

แผนประชาสัมพันธ์ประจำปี

พ.ศ.2560



โครงการพัฒนาสมรรถนะการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
และท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม
ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1

สารบัญ / Contents

หลักการและเหตุผลแผนประชาสัมพันธ์ 2560	1
จุดมุ่งหมายและแนวคิดการจัดทำยุทธศาสตร์	3
ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560	8
ข้อมูลพื้นฐานแต่ละจังหวัด	33
- พิษณุโลก	
- เพชรบูรณ์	
- ตาก	
- สุโขทัย	
- อุตรดิตถ์	
วัตถุประสงค์ของแผนฯ และเป้าหมาย	57
ผลที่คาดว่าจะได้รับ และการติดตามประเมินผล	58
แผนการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ	60

หลักการและเหตุผล

คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 โดยได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาและมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2554 เพื่อให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาภายใต้บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน และการกำกับดูแลของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติซึ่งจากการประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ยังไม่ได้บรรลุผลตามเป้าหมาย ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลปัจจุบันมอบหมายให้ทุกส่วนราชการ หาแนวทางปฏิบัติงานที่หน่วยงานรับผิดชอบให้บรรลุผลและสอดคล้องตามแผนปฏิรูปประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้ดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ขึ้น โดยผ่านกระบวนการศึกษาวิเคราะห์และประเมินผลการพัฒนา พร้อมทั้งจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคีที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสวงหาแนวทางการทำงานและการปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนแผนดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติอย่างบูรณาการ โดยแท้จริง ทั้งนี้เพื่อให้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล รวมทั้งเป็นการวางรากฐานการพัฒนาในระยะ 3 ปีซึ่งจะเป็นช่วงรอยต่อเพื่อปูพื้นฐานไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ต่อไป กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คาดหวังว่ายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ฉบับนี้จะได้รับการผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่มีความจำเป็นเร่งด่วนต้อง ได้รับการแก้ไขหรือพัฒนาเพื่อวางรากฐานการพัฒนาในระยะถัดไป พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาเพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ ตั้งแต่ระดับนโยบายซึ่งมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนหลัก ระดับกลุ่มจังหวัดหรือกลุ่มพื้นที่คือ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และระดับจังหวัด คือ คณะกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกกระทรวงที่เกี่ยวข้อง และภาคส่วนต่างๆ รวมทั้งภาคธุรกิจเอกชน

เพื่อระดมทรัพยากรและร่วมบูรณาการขับเคลื่อนให้บังเกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศดังกล่าวจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น การกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผลักดันกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่างๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคงประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555–2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวแต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทางและการท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน

และสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจประเด็นสำคัญที่ควรจะมีการพิจารณา คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย
 เดินทางมาถูกทิศถูกทางแล้วหรือไม่และจะสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ซึ่งที่ผ่านมาถึงแม้ประเทศไทยจะ
 ประสบภาวะวิกฤตที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศ แต่เมื่อผ่านพ้นวิกฤตไปแล้ว

ก็ยังคงกลับมาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แสดงถึงความเชื่อมั่นที่นักท่องเที่ยวมีต่อเมืองไทย ในขณะเดียวกัน

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูก การท่องเที่ยวไทยยังมีปัญหาสะสมมาอย่างยาวนานที่
 เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเสื่อม
 โทรมของแหล่งท่องเที่ยว การกระจัดตัวของนักท่องเที่ยวความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกปัญหาความ
 ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรท่องเที่ยว ขีดความสามารถ
 ในการรองรับของแหล่ง รวมถึงปัญหาการบริหารจัดการของภาครัฐและการบูรณาการ เพื่อการขับเคลื่อนแผน
 ยุทธศาสตร์ความล้ำสมัยของกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ดังนั้น หากประเทศไทยยังจำเป็นต้อง
 อาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจหลักให้กับประเทศ รวมถึง เป็นแหล่งกระจายรายได้และการ
 จ้างงานเพื่อช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนและสังคมไทยแล้ว ควรจะมีการทบทวนทิศทางการพัฒนา
 ให้สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริง ศักยภาพและโอกาสที่จะเกิดขึ้น และเพื่อเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มี
 คุณภาพอย่างยั่งยืน

จุดมุ่งหมายหลักของการจัดทำยุทธศาสตร์

การจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ในครั้งนี้อาจถือได้ว่าเป็นมิติใหม่

ของการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะ 2-3 ปีถัดจากนี้ไป โดยคาดหวังว่าประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้

จะสามารถตอบโจทย์ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้จุดอ่อนและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจะต้องมี
 การพิจารณาและได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและบริการให้เต็มตาม
 ศักยภาพเพื่อสร้างรายได้อย่างมั่นคงยั่งยืน และมีการกระจายอย่างทั่วถึงดังนั้น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

พ.ศ. 2558-2560 จึงมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญ 3 ประการ ประการแรกคือ การจัดทำยุทธศาสตร์เป็นการวางรากฐาน

การพัฒนาในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งจะเป็นช่วงรอยต่อเพื่อปูพื้นฐานไปสู่การจัดทำแผนพัฒนา

การท่องเที่ยวแห่งชาติในปี 2560-2564 ต่อไป และต้องการให้เป็นวาระแห่งชาติที่ได้รับการผลักดันให้เกิดผล

ในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง ประการที่สอง มุ่งเน้นกิจกรรมที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการเพื่อขับเคลื่อน

การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เห็นเป็นรูปธรรมในระยะ 3 ปีถัดจากนี้และประการที่สาม ให้ความสำคัญกับการ

ปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ โดยกำหนดบทบาทของกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว

ทุกระดับให้มีความเชื่อมโยงกัน ตั้งแต่ระดับนโยบายซึ่งมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็น

แกนหลัก ระดับกลุ่มจังหวัดคือคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขต พัฒนาการท่องเที่ยว และระดับ

จังหวัดคือคณะกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด

แนวคิดการจัดทำยุทธศาสตร์

เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะต่อไป จะไม่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มขึ้นของจำนวน

นักท่องเที่ยว แต่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น

ทั้งในเรื่องการเพิ่มระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวต่อวันหรือต่อครั้ง การพัฒนาในระดับ

พื้นที่ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในกลุ่มท่องเที่ยวและระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

และกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม วัฒนธรรม และ

สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

พ.ศ. 2558-2560 จึงได้นำแนวคิดการพัฒนาใหม่มาร่วมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนา ดังนี้

1. การปรับเปลี่ยนวิธีคิดในการวางรากฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยเน้นความเป็นเอกภาพ ร่วมคิดร่วมทำ ร่วมรับผิชอบของทุกภาคส่วน และต้องเป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงต่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงคมนาคม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์และกระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น

2. การบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาคม นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะให้มี

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหาร หรือตัวบุคคลทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติแต่การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนาทั้งสามฝ่าย โดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วม

ของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น เนื่องจากท้ายที่สุดแล้วประชาชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น การมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการกำหนดยุทธศาสตร์และการทำงานร่วมกัน เพื่อการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบและไปในทิศทางเดียวกัน สามารถก้าวไปพร้อมกันบนความเชื่อถือและความไว้วางใจซึ่งกันและกัน จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศประสบผลสำเร็จ อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

3. ปรับเปลี่ยนแนวคิดการวัดความสำเร็จของการพัฒนา ซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวมุ่งเน้นผลสำเร็จในเชิงปริมาณ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่การวัดผลการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะต่อไปจำเป็นต้องมองในหลายมิติที่สมดุลกันทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป้าหมายสุดท้ายคือ การพัฒนาอย่างยั่งยืน

4. การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจะต้องใช้ตลาดเป็นตัวนำหรือ Demand Drive เพื่อให้ สามารถกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจน สอดคล้องกับระยะเวลาที่ต้องการปรับปรุงแก้ไขปัญหาสำคัญในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภายในปี 2560 มิฉะนั้นแล้วจะทำให้การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการไม่

สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การดำเนินกิจกรรมกระจายและซ้ำซ้อนกันเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ดังนั้น แนวทางคิดการพัฒนาในระยะต่อไปจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาตัวสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตามแผนตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

5. การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนงบประมาณในระยะยาวทั้งงบประมาณจากส่วนกลาง งบประมาณกลุ่มจังหวัดงบประมาณของจังหวัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และงบประมาณที่สนับสนุนผ่านกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เพื่อให้หน่วยงานมีงบประมาณในการบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ให้มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ได้เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ ชุมชน และภาคประชาคมในพื้นที่และภูมิภาค เพื่อร่วมกันระดมความคิดเห็นกำหนดทิศทางการพัฒนาและการปฏิบัติการท่องเที่ยวของประเทศในอนาคตต่อไป ทั้งนี้ภายใต้กรอบแนวทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายรัฐบาลและนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยมีกระบวนการทำงานที่สำคัญดังนี้

1. ทบทวนกรอบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมา เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการพัฒนาการปฏิบัติการท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปีถัดจากนี้ไป ประกอบด้วย แนวทางการปรับโครงสร้างภาคบริการและการท่องเที่ยวไทยในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 วิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์การพัฒนาตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 1 พ.ศ. 2555-2559

2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบาย

การพัฒนาการท่องเที่ยวของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติและนโยบายของรัฐมนตรีว่าการ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการแถลงนโยบายของกระทรวงในวาระต่างๆ รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาในสาขาต่างๆ ที่จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ประเมินผลการพัฒนาตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 ในระยะครึ่งแผน (พ.ศ. 2555-2557) เพื่อติดตามการดำเนินโครงการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการประเมินผลการพัฒนาตามตัวชี้วัดที่แสดงถึงผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และปัญหาอุปสรรคที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะต่อไป

4. จัดประชุมระดมความคิดเห็นจากภาคีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน เครือข่ายชุมชน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อระดมความคิดเห็นภายใต้หัวข้อ “แนวทางการปฏิรูป การท่องเที่ยวของประเทศไทย” จำนวน 4 ครั้ง ใน 4 ภูมิภาค ในช่วงระหว่างวันที่ 2-13 กุมภาพันธ์ 2558 และการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยในปี 2020 ภายใต้หัวข้อ “Imagine Thailand 2020 : A New Public-Private Vision for Thai Tourism” เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2558 ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์เซ็นทรัลเวิลด์กรุงเทพมหานคร

5. แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 เพื่อยกร่างยุทธศาสตร์การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 โดยมีรองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่ได้รับมอบหมายเป็นประธานคณะทำงาน ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นที่ปรึกษาคณะทำงาน และคณะทำงานประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

6. จัดประชุมระดมความคิดเห็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันพิจารณา “ร่างยุทธศาสตร์การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560” เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2558 ณ โรงแรมเบิร์คเลย์ประตูน้ำ กรุงเทพมหานคร

7. นำเสนอ “ร่างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560” ให้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติพิจารณา เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2558 ก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบตามขั้นตอนต่อไป

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะที่ผ่านมา ได้สะท้อนให้เห็นความสำเร็จ

ของการเติบโตในเชิงปริมาณทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงมีปัญหาในเชิงคุณภาพ

ที่เป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต อาทิ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจากการกระจุกตัว

ของนักท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเข้าถึงและการเชื่อมโยง

แหล่งท่องเที่ยว และการรองรับการขยายตัวของสาขาการท่องเที่ยวใหม่ๆ นวัตกรรมการท่องเที่ยวยังขาดแคลนทั้ง

ด้านปริมาณและคุณภาพ ปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ในขณะที่ โอกาสทางการตลาดยังมีอีกมากจาก

การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวในตลาดโลก รวมถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกที่จะเป็นทั้ง

ปัจจัยเสี่ยงและสร้างโอกาสให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ดังนั้น การกำหนดทิศทางการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปีถัดจากนี้ไป จึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งทางด้าน

เศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ภารกิจที่จะต้อง

ดำเนินการควบคู่และเกื้อหนุนกันไปด้วยทั้ง 3 ด้าน คือด้านการส่งเสริมตลาดด้านการพัฒนาสินค้าและบริการและด้าน

การบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์

“วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน”

เป้าหมาย

1. ในปี 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท และเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น
2. สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และชุมชนมีความเข้มแข็ง
3. ทุกภาคส่วนมีจิตสำนึกในการพัฒนาโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

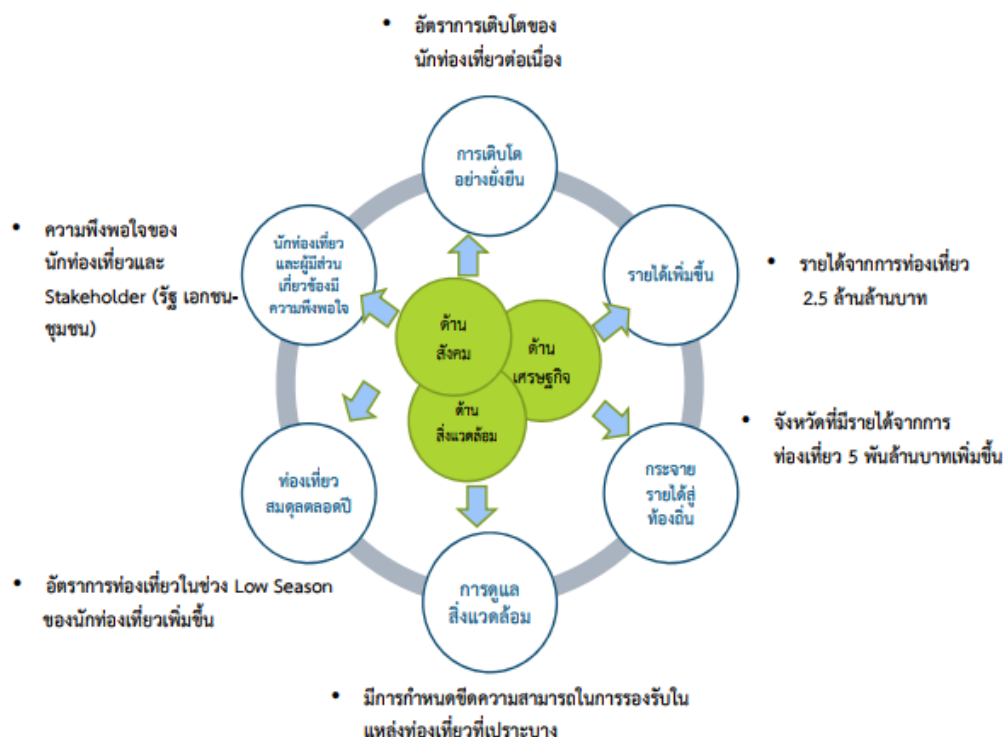
พันธกิจ

1. กระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย
2. พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการทำงานเชิงบูรณาการเชื่อมโยงระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น

ดัชนีชี้วัด

1. รายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท ในปี 2560
 2. จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 5 พันล้านบาท/ปีมีจำนวนเพิ่มขึ้น
 3. อัตราการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวหรือ Low Season เพิ่มขึ้น
 4. นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย
 5. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบาง
 6. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยดีขึ้น โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย
- ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัย

ดัชนีชี้วัดตามเป้าหมายการพัฒนา



ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวผลการพัฒนาที่ผ่านมาอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะขาดสมดุลและ มีความเสี่ยงต่อการเติบโตอย่างไม่ยั่งยืนค่อนข้างสูง เนื่องจากการเติบโตเป็นไปในลักษณะก้าวกระโดดจนเกิดปัญหาการรองรับไม่เพียงพอ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยส่วนแบ่งตลาด 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดมาจาก 2 ตลาดคือตลาดจีนและรัสเซีย และรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 2 ใน 3 มาจากจังหวัดท่องเที่ยวเพียง 5 จังหวัด ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ทางลบในตลาดหรือจังหวัดท่องเที่ยวหลัก จะส่งผลต่อการเติบโตของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทันทีซึ่งเคยปรากฏชัดเจนในช่วงวิกฤตต่างๆ ที่ผ่านมา เช่น เหตุภัยพิบัติจากคลื่นสึนามิจ.ญ.เกิด เหตุมหาอุทกภัยปี 2554 และเหตุความไม่สงบทางการเมืองในกรุงเทพฯ เป็นต้น

