

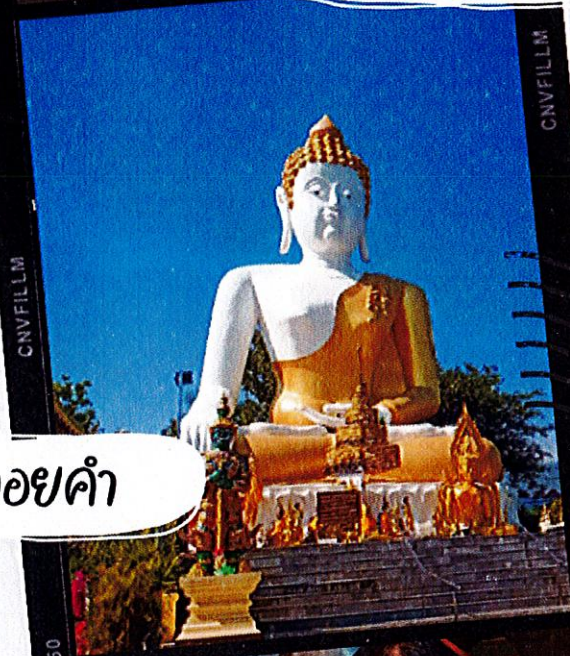


แผนส่งเสริม

การท่องเที่ยว
ตำบลแม่เหิระ



วัดตำหนัก



วัดดอยคำ



ดินขอแม่เหิระ

แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลแม่เหิระ
ประจำปี พ.ศ. 2566 - 2570

-เทศบาลเมืองแม่เหิระ จังหวัดเชียงใหม่-



คำนำ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ได้ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบ และพร้อมที่จะเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม การยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เข้าใจและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน เพื่อให้สามารถใช้เป็นกรอบการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายได้อย่างแท้จริง ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพ และบรรลุเป้าหมายได้ประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย และมีความยั่งยืน

แผนพัฒนาการท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกระดับโดยเฉพาะในระดับท้องถิ่น ประกอบกับแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ถ่ายโอนภารกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งนี้งานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวยังเป็นภารกิจตามอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามที่กฎหมายกำหนด โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ควรมีแนวทางในการดำเนินการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน และการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศ โดยยึดหลักการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้เป็นแนวทางและแนวปฏิบัติในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

เทศบาลเมืองแม่เหิยะได้จัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) เป็นการจัดทำแผนระยะสั้น เพื่อสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาของเทศบาลเมืองแม่เหิยะ โดยจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของเทศบาลแม่เหิยะ ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) เพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสม มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำแผนงานและโครงการไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการกำกับดูแลติดตามจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ
เทศบาลเมืองแม่เหิยะ
อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ ๑ บทนำ	๒
ส่วนที่ ๒ สถานภาพและสภาพแวดล้อมของเทศบาลเมืองแม่เหียะ - สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐาน	๔
ส่วนที่ ๓ การวิเคราะห์ศักยภาพและเป้าหมายการท่องเที่ยว	
๑. สภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวของไทยและของโลก	๑๗
๑.๑ สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก	๑๗
๑.๒ สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย	๒๑
๑.๓ โครงสร้างประชากรโลกและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป	๓๖
๑.๔ รูปแบบและประเภทการท่องเที่ยวศักยภาพสูงของไทย	๔๐
๑.๕ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	๔๕
๒. ตลาดในประเทศ	๔๘
๓. สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	๕๑
ส่วนที่ ๔ ความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ระดับชาติ	
๑. ความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับเป้าหมาย ตัวชี้วัดหรือประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ และนโยบายที่สำคัญ	๖๑
๒. เป้าหมายการพัฒนาด้านท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองแม่เหียะ	๖๔
ส่วนที่ ๕ แผนส่งเสริมการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ของเทศบาลเมืองแม่เหียะ	๖๘

ส่วนที่ ๑ บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ กระแสเงินตราไหลเวียนในประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมและขนส่ง รวมถึงการค้าและการลงทุนที่ช่วยเพิ่มการขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อ้างอิงจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account : TSA) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Gross Domestic Product :TGDP) มากถึง ๓,๐๐๕,๕๕๒ ล้านบาท หรือเท่ากับสัดส่วนร้อยละ ๑๗.๗๙ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ดังนั้น เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการพัฒนาและกระจายผลประโยชน์ไปยังภาคส่วนต่าง ๆ ของประเทศได้อย่างต่อเนื่องและกว้างขวาง จึงจำเป็นต้องพัฒนาและจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ให้มีความสมบูรณ์ ต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาประเทศไทยในภาพรวมจะประสบผลสำเร็จในด้านการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่จากการศึกษาค้นคว้าและวิจัยที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังคงประสบปัญหา อุปสรรค และความท้าทายสำคัญหลายประการ และเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ในช่วงปลายปี พ.ศ. ๒๕๖๒ จึงทำให้ปัญหาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเด่นชัดยิ่งขึ้น อาทิ การพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติมากเกินไปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ยังคงกระจุกตัวอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในแง่ลบของประเทศไทย เช่น การเป็นจุดหมายปลายทางราคาถูก ปัญหาด้านอาชญากรรม เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม การขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่ไม่คำนึงถึงความยั่งยืนและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ระบบการเดินทางและขนส่งมวลชนที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอย่างไม่ครอบคลุม เป็นต้น ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่ต่าง ๆ ขัดจำกัดในการพัฒนาและยกระดับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ความล้าสมัยและความขัดแย้งของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การขาดข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกันของกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งระบบ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายซับซ้อน โดยจะต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากหลายภาคส่วนในอุตสาหกรรมและข้ามอุตสาหกรรม ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนภาควิชาการ สมาคมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ และภาคประชาชน โดยแบ่งเป็น ๑) ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางตรง (Direct) และ ๒) ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม (Indirect)นอกจากนั้นสภาพแวดล้อมและบริบทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งที่เป็นปัจจัยภายใน เช่น สถานการณ์การเมือง

ของประเทศ นโยบายของภาครัฐ การปรับตัวของภาคเอกชน ความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และปัจจัยภายนอก เช่นสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความต้องการ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลก ที่ปัจจุบันมีความ หลากหลายของกลุ่มประชากรมากขึ้นและประชากรมีแนวโน้มเข้าสู่สังคมสูงวัย แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทั้งในระดับ ภูมิภาคและระดับโลก รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ที่ยังเร่งรัดให้เกิดการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางสังคมที่เรียกว่า “ความปกติใหม่” หรือ New Normal ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคำนึง ถึงมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัยมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ เทศบาลเมืองแม่เหิยะในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับประชาชน มีบทบาท อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. ๒๕๔๖ และพระราชบัญญัติ กำหนดแผนขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๒ โดยได้กำหนดกรอบความ เป็นอิสระในการกำหนดนโยบายที่จะดำเนินการบริหารด้านต่าง ๆ ตามอำนาจหน้าที่ของตนเองประกอบกับ พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการ กระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.๒๕๔๒ โดยถ่ายโอนภารกิจในการให้บริการสาธารณะที่จำเป็น และรายได้ที่รัฐจัดเก็บได้ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพิ่มขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานในการให้บริการขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นทุก ๆ ด้าน เกิดประโยชน์สูงสุด แก่ประชาชน สามารถกำหนดรูปแบบและทิศทางในการ บริหารงานและการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สมดุล มีประสิทธิภาพและบรรลุตามความมุ่งหมาย อันจะส่งผลให้ เทศบาลเมืองแม่เหิยะสามารถบำบัดทุกข์ บำรุงสุขและ ยกกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่าง ต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอนมีภารกิจที่สำคัญคือภารกิจด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรมและการ ท่องเที่ยว เทศบาลเมืองแม่เหิยะ จึงได้จัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) เทศบาลเมืองแม่เหิยะขึ้น เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ต่อไป

ส่วนที่ ๒

สถานภาพและสภาพแวดล้อมของเทศบาลเมืองแม่เหิยะ

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐาน

ตำบลแม่เหิยะเป็นตำบลเก่าแก่ มีการตั้งรากฐานของชุมชนบริเวณพื้นที่เชิงเขาพระธาตุดอยคำ ประชาชนตั้งบ้านเรือนเรียงรายอยู่บริเวณสองฝั่งลำห้วยขนาดใหญ่ และลำห้วยแห่งนี้มีต้นไผ่ชนิดหนึ่งขึ้นอยู่ริมสองฝั่งน้ำ ชาวล้านนาโบราณเรียกว่า “ไม้เหิยะ” ดังนั้น ลำน้ำแห่งนี้จึงได้ถูกเรียกว่า “ลำห้วยแม่เหิยะ” และสันนิษฐานว่าลำน้ำนี้ได้ถูกนำมาตั้งเป็นชื่อตำบลว่า ตำบลแม่เหิยะ ซึ่งเป็นคำที่เพี้ยนมาจาก “แม่เหิยะ” จึงชื่อตำบลแม่เหิยะมาจนถึงปัจจุบัน

- สัญลักษณ์เทศบาลเมืองแม่เหิยะ



ตราสัญลักษณ์ของเทศบาลเมืองแม่เหิยะ เป็นรูปวงกลม ขอบบนวงกลมใหญ่มีอักษร “เทศบาลเมืองแม่เหิยะ” และขอบล่างมีอักษร “จังหวัดเชียงใหม่” ในตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย

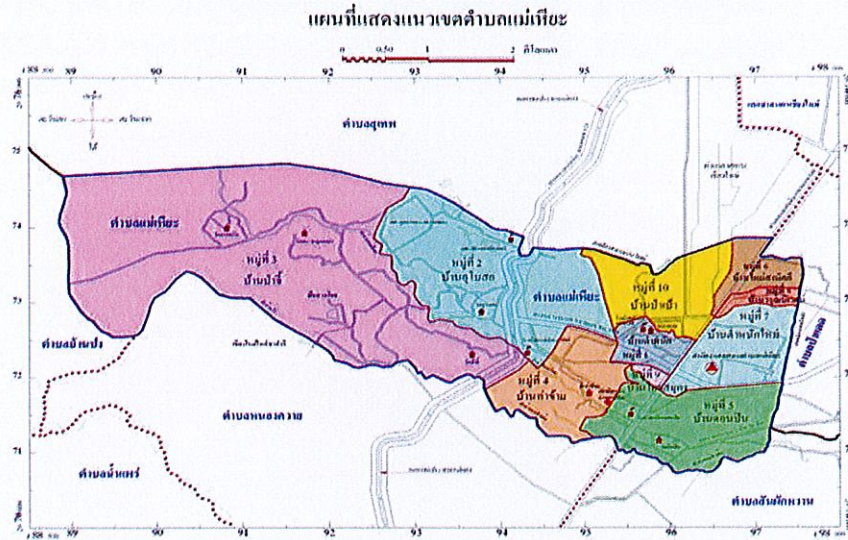
- วัดพระธาตุดอยคำ แสดงถึงเป็นวัดที่ชาวตำบลแม่เหิยะให้ความเคารพนับถือ และเป็นสัญลักษณ์ของตำบลแม่เหิยะ
- กระเบื้องดินขอ แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าของตำบล
- รัศมีที่เปล่งออกจากวัดพระธาตุดอยคำ แสดงถึงความศรัทธาของชาวตำบลแม่เหิยะทั้ง ๑๐ หมู่บ้านที่ยึดมั่นในศาสนา และมีศาสนาเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ
- รวงข้าว แสดงถึงความสมบูรณ์ของการเกษตร การเจริญเติบโตอย่างมีคุณค่า และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของตำบล และมีสีประจำองค์กร คือ สีเขียว-ขาว

๑. ด้านกายภาพ

๑.๑ ที่ตั้งของหมู่บ้าน/ชุมชน/ตำบล

เทศบาลเมืองแม่เหิยะ ตั้งอยู่เลขที่ ๑๙๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลแม่เหิยะ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ตำบลแม่เหิยะ มีพื้นที่ประมาณ ๒๔.๔๐๕ ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นไร่ ประมาณ ๑๕,๒๕๓.๑๒ ไร่ อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปทางทิศใต้ ระยะทางประมาณ ๖ กิโลเมตร และมีอาณาเขตใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลสุเทพ และตำบลป่าแดด อำเภอเมืองเชียงใหม่
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ตำบลป่าแดด อำเภอเมืองเชียงใหม่
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ตำบลหนองควาย และตำบลสันผักหวาน อำเภอหางดง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ตำบลสุเทพ และตำบลหนองควาย



๑.๒ ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของตำบลแม่เหิระ เป็นพื้นที่ราบใช้สำหรับเป็นที่อยู่อาศัย และการพาณิชย์ เป็นส่วนใหญ่ พื้นที่บางส่วนเป็นป่าไม้ซึ่งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย

๑.๓ ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะอากาศของตำบลแม่เหิระ ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของลมมรสุมที่พัดประจำฤดูกาล ๒ ชนิด คือ มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งพัดพามวลอากาศเย็นและแห้งจากประเทศจีนมาปกคลุมประเทศไทย ในช่วงฤดูหนาวทำให้มีอากาศหนาวเย็นและแห้งทั่วไป ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ซึ่งพัดพามวลอากาศชื้นจากทะเลและมหาสมุทรปกคลุมประเทศไทย ในช่วงฤดูฝนทำให้มีฝนตกทั่วไป ฤดูกาลพิจารณาตามลักษณะลมฟ้าอากาศของประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น ๓ ฤดู ดังนี้

ฤดูร้อน เริ่มประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม มีอากาศร้อนอบอ้าวทั่วไป โดยเฉพาะในเดือนเมษายนเป็นเดือนที่มีอากาศร้อนอบอ้าวมากที่สุดในรอบปี

ฤดูฝน เริ่มประมาณกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นระยะที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดเข้าสู่ประเทศไทย อากาศจะเริ่มชุ่มชื้นและมีฝนตกชุกตั้งแต่ประมาณกลางเดือนพฤษภาคมเป็นต้นไป เดือนที่มีฝนตกมากที่สุดคือเดือนสิงหาคม

ฤดูหนาว เริ่มประมาณกลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงที่มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดปกคลุมประเทศไทย อากาศโดยทั่วไปจะหนาวเย็นและแห้ง เดือนที่มีอากาศหนาวที่สุดคือเดือนมกราคม

๑.๔ ลักษณะของดิน

ลักษณะดินโดยทั่วไปเป็นดินร่วนปนทราย ประมาณ ๗๕ % ดินลูกรังประมาณ ๑๕ % ลักษณะดินในพื้นที่เป็นดินเหนียวประมาณ ๑๐ %

๒. ด้านการเมือง/การปกครอง

๒.๑ เขตการปกครอง

เทศบาลเมืองแม่เหิยะ ครอบคลุมพื้นที่ ๑๐ หมู่บ้าน ๒๔ ชุมชน เป็นหมู่บ้านและชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาลฯ ทั้งหมด ดังนี้

ลำดับ	หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	ลำดับ	หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน
๑	๑	บ้านตำหนัก	๖	๖	บ้านใหม่สามัคคี
๒	๒	บ้านอุโบสถ	๗	๗	บ้านตำหนักใหม่
๓	๓	บ้านป่าจี้	๘	๘	บ้านวรรณนิเวศน์
๔	๔	บ้านท่าข้าม	๙	๙	บ้านไทยสมุทร
๕	๕	บ้านดอนปิน	๑๐	๑๐	บ้านป่าเป้า

๒.๒ การเลือกตั้ง

เทศบาลเมืองแม่เหิยะ เดิมเป็นสภาตำบล มีฐานะเป็นส่วนหนึ่งของส่วนราชการภูมิภาค ต่อมาในปีพ.ศ. ๒๕๓๘ สภาตำบลแม่เหิยะได้รับสถานะเป็นนิติบุคคล และเป็นส่วนราชการท้องถิ่น ปีพ.ศ. ๒๕๔๓ ได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล จนถึง พ.ศ. ๒๕๕๐ จึงได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นเทศบาลตำบล ปี พ.ศ. ๒๕๕๔ จากการที่เทศบาลตำบลแม่เหิยะ เป็นตำบลที่มีการพัฒนาและมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว สภาเทศบาลตำบลแม่เหิยะ จึงได้มีมติให้ส่งเรื่องยกฐานะเป็นเทศบาลเมืองไปยังรัฐสภา และในวันที่ ๒ ธันวาคม ๒๕๕๔ เทศบาลตำบลแม่เหิยะ จึงได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ในด้านการเมืองการบริหารประกอบไปด้วย

๑. สภาเทศบาล ทำหน้าที่นิติบัญญัติ และควบคุมฝ่ายบริหาร ประกอบด้วย สมาชิกซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนตามกฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น จำนวน ๑๘ คน อยู่ในตำแหน่งคราวละ ๔ ปี สภาเทศบาลมีประธานสภาคนหนึ่ง และรองประธานสภา คนหนึ่ง ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากสมาชิกสภาเทศบาลตามมติของสภาเทศบาล

๒. นายกเทศมนตรี ทำหน้าที่บริหารราชการของเทศบาลให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เทศบัญญัติ และนโยบาย ซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนตามกฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น และรองนายกเทศมนตรี จำนวน ๓ คน เลขานุการ และที่ปรึกษานายกเทศมนตรี มาจากการแต่งตั้งจากนายกเทศมนตรี ฝ่ายบริหารเทศบาลเมืองแม่เหิยะ

ทั้งนี้ มีปลัดเทศบาล เป็นผู้บังคับบัญชาพนักงานเทศบาลและลูกจ้างเทศบาล รองจากนายกเทศมนตรี และรับผิดชอบควบคุมดูแลราชการประจำของเทศบาลให้เป็นไปตามนโยบาย

นโยบายนายกเทศมนตรีเมืองแม่เหิยะ

นโยบายเร่งด่วน มี ๕ ประการ ดังนี้

ด้านการป้องกันควบคุมการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-๑๙) โดยต้องร่วมมือกับ จังหวัดเชียงใหม่และศูนย์บริหารสถานการณ์ COVID-๑๙ ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ และระดับตำบล ตลอดถึง องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ (อบจ.) และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตเลือกตั้ง เพื่อบูรณาการการทำงาน ร่วมกัน ช่วยเหลือพี่น้องประชาชนเมืองแม่เหิยะ ป้องกันควบคุม มิให้เกิดการแพร่ระบาดในเมือง แม่เหิยะ ช่วยเหลือประชาชน และสถานประกอบการต่าง ๆ ทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงชีพในวิถีใหม่ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID - ๑๙ การส่งเสริมและเสริมสร้างอาชีพใหม่ๆ และพัฒนาการค้าซื้อขาย ในระบบออนไลน์ผ่านทางสื่อดิจิทัล ให้กับประชาชนเมืองแม่เหิยะ ให้อยู่ดี มีกิน มีสุข สุขภาพปลอดภัยในเมือง แม่เหิยะ สนับสนุนให้มีการฉีดวัคซีนให้ประชาชน ผู้ประกอบการ ผู้ใช้แรงงานในเมืองแม่เหิยะทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ เพื่อให้เกิดภูมิคุ้มกันหมู่ในพื้นที่เมืองแม่เหิยะ ส่งเสริม สนับสนุนร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานทางวิชาการ เพื่อระดมความช่วยเหลือ ประชาชนพลเมืองและสถานประกอบการใน เมืองแม่เหิยะ สถานศึกษา ศาสนสถานต่าง ๆ วัด โบสถ์ มัสยิด เพื่อผนึกพลังเป็นหนึ่งเดียว ให้ผ่านพ้นวิกฤต COVID- ๑๙ ไปด้วยกัน ด้วยความร่วมมือกับฝ่ายสมาชิกสภาเทศบาล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อสม. โรงพยาบาลส่งเสริม สุขภาพระดับตำบล และเครือข่ายองค์กรชุมชนในเมืองแม่เหิยะ

๑. เสริมสร้างความสามัคคีปรองดอง ให้กับประชาชนเมืองแม่เหิยะสู่สังคมแห่งคุณภาพ และสังคมแห่งคุณธรรม ให้เป็นสังคมที่มีความสุขและอุดมทุนเกื้อกูลกัน

๒. ดำเนินการสร้างความเข้าใจให้กับผู้นำ และประชาชน กลุ่มอาชีพ ผู้ประกอบการ ให้เข้าถึงระบบสื่อสารกับเทศบาล โดยนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ที่เทศบาลได้จัดสร้างพัฒนาขึ้นมา ภายใต้การ ดำรงชีวิต ของประชาชนในเมืองแนวทางวิถีใหม่ เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อราชการ การสื่อสาร การรับบริการ บริการ การชำระเงิน การขออนุมัติ อนุญาต และการลดขั้นตอนการบริการสาธารณะ ส่งเสริมให้องค์ความรู้ ผู้บริหาร สมาชิกสภาเทศบาล พนักงานส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ และผู้นำทุกเครือข่าย ตลอดถึงประชาชน ผู้ประกอบการ ร้านค้าในพื้นที่เพื่อใช้เทคโนโลยีนี้ร่วมกัน สู่เมืองอัจฉริยะหรือสมาร์ทซิตี้ พร้อมทั้งขยายผลงาน องค์ความรู้ ให้กับ หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานอื่น ๆ ที่เข้ามาศึกษาดูงานและบันทึกข้อตกลงร่วมกัน เพื่อมุ่งทำงานร่วมกันทั้งระดับพื้นที่ ระดับจังหวัด และระดับประเทศ

๓. การสร้างเมืองแม่เหิยะให้เป็นเมืองน่าอยู่ เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว เมืองสะอาด ประชาชนมีสุขภาพที่ดี ใช้ธรรมนุญสุขภาพเป็นแนวทางในการทำงานในทุกมิติ และบังคับใช้กฎหมาย ให้ความ เป็นธรรมกับทุกฝ่าย ตามกรอบอำนาจหน้าที่ และข้อบังคับกำหนดไว้ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องถือปฏิบัติ

๔. การเสริมสร้าง พัฒนา ระบบข้าราชการ พนักงานเทศบาล เจ้าหน้าที่ ให้เป็นท้องถิ่นแนวใหม่ วิถีใหม่ใส่ใจประชาชน มีจิตใจในการให้บริการ มีจิตสาธารณะ ที่จะพัฒนาเมืองแม่เหิยะสู่การบริการสาธารณะ อันเป็นเลิศ และเสริมสร้าง นวัตกรรมใหม่ เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวก รวดเร็ว ฉับไว ในการเข้าถึงบริการ

ในการรับบริการ และลดขั้นตอนในการบริการสาธารณะ ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีแนวใหม่ เป็นช่องทางในการให้บริการประชาชน

นโยบายที่จะต้องดำเนินการตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. ๒๔๙๖ แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ ๑๔ มีทั้งหมด ๔ ด้าน ดังนี้

๑. ด้านเศรษฐกิจ

๑.๑ พัฒนาด้านเศรษฐกิจ ส่งเสริมการประกอบอาชีพให้แก่ประชาชนในพื้นที่ พัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้าชุมชนให้ได้มาตรฐาน

๑.๒ พัฒนา ก่อสร้าง ปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค สาธารณูปการให้ทั่วถึงได้มาตรฐาน

๒. ด้านสังคม วัฒนธรรมและคุณภาพชีวิต

๒.๑ พัฒนาและยกระดับการศึกษา ขยาย ปรับปรุง ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลเมืองแม่เหิยะ โรงเรียนอนุบาลเทศบาลเมืองแม่เหิยะให้ได้มาตรฐาน

๒.๒ ส่งเสริม สนับสนุน อนุรักษ์วัฒนธรรม จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชาวบ้าน

๒.๓ ส่งเสริมการพัฒนาสตรี สนับสนุนบทบาทและการมีส่วนร่วม การพัฒนาระบบการดูแลผู้สูงอายุ การสนับสนุนสวัสดิการ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตแก่ผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาส ให้สามารถพึ่งพาตนเองเป็นพลังในการพัฒนาสังคม

๒.๔ พัฒนาศักยภาพด้านสาธารณสุข สร้างเสริมสุขภาพของประชาชน ให้มีความสมบูรณ์แข็งแรงทั้งด้านร่างกายและจิตใจ พัฒนาความรู้และทักษะในการดูแลสุขภาพของตนเองครอบครัวและชุมชน ส่งเสริมการลดปัจจัยเสี่ยงด้านสุขภาพ มีมาตรการสร้างสุขภาพโดยมีเป้าหมายเพื่อลดอัตราการป่วย ตาย และผลกระทบจากโรคไม่ติดต่อ เรื้อรัง ให้ความรู้ป้องกันโรค พัฒนาขีดความสามารถของอาสาสมัครสาธารณสุข ให้สามารถเป็นกำลังสำคัญในดูแลสุขภาพของประชาชนในชุมชน

๒.๕ ส่งเสริมกิจกรรมด้านกีฬา ให้ประชาชนทุกกลุ่มวัยได้ออกกำลังกาย พร้อมสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ เครื่องออกกำลังกายในระดับพื้นที่ ชุมชน และหมู่บ้าน

๓. ด้านการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๓.๑ พัฒนา ส่งเสริมการบริหารจัดการเรื่องขยะมูลฝอยให้สามารถจัดเก็บขยะได้รวดเร็ว และเป็นชุมชน ที่น่าอยู่

๓.๒ พัฒนา ส่งเสริมการปรับปรุงภูมิทัศน์ของถนนของตำบลแม่เหิยะให้สวยงามพัฒนาชุมชนให้มีสภาพแวดล้อมที่ดีน่าอยู่

๓.๓ พัฒนา ระบบระบายน้ำให้ได้มาตรฐาน เพื่อแก้ไขปัญหา น้ำท่วมอย่างถาวร พร้อมทั้งอนุรักษ์ฟื้นฟู รักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน

๔. ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรภายใต้ระบบธรรมาภิบาล

๔.๑ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดทิศทางการบริหารเทศบาล ในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องทุกขั้นตอน

๔.๒ ปรับปรุงพัฒนา และจัดให้มีเครื่องมือ เครื่องใช้ และสถานที่ปฏิบัติงานให้เพียงพอ และทันสมัย เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และเอื้อต่อการให้บริการแก่ประชาชน



๔.๓ บริหารจัดการและพัฒนาขีดความสามารถเพื่อเพิ่มศักยภาพบุคลากร และสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของบุคลากรอย่างทั่วถึง เพื่อเพิ่มขวัญกำลังใจ ให้กับบุคลากรของเทศบาลเมืองแม่เหิยะ

๔.๔ ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในองค์กร ส่งเสริมให้ประชาชนและบุคลากรของเทศบาลมีส่วนร่วม โดยสุจริต โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

๔.๕ ส่งเสริมการพัฒนาองค์กรเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน

๔.๖ บริหารงานด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส จริงใจ สามารถตรวจสอบได้โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนในท้องถิ่น ภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยยึดหลักธรรมาภิบาลทั้งนี้ จะบริหารราชการของเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ให้เป็นไปตามกรอบนโยบายที่ได้แถลงไว้ต่อสภาเทศบาลเมืองแม่เหิยะข้างต้น เพื่อที่จะสามารถพัฒนาเมืองแม่เหิยะ ให้เป็นเมืองน่าอยู่ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี กระผมจะปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยความตั้งใจ ซื่อสัตย์ สุจริตโปร่งใสและตรวจสอบได้ บนพื้นฐานของความถูกต้องตามระเบียบ กฎหมายเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนในตำบลอย่างแท้จริง

นโยบายที่ได้แถลงต่อสภาเทศบาลเมืองแม่เหิยะนี้ ตั้งมั่นอยู่บนพื้นฐานของการบริหารงานด้วยหลักธรรมาภิบาล ทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ สร้างความเป็นธรรม ในระบบการบริหารงาน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเทศบาลเมืองแม่เหิยะให้เจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า ทั้งนี้ ด้วยการสนับสนุนจากท่านสมาชิกสภาเทศบาลเมืองแม่เหิยะทุกท่าน และที่สำคัญอย่างยิ่งคือประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะที่ได้ให้ความไว้วางใจเลือกข้าพเจ้าเข้ามาทำหน้าที่นายกเทศมนตรีเมืองแม่เหิยะ ข้าพเจ้านำนโยบายที่ได้กล่าวมานี้ไปเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อพัฒนาเทศบาลเมืองแม่เหิยะให้มีความเจริญในทุกด้าน ให้ประชาชนอยู่ดีกินดีมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะ

๓. ประชากร

๓.๑ ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากร

แสดงสถิติจำนวนประชากรในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๕

ปี พ.ศ.	ชาย (คน)	หญิง (คน)	รวม	ครัวเรือน	ประชากรเพิ่มขึ้น/ลดลง (คน)	เพิ่มขึ้น/ลดลง (%)
๒๕๖๐	๘,๗๘๗	๑๐,๔๐๗	๑๙,๑๙๔	๑๓,๐๐๕	๑๓๙	๐.๗๓
๒๕๖๑	๘,๘๑๓	๑๐,๔๘๔	๑๙,๒๙๗	๑๓,๓๒๕	๑๐๓	๐.๕๔
๒๕๖๒	๘,๘๖๒	๑๐,๖๐๓	๑๙,๔๕๖	๑๓,๖๖๘	๑๕๙	๐.๘๒
๒๕๖๓	๘,๙๓๔	๑๐,๗๒๑	๑๙,๖๕๕	๑๓,๘๔๒	๑๗๔	๐.๘๙
๒๕๖๔	๘,๘๙๖	๑๐,๘๑๑	๑๙,๗๐๗	๑๓,๙๗๔	๕๒	๐.๒๖

