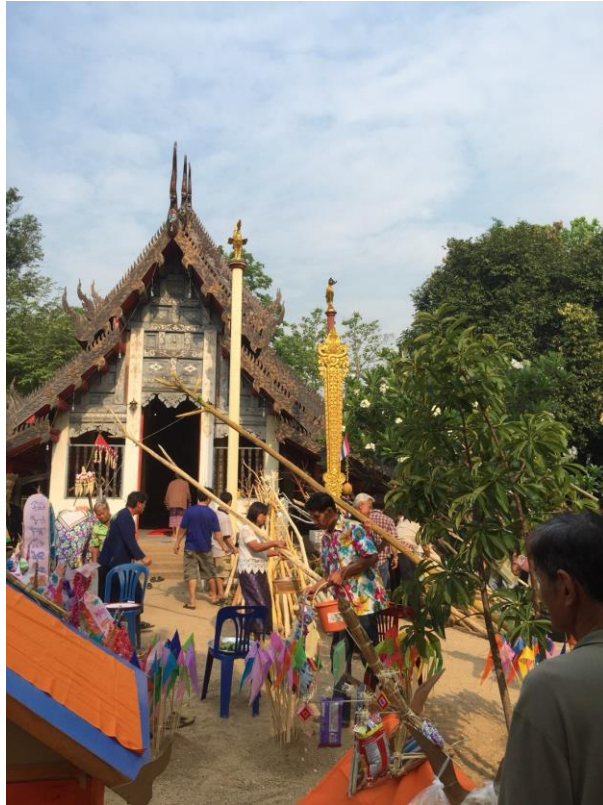


แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลเสริมชัย

พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕



งานพัฒนาการศึกษา เทศบาลตำบลเสริมชัย

๒ ตุลาคม ๒๕๖๑

สารบัญ

ส่วนที่

๑ บทนำ

๒ สถานการณ์และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

๓ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของการท่องเที่ยวภายในตำบลเสริมซ้าย

๔ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

วิสัยทัศน์

เป้าประสงค์

เป้าหมาย

พันธกิจ

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐและประชาชน

และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

๕ กลไกการขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ในแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลตำบลเสริมซ้าย

พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ไปสู่การปฏิบัติ สรุปภาพรวมการจัดทำ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลเสริมซ้าย พ.ศ.

๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

ส่วนที่ ๑ บทนำ

เมื่อสมัยโบราณเมืองเสริมแห่งนี้ได้มีชนชาติหนึ่งอาศัยเรียกว่า “ลัวะ” ได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ในเมืองเสริมแห่งนี้มาก่อน มีจำนวนประชากรไม่มากนัก แต่บางกระแสนักกล่าวหาว่าความจริงในเมืองเสริมแห่งนี้ได้มีพวกชาวยองหรือชาวลื้อได้ตั้งถิ่นฐานในดินแดนแห่งนี้มาก่อน (จึงไม่ทราบแน่ชัดว่าคนทั้งสองกลุ่มนี้ใครอยู่ก่อนกันแน่) ต่อมาได้มี “คนไต” หรือ “คนไทย” ได้อพยพมาจากแคว้นหนองแส ได้แก่ เมืองยู เมืองยอง ตอนใต้ของประเทศ จีน ซึ่งถูกพวกจีนรุกราน ได้อพยพลอยร่นมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในเขตเมืองเสริมแห่งนี้เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ จนกลืนผู้อาศัยอยู่ก่อน คือพวกชนชาติลัวะ และชาวยองหายสาบสูญไปในที่สุด เมื่อมีพลเมืองเพิ่มมากขึ้น จึงได้เกิดมีผู้นำ เป็นเจ้าพระยาปกครองเมือง เมื่อมี เจ้าเมืองปกครองแล้วจึงได้ช่วยกันสร้างเมืองเล็กๆ ขึ้นเมืองหนึ่ง เรียกว่า “เมืองเสริม” ตามสภาพแวดล้อมของภูมิประเทศที่ตั้งอยู่บนแม่น้ำแม่เสริมนั่นเอง พระยาเจ้าเมืองท่านแรกชื่อเสียอย่างไรไม่ปรากฏ ต่อมาบ้านเมืองได้เกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองเกิดขึ้นส่วนกลาง กรุงเทพมหานคร ได้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงการปกครองขึ้นใหม่ ส่วนกลางเป็นกระทรวง กรม กอง ส่วนท้องถิ่นเป็นมณฑล เป็นเมือง เป็นอำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน ออกเป็นสัดส่วนเหมาะสม เพื่อสะดวกต่อการปกครองบ้านเมืองยิ่งขึ้น เมืองเสริมซึ่งเป็นเมืองขนาดเล็ก ทางราชการเห็นควรที่จะจัดตั้งเป็นตำบลตามพระราชบัญญัติการปกครองใหม่โดยส่งเจ้าหน้าที่ระดับเมืองนครลำปาง กับเจ้าหน้าที่อำเภอเกาะคาสมัยนั้นออกมาสำรวจแบ่งเขตพื้นที่เมืองเสริมเป็นตำบล ครั้งหนึ่งคณะเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัด ระดับอำเภอเกาะคา ได้ออกเดินทางมาพักค้างแรมอยู่ที่วัด ทุ่งงามหลวง เพื่อสำรวจอาณาเขตเมืองเสริมและจัดแบ่งตำบล ณ วัดทุ่งงามหลวง หลังจากคณะได้ออกสำรวจพื้นที่แล้ว ได้กลับมาปรึกษากันและได้สรุปว่า ในเมืองเสริมแห่งนี้มีแม่น้ำสายเล็ก ๆ ๔ สาย ไหลผ่านพื้นที่ ได้แก่ น้ำแม่เสียม น้ำแม่เสริม น้ำแม่ลา และน้ำแม่ดำ ไหลมาบรรจบกันที่เขตบ้านทุ่งงามติดกับหมู่บ้านใกล้เคียง เช่น น้ำแม่เสริมมาบรรจบกับน้ำแม่ดำ ตรงเขตบ้านสบเสริมกับบ้านทุ่งงามหลวง และมาบรรจบน้ำแม่เสียม ณ เขตบ้านทุ่งงามพัฒนา กับบ้านนาบอน เราเรียกตรงนั้นว่าสบเสียม และได้ไหลไปผ่านบ้านแม่ดำให้ไหลไปบรรจบกับน้ำแม่วังที่บ้านสบดำ ตำบลนาแสง อำเภอเกาะคา ในขณะนี้เราเรียกน้ำแม่ดำตลอดสาย แม่น้ำ ๔ สาย ในเขตเมืองเสริมจะมีน้ำแม่เสริมอยู่ตรงกลาง ตามปกติในการแบ่งเขตการปกครองท้องที่จึงได้อาศัยน้ำแม่เสริมเป็นหลักในการจัดตั้งแบ่งเขตตำบล ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๑๓ ทางกรมมีความประสงค์ให้อำเภอต่างๆ ที่มีท้องที่กว้างขวางและมีเขตตำบลอยู่ห่างไกลจากที่ตั้งของอำเภอ หาทางขยายขยายตั้งเป็นกิ่งอำเภอ ประกอบกับเมืองเสริมมีอัตราการเพิ่มของประชากรมากขึ้น รายได้ของประชาชนเพิ่มมากขึ้น เพื่อความสะดวกในการปกครอง จึงเห็นสมควรให้จัดตั้งเป็นกิ่งอำเภอใหม่ได้ ดังนั้นทางคณะข้าราชการอำเภอเกาะคา จึงได้นำคณะกรรมการอำเภอออกประชุม กำหนด ผู้ใหญ่บ้าน ข้าราชการครูในพื้นที่ ณ ตำบลทุ่งงาม และได้แจ้งวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกิ่งอำเภอขึ้นที่เมืองเสริมแห่งนี้ สร้างความปิติยินดีเป็นอย่างมากให้กับสมาชิกที่เข้าร่วมประชุมในวันนั้นแล้วให้มีการกำหนดชื่อกิ่งอำเภอ โดยสมาชิกในที่ประชุมได้เสนอชื่อกิ่งอำเภอเพื่อร่วมกันพิจารณาคัดเลือกหลายชื่อ ในที่ประชุมแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระในที่สุดก็ได้ข้อสรุปว่าให้นำเอาคำว่า “เสริม” ซึ่งเป็นคำนำหน้าชื่อตำบลเสริมซ้าย และ ตำบลเสริมขวา มารวมกันกับคำว่า “งาม” ที่เป็นคำลงท้ายของตำบลทุ่งงาม เป็นชื่อ “กิ่งอำเภอเสริมงาม” เมื่อได้ชื่อกิ่งอำเภอแล้ว ก็ได้พิจารณาเลือกสถานที่ตั้งกิ่งอำเภอ ต่อเนื่องกันในวันนั้นเลยได้มีผู้เสนอสถานที่ที่จะตั้งกิ่งหลายแห่งด้วยกัน ในที่สุดมีมติที่ประชุมออกมา ให้เลือกเอาสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางของพื้นที่สามตำบลเป็นสถานที่ตั้งที่ว่าการอำเภอเสริมงาม ก็คือที่ตั้งที่ว่าการอำเภอเสริมงามตั้งอยู่ปัจจุบันนั่นเอง ต่อมาได้จัดตั้งเป็นกิ่งอำเภอเสริมงาม อำเภอเกาะคา เมื่อวันที่ ๑๘ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ และได้ยกฐานะจากกิ่งอำเภอเสริมงามเป็นอำเภอเสริมงามเมื่อวันที่ ๒๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘^[๑]