ดังนั้น การผลักดันและนำประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่งคั่ง และ ยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาลโดยใช้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือ นั้น จะต้องสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนเพื่อวางรากฐานการดำเนินงานเพื่อให้เกิด การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว ในขณะเดียวกัน

จะต้องทำให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้เพื่อฟื้นฟูสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศระยะสั้น เช่นกันยุทธศาสตร์ด้านการตลาด มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ปรับภาพลักษณ์ประเทศไทยในได้แบรนด์ Amazing Thailand (Rebranding) ยกระดับ

ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและคุ้มค่า (Variety and Value for Money Destination) สู่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Leisure Destination)

2. ปรับโครงสร้างตลาด (Market Restructuring) โดยขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value

ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ใช้จ่ายสูงมีพฤติกรรมเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยสนใจเรียนรู้และสร้าง ผลกระทบต่อประเทศไทยต่ำ ให้การเติบโตของรายได้เกิดจากการเติบโตของการใช้จ่ายมากกว่าจำนวน นักท่องเที่ยว

3. ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทาน (Rebalancing) ให้เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้าง โอกาสให้ประชาชนไทยได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรัก ความภูมิใจในความเป็นไทย ตลอดจนเกิดความ ผูกพันในครอบครัวและหมู่คณะ อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็งของสังคม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่าง สอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งนี้กลยุทธ์ การดำเนินงานประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1.1 กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination

เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำสร้างเอกลักษณ์และส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทย ภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย และบริหารจัดการภาพลักษณ์ทางลบ ควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่ามีความเข้มแข็ง สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination และมาตรการยกระดับคุณภาพ Value Chain ดังนี้

1.1.1 มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure

Destination มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันและสื่อสารในทางเดียวกัน เพื่อสร้างการรับรู้ประเทศไทยเป็น “Quality Leisure Destination” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาตรฐานและสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ “วิถีไทย” เป็น content ในการสื่อสาร สื่อสารภาพลักษณ์โดยใช้เทคโนโลยีใหม่โดยให้นักท่องเที่ยวช่วยบอกต่อ (User Generated Content) รวมทั้งสร้างให้เกิดการเชื่อมโยง content จากคนไทยสู่ต่างประเทศ (Inside-Out IMC) สร้าง Cluster Branding ทั้ง 8 Cluster ให้เชื่อมโยงกับ Quality Leisure Destination ร่วมมือกับพันธมิตรที่มีคุณภาพระดับโลก (Co-brand/Quality Alliance) เพื่อพ่วงยกระดับแบรนด์ประเทศไทย เช่น ส่งเสริม World Heritage sites ร่วมกับ UNESCO ส่งเสริมการขายผู้ประกอบการที่มีคุณภาพร่วมกับบัตรเครดิต พัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลด้านบวกเพื่อกลบข้อมูลด้านลบ (Positive Negative Ratio) และสร้างเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต-บริหารจัดการ

1.1.2 มาตรการยกระดับคุณภาพห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีแนวทางการดำเนินงานได้แก่ (1) ผู้ประกอบการ/ภาครัฐ/ชุมชน ส่งเสริม สนับสนุน สร้างกลไกในการหาผู้ประกอบการที่มีคุณภาพใน Value chain เพื่อเป็นต้นแบบกับผู้ประกอบการอื่นๆ สร้างความเข้มแข็งเชิงการตลาดให้กับชุมชนในพื้นที่โดยเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดให้ชุมชนสามารถทำการตลาดได้ด้วยตนเองจัดกลุ่มสินค้าคุณภาพ และสนับสนุนส่งเสริม ให้มีการจัดทำสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาด เพื่อให้สามารถนำไปเสนอขายได้อย่างเหมาะสมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และส่งเสริมให้เกิดการประกอบการอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานสูง ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (2) ประชาชน สร้างกระแสให้คนไทยหันมาให้ความนิยมในการท่องเที่ยว เมืองไทย ภาคภูมิใจในความเป็นไทยทำให้วิถีไทยเกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมให้คนไทยเป็นเจ้าบ้านที่ดีซึ่งจะ เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้าง Quality Experience ให้นักท่องเที่ยว

1.2 กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ทั้งกลุ่มระดับกลาง-บน กลุ่มความสนใจพิเศษ โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าวิถีไทยและสร้างการเดินทางเชื่อมโยงให้ไทยเป็นประตูสู่อาเซียน โดยดำเนินการผ่าน 3 มาตรการ คือ มาตรการเร่งเพิ่มรายได้มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก และมาตรการแสวงหา

กลุ่มตลาดใหม่ดังนี้

1.2.1 มาตรการเร่งเพิ่มรายได้มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการเจาะตลาดกลุ่มเฉพาะที่มีแนวโน้มการใช้จ่ายสูง ได้แก่ กลุ่ม Health & Wellness, MICE, Green Tourism (Eco Luxury), Aging, Sport Tourism, Wedding & Honeymoon กลุ่มครอบครัว กลุ่มตลาดมุสลิม ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่ม

ที่สร้างผลกระทบต่อสังคมน้อยเช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่ม Responsible Tourists กลุ่ม Green Tourism

ขยายฐานนักท่องเที่ยวตลาดหลักกลุ่มระดับกลาง-บนจากเอเชีย (ไม่รวมจีน อินเดีย) ยุโรป (ไม่รวมรัสเซีย)

อเมริกา ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย เพิ่มการเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยหาตลาดทดแทน หรือกระตุ้นการเติบโตของตลาดที่เดินทางในช่วง Low Season นำเสนอสินค้าและกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าวิถีไทย 7 กลุ่ม (ขยายผลต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยว วิถีไทย) อาทิ Premium OTOP อาหารไทย (Gastronomy Tourism) บุติกรีสอร์ท การช้อปปิ้ง (Shopping) รวมทั้งสินค้าเกษตร/วิถีชีวิตสังคมเกษตร ศิลปวัฒนธรรม (Arts & Cultures)

1.2.2 มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ขยายฐาน

ตลาดกลุ่มระดับกลาง-บนในพื้นที่ตลาดหลักทดแทนกลุ่มระดับล่าง รวมทั้งขยายฐานกลุ่มความสนใจพิเศษและ

กลุ่ม FIT ตามกระแสแนวโน้มโลกที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเองตามความสนใจของตน โดยเฉพาะตลาดจีน

อินเดีย รัสเซีย กำหนดเป้าหมายด้านจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับ

1.2.3 มาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่มีแนวทางการดำเนินงานอาทิส่งเสริมให้ไทย

เป็นศูนย์กลางเดินทางท่องเที่ยวของอาเซียนโดยเน้นการส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงทางบกจากประเทศ

เพื่อนบ้าน รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองโดยเชื่อมโยงทางอากาศ เจาะกลุ่มตลาดใหม่ ได้แก่

ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา (บราซิล) แอฟริกา (แอฟริกาใต้) ยุโรปตะวันออก (โปแลนด์สาธารณรัฐเช็ก)

1.3 กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่มเน้นให้คนไทยทุกคนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดย

ไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจและข้อจำกัดด้านกายภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเรียนรู้เพื่อให้ได้รับ

ประสบการณ์เปิดโลกทัศน์และ เกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทยประกอบด้วย มาตรการสำคัญ คือ

ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ขยายผลปรับแก้ไขข้อจำกัดของมาตรการกักกันภัยสำหรับ

นักท่องเที่ยวไทย ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยกลุ่มต่างๆเช่น แรงงาน ข้าราชการ เกษตรกร กลุ่ม

Corporate/Expats ผู้มีรายได้กลาง-สูง กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุ และผู้พิการ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาใน

ประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เช่น ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรจุเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการ

ท่องเที่ยวในหลักสูตรการศึกษา สนับสนุนการเดินทางศึกษาดูงานในประเทศไทยของ เกษตรกรองค์การบริการ ส่วนตำบลองค์การบริหารส่วนจังหวัดเกษตรกร เป็นต้น

1.4 กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่และมาตรการส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว ดังนี้

1.4.1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ส่งเสริมการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม เช่น เมืองท่องเที่ยวหลัก กลุ่มจังหวัด 8 Cluster 12 เมือง ต้องห้าม...พลาดเมืองเศรษฐกิจพิเศษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและ Creative Tourism ที่สอดคล้องกับ Thainess ที่กำหนดไว้ ชะลอการส่งเสริมการเดินทางไปยังพื้นที่ที่อ่อนไหว และมีนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ

1.4.2 ส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ปรับทัศนคติของคนไทยให้ออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลและลาพักผ่อนไปพักผ่อนในวันธรรมดา ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มวิชาชีพอิสระ เช่น แพทย์พยาบาล ทนาย นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ นักแสดง เป็นต้น ส่งเสริมการลาพักผ่อนในวันธรรมดา เพื่อเดินทางท่องเที่ยว อาทิสร้างแรงจูงใจให้บริษัท/นายจ้างอนุญาต ใหพนักงานสามารถลาพักผ่อนไปท่องเที่ยว รวมทั้ง หามาตรการสนับสนุนการลาพักผ่อนของข้าราชการ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว

แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศมาอย่างต่อเนื่อง แต่การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยัง

เป็นจุดหมายปลายทางของนักเดินทางจากทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้การรวมกลุ่มเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ส่งผลให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ เกิดการลงทุนของเอกชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ความท้าทายของการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว คือ จะอย่างไรให้สินค้าและบริการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพ ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้โดยไม่ทำลาย

ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกรและท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การจัดทำยุทธศาสตร์ในด้านนี้จึงมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์โดยในระยะเร่งด่วนนี้จะให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่สำคัญอีกประการคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย การเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสถานะวิกฤติปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทายด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยและเกิดการเที่ยวซ้ำ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว จึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาออกเป็น 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

2.1 กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่กลยุทธ์นี้เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม

วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วนออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด และ 8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ดังนี้

2.1.1 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการการยกระดับวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมยกระดับและส่งเสริมการค้าการลงทุนอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของโลก ผ่านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและผู้สูงอายุ มีแนวทางการพัฒนา โดยยกระดับเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพระดับสากล ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อรองรับกลุ่ม

นักท่องเที่ยวคุณภาพ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เขตอุทยาน เกาะ ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน ศูนย์ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.3 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรีและตราด โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่แสนตะวันออกกระดับสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงสู่กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา โดยส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็น Tourism & Sport City พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานโดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตรผลิตภัณฑ์ชุมชน ศูนย์ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.4 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรังและสตูล โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก บนฐานวัฒนธรรม อันดามัน ผ่านมาตรการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับ High-Class มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่พัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากล พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและการเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน ศูนย์ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้า จากต่างประเทศ

2.1.5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว

กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ในระยะเร่งด่วนนี้จะให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาการท่องเที่ยวของ 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวข้างต้น เพื่อเป็นพื้นที่นำร่องอย่างไรก็ดียังได้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีก 3 เขต เพื่อดำเนินการวางแผนพัฒนาในระยะต่อไป ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม โดยยังคงอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตลอดจนพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการโรงแรม โฮมสเตย์ร้านอาหาร และยกระดับบุคลากรในอุตสาหกรรมภาคบริการให้ได้ มาตรฐาน (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง มุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามลำน้ำโขงเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมเทศกาล กิจกรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เป็นเทศกาลระดับสากลและสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันกีฬาทางน้ำ รวมถึงปรับปรุงมาตรฐานการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตรา (VISA) และการผ่านแดน (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มุ่งเน้นการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์และให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

2.1.7 พื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด มีมาตรการสำคัญคือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง โดยมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาฟื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางวัฒนธรรมและที่มนุษย์สร้างขึ้นยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว กองเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) และพื้นที่จังหวัดเมืองรองส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

2.1.8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา เชียงราย หนองคาย และสตูล มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน (ASEAN Connectivity) ผ่านมาตรการสำคัญคือการส่งเสริมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละ Cluster และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ส่งเสริมการค้าการลงทุน การบริการและระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองชายแดน และกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม (CLMV) อินโดนีเซีย มาเลเซีย (IMT-GT) และจีน ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

2.2 กลยุทธ์การพัฒนา rays สาขา โดยประเด็นกลยุทธ์การพัฒนา rays สาขา จะมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วยและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน ดังนี้

2.2.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาค ผ่านมาตรการยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับสากล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนามาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพ ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้มาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการนำมาตรฐานสากล (ISO) : มาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพไปปรับใช้เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง ตรวจสอบขึ้นทะเบียน และจัดทำฐานข้อมูลสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างสรรคส์สินค้าและบริการให้โดดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

2.2.2 การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาอุตสาหกรรมภาคบริการและกิจการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุสร้างและผลักดันมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

2.2.3 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) โดยมุ่งสู่การยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการส่งเสริมการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการในประเทศ ในกลุ่มเมือง MICE City และจังหวัดรองที่มีศักยภาพ มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ เสริมศักยภาพของไมซ์ซิตี้กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ให้อยู่ในระดับสากล พัฒนาศักยภาพด้านการจัดประชุมภายในประเทศในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า (D-Exhibition) ผ่าน 3 แนวทาง คือ สร้างสรรคส์งานแสดงสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ (Invent) ยกย่องรูปแบบ มาตรฐานการจัดงานแสดงสินค้านี้ระดับ

ท้องถิ่นให้เป็นงานระดับภูมิภาค (Upgrade) และการกระจายงานแสดงสินค้าในประเทศที่ประสบความสำเร็จไปจัดในภูมิภาคต่างๆ (Clone)

2.2.4 การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) โดยมุ่งสู่การพัฒนาสู่เมืองสีเขียวชุมชนเข้มแข็งมั่งคั่งอย่างยั่งยืน ผ่านมาตรการพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาได้แก่ พัฒนาเพื่อสร้างความสมดุลต่อขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยว ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ประชาชน และเอกชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2.2.5 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติผ่านมาตรการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Tourism มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ สร้างมูลค่ากีฬาที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ มวยไทย กอล์ฟ ดำน้ำ ส่งเสริมให้มีศูนย์ฝึก/โรงเรียน/สนามแข่งขันที่ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรม Sport Tourism ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ cluster เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย โดยมีแผนงานที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานปรับปรุงสนามแข่งขันให้ได้ มาตรฐานตามเกณฑ์การเป็นเมืองเจ้าภาพ แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็น Sport Tourism Destination แผนงานส่งเสริมการจัดงาน Sport Tourism Event ระดับนานาชาติ แผนงานเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

2.2.6 การท่องเที่ยวเรือสำราญ มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากลผ่านมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาการจัดการเส้นทางการเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในทะเลให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยวในระดับสากล มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนาและส่งเสริมการลงทุนสร้างพื้นที่ท่าเทียบเรือเพื่อรองรับเรือสำราญในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ท่าเทียบเรือภูเก็ต กระบี่ และเกาะสมุย ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการเดินทางเชื่อมต่อทางเรือสำราญไปยังประเทศอื่นในอาเซียน มาตรการจูงใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ รวมถึงการบริการด้านต่างๆสู่มาตรฐานสากล และการประชาสัมพันธ์ความพร้อมใน

การส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวข้องกับเรือสำราญ ตลอดจนสนับสนุนการจัดกิจกรรมประจำปีของภาคเอกชน เช่น Yacht Show ปรับปรุงและทบทวนกฎระเบียบว่าด้วยเรือสำราญ ทั้งในเรื่องการประกอบธุรกิจและด้านการควบคุมบริหารจัดการ รวมถึงด้านความปลอดภัยของการเดินเรือ ด้านการสงวนรักษาสีงแวดล้อม และด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2.7 การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติโดยมีมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐาน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมโดยเฉพาะ แนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