ที่มาของข้อมูล : สำนักบริหารการทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ณ เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๕

จำนวนประชากรตามทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยพบว่าเมื่อ ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ มีจำนวนประชากร รวมทั้งสิ้น ๑๙,๑๙๔ คน แบ่งเป็นชาย จำนวน ๘,๗๘๗ คน และเป็นหญิง จำนวน ๑๐,๔๐๗ คน และเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ที่ผ่านมามีจำนวนประชากร รวมทั้งสิ้น ๑๙,๗๐๗

คน แบ่งเป็นชาย จำนวน ๘,๘๙๖ คน และเป็นหญิง จำนวน ๑๐,๘๑๑ คน ซึ่งมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. ๒๕๖๐ คิดเป็นร้อยละ ๒.๖๗ และในปีถัดไปจำนวนประชากรมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นทุกปี

๓.๒ ช่วงอายุและจำนวนประชากรในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ปี พ.ศ. ๒๕๖๔

ตารางแยกตามช่วงอายุ (ปี) (เฉพาะผู้มีสัญชาติไทย และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน)

อายุ	ชาย	หญิง	รวม	อายุ	ชาย	หญิง	รวม
อายุน้อยกว่า ๑ ปี	๖๐	๔๔	๑๐๔	อายุ ๕๑ ปี	๑๑๖	๑๓๙	๒๕๕
อายุ ๑ ปี	๕๑	๗๑	๑๒๒	อายุ ๕๒ ปี	๑๒๘	๑๔๔	๒๗๒
อายุ ๒ ปี	๔๘	๖๓	๑๑๑	อายุ ๕๓ ปี	๑๒๘	๑๙๕	๓๒๓
อายุ ๓ ปี	๕๑	๖๐	๑๑๑	อายุ ๕๔ ปี	๑๑๔	๑๕๒	๒๖๖
อายุ ๔ ปี	๖๘	๗๓	๑๔๑	อายุ ๕๕ ปี	๑๐๒	๑๘๕	๒๘๗
อายุ ๕ ปี	๘๒	๖๘	๑๕๐	อายุ ๕๖ ปี	๑๑๗	๑๖๕	๒๘๒
อายุ ๖ ปี	๙๕	๗๒	๑๖๗	อายุ ๕๗ ปี	๑๒๑	๑๘๒	๓๐๓
อายุ ๗ ปี	๗๗	๘๖	๑๖๓	อายุ ๕๘ ปี	๑๓๒	๑๙๘	๓๓๐
อายุ ๘ ปี	๙๔	๘๐	๑๗๔	อายุ ๕๙ ปี	๑๒๘	๑๙๖	๓๒๔
อายุ ๙ ปี	๙๙	๙๘	๑๙๗	อายุ ๖๐ ปี	๑๔๘	๒๐๔	๓๕๒
อายุ ๑๐ ปี	๑๑๘	๑๐๔	๒๒๒	อายุ ๖๑ ปี	๑๔๒	๒๑๓	๓๕๕
อายุ ๑๑ ปี	๑๐๖	๙๕	๒๐๑	อายุ ๖๒ ปี	๑๔๑	๑๗๘	๓๑๙
อายุ ๑๒ ปี	๑๑๔	๑๒๑	๒๓๕	อายุ ๖๓ ปี	๑๔๗	๑๙๙	๓๔๖
อายุ ๑๓ ปี	๙๑	๘๕	๑๗๖	อายุ ๖๔ ปี	๑๒๙	๑๙๒	๓๒๑
อายุ ๑๔ ปี	๘๙	๘๕	๑๗๔	อายุ ๖๕ ปี	๑๑๘	๑๘๕	๓๐๓
อายุ ๑๕ ปี	๘๓	๙๖	๑๗๙	อายุ ๖๖ ปี	๑๐๘	๑๔๓	๒๕๑
อายุ ๑๖ ปี	๙๔	๙๖	๑๙๐	อายุ ๖๗ ปี	๑๐๘	๑๔๔	๒๕๒
อายุ ๑๗ ปี	๙๙	๘๐	๑๗๙	อายุ ๖๘ ปี	๑๐๐	๑๗๑	๒๗๑
อายุ ๑๘ ปี	๙๓	๑๐๗	๒๐๐	อายุ ๖๙ ปี	๙๑	๑๓๓	๒๒๔
อายุ ๑๙ ปี	๑๐๕	๙๐	๑๙๕	อายุ ๗๐ ปี	๙๕	๑๑๘	๒๑๓
อายุ ๒๐ ปี	๑๐๑	๑๑๘	๒๑๙	อายุ ๗๑ ปี	๙๕	๑๔๗	๒๔๒
อายุ ๒๑ ปี	๙๓	๙๘	๑๙๑	อายุ ๗๒ ปี	๘๐	๑๐๘	๑๘๘
อายุ ๒๒ ปี	๘๗	๑๑๒	๑๙๙	อายุ ๗๓ ปี	๕๖	๙๖	๑๕๒
อายุ ๒๓ ปี	๙๗	๑๕๑	๒๔๘	อายุ ๗๔ ปี	๖๙	๙๓	๑๖๒
อายุ ๒๔ ปี	๑๐๖	๑๒๒	๒๒๘	อายุ ๗๕ ปี	๔๔	๖๕	๑๐๙
อายุ ๒๕ ปี	๑๑๖	๑๐๖	๒๒๒	อายุ ๗๖ ปี	๔๖	๗๐	๑๑๖
อายุ ๒๖ ปี	๑๔๑	๑๔๗	๒๘๘	อายุ ๗๗ ปี	๕๒	๖๕	๑๑๗
อายุ ๒๗ ปี	๑๕๘	๑๔๓	๓๐๑	อายุ ๗๘ ปี	๒๗	๔๖	๗๓
อายุ ๒๘ ปี	๑๕๒	๑๕๐	๓๐๒	อายุ ๗๙ ปี	๓๓	๓๙	๗๒
อายุ ๒๙ ปี	๑๕๙	๑๖๖	๓๒๕	อายุ ๘๐ ปี	๒๔	๓๖	๖๐



อายุ	ชาย	หญิง	รวม	อายุ	ชาย	หญิง	รวม
อายุ ๓๐ ปี	๑๔๖	๑๕๖	๓๐๒	อายุ ๘๑ ปี	๒๗	๔๙	๗๖
อายุ ๓๑ ปี	๑๕๖	๑๖๘	๓๒๔	อายุ ๘๒ ปี	๒๘	๓๕	๖๓
อายุ ๓๒ ปี	๑๕๓	๑๔๐	๒๙๓	อายุ ๘๓ ปี	๑๙	๓๔	๕๓
อายุ ๓๓ ปี	๑๖๑	๑๖๔	๓๒๕	อายุ ๘๔ ปี	๒๐	๒๐	๔๐
อายุ ๓๔ ปี	๑๓๑	๑๕๔	๒๘๕	อายุ ๘๕ ปี	๑๙	๒๘	๔๗
อายุ ๓๕ ปี	๑๓๘	๑๕๙	๒๙๗	อายุ ๘๖ ปี	๑๙	๑๘	๓๗
อายุ ๓๖ ปี	๑๑๑	๑๖๙	๒๘๐	อายุ ๘๗ ปี	๑๕	๒๔	๓๙
อายุ ๓๗ ปี	๑๔๗	๑๔๕	๒๙๒	อายุ ๘๘ ปี	๘	๑๙	๒๗
อายุ ๓๘ ปี	๑๒๘	๑๖๑	๒๘๙	อายุ ๘๙ ปี	๖	๑๗	๒๓
อายุ ๓๙ ปี	๑๓๑	๑๖๕	๒๙๖	อายุ ๙๐ ปี	๔	๑๐	๑๔
อายุ ๔๐ ปี	๑๓๕	๑๕๖	๒๙๑	อายุ ๙๑ ปี	๔	๗	๑๑
อายุ ๔๑ ปี	๑๔๐	๑๖๕	๓๐๕	อายุ ๙๒ ปี	๓	๙	๑๒
อายุ ๔๒ ปี	๑๖๑	๑๗๘	๓๓๙	อายุ ๙๓ ปี	๑	๔	๕
อายุ ๔๓ ปี	๑๔๒	๑๘๑	๓๒๓	อายุ ๙๔ ปี	๓	๔	๗
อายุ ๔๔ ปี	๑๓๗	๑๙๕	๓๓๒	อายุ ๙๕ ปี	๖	๓	๙
อายุ ๔๕ ปี	๑๔๘	๑๗๓	๓๒๑	อายุ ๙๖ ปี	๑	๔	๕
อายุ ๔๖ ปี	๑๑๕	๑๘๑	๒๙๖	อายุ ๙๗ ปี	๐	๒	๒
อายุ ๔๗ ปี	๑๓๒	๑๘๒	๓๑๔	อายุ ๙๘ ปี	๑	๑	๒
อายุ ๔๘ ปี	๑๔๔	๑๗๘	๓๒๒	อายุ ๙๙ ปี	๑	๑	๒
อายุ ๔๙ ปี	๑๔๔	๑๖๑	๓๐๕	อายุ ๑๐๐ ปี	๐	๐	๐
อายุ ๕๐ ปี	๑๒๓	๑๘๘	๓๑๑	อายุมากกว่า ๑๐๐ ปี	๐	๒	๒

จำนวนประชากรแยกตามหมู่บ้าน

หมู่ที่	ชาย	หญิง	รวม	หมู่ที่	ชาย	หญิง	รวม
หมู่ที่ ๑	๕๗๕	๖๗๖	๑,๒๕๑	หมู่ที่ ๖	๕๓๑	๖๓๙	๑,๑๗๐
หมู่ที่ ๒	๑,๐๙๒	๑,๓๑๕	๒,๔๐๗	หมู่ที่ ๗	๙๔๒	๑,๑๘๓	๒,๑๒๕
หมู่ที่ ๓	๘๗๙	๑,๐๓๑	๑,๙๑๐	หมู่ที่ ๘	๓๖๓	๔๔๑	๘๐๔
หมู่ที่ ๔	๑,๗๑๒	๒,๑๘๒	๓,๘๙๔	หมู่ที่ ๙	๒๓๘	๒๘๘	๕๒๖
หมู่ที่ ๕	๑,๗๑๑	๒,๐๔๗	๓,๗๕๘	หมู่ที่ ๑๐	๘๘๗	๑,๑๕๕	๒,๐๔๒

ที่มาของข้อมูล : สำนักบริหารการทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลเมืองแม่เหิยะ ณ เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๕

สภาพทางสังคม

๓.๓ การศึกษา

เทศบาลเมืองแม่เหิยะ จัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ มาตรา ๑๕ คือ จัดการศึกษาในระบบ นอกระบบ และตามอัธยาศัย

- การศึกษาระดับก่อนวัยเรียน มีโรงเรียนอนุบาล จำนวน ๑ แห่ง มีจำนวนเด็กเล็ก ๑๕๔ คน
- การศึกษาระดับก่อนวัยเรียน มีศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน จำนวน ๑ แห่ง มีจำนวนเด็กเล็ก ๔๒ คน
- การศึกษาระดับประถมศึกษา มีโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต ๑ จำนวน ๓ แห่ง

(ยังไม่ได้รับการถ่ายโอนฯ) มีจำนวนนักเรียน ๔๘๓ คน

- ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) เป็นการจัดการศึกษาให้แก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาส เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตในสังคมตามอัตภาพ โดยการส่งเสริมความรู้ด้านอาชีพพระยะสั้น การอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า การจัดสวนถาด การทำผ้าบาติก เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมกิจกรรมให้แก่เด็ก และเยาวชนทางด้านการกีฬา นันทนาการ และการส่งเสริมงานประเพณีและวัฒนธรรม และมีองค์กรพัฒนาเกี่ยวกับเด็ก เยาวชน กีฬา และศาสนาวัฒนธรรม จำนวน ๓ องค์กร คือ

๑. สภาเด็กและเยาวชน
๒. สภาวัฒนธรรมตำบลแม่เหิยะ
๓. หน่วยอบรมจริยธรรมประจำตำบลแม่เหิยะ
(ที่มา : กองการศึกษา ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๕)

๓.๔ สาธารณสุข

เทศบาลเมืองแม่เหิยะ มีศูนย์บริการสาธารณสุขของเทศบาลเมืองแม่เหิยะ จำนวน ๕ แห่ง ได้แก่

๑. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพบ้านท่าข้ามตำบลแม่เหิยะ มีบุคลากรด้านการแพทย์ ประกอบด้วยพยาบาลวิชาชีพ ๓ คน

๒. กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลเมืองแม่เหิยะ มีบุคลากรด้านการแพทย์ ประกอบด้วยพยาบาลวิชาชีพ ๒ คน นักกายภาพบำบัด ๑ คน

๓. ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูผู้สูงอายุและผู้พิการ หมู่ที่ ๒

๔. ศูนย์สาธารณสุขชุมชนหมู่บ้านป่าจี้ หมู่ที่ ๓

๕. ศูนย์สาธารณสุขชุมชนบ้านวรุณนิเวศน์ หมู่ที่ ๘

โรคที่พบบ่อย ได้แก่ โรคระบบไหลเวียนเลือด เช่น ความดันโลหิต รองลงมา คือ โรคทางเดินหายใจ

(ที่มา : กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๕)

๓.๕ อาชญากรรม

เทศบาลไม่มีเหตุอาชญากรรมเกิดขึ้นแต่มีเหตุการณ์ลักขโมยทรัพย์สินประชาชน ซึ่งเทศบาลได้ดำเนินการป้องกันการเกิดเหตุดังกล่าว จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานพบว่าส่วนมากครัวเรือนมีการป้องกันอุบัติภัยอย่างถูกวิธี และมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน วิธีการแก้ปัญหาของเทศบาลที่สามารถดำเนินการได้ตามอำนาจหน้าที่และงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด คือการติดตั้งกล้องวงจรปิดในจุดที่เป็น ที่สาธารณะ ติดตั้งสัญญาณไฟกระพริบทางร่วมทางแยก รวมทั้งได้ตั้งจุดตรวจ จุดสกัด จุดบริการในช่วงเทศกาลที่มีวันหยุดหลายวันเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชน



๓.๖ ยาเสพติด

ปัญหายาเสพติดในเขตเทศบาล พบว่ามีผู้ที่ติดยาเสพติดแต่เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นถือว่าน้อย และยังไม่พบผู้ค้าเนื้อมาจากเทศบาลได้รับความร่วมมือกับทางผู้นำชุมชน ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยสอดส่องดูแลอยู่เป็นประจำ การแก้ไขปัญหายาเสพติดของเทศบาล เช่น การจัดกิจกรรมรณรงค์ป้องกันการเกิดปัญหาเสพติด การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับยาเสพติด การแจ้งเบาะแสผู้ค้าผู้เสพ รวมถึงการฝึกอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด เป็นต้น

๓.๗ การสังคมสงเคราะห์

เทศบาลได้ดำเนินการด้านสังคมสงเคราะห์ ดังนี้

- (๑) ดำเนินการจ่ายเบี้ยยังชีพให้กับผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ป่วยเอดส์
- (๒) ออกเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุ เด็กแรกเกิด
- (๓) ประสานการทำบัตรผู้พิการ
- (๔) ตั้งโครงการการจ้างนักเรียน/นักศึกษาทำงานช่วงปิดภาคเรียน
- (๕) ตั้งโครงการช่วยเหลือผู้ยากจน ยากไร้ รายได้น้อย และผู้ด้อยโอกาสไร้ที่พึ่ง

๔. ระบบบริการพื้นฐาน

๔.๑ การคมนาคมขนส่ง

สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน ๑ แห่ง

การคมนาคม มีถนนสายหลัก ได้แก่

๑. ทางหลวงหมายเลข ๑๐๘ เชียงใหม่-ฮอด
๒. ทางหลวงหมายเลข ๑๒๑ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่-หางดง (คันคลองชลประทาน)
๓. ทางหลวงหมายเลข ชม ๓๐๒๙ วงแหวนรอบกลางเชียงใหม่

๔.๒ การไฟฟ้า

ในเขตเทศบาลไม่มีหน่วยงานการไฟฟ้า

๔.๓ การประปา

ในเขตเทศบาลไม่มีหน่วยงานการประปา

๔.๔ โทรศัพท์

ในเขตเทศบาลไม่มีหน่วยงานโทรศัพท์

บริการโทรคมนาคม

- โทรศัพท์สาธารณะ จำนวน ๓๒ แห่ง

๔.๕ ไปรษณีย์หรือการสื่อสารหรือการขนส่ง และวัสดุ ครุภัณฑ์

ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข จำนวน ๑ แห่ง

การขนส่ง (บริษัท เคอร์รี่) จำนวน ๑ แห่ง

๕. ระบบเศรษฐกิจ

๕.๑ การเกษตร

ตำบลแม่เหิยะมีเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน ๙๓ ราย เกษตรกรบางรายมีพื้นที่ปลูกอยู่ต่างอำเภอหรือต่างจังหวัด และมีเกษตรกร จำนวน ๑๐ ราย มาจาก

อำเภอหางดงเข้ามาทำการเกษตร (ทำนา) โดยมีพื้นที่ปลูกบริเวณหมู่ที่ ๔ และหมู่ที่ ๕ คิดเป็นพื้นที่ ๑๗๒ ไร่ พืชที่ปลูกในตำบลส่วนใหญ่เป็นข้าว (เพื่อบริโภค) เลี้ยงไก่ ไม้ผลบางส่วน และพืชผัก

๕.๒ การประมง

ในเขตเทศบาลไม่มีการประมง

๕.๓ การปศุสัตว์

ในเขตเทศบาลไม่มีการปศุสัตว์

๕.๔ การบริการ

สถานที่พักผ่อน

- ประเภทกิจการโรงแรม	จำนวน ๔	แห่ง
- ประเภทห้องเช่า	จำนวน ๒๔๙	แห่ง
ธนาคาร	จำนวน ๑๑	แห่ง

๕.๕ การท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะ จำนวน ๔ แห่ง ได้แก่

๑. อุทยานหลวงราชพฤกษ์

เป็นสวนพฤกษศาสตร์ขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ ณ ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ ตำบลแม่เหิยะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถานที่ที่ใช้จัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ ๒๕๕๔ และมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ ๒๕๕๕

๒. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

เป็นสวนสัตว์เปิดที่ตั้งอยู่ในตำบลแม่เหิยะ และตำบลหนองควาย จังหวัดเชียงใหม่ บริเวณด้านหลังทางทิศตะวันตกของอุทยานหลวงราชพฤกษ์เป็นสวนสัตว์ของรัฐบาลภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานพัฒนาปศุสัตว์ (องค์การมหาชน) เปิดให้เข้าชมเป็นครั้งแรกเมื่อ ๑๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๔๘ และเปิดบริการอย่างเป็นทางการเมื่อ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๔๙ ในระยะเริ่มแรกอยู่ในภายใต้การดูแลขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ถือเป็นสวนสัตว์กลางคืนแห่งแรกในประเทศไทย และถือเป็นสวนสัตว์กลางคืนที่ใหญ่ที่สุดในโลก ด้วยขนาดพื้นที่ ๘๑๙ ไร่ ในปัจจุบันเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งวันทั้งในเวลากลางวัน และในเวลากลางคืน

๓. วัดพระธาตุดอยคำ

เป็นวัดที่มีความสำคัญในจังหวัดเชียงใหม่ อายุเก่าแก่กว่า ๑,๓๐๐ ปี ตั้งอยู่บริเวณดอยคำ ด้านหลังอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ห่างจากตัวเมืองประมาณ ๑๐ กิโลเมตร วัดพระธาตุดอยคำยังมีลานชมวิวที่สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์รอบเมืองเชียงใหม่ที่สวยงามตั้งสรวรรคบนดินได้อีกจุดหนึ่ง นอกจากนี้ลานชมวิววัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร และนอกจากนี้ยามค่ำคืนเมื่อมองขึ้นไปบนพระธาตุดอยคำจะเห็นองค์พระธาตุเหลือแสงอร่ามสว่างไสว งดงามยิ่งนัก

๔. น้ำตกตาดหมาให้

เป็นน้ำตกขนาดกลาง ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ ๓ บ้านแม่เหิยะใน ตำบลแม่เหิยะ มีน้ำมากในช่วงฤดูฝนให้นักท่องเที่ยวได้เล่นน้ำอย่างชุ่มฉ่ำ ช่วงฤดูหนาว นักท่องเที่ยวอยากสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิดก็มีลานกางเต็นท์ไว้บริการ รวมถึงเป็นเส้นทางท่องเที่ยว เส้นทางศึกษาธรรมชาติ



๕.๖ อุตสาหกรรม

ลักษณะการประกอบอุตสาหกรรมในท้องถิ่นมี ๒ ประเภท คือ อุตสาหกรรมขนาดเล็ก และ อุตสาหกรรมขนาดกลาง

- | | |
|--|---------------|
| - โรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก (เงินลงทุนไม่เกิน ๑๐ ล้านบาท) | จำนวน ๑๘ แห่ง |
| - โรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลาง (เงินลงทุนไม่เกิน ๑๐-๑๐๐ ล้านบาท) | จำนวน ๒ แห่ง |

๕.๗ การพาณิชย์และกลุ่มอาชีพ

- | | |
|---|----------------|
| สถานีบริการน้ำมัน | จำนวน ๕ แห่ง |
| ศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า (สถานที่จำหน่ายสินค้าปลีกขนาดใหญ่) | จำนวน ๓ แห่ง |
| ร้านค้า | จำนวน ๕๔๐ แห่ง |
| ตลาด | จำนวน ๒ แห่ง |
| สถานพยาบาลเอกชน/คลินิก | จำนวน ๒๕ แห่ง |
| ร้านขายยาแผนปัจจุบัน | จำนวน ๑๖ แห่ง |
| สถานที่จำหน่ายอาหารตามพรบ.สาธารณสุข | จำนวน ๑๑๘ แห่ง |
| สถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ
(ร้านนวด, หอพัก, ร้านซักรีด, ร้านเสริมสวย, ร้านซ่อมรถ, ร้านขายหินดินทราย, โรงงานผลิต
เฟอร์นิเจอร์, โรงงานผลิตแชมพู, ฟิตเนส, การเลี้ยงสัตว์ ฯลฯ) | จำนวน ๒๗๗ แห่ง |

๕.๘ แรงงาน

ประชาชนในเขตพื้นที่ตำบลแม่เหิยะ ร้อยละ ๗๐ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และร้อยละ ๓๐ ประกอบอาชีพรับจ้าง โดยออกไปทำงานรับจ้างทั้งในและนอกพื้นที่

๖. ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม

๖.๑ การนับถือศาสนา

ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ ๙๐ นับถือศาสนาพุทธ รองลงมา คือ ศาสนาอิสลาม และศาสนาคริสต์ มีศาสนสถาน จำนวน ๗ แห่ง ดังนี้

๑. วัดพระธาตุตอดยคำ

เป็นวัดที่มีอายุกว่า ๑,๓๐๐ ปี และถือว่าเป็นวัดที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อดำใจ ซึ่งปัจจุบันมีผู้มากราบไหว้ขอพรจำนวนมาก

๒. วัดศิริมิ่งคลาจารย์ (วัดตำหนักสวนขวัญ)

วัดศิริมิ่งคลาจารย์มีพระศิริมิ่งคลาจารย์ที่ได้ชื่อว่าเป็นนักปราชญ์ของล้านนา เป็นผู้รณาคัมภีร์ต่าง ๆ เมื่อครั้งยังจำพรรษาอยู่ที่วัดตำหนักสวนขวัญ ปัจจุบันทางวัดได้สร้างรูปเหมือนท่านไว้ที่วัด มีผู้คนมากราบไหว้บนบานสานกล่าวขอพรเรื่องของการศึกษาและการสอบ และประสบความสำเร็จเป็นจำนวนมาก

๓. วัดท่าข้าม

เป็นวัดที่มีพระอุโบสถไม้สักที่สวยงามตระการตา

๔. วัดอุโบสถ

เป็นวัดที่มีอุโบสถเก่าแก่กว่า ๔๕๐ ปี และมีพระธาตุกลับหัว



๕. วัดป่าจี้

เป็นสถานที่เก็บพระบรมพุทโธที่ประกอบในพิธีกรรมเลี้ยงดง

๖. วัดต้นปิน

เป็นวัดที่ครูบาศรีวิชัยนักบุญแห่งล้านนาไทยเคยจำพรรษา และปัจจุบันได้มีการจัดสร้างรูปหล่อครูบาศรีวิชัย เพื่อให้ประชาชนได้สักการบูชา

๗. วัดสวนพริก

เป็นวัดที่เก่าแก่ ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติสุเทพ-ปุย ได้รับการบูรณะโดยศรัทธาในพุทธศาสนาโดยทั่วไป

๖.๒ ประเพณีและงานประจำปี

ตำบลแม่เหิยะมีวัฒนธรรมประเพณีที่สำคัญ ดังนี้

๑. ประเพณีเลี้ยงดง

เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตกาล เพื่อให้ประชาชนมีความรักความหวงแหนรักษาป่าไม้ให้คงอยู่และไม่ให้ใครเข้าไปบุกรุกทำลายธรรมชาติป่าต้นน้ำให้เสียหาย โดยวิธีบวงสรวง “ผีปู่แสะ-ย่าแสะ” ที่เชื่อกันว่าปกป้องรักษาป่าไม้ในตำบลแม่เหิยะปีละหนึ่งครั้งผ่านร่างทรงด้วยกระป๋องร่นเขาเพียงหู ๑ ตัว ซึ่งเป็นประเพณีที่เรียกได้ว่าเป็นแห่งเดียวในโลก ประเพณีจะจัดขึ้นทุกวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๙ ของทุกปี (เดือนพฤษภาคม-เดือนมิถุนายน)

๒. ประเพณีตักบาตรเทโวโรหณะ

จัดขึ้นบริเวณหอคำหลวงอุทยานหลวงราชพฤกษ์ เป็นประจำทุกปีในเทศกาลวันออกพรรษา ตรงกับวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๑

๓. ประเพณีต๋ามฮีดตวยฮอย เตียวขึ้นดอยคำ

เป็นประเพณีที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงวันแรม ๘ ค่ำ เดือน ๘ ของทุกปี ซึ่งก่อนหน้าที่จะมีการสรงน้ำพระธาตุวัดดอยคำ ชาวบ้านจะจุดประทัดโปคมไฟเดินขึ้นไปสักการะพระธาตุโดยมีระยะทางกว่า ๔ กิโลเมตร เป็นความเชื่อว่าเป็นการแสดงถึงพลังความศรัทธาในพระพุทธศาสนาและระลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า เป็นการแสดงออกด้วยการเตียวขึ้นดอยคำจนถึงพระธาตุด้วยร่างกายอันแข็งแรงแรงใจอันแน่วแน่ ซึ่งในปัจจุบันเป็นประเพณีเตียวขึ้นดอยคำที่เป็นที่รู้จัก และมีประชาชนเข้าร่วมกันเป็นจำนวนมากทุกปี เพื่อสร้างจิตสำนึก และปลูกฝังให้อนุชน รุ่นหลังมีจิตสำนึกในประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งเสริมให้ประเพณีเตียวขึ้นดอยคำยังคงดำรงอยู่คู่ตำบลแม่เหิยะสืบไป

๖.๓ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษาถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นดินขอ หมู่ที่ ๕ ตำบลแม่เหิยะ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

๖.๔ สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก

- ผลิตภัณฑ์น้ำพริก/ไส้อั่ว
- ผลิตภัณฑ์กระดาศา
- ผลิตภัณฑ์ดอกไม้จากผ้าใยบัวและตุ๊กตาผ้าฝ้าย
- ผลิตภัณฑ์หมอนใบชา
- ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและกระเป๋า
- ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม



- ผลิตภัณฑ์จากกระดาศทิชชู
- งานหัตถกรรมย้อนยุค
- ผลิตภัณฑ์แคบหมู
- ผลิตภัณฑ์หินปั้นทราย
- ผลิตภัณฑ์ทองม้วนสด
- ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้
- ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร
- ผลิตภัณฑ์แฮร์โคทน้ำมันมะพร้าว
- ผลิตภัณฑ์กล่องเก็บชุดเครื่องประดับ

๗. ทรัพยากรธรรมชาติ

๗.๑ น้ำ

น้ำที่ใช้ในการอุปโภคบริโภค ร้อยละ ๙๐ ของครัวเรือนในตำบลแม่เหิยะ ใช้น้ำจากการประปาส่วนภูมิภาค สำหรับน้ำใต้ดินมีปริมาณน้อยไม่สามารถนำขึ้นมาใช้ได้เพียงพอ

๗.๒ ป่าไม้

ป่าไม้ในเขตเทศบาลมีเฉพาะในพื้นที่ชุมชนเกษตรแม่เหิยะใน หมู่ที่ ๓ บ้านป่าจี้ (เป็นพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย)

๗.๓ ภูเขา

อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย

๗.๔ ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ

ในพื้นที่ของเทศบาลส่วนมากเป็นพื้นที่สำหรับที่อยู่อาศัย ร้านค้า สถานประกอบการ ตามลำดับ และมีพื้นที่เพียงเล็กน้อยที่เป็นพื้นที่สาธารณะ ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ได้แก่ ดิน น้ำ ต้นไม้ และอากาศที่ไม่มีมลพิษ เทศบาลได้จัดทำโครงการปลูกต้นไม้ในวันสำคัญต่าง ๆ ในพื้นที่ของตนเอง และที่สาธารณะรวมทั้งปรับปรุงภูมิทัศน์ของเมืองให้ร่มรื่นสวยงามให้เป็นเมืองที่น่าอยู่ เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนโดยทั่วไป