ที่ตั้งและอาณาเขต

อำเภอเสริมงามตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอแม่ทา (จังหวัดลำพูน) และอำเภอห้างฉัตร
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอห้างฉัตรและอำเภอเกาะคา
- ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอสบปราบ อำเภอเถิน และอำเภอทุ่งหัวช้าง (จังหวัดลำพูน)
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอทุ่งหัวช้าง (จังหวัดลำพูน)

ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาประมาณ ร้อยละ ๕๐ พื้นที่ดินดอนประมาณ ร้อยละ ๒๐ พื้นที่ภูเขาและที่ดินดังกล่าวส่วนใหญ่ ตั้งอยู่บริเวณทางทิศตะวันตกของอำเภอในเขตตำบลเสริมขวา และบริเวณตอนกลางค่อนไปทางทิศใต้ของอำเภอ มีกลุ่มดินชั้นประมาณร้อยละ ๒๓ ในพื้นที่ทางทิศตะวันออกและบริเวณตอนกลางของอำเภอ มีกลุ่มดินนา ประมาณร้อยละ ๗ การคมนาคม อำเภอเสริมงามสามารถติดต่อระหว่างจังหวัด อำเภอ โดยอาศัยทางหลวง หมายเลข ๑๒๗๔ สายเกาะคา-ถ้ำ

การปกครองส่วนภูมิภาค

อำเภอเสริมงามแบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น ๔ ตำบล ๔๒ หมู่บ้าน ได้แก่

ที่	ชื่อตำบล	ตัวเมือง	อักษรโรมัน	จำนวนหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน	จำนวนประชากร ^[๒]
๑.	ทุ่งงาม	๕๑๑๑	Thung Ngam	๑๑ หมู่บ้านประกอบด้วย ๑. บ้านแม่กืด ๒. บ้านนาบอน ๓. บ้านทุ่งงาม ๔. บ้านมั่ว ๕. บ้านสาแล ๖. บ้านดอนแก้ว ๗. บ้านใหม่ ๘. บ้านดอนงาม ๙. บ้านห้วยส้ม ๑๐. บ้านแม่ตำใต้ ๑๑. บ้านทุ่งงามพัฒนา	๒,๕๙๖	๘,๒๑๑
๒.	เสริมขวา	๕๑๑๒	Soem Khwa	๑๒ หมู่บ้าน ประกอบด้วย ๑. บ้านปงหลวง ๒. บ้านปงแพ่ง ๓. บ้านปงป่าปอ ๔. บ้านทุ่งไผ่ ๕. บ้านแม่ผึ้ง ๖. บ้านแม่เสียงพัฒนา ๗. บ้านแม่เสียง ๘. บ้านปงหัวทุ่ง ๙. บ้านปงแล้ง ๑๐. บ้านแม่ห้อม ๑๑. บ้านปงประดู่ ๑๒. บ้านห้วยหลวง	๒,๒๕๗	๗,๓๔๔
๓.	เสริมซ้าย	๕๑๑๓	Soem Sai	๑๐ หมู่บ้าน ประกอบด้วย ๑. บ้านแม่ตำ ๒. บ้านสบแม่ท่า ๓. บ้านนาจะลา ๔. บ้านนาไผ่ ๕. บ้านท่าโป่ง ๖. บ้านนาเดา ๗. บ้านน้ำหลง ๘. บ้านนาสันติสุข ๙. บ้านดงหนองจอก ๑๐. บ้านนางอย	๒,๕๒๗	๘,๓๔๗
๔.	เสริมกลาง	๕๑๑๔	Soem Klang	๙ หมู่บ้าน ประกอบด้วย ๑. บ้านโป่งน้ำร้อน ๒. บ้านกิวห้วยเบิก ๓. บ้านสันโป่ง ๔. บ้านเหล่ายาว ๕. บ้านศรีลังกา ๖. บ้านฮ่องฮี ๗. บ้านนาเอียง ๘. บ้านทุ่งตำ ๙. บ้านสบเสริม	๒,๓๓๘	๘,๓๖๖

ประวัติความเป็นมาของตำบลเสริมชัย

ตำบลเสริมชัย เป็นตำบลหนึ่งในเขตปกครองของอำเภอเสริมงามโดยได้ยกฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๐ ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งเป็นครั้งที่ ๓ ให้มีผลตั้งแต่วันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๐ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๑๓ ตอนพิเศษ ๕๒๐ ลงวันที่ ๒๕ ธันวาคม ๒๕๓๙ โดยมีอำนาจเป็นนิติบุคคล ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. ๒๕๓๗ และแก้ไขเพิ่มเติมจนถึงฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๔๖ ปัจจุบันได้รับการยกฐานะจากองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นเทศบาลตำบลตามประกาศกระทรวงมหาดไทยเมื่อวันที่ ๒๗ ตุลาคม ๒๕๕๒ เรื่องการจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นเทศบาลตำบล ซึ่งมีอำนาจเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ.๒๕๔๖ แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ ๑๓

ลักษณะที่ตั้งและอาณาเขต

ลักษณะที่ตั้งเทศบาลตำบลเสริมชัย ปัจจุบันตั้งอยู่เลขที่ ๑๔๗ หมู่ที่ ๘ บ้านนาสันติสุข อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ใช้อาคารสำนักงานหลังใหม่ ซึ่งก่อสร้างเสร็จในปี พ.ศ.๒๕๕๒ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอไปทางทิศใต้ ประมาณ ๙.๐๐ กิโลเมตร มีพื้นที่ดูแลประมาณ ๒๐๔.๐๕๗ ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ ๑๒๗,๕๓๕.๖๒๕ ไร่ คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๓๐ ของพื้นที่ทั้งอำเภอ (พื้นที่ทั้งอำเภอ ๖๓๑.๗๒๗ ตารางกิโลเมตร) มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ

ติดต่อบริเวณพื้นที่ตำบลเสริมกลาง และตำบลทุ่งงาม อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง โดยมีแนวเขตเริ่มต้นจากสันดอยแม่บา บริเวณพิกัด N V ๐๘๒๕๖๐ ไปทางทิศตะวันออก ตามสันดอยแม่ลา และตามจุดกึ่งกลางห้วยแม่ลาน้อย ถึงจุดกึ่งกลางห้วยแม่ลาน้อย บริเวณพิกัด N V ๑๓๘๘๕๔ ไปตามแนวสันเขา จนถึงห้วยลูงป็น บริเวณพิกัด NV ๑๖๕๕๕๑ ไปตามจุดกึ่งกลางห้วยลูงป็น จนถึงบริเวณ N V ๑๙๘๐๙๓๔ ไปตามแนวป่าละเมาะ และทุ่งนา (ตามหลักเขตไม้แก่น) ถึงจุดกึ่งกลางน้ำแม่ต้า บริเวณพิกัด N V ๒๓๘๘๓๐ ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ตามจุดกึ่งกลางน้ำแม่ต้า ถึงบริเวณห้วยเตื่อไหลมาบรรจบน้ำแม่ต้า บริเวณพิกัด NV ๒๓๘๔๒๖ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตามจุดกึ่งกลางห้วยเตื่อ จนถึงจุดกึ่งกลางห้วยเตื่อ (จุดกึ่งกลางสะพานข้ามห้วย) บริเวณพิกัด N V ๒๓๘๕๓๗ ไปตามจุดกึ่งกลางถนน จนถึงกึ่งกลางทางหลวงหมายเลข ๑๒๗๔ (สายเกาะคา - ลี้) บริเวณสามแยกทางเข้าบ้านน้ำหลง บริเวณพิกัด N V ๒๔๒๙๓๐ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ตามป่าละเมาะ และทุ่งนา (หลักเขตไม้แก่น) จนถึงจุดกึ่งกลางห้วยกู่ บริเวณพิกัด NV ๒๒๗๗๗๓ รวมระยะทางด้านทิศเหนือประมาณ ๒๖ กิโลเมตร

