



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University.
All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

โครงการวิจัย เรื่อง “อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว
จากจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ”

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ประกอบการทำการค้นคว้าแบบ
อิสระตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เท่านั้น มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการอื่นใดนอกจากที่กล่าวแล้ว การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากท่านจะไม่
มีการเปิดเผยข้อมูลเป็นรายบุคคล แต่จะเป็นการนำเสนอข้อมูลเป็นกลุ่ม โดยการนำข้อมูลของทุก
ท่านมารวมกันแล้วประมวลผล

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษา
ของผู้วิจัย และผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในครั้งนี้ด้วยดี

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

ระหว่าง 20-40 ปี

ระหว่าง 41-50 ปี

ระหว่าง 51-60 ปี

มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพการสมรส

โสด

สมรส

หย่า / หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 อนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน / นักศึกษา
 แม่บ้าน อื่นๆ (ระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-25,000 บาท
 25,001-50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมทางสังคมในการท่องเที่ยวภายในประเทศ

7. ท่านเคยเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศหรือไม่

- เคย (โปรดตอบข้อต่อไป)
 ไม่เคย (โปรดระบุสาเหตุ แล้วข้ามไปตอบตอนที่ 3)

- เนื่องจาก () ไม่ชอบเดินทางท่องเที่ยว
 () ไม่มีเวลาและโอกาสที่เหมาะสม
 () ค่าใช้จ่ายสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวต่างประเทศบางแห่ง
 () ไม่ทราบการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ท่องเที่ยวในประเทศในสถานที่ต่างๆ
 () ได้รับข้อมูลและภาพพจน์ที่ไม่ดีจากนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ที่ไปเที่ยวมา
 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวที่ไหนมากกว่ากัน

- ท่องเที่ยวภายในประเทศ ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

14. ท่านศึกษา/หาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านชอบเดินทางไปจากแหล่งใด

- ตัวแทนบริษัททัวร์ หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว
 นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์
 อินเทอร์เน็ต เพื่อน/ญาติ
 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) อื่นๆ (ระบุ).....

15. ท่านใช้เงินเพื่อใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจากส่วนไหน

- เงินออม เงินเดือน
 เงินโบนัส เงินกู้ยืม/เงินสินเชื่อ
 อื่นๆ (ระบุ).....

16. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไปประมาณเท่าใด (ต่อคนต่อครั้ง)

- ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท
 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท
 20,001-25,000 บาท มากกว่า 25,000 บาท

17. ท่านพักค้างคืน ณ สถานที่ใดเป็นหลัก

- โรงแรม บ้านญาติ/บ้านเพื่อน
 บังกะโล/รีสอร์ท บ้านรับรอง/บ้านพักสวัสดิการ
 ที่พักในอุทยานแห่งชาติ/เต็นท์ อื่นๆ (ระบุ).....

18. ท่านพักค้างคืนเป็นระยะเวลากี่วัน

- 1-2 วัน 3-4 วัน
 5-6 วัน 1 สัปดาห์
 มากกว่า 1 สัปดาห์ อื่นๆ (ระบุ).....

19. ปัญหาที่ท่านมักพบจากการท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง

- ที่พัก ปัญหา.....
- อาหาร ปัญหา.....
- การเดินทาง ปัญหา.....
- สถานที่ท่องเที่ยว ปัญหา.....
- ห้องน้ำตามสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหา.....
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

20. ท่านชอบหรืออยากเดินทางท่องเที่ยวโดยวิธีการใดมากที่สุด เพราะเหตุใด

- เดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว เดินทางไปเอง พาหนะ.....

เพราะ.....

21. ท่านชอบหรืออยากเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลาใดมากที่สุด

- เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์
 วันหยุดพักผ่อนประจำปี(พักร้อน) วันหยุดสุดสัปดาห์
 แล้วแต่โอกาสที่เหมาะสม อื่นๆ (ระบุ).....