ส่วนที่ ๓

การวิเคราะห์ศักยภาพและเป้าหมายการท่องเที่ยว

สถานการณ์ แนวโน้ม และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

๑. สภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวของไทยและของโลก

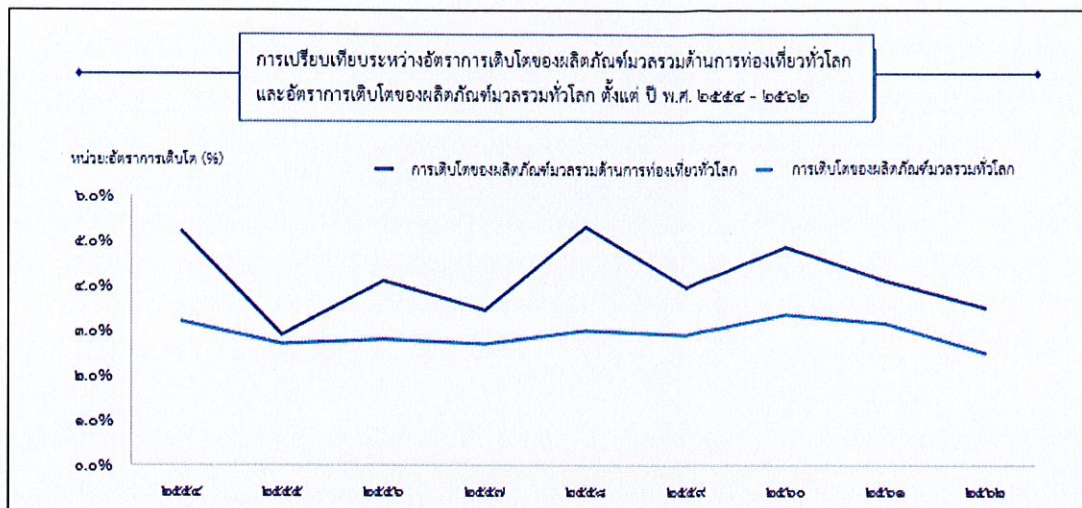
๑.๑ สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก และเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก จากรายงาน UNWTO Tourism Highlights ขององค์การการท่องเที่ยวโลก ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓ พบว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเป็นอันดับที่ ๓ ของโลกคิดเป็นมูลค่า ๑.๗ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ ๗ ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วโลกยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี ทั้งนี้ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นต้นมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกและประเทศไทย พบเจอกับการชะลอตัว อันเป็นผลกระทบมาจากสภาพแวดล้อมและบริบทของโลก สภาวะเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค และความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงมากที่สุดจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ส่งผลให้การเดินทางทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศเกิดการชะงักงันต่อเนื่องเป็นเวลานาน องค์การการท่องเที่ยวโลกคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะลดลงกว่าร้อยละ ๗๕ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งกลับไปอยู่ในระดับเดียวกับเมื่อ ๓๐ ปีเทียบได้เป็นจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ลดลงกว่า ๑ พันล้านคน และคาดว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายประมาณ ๑.๑ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ

การเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลก

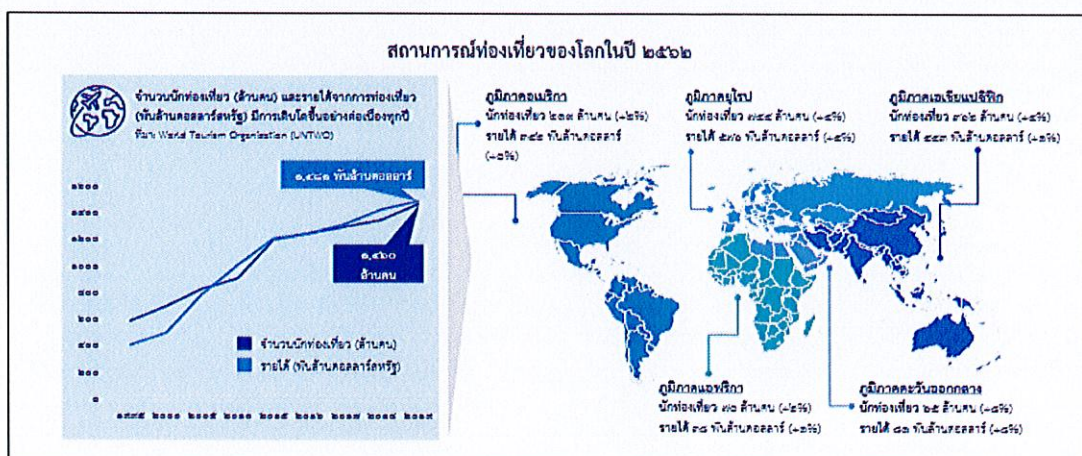
ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของการท่องเที่ยว (WTTC Global Economic Impact Trends) โดยสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council) ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ระบุว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวทั่วโลก อยู่ที่ ๘.๙ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยคิดเป็นร้อยละ ๑๐.๓ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั่วโลก มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ ๓.๕ ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวมของทุกอุตสาหกรรมทั่วโลกที่มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ ๒.๕๔ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวทั่วโลก มีอัตราการเติบโตที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับการเติบโตในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ที่มีการขยายตัวสูงสุดมากกว่าร้อยละ ๕



ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศ (International Tourist) และรายได้ จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourism Receipts) มี อัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ ๑๐ โดยการท่องเที่ยวทั่วโลกมีอัตราการเติบโตระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๒ - ๒๕๖๒ อยู่ที่ร้อยละ ๕๔

ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกอยู่ที่ ๑,๔๖๐ ล้านคน โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ ๔ ซึ่งเป็นการเติบโตที่ชะลอตัวจากปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ในขณะที่รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วโลกพุ่งสูงถึง ๑.๔๕ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตเท่ากับร้อยละ ๓ จากปีก่อนหน้าและถือเป็นการเติบโตที่ชะลอตัวลงจากปี พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑ ที่มีการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ ๕๖

เมื่อวิเคราะห์ภาพรวมของการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคนั้น ๆ พบว่า ภูมิภาคตะวันออกกลางมีการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงที่สุด และภูมิภาคยุโรปมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวสูงที่สุด

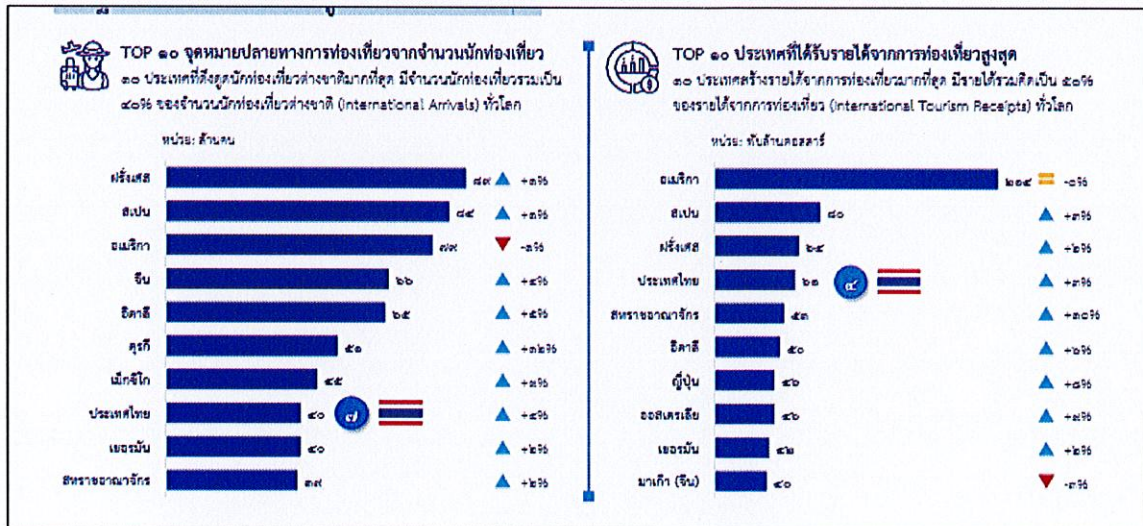


๑๐ อันดับประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (International Arrivals) เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด ๑๐ อันดับแรก สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ ๔๐ ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลก ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศฝรั่งเศสสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากที่สุด อยู่ที่ ๘๙ ล้านคน และมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอยู่ที่ร้อยละ ๑ รองลงมา คือ ประเทศสเปน และสหรัฐอเมริกาอยู่ที่อันดับ ๓ ทั้งนี้ ประเทศไทยถูกจัดอยู่ที่อันดับ ๗ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ทั้งหมด ๔๐ ล้านคน มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเท่ากับร้อยละ ๔

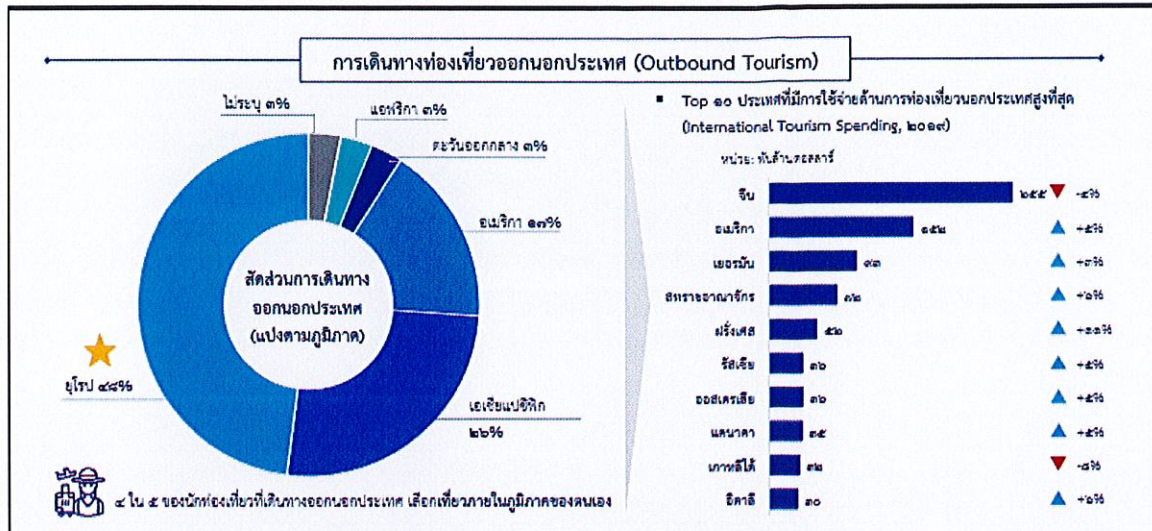
๑๐ อันดับประเทศที่ได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด

ประเทศที่สร้างรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (International Tourism Receipts) และสร้างรายได้จากบริการด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ๑๐ อันดับแรก สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากถึงร้อยละ ๕๐ ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลก ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ สหรัฐอเมริกาได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด อยู่ที่ ๒๑๔ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมา คือ ประเทศสเปน และประเทศฝรั่งเศสทั้งนี้ ประเทศไทยถูกจัดอยู่ที่อันดับ ๔ ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้ทั้งหมด ๖๑ พันล้านดอลลาร์สหรัฐและมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเท่ากับร้อยละ ๓



สัดส่วนการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ

ในแต่ละภูมิภาคทั่วโลกจะมีสัดส่วนระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และการเดินทางท่องเที่ยวออกนอกประเทศ (Outbound Tourism) ที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมหลายประการ เช่น สภาวะเศรษฐกิจของประชาชนในประเทศ สังคมผู้สูงอายุความปลอดภัยของการเดินทาง เป็นต้น โดยเมื่อวิเคราะห์สัดส่วนการเดินทางออกนอกประเทศ (Outbound Tourism) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ จำแนกตามภูมิภาค พบว่า นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป คิดเป็นร้อยละ ๔๘ ของการท่องเที่ยวออกนอกประเทศทั่วโลก รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ภูมิภาคอเมริกา ภูมิภาคตะวันออกกลาง และภูมิภาคแอฟริกา ตามลำดับ



ทั้งนี้ ผลสำรวจจากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก พบว่า ๔ ใน ๕ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศ หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ ๘๐ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคของตนเองด้วย ปัจจัยทางด้านราคา ระยะเวลาในการเดินทาง และความคล้ายคลึงทางด้านภาษาและวัฒนธรรมระหว่างประเทศต้นทางและประเทศปลายทาง และเมื่อพิจารณาจากการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ (International Tourism Spending) พบว่า ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศสูงที่สุด อยู่ที่ ๒๕๕ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีอัตราการลดลงร้อยละ ๔ รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกา และประเทศเยอรมัน

เมื่อพิจารณาสัดส่วนการพึ่งพารายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Spending) และรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (International Spending) ของประเทศในกลุ่มประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของโลกอย่างกลุ่ม G๒๐ จากรายงาน WTTC Global Economic Impact Trends ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓ พบว่าประเทศบราซิลมีสัดส่วนการพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด สูงกว่าร้อยละ ๙๓ รองลงมา คือ ประเทศจีน ที่มีสัดส่วนการพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณร้อยละ ๘๗ โดยมีเพียง ๓ ประเทศเท่านั้น ที่มีสัดส่วนการพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ ประเทศสเปน ประเทศตุรกี และประเทศซาอุดีอาระเบีย

ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วโลก จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนกันยายน ๒๕๖๔ ยังคงได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด - ๑๙ โดยมีอัตราส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงทั่วโลกร้อยละ ๗๖ ในช่วง ๙ เดือนของปี ๒๕๖๔ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี ๒๕๖๒ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลเดิมการท่องเที่ยวมีการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป และยังคงมีความเปราะบางสูง ประกอบกับการระบาดของโรคโควิด - ๑๙ สายพันธุ์ Omicron อาจส่งผลให้เกิดการระบาดใหม่ในช่วงต้นปี ๒๕๖๕ โดยในเดือนธันวาคมพบการระบาดอย่างรวดเร็วในภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรป ดังนั้น ในระยะสั้นอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ในระยะยาว ถ้าอัตราผู้ป่วยรุนแรงไม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ การท่องเที่ยวจะฟื้นตัวต่อเนื่อง

ยิ่งไปกว่านั้น ข้อมูลการฉีดวัคซีนโควิด - ๑๙ ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องทั่วโลก ส่งผลกับการท่องเที่ยวที่เริ่มฟื้นตัวจากการเริ่มเปิดให้มีการเดินทางระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นในช่วงก่อนการระบาดของโรคโควิด - ๑๙ สายพันธุ์ Omicron ซึ่งพบว่ามีส่วนน้อยเท่านั้นที่ยังไม่เปิดพรมแดนรับนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ ๒๑ แต่ในช่วงหลังการระบาดพบว่ารัฐบาลหลายประเทศปรับเปลี่ยนข้อกำหนดในการเดินทางเข้าประเทศส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนชะลอการเดินทางหรือเดินทางได้อย่างล่าช้าเพื่อบรรลุนโยบายการคัดกรองทางสาธารณสุข

อย่างไรก็ตาม สืบเนื่องจากปัญหาเงินเฟ้อโลกสูงและสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างยูเครนและรัสเซีย ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจยุโรป ทำให้การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจมีอุปสรรคมากขึ้น ภาวการณ์ท่องเที่ยวอาจฟื้นตัวได้ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวยุโรปจะเดินทางท่องเที่ยวลดลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากรัสเซีย จำนวนเฉลี่ยวันละ ๖๒๙ คน และในระหว่างวันที่ ๑ - ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕ มีนักท่องเที่ยวรัสเซีย จำนวนเฉลี่ยวันละ ๓๕๖ คน ถึงแม้ว่าในเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๕ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศโดยรวมจะปรับตัวดีขึ้น แต่สถานการณ์เศรษฐกิจโลกกำลังเผชิญปัญหาภาวะเงินเฟ้อ จากสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างยูเครนและรัสเซีย นอกจากนี้ ยังต้องจับตาการแพร่ระบาดของโรคฝีดาษลิงอย่างใกล้ชิดอีกด้วย

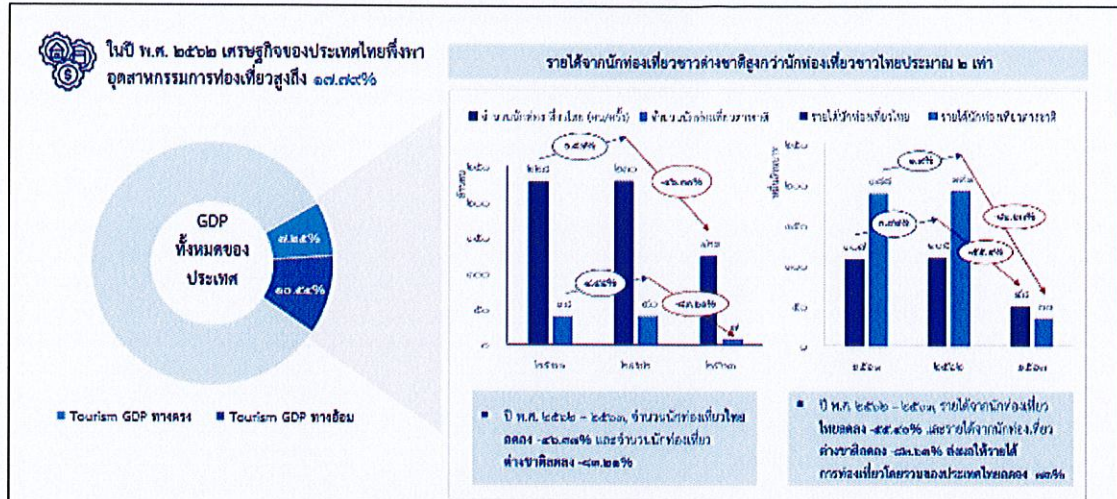
นอกจากนี้ จากการรวบรวมข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO) ในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๕ พบจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด - ๑๙ สะสมทั่วโลก ๕๗๔.๙๐ ล้านคน แม้ว่าการระบาดยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ข้อมูลจำนวนผู้เสียชีวิตน้อยกว่าการระบาดที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความรุนแรงของโรคที่น้อยกว่าสายพันธุ์ก่อนหน้านี้ ขณะเดียวกันสถานการณ์การฉีดวัคซีนมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายที่นำไปสู่การเปิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบ และสถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการกลับมาเปิดรับนักท่องเที่ยว ประกอบกับนโยบายภายในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศสมาชิกได้คล่องตัวมากขึ้น

๑.๒ สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

พ.ศ. ๒๕๖๒ เศรษฐกิจของประเทศไทยมีส่วนการพึ่งพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงถึง ร้อยละ ๑๗.๗๙ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Gross Domestic Product :TGDP) จำแนกออกเป็น ๑) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยวทางตรง (Tourism Direct Gross Domestic Product : TDGDP) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๗.๒๕ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(Gross Domestic Product : GDP) และ ๒) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยวทางอ้อม(Tourism Indirect Gross Domestic Product : TIGDP) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๑๐.๕๔ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP)

โดยเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลสถิติจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Accounts - TSA) พบว่าการเติบโตของมูลค่าการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและต่างประเทศเริ่มเข้าใกล้จุดอิ่มตัว โดยมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีสัดส่วนการพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สูงกว่านักท่องเที่ยวไทยประมาณ ๒ เท่า โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ ๔๐ ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔.๕๕ จากปี พ.ศ. ๒๕๖๑ แต่ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงถึงร้อยละ ๘๓.๒๑ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียงประมาณ ๗ ล้านคน และระหว่างเดือนมกราคมถึงมีนาคมปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียง ๒๐,๑๗๔ คน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙

ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ลดลงถึงร้อยละ ๔๖.๓๗ จากประมาณ ๒๓๐ ล้านคน/ครั้ง ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ ๑๒๓ ล้านคน/ครั้ง และในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ มีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเพียง ๒๖ ล้านคน/ครั้ง เป็นจำนวนที่น้อยที่สุดในรอบ ๔ ปี โดยเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ และมาตรการการรักษาความปลอดภัยและสุขอนามัยของคนไทย ซึ่งส่งผลให้ประชาชนกังวลเรื่องการติดเชื้อและหลีกเลี่ยงการเดินทางออกไปท่องเที่ยว



จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย โดยพบว่าในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ ๑.๐๘ ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๐.๙๗ จากปี พ.ศ. ๒๕๖๑ แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ รายได้จากนักท่องเที่ยวไทยเหลือเพียงประมาณ ๐.๔๘ ล้านล้านบาท ลดลงจากปีก่อนถึงร้อยละ ๕๕.๔ ในส่วนของรายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติ แม้ว่าในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ จะมีสูงถึง ๑.๙๑ ล้านล้านบาท คิดเป็นการเติบโตร้อยละ ๑.๙ จากปี พ.ศ. ๒๕๖๑ แต่เมื่อเกิดมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ โดยการปิดประเทศ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ส่งผลให้รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปีนั้นเหลือเพียง ๐.๓๓ ล้านล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ ๘๒.๖๓ ส่งผลให้รายได้รวมจากการท่องเที่ยวของไทยลดลงไปถึงร้อยละ ๓๗

นอกจากนี้ เมื่อศึกษาสถิติการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจะพบว่าประเทศไทยมีการกระจุกตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวในเพียงบางจังหวัดของประเทศไทย ๑๕ โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ร้อยละ ๕๓.๒๒ ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดในประเทศไทย เดินทางท่องเที่ยวอยู่ใน ๑๐ จังหวัดการท่องเที่ยวหลักของไทยเท่านั้น โดยอันดับหนึ่งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครประมาณ ๖๖ ล้านคน รองลงมาคือ จังหวัดชลบุรีประมาณ ๑๘ ล้านคน และจังหวัดภูเก็ตประมาณ ๑๔ ล้านคน ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะพบว่าร้อยละ ๘๖.๒๗ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติกระจุกตัวอยู่เพียง ๑๐ จังหวัด โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึง ๒๔ ล้านคน รองลงมา คือ จังหวัดภูเก็ตประมาณ ๑๐ ล้านคน และจังหวัดชลบุรีประมาณ ๙ ล้านคนตามลำดับ

ในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราการกระจุกตัวที่น้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเล็กน้อย โดยร้อยละ ๔๘.๑๖ ของนักท่องเที่ยวไทยกระจุกตัวอยู่ใน ๑๐ จังหวัดหลักเช่นกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยกว่า ๔๔ ล้านคน ท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานคร รองลงมา คือ จังหวัดนครราชสีมาที่กว่า ๙ ล้านคน และจังหวัดกาญจนบุรีที่กว่า ๙ ล้านคน



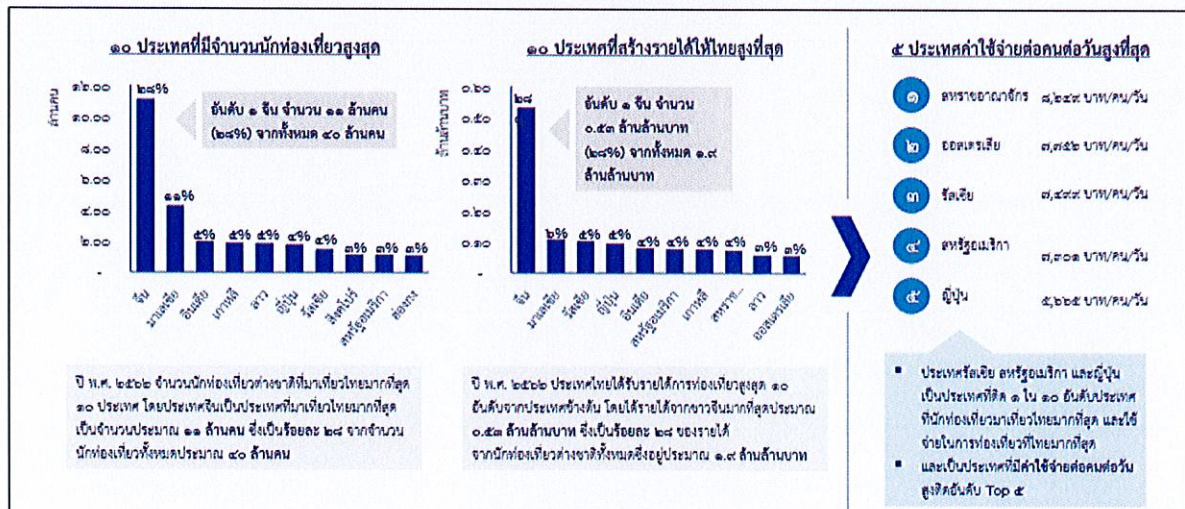
สถิติการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวทั้งหมด		สถิติการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ		สถิติการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	
สัดส่วน	จำนวน (คน)	สัดส่วน	จำนวน (คน)	สัดส่วน	จำนวน (คน)
กรุงเทพมหานคร ๒๑.๘๖%	๖๖,๘๕๖,๖๕๖	กรุงเทพมหานคร ๓๑.๕๖%	๒๘,๘๖๖,๘๖๖	กรุงเทพมหานคร ๓๑.๕๖%	๔๔,๐๖๖,๘๖๖
ชลบุรี ๒.๐๖%	๑๙,๖๐๖,๖๐๖	ภูเก็ต ๑๑.๕๖%	๑๐,๕๖๖,๕๖๖	นครราชสีมา ๑๓.๖๖%	๑๓,๖๖๖,๖๖๖
ภูเก็ต ๑.๙๖%	๑๘,๕๖๖,๕๖๖	ชลบุรี ๑๑.๕๖%	๑๐,๕๖๖,๕๖๖	กาญจนบุรี ๑๒.๖๖%	๑๒,๖๖๖,๖๖๖
เชียงใหม่ ๑.๖๖%	๑๖,๖๖๖,๖๖๖	กระบี่ ๕.๕๖%	๕,๕๖๖,๕๖๖	ชลบุรี ๕.๕๖%	๕,๖๖๖,๕๖๖
นครราชสีมา ๑.๖๖%	๑๖,๖๖๖,๖๖๖	สุราษฎร์ธานี ๕.๖๖%	๕,๕๖๖,๕๖๖	เพชรบุรี ๕.๖๖%	๕,๕๖๖,๕๖๖
กาญจนบุรี ๑.๖๖%	๑๖,๖๖๖,๖๖๖	เชียงใหม่ ๕.๕๖%	๕,๕๖๖,๕๖๖	เชียงใหม่ ๕.๕๖%	๕,๖๖๖,๕๕๕
เพชรบุรี ๑.๖๖%	๑๖,๖๖๖,๖๖๖	พังงา ๕.๕๖%	๕,๕๖๖,๕๖๖	ระยอง ๕.๕๖%	๕,๖๖๖,๕๕๕
สุพรรณบุรี ๑.๖๖%	๑๖,๖๖๖,๖๖๖	สงขลา ๕.๕๖%	๕,๖๖๖,๕๖๖	สุพรรณบุรี ๕.๕๖%	๖,๕๖๖,๕๕๕
ระยอง ๑.๕๖%	๑๕,๕๖๖,๕๕๕	สุพรรณบุรี ๕.๕๖%	๕,๖๖๖,๕๕๕	ประจวบคีรีขันธ์ ๕.๖๖%	๖,๖๖๖,๕๕๕
สงขลา ๑.๕๕%	๑๕,๕๖๖,๕๕๕	สมุทรปราการ ๕.๕๖%	๕,๖๖๖,๕๕๕	ขอนแก่น ๕.๕๖%	๕,๕๖๖,๕๕๕

■ ในปี ๒๕๖๒ ๕๓.๖๖% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดท่องเที่ยวใน ๑๐ จังหวัดการท่องเที่ยวหลักของไทย

■ ๓๖.๖๖% ของนักท่องเที่ยวต่างชาติกระจุกตัวอยู่ใน ๑๐ จังหวัด โดยเฉพาะกรุงเทพฯ

■ ๔๔.๖๖% ของนักท่องเที่ยวไทยกระจุกตัวอยู่ใน ๑๐ จังหวัดหลักเช่นกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเบื้องต้นของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. ๒๕๖๒๑๖ พบว่า ๑๐ ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุดจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดประมาณ ๔๐ ล้านคน ได้แก่ ๑) สาธารณรัฐประชาชนจีน ๒) ประเทศมาเลเซีย ๓) ประเทศอินเดีย ๔) สาธารณรัฐเกาหลี ๕) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ๖) ประเทศญี่ปุ่น ๗) สหพันธรัฐรัสเซีย ๘) ประเทศสิงคโปร์ ๙) สหรัฐอเมริกา และ ๑๐) เขตบริหารพิเศษฮ่องกง ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวจีนมีการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด มีรายละเอียด ดังนี้





๑๐ ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุดในปี พ.ศ. ๒๕๖๒

ตารางแสดงประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุดในปี พ.ศ. ๒๕๖๒