ทิศตะวันออก

ติดต่อบริเวณพื้นที่อำเภอเกาะคา และตำบลนาช่าง อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง โดยมีแนวเขตเริ่มต้นจากสันดอยม่อนขวางเมือง บริเวณพิกัด N V ๓๐๖๙๐๑ ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ตามแนวสันเขาตอยม่อนขวางเมือง ผ่านสันดอยม่อนขมื่น บริเวณพิกัด N V ๒๙๓๘๘๑ ตามสันเขา ถึงสันเขาห้วยแม่ปราบ บริเวณพิกัด NV๒๑๔๘๕๐ ไปทางทิศใต้ ตามแนวสันเขาตอยโจง สิ้นสุดที่สันเขาตอยโจง บริเวณพิกัด NV ๒๒๗๗๗๓ รวมระยะทางด้านทิศตะวันออกประมาณ ๒๑.๕๐กิโลเมตร

ทิศใต้

ติดต่อตำบลแม่ถอด อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง และตำบลบ้านปวง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน โดยมีแนวเขตเริ่มต้นจากสันเขาตอยจง บริเวณพิกัด N V ๒๒๗๗๗๓ ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ตามแนวสันเขา ถึงสันเขาตอยแม่อวม บริเวณ พิกัด N V ๑๕๗๗๔๕ ไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ตามแนวสันเขา ผ่านสันดอยขุนแม่บอน บริเวณพิกัด N V ๑๖๒๗๘๓ สิ้นสุดที่สันเขาตอยเขียว บริเวณพิกัด N V ๑๑๖๘๐๒ รวมระยะทางด้านทิศใต้ประมาณ ๑๗.๒๕ กิโลเมตร

ทิศตะวันตก

ติดต่อตำบลบ้านปวง และตำบลทุ่งหัวช้าง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน โดยมีแนวเขตเริ่มต้นจากสันเขาตอยเขียว บริเวณพิกัด N V ๑๑๖๘๐๒ ไปทางทิศเหนือ ตามแนวสันเขา ผ่านสันดอยเฮียน บริเวณพิกัด NV ๑๐๓๘๕๗ ผ่านสันดอยแม่เตียง บริเวณพิกัด N V ๑๐๔๘๙๒ สิ้นสุดที่สันเขาตอยแม่ลาบริเวณพิกัด N V ๐๘๒๙๖๐ รวมระยะทางด้านทิศตะวันตกประมาณ ๑๙ กิโลเมตร

เนื้อที่

เทศบาลตำบลเสริมซ้าย มีเขตการปกครองและรับผิดชอบทั้งหมด ๑๐ หมู่บ้าน (เต็ม)พื้นที่ ๙ หมู่บ้าน ไม่เต็มพื้นที่ ๑ หมู่บ้าน) มีพื้นที่ทั้งหมดโดยประมาณ ๑๒๗,๕๓๕.๖๒๕ ไร่ ประมาณ ๒๐๔.๐๕๗ ตารางกิโลเมตร

สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศและลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเนินเขาและภูเขาสูงจึงทำให้มีที่ราบสำหรับ ทำการเกษตรกรรมน้อย ประมาณ ๒๐% ของพื้นที่ทั้งหมดโดยพื้นที่ดังกล่าวเป็นที่ราบลาดเอียง สภาพดินเป็นดินลูกรังร่วนปนทราย

แหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญในพื้นที่ เช่น ห้วยแม่ลา ห้วยแม่ตำ ห้วยแม่ยอน ห้วยช้างหัก เป็นต้น ซึ่งแหล่งน้ำเหล่านี้ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในด้านเกษตรกรรมได้แต่ไม่เพียงพอตลอดปี เพราะในฤดูแล้งจะประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำและสภาพน้ำตื้นเขิน

สภาพภูมิอากาศ

ตำบลเสริมซ้าย มีลักษณะภูมิอากาศ ๓ ช่วงฤดูกาล ดังนี้

๑. ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ช่วงปลายเดือนตุลาคม – มกราคม ลักษณะอากาศ มีฝนตกชุกในช่วงแรกและมีอากาศหนาวเย็น อุณหภูมิเฉลี่ย ๑๕ – ๒๐ องศาเซลเซียส

๒. ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่ช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ – พฤษภาคม ลักษณะอากาศ ค่อนข้างร้อนอบอ้าวและบางครั้งมีพายุฝนตกหนัก อุณหภูมิที่สูงนี้จะอยู่ที่ช่วงประมาณ ๓๕ – ๔๒ องศาเซลเซียส

๓. ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่ช่วงปลายเดือนมิถุนายน – ตุลาคม ลักษณะอากาศ มีฝนตกชุกตลอดในช่วงฤดูฝนและตกชุกมากช่วงปลายเดือนตุลาคม มีอากาศเย็นสบาย –หนาวเย็นมาก อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ ๒๒ – ๓๕ องศาเซลเซียส

เขตการปกครอง

จำนวนหมู่บ้านในเขตเทศบาลตำบลเสริมชัย มีจำนวน ๑๐ หมู่บ้าน ได้แก่

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน	ชาย	หญิง	รวมประชากร
๑	บ้านแม่ต๋า	๒๐๗	๓๕๗	๓๑๖	๖๗๓
๒	บ้านสบแม่ท่า	๑๘๕	๓๐๖	๓๐๒	๖๐๘
๓	บ้านนาจะลา	๓๙๖	๖๖๑	๖๘๙	๑,๓๕๐
๔	บ้านนาไผ่	๓๖๕	๕๖๓	๖๑๓	๑,๑๗๖
๕	บ้านท่าโป่ง	๒๓๖	๓๗๑	๓๔๘	๗๑๙
๖	บ้านนาเดา	๔๒๗	๖๒๒	๕๙๙	๑,๒๒๑
๗	บ้านน้ำหลง	๒๓๖	๒๒๗	๒๖๒	๔๘๙
๘	บ้านนาสันติสุข	๑๗๗	๓๕๐	๓๔๕	๖๙๕
๙	บ้านดงหนองจอก	๒๐๐	๓๙๒	๓๗๐	๗๖๒
๑๐	บ้านนางอย	๑๔๙	๒๓๔	๒๔๑	๔๗๕
	รวม	๒,๕๗๘	๔,๐๘๓	๔,๐๘๕	๘,๑๖๘

ข้อมูลทะเบียนราษฎร์ อำเภอเสริมงาม

มีความหนาแน่นเฉลี่ย ๔๑ คน/ตารางกิโลเมตร

ประชากรส่วนใหญ่มีเชื้อชาติไทย นับถือศาสนาพุทธ

จำนวนหมู่บ้านในเขตเทศบาลตำบล **รวมทั้งหมด ๑๐** หมู่บ้าน ได้แก่

- หมู่ที่ ๑ บ้านแม่ต๋า
- หมู่ที่ ๒ บ้านสบแม่ท่า
- หมู่ที่ ๓ บ้านนาจะลา
- หมู่ที่ ๔ บ้านนาไผ่
- หมู่ที่ ๕ บ้านท่าโป่ง
- หมู่ที่ ๖ บ้านนาเดา
- หมู่ที่ ๗ บ้านน้ำหลง (มีการปกครอง ของเทศบาลตำบลเสริมชัย และ เทศบาลตำบลเสริมงาม)
- หมู่ที่ ๘ บ้านนาสันติสุข
- หมู่ที่ ๙ บ้านดงหนองจอก
- หมู่ที่ ๑๐ บ้านนางอย

หมายเหตุ

๑. หมู่ที่ ๗ มีพื้นที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลเสริมงาม
๒. หมู่ที่ ๑ มีพื้นที่อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติทั้งหมดบ้าน คือ ป่าสงวนแห่งชาติแม่เสริม และเป็นที่ตั้งของ ศูนย์ศิลปาชีพแม่ต๋ำ โครงการพระราชดำรินในสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ
๓. หมู่ที่ ๒ - ๗ มีพื้นที่อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติบางส่วน คือ ป่าสงวนแห่งชาติแม่เสริม

แนวโน้มการท่องเที่ยวโลก

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก แนวโน้มนักท่องเที่ยวโลก มองหาประสบการณ์ใหม่ สร้างความประทับใจ แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปี ๒๐๓๐ บริษัท อมาเดอุส และฟรอสต์แอนด์ซัลลิแวน จำกัด (Amadeus and Frost & Sullivan) จัดทำรายงานผลการศึกษา ‘Future Traveller Tribes ๒๐๓๐: Building a More Rewarding Journey’ เพื่อนำเสนอลักษณะของนักท่องเที่ยวในปี ๒๐๓๐ ได้แบ่งนักท่องเที่ยว ออกเป็น ๖ กลุ่ม ได้แก่

