ่

5. จังหวัดอุดรธานี อนุสาวรีย์พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงประจักษ์ศิลปาคม , สวนกล้วยไม้หอม อุดรชน ไลน์ , ศาลเจ้าปู่ย่า , วัดป่าบ้านตาด , อ่างเก็บน้ำห้วยหลวง , อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท , พระพุทธบาทบัวบก , วนอุทยานนาขุ่นน้ำใส- น้ำตกขุมทอง , พระพุทธบาทบัวบาน , วัดป่าภูก้อน , พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง, โครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ภูฝอยลม

6. จังหวัดศรีสะเกษ อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร , ปราสาทคำหนักไทร , ปราสาทภูฝ้าย , ปราสาทหิน บ้านสมอ , ปราสาทเยอ , ปราสาทปรางค์กู๋ , ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ , วัดสระกำแพงน้อย , พระธาตุเรืองรอง , ชาติบ้านปราสาท , ปรางค์ศิลา , ซ่องเขาโคตรรวล , วัดป่าวิเวก (วัดล้านขวด) , ชาติบ้านเมืองจันทร์ , น้ำตกห้วยจันทร์

7. จังหวัดสุรินทร์ หมู่บ้านทอผ้าไหมและทำเครื่องเงิน บ้านขวาสินรินทร์, หมู่บ้านจักสานบุทมนบ้านบุทมน, โบราณสถานกลุ่มปราสาทตามีอน, วนอุทยานป่าสนสองใบ

8. จังหวัดร้อยเอ็ด บึงพลาญชัย , สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ , หาดบึงเกลือ , พระมหาเจดีย์ชัยมงคล , สวนพฤกษศาสตร์วรรณคดี , กู่กาสิงห์ , กู่พระโกนา , ปรางค์กู๋

9. จังหวัดชัยภูมิ ศาลเจ้าพ่อพญาแล , อุทยานแห่งชาติตาดโตน , อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม , เขื่อนจุฬาภรณ์ , ปรางค์กู๋ , ภูพระวัดศิลาอาสน์

10. จังหวัดสกลนคร วัดพระธาตุเชิงชุม , วัดป่าสุทธาวาส - พิพิธภัณฑ์อาจารย์มั่น ภูริทัตโต , พระธาตุนารายณ์เจงเวง , อุทยานแห่งชาติภูพาน , หนองหาร , สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ , พิพิธภัณฑ์อาจารย์ฝั้น อาจาโร , พิพิธภัณฑ์อาจารย์วัน อุตตโม , อุทยานแห่งชาติภูผาเหล็ก , อุทยานแห่งชาติห้วยหวด , ศูนย์ศิลปะชีพ 6 แห่ง , น้ำตกคำหอม , น้ำตกห้วยใหญ่ , ไค้บั้งงู , เขื่อนน้ำอูน , เขื่อนน้ำพุง

11. จังหวัดกาฬสินธุ์ ซากกระดูกไดโนเสาร์ ที่วัดป่าสักกะวัน , พระพุทธสถานภูสิงห์ , พระพุทธไสยาสน์ ถ้ำภูค่าว , น้ำตก ตาดสูง อ . กุฉินารายณ์ , เมืองฟ้าแดดสงยาง , พระธาตุยาคู , เขื่อนลำปาว , หาดดอกเกด , วนอุทยานภูพระ

12. จังหวัดมหาสารคาม วนอุทยานโกสัมพี , พระธาตุนาคูน , วัดมหาชัย (วัดเหนือ) , พระพุทธมิ่งเมือง , พระพุทธรูปยืนมงคล , กู่สันตรัตน์ , หมู่บ้านปั้นหม้อ , หมู่บ้านทอเสื่อบ้านแพง , พิพิธภัณฑ์บ้านอีสาน , เขตห้ามล่าสัตว์ป่าคุนลำพัน

13. จังหวัดนครพนม วัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร , ชุมชนเผ่าผู้ไท อ . เรณูนคร , หาดทรายทอง ศรีโคตรบูรณ , ด่านสาวคอย , น้ำตกตาดขาม

14. จังหวัดเลย อุทยานแห่งชาติภูกระดึง , อุทยานแห่งชาติภูเรือ , เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง , แก่งคุดคู้ , สวนหินผางาม , ถ้ำโพธิสัตว์ , ซาใต้เดอเลย , พระธาตุศรีสองรัก , วัดป่าเนรมิต , ศูนย์วัฒนธรรมไทดำ , วัดถ้ำผาปู่ , วัดศรีสุทธาวาส , วัดป่าสัมมานุสนธิ์ , วัดถ้ำผาหมากฮ่อ , อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน , ภูแปก , โครงการบ้านเล็กในป่าใหญ่ ผานาง - ผาเก็ง , โครงการเทิดพระเกียรติฯ ผาบ่าว - ผาสาว , คกกิ้ว , ล่องเรือในแม่น้ำโขง

15. จังหวัดยโสธร ชาติถ้องข้าวน้อย , รอยพระพุทธบาทจำลอง , พระธาตุพระอานนท์ , พระนอนภูถ้ำพระ (วัดมหาธาตุ) , เทวรูปโบราณ , บ้านดงเมืองเตย , สวนสาธารณะพญาแถน

16. จังหวัดหนองคาย วัดโพธิ์ชัย,ตลาดท่าเสาตั้ง,ศาลาแก้วกู่,อนุสาวรีย์ปราบฮ่อ,วัดพระธาตุบังพวน, วัดหินหมากเป้ง, วัดภูทอก,วัดศรีชมภูองค์ตั้ง,หาดสีกาย,สะพานมิตรภาพไทย-ลาว,เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว,เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงโขงหลง

17. จังหวัดหนองบัวลำภู ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช , ถ้ำเอนาวัน , อุทยานแห่งชาติภูเก้าภูพานคำ,พิพิธภัณฑ์หอยหินโบราณ 150 ล้านปี,วัดถ้ำกลองเพล,วัดถ้ำสุวรรณคูหา

18. จังหวัดอำนาจเจริญ พุทธอุทยาน,อ่างเก็บน้ำพุทธาน,แก่งต่างหล่าง,แก่งหินชัน,อุทยานแห่งชาติ ภูสระดอกบัว,ป่าดงใหญ่,วัดถ้ำแสงเพชรหรือวัดศาลาพันห้อง,วัดพระเหลาเทพนิมิต,วนอุทยานดอนเจ้าปู่

19. จังหวัดมุกดาหาร หอแก้วมุกดาหาร , วัดบ้านสองคอน(วัดศาสนาคริสต์โรมันคาทอลิก) , อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ , อ่างเก็บน้ำชลประทานห้วยจี่เหล็ก , น้ำตกตาดโตน , กลองมโหระทึก

20. จังหวัดบึงกาฬ บึงโขงหลง , หนองกุดทิง , เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว , ภูทอก , ตลาดนัดไทย-ลาว , ภูทอกน้อย , วัดอาฮงศิลาวาส , ศาลเจ้าแม่สองนาง , วัดสว่างอารมณ์

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดต่างๆในภาคตะวันออก

1. จังหวัดฉะเชิงเทรา วัดโสธรวรารามวรวิหาร , วัดจีนประชาสโมสร, วัดอุภัยภาติการาม , ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง , ป้อมเมืองฉะเชิงเทรา , สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ , วัดโพธิ์บางคล้า , ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช , ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน , เขาดิน, อ่างเก็บน้ำลาดกระทิง , เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาอ่างฤๅไน

2. จังหวัดชลบุรี อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พัทยา , เมืองจำลอง , เกาะล้าน , หาดบางแสน , สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล , เขาสามมุก , สวนเลื้อยศรีราชา , สวนสัตว์เปิดเขาเขียว , สวนนงนุช , วัดญาณสังวราราม วรมหาวิหาร , อันเดอร์วอเตอร์เวิลด์

3. จังหวัดปราจีนบุรี อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ , อุทยานแห่งชาติทับลาน , อุทยานแห่งชาติปางสีดา , น้ำตกเหวนรก , น้ำตกเหวสุวัต , น้ำตกคร้อ , น้ำตกสลับไค , แก่งหินเพิง , เทวสถานพานหิน , ตึกเจ้าพระยาอภัย ภูเบศร, อนุสาวรีย์ลายพระหัตถ์รัชการที่ 5

4. จังหวัดระยอง ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช , วัดป่าประดู่ , พระเจดีย์กลางน้ำ , ศาลหลักเมือง , สวนศรีเมือง , หาดแหลมเจริญ , หาดแสงจันทร์ , เกาะมันนอก , เกาะมันกลาง , เกาะมันใน , เกาะแก้วพิสดาร หรือเกาะเสม็ด , หาดพูนและหาดปลา , สวนพฤกษชาติโสภณ , บ้านเพ , สวนวังแก้ว , แหลมแม่พิมพ์ , อนุสาวรีย์สุนทรภู่ , เกาะกูด , เกาะกรวย , เกาะขามและเกาะปลาตีน , วัดสารนาถธรรมาราม , วัดวังหว้า , อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา , ถ้ำเขาวง , บ้านก้นอ่าว , อ่างเก็บน้ำดอกกราย , สวนสุภัทราแลนด์ , สวนสมุนไพร สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี , น้ำตกคลองปลา ก้าง , ผาสวรรค์ , น้ำตกคลองหินเพลิง

5. จังหวัดสระแก้ว สระแก้วสระขวัญ,ปราสาทเขาน้อยสีชมพู,วัดอนุบรรพต,ปราสาทเมืองไผ่,ปราสาทสระแจง,ปราสาทบ้านน้อย,อ่างเก็บน้ำท่ากระบาก,สวนรุกขชาติเขาฉกรรจ์,อุทยานแห่งชาติปางสีดา

6. จังหวัดตราด เกาะช้างและหมู่เกาะบริวารรวม 52 เกาะ ได้แก่ เกาะหมาก เกาะกูด เกาะหวาย เกาะรัง เกาะกระดาด เป็นต้น , หาดบานชื่น , หาดบ้านเขาด้าน , อนุสรณ์สถานยุทธนาวีที่เกาะช้าง

7. จังหวัดจันทบุรี อุทยานแห่งชาติน้ำตกพรีว์ , อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ , แหลมเสด็จคู่วิมาน , โอเอซิส ซี วิลด์ , วัดเขา สุกิม , พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพานิชย์น้ำวี

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดต่างๆในภาคตะวันตก

1. จังหวัดกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว , สุสานทหารพันธมิตร , พิพิธภัณฑ์สงคราม , วัดถ้ำมังกรทอง , วัดถ้ำเสือ . วัดถ้ำเขาน้อย , พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า , อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ , ถ้ำกระแซ , ถ้ำละว้า , น้ำตกไทรโยคน้อย , น้ำตกไทรโยคใหญ่ , น้ำตกผาดาด , เขื่อนวชิราลงกรณ , เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ , น้ำตกไคช่องถ่อง , วัดวังแก้วเวภาราม , ด่านเจดีย์สามองค์ , น้ำตกเอราวัณ , เขื่อนศรีนครินทร์ , น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น

2. จังหวัดตาก ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช , วัดพระบรมธาตุ , ตลาดชาวเขามูเซอ , เขื่อนภูมิพล , อุทยานแห่งชาติลานสาง , อุทยานแห่งชาติตากสินมหาราช , วัดดอนแก้ว , น้ำตกทีลอซู , ตลาดริมน้ำ

3. จังหวัดเพชรบุรี หาดชะอำ , หาดเจ้าสำราญ , หาดปึกเตียน , หาดแหลมหลวง , อุทยานแห่งชาติแก่งกระจานน้ำตกทอทิพย์ , เขาพะเนินทุ่ง , ถ้ำเขาเตาหม้อ , พระนครคีรี , พระรามราชนิเวศน์ , พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน , พระปรางค์วัดมหาธาตุวรวิหาร , วัดใหญ่สุวรรณาราม , ถ้ำเขาหลวง

4. จังหวัดราชบุรี ถ้ำเขาบิน , สวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีภาคกลาง , ถ้ำค้างคาวเขาช่องพราน , ไปงยุบ , น้ำตกเก้าโจน , พระปรางค์วัดพระศรีมหาธาตุวรวิหาร , เขาวัง , พิพิธภัณฑ์โกวิทัย , ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

5. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พระราชวังไกลกังวล , หาดหัวหิน , เขาตะเกียบ , เขาไกรลาส , สวนสพประดิพัทธ์ , เขาเต่า , น้ำตกป่าละอู , ปลับพลาสติกนิรภัย , สนามกอล์ฟหัวหิน , อุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด , จุดชมวิวกาแดง , คลองเขาแดง , หาดสามพระยา , ถ้ำแก้ว , ถ้ำพระยานคร , หาดแหลมศาลา , ศาลหลักเมืองประจวบคีรีขันธ์ , วัดถ้ำคั่นกระได , อ่าวประจวบคีรีขันธ์ , เขาช่องกระจก

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดต่างๆในภาคใต้

1. จังหวัดระนอง อุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาว , ภูเขาหญ้า , อุทยานแห่งชาติแหลมสน , เกาะพยาม , เกาะช้าง , เกาะสินไห , ถ้ำพระขยงค์ , น้ำตกบุญญาบาล

2. จังหวัดสงขลา หาดสมิหลา,สะพานติณสูลานนท์,น้ำตกโตนงาช้าง,ถ้ำเขารูปช้าง,อุทยานนกน้ำคูขุด,หาดสะกอม, หาดแก้ว,อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง

3. จังหวัดสตูล พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสตูล,มัสยิดกลางจังหวัดสตูล,เขาโต๊ะพญาวัง,เขาโต๊ะหยงกง,แหลมตันหยงโปและหาดทรายยาว,ถ้ำลอดปูยู,อุทยานแห่งชาติตะรุเตา,เกาะกลางและ เกาะไข่,เกาะอาดัง,เกาะหลีเป๊ะ, เกาะหินงาม,เกาะยาง,อุทยานแห่งชาติทะเลบัน,น้ำตกโตนปลิว,ถ้ำโตนดิน,อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา,เกาะบุโหลน,น้ำตกวังสายทอง,ถ้ำเจ็ดคด,น้ำตกธาราสวรรค์,น้ำตกป่านัน,น้ำตกธารปลิว,ถ้ำภูผาเพชร

4. จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะลำพู,ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและสัตว์ป่า เขาท่าเพชร ,พระธาตุศรีสุราษฎร์, บึงขุนทะเล,ศาลหลักเมืองสุราษฎร์ธานี ,หมู่บ้านพุมเรียง (ทอผ้าไหม),สวนโมกขพลาราม วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร,พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยา,บ่อน้ำพุร้อน ไชยา,ฟาร์มหอยนางรม,เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าหนองทุ่งทอง ,เขื่อนรัชชประภา ,อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง ,เกาะเต่า,เกาะนางยวน, โครงการจุฬารักษ์พัฒนา 8 อุทยานแห่งชาติได้รื้อฟื้น

5. จังหวัดกระบี่ หมู่เกาะพีพี , หาดนพรัตน์ธารา , สุสานหอย 75 ล้านปี , อ่าวพระนาง , เขาขนานน้ำ , น้ำตกห้วยไต้ , ธารโบกขรณี , ถ้ำผีหัวโต , หมู่เกาะลันตา , เกาะรอกนอก รอกใน , เกาะไหง , พิพิธภัณฑ์สถาน วัดคลองท่อม , น้ำตกหินเพิง , ทะเลแหวก , สระมรกต , น้ำตกกร่อน

6. จังหวัดชุมพร หาดทรายรี , อนุสรณ์สถานเสด็จในกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ , หาดทุ่งวัวแล่น , พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติชุมพร , เกาะมัดตรา , เกาะจร๊ะเข้ , เกาะทองหลาง , น้ำตกเหวโหลม , ถ้ำรับร้อ , ถ้ำเขาเงิน , ถ้ำเขาเกียบ , หาดอรุโณทัย , บ่อน้ำร้อนถ้ำเขาพลู , วัดพระธาตุสวี , วัดถ้ำขวัญเมือง , สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ชุมพร , เกาะไข่ , เกาะทะลุ

7. จังหวัดตรัง อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์ มหิศรภักดี, สระกระพังสุรินทร์ , ทะเลสองห้อง , เขาปิยะ , ถ้ำเขาช้างหาย , น้ำตกโตนเต๊ะ , น้ำตกสายรุ้ง , น้ำตกกะช่อง , น้ำตกอ่างทอง , น้ำตกร้อยชั้นพันวัง , น้ำตกปากแจ่ม , ถ้ำทะเล , ถ้ำอิโสะ , หาดปากเมง , หาดเจ้าไหม , หาดหยงหลิง , หาดสำราญ , เกาะสุกร , เกาะลิบง , เกาะกระดาน , ถ้ำมรกต , บ่อน้ำร้อน – ใอน้ำแร่

8. จังหวัดศรีธรรมราช วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร , อนุสาวรีย์วีรไทย , อุทยานแห่งชาติเขาหลวง , น้ำตกพรหมโลก

9. จังหวัดนราธิวาส หาดนราทัศน์ , วัดเขากง , อ่าวมะนาว , พระตำหนักทักษิณราชินีเวศน์ , วัดชลธาราสিংเห , น้ำตกปาโจ , น้ำตกนัทรวาริน

10. จังหวัดปัตตานี น้ำตกทรายขาว , หาดตะโละกาโปร้ , สวนสมเด็จพระ , วัดราษฎร์บูรณะ (วัดช้างไห้) , ศาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว

11. จังหวัดพังงา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ , อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน , เกาะปันหยี , เขาตาดปู , อ่าวพังงา , เกาะห้อง , เกาะพระทอง , เกาะยาว , ชายหาดเขาหลัก หาดท้ายเหมือง , ชายทะเลท่าบ่อน , ถ้ำพุงช้าง , น้ำตกโตนปริวรรต , น้ำตกถ้ำรู้ , น้ำตกถ้ำปี , วัดสุวรรณคูหา , วัดบางเหริยง

12. จังหวัดพัทลุง อุทยานนกน้ำทะเลน้อย , หาดแสนสุขลำปำ , น้ำตกไพรวัลย์ , ถ้ำสุมน , บ่อน้ำร้อน

13. จังหวัดภูเก็ต วัดฉลอง , แหลมพรหมเทพ , จุดชมวิวก , เกาะสิเหร่ , เขาริง , หาดในยาง

14. จังหวัดยะลา ถ้ำคูหาภิมุข , เขื่อนบางลาง , บ่อน้ำร้อนเบตง , ป่าฮาลา - บาลา , เขื่อนบางลาง , วัดคูหาภิมุข , วัดพุทธาธิวาส

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดต่างๆในภาคกลาง

1. จังหวัดสุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย,ศาลพระแม่ย่า,พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุโขทัย,พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในวรมณคดีเฉลิมพระเกียรติ,พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหง,อุทยานแห่งชาติรามคำแหง(เขาหลวง),พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สวรรคควรนายก,สวนหลวงพระร่วงเฉลิมพระเกียรติ (ทุ่งแม่ระวิง),อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย,อุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย, ศูนย์ศึกษาและอนุรักษ์เตาสังคโลก(เตาทุเรียง),หลวงพ่อดิลก,วัดพิพัฒน์มงคล

2. จังหวัดกำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร, อุทยานแห่งชาติคลองลาน , อุทยานแห่งชาติแม่वंก , เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง

3. จังหวัดพิจิตร บึงสีไฟ ภายในประกอบด้วย สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ สถานแสดงพันธุ์ปลาเฉลิมพระเกียรติ, อุทยานเมืองเก่า ภายในประกอบด้วย ศาลหลักเมือง วัดมหาธาตุ ถ้ำชาละวันเกาะศรีมาลา, วัดท่าหลวง, วัดหิรัญญารามหรือวัดบางกลาน, วัดโพธิ์ประทับช้าง ศาลพระเจ้าเสือ

4. จังหวัดพิษณุโลก วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร , วัดจุฬามณี , วัดนางพญา , ศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช , เนินอะแซหุ่นกี้ , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิบบึง อ.ทวิ - พิมพ์ บูรณเขตต์ , วัดกลาง ศรีพุทธาราม , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ - พิพิธภัณฑสถานชีวิต มหาวิทยาลัยนเรศวร , สวนรุกขชาติสุโขทัย , น้ำตกวังนกแอ่น , น้ำตกแก่งซอง , น้ำตกปอย , น้ำตกแก่งโสภา , อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง , อุทยานแห่งชาติน้ำตกตระการ , อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า , ถ้ำผาทำพล , ถ้ำลอด , ถ้ำเรือ , บึงราชนก , เขื่อนนเรศวร

5. จังหวัดเพชรบูรณ์ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว , อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ , อุทยานแห่งชาติตาหมอก , พระตำหนัก เขาค้อ

6. จังหวัดอุทัยธานี เขาสะแกกรัง, เรือนแพริมน้ำสะแกกรัง, วัดสังกัสรัตนคีรี, วัดท่าซุง, วัดอุโบสถาราม, หุบป่าตาด, เขาปลาร้า, ถ้ำเขาพระยาพายุเรือ, ถ้ำเขาน้อยชัย, วัดถ้ำเขาวง, ถ้ำเขาพุทไธสง, น้ำตกไขเบอร, น้ำตกผาร่มเย็น, น้ำพุร้อนสมอทอง, เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

7. จังหวัดชัยนาท สวนนกชัยนาท , เขื่อนเจ้าพระยา , สวนลิง , วัดธรรมามูลวรวิหาร , วัดปากคลอง มะขามเต่า , วัดพระบรมธาตุ , วัดสระแก้ว , วัดบ้านเข็ญ , ศาลหลักเมือง , พระบรมราชานุสาวรีย์ , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชัยนาทมุนี

8. จังหวัดสุพรรณบุรี อนุสรณ์ดอนเจดีย์, หลวงพ่อโต วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร, บึงฉวาก เฉลิมพระเกียรติ, อุทยานมัจฉาวัดพระลอย, วัดพระนอน

9. จังหวัดนครปฐม องค์พระปฐมเจดีย์ , พระราชวังสนามจันทร์ , พุทธมณฑล , วัดไร่จิง , สวนสามพราน , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติทุ่งใหญ่นเรศวร , ตลาดน้ำดอนหวาย , ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน , ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

10. จังหวัดนนทบุรี ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติวิทยาศาสตร์พระปกเกล้า , พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ , วัดเฉลิมพระเกียรติ , อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก , สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ , แหล่ง

เครื่องปั้นดินเผา , ตลาดน้ำแสงศิริธรรม , วัดปรมัยยิกาวาส , หมู่บ้านขนมหวาน , วัดชลประทานรังสฤษฎ์ , วัดกุฎี , บ้านทรงไทยริมน้ำ , วัดชลอ,ตลาดน้ำ ไทรน้อย

11. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิหารพระมงคลบพิตร , วัดพระศรีสรรเพชญ์และพระราชวังโบราณ , วัดพนัญเชิงวรวิหาร , วัดใหญ่ชัยมงคล , พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา , ศูนย์ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา , พระราชวังปางปะอิน , ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

12. จังหวัดสมุทรปราการ ฟาร์มจระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ, สถานตากอากาศบางปู, เมืองโบราณ

13. จังหวัดสมุทรสงคราม คอนฮอยหลอด,ตลาดน้ำท่าคา,อุทยาน ร. 2,วัดเพชรสมุทรวรวิหาร ,วัดเจริญสุขาราม , วัดบางกะพ้อม ,วัดศรัทธาธรรม ,วัดอัมพวันเจติยาราม ,วัดเขายี่สาร ,โบสถ์แม่พระบังเกิดเกล้า ,อนุสรณ์แผ่นดินสยามอิน- จัน,บ้านเบญจรงค์ ,บ้านแมวไทย ,บ้านคนตรี ,บ้านพญาขอ ,ออร์คิดฟาร์ม,หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านทรงไทย ตำบลปลายโพงพาง ,พิพิธภัณฑ์เรือ,ค่ายบางกุ้ง,เตาตาล

14. จังหวัดสมุทรสาคร ศาลพันท้ายนรสิงห์,ปากอ่าววัดช่องลม,เจ้าแม่กวนอิม,วัดนางสาว, อุทยานมัจฉา,ตลาดน้ำบ้านแพ้ว

15. จังหวัดกรุงเทพมหานคร พระบรมมหาราชวัง , วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือวัดพระแก้ว , ศาลาเครื่องราชอิสริยยศและเหรียญกษาปณ์ , ศาลหลักเมือง , สนามหลวงหรือทุ่งพระเมรุ , วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม หรือวัดโพธิ์ , วัดอรุณราชวราราม , วัดราชบูรณะ , วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม , วัดเทพธิดาราม , วัดราชนาคดารามวรวิหาร , วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎ์ , วัดบวรนิเวศวิหาร , วัดสระเกศ , วัดสุทัศน์เทพวราราม , เสาชิงช้า , วัดเบญจมบพิตร , วัดไตรมิตรวิทยาราม , วัดราชประดิษฐ์สถิตมหาสีมาราม , วัดธรรมมงคล , หอศิลป์แห่งชาติ , ตึกถาวรวัตถุ , ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย , โรงละครแห่งชาติ , พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเรือพระราชพิธี , พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ , พิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา , พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์และท้องฟ้าจำลอง , พิพิธภัณฑ์ไพบรณีย์ , พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีทางภาพ , หอเกียรติภูมิรถไฟ , หอสมุดแห่งชาติ , หอสมุดดำรงราชานุภาพ , พระที่นั่งอนันตสมาคมและรัฐสภา , พระที่นั่งวิมานเมฆและพิพิธภัณฑ์รถม้าพระที่นั่ง , วังสวนผักกาด , บ้านจิม ทอมป์สัน , บ้านคำเที่ยง , พิพิธภัณฑ์ปราสาทมิวเซียม , อนุสาวรีย์พระเจ้าตากสินมหาราช , อนุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก , พระบรมรูปทรงม้า อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ,

อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย , อนุสาวรีย์ทหารอาสา , สถาบันประมงน้ำจืดแห่งชาติ , สวนงูสภากาชาดไทย , สวนสัตว์ดุสิตเขาดินวนา , สวนหลวง ร.9 , สวนสยาม , ซาฟารีเวิลด์ , ตลาดน้ำตลิ่งชัน , สะพานพระรามเก้า , วัดอินทรารามวิหาร , สถานศึกษาและปฏิบัติธรรม , อนุสรณ์สถานแห่งชาติ , พิพิธภัณฑ์ศิลปาชีพ , พระที่นั่งอภิมุขดุสิต , พิพิธภัณฑ์แรงงานไทย , พิพิธภัณฑ์แร่และหิน , บ้านตุ๊กตาบางกอกคอลลี , ศูนย์สังคีตศิลป์ , โรงละครกรุงเทพ , โรงละครเฉลิมกรุง , รอยัล เซียเตอร์ , ครีမ်เวิลด์

16. จังหวัดนครสวรรค์ ต้นแม่น้ำเจ้าพระยา , บึงบอระเพ็ด , อุทยานนกน้ำ , เขาหน่อ , เขากบ , เขาลำบ่อยา , เขาพระ , เขาพระเจดีย์ , ถ้ำเพชรดาคลี , เขาลำบูนนาค , ทุ่งหินเหิน , น้ำตกแม่ลิวา , จันเสนเมืองโบราณ

17. จังหวัดลพบุรี เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ , ทุ่งทานตะวัน , พระนารายณ์ราชนิเวศน์ , ศาลพระกาฬ , วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ , พระปรางค์สามยอด , เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าซับลังกา , น้ำตกวังก้านเหลือง

18. จังหวัดสระบุรี อุทยานแห่งชาติเขาสามหลั่น , สวนรุกขชาติห่มวกเหล็ก , สวนพฤกษศาสตร์ภาคกลาง (พุแค) , น้ำตกเจ็ดสาวน้อย , น้ำตกมวยเหล็ก , น้ำตกเจ็ดคด , ภูเขาพระบาทน้อย , ถ้ำศิวิไล , วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร และรอยพระพุทธรูป , เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ , ทุ่งทานตะวัน

19. จังหวัดสิงห์บุรี ศาลจังหวัดและศาลากลางจังหวัดสมัยรัชกาลที่ 5 , วัดสว่างอารมณ์ , วัดพระนอนจักรีสีหาววิหาร , วัดหน้าพระธาตุ , วัดกระดังงาบุพผาราม , อนุสาวรีย์ชนค้ายางระจัน และอุทยานค้ายางระจันวัดโพธิ์เก้าต้น หรือวัดไม้แดง , วัดพิบูลทอง

20. จังหวัดอ่างทอง วัดไชโยวรวิหาร , พระนอนวัดขุนอินทประมูล , วัดป่าโมกวรวิหาร , หมู่บ้านทำกลอง , ฟาร์มเลี้ยงนกกระเจอกเทศ , วังปลาวัดข่อย , ค้างควาแม่ไก่ , วัดจันทาราม , สวนนกธรรมชาติบ้านริ้วหว้า

21. จังหวัดปทุมธานี วัดเจดีย์หอย , ฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต , พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ , พิพิธภัณฑ์ การเกษตร , วัดมุลจินดาราม , วังปลา , วัดหงส์ปทุมवास , วัดเจดีย์ทอง

22. จังหวัดนครนายก น้ำตกลานรัก , น้ำตกนางรอง , วังตะไคร้ , น้ำตกลานรัก , น้ำตกวังม่วง , น้ำตกกะอาง , โฮมสเตย์เขื่อนคลองท่าด่าน , อ่างเก็บน้ำห้วยปรือ , เมืองโบราณดงละคร

โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1. ระบบการขนส่ง

1.1 การขนส่งทางอากาศ

หน่วยงานที่ดูแลท่าอากาศยานระหว่างประเทศคือ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงคมนาคม โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2522 โดยปัจจุบัน ท่าอากาศยานไทยเป็นผู้บริหารงานท่าอากาศยานระหว่างประเทศรวม 6 แห่ง ดังนี้

- ท่าอากาศยานกรุงเทพ เป็นท่าอากาศยานระหว่างประเทศที่สำคัญของประเทศไทย เพราะในอดีตนั้นเป็นเสมือนประตูสู่ประเทศไทยที่เปิดต้อนรับผู้เดินทางหรือผู้โดยสารจากทั่วโลก จาก การที่มีทะเลที่ตื้นเหมาะสมควร มีสถานที่กว้างขวาง รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่พร้อมสรรพ ได้มาตรฐานสากลท่าอากาศยานกรุงเทพฯ จึงสามารถรองรับเที่ยวบินได้ 60 เที่ยวบินต่อชั่วโมง รองรับ ผู้โดยสารปีละ 36.5 ล้านคน และรองรับการขนส่งสินค้าทางอากาศได้ปีละ 1.2 ล้านตัน และเนื่องจากท่าอากาศยานกรุงเทพไม่สามารถขยายเพื่อรองรับการเติบโตของปริมาณ การจราจรทางอากาศและความ ต้องการของลูกค้านักที่เพิ่มขึ้นได้ ปัจจุบัน ท่าอากาศยานกรุงเทพจึงให้บริการเฉพาะเส้นทางบิน ภายในประเทศและการบินแบบเช่าเหมาลำเท่านั้น

- ท่าอากาศยานภูเก็ต เป็นสนามบินตั้งอยู่ที่ เหนือสุดของเกาะ ภูเก็ตเป็นท่าอากาศยานที่มีเที่ยวบินหนาแน่นเป็นอันดับที่สองของประเทศ รองจากท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ มีเที่ยวบิน ทั้งในและต่างประเทศ บินมาลงทุกวัน ซึ่งจังหวัดเป็นจังหวัดที่มีมาตรฐานทั้งในด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต มีเนื้อที่โดยประมาณ 94,800 ตารางเมตร สามารถรองรับ ผู้โดยสารได้ปีละ 2.90 ล้านคน มีเที่ยวบิน 27,000 เที่ยวบินต่อปี และการบรรทุกสินค้าได้ปีละ 28,500 ตัน สาเหตุที่ท่าอากาศยานภูเก็ตมีผู้มาใช้บริการอยู่ในอัตราสูง เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงมี แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและมีบริการด้านการท่องเที่ยวครบวงจร ดังนั้น ท่าอากาศยานภูเก็ตจึงมี บทบาทสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคใต้และของประเทศไทยอย่างมาก

- ท่าอากาศยานเชียงใหม่ มีเที่ยวบินเข้าออกหนาแน่นเป็นลำดับสาม รองจาก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเมืองและอยู่ห่าง จากตัวเมือง เชียงใหม่ 4 กม. อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางการบินของภาคเหนือ ทั้งนี้ ท่าอากาศยาน

เชียงใหม่มีความสามารถรองรับเที่ยวบินได้ 24 เที่ยวบินต่อชั่วโมง รองรับผู้โดยสารได้ปีละ 3.24 ล้านคน และรองรับการขนส่งสินค้าทางอากาศได้ปีละ 30,000 ตัน

- ท่าอากาศยานเชียงใหม่ เป็นท่าอากาศยานระหว่างประเทศที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคเหนือ เนื่องจากอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศ รวมทั้งมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งอยู่ในเขตสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ ส่งผลให้ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ ทั้งนี้ท่าอากาศยานเชียงใหม่มีความสามารถรองรับเที่ยวบินได้ 14 เที่ยวบินต่อชั่วโมง รองรับผู้โดยสารได้ปีละ 3 ล้านคน และรองรับการขนส่งสินค้าทางอากาศได้ปีละ 3,400 ตัน

- ท่าอากาศยาน หาดใหญ่ เป็นท่าอากาศยานที่สำคัญ เนื่องจากเป็นประตูทางออกสำหรับชาวมุสลิมที่ต้องการไปแสวงบุญที่นคร เมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่มีเที่ยวบินมากเป็นอันดับ 5 ของประเทศ รองจาก ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ ท่าอากาศยาน กรุงเทพมหานคร ท่าอากาศยานภูเก็ต และท่าอากาศยานเชียงใหม่ ตามลำดับ ทั้งนี้ท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีความสามารถในการรองรับเที่ยวบินได้ 30 เที่ยวบินต่อชม. รองรับผู้โดยสารได้ปีละ 1.90 ล้านคน และรองรับสินค้าได้ปีละ 13,800 ตัน

- ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีพื้นที่ประมาณ 20,000 ไร่ ตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 25 กิโลเมตร ใช้งบประมาณก่อสร้างราว 150,000 ล้านบาท ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีรันเวย์ขนาน 2 เส้น กว้างเส้นละ 60 เมตร ยาว 3,700 เมตร และ 4,000 เมตร ห่างกัน 2,200 เมตร และมีทางขับขนานกับทางวิ่งทั้ง 2 เส้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่อากาศยานขาออกและขาเข้าได้พร้อมกัน ในช่วงแรกท่าอากาศยานมีศักยภาพรองรับปฏิบัติการเที่ยวบินได้ 76 เที่ยวบินต่อชั่วโมง รองรับผู้โดยสารได้กว่า 45 ล้านคนต่อปี และรองรับการขนถ่ายสินค้าได้ 3 ล้านตันต่อปี นอกจากนี้ ท่าอากาศยานไทยยังมีแผนการที่จะขยายและปรับปรุงสนามบินสุวรรณภูมิด้วยงบประมาณ 800 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มเป้าผู้โดยสารจาก 45 ล้านคนต่อปี เป็น 80 ล้านคนต่อปี ภายในปี พ.ศ. 2559 และยังเพิ่มความสามารถในการรองรับผู้โดยสารภายในประเทศโดยการลงทุนสร้างอาคารผู้โดยสารภายในประเทศ และทางวิ่งที่สามเพิ่มขึ้น

1.2 การขนส่งทางบก

การขนส่งด้วยรถยนต์

การให้บริการรถขนส่งสาธารณะในประเทศไทยดำเนินงานภายใต้หน่วยงานในสังกัด กรมการขนส่งทางบก ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยจำนวนการใช้สถานีขนส่งผู้โดยสาร ปี พ.ศ. 2555 พบว่ามีจำนวนเที่ยวรถบริการทั้งหมด 22,889,900 เที่ยว โดยสถานีขนส่งผู้โดยสารที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการ มีจำนวนเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.64 รองลงมาคือ บริษัทขนส่ง จำกัด เอกชน กรมการขนส่งทางบก และเทศบาล คิดเป็นร้อยละ 18.36 , 11.16 , 4.58 และ 0.26 ตามลำดับ จากจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการสถานีขนส่งมีจำนวน 404,243,727 คน พบว่าสถานีขนส่งผู้โดยสารที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการ มีจำนวนผู้โดยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.57 รองลงมาคือ บริษัทขนส่ง จำกัด เอกชน กรมการขนส่งทางบก และเทศบาล คิดเป็นร้อยละ 19.30 , 8.30 , 3.51 และ 0.33 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าบริการจากสถานีขนส่ง พบว่าค่าใช้บริการสถานีขนส่งมีจำนวนทั้งสิ้น 155,682,506 บาท โดยสถานีขนส่งผู้โดยสารที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการ มีรายได้จากค่าบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.89 รองลงมาคือ บริษัทขนส่ง จำกัด เอกชน กรมการขนส่งทางบก และเทศบาล คิดเป็นร้อยละ 23.49 , 11.37 , 4.92 และ 0.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การใช้สถานีขนส่งผู้โดยสารที่กรมการขนส่งทางบกกำกับดูแลปีพ.ศ. 2555

การใช้สถานีขนส่ง ผู้โดยสาร	ประเภทการดำเนินการ					
	กรมการ ขนส่งทาง บก	การปกครอง ส่วนท้องถิ่น	บริษัท ขนส่ง จำกัด	เอกชน	เทศบาล	รวม
จำนวนเที่ยว (เที่ยว)	1,048,274	15,023,263	4,201,674	2,555,415	60,274	22,888,900
ร้อยละ	4.58	65.64	18.36	11.16	0.26	
ผู้โดยสาร (คน)	14,187,141	277,171,374	78,025,307	33,543,379	1,316,526	404,243,727
ร้อยละ	3.51	68.57	19.30	8.3	0.33	
เงินค่าบริการ (บาท)	7,661,636	93,240,114	36,573,334	17,705,138	502,284	155,682,506
ร้อยละ	4.92	59.89	23.49	11.37	0.32	

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก (2555)

ตารางที่ 4 การใช้สถานีขนส่งผู้โดยสารที่กรมการขนส่งทางบกกำกับดูแลรายไตรมาส พ.ศ.2555

การใช้สถานีขนส่ง ผู้โดยสาร	ปี พ.ศ.2555				
	ไตรมาสที่1	ไตรมาสที่2	ไตรมาสที่3	ไตรมาสที่4	รวม
จำนวนเที่ยว (เที่ยว)	5,516,965	5,774,692	5,777,907	5,819,335	22,888,900
ผู้โดยสาร (คน)	98,055,609	101,882,219	102,465,793	101,840,106	404,243,727
เงินค่าบริการ (บาท)	37,362,874	40,053,520	39,124,154	39,141,958	155,682,506

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก (2555)

เมื่อพิจารณาจำนวนการใช้สถานีขนส่งผู้โดยสารที่กรมการขนส่งทางบกกำกับดูแลทั่วประเทศ ปี พ.ศ.2555 รายไตรมาส พบว่า จำนวนเที่ยวการให้บริการ จำนวนผู้โดยสาร และเงินค่าบริการ มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในระยะยาว เห็นได้จากจำนวนเที่ยวการให้บริการที่เพิ่มขึ้นจาก 5,516,965 เที่ยว ในไตรมาสที่1 เป็น 5,819,335 เที่ยว ในไตรมาสที่4 , จำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นจาก 98,055,609 คนในไตรมาสที่1 เป็น 101,840,106 คน ในไตรมาสที่4 และ จำนวนค่าบริการที่เพิ่มขึ้นจาก 37,362,874 บาท ในไตรมาสที่1 เป็น 39,141,958 บาท ในไตรมาสที่4

การขนส่งทางรถไฟ

การรถไฟแห่งประเทศไทย มีระยะทางที่เปิดการเดินรถแล้ว รวมทั้งสิ้น 4,346 กิโลเมตร โดยมีเส้นทาง ดังนี้

สายเหนือ แยกออกจาก ทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือ ที่สถานีรถไฟชุมทางบ้านภาชี ผ่านจังหวัดลพบุรี จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดแพร่ (อำเภอเด่นชัย) จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และสุดปลายทางที่ สถานีรถไฟเชียงใหม่ ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมระยะทาง 751 กิโลเมตร และที่สถานีรถไฟชุมทางบ้านดารา จะมีทางแยกไปยังสถานีรถไฟสวรรคโลก อำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย รวมระยะทาง 457 กิโลเมตร

สายตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วยส่วนที่ทับซ้อนจากเส้นทางสายต่าง ๆ โดยรายชื่อสถานี มีดังนี้ ส่วนที่ทับซ้อนกับเส้นทางสายเหนือ (บข.-ภข.) ชุมทางบ้านภาชี - อุบลราชธานี (ภข.-อน.) ชุมทางถนนจรัล - หอนอกกาย (จร.-นค.) ชุมทางแก่งคอย - ชุมทางบัวใหญ่ (กค.-วญ.)