๑๐ ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	สัดส่วนจากนักท่องเที่ยว ทั้งหมดในปี พ.ศ. ๒๕๖๒
๑. สาธารณรัฐประชาชนจีน	๑๑,๑๓๘,๖๕๘	ร้อยละ ๒๘
๒. ประเทศมาเลเซีย	๔,๒๗๔,๔๕๘	ร้อยละ ๑๑
๓. ประเทศอินเดีย	๑,๙๖๑,๐๖๙	ร้อยละ ๕
๔. สาธารณรัฐเกาหลี	๑,๘๘๐,๔๖๕	ร้อยละ ๕
๕. สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	๑,๘๕๖,๗๖๒	ร้อยละ ๕
๖. ประเทศญี่ปุ่น	๑,๗๘๗,๑๘๕	ร้อยละ ๔
๗. สหพันธรัฐรัสเซีย	๑,๔๘๑,๘๓๗	ร้อยละ ๔
๘. ประเทศสิงคโปร์	๑,๑๕๐,๐๒๔	ร้อยละ ๓
๙. สหรัฐอเมริกา	๑,๑๓๖,๒๑๐	ร้อยละ ๓
๑๐. เขตบริหารพิเศษฮ่องกง	๑,๐๙๐,๑๒๑	ร้อยละ ๓

ในส่วนของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ นักท่องเที่ยวจากประเทศที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากที่สุด ๑๐ ประเทศ ได้แก่ ๑) สาธารณรัฐประชาชนจีน ๒) ประเทศมาเลเซีย ๓) สหพันธรัฐรัสเซีย ๔) ประเทศญี่ปุ่น ๕) ประเทศอินเดีย ๖) สหรัฐอเมริกา ๗) สาธารณรัฐเกาหลี ๘) สหราชอาณาจักร ๙) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ๑๐) ประเทศออสเตรเลีย ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากที่สุด มีรายละเอียดดังนี้

๑๐ ประเทศที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยสูงที่สุดในปี พ.ศ. ๒๕๖๒

๑๐ ประเทศที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทย สูงสุด	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วนรายได้จากต่างชาติ ทั้งหมดในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ (%)
๑. สาธารณรัฐประชาชนจีน	๕๓๑,๕๗๖.๖๕	ร้อยละ ๒๘
๒. ประเทศมาเลเซีย	๑๐๗,๔๕๗.๙๗	ร้อยละ ๖
๓. สหพันธรัฐรัสเซีย	๑๐๒,๘๙๕.๐๓	ร้อยละ ๕
๔. ประเทศญี่ปุ่น	๙๓,๗๕๘.๘๔	ร้อยละ ๕
๕. ประเทศอินเดีย	๘๐,๐๓๙.๘๘	ร้อยละ ๔
๖. สหรัฐอเมริกา	๗๖,๘๑๙.๒๔	ร้อยละ ๔
๗. สาธารณรัฐเกาหลี	๗๕,๔๓๕.๗๘	ร้อยละ ๔
๘. สหราชอาณาจักร	๗๒,๓๑๘.๗๓	ร้อยละ ๔
๙. สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	๕๘,๐๓๕.๕๔	ร้อยละ ๓
๑๐. ประเทศออสเตรเลีย	๕๕,๔๐๒.๖๖	ร้อยละ ๓

ถึงแม้ว่าชาวจีนจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด และสร้างรายได้โดยรวมให้กับประเทศไทยมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละประเทศแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันไม่ติดอันดับ ๑ ใน ๕ ของประเทศที่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันสูงที่สุด คือ ๑) สหราชอาณาจักร (๘,๒๔๙ บาทต่อคนต่อวัน) ๒) ประเทศออสเตรเลีย (๗,๗๕๒ บาทต่อคนต่อวัน) ๓) สหพันธรัฐรัสเซีย (๗,๔๙๙ บาทต่อคนต่อวัน) ๔) สหรัฐอเมริกา (๗,๓๐๑ บาทต่อคนต่อวัน) และ ๕) ประเทศญี่ปุ่น (๕,๖๖๕ บาทต่อคนต่อวัน) และเมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยถึง ๒ เท่า

สำหรับในปี ๒๕๖๔ ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๔ จำนวน ๔๒๗,๘๖๙ คน ลดลงร้อยละ ๙๓.๖๒ เปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาซึ่งการระบาดของโรคโควิด - ๑๙ และมาตรการควบคุมการเดินทางยังคงเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO) พบจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด - ๑๙ สะสมทั่วโลก ๒๘๕.๖๕ ล้านคน เพิ่มขึ้นจากเดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๔ ที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อสะสม ๒๖๑.๖๔ ล้านคนแสดงให้เห็นว่าการระบาดยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ข้อมูลจำนวนผู้เสียชีวิตน้อยกว่าการระบาดในอดีตแสดงให้เห็นว่าความรุนแรงของโรคน้อยกว่าสายพันธุ์ก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การฉีดวัคซีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมีผลต่อการเปิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการเปิดประเทศของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

ในขณะที่สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๔ มีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยสะสม ๕๓.๐๓ ล้านคน - ครั้ง ลดลงร้อยละ ๔๑.๔๔ มีรายได้สะสม ๒.๑๖ แสนล้านบาท ลดลงร้อยละ ๕๕.๑๕ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยภาพรวมการท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยปรับตัวดีขึ้นตามสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ประกอบกับภาครัฐได้ดำเนินการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการเดินทางภายในประเทศ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และบริบทในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๕ การท่องเที่ยวของไทยปรับตัวดีขึ้นหลังจากที่มีการยกเลิกการลงทะเบียนผ่านระบบไทยแลนด์พาส (Thailand Pass) โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไม่ได้ท่องเที่ยวต่างประเทศมาเป็นระยะเวลานาน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม - กรกฎาคม ๒๕๖๕ จำนวน ๓,๒๐๔.๑๗๗ คน ขยายตัวร้อยละ ๕,๓๗๖.๙๔ และมีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม - กรกฎาคม ๒๕๖๕ ๗๘.๓๒ ล้านคน-ครั้ง ขยายตัวร้อยละ ๒๑๐.๑๐ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ห่วงโซ่คุณค่าและภาคการผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Supply-Side)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างงานสร้างรายได้เป็น ๑ ใน ๑๐ ของงานทั่วโลก หรือประมาณ ๓๓๐ ล้านงาน และในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวทั่วโลก คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๓ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจากทั่วโลก อีกทั้งในปีเดียวกันผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Gross Domestic Product : T GDP) ยังมากถึงร้อยละ ๑๗.๗๙ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการดำเนินงานของหลากหลายภาคส่วนร่วมกัน หากพิจารณาถึงห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยอ้างอิงจากกรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

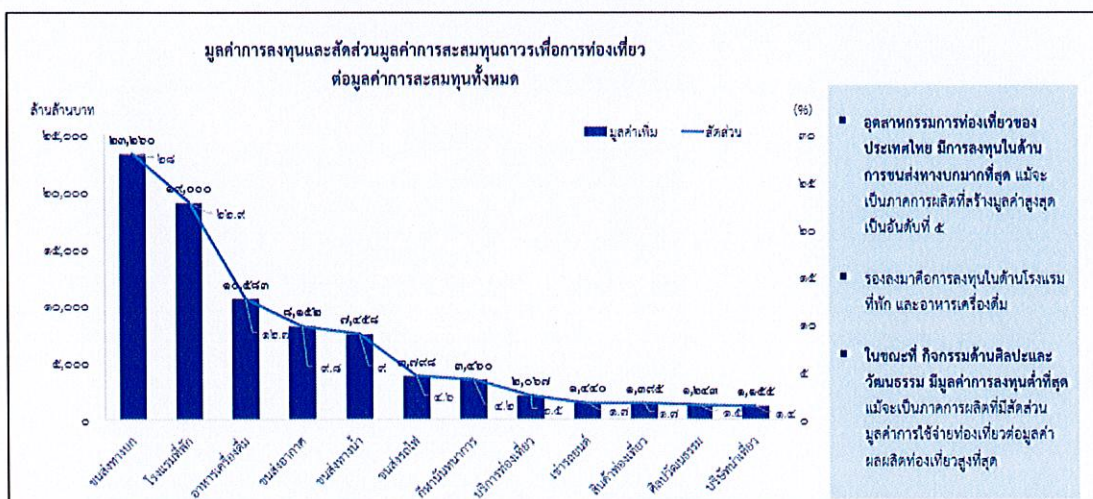
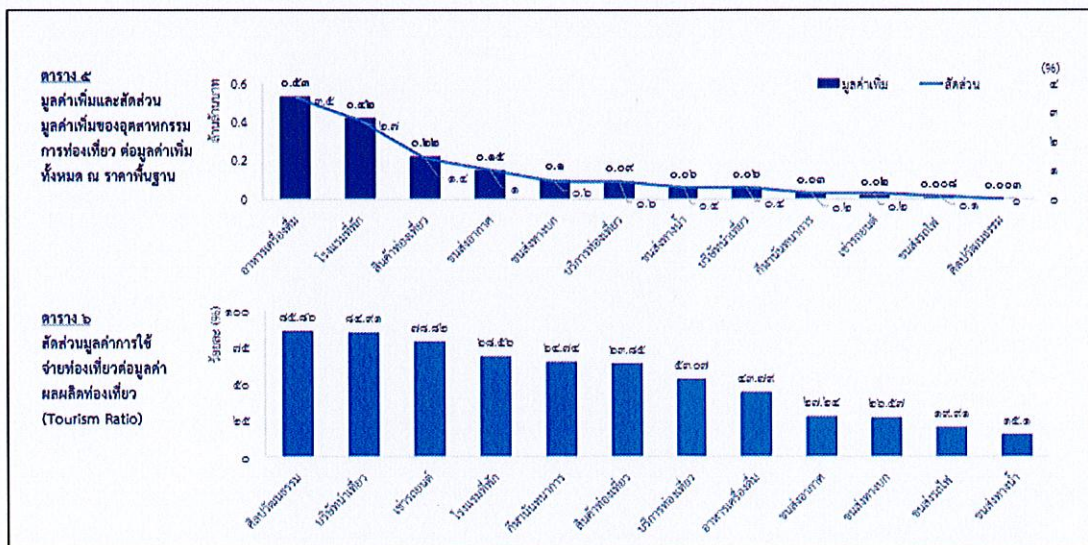
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) จะประกอบไปด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องหลายภาคส่วนตั้งแต่องค์กรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ไปจนถึงการบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



- องค์การการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งจะแบ่งออกเป็น
 - ๑) องค์การที่เกี่ยวข้องจากประเทศต้นทาง ได้แก่ หน่วยงานด้านอินเทอร์เน็ต หน่วยงานให้บริการศูนย์ข้อมูลบริษัททัวร์นำเที่ยว เป็นต้น
 - ๒) องค์การที่เกี่ยวข้องในประเทศเปลี่ยนผ่าน ได้แก่ องค์การธุรกิจนำเที่ยวสายการบินต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
- หน่วยงานทางการคมนาคมและขนส่ง เช่น บริษัทให้บริการเช่ารถ หน่วยงานให้บริการศูนย์ข้อมูลรถเช่าทางสาธารณะ บริษัทบริการรถแท็กซี่ บริษัทบริการเรือสำราญ หน่วยงานให้บริการศูนย์ข้อมูลการเดินทาง เป็นต้น
- หน่วยงานให้บริการที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ บ้านรับรองแขก โฮสเทล เป็นต้น
- ร้านบริการอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ร้านอาหารและบาร์ ไนต์คลับ ร้านอาหารจานด่วน ของที่ระลึกประเภทอาหาร ผู้บริการอาหารอัตโนมัติ เป็นต้น
- ของที่ระลึกและงานหัตถกรรม เช่น ร้านขายของหัตถกรรม ช่างฝีมือ กิจกรรมหัตถกรรม เป็นต้น
- สินทรัพย์การท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ
 - ๑) สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เช่น โบราณคดีชุมชนท้องถิ่น พิพิธภัณฑสถาน ที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้
 - ๒) สินทรัพย์ทางธรรมชาติ เช่น ทะเลสาบ แม่น้ำ ภูเขา ป่าไม้ ดอกไม้และพันธุ์พืชต่าง ๆ
- ด้านความบันเทิง เช่น การแสดง บริษัทบริการมรดกโลก มรดกโลกอิสระ ผู้นำทางหรือที่เลี้ยงโปรแกรมท่องเที่ยว บริการสุขภาพและสปา เป็นต้น

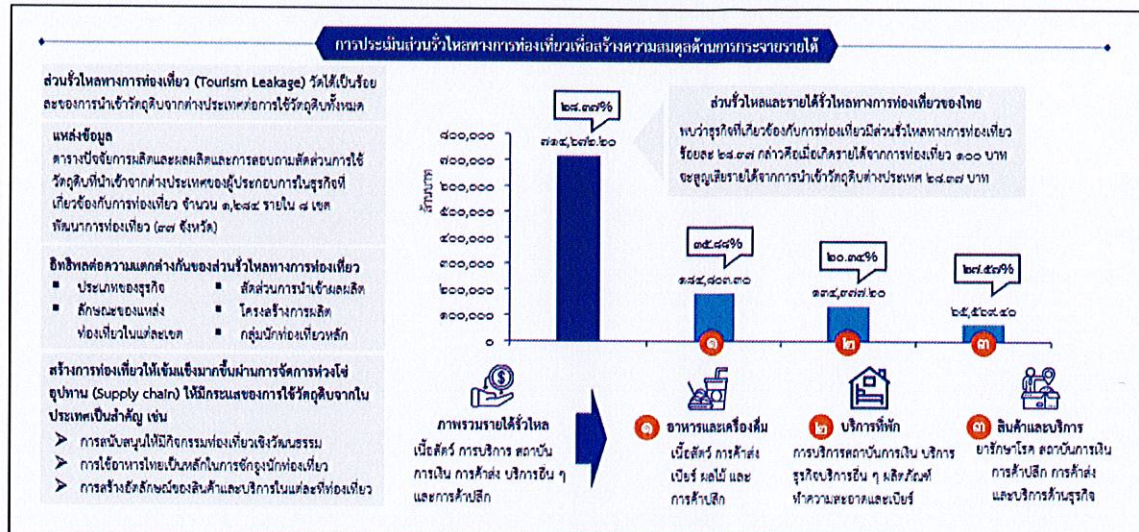
- การบริการสนับสนุน เช่น ศูนย์บริการข้อมูลต่าง ๆ ร้านค้าต่าง ๆ ร้านซักรีด หน่วยงานดูแลความปลอดภัยและธนาคาร ร้านอินเทอร์เน็ตและร้านกาแฟ
- การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น หน่วยงานจัดการของเสีย วัดถูกก่อสร้าง บริษัทพลังงานและน้ำ หน่วยงานด้านการศึกษา หน่วยงานด้านการสื่อสาร และหน่วยงานดูแลความปลอดภัยและสุขอนามัย

เมื่อวิเคราะห์สถิติจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Accounts – TSA) ในด้านสาขาการผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้ง ๑๒ สาขา จะพบว่า ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ภาคการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มสูงที่สุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ ๑) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ที่ ๕๓๒,๙๘๑ ล้านบาท ๒) การบริการโรงแรมและที่พัก อยู่ที่ ๔๑๗,๙๓๓ ล้านบาท และ ๓) การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ที่ ๒๒๐,๔๒๗ ล้านบาท ในขณะที่สัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวต่อมูลค่าผลผลิตในภาคการท่องเที่ยวของไทย ที่มีสัดส่วนสูงที่สุดคือ กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยกลับมีการลงทุนในด้านการขนส่งทางบกมากที่สุด แม้จะเป็นภาคการผลิตที่สามารถสร้างมูลค่าสูงสุดเพียงอันดับที่ ๕ เท่านั้น ในขณะที่ กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรมซึ่งเป็นสาขาการผลิตที่มีสัดส่วนมูลค่าการใช้จ่ายท่องเที่ยวต่อมูลค่าผลผลิตท่องเที่ยวสูงที่สุด กลับเป็นสาขาการผลิตที่มีมูลค่าการลงทุนน้อยที่สุด



การประเมินส่วนรั่วไหลทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลด้านการกระจายรายได้

รายได้จากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งจำเป็นต้องสูญเสียไปกับการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ เช่น เนื้อสัตว์ สุรา เบียร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงค่าธรรมเนียมสถาบันการเงิน เป็นต้น เพื่อนำไปประกอบการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์เรียกส่วนที่สูญเสียจากการนำเข้าวัตถุดิบเหล่านี้ว่า “ส่วนรั่วไหลทางการท่องเที่ยว Tourism Leakage” โดยวัดได้เป็นร้อยละของการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศต่อการใช้วัตถุดิบทั้งหมด

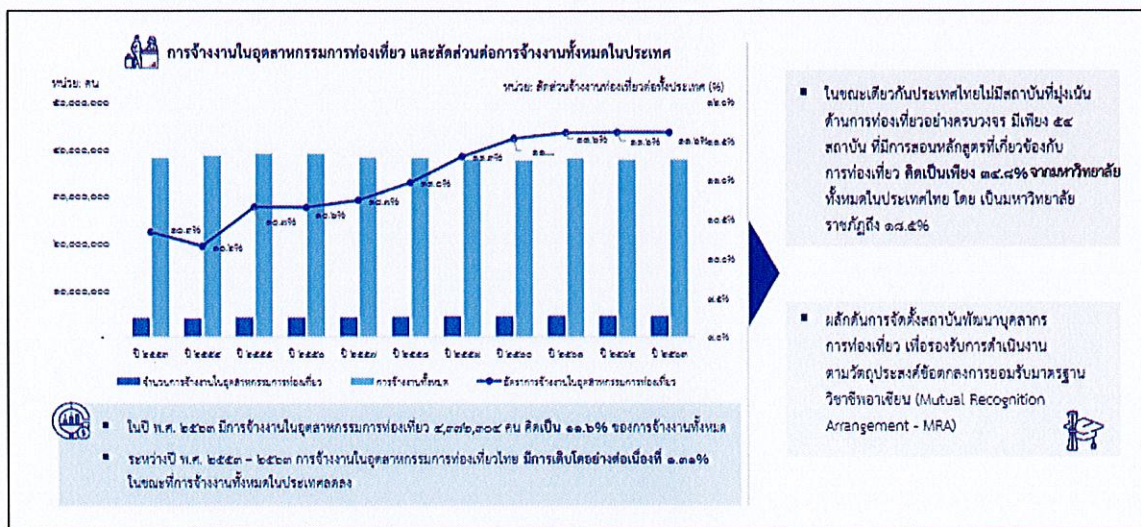


ผลการประเมินการรั่วไหลทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวม พบว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีส่วนรั่วไหลทางการท่องเที่ยวร้อยละ ๒๘.๓๗ กล่าวคือ เมื่อเกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ๑๐๐ บาท จะสูญเสียรายได้จากการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ๒๘.๓๗ บาท โดยภาพรวมรายได้รั่วไหลมาจากการนำเข้าเนื้อสัตว์ การใช้บริการสถาบันการเงิน การใช้บริการการค้าส่ง การใช้บริการอื่น ๆ และการใช้บริการการค้าปลีกเป็นหลัก ซึ่งคิดเป็นรายได้รั่วไหลทางการท่องเที่ยวของปี พ.ศ. ๒๕๕๙ จะเท่ากับ ๗๑๔,๖๗๒.๒ ล้านบาท โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมี ๓ ประเภทธุรกิจหลัก ได้แก่ ๑) ธุรกิจที่พักมีรายได้รั่วไหลประมาณ ๑๓๔,๓๗๗.๒ ล้านบาท (ร้อยละ ๒๐.๓๔) ๒) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม มีรายได้รั่วไหลประมาณ ๑๘๔,๘๐๓.๓ ล้านบาท (ร้อยละ ๒๗.๕๗) และ ๓) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและให้บริการมีรายได้รั่วไหลประมาณ ๖๕,๕๖๙.๔ ล้านบาท (ร้อยละ ๒๗.๕๗)

อย่างไรก็ตาม สัดส่วนปริมาณรายได้รั่วไหลของแต่ละธุรกิจจะมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว สัดส่วนการนำเข้าผลผลิต โครงสร้างการผลิต และกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องกำหนดแนวทางต่าง ๆ เพื่อลดสัดส่วนรั่วไหลทางการท่องเที่ยวให้ลดลง โดยผ่านการจัดห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ให้มีกระแสของการใช้วัตถุดิบในประเทศเป็นสำคัญหรือเป็นส่วนที่ผสมผสานกับวัตถุดิบจากต่างประเทศ เช่น การสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าและบริการในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวไทย การสนับสนุนให้ใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบในประเทศไทยก็จะส่งผลให้ส่วนรั่วไหลของรายได้ลดลง และยังช่วยให้เกิดการกระจายรายได้มาสู่คนไทยมากยิ่งขึ้น

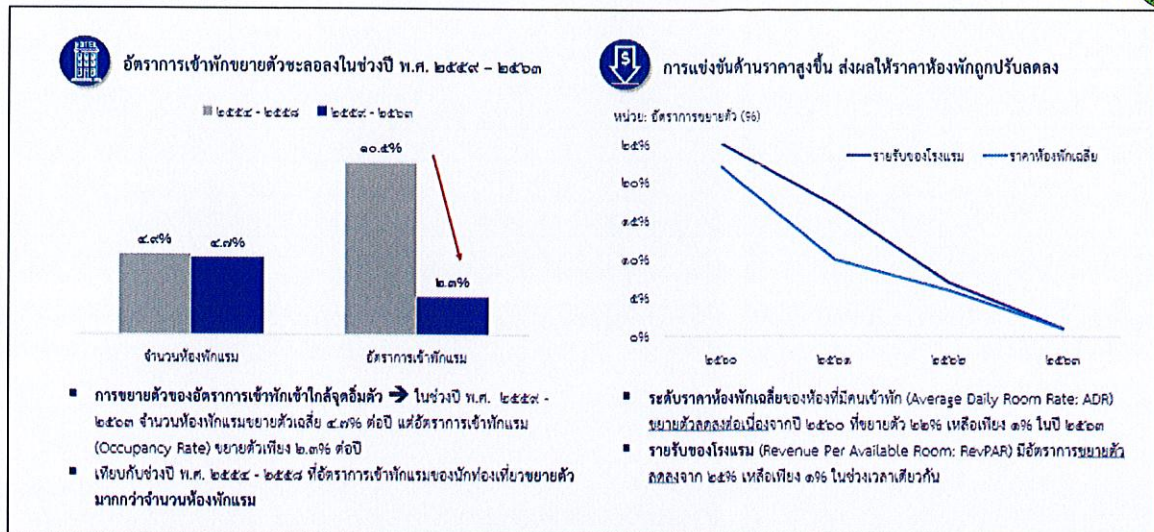
จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างอาชีพและเพิ่มโอกาสในการจ้างงานเช่นกันอ้างอิงจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account : TSA) อัตราการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ ในขณะที่ ระหว่างปีพ.ศ. ๒๕๕๓ – ๒๕๖๒ การจ้างงานทั้งหมดในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตที่ ลดลงที่ ร้อยละ ๑.๑ ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งสิ้น ๔,๓๗๒,๓๐๔ คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๑๑.๖ ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศไทย๒๒ อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีเพียง ๕๔ สถาบันเท่านั้นที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนหรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคิดเป็นเพียงร้อยละ ๓๔.๘ จากมหาวิทยาลัยทั้งหมดของประเทศไทย และไม่มีสถาบันใดที่ติด ๕๐ อันดับมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพด้านหลักสูตรการท่องเที่ยวและการโรงแรมของโลกโดยการจัดอันดับของ QS World University Ranking ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาสถาบันการศึกษาที่เน้นเฉพาะเจาะจงด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบอย่างครบวงจรจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

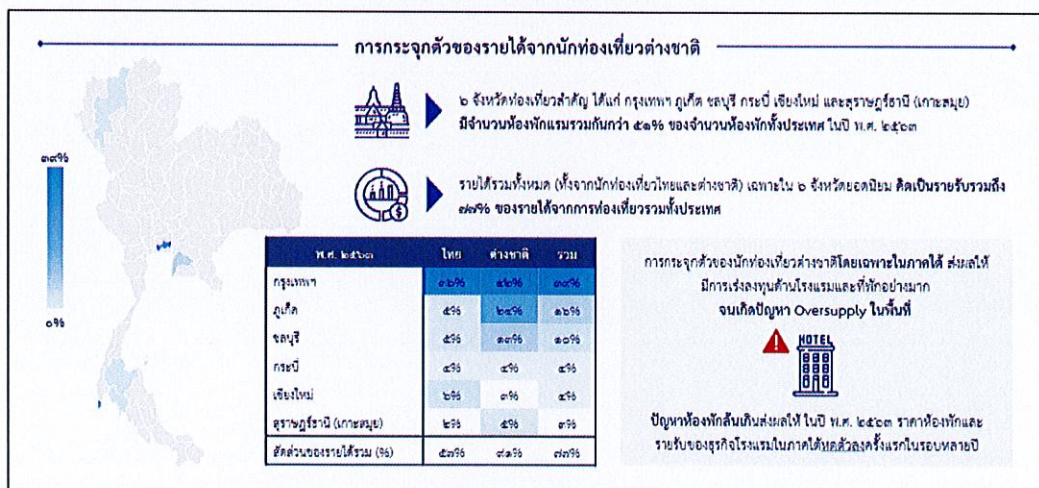


จำนวนที่พักหนาแน่นในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ

การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่ทวีความรุนแรงขึ้น ส่งผลให้เกิดการกดดันราคาห้องพักในบางพื้นที่ในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๗ – ๒๕๖๑ ธุรกิจโรงแรมและที่พักระดับกลางและราคาประหยัด (Midscale Hotels และ Budget Hotels) มีสัดส่วนของตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ ๖๔ โดยมีอัตราการเติบโตสูงกว่าร้อยละ ๑๐ ในขณะที่โรงแรมระดับหรู (Luxury Hotels) มีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ ๖ และมีสัดส่วนของตลาดลดลงจากร้อยละ ๔๐ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ เป็นร้อยละ ๓๕ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑๒๔ อันเป็นผลมาจาก ๒ ปัจจัยหลัก ได้แก่ ๑) การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย ซึ่งมีงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่เน้นท่องเที่ยวแบบประหยัด ๒) การเปิดรับเทคโนโลยี และแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงโรงแรมและที่พักในแต่ละระดับราคาได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีงบประมาณการท่องเที่ยวจำกัด นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีที่พักราคาประหยัดที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องจำนวนมาก นำไปสู่จำนวนห้องพักที่สูงขึ้นจนเกิดภาวะอุปทานห้องพักมากกว่าความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Oversupply) เนื่องจากเกิดอุปทานห้องพักที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่มีอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ชะลอตัวลง



อีกทั้งยังมีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองสำคัญด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต จังหวัดชลบุรี (พัทยา) จังหวัดกระบี่ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) ซึ่งในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีจำนวนห้องพักรวมกันเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ ๕๑ ของจำนวนห้องพักแรมทั้งหมดในประเทศไทย โดยในพื้นที่ ๖ จังหวัดดังกล่าว สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๙๑ ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด และสามารถสร้างรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมดสูงถึงร้อยละ ๗๗ ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศ



ต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในภาคการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่ที่ประมาณ ๒๒๖,๘๓๓ ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๑๘.๘๙ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Gross Domestic Product: TGDPI)๒๗ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- การใช้ทรัพยากรทางน้ำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อยู่ที่ ๗๔๕ ล้านลูกบาศก์เมตร คิดเป็นร้อยละ ๔.๕๙ ของภาครวมการใช้น้ำภายในประเทศ หรือคิดเป็นมูลค่า ๖,๖๙๓.๘๒ ล้านบาท
- การใช้พลังงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อยู่ที่ ๕๒๐ ล้านเมกะจูล คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๖๗ ของการใช้พลังงานในภาคอุตสาหกรรมในประเทศ หรือคิดเป็นมูลค่า ๒๑๑,๑๒๗.๑๕ ล้านบาท

- ### ภาคการท่องเที่ยวไทย

มีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่



๒๒๒,๘๓๓ ล้านบาท(๑)

คิดเป็นสัดส่วน Tourism GDP ๑๘.๘๓% ของ

ภาคการท่องเที่ยวไทย

มีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่



๒๒๒,๘๓๓ ล้านบาท(๑)

คิดเป็นสัดส่วน Tourism GDP ๑๘.๘๓% ของ

การใช้ไฟฟ้าในภาคท่องเที่ยว

๓๕๕ ล้านล้านบาท คิดเป็น ๔.๕๖% ของภาครวม หรือ ๒,๒๓๓.๑๒ ล้านบาท(๑)



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคท่องเที่ยว ๓๐.๖ ล้านตัน CO₂ คิดเป็น ๑.๒๖% ของภาครวม หรือ ๒๓๕.๕๕ ล้านบาท(๑)



การสร้างขยะในภาคท่องเที่ยว ๓๐๓,๓๓๓ ตัน คิดเป็น ๒.๖๗% ของภาครวม หรือ ๓,๓๑๕.๖๔ ล้านบาท(๑)

การใช้พลังงานในภาคท่องเที่ยว

๕๒๐ ล้านแกลลอน คิดเป็น ๑.๖๒% ของภาครวม หรือ ๒๑๔,๑๓๕.๕๕ ล้านบาท(๑)



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคท่องเที่ยว ๓๐.๖ ล้านตัน CO₂ คิดเป็น ๑.๒๖% ของภาครวม หรือ ๒๓๕.๕๕ ล้านบาท(๑)



การสร้างขยะในภาคท่องเที่ยว ๓๐๓,๓๓๓ ตัน คิดเป็น ๒.๖๗% ของภาครวม หรือ ๓,๓๑๕.๖๔ ล้านบาท(๑)