22. ภูมิภาคที่ท่านชอบหรืออยากเดินทางไปมากที่สุด

- ภาคเหนือ ภาคกลาง
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้
 ภาคตะวันออก

23. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบหรืออยากเดินทางไปมากที่สุด

- ชายทะเล/หมู่เกาะ ภูเขา/น้ำตก/ป่าไม้
 โบราณสถาน/วัด ดูกีฬา
 อื่นๆ (ระบุ).....

24. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากให้การท่องเที่ยวภายในประเทศพัฒนาขึ้น

.....

.....

.....

.....

.....



ขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University.
All rights reserved

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

โครงการวิจัย เรื่อง “อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว
จากจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย”

สถานที่ทำการสัมภาษณ์.....

1. ท่านคิดว่าตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยในปัจจุบันเป็นอย่างไร

ร.....
.....
.....
..

2. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ไหนมากที่สุด

.....
.....
เพราะเหตุใด.....
การเดินทางส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่นิยมเดินทางไปโดยวิธีใดมากที่สุด
.....เพราะเหตุใด.....

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณเท่าไร.....

3. ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นช่วงเวลาไหนมากที่สุด (เช่น เทศกาลปีใหม่).....

เพราะเหตุใด.....
นักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่ใช้เวลาในการพักค้างคืน ณ สถานที่ท่องเที่ยวประมาณกี่วัน
.....เพราะ.....

สถานที่พำนัก.....เพราะเหตุใดจึงเลือกพัก ณ สถานที่แห่งนั้น.....

.....

.....
4. ท่านคิดว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่หรือไม่ เพราะเหตุใด.....
.....
.....

5. ปัญหาที่พบจากการท่องเที่ยวในประเทศที่ได้รับผลตอบรับจากนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่.....
.....
.....

6. ความรู้สึกหลังการไปท่องเที่ยว ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่รู้สึกว่าคุณค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไปหรือไม่.....
.....
.....

7. ท่านคิดว่าแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคตจะเป็นอย่างไร (เพิ่มขึ้นหรือลดลง) เพราะเหตุใด.....
.....
.....

8. ข้อเสนอแนะที่อยากให้รัฐบาลช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือข้อเสนอแนะที่จะกระตุ้นให้ชาวเชียงใหม่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ.....
.....
.....
.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ค

ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตารางที่ 1 ตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ปี	นักท่องเที่ยวชาวไทย		จำนวน วันพักเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย		รายได้	
	การเดินทาง (ล้านคน/ ครั้ง)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		ต่อคน/ วัน	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	จำนวน (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2540	52.05	-0.79	2.31	1,466.00	+11.57	180,388.00	+14.66
2541	51.68	-0.72	2.37	1,512.70	+3.19	187,897.82	+4.16
2542	53.62	+3.02	2.43	1,523.55	+2.29	203,179.00	+7.42
2543	54.74	+2.08	2.48	1,717.77	+12.75	210,516.15	+3.61
2544	68.62	+7.09	2.51	1,702.70	-0.88	223,732.14	+6.28
2545	61.82	+5.45	2.55	1,689.52	-0.77	235,337.15	+5.19
2546	69.36	+12.20	2.61	1,824.38	+1.98	289,986.81	+23.22
2547	74.80	+7.84	2.60	1,852.33	+1.53	317,224.62	+9.39
2548	76.24	+1.93	2.65	1,965.00	+6.08	347,300.00	+9.48
2549	79.33	+4.05	2.67	2,050.00	+4.33	378,000.00	+8.84

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

จากตาราง พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศปี พ.ศ. 2540-2541 มีจำนวนลดลง คือ มีจำนวนนักท่องเที่ยว 52.05 ล้านคนในปี พ.ศ. 2540 ลดลงเป็น 51.68 ล้านคนในปี พ.ศ. 2541 เนื่องจากระหว่างปี พ.ศ. 2540-2541 ประเทศไทยได้เกิดปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ อันส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวนลดลง แต่อย่างไรก็ตาม ในส่วนของระยะเวลาพำนักเฉลี่ยและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในระยะเวลาช่วงดังกล่าวและจากตารางดังกล่าว พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน นักท่องเที่ยวภายในประเทศมี

จำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2546 การท่องเที่ยวภายในประเทศมีอัตราการขยายตัวสูงมาก ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงด้านจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 12.20

รายได้จากการท่องเที่ยว

รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2549 มีอัตราการเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะปี พ.ศ. 2546 มีรายได้เฉลี่ยสูงขึ้นถึงร้อยละ 23.22 ซึ่งถือว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศทำรายได้ให้ขยายตัวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปีอื่นๆ ซึ่งจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ในทุกๆ ปี ย่อมแสดงให้เห็นถึงแหล่งรายได้ที่สำคัญ ซึ่งรัฐบาลควรให้ความสำคัญในการที่จะรณรงค์ให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยแก้ไขการขาดดุลการค้าและบัญชีเดินสะพัดได้ทางหนึ่งด้วยเป็นที่น่าสังเกตว่าในปี พ.ศ. 2540-2541 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวนลดลง แต่รายได้กลับเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพิ่มมากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนเพิ่มมากขึ้นด้วย จึงทำให้รายได้เพิ่มมากขึ้น

สำหรับในปี พ.ศ. 2549 รายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยมีจำนวน 378,000 บาท โดยมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 8.84

แนวโน้มการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2549 มีอัตราการเพิ่มขึ้นโดยตลอดระยะเวลาพำนักเฉลี่ยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยปี พ.ศ. 2549 มีระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ย 2.67 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนของนักท่องเที่ยวภายในประเทศมีเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวสูงขึ้นด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้พยากรณ์แนวโน้มไว้ว่าจะเพิ่มขึ้น โดยตลอดรวมทั้งในปี พ.ศ. 2550 ด้วย

จากแนวโน้มการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ได้เติบโตโดยตลอดอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 มานั้น แสดงว่าทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมั่นใจในศักยภาพทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมทั้งแผน นโยบาย ตลอดจนกลยุทธ์ซึ่งได้วางไว้เป็นอย่างดี

นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตลาดโลกนั้นมีการแข่งขันกันสูงมาก ทั้งในด้านของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นๆ ตลอดจนมีกลยุทธ์

ต่างๆ ที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนให้มากขึ้น ดังนั้นแผนพัฒนาและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคตของประเทศไทยจึงมีความสำคัญมากและจำเป็นต้องพัฒนาให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีมาตรฐานสูงขึ้นเรื่อยๆ เพื่อสวัสดิการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อรักษาขีดความสามารถของการแข่งขันการท่องเที่ยวกับประเทศอื่นๆ เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ท่องเที่ยวภายในประเทศและไม่ให้เงินท่องเที่ยวไหลออกนอกประเทศ และเพื่อที่จะสามารถทำให้ประเทศไทยได้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง นำรายได้สุทธิเข้าประเทศ เพื่อช่วยลดการขาดดุลการค้า และดุลการชำระเงินของประเทศ ซึ่งในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวนี้ภาครัฐบาลได้วางเป้าหมายระยะยาวปี พ.ศ. 2555 ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกล่าวถึงเป้าหมายระยะยาวไว้ว่า ให้การท่องเที่ยวไทยมีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล (World Class) ทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการ และรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมบูรณ์โดยการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล มีองค์ประกอบดังนี้

1. มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ไม่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกทำลาย
2. คงประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม และดำรงเอกลักษณ์ของไทยไว้ให้ลือชื่อไปทั่วโลก

โลก

3. สิ่งแวดล้อมปลอดภัย
4. มีความปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุและโรคภัยไข้เจ็บ
5. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก

และบริการที่มีคุณภาพ

6. มีการคมนาคมที่ติดต่อถึงกันได้ทุกระบบ
7. มีระบบโทรคมนาคมสาธารณะที่ติดต่อได้ทั่วโลกได้ในทุกเมืองท่องเที่ยวหลัก
8. คนไทยมีความพร้อมที่จะให้บริการในมาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมอย่างสูงสุดในการได้รับสวัสดิการในมาตรฐานเดียวกัน