2.3 กลยุทธ์พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของกลยุทธ์นี้คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

2.3.1 พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ในขั้นตอนการขอวีซ่าและการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Visa) และการผ่านแดนทั้งจุดเข้าออกชายแดนและสนามบิน โดยเฉพาะบริเวณด่านชายแดนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น

2.3.2 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยคำนึงถึงอารยสถาปัตย์สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการ และผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ Wifi ทางลาด ราวจับ ห้องละหมาด เป็นต้น

2.3.3 พัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ โดยได้มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ในการพัฒนารูปแบบสื่อความหมาย เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ การสร้างสุนทรียภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและความประทับใจให้นักท่องเที่ยว เช่น Augmented Reality (AR), QR Code, Info Graphic เป็นต้น แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการเข้าถึง Internet ของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะใช้ในการรับข้อมูลหรือไม่

2.3.4 ขยายศูนย์บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวครอบคลุมทุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และสร้างเครือข่ายอาสาสมัครอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นล่ามแปลสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง โรงแรมที่พัก เป็นต้น ด้วยจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและมีใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยเหลือประสานงานแก้ไขปัญหา และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวกรวดเร็วทันทั่วถึง

2.4 กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.4.1 ผลักดันแนวทางการแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญปัญหามัคคุเทศก์เถื่อน และการทำร้ายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น การชักชวนความเข้าใจและกำหนดแนวทางมาตรฐานกับผู้ประกอบการต่างๆ กรณีการเช่ารถยนต์หรือจักรยานยนต์โดยการกดขันจับกุมไม่ให้มีการค้าขายที่เป็นลักษณะหลอกลวง ขายเกินราคา หรือก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่นักท่องเที่ยวการดำเนินการเพื่อแก้ปัญหการประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยใช้คนไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ร่วมกับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์และกรมสอบสวนคดีพิเศษ กระทรวงยุติธรรม และการออกตรวจปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว

และมัลลเทศก์พ.ศ. 2551 โดยกำกับดูแลให้ธุรกิจนำเที่ยว มัลลเทศก์และผู้นำเที่ยว ปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตเป็นต้น ตลอดจนการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูล ประวัติอาชญากรรม เพื่อสืบค้นได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถแก้ปัญหาได้ทันทั่วทั้งนอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้มีมาตรการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจขึ้นกับนักท่องเที่ยว เช่น ดำรงและปรับปรุงจุดที่เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง หรือจุดที่อยู่นอกเหนือวิสัยระมัดระวังของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการประชาสัมพันธ์จัดทำป้ายเตือนภัยภาษาต่างๆ

2.4.2 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัลลเทศก์เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัลลเทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัลลเทศก์พ.ศ. 2551 และการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยวเพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

2.4.3 พัฒนากลไกและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของศูนย์รับแจ้งเหตุของตำรวจท่องเที่ยวและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ 1155 (Call Center 1155) ให้เป็นศูนย์บริการเบ็ดเสร็จโดยให้สามารถช่วยเหลือและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม สะดวกรวดเร็วตลอดเวลา 24 ชั่วโมง รวมถึงการขยายศูนย์แก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต ประจำภูมิภาค และแหล่งท่องเที่ยวหลัก ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการต่างๆ

2.4.4 จัดตั้งกองทุนช่วยเหลือเหยื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการช่วยเหลือเหยื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกคนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว แล้วเกิดความสูญเสียหรือเสียหายใดๆ โดยมิได้เกิดจากความประมาท เจตนาหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

2.4.5 จัดตั้งศาลแผนกคดีนักท่องเที่ยวในศาลยุติธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการดำเนินคดีต่างๆ เป็นกรณีพิเศษ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีข้อจำกัด ด้านระยะเวลาในการพำนักอยู่ในประเทศไทย

2.4.6 สนับสนุนมาตรการจัดการความปลอดภัยในการเดินทาง ทางบก/ทางน้ำ/ทางอากาศ และปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจัง และมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย

2.4.7 ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการและมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เช่น มาตรฐานหน่วยกู้ภัย เพื่อจัดทำมาตรฐานการกู้ภัยและสนับสนุนพัฒนาการปฏิบัติงานของหน่วยกู้ภัยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องให้มีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

2.5 กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้เน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศภายในประเทศรวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.5.1 พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการขนส่งสาธารณะ โดยสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน

2.5.2 พัฒนามาตรฐานยานพาหนะและระบบการให้บริการขนส่งสาธารณะ ให้มีความสอดคล้องและพอเพียงกับความต้องการเดินทาง และมีความคล่องตัวและความสามารถในการเข้าถึง (Mobility & Accessibility)

2.5.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการสนับสนุนการวางแผนการเดินทางโดยให้มีระบบการให้บริการข้อมูลแบบครบวงจร ทั้งข้อมูลเส้นทางพาหนะในการเดินทาง ระบบจองตั๋วออนไลน์ตลอดจนการสร้างแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวตรวจสอบเส้นทางและยานพาหนะขนส่งสาธารณะได้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้มการแข่งขันในอนาคตที่ยังทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า การบริหารจัดการยังมีจุดอ่อน ข้อด้อยอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการงบประมาณและการประสานงานทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูลในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทันต่อการแข่งขันและการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ดังกล่าว โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐภาคเอกชน และภาคประชาคมผ่านกลไกการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ พัฒนาระบบข้อมูลและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นับเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนาทั้งสามฝ่ายโดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น เนื่องจากท้ายที่สุดแล้วประชาชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

3.1 กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ มุ่งเน้นให้มีการบูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น รวมถึงกลไกการขับเคลื่อนงานในแต่ละเรื่องที่สำคัญ (Issue Based) มีการบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นระบบทั้งกลไกการทำงาน กลไกการสนับสนุน

งบประมาณ การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรและปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน โดยมีมาตรการที่สำคัญ ดังนี้

3.1.1 เพิ่มบทบาทการขับเคลื่อนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติโดยการจัดตั้งสำนักคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติการปรับปรุงโครงสร้างและบุคลากรของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้สอดคล้องกับภารกิจการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนากการท่องเที่ยวในรายสาขาหรือประเด็นการพัฒนาที่มีความจำเป็นเร่งด่วน เพิ่มบทบาทในการจัดสรรงบประมาณเชิงบูรณาการด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติและแผนปฏิบัติการพัฒนากการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนากการท่องเที่ยว

3.1.2 บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับชุมชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนกลางในระดับนโยบายและคณะกรรมการพัฒนากการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนากการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต เป็นแกนกลางในระดับพื้นที่เพื่อบูรณาการการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวร่วมกับคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ(ก.บ.ก.) และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) สำหรับการดำเนินงานในระดับท้องถิ่นจะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการจะดำเนินการผ่านกลไกการจัดทำแผนและการจัดท่างบประมาณเชิงบูรณาการ ทั้งงบบูรณาการด้านการท่องเที่ยว งบประมาณของหน่วยงานงบประมาณของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กองทุนเพื่อช่วยเหลือเยาวชนักท่องเที่ยว

3.2 กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ เพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยวภาครัฐให้มีความรู้ความสามารถใน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ มาตรฐานและจรรยาบรรณ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเตรียมความพร้อมการบริหาร จัดการบุคลากรเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.2.1 การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว ในอดีตอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต้องพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มทั้งในระดับผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติการให้มีความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ความรู้อื่นที่เหมาะสมสอดคล้องกับบทบาท หน้าที่โดยพัฒนาบุคลากรภาครัฐและเอกชนใน 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มนักบริหารนักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐและท้องถิ่น ให้มีสมรรถนะในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้มีคุณภาพ
- 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้มีทักษะและองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ การบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด ภาษา เทคโนโลยีและสารสนเทศ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์
- 3) กลุ่มผู้ให้บริการแรงงาน พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานและมีจรรยาบรรณ
- 4) กลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) กลุ่มประชาชนชนโดยทั่วไป ทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าวต้องเสริมสร้าง ศักยภาพของชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาทักษะในการผลิตและ จำหน่ายสินค้าของชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

3.2.2 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

สร้างความเข้มแข็งและเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อการขยายธุรกิจและปรับปรุงบริการ ซึ่ง จะต้องมีความร่วมมือกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงแรงงานกระทรวงศึกษาธิการ

กระทรวงมหาดไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีแผนงาน/โครงการที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาและเคลื่อนย้ายแรงงานบุคลากรการท่องเที่ยวทั้งระบบ แผนงานจัดตั้งองค์กรหลักในการดูแลการเคลื่อนย้ายแรงงานตามข้อตกลงร่วมอาเซียน MRA

3.3 กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ขาดการจัดเก็บข้อมูลที่จำเป็น ขาดการบริหารจัดการและขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว

(Tourism Intelligence Center) โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บ ออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบ

การบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวของไทย

เพื่อการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบายของผู้บริหาร และเพื่อบริการข้อมูลและสารสนเทศแก่ซึ่ง TIC มีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมโยงและนำเข้าข้อมูล พัฒนาเป็นคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศสมัย และพัฒนาเป็นศูนย์ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว

ของประเทศ มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.3.1 การบริหารจัดการ Tourism Intelligence Center (TIC) จัดตั้งศูนย์ TIC และห้องปฏิบัติการทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานใหม่ หรือการแก้ไขกฎกระทรวงและพัฒนาระบบ Project Management Office จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาศูนย์ TIC และพัฒนาโครงสร้างศูนย์ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินการ TIC ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากร สำหรับการบริหารและใช้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นด้วยการจัดหาบุคลากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของศูนย์ TIC อาทิ นักวิเคราะห์ นักวิจัย นักจัดการข้อมูลสารสนเทศ และพัฒนาทักษะให้ตอบรับกับความต้องการ

3.3.2 พัฒนาลังข้อมูลและงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศ บริหารจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อวางแผน/กำหนดนโยบาย และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยรวบรวมฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีการจัดเก็บในปัจจุบันอย่างเป็นระบบ รวมทั้งพัฒนาและวางฐานข้อมูลบน G-cloud ทั้งฐานข้อมูล Demand, Supply, KPI และงานวิจัย เชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการจัดเก็บข้อมูล และเชื่อมโยงข้อมูลให้ได้มาตรฐานที่ตรงกันและสามารถใช้ประโยชน์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สำรวจ/จัดเก็บข้อมูลและศึกษาวิจัยใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลและงานวิจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครอบคลุมในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง และทันสมัย เป็นไปตามความต้องการ

3.3.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ทุกระดับ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์สำหรับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการตัดสินใจเชิงนโยบาย วางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว และบริหารจัดการระบบท่องเที่ยว ด้วยการ (1) พัฒนา Model และ software อาทิ TSA, Thailand Gateway, TTCI (2) พัฒนาระบบนำเสนอข้อมูล/รายงาน เช่น GIS Application ฯลฯ (3) พัฒนาระบบ ICT อาทิ ระบบ Tourism Supply Chain Management, Smart Destination, Clever FIT และ Quick Thainess ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการประชาชนโดยทั่วไปพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้บริการข้อมูลแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง Real time อาทิ ระบบสารสนเทศเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยว และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว Online และพัฒนาระบบ Thai Event ระบบ KM

3.4 กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เนื่องจากปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวหลายฉบับยังล้าสมัยไม่ทันต่อสถานการณ์จนทำให้กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือเป็นข้อเสียเปรียบต่อประเทศคู่แข่ง ในขณะที่บางฉบับหน่วยงานรับผิดชอบไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง จึงควรมีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.4.1 ปรับปรุงกฎหมายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันโดยการทบทวนและแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 รวมทั้งแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยว ผลักดันให้มีการออกกฎหมายใหม่หรือกฎหมายลูกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวธุรกิจรถยนต์เช่า และธุรกิจการจัดประชุมและการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

3.4.2 การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการปรับปรุงกลไกการควบคุมการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ น้ำเสีย รถทัวร์รถแท็กซี่ เป็นต้น หาวีธีการ/มาตรการจูงใจให้มีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายในทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงแก้ไขปัญหาการใช้กฎหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และส่งเสริมและกำกับติดตามการบังคับใช้กฎหมายด้านการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานเจ้าภาพอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เช่น พระราชบัญญัติตรวจคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543 พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติเรือไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2538 เป็นต้น

โดยการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ปี 2560 ได้ดำเนินการโครงการตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560 แผนพัฒนา 3 ยุทธศาสตร์ คือ การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการ

ท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ภายในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งประกอบด้วยจังหวัด พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ ตาก และเพชรบูรณ์ ซึ่งพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญหลากหลายทั้งทางนิเวศ คือ อุทยานแห่งชาติต่างๆ เช่น ภูหินร่องกล้า ทุ่งแสลงหลวง เขาหลวง เขาค้อ ภูสอยดาว ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พระราชวัง จันทน์ ฯลฯ ซึ่งเป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและมีศักยภาพในการพัฒนาได้เป็นอย่างดีสามารถ เชื่อมโยงเป็นพื้นที่ผสมผสานทั้งเกษตรกรรม พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม มีโอกาสการพัฒนาและสร้างสรรค์ เศรษฐกิจได้กว้างไกลหลากหลาย เช่น การเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยว ด้วยความหลากหลายของทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องในรูปแบบ ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดยในแต่ละ จังหวัดมีข้อมูลพื้นฐาน และจุดเด่นแตกต่างกันดังนี้

จังหวัดพิษณุโลก

สภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดพิษณุโลก

• ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดพิษณุโลก เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางภาคเหนือตอนล่าง ห่างจากกรุงเทพฯ 377 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 10,815.854 หรือ 6,759,909 ไร่ แบ่งการปกครองออกเป็น 9 อำเภอ ประกอบด้วย 1. อำเภอเมืองพิษณุโลก 2. อำเภอวังทอง 3. อำเภอบางระกำ 4. อำเภอวัดโบสถ์ 5. อำเภอบางกระทุ่ม 6. อำเภอพรหมพิราม 7. อำเภอเนินมะปราง 8. อำเภอนครไทย 9. อำเภอชาติตระการ นอกจากนี้ยังแบ่งการปกครองออกเป็น 93 ตำบล 1,037 หมู่บ้าน โดยมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดอุตรดิตถ์และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดพิจิตร

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดเพชรบูรณ์และจังหวัดเลย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร

•ประชากรและแรงงาน

ประชากรจังหวัดพิษณุโลกมีจำนวนทั้งสิ้น 845,773 คน แบ่งออกเป็น ประชากรชายจำนวน 415,567 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 49.13 ของประชากรทั้งหมด และมีประชากรหญิงจำนวน 430,206 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 50.87 ของประชากรทั้งหมด สำหรับอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอวังทอง และอำเภอบางระกำ ตามลำดับ

•ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดพิษณุโลก ทางตอนเหนือและตอนกลางเป็นเขตที่ราบสูงและมีขอบเขตภูเขาสูงทางด้านตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนพื้นที่ทางตอนกลางและตอนใต้เป็นที่ราบลุ่ม โดยเฉาะบริเวณลุ่มแม่น้ำน่านแม่น้ำยมเป็นย่านการเกษตรที่สำคัญที่สุดของจังหวัด อยู่ในท้องที่อำเภอวังทอง และอำเภอเนินมะปราง

• ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดพิษณุโลก สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปมีอากาศร้อนชื้น ฝนตกชุกสลับกับแห้งแล้งมีลมมรสุมพัดผ่านสามารถแบ่งฤดูกาลได้เป็น 3 ฤดูกาล ดังนี้