๑. Obligation Meter’s เป็นกลุ่มที่เดินทางเพื่อ ดำเนินกิจกรรมที่จำเป็น เช่น นักท่องเที่ยวทางธุรกิจ
๒. Simplicity Searchers เป็นกลุ่มที่ต้องการความสะดวกจากแหล่งข้อมูล
๓. Ethical Travelers เป็นกลุ่มที่นำปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และ จริยธรรมวางแผนในการท่องเที่ยว
๔. Reward Hunters เป็นกลุ่ม ที่ให้รางวัลกับตัวเองจากการทำงาน
๕. Cultural Purists เป็นกลุ่ม ที่เดินทางค้นหาวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่แตกต่างจากสิ่งที่คุ้นเคย
๖. Social Capital Seekers เป็นกลุ่มที่นิยมแชร์ประสบการณ์ ท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับ

โดยทั้ง ๖ กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา และเทคโนโลยี เป็นสำคัญ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยว คาดหวังการได้รับข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว รวมทั้งการเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นที่ปรึกษาที่ดีแก่ นักท่องเที่ยวทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวสืบเนื่องจาก ราคา เทคโนโลยี และความสามารถในการเข้าใจลูกค้า โดยร้อยละ ๔๒ ของผู้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ชื่นชอบบริษัทที่พวกเขาู้สึกว่า ได้มีส่วนร่วม และรับฟังความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้เรื่องสินค้า การบริการ การสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้ารวมถึงด้านราคา การเข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่มีอยู่ตลอดเวลาของลูกค้า พฤติกรรมด้าน การท่องเที่ยวของลูกค้า การใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นเครื่องมือทางการตลาดเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง เพื่อประโยชน์ของธุรกิจ และ ของลูกค้าเช่นกัน ซึ่งในประเด็นนี้ Mr. Simon Er ผู้จัดการทั่วไป General Manage ของ Global Travel and Scenic Travel บริษัทนำเที่ยวยักษ์ใหญ่ในสิงคโปร์ กล่าวว่า “บริษัทนำเที่ยว ต้องนำเสนอบริการที่ออกแบบเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้กับลูกค้า และสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และน่าจดจำ”

ดังนั้น ลูกค้า มีความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่ดีที่สุดค่าโดยสาร เครื่องบินมีแนวโน้มจะปรับตัว เพิ่มขึ้น ช่วงกลางปี ๒๐๑๗ สายการบิน Delta สายการบิน American และ สายการบิน United มีแนวทางร่วมกันขึ้นค่าโดยสารอย่างค่อยเป็น ค่อยไปเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้า รายงาน ของ IATA Airlines Financial Monitor ฉบับเดือนเมษายน ๒๐๑๖ ได้สรุปข้อมูลด้านการบินที่สำคัญ คือ แม้ปัจจุบันราคาน้ำมัน จะปรับเพิ่มขึ้นแต่ยังคงคาดการณ์ว่า ราคาน้ำมันจะยังคงอยู่ที่ต่ำกว่า ๕๐ ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล จนถึงปี ๒๐๑๘ คาดการณ์ว่าราคาค่าโดยสารเครื่องบินจะลดลงประมาณ ๔% ตรงกันข้ามกับอัตราการแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ที่เพิ่มขึ้น ทั่วโลก และการขึ้นของราคาน้ำมันร้อยละ ๖๕ ตั้งแต่เดือน มกราคม ทำให้มีแนวโน้มในการขึ้นค่าโดยสารในอนาคต การเดินทางทั่วโลกยังมีจำนวนมากในไตรมาสที่ ๑ ไม่แตกต่าง จากไตรมาสแรกของปีที่แล้ว และมีอัตราการลดลงในช่วงแรก ของไตรมาสที่ ๒ การประชุม CAPA SUMMIT การประชุม CAPA (Centre for Aviation) Airlines in Transition ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจการบิน จากทั่วโลกได้หารือเกี่ยวกับอนาคต และแนวโน้มของการเดินทางของโลก ซึ่งส่งผลต่อการวางแผน การเดินทาง และการตัดสินใจดำเนินธุรกิจด้านการบิน Kevin Toland จาก Dublin Airport ได้กล่าวว่าในปี ๒๐๑๕ สนามบินมีผู้โดยสารถึง ๓.๓ ล้านคน นับได้ว่าเป็นสนามบินที่มีอัตราการเติบโตสูงในกลุ่ม ประเทศแถบยุโรป และมีเส้นทางเชื่อมโยงที่คล่องตัวหลายเส้นทาง เชื่อมต่อกับเมืองต่างๆ ในประเทศอังกฤษ และอเมริกาเหนือ Peter Harbison ตำแหน่ง Executive Chairman ของ CAPA

กล่าว ถึงการเติบโตทางธุรกิจการบินของประเทศอิหร่าน และสายการบิน ต้นทุนต่ำมีการสั่งซื้อเครื่องบินเกือบครึ่งหนึ่งของการ
สั่งทั้งหมด ในโลกปัจจุบันนี้ ทำให้สายการบินแบบ Full Service Carriers (FSCs) มุ่งเน้นการแข่งขันในด้านความสะดวกสบาย
และการปรับ เส้นทางการบินระยะสั้นใหม่ แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค ต่อธุรกิจการบินในอนาคต คือ การใช้เทคโนโลยี
สมัยใหม่เป็น ช่องทางการซื้อ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์มากกว่าตัวสินค้า ลอนดอนได้ตำแหน่งอันดับที่หนึ่งของ Global
Connectivity Ranking รายงาน Transport Focus Report ของ Romeo ของประเทศ ออสเตรเลีย ได้จัดลำดับประเทศที่
มีเครือข่ายการเชื่อมโยงทาง อากาศ (Global Connectivity Ranking) ๒๐ ประเทศแรกที่มีเที่ยวบิน ตรงระหว่างประเทศมาก
ที่สุด โดย กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ มีเส้นทางเชื่อมโยงที่มากที่สุดในโลก ซึ่งมีเที่ยวบินตรงระหว่าง ประเทศมากถึง ๓๕๑
เส้นทาง โดยข้อมูลจาก Global Connectivity Ranking เป็นข้อมูลสำคัญต่อ การคาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ซึ่งได้แก่ เมืองโตรอนโต (Toronto) เป็นเมืองที่มีเส้นทางเชื่อมโยงระหว่าง ประเทศมากที่สุดในทวีปอเมริกาเหนือมี ๑๕๔
เส้นทางการบิน เมืองนิวยอร์ก มีสนามบิน ๓ แห่ง เชื่อมโยงเส้นทางการบิน ระหว่างประเทศทั้งหมด ๑๓๗ เส้นทางส่วนใหญ่
เป็นเส้นทาง การบินภายในประเทศ เมืองนิวยอร์กจึงมีความสำคัญน้อยกว่า หลายประเทศในภูมิภาคยุโรป สำหรับประเทศ
อังกฤษ เมืองที่เป็นรองลอนดอน คือ เมือง แมนเชสเตอร์ซึ่งมีเที่ยวบินตรงระหว่างประเทศ ๑๖๒ เที่ยวบิน เมืองอิสตันบูล
ประเทศตุรกีมีอัตราการเพิ่มเที่ยวบินถึง ร้อยละ ๒๐ ซึ่งเป็นเส้นสูงสุดหมายถึงปลายทางใหม่ ๔๐ แห่ง อิสตันบูลจึงถือเป็นเมืองที่มี
เส้นทางเชื่อมโยงมากที่สุดในหมู่ ประเทศมุสลิม ซึ่งมีผลมาจากการขยายตัวของภาคธุรกิจ และ ชนชั้นกลางที่มีฐานะที่ดีขึ้น ทำ
ให้เกิดความต้องการในการ เชื่อมโยงเส้นทางหรือคู่ค้าใหม่ๆ เมืองเคียฟ ประเทศยูเครน เส้นทางเชื่อมโยงมีอัตราลดลงอย่าง
ต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี ๒๐๑๔ จากเดิม ๘๓ เส้นทาง เหลือเพียง ๖๐ เส้นทาง โดยเส้นทางที่ลดลงส่วนใหญ่ อยู่ในประเทศรัสเซีย
ผลจากความขัดแย้งของคาบสมุทรไครเมีย (Crimean Conflict) • ฮองกง เมืองที่มีเส้นทางเชื่อมโยงมากที่สุดในภูมิภาคเอเชีย
เชื่อมโยงสู่ ๑๔๗ เมือง รองลงมา ได้แก่ กรุงโซลมี ๑๔๑ เส้นทาง กรุงเทพฯ ๑๓๑ เส้นทาง และสิงคโปร์ ๑๒๙ เส้นทาง
ตามลำดับ จีน ประเทศที่น่าจับตามอง มีเที่ยวบินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี ๒๐๑๔ เป็นต้นมา เช่นปักกิ่งมีเส้นทาง
เพิ่มขึ้น ๒๒ เมือง เซี่ยงไฮ้เพิ่มขึ้น ๑๗ เมือง และกวางโจวเพิ่มขึ้น ๑๒ เมือง CLMVT Forum ๒๐๑๖ ครั้งแรกจัดโดยไทย จาก
การที่รัฐบาลไทยมุ่งยกระดับเศรษฐกิจในภูมิภาคและความ ร่วมมือทางการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว กับประเทศกลุ่ม
CLMVT กระทรวงพาณิชย์ จึงร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการ
ส่งเสริม การลงทุน จัดการประชุมและเสวนา “CLMVT Forum ๒๐๑๖” ขึ้นเป็นครั้งแรก (๑๖-๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๙) ภายใต้
แนวคิด Towards a Shared Prosperity หรือ ประสาน แบ่งปัน มั่งคั่ง ยั่งยืน มีผู้เข้าร่วม เกือบ ๑,๐๐๐ คน การประชุม
เสวนาครั้งนี้มุ่งเน้น ๔ ข้อหลัก ได้แก่