สายตะวันออก ถึงจังหวัดสระแก้ว(สถานีรถไฟรัฐประเศ อำเภอรัฐประเศ) ระยะทาง 255 กิโลเมตร และ จังหวัดระยอง ที่ นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด สถานีรถไฟมาบตาพุด ระยะทาง 200 กิโลเมตร ประกอบด้วยชุมทางคลองสิบเก้า – ชุมทางแก่งคอย , มวกะสัน- แม่น้ำ , ชุมทางเขาชีจรรย์ –มาบตาพุด , ชุมทางศรีราชา – ท่าเรือแหลมฉบัง , ชุมทางฉะเชิงเทรา – ท่าเรือพาณิชย์สัตหีบ , ชุมทางคลองสิบเก้า , ชุมทางฉะเชิงเทรา

สายใต้ เป็นทางรถไฟที่เริ่มต้นจาก สถานีรถไฟธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผ่านจังหวัด นครปฐม , ราชบุรี , เพชรบุรี , ประจวบคีรีขันธ์ , ชุมพร , สุราษฎร์ธานี , นครศรีธรรมราช , พัทลุง , สงขลา , ยะลา และไปสุดปลายทางที่ สถานีรถไฟสุโขทัย- ลกจังหวัดนราธิวาส และไปบรรจบกับทางรถไฟของประเทศมาเลเซีย ที่สถานีรถไฟรันเตาปันจาง ความยาวของทางรถไฟสายใต้ นับจากสถานีรถไฟธนบุรี ถึง ชายแดนไทย-มาเลเซีย ที่อำเภอสุโขทัย- ลก จังหวัดนราธิวาส รวมทั้งสิ้น 1,144.29 กิโลเมตร เป็นทางรถไฟสายที่ยาวที่สุดในประเทศไทย

สายตะวันตก ทางรถไฟสายตะวันตก จาก สถานีธนบุรี ถึง (อำเภอไทรโยค สถานีรถไฟน้ำตก) จังหวัดกาญจนบุรี ระยะทาง 194 กิโลเมตร และถึง สถานีรถไฟสุพรรณบุรีจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทาง 157 กิโลเมตร

สายแม่กลอง เป็นทางรถไฟที่เดินรถจาก ฟังธนบุรี ผ่านจังหวัดสมุทรสาคร สิ้นสุดที่ จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นระยะทาง 66.9 กิโลเมตร ประกอบด้วยเส้นทาง 2 ช่วงจาก สถานีรถไฟวงเวียนใหญ่ ถึงสถานีรถไฟมหาชัย ระยะทาง 31.2 กิโลเมตร และจาก สถานีรถไฟบ้านแหลม ถึงสถานีรถไฟแม่กลอง ระยะทาง 33.57 กิโลเมตร

รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา หรือที่เรียกกันว่า รถไฟฟ้าลอยฟ้า หรือรถไฟฟ้า บีทีเอส ดำเนินการ โดย บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : Bangkok Mass Transit System Public Company Limited (BTSC) รถไฟฟ้าบีทีเอสเปิดให้บริการ 2 สาย คือ รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ สาย 1 หรือ สายสุขุมวิท และ รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ สาย 2 หรือ สายสีลม โดยมีสถานีทั้งหมด 32 สถานี เชื่อมต่อทั้งสองสายที่สถานีสยาม และรวมระยะทางทั้งสิ้น 30.95 กิโลเมตร

รถไฟฟ้ามหานคร หรือที่เรียกกันว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน : Metropolitan Rapid Transit, MRT) เป็นระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ดำเนินการโดย การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของ โครงข่ายระบบขนส่งมวลชนทางราง ใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกเหนือไปจากระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนอื่น ได้แก่ ระบบขนส่ง

มวชนกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าบีทีเอส) ของกรุงเทพมหานคร และโครงการระบบรถไฟฟ้าชานเมืองของการรถไฟแห่งประเทศไทย รถไฟฟ้ามหานครที่เปิดให้บริการแล้วในปัจจุบันได้แก่ รถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล

รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือที่เรียกกันว่า แอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ดำเนินการ โดยการรถไฟแห่งประเทศไทย ผ่าน บริษัท รถไฟฟ้า จำกัด : State Railway of Thailand via SRT Electrified Train Company Limited ได้ดำเนินการก่อสร้างโครงการระบบขนส่ง ทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง เพื่อเชื่อมเส้นทาง ระหว่างเมืองหลวงไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระยะทาง 28.6 กิโลเมตรโดยใช้รถไฟฟ้าความเร็วสูงแบบทางคู่ยกระดับขนานไปตามแนวเส้นทาง ทางรถไฟสายตะวันออก เพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสารท้องถิ่นตลอดเส้นทาง รวมทั้งผู้โดยสารอากาศยานสุวรรณภูมิ

1.3 การขนส่งทางน้ำ

การขนส่งทางน้ำมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีแม่น้ำลำคลองมากมายมีชายฝั่งทะเลที่ยาว เส้นทางขนส่งทางน้ำเหมาะสำหรับขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก บรรทุกได้ครั้งละมากๆ ค่าขนส่งถูก สามารถเดินทางเข้าไปยังสถานที่ซึ่งการคมนาคมทางอื่นไม่สามารถจะทำได้ เช่น สถานที่เป็นเกาะ ถ้า ที่อยู่ห่างจากฝั่งแผ่นดินหรือชมความสวยงามบริเวณฝั่งน้ำ การขนส่งทางน้ำในประเทศไทยมี ได้แก่ การขนส่งทางน้ำภายใน ได้แก่ แม่น้ำ ลำคลอง หนองบึงต่างๆ , การขนส่งทางน้ำระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นการขนส่งสินค้า และผู้โดยสารระหว่างประเทศเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไทย และ การขนส่งทางทะเล ระหว่างต่างจังหวัดกับกรุงเทพ โดยปัจจุบันได้มีการขนส่งด้านการท่องเที่ยวทางทะเลเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ เส้นทางกรุงเทพฯ – เกาะสมุย , กรุงเทพฯ – ปากพนัง , กรุงเทพฯ - สงขลา – ปัตตานี , กรุงเทพฯ – นราธิวาส และกรุงเทพฯ – ภูเก็ต

2. ระบบน้ำประปา

ปริมาณการผลิตน้ำจ่ายของการประปานครหลวงและจำนวนผู้ใช้น้ำภายในประเทศ มีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต โดยพบว่า ปริมาณน้ำผลิตจ่ายของการประปานครหลวงมี ปริมาณเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 ถึง ปี พ.ศ. 2555 โดยมีปริมาณการผลิตน้ำทั้งหมดภายในประเทศเท่ากับ 1,765.70 , 1,736.40 , 1,735 , 1,715.80 และ 1,763.60 ล้านลูกบาศก์เมตร ตามลำดับ สำหรับจำนวนผู้ใช้น้ำภายในประเทศมีอัตราการขยายตัวไปในทิศทางเดียวกับการขยายพื้นที่ การให้บริการน้ำประปา

เช่นกัน โดยมีจำนวนผู้ใช้น้ำทั้งหมดภายในประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 ถึง ปี พ.ศ. 2555 เท่ากับ 1,859,573 , 1,920,155 , 1,964,591 , 2,017,531 2,060,446 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลที่สำคัญของการประปานครหลวง

รายการ	หน่วย	ปี พ.ศ.				
		2551	2552	2553	2554	2555
1. ปริมาณน้ำผลิตจ่าย	ล้าน ลบ.ม.	1,765.70	1,736.40	1,735.90	1,715.80	1,763.60
2. ปริมาณน้ำจำหน่าย	ล้าน ลบ.ม.	1,250.60	1,250.30	1,281.90	1,282.40	1,317.30
3. เปอร์เซนต์น้ำจำหน่าย	ร้อยละ	70.8	72	73.9	74.75	74.6
4. จำนวนผู้ใช้น้ำ	ราย	1,859,573	1,920,155	1,964,591	2,017,531	2,060,446
5. จำนวนพนักงาน	คน	4,083	4,081	4,076	4,046	3,960
6. พื้นที่ให้บริการ	ตร.กม.	2,250.50	2,329.30	2,396.00	2,477.40	2,519.20

ที่มา: การประปานครหลวง (2555)

3. ระบบไฟฟ้า

การจำหน่ายกระแสไฟฟ้าของการไฟฟ้านครหลวง มีปริมาณจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ. 2551-2554 ปริมาณการจำหน่ายไฟฟ้าทั้งหมดภายในประเทศเท่ากับ 126,473.93 ล้านหน่วย ในปีพ.ศ. 2551 เพิ่มขึ้นเป็น 144,306.59 ล้านหน่วย ในปีพ.ศ.2554 เมื่อจำแนกตามประเภทผู้ใช้ไฟฟ้าในปีพ.ศ. 2554 พบว่า มีการจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้กับหน่วยขายสาธารณะมากที่สุด เท่ากับ 44,166.71 ล้านหน่วย และมีการใช้ไฟฟ้าชั่วคราวต่ำสุดเท่ากับ 42.08 ล้านหน่วย

ตารางที่ 6 จำนวนการจำหน่ายกระแสไฟฟ้า แยกตามประเภทผู้ใช้ไฟฟ้า

(หน่วย: ล้านหน่วย)

ประเภท	ปี พ.ศ.			
	2551	2552	2553	2554
บ้านอยู่อาศัย	9,381.42	9,779.26	10,713.24	10,124.80
กิจการขนาดเล็ก	6,253.09	6,379.67	6,829.69	6,644.43
กิจการขนาดกลาง	7,913.50	7,619.31	7,684.75	7,494.56
กิจการขนาดใหญ่	15,394.02	14,605.04	16,325.93	16,468.94
กิจการเฉพาะอย่าง	1,809.30	1,789.81	1,802.57	1,779.70
ราชการ	1,250.78	1,288.25	1,357.89	1,293.24
ไฟชั่วคราว	0	0	0	42.08
หน่วยขาย	42,002.11	41,461.34	44,714.07	43,847.75
ไฟสาธารณะ	233.8	271.96	312.71	318.96
หน่วยขายสาธารณะ	42,235.91	41,733.30	45,026.78	44,166.71
รวม	126,473.93	124,927.94	134,767.63	132,181.17

ที่มา: การไฟฟ้านครหลวง (2555)

4. ระบบการสื่อสาร

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ให้บริการ 2 เครื่องข่าย โทรศัพท์สาธารณะเคลื่อนที่ และใช้เป็นระบบโทรศัพท์เพื่อให้บริการแก่ประชาชนในเขตนอกข่ายสายและถิ่นทุรกันดาร โดยใช้เป็นโทรศัพท์ประจำที่ติดตั้งภายในอาคาร มีสายอากาศรับสัญญาณ อีกทั้งให้บริการระบบ 3G บนโครงข่าย HSPA บนความถี่ 1900MHz และความถี่ 2100MHz ในพื้นที่ กรุงเทพฯ

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เจ้าของโครงข่าย และให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 เครื่องข่าย ในระบบ 3G บนเทคโนโลยี CDMA 2000 1x EV-DO ภายใต้ชื่อ "CATCDMA" ส สำหรับบริการอินเทอร์เน็ตและสื่อสารข้อมูล ใช้งานได้ 52 จังหวัด ในพื้นที่ภาคเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ และใต้ โดยให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G บนเทคโนโลยี HSPA ความถี่ 850 MHz ภายใต้ชื่อ "มาย" (My) เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนมกราคม พ .ศ. 2555 ปัจจุบันเปิดให้บริการครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส ให้บริการระบบ GSM บนความถี่ 900MHz โดยรับสัมปทานจาก บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในชื่อ GSM Advance และ One-2-Call GSM Advance และ One-2-Call ให้บริการทางเสียงและสื่อสารข้อมูล ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด บนเทคโนโลยี EDGE/GPRS ความถี่ 900 MHz และ 3G บนเทคโนโลยี HSPA ความถี่ 900 MHz

บริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด หรือ ดีพีซี ให้บริการ 1 เครือข่าย ให้บริการในระบบ GSM บนความถี่ 1800 MHz ภายใต้ชื่อ GSM1800 โดยรับสัมปทานจาก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการทางเสียงและสื่อสารข้อมูล บนเทคโนโลยี EDGE/GPRS ความถี่ 1800 MHz ปัจจุบันทดลองให้บริการอินเทอร์เน็ตและสื่อสารข้อมูล 4G บนเทคโนโลยี LTE โดยร่วมมือกับ บมจ.กสท โทรคมนาคม ทดสอบระบบ 4G ในจังหวัดมหาสารคาม

บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค ปัจจุบันให้บริการ 1 เครือข่ายคือ รับสัมปทานให้บริการระบบ GSM บนความถี่ 1800 MHz จากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในชื่อ "ดีแทค" (DTAC) ในระบบจดทะเบียน และ "แฮปปี้" (Happy) ในระบบเติมเงิน ดีแทคให้บริการทางเสียงและสื่อสารข้อมูล ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด บนเทคโนโลยี EDGE/GPRS ความถี่ 1800 MHz และ 3G บนเทคโนโลยี HSPA ความถี่ 850 MHz ปัจจุบันกำลังทดลองให้บริการ อินเทอร์เน็ตและสื่อสารข้อมูล 4G บนเทคโนโลยี LTE

บริษัท ทรูมูฟ จำกัด ให้บริการ 1 เครือข่ายคือ รับสัมปทานให้บริการระบบ GSM บนความถี่ 1800 MHz จากบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันให้บริการ 3G บนโครงข่าย HSPA ความถี่ 850 MHz ในบริเวณบางพื้นที่ของ กทม. และ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต สัมปทานจะสิ้นสุดในปี พ.ศ. 2556

บริษัท เรียวมูฟ จำกัด ให้บริการ 1 เครือข่ายคือ ผู้ขายต่อบริการ (Reseller) ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ HSPA ในความถี่ 850 MHz และ บริการ 3G ในเชิงพาณิชย์ ภายใต้ชื่อ “ทรูมูฟ เอช” (Truemove H) ให้บริการทางเสียงและสื่อสารข้อมูล ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด

บริษัท ฮัทชิสัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย จำกัด หรือ ฮัทช์ ตัวแทนผู้ให้บริการด้านการตลาด โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA20001x ในพื้นที่ กรุงเทพฯ และ 25 จังหวัดจาก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ภายใต้แบรนด์ฮัทช์ (HUTCH)

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการขยายตัวของธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจพักรแรม ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจนำเที่ยวอีกด้วย

จำนวนนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแยกตามภูมิภาคที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปีพ.ศ.2550- 2554 ดังแสดงในตารางที่1 พบว่า นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ในปีพ .ศ.2554 มีจำนวน 19,230,470 คน ส่วนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยรองลงมาก็คือ นักท่องเที่ยวจากยุโรป เอเชียใต้ โอเชียเนีย อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 4,948,900 คน 1,159,899 คน , 960,255 คน , 953,173 คน, 603,227 คน และ 136,542 คน ตามลำดับ

โดยจะเห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 14,464,228 คน เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 19,230,470 คน ในปีพ.ศ.2554 หรือคิดเป็นร้อยละ 32.95

จากการศึกษาจำนวนและรายรับของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางเที่ยวเที่ยวภายในประเทศพบว่า นักท่องเที่ยวคนไทยนิยมท่องเที่ยวในภาคกลางมากที่สุดในปีพ .ศ.2554 จำนวน 54,095,271 คน โดยมีรายรับจากการท่องเที่ยวในภาคกลางเท่ากับ 222,377.20 พันล้านบาท โดยภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวคนไทยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวรองมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก และภาคเหนือ ตามลำดับ ส่วนภูมิภาคที่มีรายรับจากการท่องเที่ยวของคนไทยรองจากภาคกลางคือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคตะวันตก ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปีพ.ศ.2553-2554

ภาค	นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (คน)		รายรับ (พันล้านบาท)	
	ปีพ.ศ.2553	ปีพ.ศ.2554	ปีพ.ศ.2553	ปีพ.ศ.2554
ภาคกลาง	52,432,926.00	54,095,271.00	210,305.77	222,377.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	22,163,584.00	25,850,236.00	35,170.56	43,601.52
ภาคใต้	11,345,771.00	15,459,470.00	50,522.76	87,180.33
ภาคเหนือ	8,084,947.00	8,459,393.00	37,328.01	39,726.85
ภาคตะวันตก	14,030,244.00	14,720,200.00	25,335.23	35,533.83
ภาคตะวันออก	14,239,790.00	14,416,154.00	43,382.57	54,288.80

ที่มา: ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

รายได้จากการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีรายรับจากการท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศสูงขึ้น ตั้งแต่ปีพ .ศ. 2550-2554 ดังแสดงในตารางที่ 2 โดยรายรับจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 547,781.81 พันล้านบาท ในปีพ.ศ.2550 เป็น 776,217.20 พันล้านบาท ในปีพ.ศ.2554 โดยรายรับจากการท่องเที่ยวในประเทศมาจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศยุโรป มากที่สุด รองมาคือนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป เอเชีย ตะวันออก โอเชียเนีย อเมริกา เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และ แอฟริกา ตามลำดับ

การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนต่อวันมีมูลค่าสูงขึ้นตั้งแต่ปีพ .ศ.2551-2554 จาก 4,142.30 บาท (ต่อคนต่อวัน) ในปีพ.ศ.2551 เพิ่มขึ้นเป็น 4,187.12 บาท (ต่อคนต่อวัน) ในปีพ.ศ.2554 โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าที่พักมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง ค่าเดินทางในประเทศ ค่าเที่ยวชมสถานที่ และค่าเบ็ดเตล็ด

ตารางที่ 8 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย
ปีพ.ศ.2551-2554

ประเภทการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนต่อวัน (บาท)			
	พ.ศ. 2551	พ.ศ. 2552	พ.ศ. 2553	พ.ศ. 2554
ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก	1,025.34	996.27	989.89	1,001.67
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	476.45	461.93	472.83	487.86
ค่าเที่ยวชมสถานที่	168.27	151.60	151.57	157.64
ค่าที่พัก	1,189.78	1,198.11	1,226.21	1,255.79
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	740.22	725.26	756.41	784.43
ค่าเดินทางในประเทศ	419.43	412.59	418.42	434.16
ค่าเบ็ดเตล็ด	122.81	65.45	63.34	65.57
รวม	4,142.30	4,011.21	4,078.67	4,187.12

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555)

ธุรกิจพักรวม

อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนสถานที่พักรวมและจำนวนห้องพัก พบว่าจำนวนสถานที่พักรวมปีพ.ศ.2550-2554 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยจำนวนสถานที่พักรวมปีพ.ศ.2550 เฉลี่ยประมาณ 6,348 แห่ง เพิ่มขึ้นเป็น 9,527 แห่ง ในปีพ.ศ.2554 คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 6.67 ต่อปี จากจำนวนห้องพักของสถานที่พักรวมปีพ.ศ.2550-2554 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับการเพิ่มขึ้นของสถานที่พักรวม โดยมีจำนวนห้องพักเฉลี่ยในปีพ.ศ.2550 เท่ากับ 341,374 ห้อง เพิ่มขึ้นเป็น 458,524 ห้อง ในปีพ.ศ.2554 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 6.86 ต่อปี

ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรมปีพ.ศ.2553-2554 มีแนวโน้มเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 83 ในไตรมาสที่ 1 ปีพ.ศ.2553 เป็น 106 ในไตรมาสที่ 4 ปีพ.ศ.2554 หรือคิดเป็นร้อยละ 27.71 โดยผู้ประกอบการธุรกิจพักรวมมีความเชื่อมั่นต่ำสุดที่ดัชนีความเชื่อมั่นเท่ากับ 38 ในไตรมาสที่ 2 ปีพ.ศ.2553 เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศและปัญหาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ใน ประเทศไทย และขยับตัวสูงขึ้นในช่วงครึ่งปีพ.ศ.2553 ส่งผลให้สถานการณ์การท่องเที่ยวดีขึ้น เนื่องจากปัญหาการเมืองเริ่มคลี่คลาย รวมทั้งได้มีการดำเนินนโยบายช่วยเหลือจากภาครัฐและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ และเริ่มมีค่าลดลงในไตรมาสที่ 2 ปีพ.ศ.2554 ที่ดัชนีความเชื่อมั่นเท่ากับ 79 เนื่องจากธุรกิจได้รับ

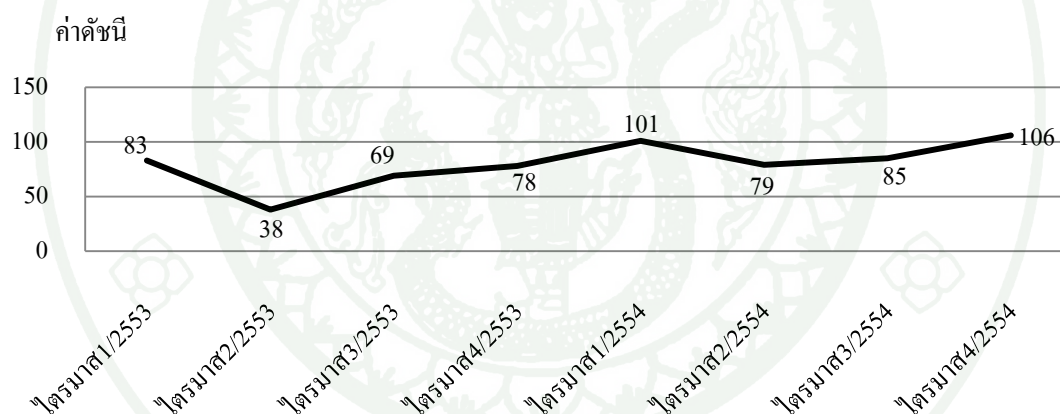
ผลกระทบจากปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี ได้แก่ ปัญหาอุทกภัย ค่าเงินบาทที่แข็งตัวขึ้น รวมไปถึงกระแสข่าวการเกิดสึนามิ

ตารางที่ 9 จำนวนสถานที่พักแรม และจำนวนห้องพักทั้งหมดในประเทศไทยปีพ.ศ.2550-2554

จำนวนที่พักแรม	ปีพ.ศ.				
	2550	2551	2552	2553	2554
จำนวน (แห่ง)	6,348	6,859	6,986	7,154	9,527
จำนวน (ห้อง)	341,374	360,882	368,059	376,913	458,524

หมายเหตุ : ไม่นับรวมจำนวนห้องพักในกลุ่มอพาร์ทเมนท์/แมนชั่น

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555)



ภาพที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจโรงแรมปีพ.ศ.2553-2554

หมายเหตุ: ค่าดัชนี ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 200

ค่าดัชนีสูงกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์ดีกว่าระดับปกติ

ค่าดัชนีเท่ากับ 100 หมายความว่าสถานการณ์เท่ากับระดับปกติ

ค่าดัชนีต่ำกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์แย่กว่าระดับปกติ

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2554)

ตารางที่ 10 อัตราการเข้าพักแรม อัตราการจองห้องพักล่วงหน้า ค่าห้องพักเฉลี่ย สัดส่วนรายได้จากการจัดประชุม และสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทยปีพ.ศ.2553-2554

ธุรกิจโรงแรม	ปีพ.ศ.2553	ปีพ.ศ.2554
อัตราการเข้าพักแรม (ร้อยละ)		
รวมทั้งประเทศ	57.73	50.18
ภาคกลาง (รวมกรุงเทพฯ)	60.41	50.11
ภาคใต้	60.66	56.13
ภาคเหนือ	45.38	40.29
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	46.35	48.32
อัตราการจองห้องพักล่วงหน้า 3 เดือน (ร้อยละ)		
รวมทั้งประเทศ	27.13	19.80
ภาคกลาง (รวมกรุงเทพฯ)	31.13	21.89
ภาคใต้	21.00	17.82
ภาคเหนือ	30.54	21.21
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7.10	7.74
ค่าห้องพักเฉลี่ยที่ขายได้จริง (บาท : ห้อง)		
รวมทั้งประเทศ	1,842.55	1,845.18
ภาคกลาง (รวมกรุงเทพฯ)	1,834.13	1,860.91
ภาคใต้	2,465.87	2,469.85
ภาคเหนือ	1,203.52	1,163.60
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	766.20	751.13

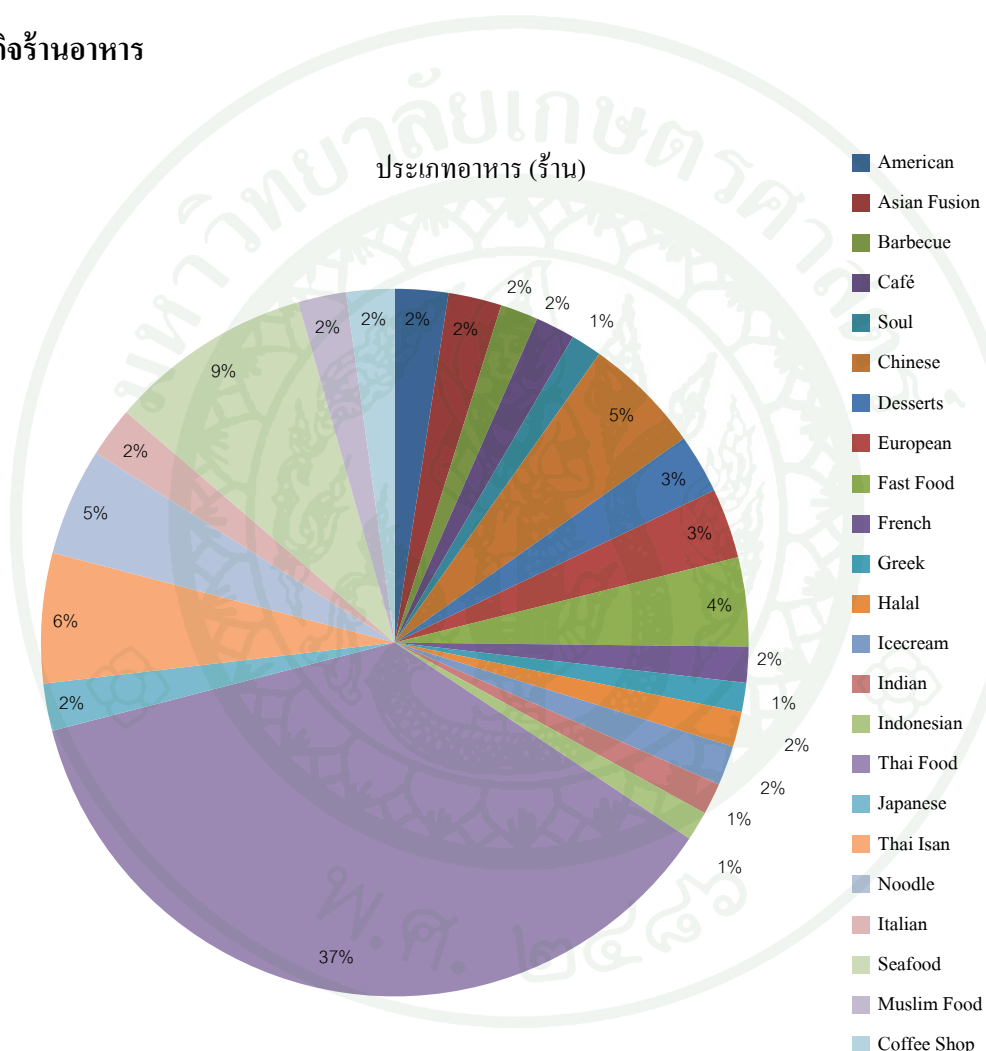
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2554)

การเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราการลดลงจากร้อยละ 57.73 ในปีพ.ศ.2553 เหลือร้อยละ 50.18 ในปีพ.ศ.2554 หรือลดลงร้อยละ 15.04 โดยนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวและพักแรมในพื้นที่ภาคใต้มากที่สุด ร้อยละ 56.13 ในปีพ.ศ.2554 รองมาคือภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือคิดเป็นอัตราการเข้าพักแรมเท่ากับร้อยละ 50.11 , 40.29 และ 48.32 ตามลำดับ

การจองห้องพักล่วงหน้า 3 เดือนมีอัตราการลดลงร้อยละมีอัตราการลดลงจากร้อยละ 27.13 ในปีพ.ศ. 2553 เหลือร้อยละ 19.80 ในปีพ.ศ.2554 หรือลดลงร้อยละ 37.02 เนื่องจากปัญหาความไม่สงบทาง

การเมืองภายในประเทศ และปัญหาอุทกภัยครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2554 ได้ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งพบว่าค่าห้องพักเฉลี่ยที่ขายได้จริงมีมูลค่าสูงขึ้นเล็กน้อยจากราคาเฉลี่ย 1,842.55 บาทต่อห้อง ในปี พ.ศ. 2553 สูงขึ้นเป็นราคา 1,845.18 บาทต่อห้อง ในปี พ.ศ.2554 โดยราคาห้องพักในภาคใต้มีราคาสูงสุดที่ 2,469.85 บาทต่อห้องและราคาห้องพักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีราคาต่ำสุดที่ 751.13 บาทต่อห้อง ในปี พ.ศ. 2554

ธุรกิจร้านอาหาร



ภาพที่ 4 จำนวนร้านอาหารจำแนกตามประเภทอาหารในประเทศไทย

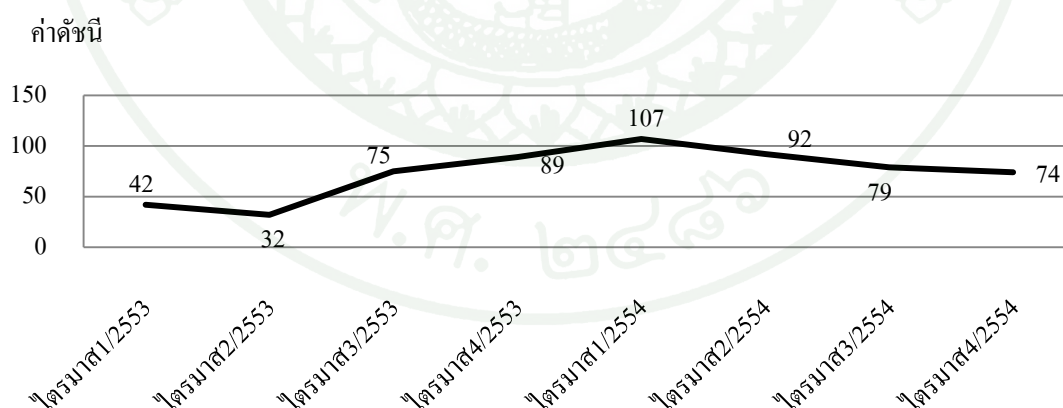
ที่มา: ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556)

ปัจจุบัน (ข้อมูล ณ เดือน มีนาคม 2556) ร้านอาหารในประเทศไทยมีจำนวน 64,113 ร้าน แยกเป็นร้านอาหารในกรุงเทพฯ จำนวน 12,000 ร้าน และในต่างจังหวัดจำนวน 52,113 ร้าน จำนวนร้านอาหารมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3.0 ต่อปี ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยสามารถ

แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ ร้านอาหารรายย่อย ร้านอาหารต่างประเทศ และร้านอาหารหรือร้านอาหารประเภทบริการด่วน

ทั้งนี้ ธุรกิจร้านอาหารนับว่าเป็นธุรกิจที่ยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าปัญหาน้ำมันแพง และหลากหลายปัญหาเศรษฐกิจที่รุนแรง ส่งผลให้บรรดาผู้บริโภคต่างเน้นประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ผู้บริโภคบางส่วนได้เปลี่ยนพฤติกรรมโดยลดความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ในขณะที่ยังมีผู้บริโภคบางส่วนที่ยังคงนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านก็ปรับพฤติกรรมหันไปเลือกรับประทานที่ร้านอาหารทั่วไปแทนการรับประทานในร้านอาหารต่างประเทศหรือร้านหรู นอกจากนี้ต้องจับตาดูการปรับกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารแล้ว ประเด็นที่น่าสนใจคือ มาตรการจัดระเบียบร้านอาหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร ก็นับว่าเป็นมาตรการที่น่าจับตามอง

ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหารปีพ.ศ.2553-2554 มีแนวโน้มเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 42 ในไตรมาสที่ 1 ปีพ.ศ.2553 เป็น 74 ในไตรมาสที่ 4 ปีพ.ศ.2554 หรือคิดเป็นร้อยละ 76.19 โดยผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีความเชื่อมั่นต่ำสุดที่ดัชนีความเชื่อมั่นเท่ากับ 32 ในไตรมาสที่ 2 ปีพ.ศ.2553 เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศ และปัญหาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ในประเทศไทย และขยับตัวสูงขึ้นในช่วงครึ่งปีพ.ศ.2553 และเริ่มมีค่าลดลงในไตรมาสที่ 2 ปีพ.ศ.2554 ที่ดัชนีความเชื่อมั่นเท่ากับ 92 เนื่องจากธุรกิจได้รับผลกระทบจากปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี



ภาพที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจร้านอาหารปีพ.ศ.2553-2554

หมายเหตุ ค่าดัชนี ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 200

ค่าดัชนีสูงกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์ดีกว่าระดับปกติ

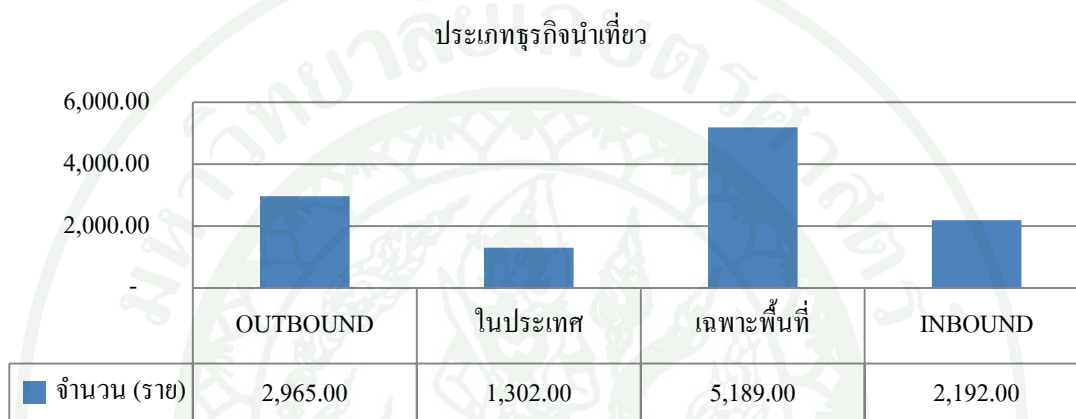
ค่าดัชนีเท่ากับ 100 หมายความว่าสถานการณ์เท่ากับระดับปกติ

ค่าดัชนีต่ำกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์แย่กว่าระดับปกติ