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2546 - 2549

นับแต่ปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ปรับแผนวิสาหกิจเพื่อให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริหารจัดการการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก และมีนโยบายดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

2. ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน

3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันขจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

4. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

5. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-TOURISM) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องกัน เพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2550

แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2550 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะดำเนินการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2550-2554 ซึ่งมีการกำหนดไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์ Tourism Capital of Asia
Quality – Sustainability-Competitiveness
เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชีย
คุณภาพ-ยั่งยืน- ความสามารถในการแข่งขัน

มุ่งพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพ (Quality) และเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainability) ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (Competitiveness) อันจะนำไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

เป้าหมาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คาดว่าจะมีเป้าหมายจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยคาดว่าจะมีรายได้ 377,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.00 และตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 82 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.35

กลยุทธ์ภาพรวมของการท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตั้งกลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดภายในประเทศในปี พ.ศ. 2550 ดังต่อไปนี้

1. สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต จะดำเนินโครงการในลักษณะของการประชาสัมพันธ์ สร้างการยอมรับว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิต เน้นการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาค และจัดทำ โครงการสนับสนุนการขายนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยจะมีการจัดเส้นทางและกิจกรรมส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม อาทิ กลุ่มเยาวชน กลุ่มคนทำงาน กลุ่มครอบครัว และกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น

2. รณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า....รักษาแหล่งท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วยโครงการวันธรรมดามาน่าเที่ยว : โครงการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า...รักษาแหล่งท่องเที่ยวเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา ในวันที่ 5 ธันวาคม 2550 ซึ่งจะดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า....รักษาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งการจัดนิทรรศการรณรงค์ปลูกฝังจิตสำนึกด้วย

3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้ และสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม ประกอบด้วยโครงการวันธรรมดามาน่าเที่ยว : โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการให้ความรู้และสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม เช่น การท่องเที่ยวตามรอยพระราชดำริ จัดอบรมผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์การท่องเที่ยวไทย และจัดหน่วยเคลื่อนที่เผยแพร่ความรู้ในการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เป็นต้น

4. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและระหว่างภูมิภาค

- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Trade & Consumer Fair และ Road Show) เช่น งาน “เที่ยวไทยทั่วทิศ 2550” เป็นต้น

- โครงการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทั่วประเทศ โดยร่วมกับพันธมิตร เช่น ร่วมกับธนาคารกรุงเทพฯ ทำบัตรเครดิตท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหาร จัดทำกิจกรรมส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยง “น้องท่องวนเที่ยว มหัศจรรย์สองฝั่งทะเลใต้”

• โครงการเพิ่มศักยภาพในการสนับสนุนการขาย จะดำเนินการสำรวจ คัดเลือกสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวนำเสนอขายทั้งตลาดในและต่างประเทศ การพัฒนาและปรับปรุงระบบข้อมูลสารสนเทศ รับคณะ MET/AET การจัด Road Show และส่งเสริม สนับสนุนการจัดกิจกรรม เทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

กลยุทธ์ภาพรวมดังกล่าว เป็นกลยุทธ์เพื่อมิติทางเศรษฐกิจ และเพื่อมิติทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีกลยุทธ์ในระดับภูมิภาค ดังนี้

1. สร้างการรับรู้และกระตุ้นตลาดให้มากขึ้น
2. เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม
3. สนับสนุนพันธมิตรในการดำเนินงานด้านการตลาด
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวออกฤดูกาล
5. ส่งเสริมการทำกิจกรรมเสริมในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศ

1. สินค้าทางการตลาดที่หลากหลาย โดยมีวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่

โดดเด่น

2. นโยบายการเชื่อมโยงในกลุ่ม GMS: Grater Makong Sub-region
3. เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศในระดับชาติและนานาชาติ และการบริการ