ฤดูฝน เริ่มประมาณเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม

ฤดูหนาว เริ่มประมาณเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์

ฤดูร้อน เริ่มประมาณเดือนมีนาคม-พฤษภาคม

จังหวัดพิษณุโลก เป็นจังหวัดที่มีรายได้จากภาคเกษตรเป็นหลัก โดยเฉพาะพืชไร่ที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง อ้อยโรงงาน และสับปะรด ฯลฯ สำหรับไม้ผลและไม้ยืนต้น ปลุกกันมากได้แก่ กัลยน้ำว่า มะม่วงน้ำดอกไม้ ฯลฯ ส่วนการทำนามีทั้งนาปีและนาปรัง โดยนิยมปลุกกันในลักษณะ นาหว่าน และนาหว่านตาม ปลุกได้ปีละ 3-4 ครั้ง

รายงานของสำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปรากฏว่าในปี 2550 จังหวัดพิษณุโลก มีมูลค่ามวลรวมผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) ตามราคาประจำปี 54,769 ล้านบาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ที่ 65,347 – บาท โดยมีรายได้จากผลิตภัณฑ์ 5 สาขา ที่สำคัญ ได้แก่

1. สาขาเกษตร มีมูลค่า 13,811 ล้านบาท
2. สาขาค้าส่งค้าปลีก มีมูลค่า 9,234 ล้านบาท
3. สาขาการบริหารราชการและการป้องกันประเทศ มีมูลค่า 6,692 ล้านบาท
4. สาขาการศึกษา มีมูลค่า 5,768 ล้านบาท
5. สาขาอุตสาหกรรมการผลิต มีมูลค่า 4,862 ล้านบาท

จังหวัดพิษณุโลก เป็นจังหวัดที่มีรายได้จากภาคเกษตรเป็นหลัก โดยเฉพาะพืชไร่ที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง อ้อยโรงงาน และสับปะรด ฯลฯ สำหรับไม้ผลและไม้ยืนต้น ปลุกกันมากได้แก่ กัลยน้ำว่า มะม่วงน้ำดอกไม้ ฯลฯ ส่วนการทำนามีทั้งนาปีและนาปรัง โดยนิยมปลุกกันในลักษณะ นาหว่าน และนาหว่านตาม ปลุกได้ปีละ 3-4 ครั้ง

รายงานของสำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปรากฏว่าในปี 2550 จังหวัดพิษณุโลก มีมูลค่ามวลรวมผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP ตามราคาประจำปี 54,769 ล้านบาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ที่ 65,347 บาท โดยมีรายได้จากผลิตภัณฑ์ 5 สาขา ที่สำคัญ ได้แก่

1. สาขาเกษตร มีมูลค่า 13,811 ล้านบาท
2. สาขาค้าส่งค้าปลีก มีมูลค่า 9,234 ล้านบาท

3.สาขาการบริหารราชการและการป้องกันประเทศ มีมูลค่า 6,692 ล้านบาท

4.สาขาการศึกษา มีมูลค่า 5,768 ล้านบาท

5.สาขาอุตสาหกรรมการผลิต มีมูลค่า 4,862 ล้านบาท

•ทรัพยากรด้านต่างๆ

1. แหล่งน้ำธรรมชาติ ที่สำคัญของจังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ แม่น้ำน่าน แม่น้ำยม แม่น้ำเข็ก แม่น้ำแควน้อย และแม่น้ำวังทอง

2. แหล่งแร่ จังหวัดพิษณุโลกมีการค้นพบแร่แคลไซต์ และไนโรทต์ แต่ปริมาณไม่เพียงพอ สำหรับการลงทุน จังหวัดพิษณุโลกจึงได้มีอนุญาตการสัมปทานและเหมืองแร่ คือ ปริมาณหินอุตสาหกรรมชนิดปูน (เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง) โดยมีสถานที่ดำเนินการในเขตอำเภอบางละมุง จ.พิษณุโลก และได้มีการสำรวจแหล่งแร่ทองคำบริเวณตำบลบางมุง อำเภอเนินมะปราง

3. พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพด ถั่วเหลือง อ้อย และมันสำปะหลัง

4. ป่าไม้ จังหวัดพิษณุโลกมีป่าไม้ในเขตภูเขาสูง มีเนื้อที่ประมาณ 1,493,781 ไร่ ร้อยละ 22.10 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด โดยมากเป็นป่าดงดิบไม้ผลัดใบและป่าสนเขา

5. อุทยานแห่งชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า และอุทยานแห่งชาติภูสอยดาว

•แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมีดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนา ได้แก่ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ วรมหาวิหาร วัด

จุฬามณี วัดนางพญา ศาลสมเด็จพระนเรศวร เนินอะแซหวุ่นกี้ พิพิธภัณฑสถานบ้านจำสับเอกทวิ บุรณเขตต์

2. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ได้แก่ สวนรุกขชาติสกุโณทยาน น้ำตกวังนกแอ่น น้ำตก แก่งโสภา ถ้ำผาทำพล ถ้ำลอด ถ้ำเรือ บึงราชนก เขื่อนนเรศวร อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง อุทยานแห่งชาติน้ำตกชาติตระการ และ อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า

•โครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดพิษณุโลก

ด้านการขนส่ง

1. การขนส่งทางรถยนต์ ขณะนี้จังหวัดพิษณุโลกได้มีการปรับปรุงเส้นทางจากจ. พิษณุโลก-จ.นครสวรรค์เป็น 4 ช่องทางการจราจร และจากจ.พิษณุโลกผ่านจ.อุตรดิตถ์-จ.เชียงราย เพื่อเชื่อมต่อกับประเทศพม่าและจีนตอนใต้ พร้อมกับมีการขยายเส้นทางจราจรจากทางสายแม่สอด-จ.มุกดาหาร เป็น 4 ช่องการจราจร เพื่อเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ คือ ประเทศพม่า ลาว จีน และเวียดนาม หรือที่เรียกว่า “สี่แยกอินโดจีน” ปัจจุบันจ. พิษณุโลกมีทางหลวงแผ่นดินสายหลัก 3 เส้นทาง ได้แก่

ทางหลวงหมายเลข 12 จาก จ. ขอนแก่น-จ.เชียงราย

ทางหลวงหมายเลข 11 จาก จ. พิษณุโลก-จ.เชียงใหม่

ทางหลวงหมายเลข 117 จาก จ.พิษณุโลก-จ.นครสวรรค์

สำหรับการเดินทางจากกรุงเทพฯ – พิษณุโลก ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ถึงวังน้อย แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 32 ผ่านอยุธยา และผ่านอยุธยาเลี้ยวเข้าสายตากฟ้า ทางหลวงหมายเลข 1 จากนั้นจากสายตากฟ้าเข้า นครสวรรค์ใช้เส้นทางหมายเลข 177 ตรงเข้าพิษณุโลก รวมระยะทางจากกรุงเทพฯ – จ.พิษณุโลก เป็นระยะทาง 371 กิโลเมตร

2. การขนส่งทางรถไฟ

มีเส้นทางจากกรุงเทพฯ- เชียงใหม่ และเชียงใหม่-กรุงเทพฯ โดยออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพง วันละ 30 ขบวน รถไฟด่วนพิเศษ จากกรุงเทพฯ- พิษณุโลก – เชียงใหม่ และ เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ ทุกวัน วันละ 5 เที่ยว

3. การขนส่งทางอากาศ

จังหวัดพิษณุโลกมีท่าอากาศยานพาณิชย์ที่เครื่องบินขนาดกลางสามารถบินได้ โดยมีเส้นทางเชื่อมกับ กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ – ลำปาง – แม่สอด – ตาก – น่าน พร้อมทั้งให้บริการด้วยคลังสินค้า ขนถ่ายพัสดุไปรษณีย์ภัณฑ์สินค้าและผู้โดยสาร โดยบริษัทการบินไทย จำกัด

3. การขนส่งทางน้ำ

มีแม่น้ำที่สามารถใช้ในการเดินทางหรือขนส่งได้ 2 สาย คือ แม่น้ำน่าน และแม่น้ำยม

• โครงสร้างทางสาธารณูปโภค

1. การไฟฟ้า จังหวัดพิษณุโลกมีจำนวนไฟฟ้าทั้งหมด 21 แห่ง มีกระแสไฟฟ้าใช้ทั้งสิ้น 557,464 หน่วย มีจำนวนหมู่บ้านที่มีไฟฟ้าทั้งหมด 1,005 หมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 99.40 ของจำนวนหมู่บ้านทั้งหมด
2. ระบบน้ำประปาในจ.พิษณุโลก มีการจำหน่ายน้ำในเขตเทศบาลพิษณุโลกจำนวน 1 แห่ง มีจำนวนผู้ใช้น้ำ 43,724 ราย แบ่งออกเป็นปริมาณน้ำที่จำหน่ายแก่ผู้ใช้งานจำนวน 18.22 ล้านลบ.ม. ปริมาณน้ำที่จ่ายสาธารณะประโยชน์และรั่วไหล จำนวน 5.34 ล้านลบ.ม.
3. โทรศัพท์ จังหวัดพิษณุโลก มีสำนักงานบริการโทรศัพท์ของ ท.ศ.ท. จำนวน 21 ชุมสาย มีจำนวนหมายเลขที่ให้บริการทั้งหมด 34,828 เลขหมาย มีผู้ใช้บริการทั้งหมด 28,009 เลขหมาย

● เพชรบูรณ์

ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัด เพชรบูรณ์ ตั้งอยู่ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย อยู่ระหว่างภาคกลาง ภาคเหนือ และภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณเส้นรุ้งที่ ๑๖ องศาเหนือกับเส้นแวง ๑๐๑ องศาตะวันออก ส่วนกว้างวัดจาก ทิศ

ตะวันออกถึงทิศตะวันตกยาว ๕๕ กม. ส่วนยาววัดจากเหนือถึงใต้ยาว ๒๕๖ กม. มีพื้นที่ประมาณ ๑๒,๖๖๘.๔๑๖ ตารางกิโลเมตร สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ ๑๑๔ เมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ๓๔๖ กม

จังหวัดเพชรบูรณ์มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดเลย

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดลพบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดชัยภูมิและจังหวัดขอนแก่น

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดนครสวรรค์

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะ ภูมิประเทศของจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นที่ลุ่มแบบท้องกระทะประกอบด้วยเนินเขา ป่าและที่ราบ เป็นตอน ๆ สลับกันไป พื้นที่มีลักษณะลาดชันจากเหนือลงใต้ ทางตอนเหนือมีทิวเขาสูง ตอนกลางเป็นที่ต่ำ มี แม่น้ำสำคัญ คือ แม่น้ำป่าสักไหลผ่านกลางเมืองเพชรบูรณ์จากเหนือลงใต้ มีความยาวประมาณ ๓๕๐ กม.ต้นแม่น้ำมีถิ่นกำเนิดที่ภูเขาผาหลวงจังหวัดเลยและลำน้ำหลายแห่งรวมตัวกัน ไหลผ่านอำเภอหล่มเก่า อำเภอ หล่มสัก อำเภอเมือง อำเภอหนองไผ่ อำเภอวังสามพัน อำเภอวิเชียรบุรี และอำเภอศรีเทพ รวมทั้งจังหวัด ลพบุรี จังหวัดสระบุรี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลักษณะภูมิอากาศ

เนื่อง จากสภาพภูมิประเทศล้อมรอบด้วยภูเขา ทำให้สภาพภูมิอากาศแตกต่างกันมากในแต่ละฤดูกาล คือ อากาศจะร้อนมากในฤดูร้อน ราวเดือนเมษายน-พฤษภาคม หนาวจัดในฤดูหนาวโดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ท้องที่อำเภอ น้ำหนาว และอำเภอหล่มเก่าตอนล่าง ราวเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม ในฤดูฝนมีฝนตกชุก ราว เดือนพฤษภาคม-ตุลาคม และมีน้ำป่าไหลหลากมาท่วมในที่ราบ โดยเฉพาะบริเวณลุ่มแม่น้ำป่าสักตอนใต้ ของจังหวัด ในฤดูแล้งน้ำจะขาดแคลนไม่เพียงพอกับการเกษตรกรรม

ความชื้นสัมพัทธ์

ความชื้นสัมพัทธ์ของเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับปริมาณน้ำฝน ถ้าฝนตกมากก็就会有ความชื้น สัมพันธ์สูง ในเดือนกันยายนของทุก ๆ ปี มีปริมาณน้ำฝนมากที่สุด และความชื้นสัมพัทธ์สูงสุดประมาณ ๘๓.๕๐ ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยตลอดปี ๗๑.๖๐

ประชากร

จังหวัดเพชรบูรณ์ มีประชากรทั้งสิ้น ๑,๐๓๖,๕๒๖ คน เป็นชาย ๕๑๕,๗๐๐ คน เป็นหญิง ๕๒๐,๘๒๖ คน (ข้อมูล ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๓)

เขตการปกครอง

จังหวัด เพชรบูรณ์ แบ่งการปกครองออกเป็น ๑๑ อำเภอ ๓ กิ่งอำเภอ ๑๑๗ ตำบล ๑,๓๐๑ หมู่บ้าน ๒๕๒,๒๓๕ หลังคาเรือน เทศบาล ๑๖ แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล ๑๑๑ แห่ง (ข้อมูลปี ๒๕๔๔)อำเภอต่างๆ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า อำเภอเขาค้อ อำเภอน้ำหนาว อำเภอชนแดน อำเภอวังโป่ง อำเภอปึงสามพัน อำเภอหนองไผ่ อำเภอวิเชียรบุรี อำเภอศรีเทพ กิ่งอำเภอวังชมภู กิ่งอำเภอ พุเตย กิ่งอำเภอดงขุยและกิ่งอำเภอเมืองกลาง

สภาพเศรษฐกิจและสังคม

สภาพทางเศรษฐกิจ

จังหวัด เพชรบูรณ์โดยส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับอาชีพและผลผลิตทางการเกษตรกรรม โดยมีการทำไร่ยาสูบมากเป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมาได้แก่การทำสวนผลไม้ ที่ทำชื่อเสียงให้มากที่สุดคือ มะขามหวาน นอกจากนี้ มีการปลูกพืชผัก ไม้ดอกไม้ประดับ และมีอาชีพอื่น ๆ ที่สร้างรายได้ให้กับประชากรชาวจังหวัดเพชรบูรณ์ เช่น

ธุรกิจการท่องเที่ยว การป่าไม้ การปศุสัตว์ การค้าขาย และการอุตสาหกรรม ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อ คนต่อปี ๒๘,๔๒๕ บาท (ข้อมูลปี ๒๕๔๐)

สภาพทางสังคม

จังหวัด เพชรบูรณ์ แบ่งลักษณะของประชากรออกเป็น ๒ ส่วน คือ ทางตอนเหนือของจังหวัด ประกอบด้วยอำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่าและอำเภอน้ำหนาว ประชาชนส่วนใหญ่มีพื้นเพและหลักแหล่งอยู่ที่เดิมมา ก่อน จึงมีภาษาพูดท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมและประเพณี ตลอดจนความคิดเห็นที่คล้ายคลึงหรือกลมกลืนกัน ส่วนอำเภอทางตอนใต้ของจังหวัด ประกอบด้วยอำเภอชนแดน อำเภอวิเชียรบุรี อำเภอบึงสามพัน อำเภอ หนองไผ่ และอำเภอศรีเทพ มีประชากรอพยพมาจากจังหวัดอื่น ๆ เพื่อบุกเบิกพื้นที่ทำกินใหม่ โดยประมาณ ร้อยละ ๕๖ ดังนั้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นจึงแตกต่างกันไปตามลักษณะ พื้นที่ กล่าวคือ ใน พื้นที่อำเภอหล่มสัก และอำเภอหล่มเก่า มีประเพณีดั้งเดิมที่คล้ายกับภาคอีสาน เช่น ประเพณีบุญบั้งไฟ ประเพณีบุญแข่งเรือออกพรรษา ประเพณีสงกรานต์ ในตัวจังหวัดเพชรบูรณ์ มีประเพณีเหมือนภาคเหนือ ภาคกลางทั่วไป ส่วนด้านใต้ของจังหวัดจะมีประเพณีที่ผสมผสานกัน เป็นไปตามวิถีชีวิตของกลุ่มคนที่อพยพ เข้ามา