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2554)

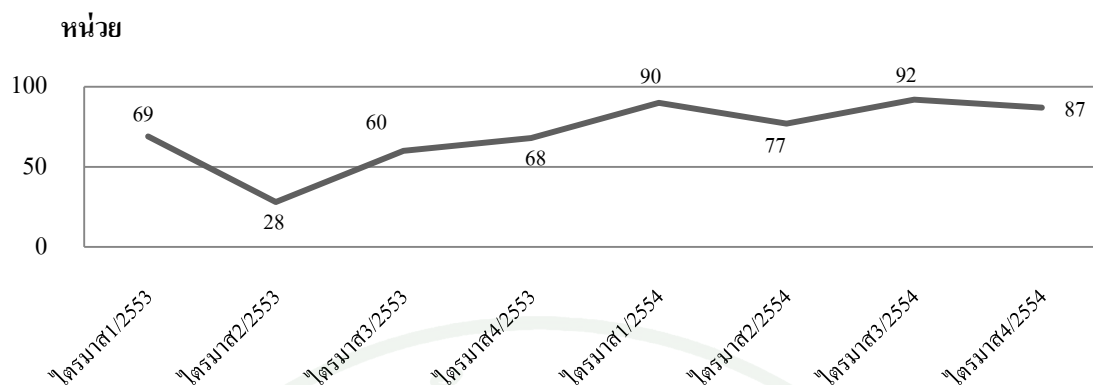
ธุรกิจนำเที่ยว

จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ณ ปัจจุบัน (ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2556) รวมทั้งสิ้น 11,648 ราย แบ่งตามประเภทธุรกิจนำเที่ยว คือ ธุรกิจจัดนำเที่ยวเข้าประเทศ(Inbound) จำนวน 2,192 ราย, ธุรกิจจัดนำเที่ยวต่างประเทศ(Outbound) จำนวน 2,965 ราย , ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ จำนวน 1,302 ราย และ ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ จำนวน 5,189 ราย (ดังภาพที่6)



ภาพที่ 6 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งหมดในประเทศไทย

ที่มา: ฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กลาง (2556)



ภาพที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจนำเที่ยวปีพ.ศ.2553-2554

หมายเหตุ: ค่าดัชนี ดัชนีความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 200

ค่าดัชนีสูงกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์ดีกว่าระดับปกติ

ค่าดัชนีเท่ากับ 100 หมายความว่าสถานการณ์เท่ากับระดับปกติ

ค่าดัชนีต่ำกว่า 100 หมายความว่าสถานการณ์แยกว่าระดับปกติ

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554)

ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจนำเที่ยวปีพ.ศ.2553-2554 มีแนวโน้มเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 69 ในไตรมาสที่ 1 ปีพ.ศ.2553 เป็น 87 ในไตรมาสที่ 4 ปีพ.ศ.2554 หรือคิดเป็นร้อยละ 26 โดยผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีความเชื่อมั่นต่ำสุดที่ดัชนีความเชื่อมั่นเท่ากับ 28 ในไตรมาสที่ 2 ปีพ.ศ.2553 เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศ และปัญหาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ในประเทศไทย และขยับตัวสูงขึ้นในช่วงครึ่งปีพ .ศ.2553 ส่งผลให้สถานการณ์การท่องเที่ยวดีขึ้น เนื่องจากปัญหาการเมืองเริ่มคลี่คลาย รวมทั้งได้มีการดำเนินนโยบายช่วยเหลือจากภาครัฐและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ

สำหรับจำนวนมัคคุเทศก์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนมีจำนวนทั้งหมดประมาณ 67,856 ราย แบ่งลักษณะตลาดตามการใช้ภาษาในที่สำคัญทั้งสิ้น 37 ภาษา มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มภาษาอังกฤษจำนวน 44,540 ราย รองลงมาคือกลุ่มภาษาจีนกลาง ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และไทย ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนมัคคุเทศก์ทั้งหมดในประเทศไทยจำแนกตามตลาดสำคัญ

ลำดับ	ภาษา	จำนวน (ราย)	ลำดับ	ภาษา	จำนวน (ราย)
1	กัมพูชา	46	2	จีนกลาง	7,869
3	จีนกวางตุ้ง	550	4	จีนกวางไส	3
5	จีนอื่นๆ	107	6	จีนฮกเกี้ยน	151
7	จีนแคะ	51	8	จีนแต้จิ๋ว	156
9	ญี่ปุ่น	6,142	10	นอร์เวย์	20
11	ฝรั่งเศส	2,110	12	พม่า	23
13	ฟินแลนด์	2	14	มาลายู	360
15	มาเลเซีย	230	16	รัสเซีย	511
17	ลาว	97	18	สวีเดน	71
19	สเปน	418	20	อังกฤษ	44,540
21	อารบิก	59	22	อิตาลี	279
23	อินเดีย	26	24	อินโดนีเซีย	228
25	ฮินดี	7	26	ฮ่องกง	22
27	เกาหลี	985	28	เดนมาร์ก	38
29	เนเธอร์แลนด์	21	30	เฟลมิช	2
31	เยอรมัน	970	32	เวียดนาม	147
33	โปรตุเกส	28	34	โปแลนด์	2
35	ไต้หวัน	20	36	ไทย	1,407
37	ภาษาอื่นๆ นอกเหนือจากที่ กล่าวมา	158			

ที่มา: ฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กลาง (2556)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก ประกอบไปด้วยธุรกิจต่างๆ มากมาย หลากหลายและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีผู้ผลิตและผู้บริโภคอยู่ในประเทศเดียวกันหรือระหว่างประเทศ ดังนั้นการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องตื่นตัวต่อข่าวสารและติดตามข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาให้ก้าวทันโลกตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานระดับต่างๆ มาดูแลประสานงานหาข้อมูลหรือป้อนข้อมูลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการประเภทต่างๆ ดังนี้

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นกระทรวงที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา การศึกษาด้านกีฬา นันทนาการ และราชการอื่นๆ ที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ หรือ ส.ม.อ. สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ เป็นองค์กรที่เป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการอาชีพมัคคุเทศก์ เพื่อให้สมาชิกได้พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเป็นศูนย์กลางข่าวระหว่างสมาชิกของสมาคม
3. สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว เป็นองค์กรท่องเที่ยวเอกชนที่รวมตัวกันขึ้นในการประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลเสนอแนะการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างสมาชิก ให้ความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ และหน่วยงานต่างๆ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ
4. สมาคมโรงแรมไทย สมาคมโรงแรมไทย เป็นองค์กรที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจโรงแรม สร้างความสามัคคีระหว่างสมาชิก แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นเชิงวิชาการซึ่งกันและกันคุ้มครองส่งเสริมและรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน ประสานงานกับภาครัฐและภาคเอกชนในการอำนวยความสะดวก เพื่อให้บรรล่วัตถุประสงค์ร่วมกัน สมาคมมีนโยบายในการดำเนินงานบริหารสมาคมโดยร่วมประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ในการส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริหาร ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ และมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น
5. สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวภายในประเทศ – สนท. ก่อตั้งเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้ประกอบการนำเที่ยวภายในประเทศ วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ แสวงหาแนวทางเพื่อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นศูนย์กลางเผยแพร่ข้อมูลของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

6. สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกประโยชน์ด้านต่างๆ ให้แก่บริษัทที่ทำหน้าที่ในการจัดประชุมทั้งในประเทศและการประชุมนานาชาติ ทำให้การจัดประชุมมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดชื่อเสียงแก่ประชาชนและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ

บทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย

ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศไทย

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าประสงค์ ของแผนพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดในด้านการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลกระทบต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ของประเทศไทย ลดลง โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1.1 พัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

1.1.1 พัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง โดยการบูรณาการการขนส่งทุกรูปแบบให้มีการเชื่อมโยง เชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางขนส่งประเภทต่างๆ ในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงพัฒนาระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก สะอาด และมีมาตรฐานสากล

1.1.2 ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

1.1.3 ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ให้ครอบคลุม แหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศ และถูกต้องตามหลักสากล

1.1.4 พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้มีมาตรฐานความปลอดภัยตามหลัก สากลและสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้ อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชนในการพัฒนาการคมนาคมทางบก

1.1.5 พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางอากาศ ให้มีความเชื่อมโยงระหว่าง แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชน ในการเปิดเส้นทางการบิน ใหม่ ๆ

1.1.6 พัฒนาท่าเรือ และส่งเสริมการลงทุนสร้างท่าเทียบเรือ เพื่อเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทั้งด้านอันดามันและฝั่งอ่าวไทย เส้นทางเดินเรือเพื่อการ ท่องเที่ยวในกลุ่มน้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำโขง ให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยว

1.2 พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

1.2.1 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิ ทัศน์ ลานจอดรถป้ายสื่อความหมาย ทางลาด บันไดเลื่อน ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่ง อำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ และผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1.2.2 การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศ และ ซอฟต์แวร์ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการใช้ระบบ e-commerce อย่าง แพร่หลายส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์ และการเชื่อมโยงระบบบริการต่างๆ ด้านการ ท่องเที่ยวทางเว็บไซต์

1.2.3 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพทั้งระบบ เช่น ระบบตรวจสอบคนเข้าเมือง เชื่อมโยงการจองบัตรโดยสารระหว่างเครื่องบิน รถไฟและรถโดยสารประจำทาง และการซื้อ-ขาย ระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

1.2.4 สร้างและพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกจุดผ่านแดน ปรับปรุงสภาพจุดผ่านแดนต่างๆให้มีสภาพที่ดีและสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว รวมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบบริเวณชายแดนให้มีความสะดวกรวดเร็ว

1.2.5 พัฒนาศูนย์กลางให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแบบครบวงจรเบ็ดเสร็จที่สามารถสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว ประสานแก้ไขความเดือดร้อนช่วยเหลือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย และกระจายให้ครอบคลุมตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.3 สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

แนวทางการดำเนินการ

1.3.1 ผลักดันให้เกิดนโยบายการบินพาณิชย์ที่ค่อนข้างเปิด (Liberal Air Policy) โดยให้ทำอากาศยานในประเทศทุกแห่งมีกฎเกณฑ์สร้างแรงจูงใจให้สายการบินนานาชาติมาใช้ทำอากาศยานในประเทศมากขึ้น เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมประเภทต่างๆ ในทำอากาศยานให้มีส่วนลดน้อยลง หรือเลิกเก็บค่าธรรมเนียมบางรายการรวมทั้งการปรับปรุงเงื่อนไขต่างๆ ในส่วนของการสัญจรทางอากาศระหว่างประเทศคู่สัญญาให้มีแรงจูงใจมากขึ้น เพื่อเสริมศักยภาพของทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค และพัฒนาทำอากาศยานนานาชาติภูเก็ต เชียงใหม่ เชียงราย หาดใหญ่ กระบี่ และทำอากาศยานตรง ให้มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการบินของอนุภูมิภาค

1.3.2 พัฒนาและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยขยายเส้นทางเดินรถประจำทางและรถไฟ และผลักดันให้มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน

1.3.3 พัฒนาร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางลำน้ำโขง เส้นทางแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ฝั่งทะเลอันดามัน และหมู่เกาะต่างๆ เส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ตามกรอบความร่วมมือ ASEAN, IMT-GT, ACMECS, BIMSTEC และ GMS

1.3.4 ผลักดันการเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคมทั้งทางบกและอากาศระหว่างประเทศให้เสร็จโดยเร็ว ตามแนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) และแนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor)

1.3.5 ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการเดินทางสู่ภูมิภาคกลุ่มน้ำแม่โขง โดยเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศให้มีความสะดวก

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

การขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จาก การท่องเที่ยวในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความเสื่อมโทรม ยุทธศาสตร์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมี ทิศทาง ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไป การกำหนด มาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถมีศักยภาพใน การรองรับนักท่องเที่ยว

2.1 พัฒนาระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ

แนวทางการดำเนินการ

2.1.1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ตามกลุ่ม ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือตอนบน กลุ่ม ท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ กลุ่มท่องเที่ยววิถี ชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach กลุ่มท่องเที่ยว

Royal Coast และกลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร

2.1.2 พัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว โดยผลักดันและกำหนดให้เป็นเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงาน และบูรณาการงานร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2.1.3 สนับสนุนการท่องเที่ยวชายแดน (Cross Border Tourism) โดยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม กับกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ASEAN IMT-GT ACMECS BIMSTEC และ GMS

2.1.4 ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมถึงการพัฒนาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในพื้นที่

2.2 การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

2.2.1 ฟื้นฟูและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่สภาพเดิม เพื่อนำไปสู่กระบวนการต่อยอดในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ

2.2.2 สำรวจและจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมทั่วประเทศ และจัดทำแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และระบบการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ

2.3 การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

2.3.1 วางแผนจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในทุกระดับทั้งระดับชาติระดับกลุ่มท่องเที่ยว ระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ โดยการอนุรักษ์ ซ่อมแซม และบำรุงรักษาสถาปัตยกรรมที่เป็นจุดเด่น พร้อมทั้งสร้างสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่

2.3.2 จัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ เพื่อให้การใช้ประโยชน์เหมาะสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน โดยกำหนดการเข้าไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ เพื่อไม่ให้มีการใช้ประโยชน์เกินขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยว

2.3.3 ผลักดันให้มีการออกกฎ ระเบียบ และบทลงโทษที่ชัดเจนในการกำกับดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งมาตรการเกี่ยวกับการป้องกันและการปราบปรามผู้บุกรุกแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติโดยมิชอบ และสอดส่องดูแลการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

2.3.4 พัฒนาระบบสาธารณสุขปโภคเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสถานพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยว ระบบการจัดการขยะ น้ำเสีย มลพิษและระบบเครือข่ายเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค

2.3.5 สนับสนุนและกำหนดมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาและผลกระทบอันเนื่องมาจากภาวะโลกร้อน การใช้พลังงานสะอาด การใช้เคมีภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค การกำหนดมาตรการการลดพลังงานของสถานประกอบการ

2.3.6 หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบของการท่องเที่ยวไทย เช่นความปลอดภัย การเอาัดเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยว สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ การท่องเที่ยวทางเพศ โสเภณี การค้ามนุษย์ และโรคเอดส์ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสปาที่มีมาตรฐานสูง บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3.1 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.1.1 สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ครอบครัว และฮันนีมูน เป็นต้น

3.1.2 ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนานวัตกรรมทางความคิด เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าการท่องเที่ยว ส่งเสริมการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คำนึงถึงคุณค่าและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสนับสนุนการเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนในกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจด้านนันทนาการ โดยเฉพาะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การจัดการสินค้า OTOP และของที่ระลึก เป็นต้น

3.1.3 ผลักดันให้งานเทศกาล ประเพณี และกิจกรรมในไทยเป็นงานเทศกาลระดับโลกเช่น สงกรานต์ ลอยกระทง แม่ฟ้าหลวง เทศกาลดนตรี และศิลปะ เป็นต้น

3.1.4 ส่งเสริม สนับสนุน อุตสาหกรรมภาพยนตร์และการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการผลักดันให้มีการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศทั้งภาคการผลิต การบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้อง

3.1.5 สืบสวนและคัดสรรเอกลักษณ์และจุดเด่นของจังหวัด กลุ่มจังหวัด เพื่อสร้างและกำหนดภาพลักษณ์ (Brand Image) ทางการท่องเที่ยวให้เป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

3.1.6 ส่งเสริมและจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และระดับชาติ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน

3.1.7 ส่งเสริมการจัดประชุม สัมมนา จัดนิทรรศการ ทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ

3.2 การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.2.1 ผลักดันให้มีการกำหนดเขตเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว /เขตพัฒนาการท่องเที่ยวและส่งเสริมการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ตามกฎหมายว่าด้วยนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อให้มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยว

3.2.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนและนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยภาครัฐต้องจัดให้มีสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสม

3.2.3 เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเงินทุน วิชาการ การให้ความรู้ และให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ การสร้างแบรนด์ และเอกลักษณ์ของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดท่องเที่ยว การจัดหาแหล่งเงินทุนกู้ยืมและเงินลงทุน การลดต้นทุนในการกู้ยืม การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่ และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่มีความสลับซับซ้อน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและเพิ่มคุณภาพของสินค้า เป็นต้น

3.2.4 สนับสนุนให้ภาคธุรกิจรวมกลุ่มกัน เพื่อร่วมมือกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการรองรับการเปิดการค้าเสรีทางการท่องเที่ยวในอนาคต

3.2.5 สนับสนุนให้กลไกกองทุนต่างๆ ที่มีอยู่ เช่น กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีขอบเขตที่เอื้อต่อการค้า การลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการภาคบริการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3.3 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.3.1 พัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกรอบในการยกระดับคุณภาพของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับระดับสากล

3.3.2 ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการได้นำมาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยวไปใช้ในทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง

3.3.3 สนับสนุนกิจกรรมด้านการตรวจประเมินและรับรองสถานประกอบการตามแนวทางสากล

3.3.4 ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่จูงใจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้เข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย รวมทั้งผลักดันเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ และเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ

3.3.5 จัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวให้ครบถ้วน ทันสมัย เชื่อมโยงไปยังบริการที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอย่างแท้จริง

3.4 การป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางแก่นักท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.4.1 เตรียมความพร้อมในการรับมือภัยคุกคามของโรคติดต่อ ภัยพิบัติทางธรรมชาติการระบาดของโรค และภัยพิบัติอื่นๆ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการวิกฤตการณ์ การเตรียมความพร้อมเพื่อการตอบสนองอย่างฉับไว และการกู้คืนในภาวะฉุกเฉิน ครอบคลุมถึงการเตรียมความพร้อม การวางมาตรการป้องกันและแก้ไขเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน และมาตรการฟื้นฟูภายหลังเกิดเหตุการณ์

3.4.2 กำหนดมาตรการในการป้องกัน ดูแล รักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวรวมถึงการท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ ให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจังและมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย

3.4.3 ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ และมาตรฐานความปลอดภัยในสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ และมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

3.4.4 ส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยการเป็นตำรวจอาสาสมัครดูแลรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนของตนเอง อาสาสมัครด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนตำรวจท่องเที่ยว และอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยทางทะเล

3.4.5 สนับสนุนส่งเสริมตำรวจท่องเที่ยว หน่วยงาน องค์กร และชุมชน ให้มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว

3.5 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการดำเนินการ

3.5.1 พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนในสาขา การท่องเที่ยวโดยเฉพาะการพัฒนามัคคุเทศก์ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปิดเสรีภาคบริการด้านการท่องเที่ยว

3.5.2 พัฒนาและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน

3.5.3 ผลักดันให้มีการจัดตั้งสถาบันกลางเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม โดยทำหน้าที่ในการกำหนด กำกับ และพัฒนาคุณภาพของบุคลากรและการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีมาตรฐานตรงตามตำแหน่งที่ตลาดแรงงานต้องการ

3.5.4 ส่งเสริมให้มีการจัดการฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นทั้งทางด้านการปฏิบัติงานเฉพาะทาง วิชาชีพที่มีความจำเป็นเร่งด่วนสำหรับสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งหลักสูตรเพื่อพัฒนาผู้บริหารตั้งแต่ระดับต้นจนถึงระดับสูงสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และหลักสูตรพัฒนาผู้สอน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาคเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ จัดงานแสดงต่างๆ (Event) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นมีการใช้จ่ายมากขึ้น

4.1 สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.1.1 ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้งในภาพรวมและในเชิงลึกอย่างต่อเนื่อง

4.1.2 เผยแพร่และสื่อสารภาพลักษณ์ ท่องเที่ยวให้แพร่หลายในทุกช่องทางและครอบคลุมทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้และความตระหนักในความสำคัญของภาพลักษณ์ ให้กับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น

4.1.3 เพิ่มบทบาท/สถานะของไทยในเวทีระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยวให้โดดเด่นยิ่งขึ้น และส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเวทีโลก โดยใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือระดับโลก (UNWTO, APEC) กรอบความร่วมมือเอเชีย (ACD) และกรอบความร่วมมือระดับภูมิภาค

4.1.4 สร้างจิตสำนึกและค่านิยมในความเป็นไทย (Thainess) ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น ให้คนไทยมีจิตอาสาช่วยกันในเรื่องของความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พร้อมต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

4.2 สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.2.1 จัดทำข้อมูล และรวบรวมข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและจัดเก็บในระบบข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ผ่านทางเว็บไซต์กลาง ที่สามารถสืบค้นได้ถึงระดับพื้นที่ ทันสมัยสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีรายละเอียดด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4.2.2 เพิ่มและปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น

4.2.3 ส่งเสริมการกระจายตลาดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลทั้งในเชิงพื้นที่ เวลา และกลุ่มตลาดรวมถึงส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดสินค้าทางการท่องเที่ยวสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรสนิยมของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มฮันนีมูน กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health and Wellness) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการ เป็นต้น

4.2.4 พัฒนาขีดความสามารถด้านการวางแผนและการปฏิบัติงานด้านการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)

4.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

แนวทางการดำเนินการ

4.3.1 พัฒนาการตลาด และส่งเสริมการขาย ในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว เฉพาะกลุ่มที่ไทยมีศักยภาพ เช่น กลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มฮันนีมูน เป็นต้น โดยสร้างจุดขายใหม่ ด้านการท่องเที่ยว กิจกรรมและข้อเสนอพิเศษ เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาประเทศไทย

4.3.2 ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์การจัดงานระดับโลก ระดับ ภูมิภาค รวมถึงการจัดงานประชุม และงาน Event ระหว่างประเทศ

4.3.3 สร้างจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยว เช่น การเป็น Hospitality and Wellness Center of the World เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระดับบน รวมทั้งสนับสนุนวัฒนธรรมความคิด สร้างสรรค์ และนำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น การออกแบบการผลิต ภาพยนตร์

4.3.4 ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการส่งเสริมการตลาด และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับโลกและระดับภูมิภาค เช่น UNWTO APEC ACD AED GMS IMT-GT BIMSTEC และ ACMECS เพื่อการสร้างโครงข่าย ความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มพื้นที่การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

4.4 สร้างกระแสการรับรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.4.1 โฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกระแสการเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านสื่อทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริม การขายประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง

4.4.2 ใช้วิธีการทำการตลาดโดยกลุ่มคนที่อยู่ในต่างประเทศ เช่น สถานทูต ไทยประจำประเทศต่างๆ เป็นที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและสินค้าไทย ให้แก่ชาวต่างชาติ

4.4.3 พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งใน ภาพลักษณ์พร้อมจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวก วกอย่างครบวงจร

เพื่อให้การบริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์รวดเร็วทันสมัย เช่น การจองที่พัก การเดินทาง เป็นต้น โดยพัฒนาให้มีหลากหลายภาษาเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

4.5 การสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวทางการดำเนินการ

4.5.1 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

4.5.2 ร่วมกับภาคเอกชนในการจัดทำแพคเกจพิเศษเสนอขายนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง

4.5.3 จัดงานส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ทั้ง Trade + Consumer Fair และ Road Show ภายในประเทศ

4.5.4 ประสานงานและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การบินไทย การรถไฟแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ โดยนำเสนอ Special Offer หรือจัด Promotion สำหรับคนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่นจังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวการพัฒนาโลก ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกันกำหนดภารกิจขอบเขตของงานการพัฒนาให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

5.1 การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

5.1.1 เชื่อมโยงบทบาทและภารกิจ ของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยว ได้แก่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ให้มีความสอดคล้องกัน และประสานกับกระทรวงอื่นๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในฐานะหน่วยงานสนับสนุน เพื่อให้การกำหนดนโยบายและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.1.2 การสร้างพันธมิตร หุ่นส่วน หรือเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดย การอำนวยความสะดวก การลดขั้นตอนในการทำงาน การระดมทุน การจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกัน เช่น การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวต่างประเทศ การแสดงสินค้าและบริการ เป็นต้น

5.1.3 สนับสนุน และผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าตามกรอบความร่วมมือต่างๆที่รัฐบาลได้ดำเนินการไว้แล้ว เช่น IMT-GT ACMECS BIMSTEC และ GMS โดยควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์และผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ที่ริเริ่มไว้แล้วให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

5.1.4 ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

5.1.5 บูรณาการงานด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานและการสั่งการในการป้องกันเฝ้าระวังเตือนภัย กำกับดูแล และรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในกรณีก่อน-หลังเกิดเหตุฉุกเฉินทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว

5.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนา ท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

5.2.1 อำนวยความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการ
บริหารจัดการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

5.2.2 กระจายอำนาจ และจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อลดความขัดแย้งและสามารถ
สร้างกิจกรรมที่เหมาะสมกับความต้องการสภาพและกำลังรองรับของชุมชนและระบบนิเวศใน
ท้องถิ่น

5.2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่ง
ท่องเที่ยว โดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท ่องเที่ยวให้มีการ
บริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการ
อนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

1. พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ได้ถูกตราขึ้นเพื่อการจัดการและการดูแลรักษา
อุทยานแห่งชาติเป็นการเฉพาะ เมื่อรัฐบาลเห็นสมควรกำหนดบริเวณที่ดินแห่งใดที่มีสภาพธรรมชาติ
เป็นที่น่าสนใจ ให้คงสภาพอยู่ในสภาพธรรมชาติเดิมเพื่อสง วนไว้ใช้เป็นประโยชน์แก่การศึกษาและ
รื่นรมย์ของประชาชน

2. พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 ได้ถูกตราขึ้นเพื่อคุ้มครองป่าไม้และทรัพยากร
ธรรมชาติอื่นที่อยู่ในพื้นที่ที่ถูกกำหนดให้เป็นเขตป่าสงวนแห่งชาติ เพื่อการรักษาสภาพป่าไม้ ของป่า
และทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ

3. พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 เป็นเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการประกอบกิจการ โรงงาน
โดยเฉพาะอย่างยิ่งการระบายน้ำทิ้งหรือของเสียจากโรงงานออกสู่สภาพแวดล้อมนอกโรงงาน เช่น

กฎกระทรวงเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมการปล่อยของเสียออกจากโรงงาน การกำหนดคุณลักษณะของน้ำทิ้งที่อนุญาตให้ระบายออกจากโรงงานได้

4. พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2456 และ พ.ศ. 2535 ได้ถูกตราขึ้นเพื่อควบคุมและจัดระเบียบการเดินเรือ แต่ก็มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการป้องกันปัญหามลพิษด้วย กล่าวคือ ห้ามทิ้งขยะสิ่งของที่ไม่ใช่แล้ว น้ำมัน เคมีภัณฑ์หรือสิ่งปฏิกูลใดๆ ลงในแม่น้ำลำคลอง บึง อ่างเก็บน้ำ หรือทะเลสาบ หรือทะเลภายในน่านน้ำไทยอันเป็นเหตุให้เกิดการตื่นเงิน ตกตะกอน หรือสกปรก

5. พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 เป็นเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการประกอบกิจการโรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการระบายน้ำทิ้งหรือของเสียจากโรงงานออกสู่สภาพแวดล้อมนอกโรงงาน เช่น กฎกระทรวงเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมการปล่อยของเสียออกจากโรงงาน การกำหนดคุณลักษณะของน้ำทิ้งที่อนุญาตให้ระบายออกจากโรงงานได้

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551

เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประเมินมาตรฐานของคณะกรรมการประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว และใช้เป็นแนวทางให้แก่บริษัทนำเที่ยวที่ต้องการ ขอรับการประเมินยกระดับมาตรฐานในธุรกิจของตนให้สูงขึ้น ทั้งนี้การเข้าสู่มาตรฐานจะเป็นไปโดยความสมัครใจ สำหรับรายละเอียดการประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวมีดังนี้

มาตรฐานที่ 1 ด้านองค์กรและการจัดการ ประกอบด้วย วยตัวชี้วัด ได้แก่ มีการนำนโยบายและแผนงานของบริษัทไปปฏิบัติ มีระเบียบข้อบังคับของบริษัท ผู้บริหารมีภาวะผู้นำและบริหารจัดการโดยยึดหลักความโปร่งใส มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านธุรกิจนำเที่ยวและมีความรู้เรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ สำนักงานที่เพียงพอกับการปฏิบัติงาน มีระบบข้อมูลและสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว มีการส่งเสริมให้บุคลากรมีความมั่นคงและก้าวหน้าในการทำงาน ผู้รับใบอนุญาตจัดตั้งดำเนินธุรกิจนำเที่ยวโดยไม่ มีธุรกิจอื่นแอบแฝง และบริษัทมีสิ่งแวดล้อมในการทำกิจกรรมสังคม

มาตรฐานที่ 2 ด้านการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวประกอบด้วย วยตัวชี้วัด ได้แก่ มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีการส่งเสริมการขาย มีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งก่อนและระหว่างการจัดการเดินทาง มีการจัดมัคคุเทศก์และทีมงานในแต่ละโปรแกรมฯตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและรายการนำเที่ยว มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว มีการจัดการนำเที่ยวที่เน้นความปลอดภัย

ของนักท่องเที่ยว มีการจัดการนำเที่ยวที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย มีการจัดการนำเที่ยวที่ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

มาตรฐานที่ 3 ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ ประกอบด้วย ข้อตัวชี้วัด ได้แก่ มีการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยยึดหลักศีลธรรมของสังคม มีการปฏิบัติให้นักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยยึดหลักจริยธรรมอย่างเคร่งครัด

ภูมิศาสตร์ทางการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย

ที่ตั้งและขนาด

ประเทศมาเลเซียมีตำแหน่งตั้งอยู่ระหว่างละติจูดที่ 1 องศา ถึง 7 องศาเหนือ และระหว่างลองจิจูดที่ 100 องศา ถึง 119 องศาตะวันออก ประเทศมาเลเซียในปัจจุบันแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ส่วนที่ตั้งอยู่บนคาบสมุทรเรียกว่า มาเลเซียตะวันตก และส่วนที่อยู่ในเกาะบอร์เนียว เรียกว่า มาเลเซียตะวันออก ทั้งสองส่วนนี้ประกอบด้วยรัฐต่าง ๆ ๑๓ รัฐ อยู่ในมาเลเซียตะวันตก ๑๑ รัฐ และอยู่ในมาเลเซียตะวันออก ๒ รัฐ

มาเลเซียตะวันตก หรือที่เรียกว่า เพนินซูลามาลาเซีย (Peninsula Malasia) ประกอบด้วยรัฐต่าง ๆ จำนวน ๑๑ รัฐ ตั้งอยู่ปลายคาบสมุทรอินโดจีน ประกอบด้วยรัฐต่างๆ ๑๑ รัฐ ได้แก่ ยะโฮร์ เคดาห์ กลันตัน มะละกา เนกรี-เซมบิลัน ปาหัง ปีนัง เปรัก เปรอริส ตรังกานู และเซลังงอร์ ส่วนที่ยาวที่สุดจากรัฐเปอริสถึงช่องแคบยะโฮร์ ยาว ๙๔๐ กิโลเมตร ส่วนกว้างที่สุดจากฝั่งตะวันออกถึงฝั่งตะวันตก กว้าง ๓๒๐ กิโลเมตร มีพื้นที่รวม 131,587.67 ตารางกิโลเมตร

มาเลเซียตะวันออก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะกาลิมันตัน หรือเกาะบอร์เนียว ทางด้านเหนือต่อจากกาลิมันตันของอินโดนีเซีย ประกอบด้วย ๒ รัฐคือ ซาบาห์ และซาราวัก โดยมีประเทศบรูไนอยู่ระหว่างรัฐทั้งสอง มีพื้นที่รวม 198,897.40 ตารางกิโลเมตร

รัฐต่าง ๆ ของมาเลเซีย มีที่ตั้งและขนาดพื้นที่ ดังนี้

รัฐกลันตัน (Kelantan) อยู่ทางตอนเหนือของประเทศ ติดต่อกับจังหวัดนราธิวาสของไทย มีพื้นที่ประมาณ ๑๔,๕๐๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองโกตาบารู เป็นเมืองหลวง เป็นแหล่งวัฒนธรรมเก่าแก่ของมาเลเซีย

รัฐเปรัก (Perak) ตั้งอยู่ทางชายฝั่งตะวันตกของแหลมมลายู มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศ
กับจังหวัดยะลา และนราธิวาสของไทย มีพื้นที่ประมาณ ๒๑,๐๐๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองอิโปห์ เป็น
เมืองหลวง

รัฐเปอร์ลิส (Perlis) ตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุดของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศ
ไทย ที่จังหวัดสตูล และสงขลา มีพื้นที่ประมาณ ๘๐๐ ตารางกิโลเมตร จัดว่าเป็นรัฐที่มีพื้นที่น้อยที่สุด
ในบรรดา ๑๓ รัฐ มีเมืองกังการ์ เป็นเมืองหลวง มีฐานะเป็นราชนคร เพราะเป็นที่ประทับของสุลต่าน
ของรัฐ

รัฐเคดาห์ (Kedah) ตั้งอยู่ตอนบนของมาเลเซียตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศ
ไทย ที่จังหวัดยะลา และสงขลา มีพื้นที่ประมาณ ๙,๔๐๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองลอร์स्ता เป็นเมือง
หลวง เป็นรัฐที่มีภูมิประเทศ ประชากร และศิลปวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับประเทศไทย และมีคนมาเลเซีย
เชื้อสายไทย อาศัยอยู่มากที่สุด

รัฐยะโฮร์ (Jahor) อยู่ทางตอนใต้สุดของมาเลเซียตะวันตก ติดต่อกับประเทศสิงคโปร์
มีพื้นที่ประมาณ ๑๙,๐๐๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองยะโฮร์บาฮู

รัฐมะละกา (Melaka) อยู่ทางตอนเหนือของรัฐยะโฮร์ ทางฝั่งตะวันตกของแหลมมลายู
มีพื้นที่ประมาณ ๑,๖๕๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองมะละกา เป็นเมืองหลวง ถือว่าเป็นเมืองที่เก่าแก่ที่สุด
ของมาเลเซีย และมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ

รัฐนริเซมบิลัน (Nerisembian) ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของรัฐมะละกา ทางฝั่งตะวันตก
ของแหลมมลายู มีพื้นที่ประมาณ ๖,๖๕๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองเซรัมบัน เป็นเมืองหลวง และเป็นเมือง
ทำที่มีชายฝั่งทะเลสวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อน

รัฐปาหัง (Pahang) อยู่ทางตอนเหนือของรัฐยะโฮร์ ทางฝั่งตะวันออกของแหลมมลายู
เป็นรัฐที่มีพื้นที่ประมาณ ๓๖,๐๐๐ ตารางกิโลเมตร นับว่าเป็นรัฐที่มีพื้นที่มากที่สุด ของมาเลเซีย
ตะวันตก มีเมืองกวางดัง เป็นเมืองหลวง เป็นรัฐเก่าแก่ที่มีเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับ
ประเทศไทยอยู่

รัฐปีนัง (Penang) เป็นเกาะและมีพื้นที่เป็นดินแดนบางส่วนอยู่เหนือรัฐเปรัก อยู่ทางฝั่งตะวันตกของแหลมมลายู มีพื้นที่ประมาณ ๑,๐๐๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองยอร์ช ทาวน์ เป็นเมืองหลวง เป็นรัฐที่มีความสมบูรณ์ในทุกด้าน ได้สมญานามว่า ไข่มุกแห่งตะวันออก

รัฐเซลังงอร์ (Selangor) ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของแหลมมลายู อยู่ระหว่างรัฐเปรัก กับ รัฐนคริเซมปีตัน มีพื้นที่ประมาณ ๘,๒๐๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองซาห์อะลาม เป็นเมืองหลวง และมีเมืองเกลัง เป็นเมืองท่าที่ใหญ่ที่สุด

รัฐตรังกานู (Terengganu) อยู่ทางชายฝั่งตะวันออกของแหลมมลายู อยู่ทางด้านเหนือของรัฐปาหัง มีพื้นที่ประมาณ ๑๓,๐๐๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองกัวลาตรังกานู เป็นเมืองหลวง

รัฐซาบาห์ (Sabah) ตั้งอยู่ตอนเหนือของเกาะบอร์เนียว มีพื้นที่ประมาณ ๑๗๓,๗๐๐ ตารางกิโลเมตร มีเมืองโกตาคินาบา루 เป็นเมืองหลวง พื้นที่สองในสามเป็นป่าไม้ และภูเขา ยอดเขาโกตาคินาบา루 เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในมาเลเซีย

รัฐซาราวัก (Sarawak) อยู่ทางฝั่งทะเลทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ของเกาะบอร์เนียว มีพื้นที่ประมาณ ๑๒๔,๕๐๐ ตารางกิโลเมตร นับว่าเป็นรัฐที่มีพื้นที่มากที่สุดในมาเลเซีย มีเมืองคูซิง เป็นเมืองหลวง มีชาวพื้นเมืองอาศัยอยู่มาก มีชาวมาเลย์ และชาวจีน อาศัยอยู่น้อย

นอกจากนี้ยังมีเขตสหพันธรัฐอีกสามเขต ได้แก่ กรุงกัวลาลัมเปอร์ เกะลาบวน และเมืองปุตราจายา อยู่ภายใต้สหพันธรัฐ (รัฐบาลกลาง) ไม่ขึ้นอยู่กับเขตใด โดยเฉพาะกรุงกัวลาลัมเปอร์ เป็นเมืองหลวงของประเทศ และเมืองปุตราจายา เป็นเมืองราชการ

แนวพรมแดน

มาเลเซีย มีพื้นที่รวมทั้งสิ้นประมาณ ๓๒๕,๐๐ ตารางกิโลเมตร ประมาณสองในสามของพื้นที่ประเทศไทย มีพรมแดนโดยทั่วไปคือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับประเทศไทย ในเขตรัฐห้ารัฐด้วยกัน เรียงจากตะวันตกไป ตะวันออกคือรัฐเปอร์ลิส รัฐเคดาห์ รัฐเปรัก และรัฐกลังตัน

ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ติดต่อกับทะเลชูลู ใกล้หมู่เกาะฟิลิปปินส์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับทะเลจีนใต้

ทิศใต้ ติดต่อกับช่องแคบยะโฮร์ ซึ่งกั้นระหว่างประเทศมาเลเซียกับประเทศสิงคโปร์ และประเทศอินโดนีเซีย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับทะเลอันดามัน ในมหาสมุทรอินเดีย และช่องแคบมะละกา ซึ่งกั้นระหว่างมาเลเซียกับเกาะสุมาตรา ของอินโดนีเซีย

ลักษณะภูมิประเทศ

มาเลเซียตะวันตก ตั้งอยู่บนแหลมมลายู ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นป่าไม้ ภูเขา และหนองบึง ประมาณร้อยละ ๗๐ ของพื้นที่ บริเวณชายฝั่งตะวันตก ที่ติดกับมหาสมุทรอินเดีย และช่องแคบมะละกา เป็นพื้นที่ราบลุ่ม ชายฝั่งเต็มไปด้วยหนองบึง และป่าไม้โกงกาง ฝิวดินเป็นดินเหนียว และโคลนตม คงมีเหลือพื้นที่ราบซึ่งเป็นดินทรายบางบริเวณ พื้นดินตอนในห่างจากบริเวณที่ราบชายฝั่งสองด้าน ค่อย ๆ เปลี่ยนระดับเป็นที่ราบสูง บริเวณเชิงเขา พื้นดินส่วนใหญ่เป็นดินแดง และดินปนทราย ดินเหนียวและดินลูกรัง

มาเลเซียตะวันออก ตั้งอยู่บนเกาะบอร์เนียวตอนเหนือ ลักษณะภูมิประเทศแบ่งออกได้เป็นสามส่วนคือ

ที่ราบชายฝั่ง และริมทะเลมีหนองบึง และป่าโกงกาง ที่เชิงเขา และทิวเขาสูงมีความสูงชัน มีเหวลึกปกคลุมด้วยป่าที่บยากแก่การสัญจร มียอดเขาสูงสุดอยู่ทางภาคเหนือ มีลักษณะผิวดินแตกต่างกันออกไป บริเวณพื้นที่รอบชายฝั่งส่วนใหญ่เป็นประเภทดินเหนียว และดินโคลนตม

เทือกเขา เทือกเขาสำคัญของมาเลเซียประกอบด้วยเทือกเขาบินดัง เทือกเขาโกอิมหรืออเทือกเขากลาง เทือกเขาตรังกานู ในแหลมมลายู และเทือกเขากินาบาลู ในเกาะบอร์เนียว ซึ่งมียอดเขาโกตากินาบาลูเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในมาเลเซีย

แหล่งน้ำ ในแหลมมลายูมีแม่น้ำสายสำคัญได้แก่ แม่น้ำคาดาห์ แม่น้ำซุนดา แม่น้ำเกรียน แม่น้ำเปรัก แม่น้ำปาหัง แม่น้ำกลันตัน แม่น้ำมูดา แม่น้ำเบอร์นัม แม่น้ำสลังงอร์และแม่น้ำกลัง

ในเกาะบอร์เนียวมีแม่น้ำสายสำคัญได้แก่ แม่น้ำรายัง มีความยาวประมาณ ๕๖๐ กิโลเมตร แม่น้ำมาลุยยาวประมาณ ๔๐๐ กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำกินาบาดางัน ชายฝั่งทะเล ในแหลมมลายูฝั่งทะเลด้านตะวันออกติดต่อกับทะเลจีนใต้ ลักษณะท้องทะเลในบริเวณดังกล่าวเป็นพื้นที่ลาดชัน พื้นที่ส่วนใหญ่เต็มไปด้วยปะการัง และหินใต้ทะเลน้อยใหญ่เป็นจำนวนมาก เหมาะแก่การเป็ นที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำต่าง ๆ ฝั่งทะเลมีความยาวประมาณ ๑,๕๐๐ กิโลเมตร บริเวณชายฝั่งมีความลึกตั้งแต่ ๑๒๐ - ๓๐๐ ฟุต เป็นหาดทรายยาวเหยียดติดต่อกัน มีที่ราบลุ่มอยู่เป็นบางตอน ฝั่งทะเลด้านตะวันตกเป็นหาดเลน พื้นที่ลึกเข้าไปในบริเวณชายฝั่งเป็นที่ลุ่ม และหนองบึง และป่าไม้โกงกาง คงมีเฉพาะบางแห่งเท่านั้นที่มีหาดทราย ในเกาะบอร์เนียว ฝั่งทะเลบริเวณใต้สุดของทะเลจีนใต้ ท้องทะเลในบริเวณดังกล่าวมีความลึกพอสมควร มีกลุ่มหินปะการังอยู่เป็นหย่อม ๆ ในระยะลึก นอกจากนั้นยังมีหินใต้น้ำอยู่เป็นบางตอนในบริเวณใกล้ชายฝั่ง เป็นอุปสรรค ในการเดินเรือใกล้ฝั่ง บริเวณฝั่งทะเลรัฐซาราวักมีความลึกใกล้ฝั่งประมาณ ๒๐ - ๓๐ ฟุต ห่างออกไปจากฝั่ง บางพื้นที่ลึกมาก บางแห่งลึกประมาณ ๒๐๐ - ๓๐๐ ฟุต บริเวณชายฝั่งของรัฐซาบาห์ ทิศเหนือติดต่อกับทะเลจีนใต้ ความลึกของทะเลมีมากกว่ารัฐซาราวัก

ภูมิอากาศ

มาเลเซียตั้ง อยู่ในเขตภูมิอากาศภาคพื้นสมุทร อากาศร้อนชื้นและฝนตกชุก อยู่ภายใต้อิทธิพลของกระแสลมจากมหาสมุทรอินเดียและทะเลจีนใต้ ระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ เป็นช่วงมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งทำให้เกิดฝนในเขตชายฝั่งตะวันออกของคาบ สมุทรมาเลเซียชาย ฝั่งรัฐซาบาห์และซาราวัก ระหว่างกลางเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกันยายน เป็นช่วงมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ อุณหภูมิประจำวันโดยเฉลี่ยแตกต่างกันระหว่าง 21-32 องศาเซลเซียส และบริเวณที่สูงมีอุณหภูมิอยู่ระหว่าง 26-29 องศาเซลเซียส ความชื้นประมาณร้อยละ 80 จำนวนน้ำฝนวัดได้ต่อปีอยู่ระหว่าง 2,032 ถึง 2,540 มิลลิเมตร

ลักษณะทางวัฒนธรรมของประเทศมาเลเซีย

ด้านศาสนา ประเทศมาเลเซียนี้มีผู้นับถือศาสนาอิสลามมากที่สุดและได้มีการนำหลักการของ คัมภีร์กูรอานในศาสนาอิสลาม เข้ามามีส่วนในการปกครองเช่น ประมุข หรือสุลต่านแห่งรัฐต้องเป็น อิสลามิกชน ถือว่าฐานะของสุลต่านอยู่สูงที่สุดทางศาสนาและทางการเมืองการปกครอง สุลต่านจะ แต่งตั้งผู้พิพากษาทางศาสนา ซึ่งจะพิจารณาแต่คดีที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามและกฎหมายประเพณีในเรื่องที่เกี่ยวข้องทางด้านศาสนาซึ่งขึ้นอยู่กับกรมกิจการศาสนา

สถาบันพระมหากษัตริย์ของประเทศมาเลเซีย นั้นมีส่วนสำคัญในการเป็นศูนย์รวมจิตใจของ
ผู้คนในประเทศโดยประเทศมาเลเซียจะมีการเลือกตั้งกษัตริย์พระองค์ใหม่ทุกๆ 5 ปี จากสุลต่าน
ผู้ปกครองแต่ละรัฐ และกษัตริย์จะเป็นต้นแบบหรือแนวทางการดำเนินชีวิตให้ไปสู่ความสำเร็จตามหลัก
ศาสนาอิสลาม โดยเป็นผู้ดำเนินการประกอบศาสนกิจต่างๆ

ตัวอักษรและภาษาทางการของมาเลเซียนั้นจะใช้ ภาษามาเลย์ หรือ ภาษามลายู ที่สื่อสารโดยชน
ชาติมลายูซึ่งเป็นชนพื้นเมืองของคาบสมุทรมลายู ทางใต้ของประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ และ
บางส่วนของเกาะสุมาตรา

ประเพณี มีหลากหลายเป็นอย่างมากเนื่องจากประเทศมาเลเซียประกอบขึ้นด้วยหลากหลายชาติ
พันธุ์ จึงมีประเพณีที่แตกต่างกันในแต่ละรัฐของประเทศ แต่มีประเพณีที่ความคล้ายคลึงกันคือประเพณี
ที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามเช่น การละหมาด เป็นการปฏิบัติศาสนกิจอย่างหนึ่งในศาสนา
อิสลาม

ศิลปะและงานฝีมือของมาเลเซียมีสีสันสดใสและสวยงามไม่ต่างจากวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่หล่อ
หลอมจนเกิดเป็นศิลปะและหัตถกรรมเหล่านั้น ช่างฝีมือของมาเลเซียนำวัสดุชนิดต่าง ๆ มาผลิตเป็น
ชิ้นงานหลากหลายชนิด ตั้งแต่เสื้อผ้าไปจนถึงข้าว ศิลปะงานฝีมือของชาวมาเลเซียที่มีชื่อเสียงในระดับ
นานาชาติ ได้แก่ ผ้าถุงลายชายหาดสีสดใส และภาชนะโลหะ

สิ่งทอบางชนิดยังมีความสำคัญทางศาสนาอย่างลึกซึ้งอีกด้วย เช่น การทอผ้าปัวกัมบู (ผ้า
ศักดิ์สิทธิ์สำหรับใช้ในพิธี) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณ สถานะทางสังคมและศาสนาของสตรีชาวอิ
บันในซาราวัก เป็นต้น งานฝีมืออีกหนึ่งชนิดที่มีชื่อเสียง คือ ลานูชายอง หรือเหยือกดินเผาสีดำเคลือบ
เงา

วัฒนธรรมของชาวมาเลเซียจะให้ความสำคัญแก่ผู้อาวุโสกว่าทั้งวัยวุฒิและคุณวุฒิ นักธุรกิจ
หลายคนจะมีชื่อตำแหน่ง อาทิ ตันศรี (Tan Sri) หรือ ดาโต๊ะ (Dato) นำหน้าชื่อเพื่อเป็นการให้เกียรติ
บุคคล นอกจากนี้ยังมักจะมีการพูดถึงวงศ์ตระกูลในการแนะนำตัวอีกด้วยในมาเลเซีย ผู้ชายจะใช้คำ
นำหน้าว่า "Encik" และผู้หญิงจะใช้คำว่า "Cik" สำหรับผู้ที่ยังไม่แต่งงาน และ "Puan" สำหรับผู้หญิงที่
แต่งงานแล้ว และในงานที่เป็นทางการต่างๆ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของรัฐต่างๆ ในมาเลเซียตะวันตก

1. รัฐเปอร์ลิส : ภูมิทัศน์แห่งเมืองเหนือ

เป็นรัฐที่เล็กที่สุดของมาเลเซียซึ่งมีพื้นที่เพียง 795 ตารางกิโลเมตร ทิศเหนือมีเขตติดต่อกับประเทศไทยและทิศใต้ติดต่อกับรัฐเคดาห์ มีเมืองคังการ์ (Kangar) เป็นเมืองหลวง ส่วนเมืองเอรา (Arau) ที่อยู่ห่างออกไป 10 กิโลเมตร เป็นเมืองราชวงศ์

ด้วยอิทธิพลของเกษตรกรรม เปอร์ลิสจึงมีความมั่งคั่งที่ยังบริสุทธิ์ผุดผ่อง ด้วยผืนนาข้าวเขียวขจี แผ่กว้างสุดตาสดด้วยภูเขาหินปูน รัฐแห่งนี้มีฤดูแล้งที่น่าชื่นใจกินเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเมษายน ส่วนเดือนกันยายนถึงธันวาคม เป็นช่วงเวลาของฤดูฝนอันชุ่มฉ่ำ

เมืองสำคัญของรัฐได้แก่ คังการ์ อาเรา กัวลาเปอร์ลิส (Kuala Perlis) และปาดัง เบซาร์ (Padang Besar) เมืองกัวลา เปอร์ลิส เป็นที่ตั้งของท่าข้ามปากที่สำคัญสำหรับการเดินทางสู่เกาะลังกาวิ (Langkawi) อันโด่งดัง ส่วนเมืองปาดัง เบซาร์ เป็นจุดผ่านแดนหลักสำหรับผู้เดินทางรถไฟสู่มณฑลชายฝั่งทะเลมาเลเซีย

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ เมืองคังการ์และมัสยิดเมืองหลวงของรัฐเปอร์ลิส, เมืองราชวงศ์ของรัฐเปอร์ลิส, ทะเลสาบตาสิก เมลาที, กัวลา เปอร์ลิส , ถ้ำหินปูนกัว เคล้ม และ ฟาร์มงู เป็นต้น

2. รัฐเคดาห์ : ชามข้าวของมาเลเซีย

อยู่ระหว่างรัฐเปอร์ลิสทางตอนเหนือ และรัฐเปรัก ในตอนใต้ มีสถานะเป็นหนึ่งในรัฐทางเหนือของเขตชายฝั่งมาเลเซีย มีพื้นที่ทั้งหมด 9,425 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรมากกว่า 1.5 ล้านคน ด้วยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม เคดาห์จึงมีลักษณะแบบชนบทที่ให้สีสันหลากหลายเกิดขึ้นอยู่กับฤดูกาลของการเพาะปลูกข้าว ในเขตชานเมืองจะมองดูเขียวขจีที่สุดในช่วงต้นข้าวเริ่มเติบโต ก่อนจะเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทองในฤดูเก็บเกี่ยว และกลายเป็นสีน้ำตาลเหมือนสีผืนดิน หลังจากเสร็จสิ้นการเก็บเกี่ยว อาจมีหลายสิ่งซุกซ่อนอยู่เบื้องใต้ผืนนาข้าวที่แผ่กว้าง เพราะเคดาห์เคยเป็นต้นกำเนิดของ

อารยธรรมเก่าแก่ซึ่งเพิ่งปรากฏสู่สายตา จากการขุดค้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป ตามแหล่งขุดค้นทางประวัติศาสตร์ภายในรัฐ ละฮอร์ สตาร์ คือเมืองหลวง ซึ่งเป็นที่ตั้งของที่ทำการรัฐบาล และที่พำนักของราชวงศ์ เมืองแห่งนี้ เป็นศูนย์กลางการค้าเช่นเดียวกับเกาะลังกาวิที่อยู่ภายใต้อำนาจของเคดาห์ นอกจากนี้ยังมีเมือง กูบัง ปาซุ (Kuubang Pasu) , ปาดัง เตรีป (Padang Terap) , โกตา สตาร์ (Kota Star) , ซิก (Sik) , ยัน (Yan) , กัวลา มูดา (Kuala Muda) , บาลิง (Baling) , กุลิม (Kulim) , บันดาร์ บาฮารู (Bandar Baharu) และ เป็นดิง (Pendang)

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ เมืองละฮอร์ สตาร์เมืองหลวงของรัฐเคดาห์, บาไล เบซาร์, บาไล โนบาท, พิพิธภัณฑ์แห่งรัฐ, สถานที่กำเนิดของ ดร.มหาธีร์ โมฮัมหมัด, มัสยิดชาฮีร์ และ ป้อมกัวลา เคดาห์ เป็นต้น

3. รัฐปีนัง : ไข่มุกแห่งตะวันออก

รัฐปีนัง ถูกกล่าวถึงเสมอในนามไข่มุกแห่งตะวันออก ในฐานะเมืองที่มีความสวยงาม และโรแมนติกที่สุดเมืองหนึ่งของภาคตะวันออก ชื่อของปีนังมาจากคำว่า ปีนัง (Pinang) แปลว่า ต้นหมาก ซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นต้นไม้ที่พบมากในเกาะแห่งนี้ ปีนัง ได้รับการสถาปนาให้เป็นที่มั่นทางการค้าของอังกฤษเมืองแรก ในภูมิภาคตะวันออกไกล เมื่อปี 1786 ทุกวันนี้ ปีนัง กลายเป็นเมืองขนาดใหญ่ที่ผสานเอาวัฒนธรรมสองซีกโลกไว้ด้วยกันอย่างแยกไม่ออก มันกลายเป็นเสน่ห์ที่หลากหลายที่ดึงดูดใจ

รัฐปีนัง ประกอบไปด้วยเกาะปีนัง และแผ่นดินที่มีความยาวซึ่งรู้จักในนาม Seberang Parai (ในอดีตคือ จังหวัด Wellesley) เชื่อมโยงพื้นที่สองส่วนไว้ด้วยสะพานปีนัง ซึ่งเป็นสะพานที่ยาวที่สุดในภูมิภาคเอเชีย ด้วยความยาว 13.5 กิโลเมตร และนอกจากสะพานปีนัง ซึ่งเป็นทางเชื่อมสายหลักแล้ว ยังสามารถเดินทางสู่เกาะปีนังโดยใช้บริการเรือข้ามฟากได้อีกด้วย

ปีนัง ยังเป็นจุดหมายสำหรับนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นตลาดของใหม่ หรือของสะสมโบราณ นักท่องเที่ยวสามารถมองหาสินค้าในราคาที่น่าพึงพอใจ สินค้าที่ได้รับความนิยมอย่าง กล้องถ่ายรูป อุปกรณ์ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ เสื้อผ้า บาติก ของที่ระลึก ของเก่า และของสะสม รวมทั้งของกระจุกกระจิก มีให้เลือกซื้ออย่างจุใจ เกาะแห่งนี้ยังโด่งดังเรื่องอาหารชั้นเลิศของภูมิภาค ได้เรื่องมาตั้งแต่อาหารต้นตำหรับ Nyonya ไปจนถึงอาหารจานโปรดแบบพื้นเมือง ที่หารับประทานได้ง่ายตามร้านข้างทาง อย่าง นาซี กันดาร์ (Nasi Kandar) ชาร์ ก้วยเตี้ยว (Char Kway Teaow) หรือปีนัง ลักซา (Penang Laksa) และว่ากันว่ารสชาติอาหารที่ว่าทั้งหมดนั้น ช่างแตกต่างกันและหลากหลายกว่าที่พบในรัฐอื่นๆ ของมาเลเซียอย่างสิ้นเชิง

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ คอมตาร, เค็ก ลก ซี, ปีนัง เพรานากาน แมนชั่น, พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสงขลา, สวนเครื่องเทศเขตร้อน, อุทยานแห่งชาติปีนัง และ หาดบันไต เคราชุด เป็นต้น

4. รัฐกลันตัน : แหล่งกำเนิดวัฒนธรรม

กลันตัน ดารุล นาอิม (Kelantan Darul Naim) เป็นหนึ่งในรัฐที่ตั้งอยู่บนพื้นที่เหนือสุดของแหลมมาเลเซีย มีพื้นที่ 14,920 ตารางกิโลเมตร โดยทิศตะวันออกเฉียงเหนือติดประเทศไทย ทิศตะวันตกติดทิสเปร์ก ทิศตะวันออกติดตรังกานู และทิศใต้ติดรัฐปาหัง มีเมืองหลวงชื่อ โกตาบารู (Kota Bharu) และมีเมืองสำคัญ ได้แก่ บาเจาะ ปาเซอรูปุเต๊ะ ตานะห์เมระห์ ตุมปัต และกัวมูซัง

กลันตันนับเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ เนื่องจากมีชายหาดที่สวยงาม มีมรดกทางวัฒนธรรมหลากหลาย และขึ้นชื่อในเรื่องงานฝีมือ และไม้แกะสลัก ในกลันตัน ผู้หญิงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ และเป็นหลักในการผลิตงานฝีมือ เรียกได้ว่าทั้งเครื่องเงิน ตะกร้าและผ้าต่างๆ จากกลันตันเป็นงานฝีมือชั้นยอดที่ไม่เป็นสองรองใครในมาเลเซียอย่างแน่นอน โดยธรรมชาติแล้วดูเหมือนว่าชาวกลันตันจะชอบสิ่งของที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากทุกอย่างล้วนมีขนาดใหญ่หมดไม่ว่าจะเป็นว่าว ลูกข่าง หรือกลองที่เรียกว่าเรบานา อุบี (Rebana Ubi)

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติแห่งรัฐกลันตัน, หาดบันไต ซาฮายา บูตัน และ กัวลาเกาะห์ เป็นต้น

5. รัฐตรังกานู : ดินแดนหาดสวรรค์

เมืองตรังกานู ดารุล อิมาน (Terengganu Darul Iman) ครอบคลุมพื้นที่กว่า 12,955 ตารางกิโลเมตร พร้อมด้วยประชากรกว่าล้านคน มีพื้นที่ติดทิศเหนือติดรัฐกลันตัน และติดกับรัฐปาหังทางทิศใต้ และตะวันตกเฉียงใต้

ดินแดนแห่งหาดทรายแห่งนี้มีพื้นที่ชายฝั่งยาวถึง 240 กิโลเมตร โดยหันหน้าออกไปทางทะเลจีนใต้ มีการทำประมงเป็นอาชีพหลัก และมีเมืองหลวงชื่อว่ากัวลาตรังกานู และเช่นเดียวกับกลันตัน รัฐตรังกานูเป็นอีกรัฐหนึ่งที่มีวัฒนธรรมมาเลย์อยู่เต็มเปี่ยม และยังมีกิจกรรมพื้นเมืองเช่น การเล่นว่าว เล่นลูกข่าง และทำผ้าบาติกให้เห็นโดยทั่วไป

ตรังกานูนับเป็นแดนสวรรค์สำหรับผู้ที่ยื่นชอบชายหาด เนื่องจากจุดเด่นของที่นี่ก็คือ หาดทราย เต่ามะเฟือง และหมู่เกาะเปอร์ฮันเดียน (Perhentian Island) ซึ่งล้อมรอบไปด้วยน้ำทะเลสีน้ำเงินใส สำหรับเต่ามะเฟืองนั้น จะมาพักที่ชายหาดของตรังกานูปีละครั้ง จากเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกันยายน ซึ่งส่วนใหญ่และจะพบได้ที่หาด Rantau Abang

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ พระราชวังสุลต่าน, พิพิธภัณฑ์แห่งรัฐตรังกานู, มัสยิด เต็งกู เต็งกะห์ ซาฮาร่า และ หมู่บ้านชาวประมง เป็นต้น

6. รัฐมะละกา : เมืองแห่งประวัติศาสตร์

มะละกาถูกค้นพบโดยเจ้าชายนามว่า Parameswara ในขณะที่พระองค์ทรงเดินทางลี้ภัยจากนั้นก็เติบโตจนกลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ระหว่างตะวันตก และตะวันออก สินค้าสำคัญเป็นต้นว่า เครื่องเทศ ทองคำ ผ้าไหม ชา ผืน ยาสูบ และน้ำหอม กลายเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจ บรรดานักล่าอาณานิคมชาวตะวันตก อันเป็นผลให้ต่อมามะละกา ตกไปอยู่ใต้อาณัติของโปรตุเกส คัตซ์ และอังกฤษตามลำดับ ในบางส่วนของเมืองยังคงทิ้งร่องรอยแห่งวันในอดีตผ่านอาคารเก่าแก่ และสถาปัตยกรรมอื่นๆ ซึ่งบรรดาผู้ที่เคยครอบครองแผ่นดินแห่งนี้ ได้ทอดทิ้งไว้ให้เป็นอนุสรณ์ของเรื่องราวที่เคยเกิดขึ้นในอดีตเมื่อนานมาแล้ว

ชนพื้นเมืองคือภาพสะท้อนของการผสมผสานทางวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี พวกเขาถ่ายทอดออกมาด้วยขนบประเพณี การแสดงออกทางวัฒนธรรม ไปจนถึงรายการอาหารนำลิ้มลองมากมาย แหล่งท่องเที่ยวทั่วไป อาทิ นิคมโปรตุเกส อาคารที่ว่าการแบบคัตซ์ Porta de Santiago และบ้านแบบ Baba – Nyony ซึ่งพบเห็นได้บริเวณใจกลางเมือง

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ภูเขาเงินและบ่อน้ำของเจ้าหญิงอัง ลี โป, มินิ มาเลเซีย พาร์ค, พิพิธภัณฑ์ทางทะเล และ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ Hang Tuah เป็นต้น

7. รัฐยะโฮร์ : ประตูกู่ภาคใต้

ยะโฮร์ เป็นรัฐใต้สุดของคาบสมุทรมลายูเซีย ประกอบด้วย 9 เขต ปกครองได้แก่ Jahor Bahru, Pontian, Batu Pahat, Muar, Mersing, Kota Tinssi, Kluang และ Segamat ในขณะที่ยะโฮร์มีชายฝั่งที่ยาวเหยียดคลี่ปีกต่อกับแหลมมะละกาทางทิศตะวันตก และทะเลจีนใต้ทางทิศตะวันออก

ทัศนียภาพเต็มไปด้วยพื้นที่เพาะปลูก สัตว์ประรด ยางพารา มะพร้าว และสวนปาล์ม แทรกตัวโดยหมู่บ้านเล็กๆ ทั้งบนภาคพื้นและหมู่บ้านชาวประมงชายทะเลที่มีเสน่ห์แตกต่างกันไป

สภาพทั่วไปของรัฐแห่งนี้คงไว้ซึ่งสภาพสวยงามธรรมชาติ มีหาดทรายสีทองยาวเหยียด และน้ำทะเลใสราวกระจก เหมาะแก่การดำน้ำชมปะการัง ทั้งยังมีอุทยานแห่งชาติและพื้นที่สงวนมากมายให้ผู้รักธรรมชาติได้เพลิดเพลิน เช่น อุทยานแห่งชาติ Endau – Rompin National Park ซึ่งตั้งอยู่ตรงรอยต่อระหว่างรัฐ Johor และ Pahang ซึ่งเป็นสถานที่หนึ่งซึ่งจะสร้างความประทับใจไม่รู้ลืมกับผู้มาเยือน

รัฐแห่งนี้ยังเป็นแหล่งกำเนิด และที่อยู่อาศัยของสัตว์หายากหลากหลายพันธุ์ รวมทั้งแรด สอนอ กูเา และชั้นหินที่ประเมินอายุย้อนไปได้นับ 250 ล้านปี และยะโฮร์ยังมีสนามกอล์ฟมากมายที่ได้ชื่อว่าเป็นสนามที่ดีที่สุดในประเทศอีกด้วย

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ พิพิธภัณฑ์อนุบับกร, บังกูนั้น สุลต่าน อิบราฮิม, ศูนย์หัตถกรรมยะโฮร์, เกาะพูเลา ชินู, ปูเลา, อุทยานแห่งชาติเอ็นเดา – โรมปิน และ น้ำตกโกตา ดิงกิ เป็นต้น

8. รัฐเปรัก : รัฐสีเงิน

จากศูนย์กลางอันแสนวุ่นวายอย่างเซลังอร์ มุ่งหน้าไปทางทิศเหนือสู่เปรัก ทัศนียภาพจะค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไปจากชุมชนเมือง สู่ทิวทัศน์กว้างไกล และพื้นที่เกษตรกรรมที่พบเห็นได้ทั่วไป อีกทั้งพื้นที่เพาะปลูกสวยงาม และพืชพันธุ์เกษตรเขียวจีติดกับพื้นที่ป่า และเทือกเขาหินปูนมากมายที่อยู่เบื้องหลัง

แต่ละพื้นที่ในเปรัก มีความโดดเด่น สวยงาม และประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ทั้งยังเพียบพร้อมไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมถึงสถาปัตยกรรมแก่สไตลส์อังกอล มาเลย์ และคฤหาสน์หลังงามแบบจีน อาคารโคโลเนียล ถ้ำหินปูนดึกดำบรรพ์ วัด และวิหาร หรือเนินเขาที่มีทัศนียภาพแสนสวย เป็นต้นว่า นูกิต ลารุต (Bukit Larut) หรือ Maxwell Hill นักท่องเที่ยวที่ช่างสังเกตอาจค้นพบความแตกต่างระหว่างวิถีชีวิตของที่นี่ กับภาคกลาง ในขณะที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมือง แต่ก็ยังมีความสงบ และ เปรักได้ชื่อว่าเป็นศูนย์รวมอาหารรสเลิศติดอันดับต้นๆ ของภูมิภาค และมีผู้คนที่สำคัญรผ่านมามากแวะชิมอาหาร ทั้งจากร้านที่เปิดให้บริการมากมาย และศูนย์รวมอาหารภายในรัฐอยู่เป็นนิ

เปรี๊คมี่พื้นที่ชายฝั่งตะวันตกติดกับแหลมมะละกา และไม่ไกลจากชายฝั่ง ก็มีเกาะแก่ง ชายหาด ที่ใกล้ที่สุดเห็นจะเป็นเกาะปังกอร์ เกาะแห่งนี้มีความโดดเด่นและแตกต่าง อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ผ่านกิจกรรมมากมาย ทั้งยังเต็มไปด้วยหาดทรายที่สวยงามอีกมาก

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ปังกอร์ ลาอูต , มัสยิดอาบูดีอาห์ , ศูนย์เพาะพันธุ์เทอร์ราปิน , ไทปิง , เกาะแบนดิ่ง , ปราสาทเคลลี , พิพิธภัณฑ์ริดชวาน , กัว เทมปุรง และ สถานีรถไฟอิโปร์

9. รัฐปาหัง : ผจญภัยไปตามเส้นทางอันท้าทาย

ปาหัง เป็นรัฐที่ใหญ่ที่สุดในแหลมมาเลเซีย ด้วยพื้นที่รวม 35,960 ตารางกิโลเมตร และมีแนวชายฝั่งยาวประมาณ 206 กิโลเมตร ในชายฝั่งตะวันออกโดยมีเมืองกวนตันเป็นเมืองหลวง และเมือง Pekan ซึ่งห่างจากกวนตันประมาณ 45 กิโลเมตรเป็นเมืองแห่งราชวงศ์ รัฐปาหังมีประชากรมากกว่าหนึ่งล้านคน และทอดตัวยาวครอบคลุมแม่น้ำยาวที่สุดในมาเลเซีย คือแม่น้ำสุโหลงปาหัง และภูเขาที่สูงที่สุดกว่า 2,187 เมตร ชื่อว่า Gunung Tahan

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ เก็นดิง ไฮแลนด์ , คาเมรอน ไฮแลนด์ , หุบเขาเฟรเซอร์ฮิลล์ , อุทยานแห่งชาติเอ็นเดรอมปิน , ตามันเนการา , พูเลาทีโอมัน , กวนตัน และ เดลก เชมพาดัก เป็นต้น

10. รัฐเซอลังงอร์ : หัวใจของคาบสมุทร

เป็นรัฐที่มีการพัฒนาไปไกลที่สุดเมื่อเทียบกับบรรดารัฐอื่นๆ ในประเทศมาเลเซีย รัฐแห่งนี้ตั้งอยู่ทางซ้ายของฝั่งตะวันตกของคาบสมุทร ประกอบด้วย 9 เขตปกครอง มีพื้นที่ประมาณ 125,000 ตารางกิโลเมตร แม้ว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ของรัฐนั้นจะพัฒนาอย่างก้าวหน้า แต่ทว่ายังคงพื้นที่สีเขียวซึ่งนับได้ตั้งแต่ป่าโกงกางริมชายฝั่งไปจนถึงป่าในเขตร้อนชื้น เมืองหลวงของรัฐแห่งนี้คือ ซาห์ อลาม (Shah Alam) ซึ่งเป็นที่พำนักของเจ้าผู้ครองนครเช่นกัน ในปี 1974 กัวลาลัมเปอร์และพื้นที่โดยรอบถูกยกให้กับผู้ปกครองสมาพันธรัฐเพื่อการก่อตั้งดินแดนสมาพันธรัฐแห่งกัวลาลัมเปอร์

รัฐแห่งนี้ยังเป็นที่ตั้งของสนามบินนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ (KLIA) ซึ่งอยู่ในเขตเมืองเซปัง (Sepang) ถือได้ว่าเป็นประตูสู่มาเลเซียเซอลังงอร์ยังมีท่าเรือที่ใหญ่และสำคัญที่สุด คือ ท่าเรือกลาง (Port Klang) ซึ่งตั้งอยู่ชายฝั่งด้านตะวันตกของคาบสมุทรในเขตชายฝั่งทะเลกลาง

มีขนาดประมาณเดียวกับเมืองหลวงคือ กัวลาลัมเปอร์ มีบทบาทและความสำคัญทั้งในเชิงการค้าและการปกครอง หน่วยงานราชการมากมายตั้งอยู่ตรงหน้าด้านของรัฐ โครงการสำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้น ในช่วงปัจจุบันรวมถึงสนามบินนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ และมัลดีมีเดียชูปเปอร์คอร์ริดอร์ รวมทั้งศูนย์กลางเทคโนโลยี รัฐแห่งนี้มีจำนวนสถาบันการศึกษาระดับสูงมากที่สุดในซันยังเพียบพร้อมด้วยระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างที่พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ในขณะเดียวกัน ก็ยังคงเสน่วิวถีชีวิตแบบดั้งเดิมเอาไว้ไม่เสื่อมคลายและยังเป็นแหล่งจับจ่ายหลากหลายตั้งแต่ศูนย์การค้าทันสมัยไปจนถึงร้านค้าพื้นเมืองและตลาด

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ สนามแข่งรถนานาชาติเซปิง , พูลา เคตัม , โมริบ , กัมปุงกวนตัน , ถ้ำบาตู , สวนสนุกมายน์วันเคอร์แลนด์ , อนุสาวรีย์แห่งรัฐ และ สวนทะเลสาบซาห์ อลาน เป็นต้น

11. รัฐนศรีเซมบิลัน : ดินแดนแห่งความสงบ

อยู่ห่างจากกรุงกัวลาลัมเปอร์ไปประมาณ 50 กิโลเมตร ชื่อของรัฐแห่งนี้แปลความหมายได้ว่าเก้าเขต หรือเก้ารัฐ มีทัศนียภาพโดยรวมเป็นชนบทกำลังพัฒนา และปัจจุบันนี้กำลังแปรสภาพทางเศรษฐกิจเป็นระบบกสิกรรมผสมผสานอุตสาหกรรมในปริมาณที่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้ยังสามารถพบเห็นนิคมอุตสาหกรรมที่เพิ่มจำนวนขึ้นในช่วยหลายปีที่ผ่านมา มีชื่อเสียงและอิทธิพลจาก Mimangkabau เห็นได้ชัดจากการสร้างบ้านในชนบท และอาคารสำหรับราชการต่างๆ ชนชาวมินังกาบาวนั้นอพยพย้ายถิ่นฐานผ่านแหลมมะละกา จากเกาะสุมาตราเมื่อหลายศตวรรษที่ผ่านมา และบ้านของพวกเขามีจุดเด่นตรงหลังคาที่สาน ใ้เงอย่างกับเขาควย ตัวอย่างงานสถาปัตยกรรมเหล่านี้เห็นได้จากมัสยิดประจำรัฐ และอาคารผู้ว่าการรัฐ และคนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ในที่นี้ยังคงรักษากฎระเบียบสังคมแบบโบราณที่รู้จักกันในชื่อ “adat perpatih” ซึ่งก็คือการมอบอำนาจทั้งหมดไว้ที่รัฐแต่เพียงผู้เดียว

ในนี้มีหาดที่เหมาะแก่การท่องเที่ยวหลายหาด และสามารถเดินทางได้จากท่าเรือใกล้ๆกับตัวเมืองหลวงคือท่าเรือดิกสัน (Port Dickson) กิจกรรมนี้เป็นที่นิยมมากในวันหยุดสุดสัปดาห์ หากทว่านอกเหนือจากชายหาดนี้แล้วยังมีสิ่งน่าสนใจมากมายสำหรับทุกคน ตั้งแต่ผู้ที่ชื่นชอบเรื่องราวเชิงประวัติศาสตร์ไปจนถึงผู้ที่รักและหลงใหลธรรมชาติทีเดียว

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ พอร์ตดิกสัน , กอล์ฟคลับ และ ต้นหยงตวน

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของรัฐต่างๆ ในมาเลเซียตะวันออก

มาเลเซียตะวันออก (มลายู: Malaysia Timur) เป็นภูมิภาคหนึ่งของมาเลเซีย ตั้งอยู่ทางเหนือของ เกาะบอร์เนียว มีชายแดนติดต่อกับอินโดนีเซียและบรูไน และมีทะเลจีนใต้กั้นอยู่ระหว่างมาเลเซีย ตะวันออกและมาเลเซียตะวันตก มาเลเซียตะวันออกเป็นที่ตั้งของรัฐ ได้แก่ รัฐซาบาห์ รัฐซาราวัก

1. รัฐซาบาห์ : ดินแดนใต้สายลม

ซาบาห์ ได้ชื่อว่าเป็น “ดินแดนใต้สายลม” เนื่องจากมีพื้นที่ตั้งอยู่ใต้แนวพายุไต้ฝุ่น ซาบาห์ กินพื้นที่ฝั่งตะวันออกของบอร์เนียวเหนือ มีพื้นที่ครอบคลุมถึง 74,500 ตารางกิโลเมตร โดยติดทะเลจีน ใต้ในฝั่งตะวันตก และติดทะเลชูลู และ Calabes ในฝั่งตะวันออก และมีแนวชายฝั่งยาวประมาณ 1,440 กิโลเมตร

ซาบาห์เป็นเมืองภูเขา และเต็มไปด้วยป่าฝน เขตร้อนอันอุดมสมบูรณ์ มีประชากรเกือบ 2 ล้านคน ซึ่งมาจากเชื้อชาติที่ต่างกันถึง 32 เผ่าพันธุ์ด้วยกันและมีเมืองหลวงคือ โกตากินาบาลู ซึ่งตั้งอยู่บนที่ราบลุ่ม และเป็นจุดศูนย์กลางการค้าขาย และการปกครอง