สัดส่วนการสร้างขยะในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรายสาขา

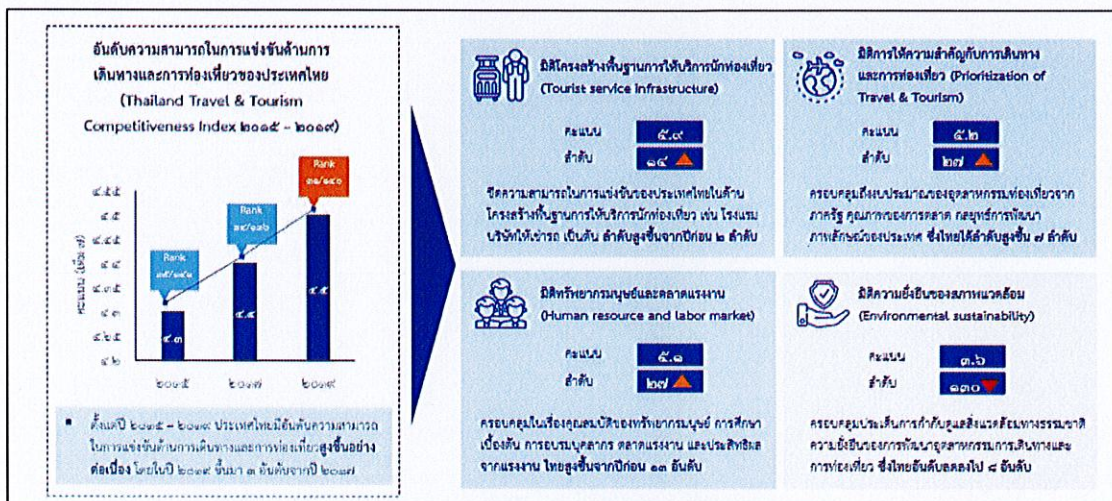
 - อันดับที่ ๑ คัดค้านการ รื้อถอนอาคาร คิดเป็น ๒๓.๕๖%
 - อันดับที่ ๒ โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ที่พัก คิดเป็น ๒๑.๐๗%
 - อันดับที่ ๓ การขนส่งโดยสารทางรถยนต์ คิดเป็น ๑๙.๗๖%
 - อันดับที่ ๔ การขนส่งโดยสารทางอากาศ คิดเป็น ๑๑.๑๖%
 - อันดับที่ ๕ การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว คิดเป็น ๗.๕๖%

หมายเหตุ: ๑) ราคาเฉลี่ย ปีฐานปี ๒๕๕๑-๒๕๕๓ (ปีฐานราคาปี ๒๕๕๑) คิดเป็นมูลค่าปี ๒๕๕๓ (TSA-SSEA) ของประเทศภายใน ปี ๒๕๕๓(๑)

- การจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มิติด้านทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ที่อันดับ ๑๐ จาก ๑๔๐ ประเทศ ในขณะที่มิติด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม อยู่ที่อันดับ ๑๓๐ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติแต่ไม่มีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

၈၉

สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum : WEF) ได้ จัดทำรายงานการประเมินอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวสำหรับหลายประเทศทั่วโลก (Travel & Tourism Competitiveness Report : TTCR) ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลการประเมินอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒๓๑ พบว่าประเทศไทยมีอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ประเทศไทยได้คะแนนเฉลี่ย ๔.๓ คะแนน จากคะแนนเต็ม ๗ คะแนน โดยมีอันดับอยู่ที่ ๓๕ จาก ๑๔๑ ประเทศทั่วโลก ในปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ประเทศไทยได้คะแนนเฉลี่ย ๔.๔ คะแนน โดยมีอันดับสูงขึ้น ๑ อันดับ อยู่ที่อันดับ ๓๔ จาก ๑๓๖ ประเทศทั่วโลก และในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศไทยได้คะแนนเฉลี่ย ๔.๕ คะแนน และมีอันดับอยู่ที่ ๓๑ จาก ๑๔๐ ประเทศทั่วโลก (สูงขึ้นถึง ๓ อันดับ) ทั้งนี้คะแนนของประเทศไทยที่ได้ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ พิจารณาจากทั้งหมด ๑๔ ดัชนีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งการจัดอันดับในปีนี้พบว่าประเทศไทยมีดัชนีที่มีอันดับเพิ่มขึ้นจากเดิมจำนวน ๙ รายการ มีดัชนีที่มีอันดับลดลงจำนวน ๔ รายการ และมีดัชนีที่มีอันดับคงที่เท่าเดิมจำนวน ๑ รายการ มีรายละเอียด ดังนี้



แผนส่งเสริมการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2566 – 2570)เทศบาลเมืองแม่เหิยะ

เมื่อวิเคราะห์ผลการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel and Tourism Competitiveness Index : TTCI) ของประเทศไทยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ เปรียบเทียบกับผลการจัดอันดับของต่างประเทศแล้ว พบว่าประเทศไทยเป็นอันดับที่ ๙ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจากประเทศสิงคโปร์ ประเทศนิวซีแลนด์ และประเทศมาเลเซีย ที่อยู่ในอันดับ ๖ อันดับ ๗ และอันดับ ๘ ตามลำดับโดยมีอันดับดีขึ้น ๓ อันดับจากการจัดอันดับในปี พ.ศ. ๒๕๖๐ และมีอันดับคงที่เป็นอันดับที่ ๓ ของภูมิภาคอาเซียน (รองจากประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย) ทั้งนี้ สามารถกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีผลการจัดอันดับอยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีศักยภาพสูงในด้านสถานที่ท่องเที่ยว นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว แต่มีคะแนนด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการเดินทางต่อเนื่องทางบกที่ต่ำ

- ประเทศไทยมีอันดับในมิติความปลอดภัยต่ำที่สุดเป็นอันดับ ๒ ในอาเซียน (รองจากประเทศฟิลิปปินส์) และอยู่ที่อันดับ ๑๑๑ ของโลก โดยมีผลการจัดอันดับในปัจจุบันที่ย่ำแย่ลง เช่น ด้านการพึงพาบริการจากเจ้าหน้าที่ตำรวจอยู่ที่อันดับ ๑๐๗ ซึ่งต่ำลงจากปีก่อนถึง ๔๗ อันดับด้านผลกระทบทางธุรกิจจากการเกิดอาชญากรรมอยู่ที่อันดับ ๘๗ เป็นต้น

- ประเทศไทยมีอันดับในมิติสุขภาพและอนามัยต่ำที่สุดเป็นอันดับ ๔ ในอาเซียน ร่วมกับประเทศเวียดนาม และอยู่ที่อันดับ ๘๘ ของโลก โดยมีอันดับด้านความหนาแน่นของบริการทางการแพทย์(Physician density) ค่อนข้างต่ำ อยู่ที่อันดับ ๙๗ ของโลก

- ประเทศไทยมีอันดับในมิติด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมต่ำที่สุดเป็นอันดับที่ ๓ ในอาเซียน(รองจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศเวียดนาม) และอยู่ที่อันดับ ๑๓๐ ของโลก ซึ่งเป็นมิติที่มีอันดับน่ากังวลมากที่สุด มีอันดับด้านความเข้มงวดของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ที่ ๑๐๔ ของโลก ต่ำลงจากปีก่อนหน้า ๔ อันดับ มีอันดับความหนาแน่นของฝุ่นละออง PM ๒.๕ อยู่ที่ ๑๓๑ ของโลก ต่ำลงจากปีก่อนหน้า ๕ อันดับ และมีอันดับสิ่งมีชีวิตที่มีความเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์อยู่ที่ ๑๑๑ ของโลก ต่ำลงจากปีก่อนหน้า ๗ อันดับ

อย่างไรก็ดี เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีศักยภาพสูงในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและอาเซียนแล้วพบว่าประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในมิติการแข่งขันด้านราคา มีคะแนน ๕.๘ อยู่ที่อันดับ ๒๕ ของโลก ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีผลการจัดอันดับรวมเป็นที่ ๑ ในเอเชีย มีคะแนนอยู่ที่ ๔.๘ อยู่ที่อันดับ ๑๑๓ ของโลก นอกจากนี้ยังโดดเด่นในมิติทรัพยากรธรรมชาติ มีคะแนน ๔.๘ อยู่ที่อันดับ ๑๐ ของโลก และเป็นอันดับที่ ๑ ในอาเซียน ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีผลการจัดอันดับรวมเป็นที่ ๑ ในอาเซียน มีคะแนนอยู่ที่ ๒.๒ อยู่ที่อันดับ ๑๒๐ ของโลก

อย่างไรก็ดี ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ทำให้สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum - WEF) ไม่ได้มีการเผยแพร่การจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว ในปี ๒๕๖๔ (มีการจัดอันดับครั้งล่าสุด คือ ปี ๒๕๖๒) และได้มีการปรับปรุงพัฒนาดัชนีจากเดิม คือ ดัชนีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel and Tourism Competitiveness Index : TTCI) เป็นดัชนีของการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Development Index : TTDI) โดยได้มีการเผยแพร่รายงานการศึกษาดัชนีการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยวประจำปี ๒๕๖๔ เพื่อการฟื้นฟูอนาคตอย่างยืดหยุ่นและยั่งยืน หรือ TTDI (Travel & Tourism Development Index ๒๐๒๑ : Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future) ซึ่งประเทศไทยมีอันดับ TTDI อยู่ในลำดับที่ ๓๖ จาก ๑๑๗ ประเทศทั่วโลก

ปัจจุบัน สภาเศรษฐกิจโลก (WEF) ได้มีการปรับปรุงปัจจัยในการจัดทำดัชนีชี้วัดใหม่ หรือ TTDI แบ่งออกเป็น ๕ ด้าน คือ ๑) ปัจจัยเอื้อด้านสิ่งแวดล้อม (Enabling Environment) ๒) นโยบายและเงื่อนไขการเดินทางและการท่องเที่ยว (T&T Policy & Conditions) ๓) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ๔) ปัจจัยขับเคลื่อนความต้องการการเดินทางและการท่องเที่ยว (T&T Demand Drivers) และ ๕) ความยั่งยืนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (T&T Sustainability) ทั้งนี้ สภาเศรษฐกิจโลกปรับปรุงปัจจัยในการจัดทำดัชนีชี้วัดใหม่ที่สำคัญ คือปัจจัยที่ ๑๖ ความยืดหยุ่นและเงื่อนไขด้านเศรษฐกิจและสังคม (Socioeconomic Resilience and Conditions) โดยพิจารณาจากปัจจัยย่อย เช่น อัตราความยากจน การปกป้องดูแลประชาชนทางสังคม รวมถึงกลุ่มแม่และเด็ก ผู้ว่างงาน ผู้พิการ ผู้สูงอายุ ความเสมอภาคทางเพศ สิทธิของผู้ใช้แรงงาน เป็นต้น ปัจจัยที่ ๑๗ ความต้องการและความกดดัน และผลกระทบการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Demand Pressure and Impact) โดยพิจารณาจากปัจจัยย่อย เช่น จำนวนวันพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Inbound length of stay) ความสนใจในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศ คุณภาพของเมืองและศูนย์กลางการท่องเที่ยว (Quality of town and city centres) เป็นต้น

อันดับ TTDI ของประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ ๓๖ จาก ๑๑๗ ประเทศทั่วโลก ในปี ๒๕๖๔ มีคะแนนรวม ๔.๓ จากคะแนนเต็ม ๗ คะแนน ปัจจัยที่ประเทศไทยได้คะแนนที่น่าพึงพอใจ ๓ อันดับแรก มีดังนี้

- โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ อันดับที่ ๑๓
- ด้านทรัพยากรธรรมชาติ อันดับที่ ๑๔
- ด้านทรัพยากรที่ไม่ใช่เพื่อการพักผ่อน* (เช่น การเป็นสถานที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ขององค์กร/บริษัทต่างชาติ/จำนวนเมืองที่เป็นที่ยอมรับระดับโลก) อันดับที่ ๑๖ (* ตัวชี้วัดใหม่) ปัจจัยที่ประเทศไทยควรมีการปรับปรุง พัฒนาและยกระดับให้ดีขึ้น มีดังนี้
- ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม อันดับที่ ๙๗
- ด้านความมั่นคงและความปลอดภัย อันดับที่ ๙๒
- ด้านการให้ความสำคัญกับการเดินทางและท่องเที่ยว อันดับที่ ๘๘

การจัดทำดัชนีการพัฒนาระบบการเดินทางและการท่องเที่ยว (TTDI) ปี ๒๕๖๔ ของสภาเศรษฐกิจโลก (WEF) ครอบคลุมการพัฒนาของประเทศทั้งในมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในประเด็นด้านสังคมได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนมากขึ้น อันเนื่องมาจากผลกระทบของโควิด - ๑๙ ดังนั้น หน่วยงานทุกภาคส่วนจึงมีบทบาทสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การยกระดับและพัฒนามาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทาง การพัฒนาเมืองสู่ขนานมัย ความปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมให้เมืองหลักและเมืองรองเป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าอยู่

๑.๓ การคาดการณ์การฟื้นฟูการท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙

การวิเคราะห์การฟื้นตัวของการท่องเที่ยวไทย หลังจากเกิดสภาวะหยุดนิ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ พิจารณาใน ๓ ปัจจัยหลัก ได้แก่ ๑) ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวไทย ๒) ปัจจัยการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ประกอบไปด้วย แผนการฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิดของประเทศไทย อัตราการฉีดวัคซีนของชาวไทยและชาวต่างชาติ และ ๓) บริบทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

ทั้งนี้ ปัจจัยภายนอกจะพิจารณาจากความสามารถในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของโลก โดยองค์กรและสถาบันวิจัยจำนวนมากคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวโลกจะกลับมาเป็นปกติ (เทียบเท่ากับปี พ.ศ. ๒๕๖๒) ภายในระยะเวลา ๒ - ๔ ปี โดย บริษัท Bloomberg คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวโลกจะกลับมาฟื้นฟูปอย่างเต็มที่ในปี พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) จะสามารถฟื้นตัวได้รวดเร็วกว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) McKinsey & Company และ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่าสถานะการท่องเที่ยวโลกจะสามารถฟื้นตัวได้ปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ในขณะที่ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO)^{๓๙} คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวโลกจะกลับสู่ภาวะปกติได้ระหว่าง ต้นปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ไปจนถึงกลางปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ซึ่งขึ้นอยู่กับมาตรการกำหนดการจำกัดการเดินทาง ความล่าช้าในการจัดการกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ความมั่นใจของนักท่องเที่ยว ความร่วมมือระหว่างประเทศและความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ UNWTO ยังคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวในแถบเอเชียแปซิฟิกจะฟื้นตัวภายในระยะเวลาเดียวกัน เช่นเดียวกับ บริษัทเงินทุนระหว่างประเทศ (International Finance Corporation : IFC) สถาบันการเงินในเครือธนาคารโลก (World Bank)^{๔๐} คาดการณ์ว่าถึงแม้ว่าจะมีการฉีดวัคซีนอย่างทั่วถึงและการท่องเที่ยวสามารถกลับมาดำเนินกิจการได้ดังเดิม แต่การท่องเที่ยวโลกจะฟื้นตัวกลับมาได้ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ เนื่องจากภาคการผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องเผชิญกับต้นทุนที่สูงขึ้นตามมาตรฐานด้านความสะอาดและสุขอนามัย

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ประกอบไปด้วยแผนการฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิดของประเทศไทย อัตราการฉีดวัคซีนของชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่าประเทศไทยมีแผนการฉีดวัคซีนโควิด - ๑๙ ให้ครบทุกกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๑๐๐ ล้านโดส ครอบคลุมร้อยละ ๗๐ ของประชากรในประเทศไทย ภายในปี ๒๕๖๔ (พ.ศ. - ธ.ค. ๒๕๖๔) โดยในปัจจุบัน ประเทศไทยมีการจัดหาวัคซีนแล้ว ๖๓ ล้านโดสและอยู่ระหว่างการจัดซื้อวัคซีนเพิ่มเติม ทั้งนี้ ประชากรไทยได้รับการฉีดวัคซีนอย่างน้อย ๑ โดสแล้วทั้งสิ้น ๒๕,๙๔๔,๔๑๑ ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ ๓๗ ของจำนวนประชากรไทย(ข้อมูล ณ วันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๔) ในขณะเดียวกัน ยอดรวมการฉีดวัคซีนทั่วโลกอย่างน้อย ๑ โดสอยู่ที่ร้อยละ ๓๓ ของประชากรทั่วโลก

ประเทศเป้าหมายที่สำคัญหลังการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ กลุ่มประเทศที่ประเทศไทยควรให้ความสำคัญในด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรกภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ที่พิจารณาจากค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว การเดินทางมาซ้ำของนักท่องเที่ยว (Revisit) และการคาดการณ์การฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ของประเทศดังกล่าว โดยพบว่าประเทศมีค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางสูง มีอัตราการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยซ้ำ ได้รับการฉีดวัคซีนครบตามเป้าหมาย และควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศออสเตรเลีย สหพันธรัฐรัสเซีย และประเทศญี่ปุ่น



ลำดับ	ประเทศ	ค่าใช้จ่ายต่อหัว (บาท/วัน/คน)
๑)	สหราชอาณาจักร	๘,๒๔๙
๒)	ประเทศออสเตรเลีย	๗,๗๕๒
๓)	สหพันธรัฐรัสเซีย	๗,๔๙๙
๔)	สหรัฐอเมริกา	๗,๓๐๑
๕)	ประเทศญี่ปุ่น	๕,๖๖๕
๖)	สาธารณรัฐประชาชนจีน	๕,๑๕๔
๗)	ประเทศอินเดีย	๔,๔๐๘
๘)	สาธารณรัฐเกาหลี	๔,๓๓๒
๙)	สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	๓,๓๗๕
๑๐)	ประเทศมาเลเซีย	๒,๗๑๕

ลำดับ	ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้า (ร้อยละ)
๑)	สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	๙๖.๑๖
๒)	ประเทศญี่ปุ่น	๗๗.๑๙
๓)	ประเทศออสเตรเลีย	๗๓.๖๒
๔)	ประเทศมาเลเซีย	๗๒.๖๖
๕)	สหราชอาณาจักร	๗๐.๙๐
๖)	ประเทศเยอรมนี	๖๘.๑๒
๗)	สหพันธรัฐรัสเซีย	๖๕.๘๙
๘)	สหรัฐอเมริกา	๖๓.๙๘
๙)	ประเทศอินเดีย	๕๙.๗๐
๑๐)	สาธารณรัฐประชาชนจีน	๔๙.๑๐

ลำดับ	ประเทศ	ระยะเวลาการฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 (ปี)
๑)	ประเทศอินเดีย	๕
๒)	สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	๒
๓)	สหพันธรัฐรัสเซีย	๑.๕
๔)	ประเทศญี่ปุ่น	๑.๕
๕)	ประเทศมาเลเซีย	๑.๕
๖)	ประเทศออสเตรเลีย	๑
๗)	สาธารณรัฐเกาหลี	๑
๘)	สาธารณรัฐประชาชนจีน	๑
๙)	สหราชอาณาจักร	๐.๕
๑๐)	สหรัฐอเมริกา	๐.๕

(หมายเหตุ: ข้อมูล ณ วันที่ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๖๔ ที่มา: The Economist Intelligence Unit)

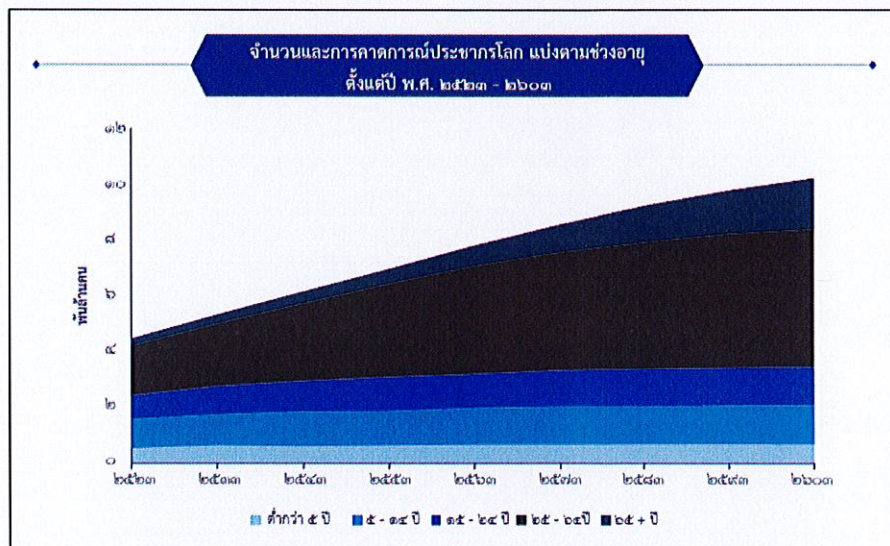
แผนส่งเสริมการท่องเที่ยว (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) เทศบาลเมืองแม่เหิยะ

๑.๓ โครงสร้างประชากรโลกและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

จากข้อมูลประชากรโลกของสหประชาชาติ (United Nations)๔๓ แสดงให้เห็นแนวโน้มของจำนวนประชากรโลกที่มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ ๕๑ ปีขึ้นไปที่มีอัตราการเติบโตเร็วที่สุดจนกลายเป็น “สังคมผู้สูงอายุ” ซึ่งเป็นกลุ่ม Baby Boomers ผู้เกิดภายหลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ หรือระหว่างปี พ.ศ. ๒๔๘๙ – ๒๕๐๗ จากการสำรวจของ TripAdvisor.com และ Virtuoso ผู้สูงอายุกลุ่มนี้ชื่นชอบรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากกลุ่ม Generation X และกลุ่ม Millennials เป็นอย่างมาก โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุมักมีลักษณะในการท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนี้

• ผู้สูงอายุจะมีงบประมาณการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่ม Generation X และกลุ่ม Millennials ถึง ๑.๕ เท่า

- มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจสูงที่สุด
- มีความสนใจในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น
- การตัดสินใจท่องเที่ยวไม่ได้รับอิทธิพลจากราคาเที่ยวบินหรือข้อเสนอราคาพิเศษมากนัก
- พึ่งพาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดั้งเดิมเป็นหลัก



ผลงานวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลของ TripAdvisor และ Virtuoso๔๕ พบว่า ระหว่าง ๓ กลุ่มนักท่องเที่ยว ๑) Baby Boomers อายุ ๕๑ ปีขึ้นไป ๒) Generation X อายุ ๓๖ ปีขึ้นไป และ ๓) Millennials อายุ ๑๗ ปีขึ้นไป กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มที่แสดงถึงโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพในการท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล มีเวลาพำนักรต่อการเดินทางที่ยาวนานประมาณ ๑๕ วัน ถึง ๑ เดือน มองหาความสะดวกสบายและความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง ซึ่งส่งผลให้ต้องมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นตามไปด้วย จากผลการสำรวจแนวโน้มการท่องเที่ยวประจำปีของ AARP Research๔๖ (พ.ศ. ๒๕๖๔) พบผลสำรวจว่า ยังมีกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังไม่ยกเลิกความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวและต้องการที่จะไปท่องเที่ยวในโลกกว้าง ร้อยละ ๕๔ วางแผนที่จะท่องเที่ยวในปีพ.ศ. ๒๕๖๔ และร้อยละ ๑๓ ของกลุ่มผู้สูงอายุวางแผนท่องเที่ยวทางทะเลด้วยเรือสำราญ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรในแต่ละช่วงอายุ

	Baby Boomers (อายุ ๕๑ ปีขึ้นไป)	Generation X (อายุ ๓๖ ปีขึ้นไป)	Millennials (อายุ ๑๗ ปีขึ้นไป)
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (USD)	๘,๗๓๖	๕,๗๐๐	๒,๙๑๕
รูปแบบการท่องเที่ยว			
ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนหย่อนใจ	๘๒%	๗๙%	๗๗%
การจองบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	๘๔%	๘๒%	๙๐%
การเปรียบเทียบตัวเลือกทางออนไลน์	๗๒%	๗๑%	๘๐%
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว			
สังคมและวัฒนธรรม	๕๒%	๔๖%	๔๖%
คำแนะนำจากเพื่อน	๒๒%	๒๘%	๓๖%
ราคาค่าตัวเครื่องบินถูก	๑๓%	๒๑%	๓๖%
ข้อเสนอแพ็คเกจที่หักราคาถูกพิเศษ	๒๒%	๒๓%	๑๘%
ความเฉพาะเจาะจงของที่พัก	๒๐%	๑๘%	๑๓%
สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ			
ภาพยนตร์	๕%	๑๐%	๑๘%
โทรทัศน์	๑๑%	๑๙%	๒๒%
สื่อสิ่งพิมพ์	๓๕%	๓๗%	๑๕%

แหล่งที่มา: EIC analysis based on data from TripAdvisor and Virtuoso

กลุ่มประชากรชาว Generation X (เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๐๘ – ๒๕๒๓) หรือประชาชนที่มีอายุประมาณ ๓๖ ปีขึ้นไป จากการศึกษารายงานเจาะเทรนด์โลก ๒๐๒๑ โดยศูนย์สร้างสรรค์ (TCDC) ๔๗ พบว่าเป็นกลุ่มที่ชอบงานอดิเรก (Hobbies) ที่แปลกใหม่ให้ตนเองอยู่เสมอ โดยไม่ได้คำนึงว่ากิจกรรมเหล่านั้นคือสิ่งที่ทำในยามว่าง แต่กลับมองว่าเป็นการให้เวลากับตัวเอง ร้อยละ ๕๗ ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องโภชนาการทางอาหาร การออกกำลังกาย และปั่นจักรยานทัวร์นาเมนต์ ตัวอย่างของการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มประชากรนี้ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) เป็นต้น

สำหรับกลุ่มประชากรชาว Millennial หรือ Generation Y (เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๒๔ – ๒๕๓๙) จากรายงานเจาะเทรนด์โลก ๒๐๒๑ ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) พบว่าร้อยละ ๗๓ ใช้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลาย เช่น อินสตาแกรม สแนปแชท ดิกต็อก เป็นต้น จึงส่งผลให้มีโอกาสทางธุรกิจขึ้นเกิดเป็นธุรกิจประเภท Direct-to-Consumer และร้อยละ ๗๗ มักจะซื้อเครื่องดื่มและโพสต์ลงโซเชียลทุก ๆ สัปดาห์ส่งผลต่อรายได้ การเติบโตของร้านกาแฟ ร้านขนมไม่มูก และร้านอาหารที่กำลังเป็นที่นิยม ณ ขณะนั้น ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจบริการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy) หรือการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Travel) ที่ไม่พึ่งพามัคคุเทศก์ เป็นต้น

สำหรับประชากรชาว Generation Z (เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๐ – ๒๕๕๕) เป็นกลุ่มคนที่เกิดมากับโลกดิจิทัลอย่างแท้จริงเติบโตมาพร้อมกับความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา รายงานเจาะแนวโน้มโลก ๒๐๒๑ ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) กล่าวว่าร้อยละ ๓๓ ใช้เวลามากกว่า ๖ ชั่วโมงต่อวันในโลกออนไลน์ อย่างไรก็ตาม คนกลุ่มนี้ชอบท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมกับคนในชุมชน เช่น การทำกิจกรรม Workshop การทำงานฝีมือการทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้าน เป็นต้น คนกลุ่มนี้ไม่สนใจสินค้าหรือโฆษณาจากผู้มีอิทธิพล (Influencers) แต่จะติดตามบุคคลที่มีลักษณะคล้ายหรือมีความสนใจเรื่องเดียวกัน

แผนส่งเสริมการท่องเที่ยว (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) เทศบาลเมืองแม่เหิยะ

รูปแบบการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงในด้านของโครงสร้างกลุ่มนักท่องเที่ยว ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว (Tourism marketing technique must adapt to a digital era) จากการวิเคราะห์โครงสร้างประชากรข้างต้น รวมถึงการวิจัยของธนาคารกรุงศรี พ.ศ. ๒๕๖๔ แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันมีประชากรในประเทศไทยอาศัยอยู่ร่วมกันมาก และแต่ละกลุ่มประชากรมีลักษณะพฤติกรรม และความชอบในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การสื่อสารการตลาดต้องปรับตัว

การตลาดต้องปรับตัวให้ทันสมัย (Marketing New Version)				
ปัจจุบันโครงสร้างประชากรค่อนข้างหลากหลาย รวมถึงแต่ละกลุ่มคนยังมีความแตกต่างกัน				
ทางพฤติกรรมและความต้องการทางการท่องเที่ยว				
Generation	อายุ	Travel Preference	วิธีการสื่อสาร	การเปลี่ยนแปลงการตลาด
Generation Z	< 14 ปี - 14 ปีเต็ม (Gen Z)	- ไม่โลภ - ผู้กระตือรือร้น - มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี - มีความรู้เกี่ยวกับ	ใช้โซเชียลมีเดีย	- ความเคลื่อนไหว - ใช้โซเชียลมีเดีย - ใช้โซเชียลมีเดีย
Generation Y	14 - 24 ปี - 24 ปีเต็ม (Millennial)	- มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี - มีความรู้เกี่ยวกับ - มีความรู้เกี่ยวกับ	ใช้โซเชียลมีเดีย	- ความเคลื่อนไหว - ใช้โซเชียลมีเดีย - ใช้โซเชียลมีเดีย
Generation X	24 - 34 ปี - 34 ปีเต็ม (Generation X)	- มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี - มีความรู้เกี่ยวกับ - มีความรู้เกี่ยวกับ	ใช้โซเชียลมีเดีย	- ความเคลื่อนไหว - ใช้โซเชียลมีเดีย - ใช้โซเชียลมีเดีย
Boomer	34 - 44 ปี - 44 ปีเต็ม (Boomer)	- มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี - มีความรู้เกี่ยวกับ - มีความรู้เกี่ยวกับ	ใช้โซเชียลมีเดีย	- ความเคลื่อนไหว - ใช้โซเชียลมีเดีย - ใช้โซเชียลมีเดีย
Silent	44 - 54 ปี - 54 ปีเต็ม (Silent)	- มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี - มีความรู้เกี่ยวกับ - มีความรู้เกี่ยวกับ	ใช้โซเชียลมีเดีย	- ความเคลื่อนไหว - ใช้โซเชียลมีเดีย - ใช้โซเชียลมีเดีย