๑. Unleashing CLMVT: การปลดปล่อยศักยภาพ และเชื่อมโยง เครือข่าย
๒. Unlocking CLMVT: สร้างความเชื่อมโยงแบบ ไร้รอยต่อหรือปลดล็อกจากอุปสรรค
๓. Quality CLMVT: พัฒนา ศักยภาพของผู้ประกอบการ
๔. Digital CLMVT: สนับสนุน โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล

การประชุมครั้งนี้เพื่อสานต่อให้ Asean Connect เป็นรูปธรรม ซึ่ง ประเทศไทยเน้นเรื่องการเติบโตของการท่องเที่ยว
ใน Intra ASEAN แลกเปลี่ยนความเห็นในเรื่องการกระจายออกเป็น ๓ ส่วน เพื่อเพิ่มการเติบโตด้านท่องเที่ยว คือ

๑. เวลา คำนึงถึง low season (rainy season หรือ green season)
๒. สถานที่ ไปยังเมืองรอง เน้นภาคอีสาน

๓. คำนึงถึงการกระจายไปยังภาคส่วนอื่นๆ ในการ ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เช่น ภาคการเกษตร เป็นการ
แชร์ข้อมูลร่วมกันเพื่อการวางแผน และทำตลาดด้านการท่องเที่ยว นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวง
การท่องเที่ยว และกีฬา ได้เสวนาในหัวข้อ Seamless Travel in CLMVT และ ได้กล่าว คาดหวังจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่ม
ประเทศ CLMVT จะเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๕๐ ทั้งต้องการขยายเส้นทาง คมนาคม โดยเฉพาะสายการบินเพื่ออำนวยความสะดวก

ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะเส้นทางการบินไปยังเมืองรองของแต่ละประเทศเพื่อขยายการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และต้องการผลักดัน เส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ โดยเฉพาะลุ่มแม่น้ำโขง อ่าวไทย WTTC รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว WTTC (World Travel and Tourism Council) คาดว่าการเติบโต ของ GDP การเดินทางและการท่องเที่ยวโลกในปี ๒๐๑๖ ลดลง จากเดิมที่เคยคาดการณ์โดยเติบโตร้อยละ ๓.๓ และถึงแม้จะมีการ ปรับลดอัตราการเติบโต แต่การเดินทางและท่องเที่ยวจะยังคง เติบโตได้มากกว่าเศรษฐกิจโลก การเติบโตในปี ๒๐๑๖ ร้อยละ ๓.๓ เมื่อเทียบกับร้อยละ ๒.๘ ในปี ๒๐๑๕ ผลมาจากการเพิ่มขึ้นของเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ยังเติบโตแม้จะมีการลดลงของ GDP โลก และการลดลงของราคาน้ำมันในช่วงเวลาที่ผ่านมามีผลให้เกิดการเดินทางระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ราคาน้ำมันลดลงส่งเสริมให้เกิด ผลดีต่อการเดินทาง และการท่องเที่ยว การปรับลดราคาน้ำมัน ส่งผลให้เศรษฐกิจประเทศส่งออกน้ำมันลดลงจึงทำให้เกิดคำถาม ที่ว่า การปรับลดราคาน้ำมันส่งผลดีหรือไม่ต่อการท่องเที่ยว ที่เพิ่มขึ้นทั้งหมดโดยรวม การเดินทางและการท่องเที่ยวในปี ๒๐๑๖ คาดว่าจะเติบโตได้ เร็วขึ้นกว่าในปี ๒๐๑๕ การลงทุนการท่องเที่ยวเติบโตร้อยละ ๔.๗ ในปี ๒๐๑๖ ขณะที่การเดินทางและการท่องเที่ยวใช้จ่าย ภายในประเทศ และต่างประเทศคาดว่าจะเติบโตร้อยละ ๓.๓ และร้อยละ ๓.๐ ตามลำดับ ในปี ๒๐๑๖ การแข็งค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ส่งผลต่อ แนวโน้มการท่องเที่ยวของระบบเศรษฐกิจที่สกุลเงินผูกกับ ดอลลาร์สหรัฐฯ เช่น ประเทศฮ่องกง กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย และ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ GDP ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวในปี ๒๐๑๖ ลาตินอเมริกาหดตัวร้อยละ ๐.๕ เนื่องจากการหดตัวของ GDP ของบราซิล ที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในภูมิภาค หรือครึ่งหนึ่งของละตินอเมริกา ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของภูมิภาค แนวโน้มการท่องเที่ยวในปี ๒๐๑๖-๒๐๒๖ ใน ๑๐ ปีข้างหน้า คาดว่า GDP ภาคการท่องเที่ยวจะเติบโต โดยเฉลี่ยร้อยละ ๔.๐ ต่อปี ในปี ๒๐๒๖ การท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ทั้งหมด ๓๗๐ ล้าน ตำแหน่งงานทั่วโลก ซึ่งถือเป็น ๑ ใน ๙ ของ ตำแหน่งงานทั้งหมดในโลก ในปี ๒๐๒๖ เอเชียใต้จะมีการเติบโตของ GDP ภาคการท่องเที่ยว มากที่สุด ร้อยละ ๗.๑ โดยอินเดียเติบโตร้อยละ ๗.๕ จีนร้อยละ ๗.๐ ส่วนภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโตในช่วงร้อยละ ๔.๐-๖.๐ ได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ร้อยละ ๕.๘ เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ ๕.๖ แอฟริการ้อยละ ๔.๒ ตะวันออกกลางร้อยละ ๔.๙ และ แอฟริกาเหนือร้อยละ ๔.๒ ในขณะที่ภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโต ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลก (ร้อยละ ๔.๐) คือ ลาตินอเมริการ้อยละ ๓.๗ อเมริกาเหนือร้อยละ ๓.๕ แคริบเบียนร้อยละ ๓.๔ และยุโรป ร้อยละ ๒.๘ ประเทศจีนจะมีการลงทุนทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่าสหรัฐอเมริกาแต่คาดการณ์ว่า GDP การท่องเที่ยวของ สหรัฐอเมริกาจะเติบโตมากกว่า ประเทศอินเดีย ในปี ๒๐๒๖ จะอยู่ใน ๑๐ อันดับประเทศด้านการ ท่องเที่ยว รวมถึงเมียนมา นามิเบีย แทนซาเนีย ยูกันดา เวียดนาม และแซมเบีย ประเทศไทย ในปี ๒๐๒๖ จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ ๒ ของโลก สูงกว่าประเทศจีน และสเปน ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และอังกฤษ เป็นประเทศ ที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงสุด ๔ อันดับแรกในปี ๒๐๒๖ Brexit จะไม่ส่งผลกระทบต่อภาค การท่องเที่ยว จากการที่เสียงส่วนใหญ่ของสหราชอาณาจักรลงมติออกจาก สหภาพยุโรป (Brexit) ส่งผลต่อตลาดเงินของอังกฤษ ค่าเงินปอนด์ อ่อนค่าลงทันทีร้อยละ ๑๐ สำหรับผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว ดังนี้ ๑) การวิเคราะห์ของ Mike Olson นักวิจัยอาวุโส จาก Piper Jaffray คาดว่าภาคการท่องเที่ยวของสหภาพยุโรป และสหราชอาณาจักร จะไม่ได้รับผลกระทบ ในทันที เนื่องจากยังไม่มีสัญญาณที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวอังกฤษ สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยกว่า ๖๙,๐๐๐ ล้านบาท ในปี ๒๕๕๘ ซึ่ง สูงเป็นอันดับที่ ๓ คาดว่าในระยะแรก หรือ ๓ เดือน นับจากการลงประชามติจะยังไม่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวไทย เนื่องจาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้วางแผนการเดินทางล่วงหน้า นอกจากนี้ คุณเจริญ วังอนันท์ นายกสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว หรือ แอตต้า เชื่อว่า ต้องใช้เวลาติดตามผลกระทบอย่างน้อย ๖ เดือน ๒) การวิเคราะห์ของ Stephen Dunk กรรมการผู้จัดการภาคพื้น ยุโรปของทราเวลซู (Travel Zoo) เว็บไซต์ตัวแทนผู้ให้บริการด้าน การท่องเที่ยวรายใหญ่ของโลก คาดว่า ธุรกิจการบินใน สหราชอาณาจักรอาจได้รับผลกระทบทางตรงจากการไม่ได้รับ ประโยชน์จากความตกลงเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Skies Agreement) โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำ และผลกระทบทางอ้อมจาก อัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากการชำระค่าเชื้อเพลิงเป็นเงิน ดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับธุรกิจโรงแรม คาดว่าจะได้รับ