โกตากินาบาลู นับเป็นประตูฝั่งตะวันออกของมาเลเซีย โดยมีเส้นทางอากาศเชื่อมตรงไปยัง บรูไน ฮองกง ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ อินโดนีเซียและไต้หวัน

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติคินาบาลู, ยอดเขาคินาบาลู, น้ำพุร้อน โพริง, เขตรักษาพันธุ์ลิงอูรงอูตัง เซพิลิก และ หาดตันจุง อารู เป็นต้น

2. รัฐซาราวัก : ดินแดนแห่งนกเงือก

บนชายฝั่งตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะบอร์เนียว ดินแดนแห่งนกเงือก แม่น้ำคเคเคียวและ พริกไทยเลื่องชื่อ กำลังดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปสัมผัสกับเขตป่าฝน อันอุดมสมบูรณ์ และวิถีชีวิต หลากรูปแบบของคนพื้นเมือง

ซาราวัก มีเขตชายแดนติดกับกาลีมันตัน ทางทิศใต้ และติดกับบรูไน และซาบารันทางเหนือ มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสอง ของมาเลเซีย ด้วยพื้นที่ 124,450 ตารางกิโลเมตร โดยแบ่งเป็นเก้าเขตปกครอง และมีเมืองกูชิงเป็นเมืองหลวง พื้นที่สองในสามของรัฐเป็นเขตป่าฝน

และประชากรรวม 1.7 ล้านคนจาก 23 ชนเผ่า ชาราวัคขึ้นชื่อในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และมีนกเงือกซึ่งเป็นสัตว์คุ้มครอง เป็นสัญลักษณ์ประจำรัฐ

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติบาโก, บาโก้ ซี สแต็ค , กูชิง , แม่น้ำเรจิง , หมู่บ้านวัฒนธรรมชาราวัค และ พิพิธภัณฑ์แห่งรัฐชาราวัค เป็นต้น

โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย

1. ระบบขนส่ง

1.1 ท่าเรือ

รัฐบาลมาเลเซียมีการพัฒนาท่าเรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าทางเรือ โครงการพัฒนาท่าเรือของมาเลเซียส่วนใหญ่แล้วเสร็จตั้งแต่ปี 2543 ซึ่งช่วยยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งทางทะเลได้มากขึ้น ทำให้ท่าเรือของมาเลเซียสามารถรองรับการขนส่งสินค้าทางเรือได้มากถึง 280 ล้านตัน และยังมีโครงการขยายท่าเรืออีกในอนาคต ปัจจุบันมาเลเซียมีท่าเรือนานาชาติทั้งสิ้น 7 แห่ง ได้แก่ Port Klang , Port of Tanjung Pelepas , Kuantan Port , Penang Port , Johor Port , Kemaman Port และ Bintulu Port

1.2 ท่าอากาศยาน

มาเลเซียมีท่าอากาศยานนานาชาติทั้งหมด 5 แห่ง ได้แก่

- 1) Kuala Lumpur International Airport อยู่ในรัฐสลังงอ บนแหลมมลายู
- 2) Penang International Airport อยู่บนเกาะปีนัง
- 3) Langkawi International Airport อยู่บนเกาะลังกาวิ
- 4) Kota Kinabalu International Airport อยู่ในรัฐซาบะห์ บนเกาะบอร์เนียว
- 5) Kuching International Airport อยู่ในรัฐซาราวัค บนเกาะบอร์เนียว

สำหรับท่าอากาศยาน Kuala Lumpur International Airport (KLIA) มีพื้นที่ 25,000 เอเคอร์ (6.25 หมื่นไร่) เป็นท่าอากาศยานแห่งชาติที่ใหญ่ที่สุดของมาเลเซีย อยู่บริเวณเซปิงในรัฐสลังงอ ห่างจากกัวลาลัมเปอร์ไปทางใต้ประมาณ 55 กิโลเมตร สามารถเดินทางด้วยรถยนต์บนทางหลวงพิเศษใช้เวลา

ไม่เกิน 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางการบินในประเทศ มีสายการบินในประเทศรองรับ เช่น Air Asia, Pelangi Air, Berjaya Air, Mofaz Air เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อปี 2541 รัฐบาลมีแผนให้ทำอากาศยานแห่งนี้สามารถขนส่งผู้โดยสารได้ปีละ 60 ล้านคน และขนส่งสินค้าได้ 3 ล้านตันภายในปี 2563 และมีแผนจะขยายการขนส่งผู้โดยสารให้ได้ปีละ 100 ล้านคน และขนส่งสินค้าได้ 6 ล้านตันในอนาคต นอกจากนี้ทำอากาศยานนานาชาติแล้ว ยังมีทำอากาศยานภายในประเทศอีก 16 แห่ง และสนามบินทางวิ่งสั้น (STOL Ports) อีก 18 แห่ง

1.3 ถนน

มาเลเซียมีระบบขนส่งทางถนนที่พัฒนาเป็นอย่างมาก เป็นหนึ่งในประเทศที่มีระบบโครงข่ายถนนก้าวหน้าที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีระยะทางทั้งสิ้น 66,000 กม. ถนนสายหลัก ได้แก่ North-South Expressway, East-West Highway, Lebuhraya Damansara-Puchong (LDP), New Klang Valley Expressway (NKVE) และ Federal Highway Route 2 ถนนในมาเลเซียสามารถใช้เป็นเครือข่ายเชื่อมโยงภาคเศรษฐกิจชนบทกับเมืองได้เป็นอย่างดี ในช่วงระหว่างปี 2528-38 มาเลเซียมีการก่อสร้างถนนเพิ่มขึ้นจาก 0.12 ก.ม./พื้นที่ 1 ตร.กม. เป็น 0.2 ก.ม./พื้นที่ 1 ตร.กม. หรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 67 ครอบคลุมทั่วประเทศ และเมื่อถึงปี 2543 มาเลเซียมีการก่อสร้างถนนยาว 0.25 ก.ม./พื้นที่ 1 ตร.กม.

1.4 รถไฟ

Keretapi Tanah Melayu Bhd. (KTMB) เป็นบริษัทเอกชนที่ดำเนินการขนส่งระบบรางในมาเลเซีย โดยรัฐบาลเป็นผู้ลงทุนในด้านโครงสร้างพื้นฐานกับตัวรถทั้งหมด และ KTMB ทำหน้าที่บริหารการเดินรถ รางรถไฟทั่วประเทศรวมระยะทาง 1,658 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีรถไฟชานเมืองจากเมือง Rasa -Seremban และเมือง Klang - Sentul และกำลังขยายเส้นทางเพิ่มเติมจากเมือง Rasa - Ipoh อีก 150 กิโลเมตร สำหรับรถไฟฟ้ามหานคร มีทั้งระบบรางคู่และรางเดี่ยว (โมโนเรล) ส่วนใหญ่รางรถไฟเป็นแบบ Meter Gauge ยกเว้นเส้นทางเชื่อมสนามบินจากกรุงกัวลาลัมเปอร์ถึง ทำอากาศยานกัวลาลัมเปอร์ (Airport Rail Link) เส้นทางเชื่อมสนามบินดังกล่าว ให้บริการ 2 รูปแบบ คือ Express Line ระยะทางจากต้นทาง-ปลายทาง ความเร็วสูงสุด 175 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ใช้เวลาเดินทาง 28 นาที และวิ่งทุก 10 นาที ให้บริการตั้งแต่ 05.00-24.00 น. รองรับผู้โดยสารราว 2.1 หมื่นคนต่อวัน ส่วน City Line จอดทุกสถานี ใช้เวลาเดินทาง 37 นาที วิ่งทุก 30 นาที ให้บริการตั้งแต่เวลา 05.00-01.00 น. ของวันต่อไป รองรับผู้โดยสารราว 7 พันคนต่อวัน และวางแผนจะขยายเพิ่มขึ้นในอนาคต

อนึ่ง รัฐบาลมาเลเซียร่วมกับสิงคโปร์อนุมัติโครงการสร้างรถไฟความเร็วสูง (Bullet-train) เชื่อมทั้งสองประเทศ ก่อสร้างโดยบริษัทในกลุ่ม YTL Corporation ของมาเลเซียกับบริษัท Siemens คาดว่าใช้งบประมาณ 2.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เริ่มก่อสร้างปลายปี 2550 แล้วเสร็จปลายปี 2552

2. ระบบโทรคมนาคม

มาเลเซียมีโครงสร้างระบบโทรคมนาคมทั้งสายโทรศัพท์และดาวเทียม เพื่อใช้ในการสื่อสารทั้งภายในและระหว่างประเทศ ช่วงครึ่งแรกของปี 2550 มีจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์พื้นฐานทั้งสิ้น 4.3 ล้านเครื่อง โทรศัพท์เคลื่อนที่ 20 ล้านเครื่อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84 ของจำนวนประชากรทั้งหมด สูงเป็นอันดับ 2 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากสิงคโปร์ และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 13.5 ล้านคน มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Providers : ISPs) 6 ราย โดยผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหลัก ได้แก่ TM Net มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 58 และ Jaring มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 23

เครือข่ายด้านโทรคมนาคมของมาเลเซียพัฒนารวดเร็วมาก ด้วยเทคโนโลยีของระบบดิจิทัล เส้นใยนำแสง WiMAX ทำให้การให้บริการระบบโทรคมนาคมมีประสิทธิภาพสูง คณะกรรมการกำกับกิจการโทรคมนาคมของมาเลเซียอนุญาตผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง WiMAX จำนวน 4 ราย ได้แก่ Bizsurf, MIB Comm, Redtone-CNX Broadband และ Asiaspace Dotcom บริษัทเหล่านี้คาดว่าจะลงทุนรวม 85.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงเวลา 3 ปีแรกของการเปิดให้บริการ ที่สำคัญรัฐบาลมีเป้าหมายให้สร้างเครือข่ายความเร็วสูง หรืออินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ครอบคลุมร้อยละ 75 ของประชากรทั่วประเทศให้ได้ภายในปี 2553

นอกจากนี้ รัฐบาลยังจัดตั้ง “ไซเบอร์จายา (Cyberjaya)” ซึ่งกล่าวได้ว่าเมืองแห่งโลกไซเบอร์ อยู่ทางใต้ของกรุง กัวลาลัมเปอร์และทางทิศตะวันตกของเขตปุตراجายา ตามโครงการ “Multimedia Super Lorrider” (MSC) เพื่อพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางด้านเทคโนโลยีระดับสูง มีการติดตั้งโครงข่ายโทรคมนาคมที่ทันสมัยระดับโลก และส่งเสริมการลงทุนด้าน Multimedia การค้นคว้าและวิจัย (R&D Centers) ปัจจุบันมีสำนักงานใหญ่ด้านปฏิบัติการของบริษัทจากทั่วโลกที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตหรือทำการค้าในมาเลเซีย

3. ระบบไฟฟ้า

ครัวเรือนของมาเลเซียฝั่งแหลมมลายูมีไฟฟ้าใช้ครบทุกครัวเรือน ขณะที่ในรัฐซาบฮามีไฟฟ้าใช้ประมาณร้อยละ 75 และซาราวัก ประมาณร้อยละ 80 ของครัวเรือน ตามลำดับ มาเลเซียมีกำลังการผลิตไฟฟ้าทั้งสิ้น 14 กิกะวัตต์ (GW) โดยร้อยละ 86 เป็นการผลิตไฟฟ้าพลังงานความร้อน อีกร้อยละ 14 เป็นการผลิตไฟฟ้าจากพลังน้ำ รัฐบาลได้ลงทุนกว่า 9.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น บริษัทที่ผลิตกระแสไฟฟ้าให้กับประชาชนในฝั่งแหลมมลายูคือ Tenaga Nasional Berhad (TNB) ผลิตไฟฟ้าโดยใช้พลังงานไอน้ำ และใช้เทคโนโลยีการผลิตไฟฟ้าที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาค สามารถผลิตไฟฟ้าได้อย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ ขณะที่ทางเกาะบอร์เนียวคือ บริษัท Sabah Electricity Sdn.Bhd. (SESB) และบริษัท Sarawak Electricity Supply Corporation (SESCO) ผลิตไฟฟ้าให้กับประชาชนในรัฐซาบฮ่าห์และซาราวัก

ปัจจุบันมาเลเซียมีการใช้เชื้อเพลิงแบบผสมผสาน โดยใช้ก๊าซธรรมชาติร้อยละ 79 และถ่านหินร้อยละ 21 ทั้งนี้ มาเลเซียพยายามเปลี่ยน โครงสร้างการผลิตไฟฟ้า จากการพึ่งพาก๊าซธรรมชาติมาใช้ถ่านหินมากขึ้น โดยมีเป้าหมายลดการใช้เชื้อเพลิงก๊าซธรรมชาติเหลือเพียงร้อยละ 20 ภายในปี 2563 อีกทั้งจะสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานถ่านหินถึงปีละ 19 ล้านตันภายในปี 2553 บริษัท การไฟฟ้าแห่งชาติมาเลเซีย (TNB) ได้ก่อสร้างโรงไฟฟ้าถ่านหินแมนจุงขนาดกำลังผลิต 2,100 เมกะวัตต์ ที่รัฐเปรัก ทางฝั่งตะวันตกของประเทศมาเลเซีย นับเป็นโรงไฟฟ้าแห่งใหม่ล่าสุดของมาเลเซีย เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาอุปสรรคในการจัดหาพื้นที่ในการก่อสร้างโรงไฟฟ้าบนแผ่นดินใหญ่ โดยมีการถมทะเลสร้างเกาะเทียมขึ้นมาชื่อ “เกาะแมนจุง” มีพื้นที่ประมาณ 830 เอเคอร์ เพื่อใช้ก่อสร้างโรงไฟฟ้า ถ่านเก็บถ่านหิน และสถานีลำเลียงถ่านหิน ปัจจุบันสถานีแห่งนี้จัดเป็นสถานีขนส่งถ่านหินขนาดใหญ่ และทันสมัยที่สุดในภูมิภาคอาเซียน ประกอบด้วยท่าเรือที่มีน้ำลึก 20 เมตร สามารถรองรับเรือบรรทุกถ่านหินขนาด 1.8 แสนตัน สามารถลำเลียงถ่านหินได้สูงถึง 6 เมตร และหากมีความต้องการถ่านหินเพิ่ม ก็ยังสามารถขนถ่ายได้ปริมาณสูงกว่า 25 เมตร นอกจากนี้ ยังมีโรงไฟฟ้าถ่านหิน ทีจี บิน ขนาดกำลังผลิต 2,100 เมกะวัตต์ และโรงไฟฟ้าจิหมาว อีก 1,400 เมกะวัตต์ ที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ ในปี 2553 อีกด้วย รัฐบาลมาเลเซียมีโครงการเชื่อมต่อสถานีไฟฟ้าบนเกาะบอร์เนียวกับฝั่งมลายูเข้าด้วยกันด้วยสายเคเบิลใต้ทะเล รวมระยะทางประมาณ 700 กม. มูลค่า 2,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แล้วเสร็จภายในปี 2555 ซึ่งหากดำเนินการเสร็จจะสามารถส่งกระแสไฟฟ้าได้ 5,000 กิโลวัตต์ โดยจะนำไฟฟ้าจากพลังน้ำมาใช้ตามนโยบายของรัฐบาล ที่ต้องการกระจายแหล่งพลังงานไปสู่พลังงานรูปแบบอื่น ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

4. ระบบประปา

สำหรับการผลิตน้ำประปาอยู่ในความรับผิดชอบของแต่ละรัฐ น้ำประปาที่ผลิตได้มีความสะอาดภายใต้มาตรฐานของ World Health Organization (WHO) ซึ่งต้นทุนค่าน้ำจะแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีปริมาณมากขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ.2550-2554 พบว่าปีพ.ศ.2550 ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยจำนวน 20.9 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 24.7 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 18.18 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.63 ต่อปี โดยมีรายรับจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเช่นกันตั้งแต่ปีพ.ศ.2550-2554 ซึ่งมีรายรับจากนักท่องเที่ยวในปีพ.ศ.2550 เท่ากับ 46.10 พันล้านริงกิต เพิ่มขึ้นเป็น 58.30 พันล้านริงกิต หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.46

ตารางที่ 12 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายรับจากนักท่องเที่ยวประเทศไทยปีพ.ศ.2550-2554

ปีพ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)	รายรับจากนักท่องเที่ยว (พันล้านริงกิต)
2550	20.9	46.1
2551	22.0	49.6
2552	23.6	53.4
2553	24.6	56.5
2554	24.7	58.3

ที่มา : Tourism Malaysia (2554)

เมื่อพิจารณาประเภทของนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศ พบว่า ในปี 2554 มีนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากประเทศอินโดนีเซีย ไทย สาธารณะประชาชนจีน บรูไน อินเดียน ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และฟิลิปปินส์ (ดังตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 อันดับนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย
ปีพ.ศ.2550-2554

อันดับ	ปี พ.ศ.				
	2550	2551	2552	2553	2554
1	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore
2	Indonesia	Indonesia	Indonesia	Indonesia	Indonesia
3	Thailand	Thailand	Thailand	Thailand	Thailand
4	Brunei	Brunei	Brunei	Brunei	Brunei
5	China	China	China	China	China
6	India	India	India	India	India
7	Japan	Japan	Australia	Australia	Australia
8	Philippine	Philippine	Philippine	Philippine	United Kingdom
9	South Korea	South Korea	United Kingdom	United Kingdom	Japan
10	America	America	Japan	Japan	Philippine

ที่มา : Tourism Malaysia (2011)

สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีมูลค่าสูงขึ้นในปี พ.ศ.2552-2553 จาก 53,367.70 ล้านริงกิต เพิ่มขึ้นเป็น 56,492.50 ล้านริงกิต หรือคิดเป็นร้อยละ 5.09 โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าที่พักมากที่สุด รองมาคือ ค่าซื้อของที่ระลึก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเดินทางในประเทศ ค่าเที่ยวชมสถานที่ ค่าตัวเครื่องบินภายในประเทศ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง และค่าเบ็ดเตล็ด ตามลำดับ (ดังตารางที่ 14)

จำนวนโรงแรมในประเทศมาเลเซียในปี พ.ศ.2554 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,707 แห่ง มีอัตราการขยายตัวจากปี พ.ศ.2553 คิดเป็นร้อยละ 14.36 พบว่าโรงแรมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเมือง Sabah จำนวน 365 แห่ง ตั้งอยู่ทางมาเลเซียตะวันออกซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ และเส้นทางอากาศเชื่อมตรงไปยังประเทศต่างๆ ได้แก่ บรูไน ฮองกง ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ อินโดนีเซียและไต้หวัน ส่วนเมืองที่มีจำนวนโรงแรมน้อยที่สุดคือเมือง Putrajaya ซึ่งกำลังพัฒนาให้กลายเป็นศูนย์กลางการบริหารประเทศในอนาคต เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเข้าพักโรงแรมในรัฐต่างๆพบว่า ในปี พ.ศ.2554 มีนักท่องเที่ยวเข้าพักในเมือง Pahang มากที่สุด โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 79.1 และรัฐที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักน้อยที่สุดคือเมืองPerlis โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 37.1 (ดังตารางที่ 15)

ตารางที่ 14 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศมาเลเซีย จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย ปี พ.ศ.2552-2553

ประเภทการใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (ล้านริงกิต)		
	ปีพ.ศ. 2552	ปีพ.ศ. 2553	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
ค่าที่พัก	16,573.80	17,343.20	4.60
ค่าซื้อของที่ระลึก	15,103.10	16,213.30	7.40
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	9,290.50	9,716.70	4.60
ค่าเดินทางในประเทศ	5,253.10	5,423.30	3.20
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	1,594.00	1,751.30	9.90
ค่าตัวเครื่องบินภายในประเทศ	2,274.70	2,257.70	-0.70
ค่าที่เข้าชมสถานที่	2,271.00	2,429.20	7.00
ค่าเบ็ดเตล็ด	1,007.50	1,355.80	34.60
รวม	53,367.70	56,492.50	5.09

ที่มา: Tourism Malaysia (2011)

ตารางที่ 15 สถิติข้อมูลที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปีพ.ศ.2551-2553

รายการ	ปี พ.ศ.			อัตราการเปลี่ยนแปลง 2551/2552	อัตราการเปลี่ยนแปลง 2552/2553
	2551	2552	2553		
การใช้จ่ายทั้งหมดเฉลี่ยต่อคน (ริงกิต)	2,247.70	2,256.70	2,298.60	0.40%	1.80%
การใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน (ริงกิต)	351.20	336.80	336.00	-4.10%	-0.20%
จำนวนโรงแรมทั้งหมด (แห่ง)	2,373.00	2,373.00	2,367.00	-	-0.30%
จำนวนห้องพักทั้งหมด (ห้อง)	165,790.00	168,844.00	168,497.00	1.90%	-0.20%
อัตราการเข้าพักโรงแรม (ร้อยละ)	66.30%	60.90%	59.30%	-5.40%	-1.60%
ระยะเวลาในการเข้าพัก (คืน)	6.4 คืน	6.7 คืน	6.8 คืน	0.30%	0.10%

ที่มา: Tourism Malaysia (2011)

ตารางที่ 16 จำนวนโรงแรมแยกตามเมืองต่างๆในประเทศมาเลเซียปีพ.ศ.2553-2554

เมือง	โรงแรม (แห่ง)		อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	
	ปีพ.ศ.2553	ปีพ.ศ.2554	ปีพ.ศ.2553	ปีพ.ศ.2554
Kuala Lumpur	236	260	66.9	68.6
Putrajaya	4	4	67.5	65.8
Selangor	130	255	62.7	66.2
Perak	192	216	47.5	47.2
Pulau Pinang	122	145	60.2	63.5
Kedah	154	189	49.6	51.5
Perlis	15	16	40.9	37.1
Kelantan	79	106	51.8	39.0
Terengganu	157	137	42.8	42.5
Pahang	298	292	76.6	79.1
Johor	266	234	54.5	52.0
Melaka	122	163	59.1	60.8
Negeri Sembilan	77	80	37.0	40.6
Sabah	213	326	56.2	58.8
Labuan	25	27	75.3	65.6
Sarawak	277	257	54.4	53.3
Total	2,367	2,707	59.3	60.6

ที่มา : Tourism Malasia (2554)

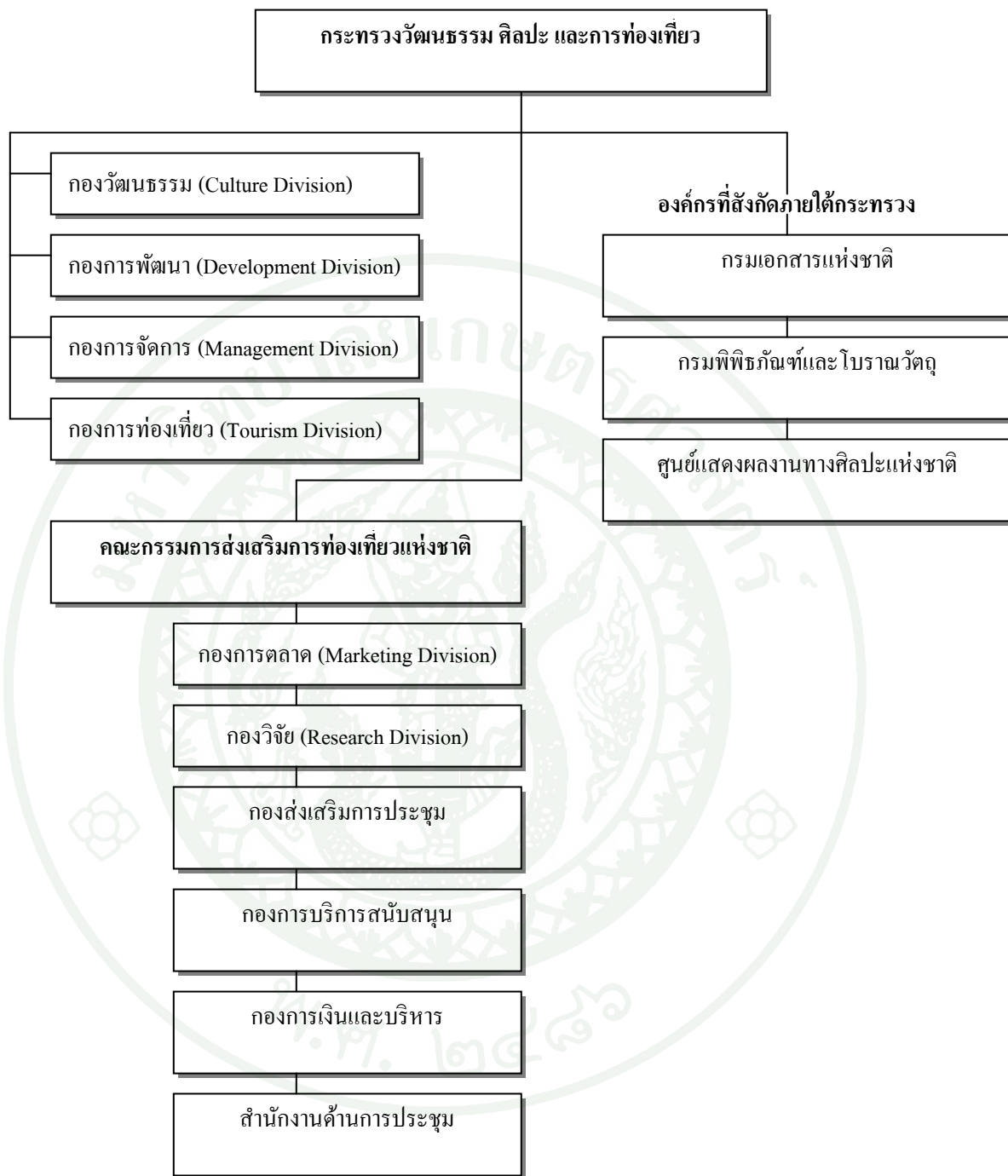
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย

การท่องเที่ยวของมาเลเซียได้มีการก่อตั้ง “The Tourist Development Corporation of Malaysia (TDC) ขึ้นเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Ministry of Trade and Industry) ซึ่งต่อมารัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวมากขึ้น จึงได้จัดตั้ง “คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ” (Malaysia Tourism Promotion Board: MTPB) สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ศิลปะ และการท่องเที่ยว (Ministry of Culture, Arts and Tourism) ซึ่งมุ่งเน้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซียทั้งในระดับนานาชาติและภายในประเทศ

สำหรับหน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวแห่งชาติของมาเลเซียจะเป็นรูปแบบ 2 องค์กร โดยมีการแยกหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการพัฒนา ออกจากงานทางด้านการตลาด โดยมีกระทรวงวัฒนธรรม ศิลปะและการท่องเที่ยว (Ministry of Culture, Arts and Tourism) เป็น NTA โดยจะทำหน้าที่ในการบริหารภายใน ซึ่งเน้นงานด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการพัฒนา ทางด้านการท่องเที่ยว และมีคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (Malaysia Tourism Promotion Board: MTPB) หรือ “Tourism Malaysia” เป็น NTO ซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบเผยแพร่ ประเทศมาเลเซียไปยังประเทศต่างๆ และดำเนินการในการสร้างเครือข่ายด้านการตลาดต่างประเทศ (แสดงในภาพที่ 8)

1. กระทรวงวัฒนธรรม ศิลปะ และการท่องเที่ยว (Ministry of Culture, Arts and Tourism) แบ่งหน่วยงานออกเป็น 4 กอง ได้แก่ กองวัฒนธรรม (Culture Division) กองการพัฒนา (Development Division) กองการจัดการ (Management Division) และกองการท่องเที่ยว (Tourism Division) กองนี้เป็นกองที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง โดยการออกกฎข้อบังคับ ส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ กำหนดนโยบาย การวางแผน และการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยว โดยองค์กรที่สังกัดภายใต้กระทรวงอีก 3 องค์กร ได้แก่ กรมเอกสารแห่งชาติ (The National Archives Department) กรมพิพิธภัณฑสถานและโบราณวัตถุ (The Department of Museum and Antiquity) ศูนย์แสดงผลงานทางศิลปะแห่งชาติ (The National Art Gallery)

2. คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (Malaysia Tourism Promotion Board – MTPB) มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการตลาดทางการท่องเที่ยว โดยแบ่งหน่วยงานออกเป็น กองการตลาด (Marketing Division) กองวิจัย (Research Division) กองส่งเสริมการประชุม (Convention Promotion Division) กองการบริการสนับสนุน (Support Services Division) สำนักงานด้านการประชุม (Convention Bureau)



ภาพที่ 8 หน่วยงานด้านการบริหารการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย
ที่มา: Tourism Malaysia (2554)

อำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย MTPB เป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2535 โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ส่งเสริมให้ประเทศมาเลเซียเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น
2. เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาเยือนประเทศมาเลเซีย
3. เพิ่มจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพัก
4. พยายามเพิ่มพูนรายได้ที่มาจากการท่องเที่ยว
5. พัฒนาตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ
6. ทำให้ประเทศมาเลเซียเป็นตลาดของศูนย์กลางการประชุม
7. กระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
8. ส่งเสริมให้มีการลงทุนใหม่ๆของประเทศ รวมทั้งเพิ่มโอกาสในการจ้างงาน เพื่อให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจและเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับประชาชนชาวมาเลเซีย

ในภาพรวม MTPB มีภารกิจเกี่ยวกับการขาย โดยจะร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น โรงแรม สายการบิน ดัวแทนท่องเที่ยว ซึ่งจะนำเสนอการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศต่างๆ โดยมีการออกงานแสดงสินค้าและงานด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อให้มาเลเซียเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจ สำนักงานของ MTPB ในต่างประเทศจะมีการจัดสัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการ รวมทั้งจัด โปรแกรมต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวสำหรับตลาดที่มีศักยภาพใหม่ๆ เพื่อดึงความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่

MTPB ได้แบ่งหน่วยงานตามหน้าที่ออกเป็น ดังนี้

1. กองการตลาดระหว่างประเทศ 1 (International Marketing I) เป็นกองที่จัดการเรื่องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวในตลาดของกลุ่มประเทศในเอเชีย กลุ่ม ASEAN

และประเทศใน โอเชียเนีย ทั้งนี้รวมถึงภารกิจด้านการขาย ความร่วมมือในการจัดงานแสดงสินค้าและ นิทรรศการ

2. กองการตลาดระหว่างประเทศ 2 (International Marketing ID) เป็นกองที่มีหน้าที่ เหมือนกับกองการตลาดระหว่างประเทศ 1 แต่ดูแลตลาดในภาคพื้นทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา และ ทวีปแอฟริกา

3. กองการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Conventions and Incentive) เป็น กองที่มีหน้าที่หลักในการทำตลาดให้ประเทศมาเลเซียเป็นศูนย์กลางของ MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) โดยอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ผู้จัดงาน (Organizer) ในการ วางแผนและการจัด MICE ในประเทศมาเลเซีย

4. กองงานภายในประเทศ (Domestic Division) เป็นกองที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายในประเทศ โดยใช้การจัดการด้านการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการโฆษณา กองนี้ยัง รับผิดชอบงานด้านการให้ข้อมูลซึ่งจะมีศูนย์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว (Tourist Information Center) ทั่ว ทั้งประเทศมาเลเซีย รับผิดชอบจัดงานเทศกาลพิเศษต่างๆ เช่น งาน Shopping Carnival และงาน Cuti- Cuti Malaysia (อ่านว่า ชูติ ชูติ มาเลเซีย แปลว่า Holiday Holiday Malaysia) เป็นต้น และยังจัดให้มีการ แจกรางวัลการท่องเที่ยวมาเลเซีย (Malaysian Tourism Awards) อีกด้วย

5. กอง Corporate Division กองนี้มีหน้าที่ผลักดันให้มีการริเริ่มทางยุทธศาสตร์เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ กองนี้จะใช้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยส่งเสริมให้ ประเทศมาเลเซียเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

6. กองเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Division) เนื่องจากโลก ปัจจุบันเป็นโลกแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ MTPB จึงได้จัดตั้งกองนี้ขึ้นเพื่อรับผิดชอบให้มีการพัฒนา และดูแลระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้เป็นสื่อในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย

7. กองการวิจัย (Research Division) กองการวิจัยจะมีหน้าที่ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวทั้งหมด และจัดทำการวิเคราะห์เชิงลึก ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะใช้เป็นตัวชี้วัดที่ สำคัญในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคต

8. กองการบริหาร (Management Division) กองนี้จะรับผิดชอบในการจัดหาและ บริหารโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารด้านการเงิน

และการบริหารทั่วไป เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่โปรแกรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ กองการบริหารยังให้ความสำคัญอย่างมากแก่การฝึกอบรม เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับขั้นตอนในการทำงาน เรื่องราวเกี่ยวกับสำนักงานบุคคล การจัดซื้อ การบริหารทรัพย์สิน และการบริหารพนักงานสัมพันธ์

9. กองสนับสนุนการส่งเสริม (Promotional Support Division) กองสนับสนุนการส่งเสริมมีหน้าที่สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มาเลเซีย เช่น สไลด์ แผ่นพับ วัสดุโอบายาต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ โดยกองสนับสนุนการส่งเสริมนี้จะทำการผลิตและแจกจ่ายวัสดุอุปกรณ์เหล่านี้ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยมาเลเซีย

ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาเลเซีย

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยมาเลเซียในปัจจุบัน ขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รายได้และการจ้างงานภายในประเทศ ทำให้การวางแผนพัฒนากการท่องเที่ยวในอนาคตต้องตระหนักถึงผลกระทบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันดังกล่าว

จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ส่งผลให้มีปริมาณการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวสูงขึ้น อาทิ การซื้อสินค้าในร้านค้าปลอดภาษีของนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณการซื้อเกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้จากร้อยละ 29 เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 32 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการเปิดศูนย์กลางค้ายะโฮร์ (Johor Premium Outlets) เพื่อเป็นแหล่งซื้อขายสินค้าขนาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นอกจากนี้ยังมีกำหนดกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากขึ้น จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก เป็นผลให้ประเทศไทยได้รับจากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและมีแนวโน้มที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีการขยายตัวสูงขึ้นในอนาคต โดยในปี 2020 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาเลเซียคาดว่าจะมีรายรับจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเท่ากับ 66.70 พันล้านริงกิต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคตจึงได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 12 ประการ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีของภูมิภาค จำหน่ายสินค้าปลอดภาษีประเภทเครื่องสำอางและน้ำหอม , เครื่องหนัง , สิ่งทอ , รองเท้า , หมวก

, เหริยญไม่รวมเครื่องประดับ ,เครื่องใช้ไฟฟ้า และของเล่น โดยใช้นโยบายลดราคาสินค้าปลอดภาษีเพื่อเพิ่มการแข่งขันในภูมิภาคให้มากขึ้น และดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางไปซื้อสินค้าปลอดภาษีให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น

การดำเนินแนวทาง รัฐบาลประกาศยกเลิกภาษีอากรนำเข้าภายใต้หมวดหมู่สินค้าประเภทเครื่องสำอางและน้ำหอม ,เครื่องหนัง ,สิ่งทอ ,รองเท้า ,หมวก , เหริยญไม่รวมเครื่องประดับ ,เครื่องใช้ไฟฟ้า และของเล่น โดยเพิ่มมาตรการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ประเทศมาเลเซียเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายสินค้าปลอดภาษีของภูมิภาค

การแข่งขันทางด้านราคาโดยใช้มาตรการลดราคาในสินค้าปลอดภาษี ส่งผลให้ประเทศมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันประเทศต้องมุ่งเน้นส่งเสริมศูนย์กลางกระจายสินค้า และการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพควบคู่ไปด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การขยายศูนย์กลางการค้าในกรุงกัวลาลัมเปอร์ให้เป็นแหล่งการค้าชั้นนำของประเทศในรูปแบบเชิงพาณิชย์พร้อมกับการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบแหล่งศูนย์กลางการค้า ซึ่งได้รับความสนใจจากเจ้าของพื้นที่ร้านค้าปลีกและผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าบริเวณโดยรอบ ร่วมกันรับผิดชอบในการดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ และประสานงานในกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆที่จัดขึ้น

ปัจจุบันสมาชิกที่เข้าร่วมนโยบายการปรับปรุงประกอบด้วย BB Plaza, Berjaya Times Square, fahrenheit88, Federal Hotel Kuala Lumpur , JW Marriott Kuala Lumpur, Lot 10, Piccolo Mondo, Plaza Low Yat, Pavilion Kuala Lumpur, Ritz-Carlton Kuala Lumpur, Sungei Wang Plaza, Suria KLCC and Starhill Gallery โดยสมาชิกร่วมกันทำกิจกรรมส่งเสริมการขายภายในพื้นที่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนมากขึ้น อาทิ การจัดนิทรรศการ , การจัดกิจกรรมช่วงวันหยุดของโรงเรียนในพื้นที่ , การลดราคาสินค้าช่วงสิ้นปี เป็นต้น

นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากห้างสรรพสินค้าและโรงแรมในพื้นที่ในการยกระดับแหล่งศูนย์กลางการค้าโดยสร้างทางเดินทางปรับอากาศเป็นระยะทางความยาวรวม 537 เมตรขึ้นระหว่าง Suria KLCC และ Pavilion Kuala Lumpur โดยทางเท้าปรับอากาศมีเส้นทางเชื่อมโยงโดยตรงกับอาคารที่สำคัญต่างๆในถนนพื้นที่

ในอนาคตสมาคมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะจัดการเทศกาลแต่งไฟตามถนน และ ขยายขยายเส้นทางเดินเท้าปรับอากาศให้มีระยะทางเพิ่มขึ้นอีก