ภาษาถิ่น

จังหวัด เพชรบูรณ์ มีประชากรที่เป็นคนพื้นบ้านซึ่งพูดภาษาถิ่นที่แตกต่างกันแต่ละท้องที่ นอกจากนี้ยังมีประชากรที่อพยพจากส่วนต่าง ๆ ของประเทศไทยใช้ภาษาถิ่นเดิมของตน และชาวไทยภูเขาที่พูดภาษาของ เผ่าตน จึงทำให้วัฒนธรรมทางภาษาถิ่นของเพชรบูรณ์มีความหลากหลาย ภาษาถิ่นที่ใช้กันในจังหวัด เพชรบูรณ์ สรุปได้ดังนี้

- 1.กลุ่มภาษาหล่ม เป็น ภาษาถิ่นที่ใช้กันในเขตอำเภอตอนบน ได้แก่ อำเภอหล่มเก่า อำเภอหล่มสัก อำเภอ น้ำหนาว ประชากรในเขตพื้นที่นี้ส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่นเดิม ภาษาพูดเป็นภาษาถิ่นดั้งเดิมครั้งอพยพ มาจากเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว ภาษาหล่มมีการใช้ศัพท์คล้ายกับภาษาไทยอีสาน แต่แตกต่างกันที่

สำเนียง ภาษาหล่มจะมีสำเนียงคล้ายกับภาษาลาวที่ใช้พูดในเมืองหลวงพระบาง ในตำบลต่าง ๆ ในแต่ละอำเภอ สำเนียงพูดจะแตกต่างกัน เล็กน้อย แต่ภาษาสื่อสารกันได้เพราะใช้ศัพท์ใกล้เคียงกัน ปัจจุบันความสะดวกทางการคมนาคมและการใช้ภาษาไทยถิ่นกลาง จึงทำให้ภาษาไทยถิ่นกลางปะปนกับภาษาหล่ม เช่น พูดสำเนียงภาษาหล่มโดยใช้ศัพท์ภาษาไทยถิ่นภาคกลาง

2. กลุ่มภาษาเพชรบูรณ์ กลุ่ม ภาษานี้จะพูดกันในเขตอำเภอเมืองเป็นภาษาที่มีสำเนียงเป็นเอกลักษณ์

เฉพาะตัว คำศัพท์ที่ใช้มีทั้งภาษาถิ่นไทยกลาง และภาษาเพชรบูรณ์

3. กลุ่มภาษาเพชรบูรณ์ตอนใต้ คือ ภาษาที่ใช้กันในเขตอำเภอตอนใต้ซึ่งได้แก่ อำเภอบึงสามพัน อำเภอ

วิเชียรบุรี อำเภอศรีเทพ ภาษาที่ใช้พูดจะแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม คือ ภาษาถิ่นไทยภาคกลางซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคนท้องถิ่นเดิม และภาษาพูดอีกกลุ่มหนึ่งคือ ภาษาอีสาน ผู้พูดภาษานี้ส่วนใหญ่เป็นประชากรที่อพยพมาจากจังหวัดต่าง ๆ ของภาคอีสาน แต่ประชากรส่วนใหญ่สามารถพูดภาษาเพชรบูรณ์ตอนใต้ได้ทั้งสองกลุ่มภาษา

4. กลุ่มภาษาถิ่นไทยกลาง เป็น ภาษาที่ใช้พูดทั่วไปในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ เพราะเพชรบูรณ์เป็นเมือง ที่มีประชากรมาจากหลายท้องที่อพยพเข้ามา จึงใช้ภาษาถิ่นไทยกลางในการสื่อสาร แต่การใช้ภาษาจะมี ศัพท์ภาษาเดิมผสมผสานกันบ้าง

5. ภาษากลุ่มชาวนา ชาว นาเป็นกลุ่มชนดั้งเดิมของเพชรบูรณ์ สืบเชื้อสายมาจากละว้า มีภาษาพูด เป็นภาษาชาวนา ซึ่งคำศัพท์แตกต่างไปจากภาษากลุ่มอื่น ๆ ปัจจุบันประชากรเชื้อสายชาวนาเป็นชนกลุ่ม น้อย มีชุมชนอยู่ที่บ้านน้ำเลา บ้านห้วยไคร้ อำเภอเมือง และบ้านท่าด้วง อำเภอหนองไผ่

6. ภาษากลุ่มชาวเขา ลักษณะ ภูมิประเทศของจังหวัดเพชรบูรณ์มีรูปร่างคล้าย กะทะ มีภูเขาล้อมรอบ ทุกด้าน จึงมีประชากรส่วนหนึ่งอาศัยอยู่บนเขา ชาวเขาในจังหวัดเพชรบูรณ์ประกอบด้วยชาวเขาเผ่าม้งเป็นส่วนใหญ่ และเผ่าอื่น ๆ เช่น ลีซอ เป็นต้น

สาธารณูปโภค

แหล่งน้ำ แหล่ง น้ำในจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นแหล่งน้ำขนาดเล็กที่เกิดจากการทำฝายกั้นน้ำ เช่น อ่าง เก็บน้ำ

ชลประทานห้วยป่าแดง อยู่ในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ มีพื้นที่กักเก็บน้ำ ๑,๘๐๐ ไร่ กักเก็บน้ำได้ ๒๐.๗ ล้าน

ลูกบาศก์เมตร มีแม่น้ำสำคัญ ๒ สาย คือ แม่น้ำป่าสัก และแม่น้ำพุง ซึ่งมีต้นกำเนิดจากตอนบน ของจังหวัด ในฤดู

ฝนมีปัญหาการไหลหลากของน้ำทำให้เกิดภาวะน้ำท่วมฉับพลัน เนื่องจากสภาพพังทลาย ของดินในบริเวณพื้นที่

ลาดชัน ส่วนแหล่งน้ำชลประทานมีสัดส่วนค่อนข้างต่ำทำให้เกิดภาวะน้ำไม่เพียงพอใน การเพาะปลูก

การประปา มีบริการการประปาในเขตอำเภอ และประปาตำบล ส่วนหมู่บ้านที่ยังไม่มีบริการประปา ประชาชนใช้น้ำบาดาล

การไฟฟ้า มีบริการทั่วถึงทุกตำบล

การคมนาคม ทาง บกมีทางหลวงแผ่นดินหลายสายสามารถติดต่อกับจังหวัดในภาคเหนือ ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางได้สะดวก เส้นทางเข้าสู่จังหวัดเพชรบูรณ์ มีดังนี้

1. เส้นทางหลวง หมายเลข ๒๑ สระบุรี-หล่มสัก
2. เส้นทางหลวง หมายเลข ๑๒ ชุมแพ-หล่มสัก-พิษณุโลก
3. ทางอากาศ รัฐบาลได้สนับสนุนให้สร้างสนามบินพาณิชย์ขึ้นในอำเภอหล่มสัก เพื่อรองรับการขยาย ตัวด้านเศรษฐกิจ การอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว

บริการสาธารณสุข

บริการ ด้านสาธารณสุขก้าวหน้า มีโรงพยาบาลที่ทันสมัยในทุกอำเภอ ทั้งที่เป็นของรัฐบาลและเอกชน ปัญหาด้านการสาธารณสุขมีไม่มากนัก ในเขตตำบลต่าง ๆ มีโรงพยาบาลตำบลและสถานีนามัยให้บริการ ประชาชนอย่างทั่วถึง

• ดาก

สภาพทั่วไปของจังหวัดดาก

จังหวัดดากตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนล่างก่อนไปทางทิศตะวันตก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑ (พหลโยธิน) ๔๒๖ กิโลเมตร มีเนื้อที่ ๑๖,๔๐๖.๖๕ ตารางกิโลเมตร ขนาดพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ ๒ รองจากจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะพื้นที่ยาวขนานกับเทือกเขาดนงชัย สูงกว่าระดับน้ำทะเลประมาณ ๑๑๖.๒ เมตร วัดจากที่ตั้งศาลากลางจังหวัด มีอาณาเขตดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดแม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดสุโขทัย

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์ กาญจนบุรีและอุทัยธานี

ทิศตะวันตก ติดต่อประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งประเทศไทยยาว ๕๓๕ กิโลเมตร (ตามแนวแม่น้ำเมย ๓๘๐ กิโลเมตร และตามแนวสันเขาตะนาวศรี ในเขตอำเภออุ้มผาง ๑๕๕ กิโลเมตร)

ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดดากแบ่งออกเป็น ๒ ส่วนตามแนวเทือกเขาดนงชัย

๑. ฟังตะวันออก ได้แก่ อำเภอเมืองตาก บ้านตากและสามเงา พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มประกอบด้วย ภูเขา ป่าโปร่ง ป่าเบญจพรรณ พื้นที่รวมประมาณ ๕,๖๕๒.๖๘ ตารางกิโลเมตร ประมาณร้อยละ ๓๕ อากาศค่อนข้างแห้งแล้ง มีฝนตกน้อย ลำน้ำที่สำคัญได้แก่ แม่น้ำปิง แม่น้ำวัง ลำห้วยตาก ลำห้วยแม่ท้อ คลองวังเจ้า

๒. ฟังตะวันตก ได้แก่ อำเภอแม่สอด แม่ระมาด ท่าสองยาง พบพระ และอุ้มผาง พื้นที่ส่วนใหญ่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยป่าไม้และเทือกเขาสลับซับซ้อน ประกอบด้วยภูเขา ป่าดงดิบป่าสน อากาศชุ่มชื้น ฝนตกหนัก ลำน้ำสำคัญได้แก่ แม่น้ำเมย แม่น้ำแม่กลอง พื้นที่รวมประมาณ ๑๐,๗๑๓ ตารางกิโลเมตร

ลักษณะภูมิอากาศ

อากาศค่อนข้างร้อนในฤดูร้อนและหนาวจัดในฤดูหนาว

ฤดูร้อน ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์-พฤษภาคม อุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดในเดือนเมษายน

ฤดูฝน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม-ตุลาคม ปริมาณน้ำฝนมากที่สุดในเดือนตุลาคม

ฤดูหนาว ตั้งแต่เดือน ตุลาคม-กุมภาพันธ์ อากาศจะหนาวจัดในเดือนธันวาคม-มกราคม

ประชากร

จังหวัดตาก มีประชากรทั้งสิ้น ๔๕๐,๐๕๕ คน เป็นชาย ๒๔๘,๕๕๒ คน เป็นหญิง ๒๐๑,๕๐๓ คน (ข้อมูล ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๓)

เขตการปกครอง

จังหวัดตาก แบ่งการปกครองออกเป็น ๘ อำเภอ ๑ กิ่งอำเภอ ๖๓ ตำบล ๕๐๓ หมู่บ้าน ๑๒๕,๕๖๑ หลังคาเรือน เทศบาล ๑๓ แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล ๕๗ แห่ง (ข้อมูลปี ๒๕๔๔) อำเภอต่างๆ ได้แก่ อำเภอ

เมือง อำเภอบ้านตาก อำเภอสามเงา อำเภอแม่ระมาด อำเภอท่าสองยาง อำเภอแม่สอด อำเภอพบพระ อำเภออุ้มผาง และกิ่งอำเภอวังเจ้า

สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

สภาพเศรษฐกิจ

ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี ๔๓,๑๒๘ บาท (ข้อมูลปี ๒๕๕๐) รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาเกษตรมากที่สุด รองมาเป็นการค้าส่งและค้าปลีก และสาขาอุตสาหกรรม พืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัด ได้แก่ ข้าวโพด ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ข้าว ถั่วลิสง ฝักและผลไม้ อุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมก่อสร้างและการบริการอุตสาหกรรมกระป๋อง การเจียรไนพลอย แหล่งประมงที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำปิง วัง เหมย กลอง มีอ่างเก็บน้ำเหนือเขื่อนภูมิพล การเลี้ยงสัตว์ ส่วนใหญ่เลี้ยงไว้เพื่อใช้งานและบริโภค สัตว์ที่เลี้ยงมากที่สุดคือ โคเนื้อ รองลงมา ได้แก่ สุกร กระบือ

สภาพสังคม

การศึกษา จังหวัดตากมีสถาบันการศึกษาตั้งแต่ก่อนระดับประถมจนถึงระดับปริญญาตรี มีทั้งของรัฐและเอกชน มีการจัดการศึกษานอกระบบให้กับประชาชนทั่วไปด้วย

ศาสนา ร้อยละ ๕๘ นับถือศาสนาพุทธ รองมาคือศาสนาคริสต์ อิสลามและอื่น ๆ

ขนบธรรมเนียมประเพณี มีประเพณีที่สำคัญ ๆ เช่น ประเพณีกรวยสลาก ลอยกระทงสาย เป็นต้น กลุ่มชนมีชนกลุ่มชาวไทยภูเขา ๖ เผ่า คือ กระเหรี่ยง(มากที่สุด) ม้ง เข่า มูเซอ ลีซอ และ อีเก้อ

จังหวัดตาก เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย สมบูรณ์ มีภูมิประเทศครบถ้วน ทั้งภูเขา ป่าไม้ ทะเล อีกทั้งยังเป็นเมืองเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ เป็นเมืองผสมผสานระหว่างภาคเกษตรภาคอุตสาหกรรมอัญมณี เป็นแหล่งเจียรไนพลอยที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลก นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมส่งเสริม

การตลาดและการท่องเที่ยวตลอดปี เช่น งานนมัสการรอย พระพุทธรบาทเขาคิชฌกูฏ, งานรัษฎ์เหลื่องจันท์, งานของดีเมืองจันท์ มหัศจรรย์ทุเรียนโลก, งานเปิดโลก อัญมณีและของดีเมืองจันท์ ฯลฯ มีตลาดการค้าชายแดน บ้านฝักกาดและบ้านแหลม ซึ่งล้วนแต่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นได้ทั้งสิ้น จากผลการ ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดจันทบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักของ นักท่องเที่ยวทั่วไปมากนัก ดังนั้น จึงควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและงานประเพณีต่าง ๆ ให้เป็นที่ รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น การดำเนินงานไปสู่เป้าหมายดังกล่าว จำเป็นต้องมีการดำเนินการด้านการ ประชาสัมพันธ์ สร้างกระแสนิยม และกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของจังหวัด จันทบุรีและของประเทศในภาพรวม

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 การกิจดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์นโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติและ ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และสื่ออื่น ๆ ในสังกัด เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ การยอมรับและการให้ความร่วมมือของภาคประชาชน สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ให้การปฏิบัติราชการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนอย่างแท้จริง

● สุโขทัย

ข้อมูลทั่วไปตราประจำจังหวัดสุโขทัย

ภาพพระบรมรูปพ่อขุนรามคำแหงมหาราช พระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์พระร่วง ประทับบน

พระแท่นมนังคศิลา ปกครองไพร่ฟ้าข้าแผ่นดินให้ได้รับความร่มเย็นเป็นสุข และทรงบริหารราชอาณาจักร

แห่งนี้ให้เจริญรุ่งเรืองที่สุดในช่วงปี พ.ศ. 1822 ถึง พ.ศ. 1842 จังหวัดสุโขทัย ใช้อักษรย่อว่า "สท"

คำขวัญของจังหวัดสุโขทัย

"มรดกโลกล้ำเลิศ

กำเนิดลายสีไทย

เล่นไฟลอยกระทง

ดำรงพุทธศาสนา

งามตาผ้าตีนจก

สังคโลก ทองโบราณ

สักการแม่ย่า พ่อขุน

รุ่งอรุณแห่งความสุข"