สายการบินต้นทุนต่ำ

4. เป็นพื้นที่นำร่องศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย
5. มีมรดกที่โดดเด่นทางโบราณสถาน / ประวัติศาสตร์

ข้อจำกัดทางการตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศ

1. แหล่งท่องเที่ยวระดับรองยังไม่สามารถพัฒนาให้โดดเด่นพอที่จะเป็นทางเลือกเสริมให้กับนักท่องเที่ยวได้

2. ความเปราะบางของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ไม่เหมาะสมต่อการพัฒนาสำหรับกลุ่มตลาดขนาดใหญ่

3. การรู้จักในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะ ยังคงค่อนข้างน้อย

4. ขาดการนำจุดต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมานำเสนอขายให้ชัดเจน

การดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการตลาด

1. กัดเลือกและนำเสนอสินค้าบริการคุณภาพที่สอดคล้องกับตลาด

- โครงการคัดสรรสินค้าและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ การส่งเสริมบริการสปา และบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การส่งเสริมการจัดทำมาตรฐานโรงแรมและรีสอร์ท การจัดทำข้อมูลแหล่ง Shopping ทั่วไป เป็นต้น

- โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการขยายตัวด้านลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการรายย่อย และประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการติดตามความคืบหน้าโครงการลงทุนที่ยังไม่เสร็จ และวิเคราะห์ประสิทธิภาพการลงทุนด้านธุรกิจท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. การส่งเสริมกิจกรรม (Event) เพื่อการท่องเที่ยว

- โครงการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับตลาดต่างประเทศ ได้แก่ งาน Bangkok International Film Festival, งานประเพณีสงกรานต์ “เย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์”, งานมหกรรมลดราคา (Thailand Grand Sales), งานประเพณีลอยกระทง “ลีลันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง”, งานแสดงช้างสุรินทร์, งานเทศกาลตรุษจีน เป็นต้น

- โครงการส่งเสริมกิจกรรมสำหรับตลาดในประเทศ ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่, งานเทศกาลวิสาขบูชาทั่วไปทั่วประเทศ, งานเทศกาลแห่ดาวร่วมใจถวายเทิดไท้ องค์ภูมิินทร์, งานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (ร.2), งานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และงานแข่งขันเรือกอล์ฟและชิงถ้วยพระราชทานฯ

- โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ งานแข่งขันแม่น้ำโขงไตรกีฬานานาชาติ จังหวัดมุกดาหาร, งาน The Royal Trophy: Europe VS Asia Golf Championship, การแข่งขันสวอร์ช ไอพี ไอ วี บี วอลเลย์บอลชายหาดเวิลด์ทัวร์ 2007, งานสุดยอดเรือสยาม, งานพืชมารารอน, การสนับสนุนและส่งเสริมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวระดับประเทศ, งานจักรยานเสือภูเขานานาชาติ และงาน Thailand Ladies Open 2007 เป็นต้น

- โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรม เนื่องในโอกาสเฉลิมฉลองครบรอบ 80 พรรษา ได้แก่ กิจกรรมการแสดงดนตรีแจ๊ส เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ครบรอบ 80 พรรษา

3. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและวิจัยตลาด จัดทำโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการตลาด โครงการวิจัยตลาดท่องเที่ยว สสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาคู่แข่ง เป็นต้น

4. การส่งเสริมศักยภาพองค์กร อาทิ การพัฒนาขีดความสามารถบุคลากร การพัฒนาระบบสารสนเทศในองค์กร เช่น Intranet, E-Office, MIS เป็นต้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายชนก อมตอชาชัย รหัสประจำตัว 4884048
วัน เดือน ปี เกิด	27 มีนาคม 2521
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย ปีการศึกษา 2534 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย ปีการศึกษา 2537 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร และทรัพยากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2542
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2543-2547 นักวางแผนทางการเงิน บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสเซทแอนด์เซอร์วิส(ประเทศไทย) จำกัด พ.ศ. 2547-2548 ผู้ช่วยพ่อครัว โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิ้ง พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน หัวหน้าพ่อครัว มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในองค์สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