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การขยายแหล่งค้าปลีกสินค้าชั้นนำ (Premium Outlets) เพื่อสนองตอบจำนวน นักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดย Premium Outlets แห่งแรกในประเทศมาเลเซียคือ Johor Premium Outlets ตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ.2553 ภายใต้ร่วมทุนระหว่างกลุ่มบริษัทเก็นดิงและกลุ่มบริษัทสังหาริมทรัพย์ไซมอน โครงการตั้งอยู่บนพื้นที่ 110 ไร่ ใช้งบประมาณลงทุน 150 ล้านดอลลาร์ มีจำนวนร้านค้าภายในทั้งหมด 80 ร้านค้า โดยในอนาคตมีแผนที่จะขยาย Premium Outlets ให้มีจำนวน 60 สาขา และสร้างควบคู่กับสวนสนุก ,ศูนย์การประชุม ,ศูนย์โรงแรมจำนวน 200 ห้อง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางความหลากหลายทางชีวภาพของโลก โดยใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ซึ่งประเทศมาเลเซียมุ่งเป็นหนึ่งในการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพของโลก

The Malaysia Mega Biodiversity Hub(MMBH) เป็นตัวแทนจากสมาชิกจากกระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกระทรวงการท่องเที่ยวกระทรวงของการพัฒนาชนบทและภูมิภาค สังกศกรมชาติ มาเลเซีย เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2010 ทำหน้าที่ตรวจสอบและรับรองถึงมาตรฐานในการจัดการการรักษาและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในกิจกรรมต่างๆ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาสถานที่ตากอากาศในรัฐซาบะห์เชิงนิเวศธรรมชาติ ประกอบด้วย บ้านพักธรรมชาติป่าชายเลน ,บ้านพักริมหาด และการสำรวจอ่าวน้ำต่างๆ โดยการลงทุนจากภาคเอกชน เป็นจำนวนเงิน 9.6 พันล้านริงกิต ในอนาคตมีแผนพัฒนาสนามกีฬาอล์ฟ และชุมชนริมน้ำในเขตพื้นที่ ท้องถิ่นตามแนวเนินเขาและชายหาด

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การสร้างและขยายช่องทางเดินเรือ โดยสร้างช่องแคบรีเวียรา (Riviera) เพื่อรองรับตลาดเรือสำราญระหว่างประเทศที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยใน 10 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตของผู้โดยสารถึงร้อยละ 14 ซึ่งการสร้างช่องแคบนี้จะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้เป็นจุดหมายแห่งการล่องเรือในอนาคต

การพัฒนาอุตสาหกรรมเรือสำราญในประเทศมาเลเซียโดยการประเมินความเหมาะสมของ โครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่และระบุสถานที่ที่จำเป็นเพื่อพัฒนาเป็นอาคารล่องเรือที่มีศักยภาพคือ เมือง

ปีนัง, เมืองกลางและ เมืองKota Kinabalu นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวมาเลเซียร่วมมือกับผู้ประกอบการทำเรือ จัดการพื้นที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวล่องเรือที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมเรือสำราญในอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 7 การกำหนดเป้าหมายกิจกรรมนานาชาติ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมและเพิ่มกิจกรรมการแสดงและนิทรรศการระหว่างประเทศให้มากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 8 การสร้างแหล่งบันเทิงในกรุงกัวลาลัมเปอร์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีการออกมาตรการรักษาความปลอดภัยของประชาชนในพื้นที่โดยรอบ อีกทั้งยังมีการขยายการขนส่งให้ครอบคลุมทุกพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 9 การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสปาแก่คนในพื้นที่ให้มีประสบการณ์เพิ่มขึ้นและลดปัญหาขาดแคลนนักบำบัดสปาภายในประเทศ เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมในภูมิภาค โดยกระทรวงการท่องเที่ยวมีหน้าที่ในการรับผิดชอบการจัดฝึกอบรม ผ่านหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับ 13 ระดับเพื่อเป็นมาตรฐานระดับชาติสำหรับสปาบำบัด

ยุทธศาสตร์ที่ 10 การสร้างความเป็นผู้นำทางธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศให้รายรับเข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก จึงมีการจัดประชุมเพื่อระดมเงินทุนในการรองรับการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในมาเลเซียและสร้างความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 11 การขยายตลาดทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วยประเทศจีน, ญี่ปุ่น, ออสเตรเลีย, อินเดีย, เกาหลีและไต้หวัน โดยประเทศเหล่านี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศมาเลเซียเป็นจำนวนมาก และส่งผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 12 การปรับปรุงคุณภาพโรงแรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้นซึ่งส่งผลต่อผลตอบแทนที่สูงขึ้นเช่นกัน โดยรัฐบาลได้ใช้นโยบายจูงใจด้านภาษีเพื่อส่งเสริมให้มีการปรับปรุงคุณภาพโรงแรม

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

1. นโยบายป่าไม้แห่งชาติปี 1978 กำหนดให้มีการจัดหมวดหมู่ของป่าไม้เพื่อป้องกันการผลิต และเป็นแนวทางสำหรับการจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่เหลืออยู่
2. พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติปี 1984 พระราชบัญญัติเพื่อให้การบริหารจัดการและการอนุรักษ์ป่าไม้และการพัฒนาป่าไม้ภายในประเทศของประเทศมาเลเซีย
3. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติแห่งชาติปี 1993 เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและการจัดการ โดยนโยบายสิ่งแวดล้อมแห่งชาติมุ่งมั่น ในการ พัฒนาขีดความสามารถใน การแข่งขัน ด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ เพื่อดำรงไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติทั้งหมดที่อยู่ใน แนวความคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน
4. นโยบายแห่งชาติเกี่ยวกับความหลากหลายทางชีวภาพปี 1994 การกำหนดแผนนโยบายกลยุทธ์และการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพในการอนุรักษ์และการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมุ่งเน้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ
5. พระราชบัญญัติปี 1954 กำหนดแหล่งพื้นที่ดั้งเดิมของชนเผ่าคนอะบอริจี้ โดยกำหนดเป็นเขตป่าสงวน และมีบทบัญญัติในการป้องกันพื้นที่ที่มีศักยภาพให้เป็นเขตป่าสงวนหรืออุทยานแห่งชาติ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ผลการศึกษาในบทที่ 4 จะแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน เพื่อตอบตามวัตถุประสงค์ในข้อต่างๆคือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ ส่วนที่ 3 การจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จะใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ ไมเคิล อี พอตเตอร์ ในการศึกษาถึงปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 สภาวะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ
- ตอนที่ 2 อุปสงค์ภายในประเทศ
- ตอนที่ 3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ
- ตอนที่ 4 โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันภายในประเทศ
- ตอนที่ 5 เหตุสุควิสัย
- ตอนที่ 6 บทบาทของรัฐบาล

ตอนที่ 1 สภาวะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ

ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ประเทศไทยมีความได้เปรียบในที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ซึ่งตั้งอยู่ในแหลมอินโดจีน และเป็นศูนย์กลางในการเดินทางไปยังประเทศต่างๆ ไปภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ครอบคลุมกับสภาพภูมิประเทศที่อยู่ในเขตร้อนชื้น มีอุณหภูมิสูง มีทะเล ลมและฝน เป็นปัจจัยให้เกิดผืนป่าขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยพันธุ์ไม้เขตร้อน และสัตว์ป่านานาชนิด ที่มีปริมาณมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ อีกทั้งยังเป็น

แหล่งที่อุดมสมบูรณ์ด้วยอาหาร และทรัพยากร ทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายในแต่ละท้องถิ่น ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในประเทศไทยมีความหลากหลายและแตกต่างในแต่ละพื้นที่ของประเทศ อาทิ น้ำตก ทะเล ภูเขา อุทยานแห่งชาติ และ วนอุทยาน เป็นต้น สำหรับประเทศมาเลเซีย มีลักษณะทางภูมิศาสตร์คล้ายคลึงกับประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อน นชื้นทางตอนใต้คาบสมุทรมาลายูและคาบสมุทรมอินโดจีน โดยพื้นที่ของประเทศส่วนใหญ่มีพื้นที่ติดกับชายฝั่ง ทะเล มีอากาศร้อนชื้นและฝนตกชุก ทำให้ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่าดิบ พื้นดินเป็นดินแดง และดินปนทราย ดินเหนียว และดินลูกรัง ส่งผลให้มีความหลากหลายของทรัพยากรภายในประเทศไม่มากนัก โดยสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชายฝั่งทะเล

ปัจจัยทางวัฒนธรรม ทั้งประเทศไทยและประเทศมาเลเซียมีลักษณะทางวัฒนธรรมประจำชาติที่แตกต่างกัน ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ วัฒนธรรมของประเทศไทยมีลักษณะความเมืองพุทธศาสนา ทำให้คนไทยมีความสุภาพอ่อนโยนและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เป็นมิตรกับทุกคน โดยศิลปวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ จึงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจและต้องการศึกษาในความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศ สำหรับวัฒนธรรมของประเทศมาเลเซีย ประชากรส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งมีแนวทางการดำเนินชีวิตตามหลักศาสนาอิสลาม ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้าสู่ประเทศ เป็นนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน

ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปี ปัจจุบันประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ ได้แก่ ระบบการขนส่งที่เชื่อมโยงทุกภูมิภาคภายในประเทศ ทำให้การเดินทางไปยังจังหวัดต่างๆ สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ระบบประปาและไฟฟ้า ที่มีกำลังการผลิตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเพียงพอต่อการใช้งานภายในประเทศและ จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ระบบสื่อสาร โทรคมนาคม ในประเทศไทยมีการกระจายเครือข่ายโทรศัพท์ไปยังเมืองใหญ่ต่างๆทั่วประเทศ แต่ยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่ห่างไกล สำหรับประเทศมาเลเซียมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับทั่วทั้งประเทศ ได้แก่ ระบบการขนส่ง ระบบประปา ระบบไฟฟ้า โดยเฉพาะระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่มีการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศและมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศไทย

จากภาพที่ 9 ตัวกำหนดที่มีผลสูงสุดต่อปัจจัยการต่อปัจจัยการผลิตคือ รัฐบาล เพราะการออกนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล ส่งผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยตรง การออกนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทำการลงทุนเพิ่มขึ้นทำให้มีการใช้ทรัพยากรภายในประเทศอย่างเต็มที่

อีกทั้งการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยสะดวกและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ได้เพิ่มมากขึ้น

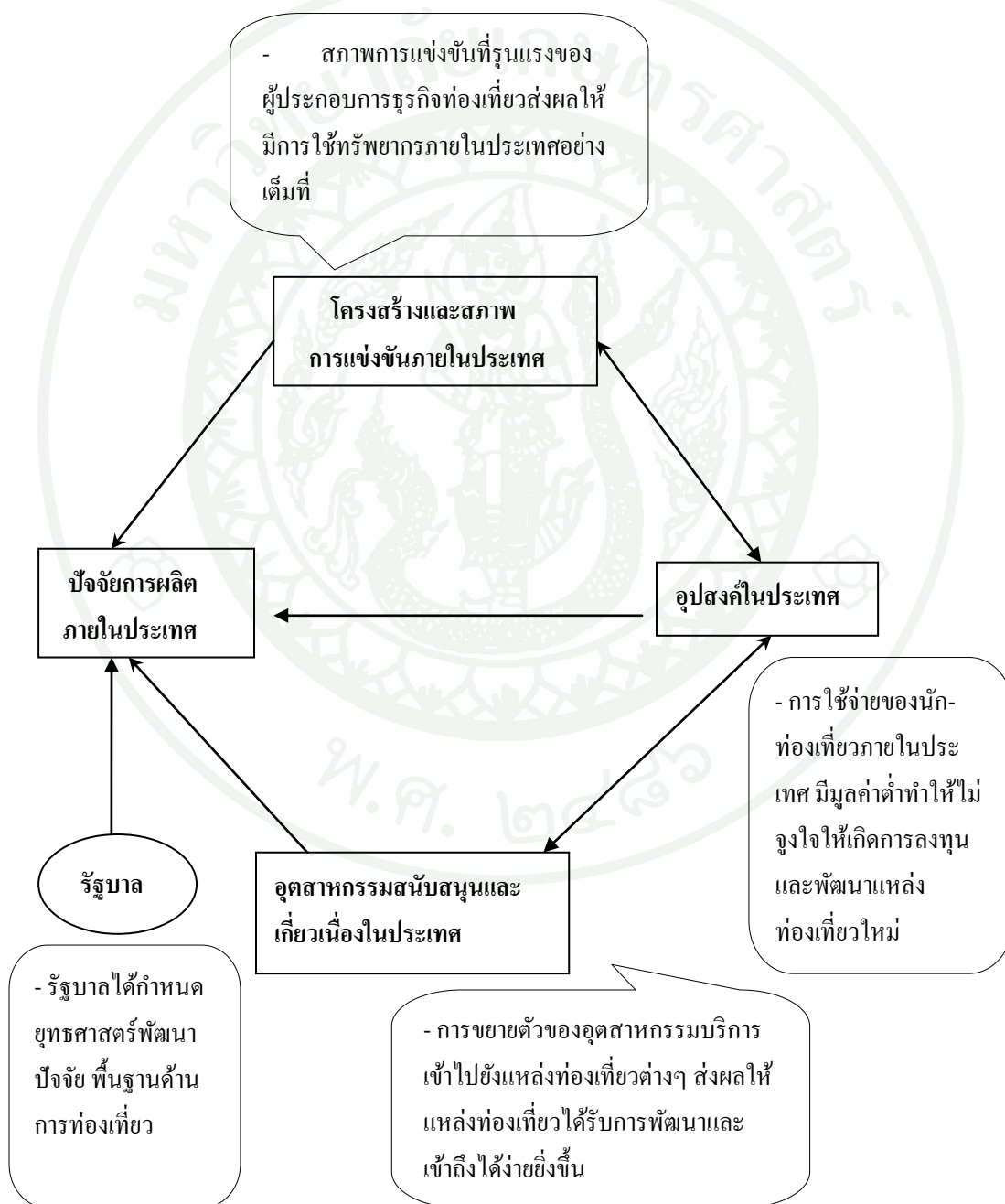
การวิเคราะห์ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่าปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน นับว่าเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตสูงกว่าประเทศมาเลเซียในด้านสภาพภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบกับความหลากหลายของวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ภายในประเทศ แต่ประเทศไทยมีความเสียเปรียบในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐาน เกี่ยวกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคมที่ยังให้บริการไม่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

ตอนที่ 2 อุปสงค์ภายในประเทศ

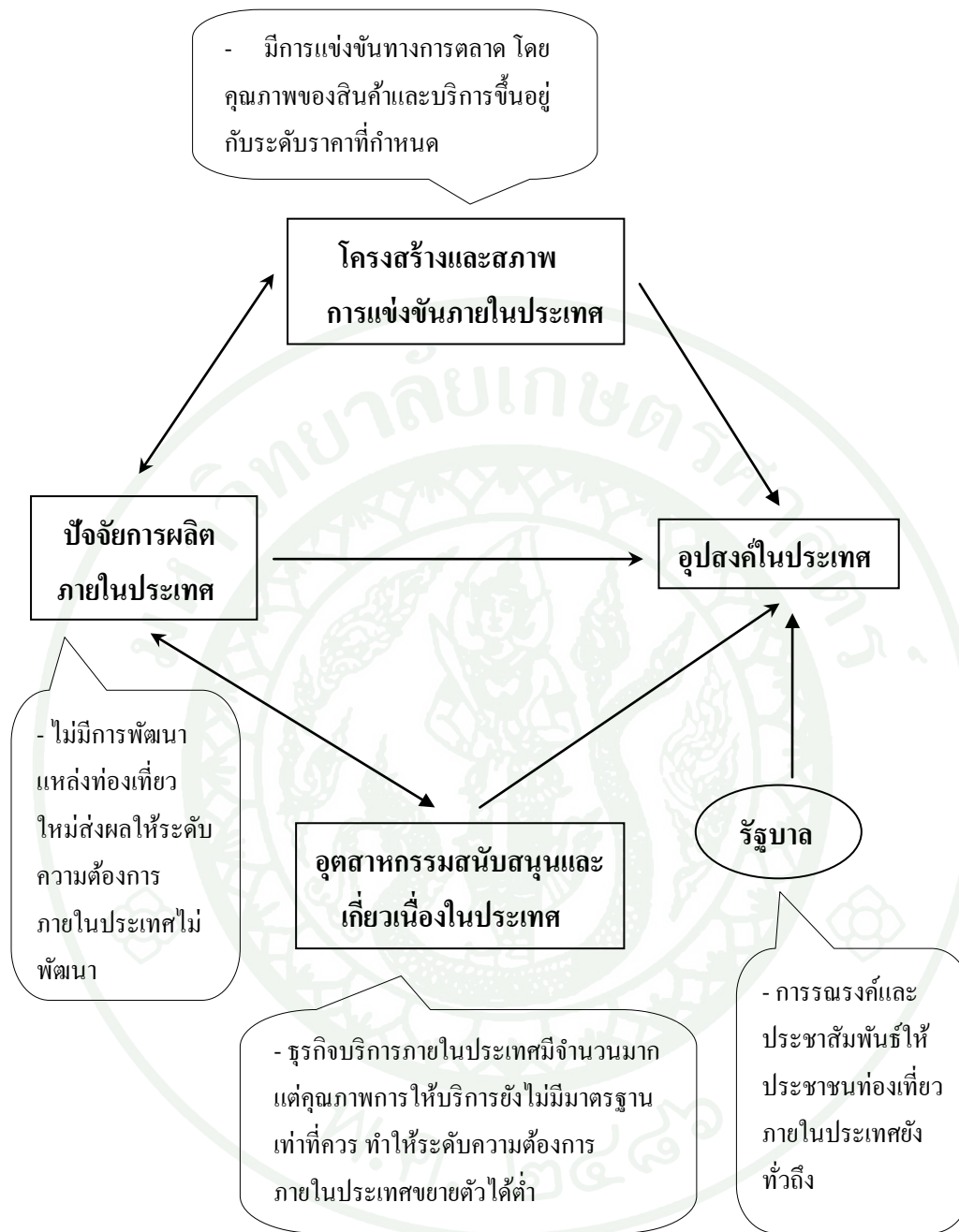
จากการศึกษาภาวะอุปสงค์ภายในประเทศของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย พบว่าประเทศมาเลเซียมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่ประเทศมากกว่าประเทศไทยโดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากประเทศสิงคโปร์ อินโดนีเซีย ไทย สาธารณรัฐประชาชนจีน และบรูไน (ดังตารางที่ 13) ในขณะที่ประเทศไทยรองรับนักท่องเที่ยวจากหลายภูมิภาคที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น รัสเซีย และ เกาหลีใต้ (ดังตารางที่ 1) เมื่อพิจารณาการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศนั้นพบว่า ประเทศไทยมีรายรับจากนักท่องเที่ยวมากกว่า ประเทศมาเลเซีย ซึ่งรายรับจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศยุโรป เอเชียตะวันออก และอเมริกา (ดังตารางที่ 2)

ดังภาพที่ 10 ตัวกำหนดที่มีผลสูงสุดต่ออุปสงค์ในประเทศคือ ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ เนื่องจากยังไม่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นจึงส่งผลให้ภาวะอุปสงค์ภายในประเทศขยายตัวต่ำ (ดังตารางที่ 7) แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวก็มีการแข่งขันทางการตลาด ผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ส่งผลให้คุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันตามความเหมาะสมของการกำหนด ราคา เป็นเหตุให้เกิดข้อจำกัดให้เกิดการยกระดับของอุปสงค์ไปสู่สินค้าและบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันได้ อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของรัฐยังไม่ทั่วถึง ทำให้เกิดการท่องเที่ยวกระจุกตัวในแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังเท่านั้น

จากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ในประเทศมีรูปแบบความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนกว่าหรือก่อนประเทศอื่น และการที่อุตสาหกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศทำให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ โดยจากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีอุปสงค์ภายในประเทศจำนวนมากซึ่งมีสัดส่วนที่มากกว่านักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ดังนั้นสถานะอุปสงค์ภายในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ



ภาพที่ 9 ผลจากตัวกำหนดอื่นในระบบเพชรต่อปัจจัยการผลิตในประเทศ



ภาพที่ 10 ผลจากตัวกำหนดอื่นในระบบเพชรต่ออุปสงค์ในประเทศ

ตอนที่ 3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

องค์ประกอบที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจหลายอย่างที่ตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการขนส่ง เป็นต้น

ธุรกิจขายของที่ระลึก

ธุรกิจขายของที่ระลึก เป็นลักษณะของอุตสาหกรรมขนาดย่อมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน หรือในชุมชน ซึ่งกระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ โดยอาศัยแรงงานศิลปะและความประณีต และใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทำให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ การเพิ่มมูลค่า แก่ทรัพยากรในท้องถิ่น รวมทั้ง การอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปหัตถกรรม และเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย โดยธุรกิจสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและสร้างสรรค์ความเจริญให้กับท้องถิ่น

ประเทศไทย มีจำนวนธุรกิจขายของที่ระลึก ณ ปัจจุบัน (ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม 2556) มีจำนวนทั้งสิ้น 2,383 ราย แบ่งตามประเภทร้านขายของที่ระลึก คือ เครื่องเรือน และเครื่องใช้ในครัวเรือนจำนวน 74 ราย , ศูนย์หัตถกรรมจำนวน 293 ราย , อัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 131 ราย , เครื่องแต่งกายและส่วนประกอบของเครื่องแต่งกายจำนวน 386 ราย , สินค้าบริโภคจำนวน 812 ราย , เครื่องสำอางจำนวน 231 ราย , ของเล่นจำนวน 7 ราย , ต้นไม้จำนวน 12 ราย , เครื่องใช้ไฟฟ้า 3 ราย และอื่นๆจำนวน 642 ราย (ที่มา: ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด ; 2556)

ประเทศมาเลเซีย จากนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศที่ผลักดันให้ประเทศมาเลเซียเป็นศูนย์กลางการค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลให้ธุรกิจขายของที่ระลึกได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐบาล โดยสินค้าที่ระลึกในประเทศมาเลเซีย คือ สินค้าพื้นบ้าน จากรัฐต่างๆ ภายในประเทศที่มีระดับราคาตามแตกต่างกันตามคุณภาพของสินค้า

ธุรกิจการขนส่ง

การท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากถิ่นที่อยู่ประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการขนส่งผู้โดยสารกับนักท่องเที่ยวมีส่วนสนับสนุนแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดย เป็นการขนส่งผู้โดยสารทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางได้ ทั้งยังให้บริการที่สะดวกสบายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งการขนส่งที่มีประสิทธิภาพก่อให้เกิดการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้มากขึ้น รวมถึงกระตุ้นให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ปัจจุบันประเทศไทยมีธุรกิจการคมนาคม 3 ทาง คือ การขนส่งทางบก ได้แก่ รถยนต์ รถไฟ ที่ให้บริการโดยกรมการขนส่งทางบก ซึ่งสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้อย่างทั่วถึง (ดังตารางที่ 4) และมีความสามารถในการให้บริการการเดินทางขึ้นอย่าง

ต่อเนื่อง (ดังตารางที่ 3) และ การขนส่งทางเรือ มีพาหนะหลักได้แก่ เรือเดินสมุทร และเรือกลไฟ โดยมีการพัฒนาเส้นทางเดินเรือเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ เส้นทางกรุงเทพฯ – เกาะสมุย , กรุงเทพฯ – ปากพนัง , กรุงเทพฯ - สงขลา – ปัตตานี , กรุงเทพฯ – นราธิวาส และกรุงเทพฯ – ภูเก็ต เป็นต้น การขนส่งทางอากาศ มีพาหนะหลักได้แก่ เครื่องบิน ดูแลโดยท่าอากาศยานซึ่งในปัจจุบันประเทศไทย มีท่าอากาศยานระหว่างประเทศเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ , ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ , ท่าอากาศยานภูเก็ต , ท่าอากาศยานเชียงใหม่ , ท่าอากาศยานเชียงราย และท่าอากาศยานหาดใหญ่

ประเทศมาเลเซียมีธุรกิจขนส่งที่มีประสิทธิภาพสูง โดยมีการพัฒนาการคมนาคมขนส่งอย่างต่อเนื่อง การขนส่งทางเรือ ปัจจุบันมาเลเซียมีท่าเรือนานาชาติทั้งสิ้น 7 แห่ง ได้แก่ Port Klang , Port of Tanjung Pelepas , Kuantan Port , Penang Port , Johor Port , Kemaman Port และ Bintulu Port อีกทั้งยังมีโครงการขยายท่าเรืออีกในอนาคต การขนส่งทางอากาศ มี ท่าอากาศยานนานาชาติทั้งหมด 5 แห่ง ได้แก่ Kuala Lumpur International Airport อยู่ในรัฐสลังงอ บนแหลมมลายู, Penang International Airport อยู่บนเกาะปีนัง , Langkawi International Airport อยู่บนเกาะลังกาวิ , Kota Kinabalu International Airport อยู่ในรัฐซาบะห์ บนเกาะบอร์เนียว , Kuching International Airport อยู่ในรัฐซาราวัก บนเกาะบอร์เนียว การขนส่งทางบก โดยประเทศมาเลเซียมีระบบการขนส่งทางถนนที่พัฒนาเป็นอย่างมาก เป็นหนึ่งในประเทศที่มีระบบโครงข่ายถนนก้าวหน้าที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จากการศึกษา พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจขายของที่ระลึก และ ธุรกิจขนส่ง โดยธุรกิจขายของที่ระลึกในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียมีจำนวนที่เพียงพอและสามารถรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง โดยประเทศมาเลเซียธุรกิจขายของที่ระลึกได้รับการส่งเสริมผ่านนโยบายทางการท่องเที่ยวในประเทศ อีกทั้งธุรกิจขนส่งในประเทศมาเลเซียยังมีการพัฒนาใน โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมสูงกว่าประเทศไทยทั้งในด้านการขนส่งทางเรือ และการขนส่งทางบก

การขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่งผลต่อการขยายตัวของความต้องการท่องเที่ยวของคนในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ระดับอุปสงค์ขยายตัวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งไม่จูงใจให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจบริการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มการลงทุน ดังนั้นตัวกำหนดที่มีผลสูงสุดต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ คือ รัฐบาล ซึ่งการออกมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจะช่วยกระตุ้นสถานะอุปสงค์ในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุนเพิ่มในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งการออก

มาตรการกำกับดูแลผู้ประกอบการรายใหม่อย่างเข้มงวดจะส่งผลให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีคุณภาพตามมาตรฐานที่รัฐกำหนด ดังภาพที่ 11

จากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องนับว่ามีส่วนสนับสนุนที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการบริการถือเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ตอนที่ 4 โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันภายในประเทศ

การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขัน เป็นการศึกษาระบบการจัดการภายในองค์กรของธุรกิจ ในอุตสาหกรรม โดยการพิจารณาพลังผลักดันการแข่งขัน 5 ประการ ตามทฤษฎี Five Forces Model ดังนี้

1. อันตรายจากการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่
2. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ
3. อำนาจต่อรองของผู้ขาย
4. การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทน
5. สภาพการแข่งขันระหว่างผู้แข่งขันเดิมในอุตสาหกรรม

1. อันตรายจากการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

ประเทศไทย

แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค เช่น ภาคใต้มีลักษณะเป็นคาบสมุทร ทำให้มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล และมีแหล่งท่องเที่ยวประเภท หมู่เกาะ , ภูเขา และทะเล ภาคเหนือมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขา ป่าไม้ เป็นส่วนใหญ่ ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภท ภูเขา คอย และอุทยาน เป็นต้น จากทรัพยากรที่มีความอุดมสมบูรณ์และหลากหลายภายในประเทศ ประกอบกับการเข้าถึงของโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งพื้นที่ต่างๆ ทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรนั้นสะดวกมากยิ่งขึ้น

การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง อาทิ ค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ การวิเคราะห์และวิจัยตลาด รวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เพื่อจะได้เข้าถึงส่วนแบ่งการตลาด และเกิดความเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการรายเดิมจึงได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนเป็นอย่างมาก เนื่องมีการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรและเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว

ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว โดยการกำหนดมาตรฐานเหล่านี้จะช่วยยกระดับมาตรฐานของธุรกิจให้สูงขึ้นและยังเป็นการสร้างอุปสรรคแก่ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ในระดับหนึ่ง

สรุปผลของการวิเคราะห์การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรม พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความเข้มข้นของการคุกคามผู้เข้ามาใหม่สูง เนื่องจาก ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ถึงแม้จะมีการควบคุมมาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวโดยรัฐบาล ซึ่งถือเป็นนโยบายส่งเสริมเพื่อยกระดับมาตรฐานก็ธุรกิจให้สูงขึ้น

ประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียมีพื้นที่ส่วนใหญ่ติดชายฝั่งทะเลทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภท หมู่เกาะ , ภูเขา และทะเลจำนวนมาก โดยยังมีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งรัฐบาลยังมีการออกนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ และการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อให้ประเทศมาเลเซียเป็นศูนย์กลางการค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอนาคต

จากการวิเคราะห์การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย พบว่า มีความเข้มข้นของการคุกคาม ของคู่แข่งชั้นราย ใหม่สูงเนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงทรัพยากรได้ง่าย ประกอบกับ ภาครัฐบาลมีการ ออกนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ทำให้เปิดช่องทางให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้โดยง่าย

2. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

ประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยว ภายในประเทศ โดยจากการศึกษา พบว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีปริมาณการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 4,078.68 บาทต่อคนต่อวัน (ดังตารางที่ 8) ประกอบกับในปัจจุบันประเทศไทยมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อพบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ผู้ซื้อใช้อำนาจการต่อรองต่ำ เนื่องจาก มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีปริมาณการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูง โดยการรับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจในการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ประเทศมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจาก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียตะวันออก ซึ่งมีปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ย 56,594 ดอลลาร์กิต (ดังตารางที่ 14) ในปีพ.ศ.2554 ดังนั้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียที่มีจำนวนมาก และยังมีปริมาณการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจในการตัดสินใจและอำนาจในการซื้อต่ำ

3. อำนาจต่อรองของผู้ขาย

ประเทศไทย

ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) คือ กำลังแรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ มัคคุเทศก์ และ บุคลากรในสาขาการท่องเที่ยว โดยจำนวนมัคคุเทศก์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนมีจำนวนทั้งหมดประมาณ 67,856 ราย โดยมีมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่อยู่ใน ตลาดกลุ่มภาษาอังกฤษ รองลงมาคือกลุ่ม

ภาษาจีนกลาง และ ญี่ปุ่น (ดังตารางที่ 11) ซึ่งยังมีความอ่อนในด้านทักษะภาษาต่างประเทศ และภาษาของประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อรองรับการขยายตัวและความหลากหลายของนักท่องเที่ยวในอนาคต จากการสำรวจโดยกรมพัฒนาฝีมือแรงงานประจำประเทศไทยพบว่าหลักสูตรการฝึกอบรมในสาขาการท่องเที่ยวและที่พัก ยังไม่ครอบคลุมครบทุก 32 ตำแหน่งงานในสาขาการท่องเที่ยว ตามข้อตกลงอาเซียน (Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals : MRA)

ปัจจุบัน กรมพัฒนาฝีมือแรงงานและสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำความร่วมมือในการพัฒนาฝีมือแรงงาน และกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการ 3 ปี (พ.ศ.2555-2557) โดยร่วมกันจัดทำและพัฒนามาตรฐานฝีมือแรงงาน กำหนดและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ การพัฒนาฝีมือแรงงานให้แก่แรงงานใหม่และแรงงานในสถานประกอบการ ให้มีคุณภาพด้าน ทักษะฝีมือและผลิตภาพแรงงาน รวมทั้งการประชาสัมพันธ์และติดตามผลการดำเนินงานดังกล่าว เพื่อยกระดับฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการให้ได้มาตรฐานฝีมือแรงงานด้านการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

จากการวิเคราะห์อำนาจการต่อรองของผู้ขาย พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ผู้ขายมีอำนาจการต่อรองสูง เนื่องจาก บุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวยังมีจำนวนน้อยและยังขาดการพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อการท่องเที่ยว อีกทั้งยังขาดความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว

ประเทศมาเลเซีย

บุคลากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซียยังขาดทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศและยังต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยหน่วยงานการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เริ่มสร้างโอกาสในการทำงานด้านสาขาการท่องเที่ยวภายในประเทศให้เพิ่มสูงขึ้น เพื่อพัฒนาทักษะทางด้านภาษาและความรู้ด้านการท่องเที่ยวของคนในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งได้เพิ่มหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวในสถาบันการศึกษาภายในประเทศอีกด้วย

จากการวิเคราะห์อำนาจการต่อรองของผู้ขาย พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ผู้ขายมีอำนาจการต่อรองสูง เนื่องจาก บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและผู้มีทักษะภาษาต่างประเทศยังมีจำนวนน้อยและยังขาดการพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อการท่องเที่ยว

4. การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทน

ประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และ ความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันในแต่ละ ประเทศ โดยผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในแต่ละ ประเทศจะมี นโยบายและการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของตนตลอดเวลา เพื่อที่จะรักษาส่วนแบ่ง การตลาดไว้ หากผลิตภัณฑ์ของพื้นที่หนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวก็จะเปลี่ยนไปใช้ ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อื่นทดแทนแต่เป็นการทดแทนที่ไม่สมบูรณ์เนื่องด้วยความแตกต่างของทรัพยากรใน แต่ละพื้นที่

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวทดแทนประเทศไทยได้ในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ คือประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่ สมบูรณ์และมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวภายในประเทศที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย ประกอบกับ รัฐบาลของแต่ละประเทศ ก็ยังให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศอีกด้วย

สรุปผลการวิเคราะห์อุปสรรคของผลิตภัณฑ์ทดแทน โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ ประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีอุปสรรคของสินค้าทดแทนสูงแต่เป็นการทดแทนที่ไม่ สมบูรณ์ เนื่องจากทรัพยากรในแต่ละประเทศมีลักษณะทางกายภาพและความสวยงามของแหล่ง ท่องเที่ยวแตกต่างกันในแต่ละประเทศ

ประเทศมาเลเซีย

แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวทดแทนประเทศมาเลเซียได้ในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ คือประเทศอินโดนีเซียและประเทศไทย เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ และมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวภายในประเทศที่คล้ายคลึงกับประเทศมาเลเซีย แต่เป็นการ ทดแทนที่ ไม่สมบูรณ์ เนื่องจากลักษณะและความสวยงามของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

5. สภาพการแข่งขันระหว่างผู้แข่งขันเดิมในอุตสาหกรรม

ประเทศไทย

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมจะเป็นการแข่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดโดยการใช้กลยุทธ์ เช่น การแข่งขันด้านราคา การแนะนำสินค้า การโฆษณา โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยจำนวนมาก โดยจำนวนคู่แข่งที่มีมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมในระดับสูง

อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม สามารถพิจารณาได้จากจำนวนนักท่องเที่ยว และรายรับจากนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ดังตารางที่ 8) และการเพิ่มขึ้นของธุรกิจที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจพักรแรม เป็นต้น จากความหลากหลายของกลุ่มแข่งภายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คู่แข่งขันมักมี กำหนดกลยุทธ์และรูปแบบที่หลากหลาย ทำให้มีแนวทางการแข่งขันที่แตกต่างกัน ในด้านราคาและคุณภาพ จึงทำให้เกิดความท้าทายและเกิดการแข่งกันอย่างไม่รู้ตัว

สรุปผลการวิเคราะห์ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเข้มข้นของการแข่งขันสูง เนื่องจากมีความหลากหลายของกลุ่มแข่งขัน อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว

ประเทศมาเลเซีย

ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียมีการแข่งขันปานกลาง เนื่องจากจำนวนธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่สนับสนุน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว มีจำนวนน้อย ประกอบกับอัตราการเติบโตของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ ขยายตัวค่อนข้างต่ำ (ดังตารางที่ 12) ทำให้ความหลากหลายของกลุ่มแข่งและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆมีน้อยและไม่รุนแรงมากนัก

ตารางที่ 17 สรุปผลการวิเคราะห์พลังผลักดันการแข่งขัน 5 ประการ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

พลังผลักดันแห่งการแข่งขัน	ระดับการแข่งขัน				
	สูงมาก	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำมาก
1. อันตรายจากการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่		X			
2. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ				X	
3. อำนาจการต่อรองของผู้ขาย		X			
4. อันตรายจากสินค้าทดแทน		X			
5. สภาพการแข่งขันระหว่างผู้แข่งขันเดิม	X				

ตารางที่ 18 สรุปผลการวิเคราะห์พลังผลักดันการแข่งขัน 5 ประการ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

พลังผลักดันแห่งการแข่งขัน	ระดับการแข่งขัน				
	สูงมาก	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำมาก
1. อันตรายจากการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่		X			
2. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ				X	
3. อำนาจการต่อรองของผู้ขาย			X		
4. อันตรายจากสินค้าทดแทน		X			
5. สภาพการแข่งขันระหว่างผู้แข่งขันเดิม			X		

การศึกษาสภาพการแข่งขันภายในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย พบว่า ประเทศไทยมีความรุนแรงในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงกว่าประเทศมาเลเซีย เนื่องจาก ประเทศไทยมีสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศสูงกว่าประเทศมาเลเซีย ทั้งในด้านของอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยว และรายรับจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการแข่งขันในด้านการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อส่งเสริมการขายของธุรกิจ ท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งจะช่วยผลักดันให้คุณภาพของสินค้าและบริการมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