• การตลาดหลากหลายช่องทางอย่างไร้รอยต่อ (Omnichannel Marketing) ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเป้าหมายในหลากหลายช่องทางที่เชื่อมโยงช่องทางต่าง ๆ รวมเป็นหนึ่งเดียวโดยผสมผสานช่องทางการสื่อสารทั้งแบบออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) เข้าด้วยกัน

• การตลาดผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และสร้างเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม (Social Media Marketing) จากการศึกษาสถิติผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยปี พ.ศ. ๒๕๖๔ พบผู้ใช้งานมากถึง ๕๕ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๗๘.๗ ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่ค่อนข้างมาก รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์แต่ละที่จะมีการแสดงผลและการใช้งานที่แตกต่างกัน ดังนั้น การสร้างสรรค์และนำเสนอเนื้อหาจึงจำเป็นต้องปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ของแต่ละแพลตฟอร์ม

• การสื่อสารการตลาดอย่างตรงใจนักท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Personalized Marketing by Big Data Analysis) เนื่องจากการที่จะทราบได้ถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการรวบรวมข้อมูลจำนวนมหาศาลของนักท่องเที่ยว เข้าด้วยกัน พร้อมทั้งวิเคราะห์เพื่อนำผลลัพธ์มาปรับปรุงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งผ่านการตลาดที่ตรงใจ

• การตลาดผ่านการสร้างเนื้อหาด้วยตัวผู้ใช้เอง (User Generated Content : UGC) การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวนั้นสร้างเนื้อหาและเผยแพร่ผ่านช่องทางของตนเอง จะเป็นการสื่อสารการตลาดที่เกิดจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของนักท่องเที่ยวตลอดจนทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น ๆ ได้มากยิ่งขึ้น

• การสื่อสารการตลาดผ่านผู้มีอิทธิพล (Influencers) เนื่องจากผู้มีอิทธิพลเป็นบุคคลที่มีผู้ติดตามค่อนข้างมาก และได้รับความเชื่อถือจากผู้ติดตามเหล่านั้น ดังนั้นการตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลจึงสามารถส่งผลต่อการ

ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวคนอื่นที่ติดตามผู้มีอิทธิพลนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ • การตลาดผ่านช่องทางที่เป็นที่ได้รับความนิยมจากชีวิตประจำวัน เนื่องจากประชาชนมีพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์อยู่เป็นประจำเพื่อความบันเทิง หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ของแต่ละคน อย่างไรก็ตาม การสื่อสารการตลาดสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านละคร หรือภาพยนตร์จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำหรับการตลาดในปัจจุบัน

๑.๔ รูปแบบและประเภทการท่องเที่ยวศักยภาพสูงของไทย

พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เปลี่ยนไปจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ รวมทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก (Mega Trend) ความพร้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ทั้งในด้านของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว ความยั่งยืนของทรัพยากรและวัฒนธรรม และโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ พบว่ามีประเภทการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพ ๗ ประเภท ได้แก่ ๑) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative Tourism) ๒) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) ๓) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ๔) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย (Medical and Wellness Tourism) ๕) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ (Coastal Maritime and River Tourism) ๖) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงอนุภูมิภาค ชุมชน และนานาชาติ (Connectivity Tourism) และ ๗) การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Tourism) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative Tourism)

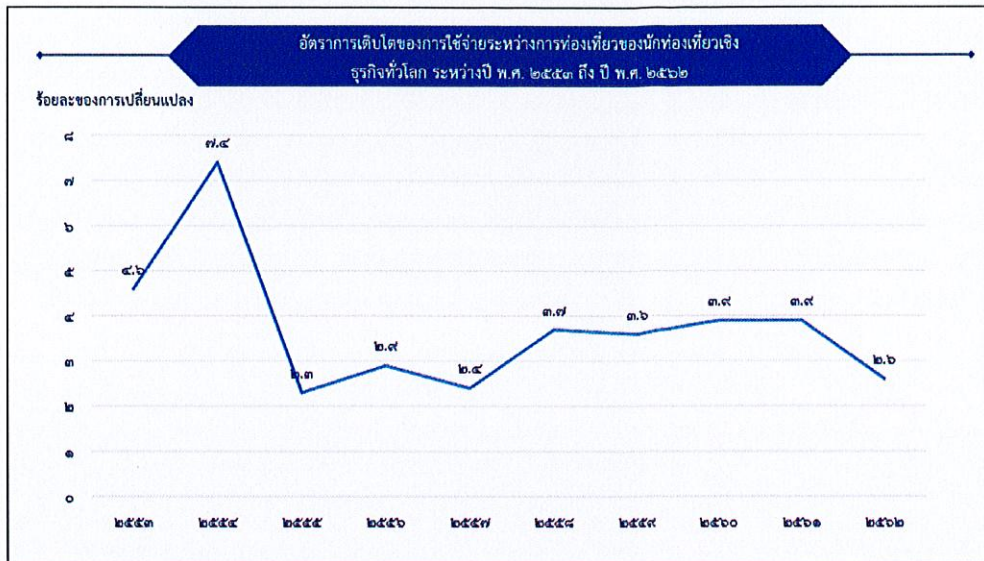
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ แก่นักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับวัตถุสิ่งของ ภูมิปัญญา จิตวิญญาณ และประวัติศาสตร์ หรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ (Tangible Culture) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นประเภทการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพควรได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างมาก เนื่องจาก ๑) ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นมากในอดีตจำนวนมาก เช่น วัดโบราณสถาน เป็นต้น สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย จากสถิติการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี ๒๕๖๒ พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเลือกที่จะท่องเที่ยวเพื่อสักการะศาสนสถาน และมีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมตามชุมชนในระดับสูง โดยมากกว่าครึ่งของนักท่องเที่ยวไทยเลือกที่จะท่องเที่ยวทางศาสนา รองลงมาคือท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ร้อยละ ๓๘.๖ ในทำนองเดียวกัน จากการศึกษาสถิติสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณร้อยละ ๕๕.๑๖ เลือกที่จะชื่นชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ โดยครอบคลุมไปถึงกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การเข้าวัด พิธีกรรม เป็นต้น ตลอดจนการรับประทานอาหารไทย หรือเรียนทำอาหารไทยและท่องเที่ยวงานเทศกาล ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้ ถูกจัดอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมทั้งสิ้น ๒) ประเทศไทยมีต้นทุนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและความพร้อมของชุมชนในการนำเสนอกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่โดดเด่น โดยประเทศไทยมีความโดดเด่นของโขนไทย (Khon, masked dance drama in Thailand) ที่ถูกจัดเป็นมรดกวัฒนธรรมอันจับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) โดยองค์การ UNESCO นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้จดทะเบียนเป็นมรดกโลกหลายที่ กระจายตามจังหวัดของประเทศไทยซึ่งส่วนมากเป็นเมืองโบราณสถานยกตัวอย่างเช่น อุทยานประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง
อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีการพึ่งพาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือศิลปะโบราณอยู่มาก โดยแหล่งท่องเที่ยวหรือศิลปะและวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นมาเป็นเวลานานอาจทรุดโทรมลงได้ตามกาลเวลา ถึงแม้ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ฝึกฝนประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมโบราณ แต่ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความสนใจในศิลปวัฒนธรรมสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น เช่น สตรีทอาร์ต (Street Art) โรงละคร ศิลปะร่วมสมัย เป็นต้น ซึ่งในประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวจำนวนน้อย และกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเมืองท่องเที่ยวสำคัญบางเมืองเท่านั้น การพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และศิลปวัฒนธรรมสมัยใหม่และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับวัฒนธรรมเดิมจะช่วยเพิ่มความหลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กระจายออกไปต่างเมืองได้มากขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE)

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) หมายถึง การท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ๔ ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการจัดการประชุมขององค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดการประชุมนานาชาติ (Conventions) และการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจจัดเป็นประเภทการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพ สืบเนื่องมาจาก ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่เดินทางมายังประเทศไทยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศไทยมีโอกาสด้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งจากต่างประเทศและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เดินทางในประเทศรวมทั้งสิ้น ๓๐,๘๘๕,๙๙๔ คนสร้างรายได้ให้ประเทศไทยรวมกว่า ๒๐๑,๐๑๗ ล้านบาท ทำให้ส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ๕๕๐,๑๖๐ ล้านบาท มีสัดส่วน GDP หรือมูลค่าผลกระทบในด้านมูลค่าเพิ่มของประเทศอยู่ที่ร้อยละ ๓.๒๗ โดยมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศทั้งสิ้น ๑,๒๗๓,๙๘๑ คน ก่อให้เกิดรายได้ ๙๓,๙๗๑ ล้านบาทยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยมีจุดแข็งในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ในด้านความได้เปรียบจากการที่มีสาธารณูปโภคและสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์ที่มีมาตรฐาน ความพร้อมและจุดเด่นที่แตกต่างกันไปในแต่ละภาค อาทิ ภาคกลางมีความพร้อมในทุกกลุ่มงานและมีบุคลากรและสถานที่จัดงานที่พร้อมรองรับงานไมซ์ในทุกรูปแบบ ภาคเหนือโดดเด่นและมีชื่อเสียงด้านวิถีชีวิตล้านนา รวมถึงธุรกิจด้านสุขภาพ การเกษตร และหัตถกรรม ภาคอีสานจะโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตร มีภูมิปัญญาผ้าไหมหลากหลายชนิดที่สามารถนำมาเล่าเรื่อง ภาคตะวันออกที่สามารถเน้นเรื่องการพัฒนาพื้นที่ EEC เป็นหลักเช่น ธุรกิจเพาะปลูกผลไม้ และธุรกิจพลอยที่น่าสนใจ และภาคใต้นอกจากความโดดเด่นเรื่องทะเล ยังคงมีการเชื่อมโยงด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจกับประเทศมาเลเซียเช่นกัน ประกอบกับประเทศไทยมีสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีจุดเด่นมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ ประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านความคุ้มค่า(Value for Money) ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา และภาพลักษณ์และชื่อเสียงด้านการบริการ



การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบไปด้วย ๓ ประเภท ได้แก่ ๑) การท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism) ซึ่งเป็นงานที่มีลักษณะเฉพาะ ๒) การท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา (Active Sport Tourism) การเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการเล่นกีฬาหรือเพื่อเข้าร่วมแข่งขันกีฬา ๓) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism) คือการเดินทางไปยังสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาที่มีชื่อเสียงและการเข้าค่ายกีฬากับนักกีฬาที่มีชื่อเสียง ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เป็นการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีศักยภาพ เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว โดยบริษัทวิจัยการตลาด Technavio คาดว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของโลก จะมีมูลค่า ๕.๗ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๓๒ ต่อปี ในขณะที่การบริโภคเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย ในปี พ.ศ. ๒๕๖๐ มีมูลค่า ๑๕๗,๖๐๖ ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ มีมูลค่าเป็น ๑๗๗,๕๕๐ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๖๕ อีกทั้ง ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติและกีฬาอื่น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น กีฬาออล์ฟ และกีฬาดำน้ำ เป็นต้น จากการศึกษาสถิติที่จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พบว่า มวยไทยสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ สูงถึง ๑๐๐,๐๐๐ ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ ๕ จากรายได้การท่องเที่ยวทั้งหมด อีกทั้งยังสามารถสร้างกำไรจากการขายของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังคงมีความพร้อมด้านมีศูนย์การฝึกซ้อมกีฬาและสนามกีฬา โดยประเทศไทยมีสนามกีฬาที่มีความจุมากกว่า ๕,๐๐๐ ที่นั่ง มากถึง ๖๙ สนาม อีกทั้งมีต้นแบบเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่นบุรีรัมย์ ซึ่งคว้าแชมป์ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกถึง ๖ สมัย ยอดนักท่องเที่ยวเดินทางมาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๑๐ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๕ - พ.ศ. ๒๕๕๘

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย (Medical and Wellness Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์ แผนไทยสามารถแบ่งออกเป็น ๒ แบบ คือ

๑) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) โดยกิจกรรมในการท่องเที่ยวลักษณะนี้ประกอบไปด้วย การตรวจร่างกาย การทำทันตกรรม เสริมความงาม การแปลงเพศ เป็นต้น และ

๒) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ประกอบไปด้วยการทำกิจกรรมสุขภาพทางวัฒนธรรมการปรับสมดุลของอาหาร ปรับสภาพจิตใจ เช่น กิจกรรมการนวด การทำสปา อาบน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนฝึกปฏิบัติสมาธิ และการใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย เป็นประเภทการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพการให้บริการในคุณภาพสูง เนื่องจาก ๑) ประเทศไทยมีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน JCI ๖๙ โรงพยาบาล เป็นอันดับที่ ๔ ของโลก และอันดับที่ ๑ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ๒) การนวดแผนไทยซึ่งได้ขึ้นทะเบียนมรดกโลก ๓) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยติดอันดับ ๖ ของโลกที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจอันดับต้น ๆ ในภูมิภาคเอเชียคิดเป็นร้อยละ ๓๘ ๔) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถทำรายได้สูงเทียบกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยติดอันดับ ๑๓ ของโลก และสร้างรายได้มากกว่า ๙.๔ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ สุขภาพ และความงามยังคงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถสอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทยสูงขึ้น เนื่องจากแนวโน้มการเข้าสู่สังคมสูงวัยในหลาย ๆ ประเทศ รวมทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านสุขภาพที่มีการพัฒนาขึ้นแบบก้าวกระโดดทั้งความรู้ทางการแพทย์ ยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือทางการแพทย์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ทำให้ประชากรทั่วโลกมีอายุขัยเพิ่มขึ้นและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ส่งผลให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวใส่ใจสุขภาพตนเองมากยิ่งขึ้น ๕๗ จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ประเทศไทยจะสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงามและแพทย์แผนไทย โดยเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยีด้านสุขภาพ (Health Tech หรือ Digital Health) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรที่สามารถเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ป่วยและแพทย์ และสามารถสร้างความไว้วางใจกับผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการพัฒนามาตรฐานการผลิต/การบริการ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคเฉพาะทางที่เข้มข้นมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ อาทิ สิงคโปร์มาเลเซีย อินเดีย และกาตาร์ที่ต่างมีนโยบายผลักดันประเทศให้เป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพเช่นกัน

การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ (Coastal Maritime and River Tourism)

การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ใช้เส้นทางน้ำเป็นสื่อกลางในการท่องเที่ยว ซึ่งรวมไปถึงการทำกิจกรรมทางน้ำ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเป็นประเภทการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพ เนื่องจาก ประเทศไทยมีสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ เช่น เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง อีกทั้งมีความพร้อมในการจัดกิจกรรมทางน้ำที่ หลากหลาย อาทิ การดำน้ำทั้งน้ำตื้นและน้ำลึก เวคบอร์ด(Wakeboard) เจ็ตสกี (Jet ski) และ ล่องแก่ง (Rafting) เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยมีธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ ทั้งทางทะเล เลียบชายฝั่ง และลุ่มแม่น้ำต่าง ๆ ที่มีความโดดเด่นและมีคุณภาพสูงจำนวนมากสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวด้วยเรือสำราญโลกที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลอดช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมาโดยเฉพาะจำนวนผู้โดยสารเรือสำราญในช่วง ๕ ปีหลัง สูงขึ้นทุกปีคิดเป็นร้อยละ ๓๐ ตลอดช่วงเวลาระหว่างปีพ.ศ. ๒๕๕๘ มีจำนวนนักท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ๒๓.๐๖ ล้านคน และในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ เพิ่มขึ้นเป็น ๓๐ ล้านคน โดยนักท่องเที่ยว ๓ ประเทศแรกที่นิยมล่องเรือสำราญ ๑) ชาวอเมริกัน ๒) ชาวจีน และ ๓) ชาวเยอรมัน ในส่วนของอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของประเทศไทย จากการศึกษาสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเรือสำราญ โดยสมาคมเรือสำราญระหว่าง

ประเทศ (Cruise Lines International Association : CLIA) พบว่าอัตราการเติบโต (CAGR) การใช้บริการเรือสำราญในไทยในช่วง พ.ศ. ๒๕๕๗ – ๒๕๖๒ สูงขึ้นถึงร้อยละ ๑๓ ในขณะที่เอเชียมีการเติบโตที่ร้อยละ ๑๔ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ร้อยละ ๗ ทั้งนี้ TripBarometer Travel Trends คาดการณ์ว่าทวีปเอเชียจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ โดยภูเก็ต เกาะสมุย และแหลมฉบังจะเป็นที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด – ๑๙ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยและความปลอดภัย ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ดังนั้น สมาคมเรือสำราญระหว่างประเทศ (Cruise Lines International Association : CLIA) จึงได้ประกาศมาตรการคัดกรองผู้โดยสารและลูกเรือหรือ ‘โปรโตคอล’ อย่างเป็นทางการ เพื่อให้สมาชิกเรือสำราญในกลุ่ม CLIA ที่คิดเป็นร้อยละ ๙๐ ของเรือสำราญทั่วโลกนำไปปฏิบัติสร้างความมั่นใจให้กับนักเดินทางมากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวเชื่อมโยงอนุภูมิภาค ชุมชน และนานาชาติ (Connectivity Tourism)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอนุภูมิภาค ชุมชน และนานาชาติ ของประเทศไทย เป็นการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และแผนการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมทั้งทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ ตลอดจนความสัมพันธ์และความร่วมมืออันดีกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในประเทศอนุภูมิภาค และอาเซียนเข้าด้วยกันบนพื้นฐานอัตลักษณ์เดียวกัน อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดการกระจายความเจริญอย่างครอบคลุม ตลอดจนเกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ความเป็นไทยไปสู่สายตาประชาคมโลกในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศในภูมิภาค โดยใช้ประโยชน์จากโครงข่ายคมนาคมที่มีในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นใหม่ตามแผนพัฒนาในอนาคตรอบด้านความสะดวกในการเดินทางระหว่างประเทศ โดยการพัฒนาและยกระดับพิธีผ่านแดนของการเดินทางในทุกรูปแบบอย่างไร้รอยต่อ การปรับปรุงและแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางข้ามแดนของนักท่องเที่ยว และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้ความรู้ เผยแพร่ข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศร่วมกันให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังคงสร้างประโยชน์ให้สังคม สร้างประโยชน์ให้แก่ผู้คนในท้องถิ่น สร้างการกระจายในการอนุรักษ์ธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการแก้ปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ ซึ่งนับเป็นประเด็นที่ทั่วโลกกำลัง

ให้ความสนใจ สอดคล้องกับที่นายกรัฐมนตรีได้ประกาศเจตนารมณ์ในการประชุมระดับผู้นำ (World Leaders Summit) ในการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change Conference of the Parties : UNFCCC COP - COP ๒๖) ณ เมืองกลาสโกว์ สหราชอาณาจักร ว่าไทยพร้อมยกระดับการแก้ไขปัญหาภูมิอากาศอย่างเต็มที่ทุกวิถีทาง เพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี ค.ศ. ๒๐๕๐ และบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ได้ในปี ค.ศ. ๒๐๖๕

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้นจากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เดินทางกว่า ๒๙,๐๐๐ คนใน ๓๐ ประเทศ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ของบูกิ่งดอตคอม ๕๕ พบว่า ร้อยละ ๕๕ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีความมุ่งมั่นที่จะใช้บริการการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนและช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่น ร้อยละ ๕๖ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกคิดว่าการใช้บริการที่พักที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมีความจำเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้ง ร้อยละ ๘๗ ของผู้เดินทางชาวไทยเชื่อว่าผู้คนที่เดินทางท่องเที่ยวในวิถียั่งยืนตั้งแต่ตอนนี้ เพื่อรักษาโลกใบนี้ไว้ให้คนรุ่นต่อไป และร้อยละ ๖๖ ของผู้เดินทางชาวไทยยอมรับว่าการแพร่ระบาดได้เปลี่ยนทัศนคติให้พวกเขาลงมือสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในชีวิตประจำวัน อาทิ การรีไซเคิล (ร้อยละ ๕๐) และการลดขยะอาหาร (ร้อยละ ๒๘) ในขณะเดียวกัน จากสถิติการสำรวจของโกด้า (พ.ศ. ๒๕๖๔) แสดงให้เห็นถึง แนวโน้มสำคัญในด้านการระบุตัวเลือกการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจำกัดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง การเสนอสิ่งจูงใจทางการเงินแก่ผู้ให้บริการที่พักที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างพื้นที่คุ้มครองให้มากขึ้นเพื่อจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความพร้อมของประเทศไทยในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบพบว่าในหลายพื้นที่ของประเทศไทยเป็นพื้นที่ด้อยพัฒนาและควรได้รับการพัฒนาและอนุรักษ์ที่สามารถจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบได้ โดยในปี ๒๕๖๓ ประเทศไทยติดอันดับจุดหมายที่นักท่องเที่ยวจิตอาสาเลือกเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ๑ ใน ๖ อันดับแรกทั่วโลก ๖๐ ซึ่งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมที่สุดได้แก่ ๑) การช่วยเหลือช้าง และ ๒) การอนุรักษ์ธรรมชาติหรือกิจกรรมเชิงเกษตร

นอกจากการส่งเสริมรูปแบบและประเภทการท่องเที่ยวศักยภาพสูงของไทยด้วยการพัฒนาโครงสร้างหรือกิจกรรมที่ตอบสนองต่อรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูง การท่องเที่ยวไทยยังควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบมีการพำนักระยะยาวมากยิ่งขึ้น (Long-Stay Tourism) ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้ มูลนิธิด้านการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay Foundation) ของประเทศญี่ปุ่น ได้ให้คำนิยามไว้เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาการพำนักตั้งแต่ ๒ สัปดาห์ จนถึง ๒ - ๓ เดือนหรือ ๒ - ๓ ปี ซึ่งควรส่งเสริมการพำนักระยะยาวกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของประเทศไทยคือนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงต่าง ๆ ข้างต้น เช่น ๑) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพื่อรักษาสุขภาพและพักผ่อน ๒) กลุ่มนักท่องเที่ยวเกษียณอายุที่ขาดผู้ดูแลและต้องการมาใช้ชีวิตบั้นปลายในประเทศไทย ๓) กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา ทั้งจากหลักสูตรระยะสั้นและโครงการแลกเปลี่ยน และ ๔) กลุ่มนักกีฬาที่มากับตัวฝึกซ้อมและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาเรียนรู้และฝึกฝนทักษะด้านกีฬา อีกทั้ง การท่องเที่ยวไทยยังควรส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นช้อปปิ้ง (Shopping Paradise) สำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงต่าง ๆ เช่น การซื้อสินค้าด้านอุปกรณ์การกีฬา การซื้อสินค้าและบริการด้านการแพทย์ สุขภาพ ความงาม การซื้อสินค้าและบริการที่เป็นสินค้ารักษ์โลกอย่างยั่งยืน เป็นต้นนอกจากจะช่วยเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยเช่นกัน

๑.๕ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการปรับใช้เทคโนโลยีในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย เช่น การใช้เทคโนโลยีวัตถุเสมือนและโลกเสมือน (Augmented Reality – AR และ Virtual Reality – VR) เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในด้านการเดินทางและค้นหาสถานที่ผ่านแอปพลิเคชันแบบ Real Time การจำลองสถานที่ประวัติศาสตร์ของไทยที่ไม่ได้เปิดให้เข้าชม และเพิ่มคุณค่าให้ประสบการณ์การท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยี

5G ในการสนับสนุนด้านอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความแม่นยำและรวดเร็วของการสื่อสาร ร่วมกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) และระบบคลาวด์ (Cloud) จะทำให้สามารถยกระดับการบริการแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยมีตัวอย่างของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

- การใช้เทคโนโลยีที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวไร้สัมผัส (Contactless) เช่น เทคโนโลยีการสั่งงานด้วยเสียงในลิฟต์หรือในห้องพัก การใช้ Digital key ในการปลดล็อกห้องพักผ่าน Smart Phones เพื่อมอบบริการที่สะดวกสบายเหนือระดับให้กับลูกค้า รวมถึงการประยุกต์ใช้ระบบเซนเซอร์สั่งการแทนการสัมผัส การยืนยันตัวบุคคลด้วยไบโอเมตริก เป็นต้น ซึ่งการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เป็นการสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง

- การนำเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) มาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการใช้งานในภาคการเงินของประเทศไทย เช่น การพัฒนาระบบพาสปอร์ตให้เป็นดิจิทัลพาสปอร์ต (Digital Passport) ซึ่งจะสามารถลดการปลอมแปลงพาสปอร์ตและลดอัตราการเข้าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวแฝง หรือจะสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนา Covid Passport ที่ทำให้สามารถตรวจสอบประวัติการฉีดวัคซีนของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ ตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ในการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวเพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทุกมิติ

- การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) และ พัฒนาระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) มากยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาการบริการทางดิจิทัลสำหรับนักท่องเที่ยวภายในโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น การใช้หุ่นยนต์ในการเสิร์ฟอาหารภายในโรงแรมเพื่อลดการสัมผัสกับพนักงานจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ การใช้ Bot ในการพูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว หรือการใช้หุ่นยนต์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

- การขยายการใช้ งานของเทคโนโลยีโลกเสมือน AR/VR และ Extended Reality (XR) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AR/VR มาช่วยในการพัฒนาแพลตฟอร์มให้สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น สามารถดูรายละเอียดสินค้าด้วยภาพเสมือนจริง ได้ ๓๖๐ องศา หรือสามารถลองสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายก่อนการตัดสินใจสั่งซื้อจริง เป็นต้น

- การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวออนไลน์แทนการเดินทางจริง (Online Travel Experience) ซึ่งทั้งในและต่างประเทศมีการริเริ่มมาก่อนในช่วงปีที่ผ่านมา เช่น การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ สวนสัตว์และสถานที่ท่องเที่ยวผ่านโปรแกรมประชุมทางไกล การจัดคอนเสิร์ตออนไลน์ การจัดงานกาชาดออนไลน์ การจัดนิทรรศการออนไลน์รูปแบบ ๓D Virtual Space ที่มีทั้งภาพ เสียง และวิดีโอ เป็นต้น

- การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อยกระดับมาตรฐานของสถานที่จัดงานและการประชุมขนาดใหญ่ โดยเข้ามาช่วยจัดการจำนวนผู้ร่วมงานและสร้างความมั่นใจกลับมา เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมถึงส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการจัดมหกรรมขนาดใหญ่ (Mega Event) เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังจ่ายที่สูง และมักจะเลือกบริโภคสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวคุณภาพสูง

ตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีวัตถุเสมือน(Augmented Reality - AR) และโลกเสมือน (Virtual Reality -VR) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว



แอปพลิเคชัน (BTS SkyTrain) ที่ใช้เทคโนโลยี AR มาใช้ในการนำทางบนสถานีรถไฟใต้ดินโดยมี AR Map ทำให้นักเดินทาง/ทางออกได้ง่ายขึ้น



แอปพลิเคชัน AR Smart Heritage ที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมสถานที่ประวัติศาสตร์ในประเทศไทยที่ไม่ได้เปิดให้เข้าชมหรือจำลองสถานที่ที่เสียหาย



ใช้เทคโนโลยี AR/VR ในการสร้างเกมส์ โปรโมทการท่องเที่ยวของประเทศไทย

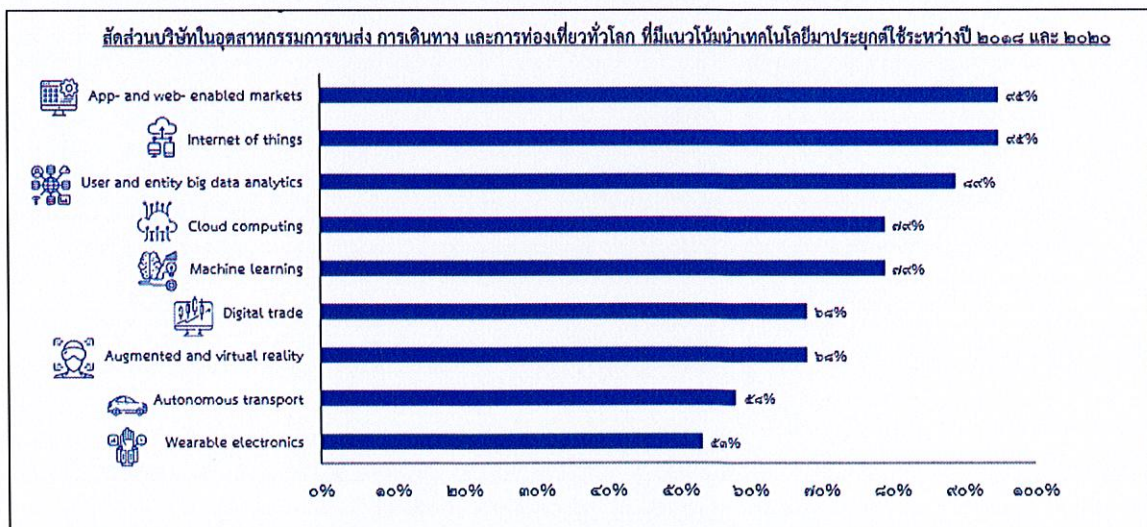
ตัวอย่างการใช้งานเทคโนโลยี 5G ที่สามารถพัฒนาได้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