ผลกระทบจาก ค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันแรงงานในธุรกิจโรงแรม ส่วนใหญ่เป็นผู้อพยพจากสหภาพยุโรป และจากการสำรวจของ Travelzoo พบว่า สิ่งที่ชาวยุโรป และชาวสหราชอาณาจักร เป็นกังวลหลังการออกจากสหภาพยุโรป คือ ค่าใช้จ่ายค่าประกันภัย ด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น สำหรับประเทศไทย หากรัฐบาลอังกฤษดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจและสังคม คาดว่า จะไม่ส่งผล กระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงจะไม่มีผลกระทบ ใดๆ ต่อภาคการท่องเที่ยวของไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกกำลังก้าวสู่โมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนมากขึ้นแต่ก็ยังประสบกับความท้าทายและอุปสรรคต่างๆ ปัจจัยภายนอก เช่น ความกดดันที่เพิ่มขึ้นต่อภาคการท่องเที่ยวในการทำให้มันเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (greener) แต่ความต้องการของผู้บริโภคต่อ “Sustainable holidays” (การมีวันหยุดพักผ่อนที่ยั่งยืน) ค่อนข้างน้อย ขณะเดียวกันการล่องเรือสำราญกำลังเข้ามาสู่ความสนใจในแง่ของความยั่งยืน หลังจากที่เคยมุ่งเป้าไปที่เครื่องบิน รถยนต์ และ โรงแรม

ศาสตราจารย์เจฟฟรีย์ ลิปแมน ผู้ช่วยเลขาธิการองค์การการท่องเที่ยวโลกได้แสดงทัศนะต่อการเปลี่ยนแปลง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยสรุปคือ “Green Growth” หรือการเติบโตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นวิสัยทัศน์ใหม่สำหรับปี ๒๐๕๐ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เราต้องสร้างเสถียรภาพให้แก่อนุภูมิภาคเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะไม่รุนแรงเกินไป ซึ่ง มาตรการใหม่นี้รวมถึงการปรับเปลี่ยนการลงทุนทุกรูปแบบ ตลอดจนการผลิตและการบริโภคให้เป็นรูปแบบที่มีการปล่อย คาร์บอนต่ำ (Low carbon) เป็นองค์รวมเชิงสังคม เพื่อประโยชน์ของโลกและสิ่งที่มีชีวิตอยู่ในโลก ภาคการท่องเที่ยวจะมี บทบาทสำคัญในฐานะส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงนี้ โดยจะมีสัดส่วนเป็น ๕-๑๐% ของเศรษฐกิจโลกและการจ้างงานทั่วโลก โดยมีการเติบโตรวดเร็วกว่า GDP และเพิ่มขึ้นเป็น ๒ เท่า ในทุกทศวรรษ

การเดินทางท่องเที่ยวในอนาคตจะต้องอยู่บนพื้นฐานของ วิธีการเดินทางที่ยั่งยืน จุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน และวิถีชีวิตที่ยั่งยืน สินค้าทางการท่องเที่ยวทุกอย่างจะต้องมีความยั่งยืนและจะถูกควบคุมโดยจุดหมายปลายทางในการ ท่องเที่ยว เพราะเป็นพื้นที่ที่จะได้รับผลกระทบ

การศึกษาจะมีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ โดย ผู้แทนของ UNWTO กำลังดำเนินการ จัดตั้ง “Green Growth & Travelism Institute” ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของ World Environment University ที่จะให้การ สนับสนุนด้านวิชาการสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เป็นการเติบโตอย่างยั่งยืนกับสิ่งแวดล้อม โดยการขับเคลื่อนประเด็นแรกคือ จะต้องมีกองทุนระหว่างประเทศให้การสนับสนุน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั่วโลกยังยินดีที่จะจ่ายแพงกว่าเพื่อการท่องเที่ยววันหยุดอย่างยั่งยืน แต่ก็น่าสนใจที่ นักท่องเที่ยว ๑ ใน ๕ ซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะที่สนใจจะจองการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างจริงจังรวมทั้งมีสัดส่วนสูงในตลาดเกิดใหม่

โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และมีสมดุลในการรับรู้ถึงความสำคัญ ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เห็นความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและ วัฒนธรรมของคนท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในท้องถิ่นและการจ้างงานว่ามีความสำคัญเท่าเทียมกันในการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวได้เป็น ๕ กลุ่ม ได้แก่

๑. กลุ่มที่มีความสมดุล หรือ balanced type (๓๓%) เห็นความสำคัญของทั้ง ๓ ด้าน เท่าเทียมกัน
๒. กลุ่มที่มีความลึกลับสงสัย หรือ skeptic (๒๕%) เห็นความสำคัญของทั้ง ๓ ด้านในระดับต่ำ
๓. กลุ่มที่มองเชิงนิเวศ หรือ ecological type (๑๕%) เห็นว่าแง่มุมด้านสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญมากที่สุด
๔. กลุ่มที่มองท้องถิ่น หรือ Localised type (๑๕%) เห็นว่าแง่มุมด้านความยั่งยืนของท้องถิ่นมีความสำคัญสูงสุด เช่น วัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น
๕. กลุ่มเศรษฐกิจสังคม หรือ socio-economic type (๑๒%) เน้นความสำคัญของมิติด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ พบความแตกต่างอย่างมากในแต่ละประเทศซึ่งสะท้อนถึงลักษณะของประชากรและเศรษฐกิจของประเทศนั้น ๆ

ตามปกตินักท่องเที่ยวจะจัดอันดับปัจจัยที่มีความสำคัญเมื่อจองการเดินทาง โดย ๕ อันดับแรก คือ ภูมิอากาศ ราคา การเข้าถึงจุดหมายการท่องเที่ยว วัฒนธรรมและภูมิทัศน์ โดยมีความยั่งยืนอยู่ในอันดับที่ ๗ แต่มี ๒๒% ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดให้ความยั่งยืนมีความสำคัญอันดับ ๑-๓ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการจองการเดินทาง ซึ่งกลุ่มนี้เรียกว่า “Sustainability-aware” ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ และพบว่ามียกท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในสัดส่วนที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในตลาดเกิดใหม่ คือ อินเดีย บราซิล และรัสเซีย จากการสำรวจในส่วนที่สองถึงความพร้อมที่นักท่องเที่ยวจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อการมีวันหยุดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมพบว่านักท่องเที่ยวชาวสวีเดนที่จะจ่ายเพื่อสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แต่มีผู้ที่ตั้งใจจะจ่ายเพิ่มเพียง ๑.๕% จากราคาสินค้าทั้งหมดสำหรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยสรุปคือ กลุ่มตลาดที่น่าสนใจได้แก่ กลุ่ม Sustainability aware ที่คำนึงถึงความสำคัญของความยั่งยืนเมื่อจองการเดินทางท่องเที่ยว แต่มีเพียง ๑ ใน ๓ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่จองการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจริง ยิ่งกว่านั้นมีเพียงเล็กน้อยที่พร้อมจ่ายเงินมากกว่า เพื่อการท่องเที่ยววันหยุดอย่างยั่งยืน สินค้าการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนน่าสนใจสำหรับ Supplier ในฐานะของสินค้าเฉพาะกลุ่ม และอาจเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่ประสบความสำเร็จในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด

การล่องเรือสำราญเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องพยายามปรับตัวให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมองว่าเป็นโอกาสมีใช้อุปสรรค ทั้งนี้ในช่วงปี ๒๐๐๕-๒๐๑๐ การล่องเรือสำราญทั่วโลกเติบโตขึ้นประมาณ ๓๕% สำหรับในยุโรปการล่องเรือสำราญมีส่วนแบ่ง ๖.๕ ล้านคนต่อปีหรือประมาณ ๒% ของการเดินทางท่องเที่ยวของชาวยุโรป จากสถิติของ European Travel Monitor แต่การเดินทางเรือยังปรับตัวช้าในเรื่องความยั่งยืน ซึ่งในทางทฤษฎีแล้วความยั่งยืนสำหรับอุตสาหกรรมนี้ครอบคลุมทั้งวงจรชีวิต เริ่มตั้งแต่การต่อเรือจนถึงการจัดการเดินเรือ การบริโภคบนเรือ การกำจัดขยะ ตลอดจนความยั่งยืนด้านสังคมและวัฒนธรรม แต่ในทางปฏิบัติจะแตกต่างออกไป แล้วแต่มาตรการของสายการเดินทางเรือ และขณะนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวเริ่มมองธุรกิจการเดินทางเรืออย่างจริงจังโดยกลุ่ม Friends of the Earth ได้จัดเกรดของสายการเดินทางเรือโดยพิมพ์ลงใน Cruise Ship Environmental Report Card

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการล่องเรือสำราญได้นำมาตรการ “Triple E” มาใช้โดยมีพื้นฐานคือ Engineering (การสร้างเรือที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม) Education (กิจกรรมต่างๆและมีการรายงานผล) และ Enforcement (การมีกฎหมายควบคุม) อย่างไรก็ตาม บริษัทเดินเรือควรมีการควบคุมมากกว่านี้ โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และทำให้การปกป้องสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของการเดินเรือ ทั้งในเรื่องของกิจกรรมบนเรือและการทัศนอาบรณ์ฝั่ง ที่นักท่องเที่ยวจะช่วยสร้างผลกระทบที่ดีต่อชุมชนท้องถิ่น โดยทำให้เกิดเป็นความรับผิดชอบที่ยั่งยืนซึ่งครอบคลุมผู้มีส่วนร่วมหลายภาคส่วนไว้ในมาตรการรวมเดียวกัน ทั้งนี้อุตสาหกรรมเดินเรือสำราญควรดำเนินการในเรื่องนี้อย่างเปิดเผยและถือว่าความยั่งยืนเป็นโอกาสของธุรกิจ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน

แผนการส่งเสริมตลาดประจำปี ๒๕๖๐ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แผนการตลาดของ ททท. ปี ๒๕๖๐ จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๖๐ และแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ ผนวกกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้ได้แผนที่เกิดประโยชน์ ต่อประเทศชาติและมีประสิทธิภาพสูงสุด

หัวใจของแผนการตลาดปี ๒๕๖๐

มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่ม รายได้ทางการท่องเที่ยวควบคู่กับการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยเน้นสร้างความเข้มแข็ง ภายในประเทศ แล้วจึงเชื่อมต่อเศรษฐกิจไทยเข้ากับเศรษฐกิจโลกอย่างมีประสิทธิภาพด้วย วิถีไทย ผ่านการส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Experience) ที่สามารถ เพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้การท่องเที่ยวไทย อันจะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการสร้างความ เข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เพื่อให้คนในท้องถิ่นเกิดความรู้สึก เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เป้าหมายรายได้ภาพรวม

สำหรับในปี ๒๕๖๐ คาดว่าประเทศไทยจะยังคงรักษาระดับรายได้ทางการท่องเที่ยวให้อยู่ ในอันดับ ๑ ใน ๓ ของเอเชียต่อไปได้ โดยกำหนดเป้าหมายรายได้รวมทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ โดยเป็นรายได้ที่เกิดจากตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ และตลาดในประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐

ตลาดต่างประเทศ

เป้าหมายการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ : กำหนดเป้าหมายรายได้ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐ โดยให้ตลาดระยะใกล้และระยะกลาง คือ ตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ และตลาดระยะไกลและระยะไกล คือ ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา เติบโตเท่ากันในอัตราร้อยละ ๑๐ ทั้งนี้ ให้นำน้ำหนักสัดส่วนรายได้จากตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ร้อยละ ๗๖ ขณะที่ตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา อยู่ที่สัดส่วนร้อยละ ๒๔

ทิศทางหลักการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนัก ท่องเที่ยวทั่วโลก ปรับโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยว สู่กลุ่มตลาดระดับกลาง-บน และสร้างรายได้ อย่าง ยั่งยืนจากการเติบโตของค่าใช้จ่ายมากกว่าจำนวน ของ นักท่องเที่ยว ด้วยการต่อยอดวิถีไทย ซึ่งเป็น จุดแข็งที่แตกต่าง ลงลึกมากขึ้นสู่ประสบการณ์วิถี ท้องถิ่นไทย (Unique Local Experience) เชิญชวน ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบความเป็นของแท้ ที่คงเอกลักษณ์ดั้งเดิม (Authenticity) มาชื่นชม ทุกองค์ประกอบของความเป็นไทย ทั้งในเมืองใหญ่ และเมืองเล็กที่มีวิถีแตกต่างกัน โดยใช้ Content Marketing นำเสนอ เรื่องราวประสบการณ์วิถี ท้องถิ่นไทยสู่เวทีโลก ภายใต้แคมเปญ 'Discover Amazing Stories in Amazing Thailand' โดย

จะ ดำเนินงานภายใต้ ๔ ทิศทางหลัก ประกอบด้วย

๑. เจาะตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ ในเชิงกลุ่มตลาดเพื่อปูพื้นฐานลูกค้ากลุ่มใหม่แทนที่ลูกค้าเดิม โดยเฉพาะในพื้นที่ ตลาดหลัก เช่น กลุ่มนักเรียน และนักศึกษา กลุ่ม Gap Year กลุ่มผู้เริ่มทำงานใหม่ กลุ่ม Young Executive และกลุ่มมุสลิม รวมถึง เจาะตลาดเชิงพื้นที่ในประเทศที่เศรษฐกิจยังคงเติบโตได้ดีในสภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก อาทิ กลุ่มลาติน อเมริกา (บราซิล อาร์เจนตินา เม็กซิโก) ยุโรปตะวันออก (เช็ก โปแลนด์ ฮังการี โรมาเนีย CIS - คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน ยูเครน) ตะวันออกกลาง (อิหร่าน กาตาร์) พม่า รวมทั้ง พื้นที่เมืองรองในตลาดหลัก อาทิ อินเดีย (ลัคเนา, จัยปุร์, จันดีการ์) จีน (เช่น ชิงเต่า, ชูโจว, หนานจิง ฯลฯ)

๒. ขยายฐานตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีรายได้ระดับ กลาง-บน (รายได้ต่อคน ตั้งแต่ ๒๐,๐๐๐ เหรียญ สหรัฐต่อคนต่อปีขึ้นไป) ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดที่มี แนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดหลัก เช่น จีน อินเดีย รัสเซีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฯลฯ โดยจะนำเสนอสินค้าและบริการ ท่องเที่ยวคุณภาพและหรูหราเหนือ ความคาดหมาย (Luxury) นอกจากนี้ยังมุ่งขยายฐานตลาดกลุ่ม นักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูง ๔ กลุ่ม หลักต่อเนื่องจากปี ๒๕๕๙ ได้แก่ กลุ่มฮันนีมูน และแต่งงาน กลุ่มสุขภาพและความงาม กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่สนใจวิถีชีวิตและ สิ่งแวดล้อม (Green Tourism) ซึ่งนิยมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Soft Adventure และการท่องเที่ยวชุมชน และกลุ่มท่องเที่ยว เชิงกีฬา โดยเน้นกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมและมีฐานตลาดใหญ่ ได้แก่ จักรยานมาราธอน มวยไทย ไตรกีฬา

๓. กระตุ้นการใช้จ่ายและรักษาฐานตลาดเดิม โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดระดับกลางขึ้นไป ได้แก่ กลุ่มผู้หญิงซึ่งเป็น ตลาดแรงงานสำคัญของโลกที่กำลังเติบโตสูง มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อและมีแนวโน้มใช้จ่ายสูง รวมทั้งกลุ่มครอบครัว และ กลุ่มสูงวัย (Baby Boomers) ด้วยการนำเสนอ สินค้าคุณภาพและจัดกิจกรรมพิเศษที่สอดคล้องกับ ความต้องการของแต่ละ กลุ่มตลาด เช่น ช้อปปีง ผ้าไทย สปา นวดไทย อาหารไทย สวนสนุก ฯลฯ รวมถึงกิจกรรมเทศกาลประเพณีที่สะท้อนถึง เอกลักษณ์ของวิถีไทยและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ให้ ประสบการณ์และสร้างความทรงจำที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวชุมชน ฯลฯ เพื่อดึงดูดให้เกิดการเดินทางซ้ำ และกระตุ้นให้ใช้จ่ายมากขึ้น