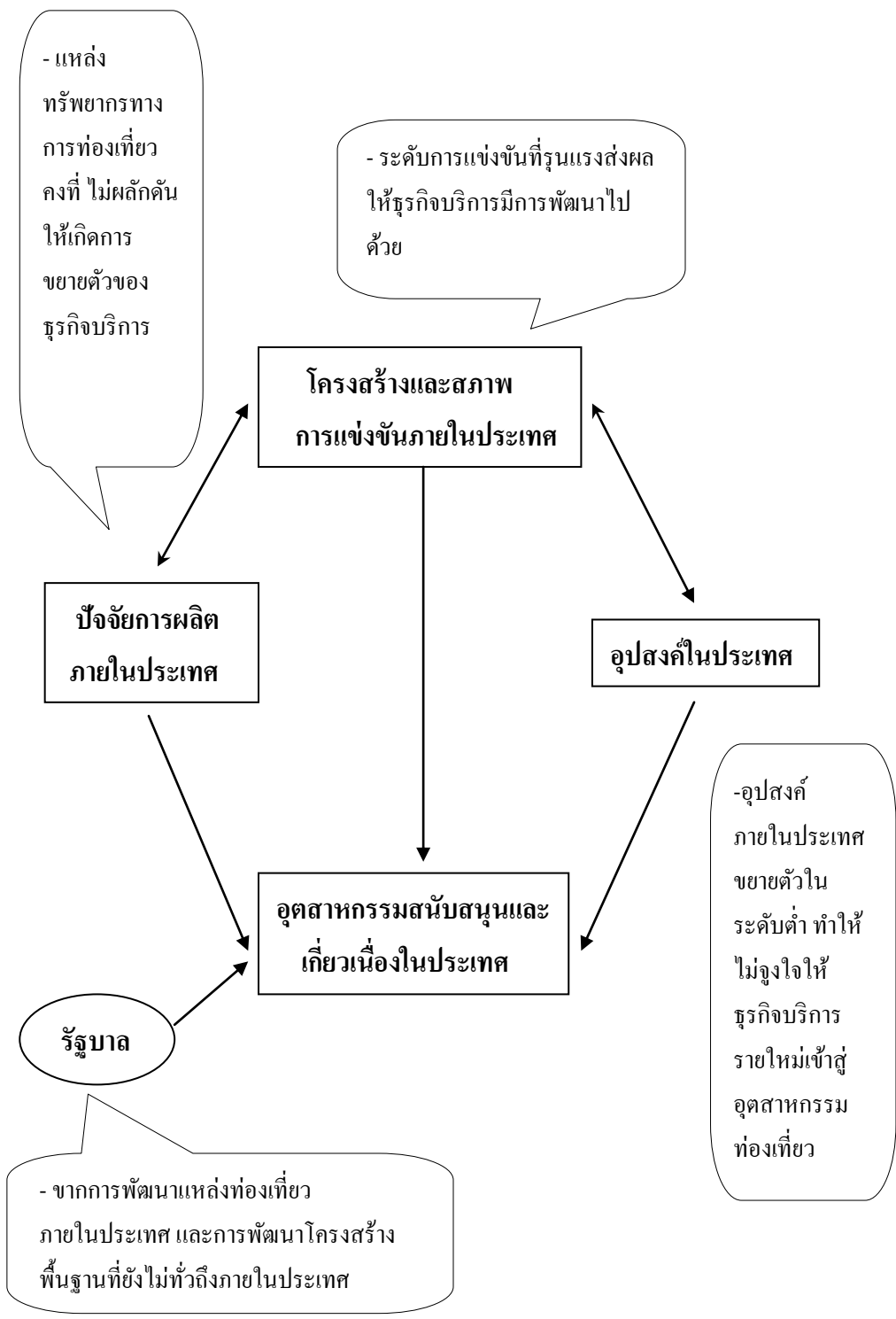
ตัวกำหนดที่มีผลสูงสุดต่อสภาพการแข่งขันในประเทศคือ รัฐบาล โดยนโยบายของภาครัฐยังขาดการให้การสนับสนุนการลงทุนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ประกอบกับไม่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ทำให้สภาวะอุปสงค์คงที่และไม่จูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมดังกล่าวที่ 12

จากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน สภาพการแข่งขันในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ ประกอบกับธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวมีจำนวนมาก จึงมีการแข่งขันกันในประเทศสูง ส่งผลให้ต้องพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าสภาพการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย ช่วยส่งเสริม ให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูงกว่าประเทศมาเลเซีย

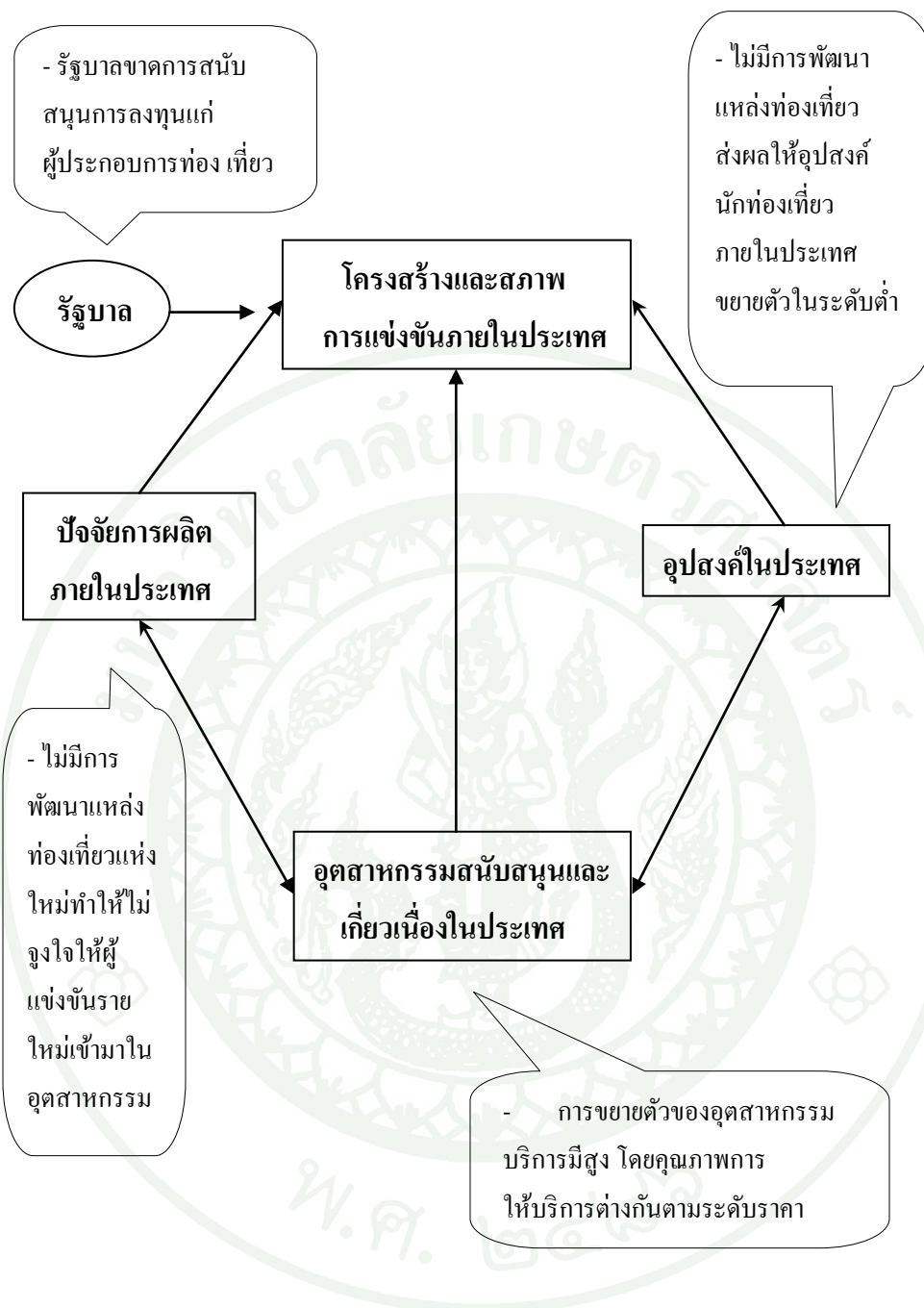
ตอนที่ 5 เหตุสุควิสัย

จากการศึกษา เหตุสุควิสัยที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย พบว่า ทั้งสองประเทศประสบปัญหาทางภัยธรรมชาติ และปัญหาทางการเมืองภายในประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทางด้านลบทำให้นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศทั้งสองลดลง สำหรับผลจากการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทยได้เป็นผู้ประสานงานด้านสาขาการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อในทางบวก ทำให้ประเทศกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

จากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เหตุสุควิสัยมีความสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เพราะเหตุสุควิสัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยจากการศึกษาพบว่า เหตุสุควิสัยที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ปัญหาอุทกภัย และ ปัญหาทางการเมืองภายในประเทศ ซึ่งล้วนแต่เป็นเหตุสุควิสัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน อาทิ ปัจจัยการผลิตในประเทศที่เสียหาย การลดลงของอุปสงค์ในประเทศ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าเหตุสุควิสัยจากปัญหาอุทกภัย และ ปัญหาทางการเมืองภายในประเทศ ไม่ช่วยส่งเสริมให้ประเทศเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน



ภาพที่ 11 ผลจากตัวกำหนดอื่นในระบบเพชรต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ



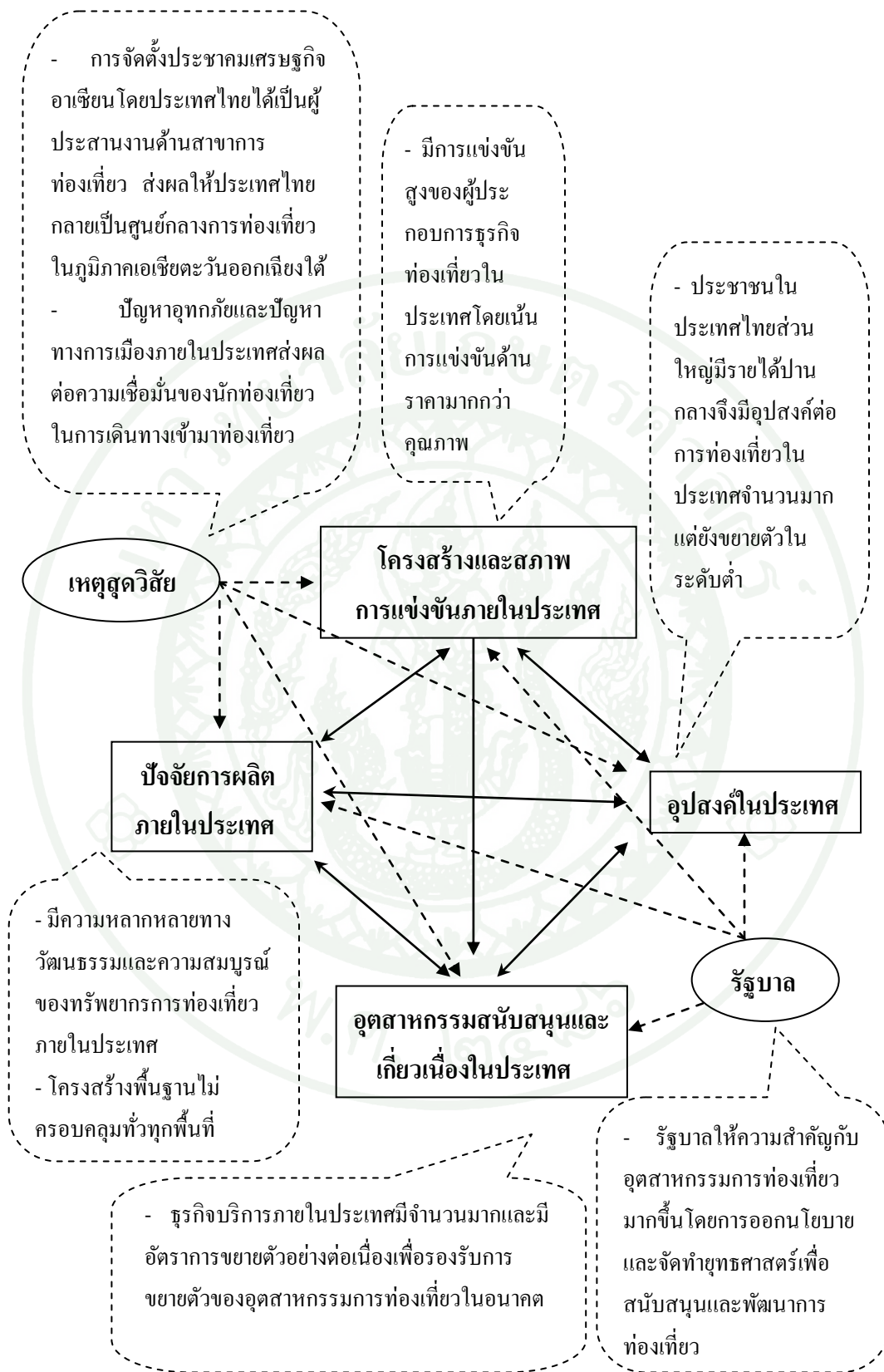
ภาพที่ 12 ผลจากตัวกำหนดอื่นในระบบเพชรต่อการแข่งขันภายในประเทศของอุตสาหกรรม

ตอนที่ 6 บทบาทของรัฐบาล

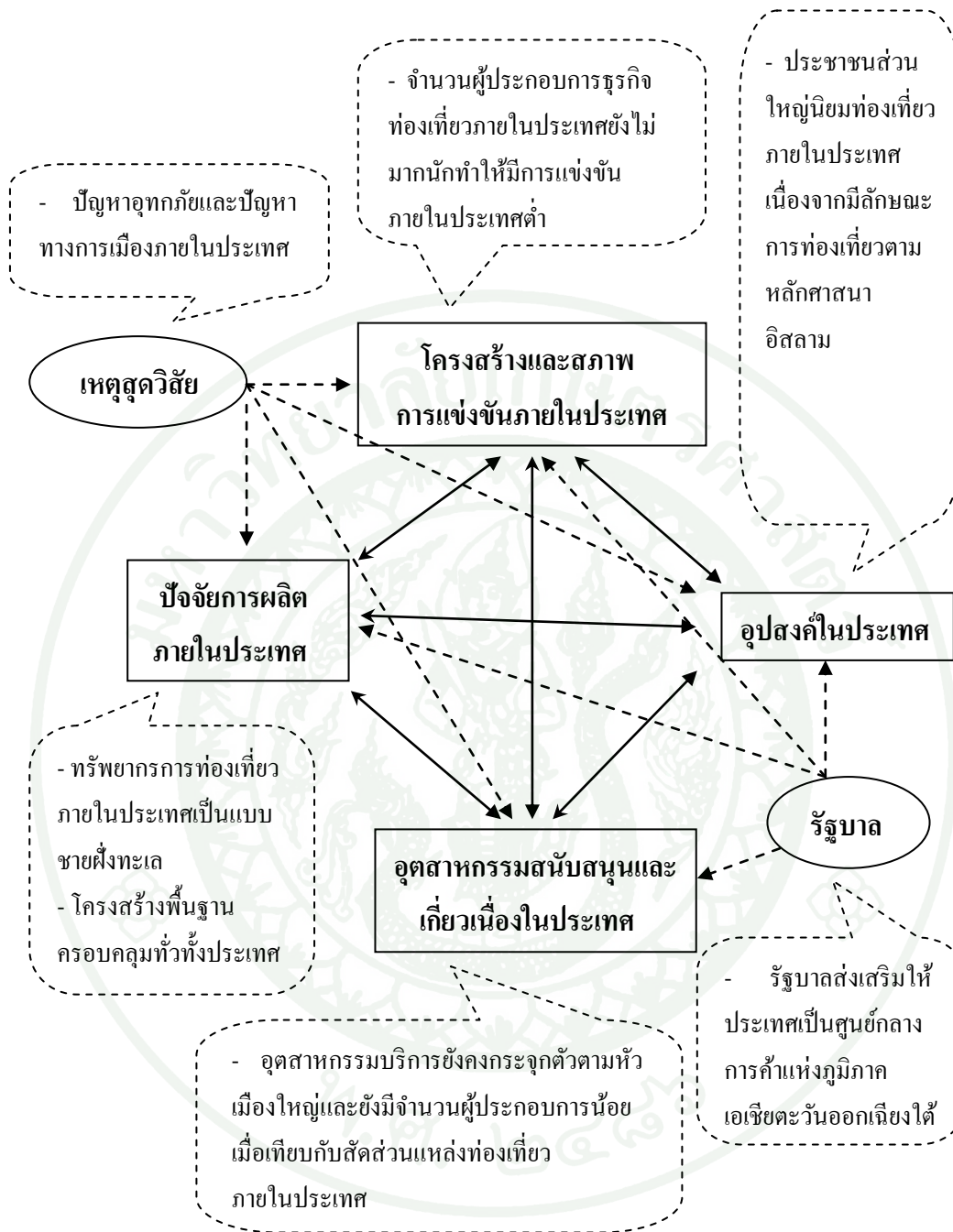
จากการวิเคราะห์บทบาทของรัฐบาลในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียพบว่า รัฐบาลของทั้งสองประเทศมีการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ต่างๆ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นในอนาคต โดยประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาปัจจัยพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการ

ท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การเพิ่มแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคต ในขณะที่ประเทศมาเลเซียเน้นกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้ประเทศมาเลเซียเป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ภาครัฐมีผลต่อปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ สภาพภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ สภาพอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนในประเทศ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ และเหตุสุดวิสัย โดยการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของรัฐบาล สามารถส่งเสริมให้ประเทศเพิ่มขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวได้



ภาพที่ 13 ระบบเพชรที่สมบูรณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย



ภาพที่ 14 ระบบเพชรที่สมบูรณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จุดแข็ง

1. รัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยการออกนโยบายกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. ประเทศไทยมีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ ซึ่งแต่ละท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ที่มีลักษณะเฉพาะตัว
3. ประเทศไทยมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวครบครัน
4. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้สะดวกในการเดินทาง
5. ภาคบริการในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตในระดับสูง และมีความหลากหลายในสินค้าและบริการเพียงพอต่อปริมาณการท่องเที่ยว
6. ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ด้านชายทะเลและโบราณสถานที่สวยงาม เช่น พัทยา เกาะสมุย ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นต้น
7. ประเทศไทยมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำชาติ
8. ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพสินค้าและบริการ และมีความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับประเทศเพื่อนบ้านได้
9. ประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่หลากหลายประเภทตั้งแต่ความงามความโดดเด่นทางธรรมชาติทั้งบนบกและชายฝั่งทะเล ความวิจิตรของศิลปะและความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนของภูมิภาคต่าง ๆ

10. คนไทยมีนิสัยโอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อและเป็นมิตรทำให้เกิดภาพลักษณ์เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นเสน่ห์ของประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวมาช้านาน

จุดอ่อน

1. การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลยังขาดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในประเทศ

2. มีภาพลักษณ์ด้านลบเรื่องความปลอดภัย การเอาเปรียบ และหลอกลวงนักท่องเที่ยว สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ โสเภณี การก้ำกัมนุชย์ และโรคเอดส์

3. ขาดการวางแผนร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เพื่อวางแผนร่วมกันเกี่ยวกับการผลิตบุคลากรให้ตรงตามความต้องการทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ

4. การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์(e-commerce)ยังไม่แพร่หลาย

5. แหล่งท่องเที่ยวไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ ขาดการพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่

6. การแข่งขันด้านราคาในประเทศมีสูง ทำให้เกิดการตัดราคากัน และลดต้นทุนในการดำเนินการของผู้ประกอบการ ส่งผลถึงคุณภาพในการบริการที่อยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐาน

7. ยังขาดการวางแผนพัฒนาสินค้าด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และเป็นระบบในระยะยาว ภาครัฐส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่สินค้าด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่ยังเป็นสิ่งที่เอกชนดำเนินกันเอง ไม่มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนการดำเนินการอย่างจริงจัง ทำให้ประเทศไทยขาดสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่จะนำเสนอสู่กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่คนสร้างขึ้น

8. บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวยังมีจำนวนจำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับภารกิจที่ต้องรับผิดชอบ

9. ขาดการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะผลิตโดยสถาบันอุดมศึกษาซึ่งส่วนใหญ่ยังเน้นในเชิงปริมาณ บุคลากรที่จบ ออกมายังไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ขาดการพัฒนาด้านคุณภาพ และภาษา ทำให้ขาดแคลนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในบางสาขา เช่น มัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ เป็นต้น

โอกาส

1. แนวโน้ม การเติบโตของกลุ่มประเทศ BRIC(บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น
2. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น และการจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศและพันธมิตรต่างๆ ทำให้ไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน ทางการท่องเที่ยวสูงขึ้น
3. ความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค และการรับมือกับภัยพิบัติต่างๆ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยว
4. การมีสายการบินต้นทุนต่ำจำนวนมากทั้งในประเทศและระหว่างประเทศทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง จูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศมากขึ้น
5. ความร่วมมือระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิกในกรอบต่างๆ จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวสะดวกขึ้น เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่าในกลุ่มประเทศอาเซียน
6. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติกำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
7. การเปิดเส้นทางเชื่อมอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ทำให้เกิดโอกาสทางการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาคมากขึ้น
8. รัฐบาลให้ความสนใจกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อจัดทำวาระแห่งชาติด้านการท่องเที่ยว จึงมีโอกาที่จะได้รับการ

จัดสรรงบประมาณมากขึ้น และมีกิจกรรมกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

9. มีการก่อสร้างเส้นทางต่อเชื่อมระหว่างประเทศในภูมิภาค ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคเป็นไปได้โดยสะดวก ช่วยส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคมากขึ้น เช่น ถนนสายแม่สอด-เมียวดี ถนนสายน่าน-ไชยบุรี สะพานข้ามแม่น้ำโขงที่มุกดาหาร

อุปสรรค

1. นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น หากผู้ประกอบการไทยยังไม่สามารถพัฒนาประสิทธิภาพก็จะเสียเปรียบการแข่งขัน
2. ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้น
3. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ไม่นั่นนอน เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง
4. การก่อการร้ายระหว่างประเทศ ที่ยังคงมีปัญหาลอยอยู่ในหลาย ภูมิภาคของโลก
5. ภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก

ส่วนที่ 3 การจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การนำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย นำมาจัดทำเป็น กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ดังนี้

1. กลยุทธ์ใช้จุดแข็งให้เป็นโอกาส (SO)
2. กลยุทธ์ใช้จุดอ่อนให้เป็นโอกาส (WO)
3. กลยุทธ์ใช้จุดแข็งลดอุปสรรค (ST)
4. กลยุทธ์ลดจุดอ่อนหลีกเลี่ยงอุปสรรค (WT)

1. กลยุทธ์ใช้จุดแข็งให้เป็นโอกาส (SO)

1. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเดินทางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางต่อไปยังประเทศใกล้เคียงได้อย่างสะดวก เช่น ประเทศลาว กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย และพม่า ที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศไทย ประกอบกับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศ บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีนที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น ดังนั้นควรใช้กลยุทธ์เพิ่มการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศดังกล่าว เพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

2. รัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ประกอบกับความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องการป้องกันและควบคุมโรค และการรับมือกับภัยพิบัติต่างๆ ดังนั้นควรใช้กลยุทธ์ออกนโยบายการป้องกันคุ้มครองโรค และจัดทำยุทธศาสตร์การป้องกันภัยพิบัติภายใน ประเทศให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อใจแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทย

3. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติกำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรใช้ เป็นโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากประเทศไทยมีวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สวยงาม อยู่แล้ว ดังนั้นควรใช้กลยุทธ์ในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น

4. จากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบความร่วมมือในกรอบต่างๆระหว่างประเทศ เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่าในกลุ่มประเทศอาเซียน ทำให้ลดอุปสรรคในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อีกทั้ง การก่อสร้างเส้นทางเชื่อมระหว่างประเทศไทยกับภูมิภาคต่างๆ ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคเป็นไปได้ อย่างสะดวก ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวควรออกนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อ ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างแท้จริง

2. กลยุทธ์ใช้จุดอ่อนให้เป็นโอกาส (WO)

1. ประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในสาขาแม่คูลเทศก์ ที่มีความเชี่ยวชาญ ในภาษาต่างประเทศเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากปัจจุบันมีการเติบโตของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศ บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพื่อการฝึกอบรมแม่คูลเทศก์ให้มีความ หลากหลายของภาษามากขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ในอนาคต

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ในขณะที่ในประเทศไทย การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย และครอบคลุมในทุกพื้นที่ ส่งผลให้บริการติดต่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้นจึงควรใช้กลยุทธ์ขยายระบบโทรคมนาคมไปยังพื้นที่ห่างไกล และให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกรรมผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานในการประกอบธุรกรรมต่างๆ

3. ประเทศไทยยังขาดการพัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากรในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวทั้งในด้านคุณภาพและภาษา อีกทั้งบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวยังมีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับภารกิจด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับมอบหมาย แต่ปัจจุบัน รัฐบาลได้ให้ความสนใจกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยการจัดสรรงบประมาณเพื่อกระตุ้นและพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรเพิ่มเติมหลักสูตรการบริหารจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในอนาคต

4. จากการที่มีสายการบินต้นทุนต่ำจำนวนมาก ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง เป็นโอกาสให้มีการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงกระจุกตัว และขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว

5. ปัจจุบันประเทศไทยมีปัญหาด้านภาพลักษณ์ด้านลบเรื่องความปลอดภัย การเอาใจเอาเปรียบ และหลอกลวงนักท่องเที่ยว แต่ในขณะที่เดียวกันภาครัฐบาลได้ให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยการ จัดสรรงบประมาณมากขึ้น และมีกิจกรรมกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีทางการท่องเที่ยว อีกทั้งควรจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจและข้อควรปฏิบัติตนของประชาชนในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยว

3. กลยุทธ์ใช้จุดแข็งลดอุปสรรค (ST)

1. จากภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนและไม่แน่นอน เป็นสาเหตุให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวน้อยลง ดังนั้นรัฐบาลควรออกนโยบายกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้า

มาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โดยควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ

2. ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สมบูรณ์ ซึ่งแต่ละท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ที่มีลักษณะเฉพาะตัว แต่เนื่องจากในปัจจุบันมีการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น เป็นผลให้มีนักลงทุนต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นรัฐบาลควรออกกฎหมายหรือข้อบังคับเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวของต่างชาติให้รัดกุมยิ่งขึ้น

3. ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของตนมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคมีความรุนแรงยิ่งขึ้น แต่เนื่องด้วยประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำ ประกอบกับคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงจึงทำให้ประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจึงควรมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ประเทศไทยคงความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวต่อไป

4. กลยุทธ์ลดจุดอ่อนหลักเฉียงอุปสรรค (WT)

1. ประเทศไทยยังขาดการพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่แห่งเดิม ในขณะที่ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้นรัฐบาลควรใช้กลยุทธ์การวิจัยและพัฒนาเพื่อหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยสื่อสารผ่านกิจกรรมทางการตลาดในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

2. การออกนโยบายของรัฐบาลในการกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศยังขาดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ในขณะที่เดียวกันปัญหาภัยธรรมชาติก็ไม่สามารถคาดการณ์ได้ในปัจจุบัน ดังนั้นรัฐบาลควรรณรงค์ให้ประชาชนในพื้นที่ต่างๆมีส่วนร่วมและเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ อีกทั้งควรจัดตั้งหน่วยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเพื่อกำกับดูแลปัญหาภัยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยตรง

3. ประเทศไทยยังขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว และด้านภาษา ในขณะที่ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งด้านการท่องเที่ยวจึงควรเร่งพัฒนาทักษะและความสามารถบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปริมาณเพียงพอต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยวในอนาคต



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โดยศึกษาในสถานะปัจจัยการผลิต สถานะอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง โครงสร้างและสภาพการแข่งขันภายในประเทศ เหตุสุดวิสัย และรัฐบาล 2) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย 3) เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ อาทิ การค้นคว้ารายงาน วิจัย รายงานประจำปี ตำรา บทความ และเอกสารอ้างอิงต่างๆ รวมถึงการเก็บข้อมูลสถิติจากหน่วยงานต่างๆ อาทิ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น เพื่อใช้ประกอบการบรรยายเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ ตามทฤษฎีของ ไมเคิล อี พอตเตอร์ เพื่อหาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย รวมถึงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อหาปัจจัยภายในและภายนอกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนำมาจัดทำกลยุทธ์ โดยใช้ TOWS Matrix ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย พบว่าปัจจัยด้านสถานะปัจจัยการผลิต สถานะอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง โครงสร้างและสภาพการแข่งขันภายในประเทศ เหตุสุดวิสัย และรัฐบาล มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ สามารถสรุปในแต่ละส่วนได้ดังต่อไปนี้

สถานะปัจจัยการผลิต

จากการศึกษาสถานะปัจจัยการผลิตซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางวัฒนธรรมและโครงสร้างพื้นฐาน พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศมาเลเซีย เนื่องจาก

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่เป็นศูนย์กลางการเดินทางไปสู่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้สะดวกยิ่งขึ้น ประกอบกับประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความหลากหลายและมีลักษณะเฉพาะตัวและแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

สถานะอุปสงค์ภายในประเทศ

ประชาชนไทยนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวนมาก โดยมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ดังนั้นสถานะอุปสงค์ภายในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ และจากการศึกษานักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่ประเทศมาเลเซียมากกว่าประเทศไทย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ประเทศมาเลเซียจะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวแคบกว่าประเทศไทย กล่าวคือ นักเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน ในขณะที่ประเทศไทยรองรับนักท่องเที่ยวจากหลายภูมิภาคมากกว่า เช่น กลุ่มประเทศ ยุโรป เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อเมริกา เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และ แอฟริกา เมื่อพิจารณาถึงรายรับที่ได้รับจากการท่องเที่ยวทำให้ประเทศไทยมีรายรับจากนักท่องเที่ยวมากกว่าประเทศมาเลเซีย

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

จากการศึกษาอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ธุรกิจบริการมีส่วนในการสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมาก โดยธุรกิจบริการต่างๆมีส่วนในการสร้างพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อเปรียบเทียบธุรกิจบริการในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย พบว่า ธุรกิจบริการในประเทศไทยมีการขยายตัวและครอบคลุมพื้นที่การให้บริการภายในประเทศมากกว่าประเทศมาเลเซีย

โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันภายในประเทศ

ประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงกว่าประเทศมาเลเซีย เนื่องจาก ประเทศไทยมีธุรกิจบริการ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันใน

ด้านราคาและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อส่งเสริมการขายของธุรกิจ ซึ่งการแข่งขันภายในประเทศจะช่วยผลักดันให้คุณภาพการให้บริการภายในประเทศมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

เหตุผลวิสัย

จากปัญหาภัยธรรมชาติ และปัญหาทางการเมืองของทั้งประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย ล้วนส่งผลให้ความเชื่อมั่นในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวลดลง สำหรับปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยคือ การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งเป็นผู้ประสานงานด้านสาขาการท่องเที่ยง ทำให้ประเทศกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

บทบาทของรัฐบาล

การที่รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน การเพิ่มแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศในอนาคต ทำให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อปริมาณอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวโดยตรง อีกทั้งการสนับสนุนของภาครัฐยังช่วยยกระดับการให้บริการทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงขึ้น

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและสวยงามในการเป็นประเทศท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือกล่าวได้ว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง ซึ่งควรใช้ความได้เปรียบนี้ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศ โดยองค์ประกอบของศักยภาพทางการท่องเที่ยวไทย ได้แก่

1. ความมีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเฉพาะตัวของคนไทยที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ทำให้มีลักษณะเด่นและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว
2. ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆของคนไทย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

3. ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่ขยายตัวครอบคลุมในทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทย เพื่อรองรับการขยายตัวของคนในประเทศและนักท่องเที่ยวในอนาคต อีกทั้งการพัฒนาทางคมนาคมยังช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

4. การเป็นประเทศศูนย์กลางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

การจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่อง ดังนี้

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

2. การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมให้มีความสมบูรณ์ดังเดิม

3. การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

4. การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว

5. การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวมีเอกภาพ มีการบูรณาการร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1. ควรกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ชัดเจน เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรส่งเสริมและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในเขตรับผิดชอบของตน , การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว , ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรกระจายค่าจ้างที่เป็นธรรมแก่ประชาชนในท้องถิ่น รวมทั้งการดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวควรขอความร่วมมือจากชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว เป็นต้น
2. ควรจัดกิจกรรมสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดความตื่นตัวด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดต่างๆ เช่น การแสดงวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น งานนมัสการรอยพระพุทธรูปบาท เป็นต้น
3. ควรจัดสร้างระบบโครงสร้างพื้นฐานต่างๆในถิ่นทุรกันดาร เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ จุดทิ้งขยะ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว
4. ควรประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อธุรกรรมเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
5. ควรมีมาตรการในเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยออกกฎระเบียบและข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว โดยการติดข้อควรปฏิบัติในการเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารoundต่อไป

ในการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการศึกษารoundต่อไป ดังนี้

1. ควรทำการศึกษา นโยบายของรัฐบาลด้านการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงผลของนโยบายรัฐบาลที่มีต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. ควรศึกษารองคูประกอบสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มเติม ได้แก่ การให้บริการข่าวสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง เป็นต้น เพื่อให้การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ผลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
3. การศึกษาอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ ควรศึกษาธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มเติม เช่น ธุรกิจการทำสปา ธุรกิจสุขภาพ ธุรกิจนวดแผนไทย เป็นต้น



เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กฤษณ์ อัครพงศ์พิสัย. 2548. ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2554. รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย (Online). www.tourismthailand.org, 13 พฤษภาคม 2554.

_____. ม.ป.ป. ข้อมูลจังหวัด (Online). www.tourismthailand.org, 18 กุมภาพันธ์ 2556.

การท่องเที่ยวโลก. 2551. ปัญหาและสถานการณ์การท่องเที่ยว (Online). www.tourismatbuu.wordpress.com, 27 กุมภาพันธ์ 2556.

การทำเรือแห่งประเทศไทย. 2554. ข้อมูลท่าเรือ (Online). www.port.co.th, 21 กุมภาพันธ์ 2556.

การประปานครหลวง. 2554. สถิติและการดำเนินงาน (Online). www.mwa.co.th, 22 กุมภาพันธ์ 2556.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2556. ข้อมูลจังหวัด (Online). www.tourismthailand.org, 2 กุมภาพันธ์ 2556.

การท่องเที่ยวมาเลเซียประจำประเทศไทย. 2550. แหล่งท่องเที่ยว (Online). www.sawasdeemalaysia.com, 2 กุมภาพันธ์ 2556.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2553. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว (Online). www.mots.go.th, 18 กุมภาพันธ์ 2556.

กรมการขนส่งทางบก. 2555. รายงานสถิติการขนส่งประจำปี2555 (Online). www.dlt.go.th, 20 กุมภาพันธ์ 2556.

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Online) www.tourism.go.th, 15 พฤษภาคม 2554.

_____. 2554. สถิตินักท่องเที่ยว (Online). www.tourism.go.th, 23 กุมภาพันธ์ 2556.

กองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ. 2554. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (Online). www.tica.or.th, 2 มีนาคม 2556.

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทย-มาเลเซีย. 2554. ระบบโครงสร้างพื้นฐานของประเทศมาเลเซีย (Online). www.oknation.net, 22 กุมภาพันธ์ 2556.

คลังข้อมูลสภาพน้ำ. 2554. บันทึกเหตุการณ์มหาอุทกภัยไทยปี2554 (Online). www.thaiwater.net, 28 กุมภาพันธ์ 2556.

จิราภรณ์ นาคประกอบ. 2550. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด. ม.ป.ป. สถิตินักท่องเที่ยว (Online). www.marketingdatabase.or.th, 25 กุมภาพันธ์ 2556.

_____. ม.ป.ป. สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Online). www.marketingdatabase.or.th, 25 กุมภาพันธ์ 2556.

ณัฐพันธ์ เจริญนันท์. 2552. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ธนาคารไทยพาณิชย์. 2554. ภาวะเศรษฐกิจโลก นำท่วมและการท่องเที่ยวไทย อีกลุ่มที่ไม่ต้องห่วงกรุงเทพ (Online). www.scbeic.com, 28 กุมภาพันธ์ 2556.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2555. เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจ (Online). www.bot.or.th, 26 กุมภาพันธ์ 2556.

- นิตยา ชัชกุล. 2555. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). 2554. **เกาะสถานการณ์** (Online). www.mcot.net, 1 มีนาคม 2556.
- บริษัท สำนักพิมพ์แม็ค จำกัด. ม.ป.ป. **เกาะหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** (Online). www.maceducation.com, 7 พฤษภาคม 2556.
- บริษัท ศูนย์ทนายความทั่วไปไทย จำกัด. 2553. **พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์** (Online). www.thailandlawyercenter.com, 7 พฤษภาคม 2556.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2555. **การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: เฟรนด์ข้าหลวง 프린ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ประเทศมาเลเซีย. ม.ป.ป. **วัฒนธรรมประเทศมาเลเซีย** (Online). www.sites.google.com, 14 กุมภาพันธ์ 2556.
- ปาริชาติ แก้วสินธุ์. 2550. **การศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิชญ์ประอร วัฒนเพทาย. 2552. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทย. 2550. **วัฒนธรรมไทย** (Online). www.orance.exteen.com, 13 กุมภาพันธ์ 2556.
- รัชพงศ์ มุลาสินธุ์. 2546. **การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

โรงเรียนครูณานุกุลห้วยถนน. 2553. **วัฒนธรรมในภาคต่างๆของไทย** (Online).

www.thaigoodview.com, 13 กุมภาพันธ์ 2556.

วิทย์ บัณฑิตกุล. 2555. **มาเลเซีย**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิพรีนทร์ (1991) จำกัด.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. ม.ป.ป. **สถานีรถไฟ** (Online). www.th.wikipedia.org/สถานีรถไฟ,

21 กุมภาพันธ์ 2556.