สภาพทั่วไปของจังหวัดสุโขทัย

สุโขทัยเป็นที่ตั้งอาณาจักรแรกของชนชาติไทย เมื่อ 700 ปีที่แล้ว คำว่า “สุโขทัย” มาจากสองคำ คือ “สุขะ” และ “อุทัย” หมายความว่า “รุ่งอรุณแห่งความสุข” รอยอดีตแห่งความรุ่งเรืองเห็นได้จากอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย ซึ่งเป็นที่รู้จักของชาวไทยและต่างประเทศ

ขนาดและที่ตั้ง

จังหวัดสุโขทัยตั้งอยู่ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานครตามระยะทางหลวงแผ่นดินประมาณ 440 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 6,596,092 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,122,557 ไร่

อาณาเขต

จังหวัดสุโขทัยมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ เขตอำเภอศรีสังขาลย์ ติดต่อกับ อำเภอวังชัน อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่ และอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์
ทิศใต้ เขตอำเภอคีรีมาศ และอำเภอกงไกรลาศ ติดต่อกับ อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร และอำเภอบาง
ระกำ จังหวัดพิษณุโลก

ทิศตะวันออก เขตอำเภอกงไกรลาศ อำเภอศรีสำโรง และอำเภอสวรรคโลก ติดต่อกับอำเภอพรหมพิราม
อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก และอำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์

ทิศตะวันตก เขตอำเภอบ้านด่านลานหอย และอำเภอทุ่งเสลี่ยม ติดต่อกับ อำเภอเมืองตาก อำเภอ บ้านตากจังหวัด
ตาก และอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดสุโขทัยมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม โดยตอนเหนือเป็นที่ราบสูงมีภูเขาเป็นพืดยาวมาทาง
ทิศตะวันตก พื้นที่ตอนกลางเป็นที่ราบและตอนใต้เป็นที่ราบสูง มีแม่น้ำไหลผ่านจากเหนือลงใต้ โดยผ่านพื้นที่
อำเภอศรีสังขาลย์ สวรรคโลก ศรีสำโรง เมืองสุโขทัย และอำเภอกงไกรลาศ เป็นระยะทางประมาณ 170
กิโลเมตร จังหวัดสุโขทัยมีภูเขาที่สูงที่สุด คือ เขาหลวง ซึ่งยอดเขามีความสูง 1,200 เมตร จากระดับน้ำทะเล

ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปของจังหวัดสุโขทัย มีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตก
เฉียงใต้ และมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกได้เป็น 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาวอุณหภูมิโดย
เฉลี่ยตลอดปี ประมาณ 27.4 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 33.0 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย
22.2 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝนตั้งแต่ 1 มกราคม – 18 พฤศจิกายน 2551 ประมาณ 1,507.1 มิลลิเมตร
บริเวณที่มีฝนตกมากที่สุดอยู่ตอนบนจังหวัด บริเวณอำเภอศรีสังขาลย์ และอำเภอศรีนคร

การปกครอง

จังหวัดสุโขทัยแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 9 อำเภอ 84 ตำบล 843 หมู่บ้าน มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ จำนวน 91 แห่ง ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 16 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 72 แห่ง

อำเภอ	เนื้อที่ (ตร.กม.)	จำนวน ตำบล	จำนวน หมู่บ้าน	จำนวน บ้าน (หลัง)	จำนวน อบจ.	จำนวน เทศบาล เมือง	จำนวน เทศบาล ตำบล	จำนวน อบต.
เมืองสุโขทัย	581.474	9	86	34,389	1	1	3	9
บ้านด่านลานหอย	1,081.11	7	71	12,682	-	-	2	6
คีรีมาศ	521.892	10	100	15,251	-	-	2	9
กลไกรลาส	502.382	11	109	18,761	-	-	1	10
ศรีสัชนาลัย	2,050.51	11	134	30,021	-	-	2	8
ศรีสำโรง	565.731	13	118	22,068	-	-	1	12
สวรรคโลก	586.192	13	117	27,950	-	1	2	10
ศรีนคร	199.865	5	49	8,497	-	-	1	5
ทุ่งเสลี่ยม	569.932	5	59	14,692	-	-	2	4
รวมทั้งจังหวัด	6,596.09	84	843	184,311	1	2	16	72

ประชากร

ประชากรในจังหวัดสุโขทัยส่วนใหญ่สืบเชื้อสายมาจากชาวไทยดั้งเดิม ที่อาศัยอยู่ในดินแดนนี้มานานแล้ว โดยมีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนสำเนียงภาษาพูดเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง จะมีคนอพยพมาจากท้องถิ่นอื่นบ้างไม่มากนัก นอกจากนี้ยังมีชนกลุ่มน้อย เป็นชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง ม้ง เย้า และลีซอ ซึ่งส่วนหนึ่งอาศัยอยู่ในดินแดนแถบนี้มานานแล้ว และอีกส่วนหนึ่งอพยพมาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดลำปาง น่าน พะเยา เชียงราย แพร่ ตาก และเพชรบูรณ์ ปัจจุบันชาวเขาเหล่านี้อาศัยอยู่ในเขตตำบลบ้านแก่ง และตำบลแม่สิน แม่ตำ ในอำเภอศรีสัชนาลัย มีจำนวนประมาณ 428 หลังคาเรือน จำนวนประชากรของจังหวัดสุโขทัย ณ เดือน 19 กันยายน 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 601,761 คน เป็นชาย 294,824 คน หญิง 306,937 คน สำหรับอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดคือ อำเภอเมืองสุโขทัย รองลงมาคืออำเภอ ศรีสัชนาลัย

และอำเภอสุวรรณภูมิ อำเภอที่มีประชากรน้อยที่สุด คือ อำเภอศรีนคร ความหนาแน่นของประชากรโดยเฉลี่ยใน
จังหวัด เท่ากับ 95 คนต่อ 1 ตารางกิโลเมตร

เศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product : GPP)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ประเมินการในปี 2549 เท่ากับ 20,696 ล้านบาท/ปี

รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (GPP Per Capital)

รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรจังหวัดสุโขทัย เท่ากับ 33,333 บาท/คน/ปี

การเงินและการธนาคาร

จำนวนสาขาธนาคารของจังหวัดสุโขทัยรวม 31 แห่ง จำนวนเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ณ เดือน
พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 เท่ากับ 13,887 ล้านบาท และสินเชื่อเงินให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ ณ เดือนพฤศจิกายน
พ.ศ. 2550 จำนวน 7,543 ล้านบาท โดยสัดส่วนสินเชื่อเงินให้กู้ยืมต่อเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 54.32

แรงงานและการประกอบอาชีพ

ประชากรของจังหวัดสุโขทัย จำนวน 582,623 คน ที่อยู่ในวัยแรงงาน (ประชากรทุกคนที่อายุ 15 ปี
ขึ้นไป) มีจำนวนกำลังแรงงานรวม 473,109 คน ในจำนวนนี้เป็นผู้อยู่ในกำลังแรงงาน ประชากรในวัยแรงงานที่
มีงานทำ หรือกำลังหางาน หรือรองาน มีจำนวน 337,509 คน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นผู้มีงานทำ 325,544
คน เป็นผู้ว่างงาน 7,774 คน

การเกษตรกรรม

จังหวัดสุโขทัยมีพื้นที่ถือครองทางเกษตร จำนวน 2,065,493 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 50.10 ของพื้นที่ จังหวัด โดยจำแนกเป็นพื้นที่นา ร้อยละ 63.16 พื้นที่พืชไร่ ร้อยละ 24.98 พื้นที่ไม้ผลและไม้ยืนต้น ร้อยละ 11.37 และ อื่น ๆ ร้อยละ 0.79 พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ ข้าว ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ข้าวโพด อ้อยโรงงานและใบยาสูบเบอร์เลย์ มีมูลค่าการผลิตรวม 2,092,801 เมตริกตัน

อุตสาหกรรม

จังหวัดสุโขทัยตั้งอยู่ในเขตการส่งเสริมการลงทุนเขต 3 มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมด 424 แห่ง โดยอุตสาหกรรมที่มีมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ อุตสาหกรรมขนสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 20.69 รองลงมา ได้แก่ อุตสาหกรรมการเกษตร ร้อยละ 16.87 และอุตสาหกรรมโลหะ ร้อยละ 12.15 ตามลำดับ ขนาดโรงงาน แยกตามเงินทุน จังหวัดสุโขทัยมีโรงงานขนาดใหญ่ จำนวน 5 แห่ง โรงงานขนาดกลาง 13 แห่ง และโรงงาน ขนาดเล็ก จำนวน 505 แห่ง และโรงสีข้าวทั้งหมด 28 แห่ง

จังหวัดสุโขทัย มีหน่วยงานที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสุโขทัย รวม 189 หน่วยงาน ประกอบด้วย ราชการ บริหารส่วนภูมิภาค 39 หน่วยงาน ราชการบริหารส่วนกลาง 50 หน่วยงาน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ 9 หน่วยงาน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 91 แห่ง ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 16 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 72 แห่ง

● อุดรดิตถ์

อุดรดิตถ์ แปลว่า “ท่าเหนือ” เนื่องจากในสมัยก่อนพ่อค้าจะนำสินค้าจากหลวงพระบางน่าน หรือเมืองเหนือ อื่นๆ ไปค้าขายกับทางใต้ เช่น พืชญ โลก นครสวรรค์ อุดรฯ กรุงเทพฯ หรือสินค้าจากทางใต้จะนำขึ้นเหนือต้อง แวะพักกันตามท่าน้ำจอดเรือของอุดรดิตถ์ ทำให้มีการแลกเปลี่ยนสินค้าและเปลี่ยนวัฒนธรรมตลอดจนการ โยกย้ายที่อยู่อาศัยของกลุ่มชนเดิมที่เมืองอุดรดิตถ์เป็นเพียงตำบลชื่อ “บางโพธิ์ท่าอิฐ” ขึ้นกับเมืองพิชัย ตั้งอยู่ริมฝั่ง

ชาวของแม่น้ำน่านและมีความเจริญอย่างรวดเร็ว เพราะเป็นเมืองท่าเรือขนถ่ายสินค้าพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้เสด็จถึง “บางโพธิ์ท่าอิฐ” เมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2544 โดยเรือพระที่นั่งจอด ณ บริเวณหน้าวัดวังเตาหม้อ ซึ่งก็คือ วัดท่าถนนในปัจจุบัน ต่อมาทรงพระราชดำริเห็นว่า ตำบลนี้คงเจริญต่อไปในภายหน้า จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งเป็นเมือง เรียกว่าเมืองอุตรดิตถ์ แต่ยังเป็นเมืองขึ้นของเมืองพิษณุอยู่ ต่อมาพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้ย้ายศาลากลางเมืองไปตั้งที่เมืองอุตรดิตถ์ เนื่องจากเมืองอุตรดิตถ์มีผู้คนไปอยู่อาศัยประกอบกับการค้ามากขึ้น ในขณะที่เมืองพิษณุโรยไป และเมื่อ พ.ศ. 2457 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนคำว่า “เมือง” เป็น “จังหวัด” ดังนั้นเมืองอุตรดิตถ์จึงเปลี่ยนเป็นจังหวัดอุตรดิตถ์ ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เพื่อรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ชาวจังหวัดอุตรดิตถ์ ได้เห็นพ้องต้องกันสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 5 ณ บริเวณลานอนุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ซึ่งบริเวณที่พระองค์ท่านเสด็จเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2444

ที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพ

จังหวัดอุตรดิตถ์ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง ระหว่างเส้นรุ้งที่ 17 องศา 37 ลิปดา และ 19 องศา 30 ลิปดาเหนือ กับเส้นแวงที่ 100 องศา 5 ลิปดาและ 101 องศา 11 ลิปดา ตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถไฟ 485 กิโลเมตร และโดยทางรถยนต์ 491 กิโลเมตร มีเนื้อที่รวมทั้งสิ้น 7,838,592 ตารางกิโลเมตร หรือ 4,899,120 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.62 ของพื้นที่ภาคเหนือ แบ่งเขตการปกครองเป็น 9 อำเภอ 67 ตำบล 539 หมู่บ้าน

ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดอุตรดิตถ์ที่สภาพภูมิประเทศแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ

- ที่ราบลุ่มแม่น้ำ เกิดอยู่บริเวณสองฝั่งของแม่น้ำน่าน และลำน้ำสาขาที่ไหลมาบรรจบกับแม่น้ำน่าน สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ค่อนข้างราบเรียบ มีระดับความสูงของพื้นที่ประมาณ 50-100 เมตรจากระดับน้ำทะเลอยู่ในเขตอำเภอตรอน อำเภอพิชัย อำเภอลับแล อำเภอทองแสนขัน และบางส่วนของอำเภอเมืองอุตรดิตถ์

- ที่ราบระหว่างหุบเขาและบริเวณลูกคลื่นลอนลาด เป็นบริเวณที่อยู่ต่อเนื่องจากที่ราบลุ่มน้ำทางด้านเหนือและด้านตะวันออกของจังหวัด มีความสูงระหว่าง 100-400 เมตร จากระดับน้ำทะเลอยู่ในเขตอำเภอทองแสนขัน อำเภอลับแล อำเภอน้ำปาด อำเภอปากทำ อำเภอบ้านโคก และบางส่วนของอำเภอเมืองอุตรดิตถ์

- เขตภูเขาและที่สูง เป็นภูมิประเทศที่พบมากประมาณครึ่งหนึ่งของพื้นที่จังหวัด มีความสูงของพื้นที่ระหว่าง 400-1,000 เมตร ในบริเวณด้านเหนือและด้านตะวันออกของจังหวัดโดยเฉพาะในเขตอำเภอบ้านโคก อำเภอปากทำ อำเภอน้ำปาด อำเภอท่าปลา อำเภอลับแล และบางส่วนของอำเภอเมืองอุตรดิตถ์

สำหรับภูมิอากาศจัดอยู่ในภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อนเฉพาะฤดู(Tropical climate) โดยมีระยะช่วงฝนสลับกับช่วงอากาศแห้งแล้งแตกต่างกันชัดเจนและเนื่องจากภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงและที่สูง จึงทำให้อากาศร้อนจัดในฤดูร้อนและหนาวจัดในฤดูหนาว ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม – พฤษภาคม อุณหภูมิเฉลี่ย 35 องศาเซลเซียส ฤดูฝนระหว่างเดือนมิถุนายน – ตุลาคม มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,500 มิลลิเมตรต่อปี และฤดูหนาวระหว่างเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ อุณหภูมิเฉลี่ย 15 – 17 องศาเซลเซียส

สภาพทางสังคม

จังหวัดอุตรดิตถ์ตั้งอยู่ในระหว่างภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงมีความหลากหลายในด้านขนบธรรมเนียมประเพณีและภาษาพูดตามแต่ละจะได้รับอิทธิพลจากภูมิภาคใด

ประชากรร้อยละ 80 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำเรือกสวนไร่นา พืชผลหมุนเวียนที่เสริมรายได้ให้แก่ชาวบ้าน คือ หอมแดงซึ่งปลูกมากที่อำเภอลับแล กระเทียมที่อำเภอน้ำปาด ลำไยที่อำเภอท่าปลา มะขามหวานที่อำเภอฟากท่า และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลำไยสด ที่อำเภอลับแล และอำเภอเมือง

การศึกษา

จังหวัดอุดรธานีมีสถานศึกษาระดับประถมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษารวมทั้งสิ้น 360 แห่ง จำนวนนักเรียน นักศึกษา รวม 92,945 คน แยกรายละเอียดได้ดังนี้ จำนวนประชากรของจังหวัดทั้งสิ้น 487,942 คน แยกเป็นชาย 246,023 คน หญิง 241,919 คน ความหนาแน่นเฉลี่ย 62 คน/ตารางกิโลเมตร มีการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบ เทศบาลเมือง 1 แห่ง เทศบาลตำบล 1 แห่ง สุขาภิบาล 14 แห่ง และองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 33 แห่ง มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียง ดังนี้