๔. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศ ใน AEC โดยดึงคนอาเซียนเดินทางท่องเที่ยวในอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV รวมทั้งประสานความร่วมมือกับพันธมิตรในอาเซียนดึงนักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย แบบเชื่อมโยงในเส้นทาง AEC Connectivity

ตลาดในประเทศ

เป้าหมายการส่งเสริมตลาดในประเทศ : กำหนดเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยทั้งประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐ โดยภูมิภาคภาคกลางซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศจะสร้างรายได้ถึงร้อยละ ๔๘ ของประเทศ รองลงมาคือ ภูมิภาคภาคใต้ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ

ทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศปี ๒๕๖๐

สร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength From Within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ทำให้คนไทยมองเห็นคุณค่าความเป็น ไทย จนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ที่จะร่วมกันดูแล รักษาสิ่งแวดล้อม คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และเป็นเจ้าบ้านที่ดี ซึ่งจะเป็นจุดต่างที่เข้มแข็งของการท่องเที่ยวไทย โดย ททท. จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดมุมมองใหม่ทางการท่องเที่ยวจากการสัมผัส และมีส่วนร่วมกับประสบการณ์เอกลักษณ์

เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทย ภายใต้จุดขายเชิง คุณค่าของแต่ละภูมิภาค (ภาคเหนือ-เหนือฝืน ล้านแรงบันดาลใจ ภาคอีสาน-อีสานแซ่บนัว ภาคกลาง-สุขกลางใจ ไกลแค่เอื้อม ภาคตะวันออก-สีสันตะวันออก และภาคใต้-ปักชั้ใต้ ปักหมุดหยุดเวลา) เพื่อให้เกิดการส่งต่อประสบการณ์ ความรู้ และความประทับใจจากการ ท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น (User-Generated Content) ในรูปแบบ Viral Marketing ภายใต้แคมเปญ สื่อสารการตลาด ‘ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ชีง’ โดยจะดำเนินงานภายใต้ ๕ ทิศทางหลัก ประกอบด้วย

๑ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen Y) จุดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ภายใต้โครงการ ‘ประกาศศักดิ์ ทำเที่ยว ข้ามภาค’

๒ กระตุ้นการเดินทางในวันธรรมดา มุ่งส่งเสริมให้คนทำงานออกไปท่องเที่ยวในวันธรรมดา เพื่อจุดประกายความคิดใหม่ๆ ในการทำงานภายใต้แนวคิด ‘เที่ยวได้งาน’

๓ เพิ่มค่าใช้จ่ายจากชนชั้นกลางขึ้นไปที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยเฉพาะ กลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Age) ด้วยแคมเปญ ‘เก๋ไก๋ก๊วนชวนเที่ยว’ และกลุ่มผู้หญิงด้วยแคมเปญ ‘ผู้หญิงท่อง...เที่ยว’

๔ ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว สู่พื้นที่รองผ่านโครงการ ‘๑๒ เมือง ต้องห้าม...พลาด’ และผลักดันให้ขอนแก่น เป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยว (ที่มีนักท่องเที่ยวไทย-ต่างชาติ มากกว่า ๕ ล้านคน) ภายใต้แนวคิด New Biz Connect เน้นความเป็นเมืองสำหรับการประชุม สัมมนา ดูงาน กิจกรรมพิเศษ (Event) สำหรับนักท่องเที่ยวคนไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติจาก CLMV

๕ กระจายโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า ๓๐,๐๐๐ บาทต่อเดือน โดยมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต อีกทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ภายใต้แนวคิด ๗ Greens เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้สังคมและสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ททท. จึงจะบูรณาการทำงานกับ Value Chain ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเป็นองค์รวม เพื่อยกระดับนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน และเครือข่ายให้สามารถนำจุดแข็งของท้องถิ่นมาสร้างความน่าสนใจ และมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทยตามแนวทาง Inclusive Tourism และ Thailand ๔.๐

ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน จึงได้คัดเลือกจังหวัดเชียงราย เป็นต้นแบบการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยในปี ๒๕๖๐ จะเริ่มสร้างรากฐานจากอำเภอเชียงแสน และขยายตัวสู่พื้นที่อื่นๆ ในจังหวัด เมื่อสิ้นสุดปี ๒๕๖๔ จังหวัดเชียงรายจะกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวยั่งยืนจากความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Green Growth) นอกจากนี้ ยังคัดเลือก ๕ พื้นที่จากทั่วประเทศมาเป็นต้นแบบในการพัฒนา Creative Tourism ซึ่งได้แก่ เชียงราย บุรีรัมย์ อ่างทอง ตราด และพังงา

ในมิติเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ศูนย์ TAT Academy ของ ททท. จะจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการ และมีคณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการตลาดด้วย Content Marketing ตามแนวทางที่ ททท. มุ่งเน้น รวมทั้งศูนย์ TAT Intelligence Center จะให้ข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยว งานวิจัย และ บทความทางการท่องเที่ยว ผ่านเว็บไซต์ www.tourismthailand/ tatic เพื่อเป็นเข็มทิศชี้นำทิศทางการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ยังมุ่งรณรงค์สร้างจิตสำนึกการเป็นเจ้าของที่ดี ให้แก่คนไทย ซึ่งถือเป็น Value Chain ที่สำคัญในภาคการท่องเที่ยว ที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำ และ ตอกย้ำจุดแข็งของคนไทยที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย ทัศนคติที่อบอุ่นและมีน้ำใจ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์วิถีไทยที่คู่แข่งอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

วิสัยทัศน์ พันธกิจ

เทศบาลตำบลเสริมชัยมีภารกิจมุ่งเน้นเพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ทุกๆ ด้าน ให้บริการสาธารณะการพัฒนาภายในเขตพื้นที่ตำบลเสริมชัย ตลอดจนให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อการพัฒนาบ้านเมือง

“ เทศบาลตำบลเสริมชัยเมืองน่าอยู่ เขตชุมชนธรรม งามล้ำธรรมชาติ ผู้คนมากน้ำใจ ใส่ใจการศึกษา ก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจ ใช้ชีวิตแบบพอเพียง ”

ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา

แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลเสริมชัย (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๒) ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลตำบลเสริมชัย

ที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	งบประมาณ				ผลที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
			พ.ศ. ๒๕๖๑	พ.ศ. ๒๕๖๒	พ.ศ.๒๕๖๓	พ.ศ. ๒๕๖๔		
๑	โครงการอนุรักษ์สืบสานประเพณี สลากภัตร	เพื่ออนุรักษ์และสืบ สานประเพณีพื้นถิ่น	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	เยาวชนคนรุ่นหลังได้สืบทอดประเพณี พื้นถิ่นของทางภาคเหนือ	งานพัฒนา การศึกษา
๒	โครงการสืบสานงานประเพณีไทยวัน ลอยกระทง	เพื่ออนุรักษ์และสืบ สานประเพณีพื้นถิ่น	๓๐,๐๐๐	๓๐,๐๐๐	๓๐,๐๐๐	๓๐,๐๐๐	เยาวชนคนรุ่นหลังได้สืบทอดประเพณี พื้นถิ่นของทางภาคเหนือ	งานพัฒนา การศึกษา
๓	โครงการประเพณีสงกรานต์ หลวงนางอย	เพื่ออนุรักษ์และสืบ สานประเพณีพื้นถิ่น	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	เยาวชนคนรุ่นหลังได้สืบทอดประเพณี พื้นถิ่นของทางภาคเหนือ	งานพัฒนา การศึกษา
๔	โครงการทัศนศึกษาแหล่งเรียนรู้ นอกสถานที่	เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในตำบล เสริมชัย	๑๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐	เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในตำบล เสริมชัย ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง	งานพัฒนา การศึกษา
๕	โครงการจัดงานวันสงกรานต์ลาน วัฒนธรรม	เพื่ออนุรักษ์และสืบ สานประเพณีพื้นถิ่น	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	เยาวชนคนรุ่นหลังได้สืบทอดประเพณี พื้นถิ่นของทางภาคเหนือ	งานพัฒนา การศึกษา
๖	โครงการสืบสานประเพณีวัน เข้าพรรษา	เพื่ออนุรักษ์และสืบ สานประเพณีพื้นถิ่น	๑๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐	เยาวชนคนรุ่นหลังได้สืบทอดประเพณี พื้นถิ่นของทางภาคเหนือ	งานพัฒนา การศึกษา









กำลังอ่าน: ข่าวล่าปางเปิด "จิวตะ" สหภาพบุญไม้ไผ่ยาวที่...



ข่าวสังคม

ข่าวล่าปางเปิด "จิวตะ" สหภาพบุญไม้ไผ่ยาว ที่สุดในประเทศไทย

🕒 2 นาที 📅 8 เมษายน 2018

เขียนโดย  WorkpointNews