_____. ม.ป.ป. **รถไฟไฟฟ้า** (Online). www.th.wikipedia.org/รถไฟไฟฟ้า, 21 กุมภาพันธ์ 2556.

_____. ม.ป.ป. **โทรศัพท์มือถือในประเทศไทย** (Online). www.th.wikipedia.org/โทรศัพท์มือถือในประเทศไทย, 21 กุมภาพันธ์ 2556.

_____. ม.ป.ป. **รายชื่อท่าอากาศยานในประเทศไทย** (Online). www.th.wikipedia.org/รายชื่อท่าอากาศยานในประเทศไทย, 21 กุมภาพันธ์ 2556.

_____. 2010. **กฎหมายสัตว์ป่าและป่าไม้ประเทศมาเลเซีย** (Online). www.th.wikipedia.org/กฎหมาย สัตว์ป่าและป่าไม้ประเทศมาเลเซีย, 7 พฤษภาคม 2556.

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2554. **รายงานประจำปี2554** (Online). www.fti.or.th,

26 กุมภาพันธ์ 2556.

สมยศ นาวิการ. 2543. **การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991 จำกัด.

สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. 2552. **รายงานจำนวนนักท่องเที่ยว** (Online) www.immigration.go.th, 18 พฤษภาคม 2554.

สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว. 2555. **สถิติงานทะเบียน** (Online).

www.tourismcentre.go.th, 4 มีนาคม 2556.

องค์การการท่องเที่ยวโลก. 2554. การท่องเที่ยว (Online) www.wikipedia.org/wiki/การท่องเที่ยว,
18 พฤษภาคม 2554.

องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. 2555. วิชาชีพท่องเที่ยวเกี่ยวกับAEC (Online).
www.thai-aec.com, 28 กุมภาพันธ์ 2556.

อัศวรัตน์ แสงวิภาค. 2546. การตลาดระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อัญญา โต๊ะसान. ม.ป.ท. บทเรียนจากการชุมนุมBersihกับปัญหาการสร้างสันติภาพในมาเลเซีย
(Online). www.iswu.wu.ac.th, 1 มีนาคม 2556

Porter, M. E. 1998. **The Competitive Advantage of Nation: A New Introduction.** New York:
FreePress.

Tourism Malaysia. 2011. **Tourism-ETP Economic Transformation Programme** (Online),
www.etp.Pemandu.go.my, 3 March 2013.



ภาคผนวก

ตารางผนวกที่ 1 นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบ่งตามสัญชาติ ปีพ.ศ.
2550-2554

(หน่วย: คน)

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				
	2550	2551	2552	2553	2554
รวม	14,464,228	14,584,220	14,149,841	15,936,400	19,230,470
เอเชียตะวันออก	7,611,931	7,601,638	7,076,190	8,167,164	10,345,866
กลุ่มอาเซียน	3,520,051	3,971,429	3,968,579	4,534,235	5,594,577
บรูไน	8,987	9,055	8,353	7,073	7,471
กัมพูชา	99,945	85,790	96,586	146,274	265,903
อินโดนีเซีย	237,592	247,930	227,205	286,072	370,795
ลาว	513,701	621,564	655,034	715,345	891,950
มาเลเซีย	1,540,080	1,805,332	1,757,813	2,058,956	2,500,280
พม่า	72,205	71,902	79,279	90,179	110,671
ฟิลิปปินส์	205,266	221,506	217,705	246,430	268,375
สิงคโปร์	604,603	570,047	563,575	603,538	682,364
เวียดนาม	237,672	338,303	363,029	380,368	496,768
จีน	907,117	826,660	777,508	1,122,219	1,721,247
ฮ่องกง	367,862	337,827	318,762	316,476	411,834
ญี่ปุ่น	1,277,638	1,153,868	1,004,453	993,674	1,127,893
เกาหลี	1,083,652	889,210	618,227	805,445	1,006,283
ไต้หวัน	427,474	393,176	362,783	369,220	447,610
อื่น ๆ	28,137	29,468	25,878	25,895	36,422
ยุโรป	3,905,271	3,984,614	4,059,988	4,442,375	5,101,406
ออสเตรเลีย	81,391	80,561	85,786	90,026	89,242
เบลเยียม	72,018	76,132	80,420	80,000	82,610
เดนมาร์ก	141,110	149,683	144,834	152,398	164,096
ฟินแลนด์	143,266	155,143	156,000	146,946	157,046
ฝรั่งเศส	373,090	398,407	427,067	461,670	515,572

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				
	2550	2551	2552	2553	2554
เยอรมันนี	544,495	542,726	573,473	606,874	619,133
ไอร์แลนด์	73,734	73,380	65,530	57,515	58,945
อิตาลี	171,328	159,513	170,105	168,203	185,869
เนเธอร์แลนด์	194,434	193,541	205,412	196,994	198,891
นอร์เวย์	108,941	124,600	121,575	132,108	136,931
รัสเซีย	277,503	324,120	336,965	644,678	1,054,187
สเปน	82,111	80,369	75,362	67,242	95,383
สวีเดน	378,387	392,274	350,819	355,214	373,856
สวิตเซอร์แลนด์	146,511	143,065	148,269	155,761	170,044
สหราชอาณาจักร	859,010	826,523	841,425	810,727	844,972
กลุ่มยุโรปตะวันออก	148,302	164,029	181,247	211,672	240,886
อื่น ๆ	109,640	100,548	95,699	104,347	113,743
อเมริกา	920,366	909,017	853,380	844,644	952,519
อาร์เจนตินา	6,704	7,132	7,458	10,292	12,970
บราซิล	15,056	16,805	17,650	20,390	24,560
แคนาดา	183,440	180,900	169,482	168,393	194,356
สหรัฐอเมริกา	681,972	669,097	627,074	611,792	681,748
อื่น ๆ	33,194	35,083	31,716	33,777	38,885
เอเชียใต้	709,811	711,290	826,437	995,321	1,158,092
บังกลาเทศ	44,789	46,682	53,420	68,081	65,150
อินเดีย	536,356	536,964	614,566	760,371	914,971
เนปาล	19,546	20,589	25,499	28,621	25,382
ปากีสถาน	46,656	49,169	63,260	65,171	73,727
ศรีลังกา	44,327	38,993	47,138	49,738	53,636
อื่น ๆ	18,137	18,893	22,554	23,339	25,226
โอเชียเนีย	764,072	794,331	737,460	789,632	933,534
ออสเตรเลีย	658,148	694,473	646,705	698,046	829,855
นิวซีแลนด์	104,195	97,894	88,398	89,364	101,092

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				
	2550	2551	2552	2553	2554
อื่น ๆ	1,729	1,964	2,357	2,222	2,587
ตะวันออกกลาง	436,100	464,330	483,983	569,334	601,146
อิยิปต์	13,037	14,122	15,733	16,729	16,703
อิสราเอล	128,674	108,275	110,884	116,050	125,093
คูเวต	31,910	32,130	44,500	41,224	55,788
ซาอุดีอาระเบีย	22,483	16,489	10,911	8,463	12,521
สหรัฐอเมริกา	74,957	95,490	83,625	105,162	108,608
อื่น ๆ	165,039	197,824	218,330	281,706	282,433
แอฟริกา	116,677	119,000	112,403	127,930	137,907
สาธารณรัฐแอฟริกาใต้	52,788	48,566	43,277	57,100	68,496
อื่น ๆ	63,889	70,434	69,126	70,830	69,411

หมายเหตุ: จำนวนนักท่องเที่ยวไม่รวมคนไทยที่มีถิ่นที่อยู่ต่างประเทศ
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556)

ตารางผนวกที่ 2 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตาม
ประเภทของการใช้จ่าย ปีพ.ศ.2551

(หน่วย: ต่อคน/ต่อวัน/บาท)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ดเตล็ด
East Asia	4,327.10	1,160.21	459.04	195.53	1,201.32	753.71	401.53	155.76
Asean	4,065.38	1,188.36	368.72	158.52	1,148.27	659.25	386.55	155.71
Brunei	4,325.52	1,171.10	378.03	189.01	1,231.06	728.61	451.5	176.21
Cambodia	3,860.78	1,008.85	630.54	103.63	922.42	646.25	377.42	171.67
Indonesia	4,373.59	1,257.27	337.43	171.44	1,339.83	713.82	396.68	157.12
Laos	3,481.34	1,073.14	315.85	139.82	831.66	543.56	417.28	160.03
Malaysia	4,035.71	1,160.45	345.06	163.81	1,207.10	665.47	346.25	147.57
Myanmar	4,152.18	1,348.83	462.65	114.67	1,026.36	616.19	398.44	185.04
Philippine	4,296.20	1,269.58	430.03	180.28	1,130.35	607.9	522.32	155.74
Singapore	4,632.94	1,291.44	443.76	144.35	1,366.29	796.62	417.73	172.75
Vietnam	3,805.38	1,226.06	317.31	186.29	981.88	593.95	355.09	144.8
China	4,520.46	1,086.07	494.66	333.96	1,126.10	874.33	454.27	151.07
Hong Kong	4,913.99	1,522.29	516.71	171.49	1,273.74	881.79	382.89	165.08
Japan	4,521.11	1,030.60	574.61	187.19	1,389.80	768.73	424.95	145.23
Korea	4,629.03	1,222.44	546.15	178.29	1,273.71	842.82	384.68	180.94
Taiwan	4,261.60	1,064.08	532.41	248.99	1,012.00	898.64	371.83	133.65
Others in East Asia	4,195.38	1,221.94	384.17	173.94	1,156.86	728.67	384.74	145.06
Europe	3,800.01	840.23	449.94	145.77	1,129.44	724.4	417.26	92.97
Austria	4,031.74	841.65	435.4	188.17	1,287.51	723.23	467.34	88.44
Belgium	3,554.72	724.97	344.87	139.42	1,109.76	708.61	428.35	98.74
Denmark	4,036.44	954.29	422.64	190.49	1,213.46	737.15	409.1	109.31
Finland	4,038.46	890.62	442.94	126.02	1,204.87	838.18	425.85	109.98

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ดเตล็ด
France	3,856.68	899.99	434.68	126.84	1,176.19	685.27	449.45	84.26
Germany	3,608.16	857.52	374.54	110.73	1,116.92	657.3	403.65	87.5
Italy	3,628.51	741.31	355.44	155.86	1,149.17	701.18	444.27	81.28
Netherlands	4,139.91	1,093.29	493.43	135.47	1,128.59	698.21	484.06	106.86
Norway	4,027.91	997.75	493.18	169.82	1,169.56	784.92	331.11	81.57
Russia	4,017.52	910.32	498.57	172.94	1,130.89	785.4	439.43	79.97
Spain	3,989.24	940.28	472.81	199.12	1,192.31	682.91	425.96	75.85
Sweden	3,449.81	749.21	480.46	101.3	968.58	731.11	346.18	72.97
Switzerland	3,774.89	865.24	388.32	124.18	1,174.31	719.39	411.73	91.72
United Kingdom	3,773.27	715.12	507.14	167.3	1,136.59	723.54	415.79	107.79
East Europe	3,981.72	922.16	395.89	178.91	1,113.55	800.17	476.28	94.76
Others in Europe	4,151.35	881.48	456.99	218.36	1,207.92	802.4	466.75	117.45
The America	4,544.36	1,054.10	611.46	170.99	1,345.89	757.66	490	114.26
Argentina	4,297.63	942.48	482.88	134.19	1,200.08	935.58	480.87	121.55
Brazil	4,493.37	1,011.80	563.31	168.54	1,309.43	818.59	493.8	127.9
Canada	4,272.59	1,025.03	506.51	154.71	1,204.12	821.17	459.7	101.35
USA	4,644.15	1,060.20	649.96	175.24	1,400.86	737.54	502.28	118.07
Others in America	4,161.11	1,176.07	463.57	195.04	1,060.67	749.66	409.23	106.87
South Asia	4,484.24	1,586.32	356.4	173.97	1,092.56	687.18	418.37	169.44
Bangladesh	4,279.22	1,479.17	435.31	154.21	1,010.61	614.55	412.16	173.21
India	4,625.03	1,666.72	361.94	191.64	1,101.42	700.91	428.78	173.62
Nepal	3,730.83	1,175.71	300.28	111.34	970.36	650.6	388.7	133.84

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ดเตล็ด
Pakistan	3,794.15	1,222.46	260.04	97.07	1,105.00	641.85	336.52	131.21
Sri Lanka	4,418.04	1,528.50	330.44	100.7	1,168.93	678.05	423.64	187.78
Others in South Asia	4,020.79	1,237.82	394.86	157.17	1,017.66	661.72	392.58	158.98
Oceania	4,556.25	1,074.99	601.74	191.56	1,373.12	751.72	431.36	131.76
Australia	4,636.55	1,080.40	627.16	192.12	1,396.02	768.59	439.86	132.4
New Zealand	3,979.77	1,042.11	417.43	188.28	1,209.62	625.07	369.68	127.58
Others in Oceania	3,959.28	901.49	370.29	180.72	1,175.94	819.09	386.2	125.55
Middle East	4,477.87	1,251.54	536.98	138.57	1,197.11	793.57	423.19	136.91
Egypt	4,509.98	1,433.55	471.99	126.09	1,269.36	690.64	384.87	133.48
Israel	4,040.19	1,108.43	399.22	125.7	1,127.14	723.6	431.52	124.58
Kuwait	4,704.95	1,173.50	575.86	168.71	1,322.43	872.68	481.72	110.05
Saudi Arabia	5,069.64	1,616.08	469.23	147.08	1,381.17	915.33	430.74	110.01
U.A.E.	4,834.12	1,289.23	712.06	159.36	1,280.18	838.2	416.76	138.33
Others in Middle East	4,517.48	1,311.54	549.32	130.99	1,157.52	803.59	410.57	153.95
Africa	4,561.86	1,616.79	372.44	132.91	1,130.00	737.29	423.66	148.77
South Africa	4,915.02	1,830.15	305.52	153.21	1,237.57	791.78	464.6	132.19
Others in Africa	4,238.72	1,422.66	432.48	114.46	1,031.82	687.41	386.3	163.59
รวม	4,142.30	1,025.34	476.45	168.27	1,189.78	740.22	419.43	122.81

ที่มา: กลุ่มข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2556)

ตารางผนวกที่ 3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตาม
ประเภทของการใช้จ่าย ปีพ.ศ.2552

(หน่วย:ต่อคน/ต่อวัน/บาท)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ดเตล็ด
East Asia	4,160.55	1,133.01	454.47	160.57	1,226.85	713.18	385.68	86.79
Asean	3,937.39	1,160.90	388.45	126.04	1,182.65	633.06	366.62	79.67
Brunei	4,628.33	1,370.21	399.09	175.82	1,360.83	740.97	447.3	134.11
Cambodia	3,659.53	939.03	597.43	93.62	951.39	666.28	368.97	42.81
Indonesia	4,398.01	1,327.23	352.69	172.43	1,403.37	683.04	388.58	70.67
Laos	3,018.74	851.91	276.44	85.59	856.63	528.19	368.7	51.28
Malaysia	3,995.67	1,178.85	378.77	125.87	1,270.45	617.81	329.94	93.98
Myanmar	3,806.66	1,160.08	439.49	109.28	1,018.26	637.2	389.59	52.76
Philippine	4,058.28	1,171.45	404.75	154.65	1,186.31	609.52	476.56	55.04
Singapore	4,667.34	1,403.06	483.99	129.16	1,404.73	771.79	387.9	86.71
Vietnam	3,907.01	1,221.97	372.3	159.87	1,060.18	623.04	361.2	108.45
China	4,352.45	1,102.29	494.06	274.98	1,151.92	797.49	426.9	104.81
Hong Kong	4,707.03	1,403.78	518.99	161.4	1,276.79	849.5	387.93	108.64
Japan	4,397.03	1,013.48	539.87	170.42	1,421.37	769.92	416.83	65.14
Korea	4,451.99	1,149.55	538.22	152.54	1,298.23	795.55	389.18	128.72
Taiwan	4,063.55	1,009.56	520.09	198.77	1,065.58	825.42	365.8	78.33
Others	4,167.59	1,202.53	436.18	164.19	1,179.20	744.75	371.17	69.57
Europe	3,699.95	806.42	428.75	140.04	1,135.41	723.72	414.54	51.07
Austria	3,841.22	824.08	419.35	159.27	1,253.66	687.58	451.14	46.14
Belgium	3,453.08	676.31	334.09	132.39	1,112.82	703.71	439.82	53.94
Denmark	3,926.39	919.21	404.31	162.48	1,227.15	752.61	423.03	37.6

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ดเตล็ด
Finland	3,902.71	850.32	425.18	120.39	1,221.12	790.89	418.95	75.86
France	3,632.88	820.62	423.77	113.29	1,111.80	700.29	414.69	48.42
Germany	3,454.30	786.32	372.03	100.24	1,111.50	652.65	391.31	40.25
Italy	3,539.86	736.45	339.52	136.54	1,146.53	684.59	439.32	56.91
Netherlands	3,925.80	1,039.78	473.74	122.08	1,075.91	692.05	484.66	37.58
Norway	3,813.80	907.8	463.89	143.44	1,143.68	746.56	354.06	54.37
Russia	4,220.46	1,042.76	542.22	200.35	1,167.74	795.09	405.69	66.61
Spain	3,785.10	841.08	435.85	153.83	1,207.66	678.07	417.68	50.93
Sweden	3,445.24	708.92	426.8	93.97	1,023.66	770.16	375.59	46.14
Switzerland	3,751.85	818.97	405.1	105.61	1,206.13	742.6	424.75	48.69
United Kingdom	3,658.24	680.92	441.84	177.13	1,151.24	740.44	411.14	55.53
East Europe	3,984.13	920.85	466.26	193.03	1,117.10	754.28	471.24	61.37
Others	3,976.31	850.86	479.92	184.73	1,223.37	717.42	464.49	55.52
The America	4,344.34	987.22	580.94	162.69	1,309.08	763.5	486.08	54.83
Argentina	4,269.19	884.47	549.72	116.77	1,346.73	809.85	516.33	45.32
Brazil	4,337.60	936.65	572.16	153.81	1,317.89	781.66	534.26	41.17
Canada	4,149.47	998.24	512.65	154.5	1,153.88	774.94	497.91	57.35
USA	4,417.95	986.91	604.78	164.82	1,361.83	760.08	484.69	54.84
Others	3,811.75	961.19	452.05	177.52	1,015.73	750.28	409.25	45.73
South Asia	4,402.88	1,589.79	374.56	158.39	1,079.44	690.38	420.44	89.88
Bangladesh	4,126.53	1,422.97	383.65	124.14	1,022.38	648.89	418.85	105.65
India	4,547.53	1,681.97	389.5	177.04	1,067.71	703.62	431.81	95.88

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ดเตล็ด
Nepal	3,781.84	1,219.20	311.58	115.97	1,047.91	636.21	385.19	65.78
Pakistan	3,815.05	1,239.33	281.71	92.4	1,145.66	638.11	360.21	57.63
Sri Lanka	4,355.18	1,545.37	348.27	90.46	1,225.47	668.21	406.29	71.11
Others	3,986.08	1,233.03	385.06	143.75	1,060.14	712.99	384.7	66.41
Oceania	4,446.13	1,045.97	570.83	185.45	1,395.20	760.62	429.11	58.95
Australia	4,516.69	1,051.18	593.76	184.16	1,421.99	771.38	436.78	57.44
New Zealand	3,878.80	1,010.40	386.71	196.96	1,178.52	668.17	365.87	72.17
Others	3,566.10	808.8	350.95	159.71	1,107.56	726.75	366.61	45.72
Middle East	4,394.62	1,241.55	564.64	128.56	1,231.07	746.9	423.91	57.99
Egypt	4,229.77	1,194.18	396.42	115.46	1,350.54	709.89	412.3	50.98
Israel	3,806.40	1,005.02	404.48	116.47	1,138.61	687.75	417.28	36.79
Kuwait	4,771.08	1,180.65	604.68	131.4	1,464.81	834.97	491.35	63.22
Saudi Arabia	5,012.73	1,499.63	512.01	117.87	1,518.87	859.59	443.61	61.15
U.A.E.	5,052.35	1,425.58	768.43	150.1	1,409.77	811.73	420.58	66.16
Others	4,356.59	1,315.43	576.05	126.36	1,124.61	730.4	415.18	68.56
Africa	4,478.08	1,528.25	381.26	125.76	1,216.45	725.27	422.59	78.5
South Africa	4,777.04	1,693.25	331.77	141.14	1,362.41	732.42	463.39	52.66
Others	4,282.65	1,419.31	414.9	115.58	1,119.92	721.31	395.7	95.93
รวม	4,011.21	996.27	461.93	151.6	1,198.11	725.26	412.59	65.45

ที่มา: กลุ่มข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2556)

ตารางผนวกที่ 4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตาม
ประเภทของการใช้จ่าย ปีพ.ศ.2553

(หน่วย:ต่อคน/ต่อวัน/บาท)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ด เตล็ด
East Asia	4,243.61	1,132.09	467.59	157.98	1,265.43	749.31	395.77	75.44
Asean	4,019.44	1,169.13	402.15	122.31	1,219.90	668.09	373.79	64.07
Brunei	4,668.12	1,323.81	387.7	165.17	1,438.13	760.36	464.8	128.15
Cambodia	3,675.23	948.52	546.57	97.18	984.45	669.51	379.12	49.88
Indonesia	4,357.20	1,251.00	375.54	154.41	1,436.94	690.28	379.75	69.28
Laos	3,087.12	903.43	277.05	80.31	885.1	543.26	361.09	36.88
Malaysia	4,080.33	1,158.86	412.07	127.27	1,297.37	668.93	346.13	69.70
Myanmar	3,779.45	1,165.52	421.08	99.48	1,028.03	629.57	381.97	53.80
Philippine	4,191.11	1,230.88	402.99	148.96	1,219.28	650.48	482.01	56.51
Singapore	4,816.85	1,436.69	491.18	124.85	1,469.09	815.21	410.28	69.55
Vietnam	4,024.28	1,266.15	388.45	147.01	1,110.42	663.93	355.78	92.54
China	4,424.56	1,109.40	510.39	263.36	1,187.89	828.11	430.93	94.48
Hong Kong	4,820.14	1,366.32	530.93	156.02	1,371.66	908.23	393.4	93.58
Japan	4,417.07	982.27	549.22	158.12	1,433.30	799.44	436.58	58.14
Korea	4,564.43	1,160.50	551.43	157.75	1,351.95	832.74	394.41	115.65
Taiwan	4,174.77	986.36	511.11	181.65	1,189.03	845.55	387.63	73.44
Others	4,281.56	1,176.32	442.15	158.18	1,239.27	781.76	412.1	71.78
Europe	3,735.57	777.44	436.59	141.34	1,155.44	755.27	420.12	49.37
Austria	3,874.73	798.82	403.5	154.13	1,293.15	729.06	444.83	51.24
Belgium	3,515.46	678.6	326.15	134.25	1,140.08	734.69	448.58	53.11
Denmark	4,062.50	901.13	449.58	166.54	1,276.30	794.29	433.75	40.91

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ด เตล็ด
Finland	4,019.82	841.15	452.47	110.13	1,285.02	829.74	431.19	70.12
France	3,558.21	768.2	395.44	109.06	1,123.52	712.03	417.06	32.9
Germany	3,474.36	747.32	377.89	94.08	1,146.33	682.15	389.89	36.7
Italy	3,561.51	708.3	360.02	138.91	1,136.73	706.46	448.52	62.57
Netherlands	3,904.72	1,001.17	458.29	117.74	1,108.35	720.74	468.05	30.38
Norway	3,877.75	874.06	469.26	135.44	1,195.71	787.29	358.63	57.36
Russia	4,242.05	979.35	545.65	201.26	1,198.73	821.15	427.91	68
Spain	3,705.70	814.36	421.47	135.87	1,181.00	677.7	421.17	54.13
Sweden	3,525.29	703.04	437.12	95.04	1,076.06	787.88	382.37	43.78
Switzerland	3,690.18	762.24	388.51	101.56	1,219.29	756.51	427.01	35.06
United Kingdom	3,630.97	620.23	443.24	177.37	1,126.37	781.89	421.81	60.06
East Europe	3,887.11	857.95	442.74	191.41	1,121.25	757.98	470.44	45.34
Others	3,982.49	797.16	514.6	179.88	1,232.55	739.7	469.34	49.26
The America	4,298.08	926.63	583.29	159.84	1,307.02	780.21	482.81	58.28
Argentina	4,195.01	832.89	528.7	119.75	1,328.37	801.04	521.35	62.91
Brazil	4,323.30	941.94	561.08	156.41	1,323.43	771.68	525.52	43.24
Canada	4,101.13	950.39	534.41	159.69	1,123.22	772	501.61	59.81
USA	4,380.23	921.7	605.04	159.93	1,370.47	784.33	479.43	59.33
Others	3,749.50	910.98	437.23	172.91	1,044.82	742.55	409.41	31.6
South Asia	4,596.85	1,683.70	402.15	160.95	1,115.41	709.43	427.02	98.19
Bangladesh	4,208.43	1,475.75	400.08	121.1	1,053.53	660.72	416.73	80.52

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

ประเทศ	รวม	สินค้าที่ ระลึก	การ บันเทิง	เที่ยว ชม สถานที่	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	ค่า เดินทาง	เบ็ด เต็ด
India	4,751.84	1,780.16	419.75	179.19	1,107.53	723.19	437.12	104.9
Nepal	3,779.11	1,191.91	310.14	108.86	1,061.25	642.57	393.44	70.94
Pakistan	4,009.18	1,307.68	303.39	92.09	1,190.69	664.17	370.58	80.58
Sri Lanka	4,464.18	1,628.13	347.63	88.16	1,245.00	668.31	408.86	78.09
Others	4,024.71	1,206.24	392.28	141.82	1,097.67	726.14	386.23	74.33
Oceania	4,589.96	1,036.22	604.38	186.22	1,460.63	789.82	435.18	77.51
Australia	4,669.89	1,041.12	628.56	186.78	1,491.31	798.27	442.95	80.9
New Zealand	3,936.65	1,008.46	404.52	182.78	1,206.77	715.88	369.26	48.98
Others	3,575.58	745.56	370.11	153.88	1,134.51	744.39	374.11	53.02
Middle East	4,533.36	1,278.16	586.5	135.28	1,248.64	784.14	436.43	64.21
Egypt	4,325.86	1,198.37	401.64	108.5	1,404.80	725.76	430.65	56.14
Israel	3,925.81	1,004.89	438.33	119.92	1,188.23	712.21	434.12	28.11
Kuwait	4,743.96	1,193.56	610.02	126.11	1,423.57	832.57	500.88	57.25
Saudi Arabia	5,020.22	1,463.50	521.8	108.61	1,543.72	876.94	448.03	57.62
U.A.E.	5,124.18	1,411.37	773.59	143.86	1,416.56	863.97	445.33	69.5
Others	4,554.04	1,384.86	588.46	144.13	1,150.60	777.77	422.89	85.33
Africa	4,584.78	1,561.50	374.81	121.71	1,290.62	753.48	427.58	55.08
South Africa	4,860.83	1,684.38	329.5	136.78	1,426.57	777.4	459	47.2
Others in Africa	4,332.61	1,448.68	417.52	107.8	1,165.29	732.05	398.77	62.5
รวม	4,078.67	989.89	472.83	151.57	1,226.21	756.41	418.42	63.34

ที่มา: กลุ่มข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2556)

ตารางผนวกที่ 5 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ
ปีพ.ศ.2550-2554

(หน่วย:คน)

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				
	2550	2551	2552	2553	2554
รวม	14,464,228	14,584,220	14,149,841	15,936,400	19,230,470
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	7,611,931	7,601,638	7,076,190	8,167,164	10,345,866
บรูไน	8,987	9,055	8,353	7,073	7,471
กัมพูชา	99,945	85,790	96,586	146,274	265,903
อินโดนีเซีย	237,592	247,930	227,205	286,072	370,795
ลาว	513,701	621,564	655,034	715,345	891,950
มาเลเซีย	1,540,080	1,805,332	1,757,813	2,058,956	2,500,280
พม่า	72,205	71,902	79,279	90,179	110,671
ฟิลิปปินส์	205,266	221,506	217,705	246,430	268,375
สิงคโปร์	604,603	570,047	563,575	603,538	682,364
เวียดนาม	237,672	338,303	363,029	380,368	496,768
จีน	907,117	826,660	777,508	1,122,219	1,721,247
ฮ่องกง	367,862	337,827	318,762	316,476	411,834
ญี่ปุ่น	1,277,638	1,153,868	1,004,453	993,674	1,127,893
เกาหลี	1,083,652	889,210	618,227	805,445	1,006,283
ไต้หวัน	427,474	393,176	362,783	369,220	447,610
อื่น ๆ	28,137	29,468	25,878	25,895	36,422
ยุโรป	3,905,271	3,984,614	4,059,988	4,442,375	5,101,406
ออสเตรเลีย	81,391	80,561	85,786	90,026	89,242
เบลเยียม	72,018	76,132	80,420	80,000	82,610
เดนมาร์ก	141,110	149,683	144,834	152,398	164,096
ฟินแลนด์	143,266	155,143	156,000	146,946	157,046

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				
	2550	2551	2552	2553	2554
ฝรั่งเศส	373,090	398,407	427,067	461,670	515,572
เยอรมันนี	544,495	542,726	573,473	606,874	619,133
ไอร์แลนด์	73,734	73,380	65,530	57,515	58,945
อิตาลี	171,328	159,513	170,105	168,203	185,869
เนเธอร์แลนด์	194,434	193,541	205,412	196,994	198,891
นอร์เวย์	108,941	124,600	121,575	132,108	136,931
รัสเซีย	277,503	324,120	336,965	644,678	1,054,187
สเปน	82,111	80,369	75,362	67,242	95,383
สวีเดน	378,387	392,274	350,819	355,214	373,856
สวิตเซอร์แลนด์	146,511	143,065	148,269	155,761	170,044
สหราชอาณาจักร	859,010	826,523	841,425	810,727	844,972
กลุ่มยุโรปตะวันออก	148,302	164,029	181,247	211,672	240,886
อื่น ๆ	109,640	100,548	95,699	104,347	113,743
อเมริกา	920,366	909,017	853,380	844,644	952,519
อาร์เจนตินา	6,704	7,132	7,458	10,292	12,970
บราซิล	15,056	16,805	17,650	20,390	24,560
แคนาดา	183,440	180,900	169,482	168,393	194,356
สหรัฐอเมริกา	681,972	669,097	627,074	611,792	681,748
อื่น ๆ	33,194	35,083	31,716	33,777	38,885
เอเชียใต้	709,811	711,290	826,437	995,321	1,158,092
บังกลาเทศ	44,789	46,682	53,420	68,081	65,150
อินเดีย	536,356	536,964	614,566	760,371	914,971
เนปาล	19,546	20,589	25,499	28,621	25,382

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

สัญชาติ	ปี พ.ศ.				
	2550	2551	2552	2553	2554
ปากีสถาน	46,656	49,169	63,260	65,171	73,727
ศรีลังกา	44,327	38,993	47,138	49,738	53,636
อื่น ๆ	18,137	18,893	22,554	23,339	25,226
โอเชียเนีย	764,072	794,331	737,460	789,632	933,534
ออสเตรเลีย	658,148	694,473	646,705	698,046	829,855
นิวซีแลนด์	104,195	97,894	88,398	89,364	101,092
อื่น ๆ	1,729	1,964	2,357	2,222	2,587
ตะวันออกกลาง	436,100	464,330	483,983	569,334	601,146
อียิปต์	13,037	14,122	15,733	16,729	16,703
อิสราเอล	128,674	108,275	110,884	116,050	125,093
คูเวต	31,910	32,130	44,500	41,224	55,788
ซาอุดีอาระเบีย	22,483	16,489	10,911	8,463	12,521
สหรัฐอเมริกา	74,957	95,490	83,625	105,162	108,608
อื่น ๆ	165,039	197,824	218,330	281,706	282,433
แอฟริกา	116,677	119,000	112,403	127,930	137,907
สาธารณรัฐแอฟริกาคาใต้	52,788	48,566	43,277	57,100	68,496
อื่น ๆ	63,889	70,434	69,126	70,830	69,411

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556)

ตารางผนวกที่ 6 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยมาเลเซีย จำแนกตามสัญชาติปี
พ.ศ.2550-2551

(หน่วย: คน)

ประเทศ	ปี พ.ศ.		%
	2551	2550	
Singapore	11,003,492	10,492,692	4.90
Thailand	1,493,789	1,625,698	-8.10
Indonesia	2,428,605	1,804,535	34.60
Brunei	1,085,115	1,172,154	-7.40
Philippine	397,884	327,140	21.60
Vietnam	122,933	119,973	2.50
Cambodia	35,464	23,193	52.90
China	949,864	789,783	20.30
Japan	433,462	367,567	17.90
Taiwan	190,979	201,311	-5.10
South Korea	267,461	224,867	18.90
India	550,738	422,452	30.40
West Asia			
Saudi Arabia	74,632	78,298	-4.70
United Arab Emirates	34,994	38,170	-8.30
Iran	63,165	27,215	132.10
Canada	77,664	46,903	65.60
United States of America	223,249	204,844	9.00
Scandinavia			
Denmark	23,817	19,773	20.50
Finland	23,112	34,144	-32.30
Norway	21,516	14,954	43.90

ตารางผนวกที่ 6 (ต่อ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.		
	2551	2550	%
Sweden	48,649	44,746	8.70
Netherlands	90,802	55,604	63.30
France	86,030	59,456	44.70
Germany	111,525	78,598	41.90
Switzerland	26,489	20,662	28.20
Russia	26,308	16,868	56.00
Poland	11,745	34,344	-65.80
Italy	38,945	31,576	23.30
Turkey	8,152	9,580	-14.90
South Africa	25,437	21,233	19.80
Others	1,131,140	1,824,925	-38.00
รวม	22,052,488	20,972,822	5.10

ที่มา: Tourism Malaysia (2013)

ตารางผนวกที่ 7 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยตามสัญชาติปี

พ.ศ.2552-2553

(หน่วย: คน)

ประเทศ	ปี พ.ศ.		
	2553	2552	%
Singapore	13,042,004	12,733,082	2.40
Thailand	1,458,678	1,449,262	0.60
Indonesia	2,506,509	2,405,360	4.20
Brunei	1,124,406	1,061,357	5.90
Philippine	486,790	447,470	8.80
Vietnam	159,271	149,685	6.40
Cambodia	48,618	43,146	12.70
China	1,130,261	1,019,756	10.80
Japan	415,881	395,746	5.10
Taiwan	211,143	197,869	6.70
South Korea	264,052	227,312	16.20
India	690,849	589,838	17.1
West Asia			
Saudi Arabia	86,771	77,082	12.60
United Arab Emirates	25,645	22,108	16.00
Iran	116,252	101,664	14.30
Canada	91,701	88,080	4.10
United States of America	232,965	228,571	1.90
Australia	580,695	533,382	8.90
New Zealand	66,152	63,004	5.00
United kingdim	429,965	435,091	-1.20

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.		
	2553	2552	%
Scandinavia			
Denmark	24,869	25,916	-4.0
Finland	21,355	20,912	2.1
Norway	22,773	22,487	1.3
Sweden	48,971	49,509	-1.1
Netherlands	114,887	111,139	3.4
France	111,175	110,054	1.0
Germany	130,896	128,288	2.0
Switzerland	27,894	28,523	-2.2
Russia	32,075	29,202	9.8
Poland	12,358	12,544	-1.5
Italy	47,068	46,352	1.5
Turkey	9,149	8,265	10.7
South Africa	26,395	23,556	12.1
Others	778,723	760,579	2.4
รวม	24,577,196	23,646,191	3.9

ที่มา: Tourism Malaysia (2013)

ตารางผนวกที่ 8 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยจําแนกตามสัญชาติ
ปีพ.ศ.2553-2554

(หน่วย: คน)

ประเทศ	ปี พ.ศ.		
	2554	2553	%
Singapore	13,372,647	13,042,004	2.5
Thailand	1,442,048	1,458,678	-1.1
Indonesia	2,134,381	2,506,509	-14.8
Brunei	1,239,404	1,124,406	10.2
Philippine	362,101	486,790	-25.6
Vietnam	173,783	159,271	9.1
Cambodia	49,472	48,618	1.8
Laos	29,520	38,111	-22.5
Myanmar	81,946	72,792	12.6
China	1,250,536	1,130,261	10.6
Japan	386,974	415,881	-7.0
Taiwan	233,783	211,143	10.7
South Korea	263,428	264,052	-0.2
India	693,056	690,849	0.3
West Asia			
Saudi Arabia	87,693	86,771	1.1
United Arab Emirates	24,212	25,645	-5.6
Iran	139,617	116,252	20.1
Canada	86,015	91,701	-6.2
United States of America	216,755	232,965	-7.0
Australia	558,411	580,695	-3.8
New Zealand	81,387	66,152	23
United kingdom	403,940	429,965	-6.1

ตารางผนวกที่ 8 (ต่อ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.		
	2554	2553	%
Scandinavia			
Denmark	22,269	24,869	-10.5
Finland	19,969	21,355	-6.5
Norway	19,891	22,773	-12.7
Sweden	44,138	48,971	-9.9
Netherlands	90,590	114,887	-21.1
France	127,980	111,175	15.1
Germany	124,670	130,896	-4.8
Switzerland	25,802	27,894	-7.5
Russia	38,918	32,075	21.3
Austria	13,082	-	-
Italy	43,864	47,068	-6.8
Turkey	8,577	9,149	-6.3
South Africa	31,441	26,395	19.1
Others	792,024	680,178	16.4
รวม	24,714,324	24,577,196	0.6

ที่มา: Tourism Malaysia (2013)

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวจินต์จุฑา มณีนก
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 9 เดือนกันยายน พ.ศ.2531
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายใน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ไทยโพลีคอนส์ จำกัด (มหาชน)