อาณาเขตติดต่อ

- ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน

- ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดพิจิตร โลก จังหวัดเลย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

โดยมีแนวเขตชายแดนยาวประมาณ 135 เมตร

- ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดพิจิตร โลก

- ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสุโขทัย

ด้านศาสนา

สำหรับทางด้านศาสนานั้น ประชาชนส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 99.8 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาประมาณ ร้อยละ 0.17 นับถือศาสนาคริสต์ ส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 0.03 นับถือศาสนาอิสลามและอื่นๆ โดยมี สถาบันทางพุทธศาสนา คือ วัด จำนวน 296 แห่ง ที่พักสงฆ์ 85 แห่งมีพระภิกษุ 1,762 รูป สามเณร 474 รูป และ โบสถ์คริสต์ศาสนา 12 แห่ง ส่วนทางด้านศิลปวัฒนธรรมนั้น เนื่องจากประชาชนของจังหวัดอุดรธานีสืบเชื้อ

สหายมาจากคนไทยหลายภาคจึงทำให้ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นแตกต่างกันออกไปบ้าง เช่น อำเภอ น้ำ
ปาด ฟากท่า บ้านโคก มีภาษาขนบธรรมเนียมประเพณีคล้ายคนภาคเหนือ ส่วนตอนใต้คือ อำเภอเมือง ตรอน
พิชัย และทองแสนขัน มีภาษาพูดและขนบธรรมเนียมประเพณีคล้ายภาคกลาง

การเดินทาง

ทางรถยนต์ อุตรดิตถ์อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 491 กิโลเมตร การเดินทางโดยทางรถยนต์สามารถไป
ได้ 2 ทาง คือ จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 32 ผ่าน อูยธยา อ่างทอง
สิงห์บุรี ชัยนาท เข้านครสวรรค์ แล้วใช้เส้นทาง 11 เข้าพิษณุโลก แล้วเดินทางตามเส้นทางหมายเลข 11 จนถึง
อุตรดิตถ์

ทางรถโดยสาร จากสถานีขนส่งสายเหนือ มีรถยนต์โดยสารธรรมดาจากกรุงเทพฯ สู่อุตรดิตถ์ทุกวัน วัน
ละหลายเที่ยว รายละเอียดติดต่อ โทร. 272-5228 สำหรับรถโดยสารปรับอากาศ จากกรุงเทพฯ วันละ 2 เที่ยว
ติดต่อบริษัทอวาร์ฟาร์ม โทร. 282-3341 , 271-3011 และ
วินทัวร์ โทร. 221-2984

ทางรถไฟ จากสถานีรถไฟหัวลำโพง มีรถไฟไปอุตรดิตถ์ทุกวัน วันละหลายเที่ยวจากสถานีรถไฟ
กรุงเทพฯ รายละเอียดติดต่อ โทร. 223-7010 , 223-7020

ระยะทางจากอำเภอไปยังอำเภอต่างๆ ของจังหวัดอุตรดิตถ์

อำเภอเมือง - อำเภอตรอน	24 กิโลเมตร
อำเภอเมือง - อำเภอพิชัย	45 กิโลเมตร
อำเภอเมือง - อำเภอลับแล	8 กิโลเมตร
อำเภอเมือง - อำเภอน้ำปาด	72 กิโลเมตร
อำเภอเมือง - อำเภอท่าปลา	40 กิโลเมตร
อำเภอเมือง - อำเภอบ้านโคก	165 กิโลเมตร

อำเภอเมือง - อำเภอปากท่า 113 กิโลเมตร

อำเภอเมือง - อำเภอทองแสนขัน 42 กิโลเมตร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อมุ่งให้ความรู้แก่อาสาของชุมชนในจังหวัดต่างๆ โดยจัดการฝึกอบรมการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชน ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้เป็นที่ยอมรับต่อตลาด และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
3. จัดทำสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ อาทิเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ , ป้ายแผนที่ ป้ายบอกทางต่างๆ ของชุมชน , สื่อหนังสือ รวมถึงการนำไปเผยแพร่ช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อการรองรับกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น
4. จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ให้มากขึ้น
5. เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ 5 จังหวัด เพื่อเป็นการเสริมสร้างและกระจายรายได้สู่ชุมชนต่อไป

กลุ่มเป้าหมาย

แบ่งเป็น 3 ส่วน

1. ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน
2. นักข่าว สื่อมวลชนแขนงต่างๆ
3. นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดเครือข่ายในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของชุมชนทั้ง 5 จังหวัด ที่มีคุณภาพและเข้มแข็ง
2. เกิดการทำงานประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้รับทราบข่าวสารอย่างทั่วถึง
3. เกิดการสนับสนุน ให้ความร่วมมือ และแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน
4. เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อยอดการกระจายรายได้ของชุมชนทั้ง 5 จังหวัด

การติดตามและประเมินผล

เพื่อให้การดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะมีการตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ และการติดตามประเมินผลเพื่อจะได้นำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไขให้เกิดผลที่สมบูรณ์ จึงมีการติดตามโดยการสอดแทรกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น ติดตามข่าวสาร สังเกตหรือสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายถึงการรับรู้ข่าวสารของการประชาสัมพันธ์ และการให้บริการรวมถึงการสรุปผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยมีการตั้งคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบข้อมูลต่างๆ

การติดตามและประเมินผลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้ทราบว่า โครงการที่ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่ต้องการมาน้อยเพียงใด มีประสิทธิภาพหรือไม่ ผลจากการติดตามและประเมินผลจะให้ข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จ จุดแข็ง จุดอ่อน และแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน ช่วยให้การบริหารแผนงานและโครงการมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งการบริหารแผนงานและโครงการที่ ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การปฏิบัติตามแผน (Implementation) การควบคุม (Control) และการประเมินผล (Evaluation) มีความสำคัญเท่ากันทุกส่วน ถ้าขาดส่วนหนึ่งส่วนใด หรือส่วนหนึ่งส่วนใดขาดประสิทธิภาพก็จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการบริหารแผนงานและโครงการทั้งหมด

การติดตามและประเมินผลมีคำสองคำซึ่งมีความหมายเฉพาะตัวที่แยกจากกันได้ชัดเจน คือ คำว่า "ติดตาม" (Monitoring) และคำว่า "ประเมินผล" (Evaluation) ทั้งสองคำดังกล่าวมีวิธีการทำงานที่แตกต่างกัน ดังนี้

การติดตาม เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลการปฏิบัติงานตามแผนที่มีการกำหนดไว้แล้ว เพื่อนำ

ข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ แก้ไข ปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน หรือกำหนดวิธีการดำเนินงานให้เกิดผลดียิ่งขึ้น ดังนั้น จุดเน้นที่สำคัญของการติดตาม คือ การปฏิบัติการต่างๆ เพื่อการตรวจสอบ ควบคุม กำกับ การปฏิบัติงานของโครงการ การติดตาม จะเกิดขึ้นในขณะที่โครงการกำลังดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้การประเมินผล เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ และนำผลมาใช้ในการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของการดำเนินโครงการ การประเมินผลจะเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของโครงการ นับตั้งแต่ก่อนตัดสินใจจัดทำโครงการ ในขณะที่ดำเนินงานในช่วงระยะต่างๆ และเมื่อโครงการดำเนินงานแล้วเสร็จ หรือประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ บางมิตินำมาใช้ในการประเมินความสำเร็จของ โครงการ การว่า บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการที่ตั้งไว้หรือไม่ มีปัญหา อุปสรรคอะไรบ้างความแตกต่าง และส่วนที่ซ้ำซ้อนกันของการติดตามและประเมินผล คือ

การติดตาม (Monitoring) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แสดงให้เห็นว่า ได้มีการดำเนินการใน

ขั้นตอนต่างๆ ของโครงการที่กำหนดได้อย่างไร ข้อมูลที่ได้จะนำมาประกอบเป็นเครื่องมือ ควบคุมกำกับการดำเนินงานในขณะที่ปฏิบัติโครงการโดยตรง ทั้งในด้านปัจจัย (Input) ด้านกระบวนการดำเนินงาน (Process) และ ด้านผลผลิต (Output)

สำหรับการประเมินผล (Evaluation) มีขอบข่ายกว้างขวาง ขึ้นอยู่ว่าจะประเมินในขั้นตอนใดของโครงการ เช่น ก่อนเริ่มโครงการ ขณะดำเนินโครงการซึ่งอาจดำเนินการเป็นช่วง เป็นระยะต่างๆ เช่น ทุก 3 เดือน ทุก 6 เดือน ทุกปี ประเมินเมื่อโครงการดำเนินงานไประยะครึ่งโครงการ เป็นต้น หรือเป็นการประเมินผลเมื่อโครงการดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว

แผนงานประชาสัมพันธ์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ปี 2560

โดย บริษัท เทนโซ จำกัด

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ		ระยะเวลา						
			เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
1.1	จัดประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานร่วมกันสำหรับมหาวิทยาลัยเครือข่าย	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
1.2	จัดทำแผนการจัดกิจกรรม จัดหาสถานที่อบรมต่าง ๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
1.3	สำรวจ ตรวจสอบพื้นที่จริง ประเมินความสามารถในการรองรับจำนวนผู้เข้าร่วม ในด้านที่พัก อาหาร ห้องจัดอบรม	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
1.4	จัดอบรมพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
1.5	การจัดอบรมมีการจัดหาวิทยากร ที่พักผู้เข้าอบรมและวิทยากร อาหาร ค่าใช้จ่ายต่างๆ อำนวยความสะดวกในการเดินทาง	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
1.6	จัดทำแบบสอบถามเพื่อสรุปผลการดำเนินงาน รายงานผลการจัดอบรม วิเคราะห์ผลรวม เพื่อใช้ในการสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดผลรูปธรรมมากขึ้น	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
2	จัดอบรมให้ความรู้กับผู้ประกอบการในการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชน ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม									
2.1	จัดประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานร่วมกันสำหรับผู้ประกอบการในแต่ละจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการฯ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
2.2	จัดทำแผนการจัดกิจกรรม จัดหาสถานที่อบรมต่าง ๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
2.3	สำรวจ ตรวจสอบพื้นที่จริง ประเมินความสามารถในการรองรับจำนวนผู้เข้าร่วม ในด้านที่พัก อาหาร ห้องจัดอบรม	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
2.4	จัดอบรมพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงกลุ่มชุมชนที่สนใจและเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
2.5	การจัดอบรมมีการจัดหาวิทยากร ที่พักผู้เข้าอบรมและวิทยากร อาหาร ค่าใช้จ่ายต่างๆ อำนวยความสะดวกในการเดินทาง	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
2.6	จัดทำแบบสอบถามเพื่อสรุปผลการดำเนินงาน รายงานผลการจัดอบรม วิเคราะห์ผลรวม เพื่อใช้ในการสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดผลรูปธรรมมากขึ้น	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
3	นักวิชาการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ จัดออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ร่วมโครงการ จังหวัดละ 5 ชุมชน รวม 25 ผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์									
3.1	ลงพื้นที่สำรวจกระบวนการผลิต หรือขั้นตอนวิธีการแปรรูปต่างๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
3.2	นำข้อมูลเพื่อประชุมและวิเคราะห์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองผู้บริโภคมากที่สุด	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
3.3	ทำmockupเพื่อทดสอบกับผลิตภัณฑ์จริง เพื่อให้ตรงตามความต้องการ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
3.4	จัดพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ตามแบบและจำนวนที่กำหนดไว้	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
4	จัดประกวดภาพถ่ายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว									
4.1	กำหนดลักษณะของ Concept งานในการประกวดภาพถ่าย	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
4.2	ประกาศ รับสมัครภาพถ่ายผ่านเว็บไซต์ (ทางมหาวิทยาลัยจะเป็นผู้กำหนดให้) หรือสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น ไม่น้อยกว่า 15 วัน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
4.3	รวบรวมภาพถ่าย และจัดพิมพ์ภาพถ่าย 4 สี ขนาดไม่น้อยกว่า 45.5*30.5 ซม. ติดลงบนฟิวเจอร์บอร์ด และส่งให้กับคณะกรรมการภาพถ่าย (มหาวิทยาลัยเป็นผู้กำหนดรายชื่อคณะกรรมการตัดสิน) ศิลปินแห่งชาติเป็นผู้คัดเลือก	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
4.4	ประกาศผลพร้อมส่งผลให้กับผู้ส่งประกวดภาพถ่าย โดยกำหนดรางวัลอย่างน้อย 5 รางวัล ดังนี้ รางวัลชนะเลิศ 10,000 บาท รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 จำนวน 1 รางวัล 6,000 บาท รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 จำนวน 1 รางวัล 4,000 บาท รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 3 จำนวน 2 รางวัล 2,000 บาท	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
4.5	จัดทำ Work Shop โดยเชิญผู้ได้รับรางวัล ไม่น้อยกว่า 10 ท่าน ร่วมทำกิจกรรมกับศิลปินแห่งชาติในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 2 วัน 1 คืน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
4.6	จัดเตรียมรถรับส่ง พร้อม ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม สำหรับผู้เข้าร่วมทำกิจกรรม Work Shop และทีมงานคณะกรรมการ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
4.7	นำผลงานที่ได้จาก Work Shop มาจัดประกวดที่เวทีย่อยร่วมกับศิลปินแห่งชาติ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
4.8	จัดทำสมุดภาพโปสการ์ด ขนาดไม่น้อยกว่า 5x7 นิ้ว จำนวนภาพไม่น้อยกว่า 50 ภาพ (คัดเลือกโดยศิลปินแห่งชาติ) ลงกระดาษอาร์ตมัน ความหนาไม่น้อยกว่า 260 แกรม เจาะรู เพื่อให้สามารถถักแจ็กได้	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
4.9	รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม Work Shop สำหรับคณะกรรมการ ทีมงาน วิทยากร และ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าที่พักต่าง ๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
5	การจัดกิจกรรมอบรมการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว									
5.1	จัดอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยว 5 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ไม่น้อยกว่า 50 ท่าน (จังหวัดละไม่น้อยกว่า 10 ท่าน)	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
5.2	กำหนดเนื้อหาการอบรมเกี่ยวกับการถ่ายภาพ การเขียนบล็อก และการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 2 วัน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
5.3	เมื่อจัดอบรมแล้วจะต้องจัดให้มี Work Shop ในการฝึกถ่ายภาพ การเขียนบล็อก และการใช้สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 วัน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
5.4	รับผิดชอบค่าใช้จ่ายการจัดกิจกรรมอบรมการถ่ายภาพ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม เช่นค่าตอบแทนวิทยากร รถรับส่ง วิทยากร ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าเช่าสถานที่ ฯลฯ รวมถึงค่าใช้จ่ายของผู้เข้ารับการฝึกอบรม	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
6	จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี (พ.ศ. 2560)									
6.1	ลงพื้นที่สำรวจ แผนที่ของ 5 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
6.2	รวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ วางแผนงาน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
6.3	ร่างแผนงานต่างๆ พร้อมกำหนดวิธีการต่าง ๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
6.4	วิเคราะห์ข้อมูลพร้อมหาผลลัพธ์ในการจัดทำแผนฯ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
6.5	กำหนดกิจกรรม วัตถุประสงค์ และเป้าหมายต่าง ๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
6.6	สรุปผลงานที่คาดว่าจะได้รับในแผนประชาสัมพันธ์	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
7	จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ 3 ปี พร้อมทั้งแผนงบประมาณ (พ.ศ. 2561-2563)									
7.1	ลงพื้นที่สำรวจ แผนที่ตั้งต่าง ๆ ของ 5 จังหวัดภาคเหนือ ตอนล่าง 1	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
7.2	รวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ วางแผนงาน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
7.3	ร่างแผนงานต่างๆ พร้อมกำหนดวิธีการต่าง ๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
7.4	วิเคราะห์ข้อมูลพร้อมหาผลลัพธ์ในการจัดทำแผนฯ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
7.5	กำหนดแผนยุทธศาสตร์ พร้อมตัวชี้วัดและกิจกรรม	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
7.6	กำหนดกิจกรรม วัตถุประสงค์ และเป้าหมายต่าง ๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
7.7	วางแผนงบประมาณในการจัดกิจกรรมตามแผน ยุทธศาสตร์	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
7.8	สรุปผลงานที่คาดว่าจะได้รับในแผนประชาสัมพันธ์ โดยสามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
7.9	นำแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ขึ้น ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของเอกชน และ ส่วนราชการ เช่น เว็บไซต์การท่องเที่ยวประเทศไทย เว็บไซต์ของแต่ละจังหวัด	อยู่ในระหว่างรออนุมัติแผนฯ								
8	จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์									
8.1	รวบรวมข้อมูลพร้อม ออกแบบและจัดทำแผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ขนาด A4 พิมพ์ 4 สี 1 หน้า ด้วยกระดาษอาร์ตมัน 120 แกรม จำนวน 5,000 แผ่น เพื่อแจก ประชาสัมพันธ์ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 จังหวัด	อยู่ในระหว่างการผลิต								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
8.2	รวบรวมข้อมูล พร้อมออกแบบและจัดทำคู่มือการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปฏิทินการท่องเที่ยว เส้นทาง การท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว สถานที่ การท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก โรงพยาบาล สถานที่สำคัญในแต่ละจังหวัด ขนาด A4 แนวขวาง เนื้อ ในจำนวนไม่น้อยกว่า 200 หน้า พิมพ์บนกระดาษปอนด์ 80 แกรม ปกกระดาษอาร์ตหนาไม่น้อยกว่า 210 แกรม เคลือบลามิเนตด้าน พร้อมสปรอต UV เฉพาะจุด ทั้ง 5 จังหวัด จังหวัดละ 1 แบบ แบบละ 1,000 เล่ม รวม 5,000 เล่ม พร้อมกล่องเซ็ทรวมเล่ม 5 เล่ม	อยู่ในระหว่างการผลิต								
8.3	รวบรวมข้อมูลพร้อม ออกแบบและจัดทำหนังสือ ภาพเขียนสถานที่ท่องเที่ยวจัดทำในขนาดA4 แนวขวาง กระดาษปอนด์ 80 แกรม ปกกระดาษอาร์ตหนา ไม่น้อยกว่า 210 แกรม เคลือบลามิเนตด้าน พร้อมสปรอต UV เฉพาะจุด 20 รูป โดยใช้ภาพเขียนสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้ง 5 จังหวัด	อยู่ในระหว่างการผลิต								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
8.4	รวบรวมข้อมูลพร้อม ออกแบบ และ จัดทำสัญลักษณ์ โลโก้ ของแหล่งท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (พื้นที่จังหวัดพิษณุโลก , สุโขทัย , อุตรดิตถ์ , ตาก , เพชรบูรณ์) และจัดทำเป็นของที่ระลึกแจกฟรี โดยจัดทำเป็นพวงกุญแจ ออกแบบจังหวัดละไม่น้อยกว่า 1 แบบ แบบละไม่น้อยกว่า 5,000 ชิ้น (รวม 25,000 ชิ้น)	อยู่ในระหว่างการผลิต								
8.5	ส่งแบบเพื่อขออนุมัติการจัดพิมพ์	อยู่ในระหว่างการผลิต								
8.6	จัดพิมพ์ พร้อมผลิตตามจำนวนและกระบวนการผลิตต่างๆ	อยู่ในระหว่างการผลิต								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
8.7	ส่งมอบของตามกำหนด									
8.8	นำสื่อสิ่งพิมพ์ คู่มือการท่องเที่ยวทั้ง 5 จังหวัด จัดเรียงเป็นไฟล์ Pdf เพื่อทำ E-Book เส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 5 จังหวัด	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
8.9	อัปโหลดไฟล์ส่งขออนุมัติทาง Ookbee ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่มีคนนิยมเข้าไปดู E Book มากที่สุด	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
8.10	แอปพลิเคชันออนไลน์คู่มือการท่องเที่ยว 5 จังหวัดเพื่อเปิดให้คนที่สนใจเข้าไปดาวน์โหลดมาดูข้อมูลได้	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
9	จัดแสดงนิทรรศการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการออกแสดงสินค้า(Road show) ใน 4 ภาค 6 จังหวัด									
9.1	ออกแบบภาพรวมของงาน (concept design) ออกแบบและจัดทำและจัดทำโลโก้ ของงาน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
9.2	จัดหาพื้นที่สำหรับจัดงานนิทรรศการ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ 4 ภาค รวม 6 จังหวัด	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
9.3	จัดเตรียมพื้นที่สำหรับจัดงานนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือก ผลิตภัณฑ์ละ 1 บูธ รวม 25 บูธ พื้นที่รวมต้องไม่น้อยกว่า 200 ตารางเมตร	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
9.4	จัดทำบูธพร้อมตกแต่ง และทำป้ายชื่อพร้อมจัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ภายในบูธ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ปลั๊กไฟ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
9.5	เตรียมงานแถลงข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์งานจัดนิทรรศการ พร้อมรายละเอียดในพิธีเปิดงานทั้งหมด	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
9.6	ออกแบบภาพรวม อุปกรณ์ต่าง ๆ พร้อมสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องใช้ในงานและนำเสนอเพื่อขออนุมัติ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
9.7	ลงพื้นที่แต่ละจังหวัดตามที่กำหนดไว้ และจัดกิจกรรมต่างๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
9.8	จัดกิจกรรมพร้อมเก็บภาพต่างๆ ทั้งในรูปแบบภาพนิ่งและวิดีโอ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
9.9	สรุปงานพร้อมประเมินผลกิจกรรมเพื่อเสนอทางคณะกรรมการและนำข้อมูลเพื่อมาปรับปรุงแก้ไขในครั้งต่อไป	รอคณะกรรมการอนุมัติ								
10	จัดทำแผนที่ท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1									
10.1	รวบรวมข้อมูลพร้อม ออกแบบ และจัดพิมพ์แผนที่แหล่งท่องเที่ยว พร้อมเบอร์โทรศัพท์สำคัญ เป็นแผ่นพับขนาด 60*43 ซม. งานพิมพ์ 4 สี 2 หน้า กระดาษอาร์ตมัน 230 แกรม พร้อมพับ จำนวนไม่น้อยกว่า 5,000 แผ่นต่อ 1 จังหวัด	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
10.2	ลงพื้นที่สำรวจเส้นทางของ 5 จังหวัด เพื่อทำการติดตั้งป้ายต่างๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
10.3	รวบรวมข้อมูลพร้อม ออกแบบ และจัดทำแผนที่ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญของแต่ละจังหวัด 5 จังหวัด โดยจัดทำเป็นป้ายอลูมิเนียม ขนาดไม่น้อยกว่า 120*180 ซม. เสาอลูมิเนียมสูง 70 ซม. หนา 20 ซม. ด้านในเป็นอะคริลิกหนา 3 มิล 2 แผ่น ติดสติ๊กเกอร์ ในตู้มีไฟ 6 ชุด จำนวน 5 ป้าย	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
10.4	ออกแบบและจัดทำป้ายบอกทางของจุดที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยว ขนาดไม่น้อยกว่า 120x240 ซม.ลักษณะงานทำจากแผ่นอลูมิเนียมหนา 4 มิลลิเมตร งานพิมพ์สติ๊กเกอร์เคลือบฝ้าลงบนแผ่น เสาเหล็กกล่องหนาไม่น้อยกว่า 1.2 นิ้ว สูงไม่น้อยกว่า 180 ซม. ชุดหลุมฝัง หรือทำเพลาที่ยึด พร้อมขออนุญาตและติดตั้งในเขตพื้นที่ติดตั้ง จำนวน 5 จังหวัด จังหวัดละ 5 ชุมชน จำนวน 25 ป้าย	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
10.5	ทำเรื่องขออนุมัติหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และขออนุญาตติดตั้งตามจุดต่างๆ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
10.6	ดำเนินการผลิตตามกระบวนการ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
10.7	ตรวจสอบคุณภาพงานพร้อม ส่งงานติดตั้งตามจุดต่างๆ และทำการเก็บภาพเพื่อส่งสรุปงาน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
11	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของหนังสือ จำนวน 6 เรื่อง									
11.1	จัดหาทีมงานที่เป็นมืออาชีพทุกด้าน เช่น ช่างภาพ ผู้กำกับ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการถ่ายทำ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
11.2	สำรวจพื้นที่และลงพื้นที่ถ่ายทำเก็บภาพตามขอตต่างๆ โดยมีทีมงานลงพื้นที่ ร่วมกับทีมงาน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
11.3	จัดเตรียมเนื้อหาในการถ่ายทำ พร้อมส่งขออนุมัติ	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
11.4	ลงพื้นที่จริงพร้อมนักแสดงเพื่อถ่ายทำตามโลเคชั่นที่กำหนดตามเนื้อเรื่อง	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
11.5	ตัดต่อเรียบเรียงเรื่องราวต่างๆ รอบแรก พร้อมส่งเสนอ	อยู่ในขั้นตอนการจัดเตรียม								
11.6	ตัดต่อรอบสุดท้าย เพื่อจัดส่งต้นฉบับในรูปแบบ CD พร้อมสกรีนปก และ บรรจุใส่กล่องพลาสติก (1แผ่นต่อ 1กล่อง) โดยจัดชุดบรรจุกล่อง (box set)	อยู่ในขั้นตอนการจัดเตรียม								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
11.7	แปลงไฟล์หนังสือเพื่อสามารถนำไปเผยแพร่สื่อท้องถิ่นต่างๆ เช่น ทีที เคเบิลทีวี, เอ็มเอสเอส เคเบิลทีวี, พิชญ โลก สอทนิวส์ เป็นต้น โดยเผยแพร่วันละ 3 ครั้ง ในช่วงเวลาระหว่าง 9.30-17.00 น. และ ระดับประเทศ เช่น ทางสถานีวิทยุ ททบ.5	อยู่ในขั้นตอนการจัดเตรียม								
11.8	อัดเป็นไฟล์วีดีโอเพื่อส่งมอบสรุปรงานหลังจากออนแอร์	อยู่ในขั้นตอนการจัดเตรียม								
12	จัดกิจกรรมนำร่องการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ให้เส้นทางครอบคลุม ทั้ง 5 จังหวัด									
12.1	ออกแบบกิจกรรมนำร่องจำนวน 3 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมได้แก่ สื่อมวลชน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ ผู้สนับสนุนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำนวน ไม่น้อยกว่า 20 คน ต่อครั้ง ระยะเวลาการจัดครั้งละ 2 วัน 1 คืน	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
12.2	จัดเตรียมสถานที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม จำนวนอย่างน้อย 3 เส้นทาง และต้องเชื่อมโยงชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
12.3	จัดให้มีแถลงข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม จำนวน 1 ครั้ง สื่อมวลชนท้องถิ่น 15 ราย และระดับประเทศ 20 ราย	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
12.4	ส่งเสนอกิจกรรมต่างๆ โดยออกแบบภาพรวม คอนเซ็ปต์ของงาน รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยว	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
12.5	เชิญสื่อมวลชนโดยครอบคลุมทั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ โทรศัพท์ วิทยุ นิตยสาร โดยมีสื่อมวลชน ไม่น้อยกว่า 15 ราย และสื่อต้องเข้าร่วมกิจกรรมนำร่องท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเผยแพร่ต่อกลุ่มเป้าหมาย	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
12.6	จัดเตรียมรถรับส่งหรือพาหนะอื่นๆ (ตัวอย่างเช่น รถตู้ มินิบัส ล่องแพ ให้เหมาะสมและอำนวยความสะดวกอย่างดี) รวมถึงอาหารและเครื่องดื่ม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมรองรับสื่อมวลชนสำหรับผู้เข้าร่วมสำรวจเส้นทาง จำนวน ไม่น้อยกว่า 20 คน และรองรับสื่อมวลชนที่เข้าร่วมด้วย	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
12.7	จัดให้มีการทำประกันอุบัติเหตุสำหรับผู้เข้าร่วมสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ทุนประกันต้องไม่น้อยกว่า 100,000 บาท	ดำเนินการแล้วเสร็จ								
12.8	สรุปงานพร้อมประเมินผลกิจกรรมเพื่อเสนอทางคณะกรรมการและนำข้อมูลเพื่อมาปรับปรุงแก้ไขในครั้งต่อไป	ดำเนินการแล้วเสร็จ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
13	นำสื่อต่างๆ จัดทำแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์									
13.1	เสนอชื่อเว็บไซต์ เพื่อจดโดเมน	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.2	จัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของระบบเว็บไซต์ และนโยบายจากผู้บริหาร	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.3	วางโครงเว็บไซต์ เพื่อระบุถึงการทำงานและผลลัพธ์ต่างๆ ที่จะได้จากเว็บไซต์	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.4	ส่งเสนอเพื่อประชุมข้อดี ข้อเสีย และพร้อมดำเนินการปรับปรุงต่อไป	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
13.5	ออกแบบและจัดทำต้นแบบของเว็บไซต์ โดยการออกแบบต้องสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดี และสามารถอธิบาย ความหมายขององค์ประกอบศิลป์ได้ตามหลักวิชาการเกี่ยวกับการออกแบบ	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.6	ทดลองระบบการทำงานต่างๆ ของเว็บไซต์ได้ เพื่ออัปเดตข้อมูลทั้งหมดขึ้นออนไลน์	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.7	จัดอบรมการบริหารเว็บไซต์สอนการใช้งานให้กับเจ้าหน้าที่ในการบริหาร ดังนี้ 1 ผู้ดูแลระบบ เช่น การตั้งค่าความปลอดภัยของเว็บไซต์ หรือการสร้างผู้ใช้ใหม่ 2 ผู้บริหารจัดการเว็บไซต์ เช่น การอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ การแก้ไขรูปภาพ	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
13.8	ทำคู่มือสำหรับเว็บไซต์ เพื่อให้สามารถปรับปรุงแก้ไขข้อมูลได้สะดวก	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.9	จัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของแอปพลิเคชันจากผู้บริหาร	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.10	พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบปฏิบัติการ Android และ iOS	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.11	ติดต่อประสานงานกับผู้ให้บริการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์อย่างเป็นทางการ เพื่อดำเนินการติดตั้งแอปพลิเคชันให้ผู้ให้บริการทั่วไปสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้จากผู้ให้บริการ ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์เหล่านั้น	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								

ลำดับที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1	จัดอบรมเพื่อเป็นวิทยากรกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย โดยใช้หลักสูตรของกรมการท่องเที่ยว									
13.12	ผู้รับจ้างต้องปรับปรุงให้สามารถรองรับระบบปฏิบัติการที่ทันสมัยขึ้นได้ ตลอดระยะเวลารับประกัน	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.13	ออกแบบและจัดทำต้นแบบของแอปพลิเคชัน โดยการออกแบบต้องสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดี และสามารถอธิบายความหมายขององค์ประกอบศิลป์ได้ตามหลักวิชาการเกี่ยวกับการออกแบบ	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.14	ทดลองระบบการทำงานต่างๆ ของแอปพลิเคชัน	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.15	อัปเดตเพื่อส่งเรื่องให้ แอปสโตร์และ เพลย์สโตร์ อนุมัติ	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.16	จัดทำคู่มือต่าง ๆ ในการทำงานของแอปพลิเคชัน	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.17	ดูแลระบบการแก้ไขปัญหาต่างๆ	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								
13.18	ส่งสรุปงานทั้งในส่วน of เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เพื่อประเมินผลต่อไป	อยู่ในระหว่างดำเนินการ								