- ด้านการเดินทาง: เพิ่มความตรงต่อเวลาของการขนส่ง ความปลอดภัยที่สนามบิน และสามารถตรวจสอบข้อมูลการเดินทางด้วยความแม่นยำมากขึ้น
- ด้านการโรงแรม: มีการเพิ่มฟังก์ชันในการบริการลูกค้า เช่น Voice Assistant
- ด้านการจัดประชุมหรืองานอีเวนต์: ลดความต้องการ Wifi และทำให้การรับส่งข้อมูลรวดเร็ว และสามารถดูได้ตอบโต้ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะการจัดงานกลางแจ้ง
- แอปพลิเคชัน: พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการค้นหาห้องน้ำ คู่มืองานบริการเข้าชมสถานที่และข้อควรระวัง ค้นหาที่จอดรถ หรือแอปพลิเคชันที่สามารถรองรับผู้สูงอายุและอื่นๆ

การพัฒนาในอนาคต

- ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ทำงานแทนมนุษย์ และให้มนุษย์บริการนักท่องเที่ยวในส่วนที่ AI ไม่สามารถทำได้
- พัฒนาอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) เพิ่มความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ในขณะเดียวกันจากการสำรวจสัดส่วนบริษัทในอุตสาหกรรมขนส่ง การเดินทาง และการท่องเที่ยวทั่วโลกที่มีแนวโน้มจะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ โดยสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) พบว่าแนวโน้มจะนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้ ๑) การพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน รวมถึงมีการนำอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things : IoT) มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการนักท่องเที่ยวเช่นกัน ๒) การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) ของผู้ให้บริการหรือนักท่องเที่ยว ๓) การใช้บริการคลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) และ การใช้เทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine learning) ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาเทคโนโลยีอื่น ๆ ตามมา เช่น การรับรู้เสียงและถอดความ (Speech recognition) การรู้จำใบหน้า (Face recognition) การแนะนำสิ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจโดยอัตโนมัติด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) เป็นต้น ๔) การค้าดิจิทัล (Digital Trade) และใช้เทคโนโลยีภาพเสมือนจริง (Augmented Reality and Virtual Reality) ๕) การใช้ ยานพาหนะไร้ คนขับ(Autonomous Transport) โดยใช้เทคโนโลยีและระบบเซนเซอร์ในการขับเคลื่อนโดยปราศจากการช่วยเหลือจากมนุษย์ และ ๖) การประยุกต์ใช้อุปกรณ์สวมใส่ติดตัวกับร่างกาย (Wearable Electronics) เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถรู้เที่ยวบินและใช้เป็นบอร์ดดิ้งพาส (Boarding pass) สำหรับเที่ยวบินได้



เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) และ Online Travel Agency (OTAs)

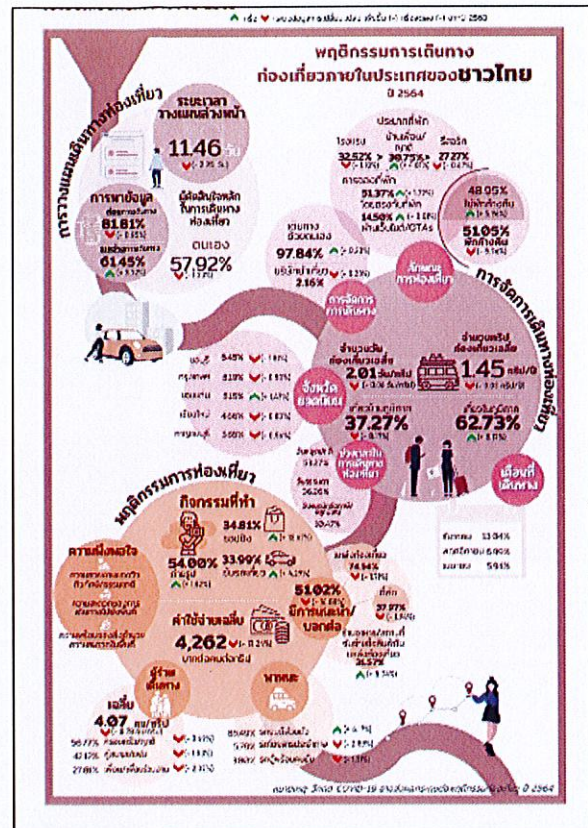
เศรษฐกิจแบ่งปัน หรือ Sharing Economy เป็นการทำธุรกิจแบบ Peer-to-Peer โดยเป็นการจับคู่ผ่านแพลตฟอร์มบนระบบอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้มีสินทรัพย์หรือสิ่งของเหลือใช้และผู้ให้บริการที่ต้องการเช่า – ยืม แทนการครอบครอง ดังนั้น ธุรกิจประเภท Sharing Economy จึงสามารถสร้างรายได้ให้ผู้บริโภค ตลอดจนเป็นการนำทรัพยากรส่วนเกิน (Excess Capacity) มาจัดสรรให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ และประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้ ในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งมีความหลากหลายในบริการ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก การคมนาคมขนส่ง ร้านค้า – ร้านอาหาร บริการนำเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปนิยมการเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ ๖๔

นอกจากนี้ ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนมากเลือกที่จะจองโรงแรม ที่พัก บริการด้านการท่องเที่ยวหรือโปรแกรมการเดินทางผ่านทางออนไลน์ ด้วย Online Travel Agency (OTAs) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางด้านข้อมูลระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการที่พัก การเดินทาง และบริษัทนำเที่ยว ตลอดจนดำเนินการจองได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังมีการนำเสนอสิทธิพิเศษ และส่วนลดพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวเช่นกันเมื่อศึกษาสถิติการใช้งาน OTAs ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ของประเทศไทย จะพบว่า ร้อยละ ๕๑ ของคนไทยใช้ OTAs ในการจองที่พัก โดยร้อยละ ๘๐ กล่าวว่า OTAs มีความง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถจองโรงแรมและตั๋วเครื่องบิน เหตุผลรองลงมาคือนักท่องเที่ยวจะได้รับสิทธิพิเศษจาก OTAs และสามารถเปรียบเทียบราคา คะแนน (Rating) และคำวิจารณ์ได้

๒. ตลาดในประเทศ

แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี ๒๕๖๔ ผลสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี ๒๕๖๔ โดยกองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบสัดส่วนชาวไทยที่มีอายุมากกว่า ๑๕ ปี ที่มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งหมายถึงการเดินทางข้ามจังหวัดเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน เข้าชมหรือร่วมกิจกรรมกีฬา และการทำบุญ/ไหว้พระ/งานบวช มีส่วนร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการออกค่าใช้จ่ายหรือทราบเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย ร้อยละ ๑๒.๓๑ หรือประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุมากกว่า ๑๕ ปี ที่มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ



สำหรับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยในแต่ละภูมิภาค ก็พบว่ามีลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาพรวม ทั้งด้านสัดส่วนของผู้ที่ต้องการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์นั้น (% Top-๒-box) และการให้ความสำคัญของวัตถุประสงค์ที่มากที่สุด (Most Importance) โดยวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน/คลายเครียดจากชีวิตปัจจุบัน เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิต และเพื่อสร้างความทรงจำ/



ประสบการณ์ชีวิต ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า คนกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน/คลายเครียดจากชีวิตประจำวัน มากกว่าคนจากภูมิภาคอื่นๆ ขณะที่คนภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือระบุว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรางวัลให้กับชีวิต มากกว่าคนจากภูมิภาคอื่นๆ นอกจากนี้ยังพบว่าคนภาคกลางให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อสักระยะ/ความศรัทธาทางศาสนา ขณะที่คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือต้องการระบุว่าการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อที่เป็นการเรียนรู้/เปิดโลกทัศน์/หามุมมองใหม่ๆ ให้กับชีวิต มากกว่าคนจากภูมิภาคอื่นๆ

เมื่อพิจารณาถึงความชอบและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งสะท้อนผ่านการท่องเที่ยวที่ถูกระบุว่าตรงกับตัวตนของชาวไทยจากการเดินทางท่องเที่ยวใน ปี ๒๕๖๔ ยังคงมีรูปแบบเช่นเดียวกับปี ๒๕๖๓ โดยเมื่อพิจารณาทั้งด้านทัศนคติของผู้เดินทาง (%Top-๒-box) และการให้ความสำคัญ(Most Important) ทั้งนี้ผลการสำรวจพบว่าความชอบและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยอาจแบ่งออกได้ใน ๒ ลักษณะสำคัญ ได้แก่

๑. ผู้ร่วมเดินทาง สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ชาวไทยยังชอบที่จะเดินทางเพื่อมีความสุขร่วมกันกับครอบครัวมากที่สุด รองลงมาจึงเลือกที่จะเดินทางไปกับกลุ่มเพื่อน โดยยังมีผู้ที่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวไม่มากนัก

๑.๑. การเดินทางกับครอบครัวที่ทุกๆ คนมีความสุขร่วมกัน เป็นความชอบและแรงจูงใจของการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยที่สำคัญที่สุด ทั้งด้านทัศนคติเชิงบวกที่มีผู้ระบุว่าเป็นตรงกับตนเองในระดับมากถึงอย่างมาก (%Top-๒-box) ร้อยละ ๗๗.๓๕ และการให้ความสำคัญที่มีผู้ระบุว่าการท่องเที่ยวลักษณะนี้ตรงกับตัวตนมากที่สุด (Most Important) ร้อยละ ๓๙.๒๗

๑.๒. การเดินทางกับแก๊งเพื่อน ประเด็นนี้ชาวไทยร้อยละ ๖๖.๘๙ ระบุว่าเป็นรูปแบบการเดินทางที่ตรงกับตนเอง (%Top-๒-box) โดยในมิติความสำคัญพบว่าชาวไทยร้อยละ ๑๘.๐๓ เห็นว่าเป็นประเด็นที่ตรงกับตัวตนมากที่สุด (Most Important)

๑.๓. การเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ผลสำรวจพบว่าชาวไทยยังไม่นิยมการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมากนัก โดยร้อยละ ๓๓.๒๔ ระบุว่าเป็นรูปแบบการเดินทางที่ตรงกับตนเอง (%Top-๒-box) และมีเพียงร้อยละ ๔.๒๘ เท่านั้นที่ระบุว่าการท่องเที่ยวลักษณะนี้ตรงกับตัวตนมากที่สุด (Most Important)

๒. การเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ นอกจากประเด็นการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวถึงข้างต้นแล้วพบว่าชาวไทยยังต้องการเลือกเดินทางแบบที่ไม่ซ้ำซาก ซึ่งอาจหมายถึงทั้งสถานที่ ท่องเที่ยว และประสบการณ์ที่ได้รับต้องมีความแตกต่างกันในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งด้วย ขณะที่ผู้ต้องการเดินทางไปในที่เดิม ๆ ที่คุ้นเคยการเดินทางตามโปรแกรม หรือการเดินทางตามกระแส/ตามแฟชั่น ในสัดส่วนที่น้อยกว่า

๒.๑. รูปแบบการเดินทางที่มีแบบแผนและมีคุณภาพ ผลสำรวจครั้งนี้พบว่าชาวไทยต้องการเดินทางอย่างมีแบบแผนและมีคุณภาพ โดยร้อยละ ๗๒.๖๖ เห็นว่าเป็นสิ่งที่ตรงกับตนเอง (%Top-๒-box) และเมื่อพิจารณาในมิติความสำคัญ (Most Important) พบว่ามีชาวไทยร้อยละ ๑๒.๐๕ ที่ระบุว่าเป็นตรงกับตนเองมากที่สุด

๒.๒. ความชอบการเดินทางที่ไม่ซ้ำซาก ประเด็นนี้มีชาวไทยร้อยละ ๖๗.๑๓ ระบุว่าเป็นความชอบและแรงจูงใจของการท่องเที่ยวที่ตรงกับตนเอง (%Top-๒-box) และเมื่อพิจารณาในมิติความสำคัญ (Most Important) แล้ว พบว่ามีสัดส่วนร้อยละ ๑๐.๕๑ เท่านั้นที่ระบุว่าเป็นตรงกับตนเองมากที่สุด

๒.๓. การเลือกเดินทางไปในที่เดิม ๆ ที่คุ้นเคย ประเด็นนี้มีชาวไทยร้อยละ ๕๒.๔๒ ระบุว่าเป็นความชอบและแรงจูงใจของการท่องเที่ยวที่ตรงกับตนเอง (%Top-๒-box) แต่มีเพียงร้อยละ ๕.๓๒ เท่านั้นที่ระบุว่าเป็นตรงกับตนเองมากที่สุด (Most Important)

๒.๔. การเดินทางตามรายการโปรโมชั่น หรือแบบมีของแถม ประเด็นนี้มีชาวไทยร้อยละ ๕๒.๒๙ ระบุว่าเป็นความชอบและแรงจูงใจของการท่องเที่ยวที่ตรงกับตนเอง (%Top-๒-box) แต่มีเพียงร้อยละ ๓.๕๖ เท่านั้นที่ระบุว่าเป็นตรงกับตนเองมากที่สุด (Most Important)

๒.๕. การเดินทางตามแพคเกจ ตามกระแส ประเด็นนี้มีชาวไทยร้อยละ ๔๕.๕๕ ระบุว่าเป็นความชอบและแรงจูงใจของการท่องเที่ยวที่ตรงกับตนเอง (%Top-๒-box) แต่มีเพียงร้อยละ ๒.๙๑ เท่านั้นที่ระบุว่าเป็นตรงกับตนเองมากที่สุด (Most Important)

สำหรับความชอบและแรงจูงใจของการท่องเที่ยวของชาวไทยในแต่ละภูมิภาค พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาพรวมเกือบทั้งหมด โดยชาวไทยทุกภูมิภาคให้ความสำคัญกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยระบุว่าการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวเพื่อให้ทุกคนมีความสุขร่วมกันเป็นประเด็นที่มีความสำคัญที่สุด รองลงมาเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแก๊งเพื่อน ขณะที่รูปแบบการเดินทางจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นแบบแผนและมีคุณภาพ และเลือกที่จะเดินทางแบบที่ไม่ซ้ำซาก ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญกับการเดินทางอย่างมีแบบแผนและมีคุณภาพ มากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ และพบว่าคนภาคเหนือและคนภาคใต้มักจะเดินทางไปในที่เดิม ๆ ที่ที่คุ้นเคย มากกว่าคนในภูมิภาคอื่นๆ

๓. สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

• การคมนาคม

๑) การคมนาคมทางบก

- รถยนต์ การเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่สามารถใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑ (ถนนพหลโยธิน) แล้วแยกเข้าทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๒ (ถนนสายเอเชีย) ผ่านจังหวัดอุตรดิตถ์ อ่างทอง นครสวรรค์ แล้วใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑ ผ่านจังหวัดลำปาง แยกซ้าย ผ่านจังหวัดลำพูนจนถึงจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ยังมีเส้นทางคมนาคมทางบกที่เชื่อมต่อกับเส้นทาง R๓A สู่ประเทศจีนตอนใต้ ซึ่งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ประชาชนในพื้นที่อย่างมาก

- รถไฟ ปัจจุบันมีรถไฟสายกรุงเทพฯ - เชียงใหม่ และรถไฟสายนครสวรรค์ - เชียงใหม่ โดยมีสถานีรถไฟเชียงใหม่เป็นสถานีหลักและสถานีปลายทางในจังหวัดเชียงใหม่

- รถโดยสารสาธารณะ จังหวัดเชียงใหม่มีบริการรถโดยสารสาธารณะในหลายรูปแบบด้วยกัน อาทิเช่น รถโดยสารประจำทาง รถแท็กซี่มอเตอร์ รถจักรยานยนต์สาธารณะ รถยนต์รับจ้างสามล้อ รถโดยสารสองแถว รวมทั้งมีสถานที่ขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ ๓ แห่ง ที่อยู่ในการก กับดูแลของสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ สถานที่ขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ ๑ (ช้างเผือก) ให้บริการรถโดยสารประจำทางในเส้นทางระหว่างอำเภอ และสถานที่ขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงใหม่ แห่งที่ ๒ และแห่งที่ ๓ ให้บริการรถโดยสารประจำทางในเส้นทางระหว่างจังหวัด

๒) การคมนาคมทางอากาศ

จังหวัดเชียงใหม่มีสนามบินนานาชาติ ขนาดใหญ่เป็นอันดับ ๓ ของประเทศ รองจากสนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินดอนเมืองตามลำดับ โดยมีพื้นที่ จำนวน ๑,๖๐๕ ไร่ ๒๙๐ ตารางวา และมีความพร้อมเชิงโครงสร้างพื้นฐาน ดังนี้



ลานจอดอากาศยาน (Apron)

รายละเอียด	ขนาด / จำนวน
■ พื้นที่รวม	๘๕,๙๙๖ ตารางเมตร
■ สะพานเทียบเครื่องบิน	๖ สะพานเทียบ
■ ชนิดของผิวลานจอด	Concrete
■ ความสามารถในการรองรับ	๑๖ ลำ
* กรณียอดอากาศยานแบบ B๗๔๗-๔๐๐ (Code E หรือเล็กกว่า)	๕ ลำ
* กรณียอดอากาศยานแบบ A๓๒๐ หรือ B๗๓๗ (Code C หรือเล็กกว่า)	๗ ลำ
* กรณียอดอากาศยานแบบ ATR๗๒ (Code A,B หรือเล็กกว่า)	๔ ลำ

อาคารผู้โดยสาร (Terminal)

รายละเอียด	จำนวน
■ พื้นที่รวม	๓๑,๓๐๑ ตารางเมตร
- อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ	๑๖,๔๑๖ ตารางเมตร
- Central Block	๒,๓๐๐ ตารางเมตร
- อาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ	๑๒,๓๘๕ ตารางเมตร
■ ความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร	๘ ล้านคน/ปี
- อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ	๖ ล้านคน/ปี
- อาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ	๒ ล้านคน/ปี

อาคารคลังสินค้า

รายละเอียด	จำนวน
■ พื้นที่รวม	๑๓,๒๘๐ ตารางเมตร
■ ความสามารถในการรองรับสินค้า	๓๕,๐๐๐ ตัน/ปี

ปัจจุบันท่าอากาศยานเชียงใหม่มีสายการบินที่ให้บริการภายในประเทศจำนวน ๗ สายการบิน และมีสายการบินระหว่างประเทศให้บริการ ๒๗ สายการบิน ดังนี้

สายการบินภายในประเทศ ๗ สายการบิน ได้แก่ Thai Airway, Bangkok Airway, Nok Air, Thai Airasia, Thai Smile, Thai Lion และ Thai VietJet

สายการบินระหว่างประเทศ ๒๗ สายการบิน ได้แก่ T'Way, Korean Air, Qatar Airways, Cathay Dragon, Air China, Spring Airlines, China Eastern Airlines, China Southern Airlines, Juneyao Airlines, Shandong Airlines, Ruili Airlines, Sichuan Airlines, Hainan Airlines, EVA Air, HongKong Express, Tiger Soot, Lao Airlines, Myanmar National Airlines, Vietjet Air, Lucky Air, Jeju Air, Bangkok Airways, Nok Air, Thai Airasia, Thai Smile, Thai Lion Air และ Airasia

นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่มีเส้นทางการบินในประเทศ ๑๑ เส้นทางบิน และเส้นทางการบินระหว่างประเทศ ๒๙ เส้นทางบิน ดังนี้

เส้นทางการบินในประเทศ ๑๒ เส้นทาง ได้แก่ ดอนเมือง สุวรรณภูมิ ภูเก็ต สมุย แม่ฮ่องสอน หาดใหญ่ กระบี่ สุราษฎร์ธานี อุตะเภา ขอนแก่น และอุดรธานี

เส้นทางการบินระหว่างประเทศ ๒๑ เส้นทาง ได้แก่ ฮองกง มาเก๊า จั๊นเจียง ฉางชา คุณหมิง พูตง ปักกิ่ง หวู่ฮั่น กวางโจว ฉงชิ่ง เฉินตู ลีบสองปันนา หนานหนิง เซินเจิ้น ซื่ออัน หนานฉาง ซานย่า ไทเป เกาสง โตฮา โฮจิมินห์ ดานัง หลวงพระบาง กัวลาลัมเปอร์ ย่างกุ้ง มัณฑะเลย์ ฮานอย อินซอน และสิงคโปร์

สภาพทางเศรษฐกิจ

• ภาพรวมเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ จังหวัดเชียงใหม่มีผลิตภัณฑ์มวลรวม มูลค่า ๔๒๗,๘๓๑ ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ จำนวน ๑๖,๑๑๔ ล้านบาท (ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ มีมูลค่า ๒๓๑,๗๑๗ ล้านบาท) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวม จังหวัดต่อหัว (GPP per capita) ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ มีมูลค่า ๑๓๗,๓๑๖ บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. ๒๕๖๓ จำนวน ๘,๒๙๙ บาท (ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ มีมูลค่า ๑๒๙,๐๑๗ บาท)

รายการ	ปี พ.ศ. ๒๕๕๙	ปี พ.ศ. ๒๕๖๐	ปี พ.ศ. ๒๕๖๑	ปี พ.ศ. ๒๕๖๒	ปี พ.ศ. ๒๕๖๓
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ณ ราคาประจำปี (หน่วย : ล้านบาท)	๑๙๘,๘๖๒	๒๐๖,๘๖๖	๒๒๒,๔๘๘	๒๓๑,๗๑๗	๒๔๗,๘๓๑
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP Per capita) (หน่วย : บาท)	๑๑๕,๕๑๘	๑๒๐,๕๑๗	๑๒๔,๔๘๖	๑๒๙,๐๑๗	๑๓๗,๓๑๖

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

• โครงสร้างทางเศรษฐกิจ

โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ สามารถจำแนกได้เป็น ๒ ประเภท คือ แยกตามภาคการผลิต และแยกตามรายสาขาการผลิต

๑) แยกตามภาคการผลิต

ภาค	สัดส่วน (%)	รายละเอียด
ภาคบริการ จำนวน ๑๔ สาขา การผลิต	๗๐.๘	๑) สาขาการก่อสร้าง ๒) สาขาการขนส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ ๓) สาขาการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า ๔) สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ๕) สาขาข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร ๖) สาขากิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย ๗) สาขากิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ ๘) สาขากิจกรรมวิชาชีพ วิทยาศาสตร์และกิจกรรมทางวิชาการ ๙) สาขากิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุนอื่นๆ ๑๐) สาขาการบริหารราชการ การป้องกันประเทศ และการประกันสังคมภาคบังคับ



		๑๑) สาขาศึกษา ๑๒) สาขากิจกรรมด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์ ๑๓) สาขาศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ ๑๔) สาขากิจกรรมการบริการด้านอื่น
ภาคเกษตรกรรม จำนวน ๑ สาขาการผลิต	๑๘.๗	๑) สาขาเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง
ภาคอุตสาหกรรม จำนวน ๔ สาขา การผลิต	๑๐.๕	๑) สาขาการทำเหมืองแร่ และเหมืองหิน ๒) สาขาการผลิต ๓) สาขาไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ และระบบการปรับอากาศ ๔) สาขาการจัดการน้ำ การจัดการน้ำเสียและของเสีย รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

๒) แยกตามรายสาขาการผลิต

สาขาการผลิต	สัดส่วน (%)
สาขาเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง	๑๘.๗
สาขาการขนส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์	๑๓.๘
สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	๘.๘
สาขาการผลิต	๘.๒
สาขากิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย	๗.๘
สาขาศึกษา	๗.๓
สาขาการก่อสร้าง	๕.๗
สาขาการบริหารราชการ การป้องกันประเทศ และการประกันสังคมภาคบังคับ	๕.๗
สาขาอื่นๆ	๒๔.๐

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ขึ้นอยู่กับภาคนอกเกษตร ร้อยละ ๘๑.๓ (๒๐๑,๕๘๑ ล้านบาท) และภาคเกษตร ร้อยละ ๑๘.๗ (๔๖,๒๕๐ ล้านบาท) โดยสาขาการผลิตที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัด ได้แก่ อันดับ ๑ สาขาเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง ร้อยละ ๑๘.๗ อันดับ ๒ สาขาการขนส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ ร้อยละ ๑๓.๘ อันดับ ๓ สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ร้อยละ ๘.๘ อันดับ ๔ สาขาการผลิต ร้อยละ ๘.๒ อันดับ ๕ สาขาการเงินและการประกันภัย ร้อยละ ๗.๘ อันดับ ๖ สาขาศึกษา ร้อยละ ๗.๓ อันดับ ๗ สาขาการก่อสร้าง ร้อยละ ๕.๗ อันดับ ๘ สาขาการบริหารราชการ การป้องกันประเทศ และการประกันสังคม ภาคบังคับ ร้อยละ ๕.๗ และสาขาอื่นๆ ร้อยละ ๒๔.๐

• เศรษฐกิจรายสาขาที่สำคัญของจังหวัด

๑) ภาคท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยว/รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีร้านอาหาร โรงแรม บุติค รีสอร์ท และโฮมสเตย์ที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก จึงเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จนทำให้เชียงใหม่กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญระดับโลกในด้านสินค้าและการบริการนั้น จังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งในด้านสินค้าและการบริการเชิงท่องเที่ยวหลายรูปแบบที่สามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรม และรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ อาทิ

๑. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural and Traditional Tourism) บนพื้นฐานวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และประวัติศาสตร์อันยาวนาน

๒. การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) ซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากเชียงใหม่เป็นสถานที่การพักผ่อนที่ครบรูปแบบทั้งในรูปแบบธรรมชาติ และในรูปแบบเมือง

๓. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งจากการท่องเที่ยว เพื่อท ากิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

๔. การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Education Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้บริการแก่นักเรียน นักศึกษาชาวต่างชาติที่ต้องการเข้ามาศึกษาสถาบันในจังหวัดเชียงใหม่

๕. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา (MICE) โดยจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพและความพร้อมในการเป็น MICE City

นอกจากนี้ จากข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ระบุว่าจังหวัดเชียงใหม่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว จำนวน ๙ กลุ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

กลุ่มผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
๑) GOLF	- มีสนามกอล์ฟ ๑๔ สนามที่ได้มาตรฐาน - สนามกอล์ฟที่สวยงาม และการบริการที่ดี
๒) Wedding / Honeymoon	- คู่แต่งงานทั้งชาวไทย และต่างชาตินิยมมาถ่ายภาพ รวมถึงจัดงานแต่งงาน - มีความพร้อมทั้งด้านสถานที่ ผู้ประกอบการจัดงานแต่งงาน ความสะดวกสบายด้านการเดินทาง
๓) Health and Wellness	- นำเสนอคุณค่าภูมิปัญญาไทย และผลิตภัณฑ์ไทย รวมถึงศักยภาพในการดูแลสุขภาพ - ให้บริการแบบไทย
๔) Ecotourism เป็นเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	- มีเส้นทางเดินป่า และศึกษาธรรมชาติหลายหลายเส้นทาง - เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (Community based tourism)
๕) ศาสนา	- สถานที่นั้มีสการบูรพาจารย์ และขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่เป็นที่เคารพนับถือของชาวไทย และต่างชาติ - สถานที่ปฏิบัติ ศึกษา พุทธศาสนา และนั่งสมาธิ
๖) อาหาร	- ความเป็นเอกลักษณ์ รสชาติอาหารเมือง
๗) OTOP	- เป็นสินค้านโยบายของรัฐบาล เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน

	โดยเน้นในพื้นที่ที่มีแหล่งผลิต และสามารถทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนได้ ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีศักยภาพเป็นจำนวนมาก
๘) พื้นที่ชุมชนท้องถิ่นที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต	- พื้นที่ชุมชนท้องถิ่นที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต เช่น หมู่บ้านแม่กำปอง หมู่บ้านสันลมจอย หมู่บ้านท่องเที่ยวการเกษตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต
๙) กลุ่มสินค้าท่องเที่ยวตาม Theme และกระแส (Trend)	- แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร / กิจกรรมสันทนาการ / ร้านอาหารและสินค้าที่ระลึก ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น - การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ที่มา : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๔

จำนวนนักท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเชียงใหม่ จำนวน ๑๐,๘๒๐,๕๖๔ คน แยกเป็นชาวไทย ๗,๔๔๗,๗๐๒ คน (-๒.๐๖%) ชาวต่างประเทศ ๓,๓๗๒,๘๖๒ คน (๓.๕๑%) ลดลงจากปี ๒๕๖๒ จำนวน ๔๒,๕๘๖ คน(-๐.๓๙%) โดยมีค่าเฉลี่ยการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวรวม ๕ ปี เท่ากับร้อยละ (๔.๕๘%)

อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ปี	จำนวน (ล้านคน)	ชาวไทย	ต่างชาติ	D (%)
๒๕๖๓	๑๐,๘๒๐,๕๖๔	๗,๔๔๗,๗๐๒	๓,๓๗๒,๘๖๒	- ๐.๓๖
๒๕๖๒	๑๐,๘๖๓,๑๕๐	๗,๖๐๔,๗๖๔	๓,๒๕๘,๓๘๖	+ ๔.๕๕
๒๕๖๑	๑๐,๓๙๐,๘๐๑	๗,๒๖๑,๗๙๓	๓,๑๒๙,๐๐๘	+ ๗.๙๗
๒๕๖๐	๙,๖๒๓,๙๕๘	๖,๗๒๑,๘๑๙	๒,๙๐๒,๑๓๙	+ ๓.๖๔
๒๕๕๙	๙,๒๘๖,๓๐๗	๖,๔๕๑,๒๘๓	๒,๘๓๕,๐๒๔	+ ๗.๑๖
ค่าเฉลี่ยการเพิ่มขึ้น	+๔.๒๕	+๕.๓๕	+ ๔.๕๘	

และปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ช่วงเดือนมกราคม - กรกฎาคม ๒๕๖๓ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเชียงใหม่ จำนวน ๒,๗๒๗,๘๒๗ คน แยกเป็นชาวไทย ๒,๑๘๖,๙๓๑ คน (-๔๓.๗๑%) ชาวต่างประเทศ ๕๔๐,๘๙๖ คน(-๗๑.๐๘%) ลดลงจากปี ๒๕๖๒ ในช่วงเวลาเดียวกัน จำนวน ๓,๐๒๗,๘๕๐ คน (-๕๑.๖๑%)

จำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยว

ในปี ๒๕๖๒ นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่สร้างรายได้แก่จังหวัด ๑๐๙,๐๕๖ ล้านบาท ซึ่งแยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ๖๔,๕๒๘ ล้านบาท (-๒.๖๙%) และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ๔๔,๕๒๘ ล้านบาท (๗.๗๗%) เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๖๑ จำนวน ๑,๔๓๐.๖๘ ล้านบาท โดยมีค่าเฉลี่ยการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมทั้ง ๕ ปี เท่ากับร้อยละ (๘.๑๙%)



อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว ณ จังหวัดเชียงใหม่

ปี	จำนวน (ล้านบาท)	ชาวไทย	ต่างชาติ	D (%)
๒๕๖๒	๑๐๙,๐๕๖	๖๔,๕๒๘	๔๔,๕๒๘	+ ๑.๓๓
๒๕๖๑	๑๐๗,๖๒๕.๓๒	๖๖,๓๐๙.๕๗	๔๑,๓๑๕.๗๕	+ ๘.๖๔
๒๕๖๐	๙๙,๐๗๐.๔๒	๖๑,๓๒๐.๓๘	๓๗,๗๕๐.๐๔	+ ๙.๙๑
๒๕๕๙	๙๐,๑๓๗.๒๘	๕๖,๒๑๗.๔๙	๓๓,๙๑๙.๗๙	+ ๙.๑๖
๒๕๕๘	๘๒,๕๗๐.๒๔	๕๓,๖๙๐.๓๙	๒๘,๘๗๙.๘๕	+ ๑๑.๙๕
ค่าเฉลี่ยการเพิ่มขึ้น	+๕.๙๖	+๑๒.๑๑	+ ๘.๑๙	

และปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ช่วงเดือนมกราคม – กรกฎาคม ๒๕๖๓ นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่สร้างรายได้แก่จังหวัด ๒๔,๗๐๙.๒ ล้านบาท แยกเป็นชาวไทย ๑๗,๘๒๑.๑ ล้านบาท (-๕๐.๐๗%) ชาวต่างประเทศ ๖,๘๘๘.๑ ล้านบาท (-๗๑.๙๖%) ลดลงจากปี ๒๕๖๒ ในช่วงเวลาเดียวกัน จำนวน ๓๕,๕๕๑.๔ ล้านบาท (-๕๘.๙๙%) ธุรกิจไมซ์ (MICE)

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตสูงที่สุดของไทย และมีส่วนสำคัญต่อมูลค่าโดยรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) พบว่า อุตสาหกรรมไมซ์ของไทยมีการเติบโตอย่างสูงต่อเนื่องกันมาตลอดตั้งแต่ปี ๒๕๕๙ โดยระหว่างปี ๒๕๕๙ - ๒๕๖๐ จำนวนนักเดินทางไมซ์มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจาก ๒๘,๘๕๔,๐๖๑ คน เป็นจำนวน ๓๕,๓๑๖,๕๐๘ คน หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๑๘.๓๐ และมีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เติบโตจาก ๗๓,๓๒๒ ล้านบาท ในปี ๒๕๕๙ เป็น ๙๑,๑๔๒ ล้านบาทในปี ๒๕๖๐ หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๑๙.๕๕

ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ จังหวัดเชียงใหม่โดยสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ได้ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภาพรวมของจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ดำเนินการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น ๖ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการประชุม กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงพำนักระยะยาว กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชนเผ่า และกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจากการรับฟังข้อเสนอแนะ รวมถึงปัญหาด้านการท่องเที่ยว สามารถสรุปประเด็นปัญหา เรื่องที่ควรได้รับการแก้ไข และเรื่องพัฒนาที่เร่งด่วน เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยได้ ดังนี้

๑. ประเด็นปัญหาร่วม

๑.๑ ช่องทางเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็ว เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เว็บไซต์บนมือถือ ระบบฐานข้อมูลให้บริการด้านการท่องเที่ยว ระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

๑.๒ พัฒนาระบบความปลอดภัยสำหรับชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัยด้านสุขภาพ

๑.๓ ระบบสาธารณูปโภคและปรับปรุงปัญหามลภาวะด้านน้ำ และอากาศ

๑.๔ สิ่งอำนวยความสะดวกส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านระบบขนส่งมวลชน และระบบการจราจรในตัวเมืองเชียงใหม่



๑.๕ การผลิตและพัฒนาบุคลากรสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยว

๑.๖ การกำหนดกฎระเบียบ หรือแนวปฏิบัติของชุมชน /ของเมือง เพื่อเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติตนของคนในชุมชน นักท่องเที่ยว และสร้างเอกลักษณ์ท้องถิ่น

๑.๗ การส่งเสริมการรวมกลุ่มของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และพัฒนาการท่องเที่ยว

๒. ประเด็นปัญหาที่ร่วม

๒.๑ การพัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว และมีกำหนดให้ตรวจประเมินเพื่อจัดอันดับมาตรฐานในการให้บริการ (Grading & Standard) เช่น

- มาตรฐานสถานบริการด้านสุขภาพ
- มาตรฐานผู้ให้บริการด้านสุขภาพ
- มาตรฐานสถานประกอบการที่ให้บริการพำนักระยะยาว
- มาตรฐานผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย
- มาตรฐานผู้ประกอบการร้านอาหาร เป็นต้น

๒.๒ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันไปตามลักษณะของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การเข้าถึงควรมีความยากและท้าทาย การท่องเที่ยวเพื่อรองรับการประชุม การเข้าถึงควรง่ายและสะดวก เป็นต้น

๒.๓ การรวบรวม และจัดเก็บองค์ความรู้ในชุมชน เพื่อปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชน

๓. ประเด็นปัญหาที่มีลักษณะเฉพาะ*

๓.๑ การท่องเที่ยวรองรับการจัดประชุม

- ความชัดเจนของอุตสาหกรรม MICE ในจังหวัดเชียงใหม่
- หน่วยงานหลักในการทำการตลาดเพื่ออุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดเชียงใหม่

๓.๒ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

• การอำนวยความสะดวกในการใช้จ่าย เช่น ระบบการเบิกเงินประกันสุขภาพจากประเทศของนักท่องเที่ยว หรือการอำนวยความสะดวกในการชำระเงินช่องทางอื่นๆ

- การส่งเสริมการตลาด/ความชัดเจนของการเป็น Health hub

๓.๓ การท่องเที่ยวเพื่อการพำนักระยะยาว

• การจัดพื้นที่เฉพาะ หรือ Zoning สำหรับที่พักกลุ่ม long stay

• การป้องกันภัยคุกคามอันเกิดจาก long stay หรือ ธุรกิจแอบแฝง เช่น การเข้ามาแต่งงานกับหญิงไทย เพื่อให้มีสิทธิในการซื้อสังหาริมทรัพย์ หรือ การเข้ามาใช้สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่รัฐบาลได้จัดสรรให้กับคนไทย

- การขยายระยะเวลาวีซ่าจาก ๑ ปี เป็น ๕ ปี

* ประเด็นปัญหาที่มีลักษณะเฉพาะ หมายถึง ปัญหาที่เกิดกับกลุ่มธุรกิจกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง



๓.๔ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชนเผ่า

- การศึกษาแหล่งท่องเที่ยว (ชนเผ่า) ที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว
- จัดพื้นที่ (Zoning) ระหว่างพื้นที่วัฒนธรรม กับพื้นที่ธุรกิจ เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

แต่ละชนิด

- การสร้างอาชีพหลักเพื่อให้อยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งพิงรายได้จากการท่องเที่ยว

๓.๕ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

- แก้ไขปัญหาการแข่งขันด้านราคา ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการให้บริการ
- การสร้างอาชีพหลักเพื่อให้อยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งพิงรายได้จากการท่องเที่ยว
- การเก็บรักษาและต่อยอดภูมิปัญญา/องค์ความรู้ท้องถิ่น

๓.๖ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นำ ๗ Greens “ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” มาใช้อย่างเป็นรูปธรรม โดยแนวคิด ๗ ประการ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ได้แก่

- ๑) Green Heart เที่ยวด้วยใจคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ๒) Green Logistics เที่ยวใกล้-ไกล เลือกใช้ (พาหนะ) พลังงานสะอาด
- ๓) Green Attraction จัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความยั่งยืน
- ๔) Green Activity เลือก กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ๕) Green Community เที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาเอกลักษณ์ชุมชน
- ๖) Green Service จัดการธุรกิจ ตระหนักคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ๗) Green Plus จิตอาสา พาโลกสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

แนวโน้มสำคัญด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

จากการเพิ่มขึ้นของอัตราการนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว ทำให้เห็นว่าในอนาคต เชียงใหม่จะมีนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

๑) แนวโน้มความนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผลพลอยได้จากหนัง Lost in Thailand และสื่อภายนอก ส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวประเทศจีนและประเทศรอบข้าง ซึ่งส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ ๒๕๐.๓๗ จากปี ๒๕๖๐ โดยสื่อภายนอกจากต่างประเทศเป็นหนึ่งในช่องทางในการประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

๒) สถานการณ์ทางการเมืองที่สงบลงและนโยบายรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยโดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ “การสร้างสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่นร่วมกันหรือจัดเป็นกลุ่มได้ เช่น กลุ่มธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสุขภาพ” เป็นต้น รวมทั้งนโยบายสนับสนุนการขยายพื้นที่สนามบิน เส้นทางการบิน และเวลาการทำการเป็น ๒๔ ชั่วโมงจะเป็นโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น

๓) ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการและกระแสมความนิยมด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็น กระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงนิเวศ (Eco Tourism) การเดินทางเพื่อธุรกิจและการพักผ่อน รวมทั้ง

การท่องเที่ยวเชิง “การพำนักระยะยาว” หรือ “Long Stay Tourism” ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ได้รับความนิยมจากชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และมีขนาดของเมืองที่ไม่ใหญ่ ไม่เล็กจนเกินไป ผู้คนมีความเป็นมิตรกับชาวญี่ปุ่น ความเอื้ออำนวยทางภูมิศาสตร์และภูมิอากาศ คือ จังหวัดเชียงใหม่ไม่ไกลจากญี่ปุ่นมากเกินไป สามารถเดินทางโดยทางอากาศได้สะดวก ประกอบกับมีอากาศที่ไม่หนาวจัด ปัจจัยด้านค่าครองชีพซึ่งถูกกว่าประเทศญี่ปุ่นถึง ๓ เท่า ความพร้อมด้านที่พัก ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวได้อย่างดี ทั้งเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และโรงแรม ด้านสาธารณสุขมีโรงพยาบาลมาตรฐานระดับนานาชาติ ที่พร้อมให้บริการแก่ผู้ป่วยที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ด้านการดำรงชีวิต และกิจกรรม มีร้านค้าสามารถซื้ออาหารได้สะดวก และสามารถทำกิจกรรมได้หลายรูปแบบ ทั้งด้านวัฒนธรรม และกิจกรรมนันทนาการ อาทิ สนามกอล์ฟ โรงภาพยนตร์ สปา นวดแผนไทย เป็นต้น มีสังคมชาวญี่ปุ่น กว่า ๒,๐๐๐ คน ที่รวมตัวเป็นชมรมและคอยช่วยเหลือกัน รวมทั้งมีสถานกงสุลใหญ่ญี่ปุ่น ณ นครเชียงใหม่ ที่ดูแล และช่วยเหลือชาวญี่ปุ่น

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยอ่อนไหวที่อาจมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ คือ สถานการณ์ทางการเมืองและปัญหาภัยธรรมชาติ อาทิ ปัญหาหมอกควัน ไฟป่า เป็นต้น

ส่วนที่ ๔

ความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ระดับชาติ

๑. ความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับเป้าหมาย ตัวชี้วัดหรือประเด็นยุทธศาสตร์ของแผน ยุทธศาสตร์ และนโยบายที่สำคัญ

๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี มีวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมียุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ซึ่งมีประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ประเด็นการสร้างควมหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทยและใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีความเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้อง คือ ๑) ประเด็นการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว ๒) ประเด็นการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจภาคทะเล ซึ่งให้ความสำคัญกับการปรับปรุง พื้นฟู และสร้างใหม่ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งทั้งระบบ การฟื้นฟูชายหาดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาและเพิ่มสัดส่วนกิจกรรมทางทะเลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๑.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติเป็นส่วนสำคัญในการถ่ายทอดเป้าหมายและประเด็นยุทธศาสตร์ของยุทธศาสตร์ชาติลงสู่แผนระดับต่าง ๆ ซึ่งมีประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ประเด็นที่ ๕ การท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกโดยพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพแต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมไว้ได้ ซึ่งประกอบไปด้วย ๖ แผนย่อย ได้แก่ ๑) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ๒) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ๓) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ๔) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ๕) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และ ๖) การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว

๑.๓ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

แนวคิดของกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ มีเป้าหมายหลัก คือ การพลิกโฉมประเทศไปสู่ “เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” หรือ “High-Value and Sustainable Thailand” โดยมีมิติการพัฒนาที่สำคัญ ๔ ด้าน ได้แก่ ๑) ภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย ๒) โอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม ๓) ความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ ๔) ปัจจัยผลักดันการพลิกโฉมประเทศ โดยหมุดหมาย (Milestones) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอยู่ ภายใต้มิติการพัฒนาที่ ๑ คือ

หมุดหมายที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่ เน้นคุณภาพและความยั่งยืนมีเป้าหมาย คือ ๑) ยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ๒) เพิ่มการพึ่งพานักท่องเที่ยว

ในประเทศและกระจายรายได้สู่พื้นที่ และ ๓) บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ประกอบด้วย ๖ กลยุทธ์ ได้แก่ ๑) ส่งเสริมกิจกรรม สินค้าและบริการการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ๒) พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ๓) ยกระดับการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของตลาดสากล ๔) พัฒนาทักษะและศักยภาพของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว ๕) ปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบที่ล้าสมัยและเป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ และ ๖) พัฒนาระบบข้อมูลการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย

๑.๔ แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง)

แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) ให้ความสำคัญกับกิจกรรมปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ (Big Rock) โดยมีแนวทางการปฏิรูปประเทศทั้งหมด ๑๓ ด้าน ซึ่งภายใต้แนวทางด้านเศรษฐกิจ ได้มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวคุณภาพสูง มีประเด็นที่ต้องขับเคลื่อน ๕ ประเด็น ได้แก่ ๑) เตรียมการขับเคลื่อน Happy Model คือ “กินดี อยู่ดี ออกกำลังกายดี แบ่งปัน สิ่งดี ๆ” ๒) พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ๓) ส่งเสริมด้านที่พัก ๔) เพิ่มขีดความสามารถด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ ๕) สนับสนุนการท่องเที่ยวเรือสำราญทางน้ำ

๑.๕ โมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๐)

แผนงานขับเคลื่อน BCG ในสาขาการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๗๐) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ ๓ ด้านคือ ๑) เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ๒) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และ ๓) เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) โดยการท่องเที่ยวตามแนวทางของ BCG จะพัฒนาโดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่ ยั่งยืน (Sustainable tourism) โดยมี แนวทางที่สำคัญ คือ การประยุกต์ใช้ Happy Model ที่ชูอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ด้วยสินค้าและบริการ ตลอดจนสื่อสารเรื่องราวและจุดเด่นแต่ละแห่งเชื่อมโยงกับจุดแข็งของประเทศ อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์ของการระบาดของโควิด - ๑๙ ที่ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงควรใช้โอกาสนี้ในการพัฒนามาตรฐานที่พักและบริการรวมถึงยกระดับด้านสุขอนามัยเพื่อให้พร้อมรับต้อนรับการกลับมาของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติอีกครั้ง

๑.๖ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs)

องค์การสหประชาชาติได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาโดยอาศัยกรอบความคิดที่มองการพัฒนาเป็นมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่มีความเชื่อมโยงกัน เรียกว่า “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs)” ประกอบไปด้วย ๑๗ เป้าหมาย ๑๖๙ เป้าหมายย่อย (SDG Targets) ที่มีความเป็นสากล เชื่อมโยงและเกื้อหนุนกัน และกำหนดให้มี ๒๔๗ ตัวชี้วัด เพื่อใช้ติดตามและประเมินความก้าวหน้าของการพัฒนา โดยสามารถจัดกลุ่ม SDGs ตามปัจจัยที่เชื่อมโยงกันใน ๕ มิติ (๕P) ได้แก่ (๑) การพัฒนาคน (People) ให้ความสำคัญกับการขจัดปัญหาความยากจนและความหิวโหย และลดความเหลื่อมล้ำในสังคม (๒) สิ่งแวดล้อม (Planet) ให้ความสำคัญกับการปกป้องและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสภาพภูมิอากาศเพื่อพลเมืองโลกรุ่นต่อไป (๓) เศรษฐกิจและความมั่งคั่ง (Prosperity) ส่งเสริมให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสอดคล้องกับธรรมชาติ (๔)สันติภาพและความยุติธรรม (Peace) ยึดหลักการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ มีสังคมที่ สงบสุข และไม่แบ่งแยก และ (๕) ความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership)ความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อน

วาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ การท่องเที่ยวไทยมีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนครบทั้ง ๑๗ เป้าหมายความยั่งยืน

๑.๗ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

มีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยระยะ ๒๐ ปี (ปี พ.ศ. ๒๕๗๐)ไว้ดังนี้ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์ไว้ ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัว
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างสมดุลให้การท่องเที่ยวผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มและสร้างความเชื่อมั่น
- ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและส่งเสริมความร่วมมือระหว่าง

ประเทศ

ทั้งนี้ จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด – ๑๙ ที่ได้ส่งผลให้สถานการณ์ท่องเที่ยวโลกและไทยยังคงอยู่ในภาวะเปราะบางและต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน การลงทุน และการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการฟื้นฟูภาคธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Recovery Recommendations) เพื่อมุ่งฟื้นฟูและพัฒนาธุรกิจในการการท่องเที่ยวของไทยให้มีความสามารถในการปรับตัว ปรับแนวทางและเปลี่ยนแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ภาวะปกติถัดไป (Next Normal) อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมสู่การท่องเที่ยวโฉมใหม่ภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

โดยข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการฟื้นฟูภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังกล่าว ประกอบด้วย ๖ ข้อเสนอหลักสู่บทใหม่การท่องเที่ยวไทย ดังนี้

- ๑) ปรับแนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการท่องเที่ยว (Change the Way Tourism Business Work)
- ๒) ท่องเที่ยวมั่นใจ สะดวกกว่าที่เคย (More Confident more Convenient)
- ๓) ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพตลอดทั้งปี (Attract Quality Tourists in All Year - Round)
- ๔) ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้วยข้อมูลและเทคโนโลยีและดิจิทัล (Data and Technology Driven Tourism)
- ๕) ผลักดันธุรกิจท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Delivers to Society)
- ๖) ส่งเสริมปัจจัยสนับสนุนขีดความสามารถการท่องเที่ยวไทย (Promote Favorable Supporting Conditions)

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ จะมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องไปกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ที่มุ่งพลิกโฉมประเทศไทยไปสู่ “เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” โดยให้ความสำคัญกับ ๔ ประเด็นหลัก ได้แก่ ๑) การเสริมสร้างความเข้มแข็งและการปรับสมดุลการท่องเที่ยวไทย ๒) การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน

มาตรฐาน และความเชื่อมโยง ๓) การมอบประสบการณ์โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลางและ ๔) การเติบโตบนความยั่งยืนและมีภูมิคุ้มกันพร้อมรับมือกับความเสี่ยง

๒. เป้าหมายการพัฒนาด้านท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองแม่เหิยะ

นโยบายการพัฒนาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๑. พัฒนาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงภูมิทัศน์และเส้นทางท่องเที่ยวให้พร้อม ตลอดจนส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับพื้นที่ที่มีศักยภาพตามวิถีชีวิตชุมชน
๒. ส่งเสริมการปลูกต้นไม้ทั้งไม้ยืนต้น ไม้ดอก ไม้ประดับ ภายในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะ
๓. สร้างจิตสำนึกของประชาชนให้รักและช่วยกันรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการให้เข้ามามีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

- (๑) ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและเร่งรัดการปรับปรุงมาตรฐานในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัยและสุขอนามัย
- (๒) พัฒนา บุธนะ และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศาสนาและวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่แล้ว ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพสามารถเชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน
- (๓) ส่งเสริม สนับสนุนตลาดนักท่องเที่ยวภายในพื้นที่และภายในจังหวัด
- (๔) ส่งเสริมกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว
- (๕) ผลักดันความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ
- (๖) พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก

เป้าหมายการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองแม่เหิยะ

๑. ร่วมกันสร้างเป้าหมายที่เราต้องการ ต้องการเห็นการท่องเที่ยวของเราเป็นเช่นไร ?
 - มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
 - อยากให้ตำบลแม่เหิยะเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ
 - คนแม่เหิยะมีแหล่งรายได้ทางการท่องเที่ยวเสริม
 - อยากให้นักท่องเที่ยวประทับใจในสินค้าและบริการของคนในชุมชน
 - อยากให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ
 - อยากให้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลแม่เหิยะเป็นที่รู้จัก

มิติด้านสิ่งแวดล้อม

- อยากให้ประชาชนในชุมชนเอื้อเฟื้อกันเหมือนในอดีต
- อยากให้ป่าไม้อุดมสมบูรณ์

มิติในด้านเศรษฐกิจ

- คนในท้องถิ่นมีงานทำ เศรษฐกิจในชุมชนดี
- ไม่มีปัญหาทางสังคม คนในชุมชนมีความสุข
- ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วไป



ปัจจัยและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนา
การประเมินสถานการณ์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) จากการศึกษาสภาพแวดล้อมของเทศบาลเมืองแม่เหียะ โดยการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
๑.เทศบาลเป็นองค์กรที่มีผู้บริหารมีความรู้ความสามารถ และเป็นองค์กรที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน และดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	๑.การบริหารจัดการงบประมาณไปสู่ชุมชนไม่ทั่วถึงและต่อเนื่อง รวมทั้งขาดการบริหารสัดส่วนการใช้งบประมาณในการพัฒนามีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นเฉพาะการพัฒนาในบางเรื่องมากจนเกินไปโดยเฉพาะเรื่องโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ อาทิ ถนน ทางระบายน้ำ
๒.มีงบประมาณจากการจัดเก็บภาษีของประชาชนเพียงพอสำหรับการบริหารจัดการ	๒.โครงสร้างการบริหารงานของเทศบาลมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยตามภาระงานที่ได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้น
๓.เทศบาลมีการส่งเสริม พัฒนา และจัดกิจกรรมในด้านต่าง ๆ อย่างหลากหลาย และต่อเนื่อง เช่น ด้านการศึกษา ด้านวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมสุขภาพ ด้านการส่งเสริมอาชีพ	๓.ความต้องการและความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของเทศบาลมีมากกว่าอำนาจหน้าที่ของเทศบาล
๔.ในการดำเนินงานของเทศบาลมีการบูรณาการด้านการบริหารจัดการ และการกำหนดบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้เกิดการเพิ่ม/ขยายเครือข่าย และศักยภาพในการดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากขึ้น	๔.ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของเทศบาล
๕.เทศบาลสามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงานได้ตามภาระงาน และความเหมาะสม ตลอดจนมีการเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกหน่วยงานได้แสดงความคิดเห็น	๕.เทศบาลขาดการดึงศักยภาพของบุคลากรหรือผู้ที่มีความรู้ความสามารถในด้านต่าง ๆ มาช่วยในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเต็มที่
๖.เทศบาลมีการให้บริการที่ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	๖.การมีส่วนร่วมกับชุมชนในการพัฒนาชุมชน ทั้งการนำความรู้มาใช้เพื่อพัฒนาชุมชน และการให้ความสำคัญต่อปัญหาที่เกิดขึ้นของเทศบาลยังมีค่อนข้างน้อย และต่อเนื่อง
๗.เทศบาลเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีบุคลากรในการปฏิบัติงานเป็นจำนวนมาก	๗.บุคลากรภายในองค์กรขาดการพัฒนาศักยภาพของตนเองในด้านทักษะความรู้ความเชี่ยวชาญ

แผนส่งเสริมการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2566 – 2570)เทศบาลเมืองแม่เหียะ

	เฉพาะทางอย่างต่อเนื่อง บุคลากรของเทศบาล บางส่วน ยังขาดความรับผิดชอบในการหน้าที่ และขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
๘.มีปราชญ์ชุมชนผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้าน ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของ ท้องถิ่น	๘.บุคลากรในการปฏิบัติงานภาคสนามหรืองาน ลงพื้นที่ไม่เพียงพอ ส่งผลให้การปฏิบัติงานขาด ความต่อเนื่อง
๙.อาณาเขตพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลมีขนาด เหมาะสม สามารถบริหารจัดการดูแลได้อย่างทั่วถึง	๙.ปัญหาคนในชุมชนว่างงาน มีรายได้ไม่มั่นคง และเป็นปัญหาหนี้สินตามมา
	๑๐.มีประชากรแฝงอยู่ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก เห็นได้จากการที่ในเขตพื้นที่เทศบาลมีจำนวน หอพักหรือบ้านเช่าอยู่เป็นจำนวนมาก
	๑๑.ความคิดเห็นของผู้นำชุมชนหรือแกนนำ ชุมชนไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
๑.นโยบายในการกระจายอำนาจ รวมถึงการจัดสร งงบประมาณจากส่วนกลางลงสู่ท้องถิ่น ส่งผลให้การ ดำเนินงานด้านการพัฒนาและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ใน ชุมชน ท้องถิ่น เอื้อต่อการบริหารจัดการที่สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการมาก ขึ้น	๑.การกระจายงบประมาณจากส่วนกลางหรือ งบประมาณที่ได้จากรัฐบาลจัดสรรให้แก่ท้องถิ่น บางครั้งได้รับการจัดสรรล่าช้า
๒.การพัฒนาด้านเทคโนโลยี และการสื่อสาร เอื้อต่อ การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ เช่น การ บริหารจัดการ การพัฒนาระบบฐานข้อมูล การ ถ่ายทอดองค์ความรู้ และการเผยแพร่ข้อมูลการ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ	๒.กฎหมายหรือระเบียบขั้นตอน ข้อบังคับทาง ราชการในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ มีความ ซับซ้อน ก่อให้เกิดความล่าช้าไม่สามารถแก้ไข ปัญหาหรือจัดการเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างทันทั่วทั้งที่
๓.การเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน จะส่งผลให้เกิด ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ ความมั่นคง ซึ่งเอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขัน และการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของเทศบาล	๓.สภาพสังคมในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปเป็น สังคมลักษณะต่างคนต่างอยู่ ส่งผลให้คนขาด ความตระหนักในการมีส่วนร่วม (ร่วมดูแล รับผิดชอบ ร่วมแก้ไขปัญหา และร่วมพัฒนา)
๔.มีพ.ร.บ.สภาองค์กรชุมชนที่สนับสนุนให้ชุมชนมี ความเข้มแข็ง และสามารถจัดการตนเองได้อย่าง ยั่งยืน เป็นปัจจัยเอื้อต่อการพัฒนาชุมชนของเทศบาล	๔.จำนวนประชากรแฝงมีจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ เกิดปัญหาในการจัดการระเบียบ และการขอ ความร่วมมือหรือการรวมกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งเป็นไปได้ ค่อนข้างยาก



๕.แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๙) ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม โดยเน้นการพัฒนาในทุกมิติอย่างสมดุล ซึ่งถือเป็นปัจจัยเอื้ออย่างมากต่อการพัฒนาในเชิงพื้นที่	๕.โครงการพัฒนาของภาครัฐ ไม่สามารถตอบโจทย์ปัญหา และความต้องการของประชาชนได้อย่างตรงจุด
---	---

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
๖.แนวทางการพัฒนาประเทศที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นกรอบแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม	๖.วิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนโดยรวม
๗.นโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพชีวิต นับเป็นส่วนสนับสนุนซึ่งทางเทศบาลสามารถนำมาเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อการพัฒนาได้	๗.การเมืองขาดเสถียรภาพ รัฐบาลเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลกระทบต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาในทุกระดับของประเทศ
	๘.นโยบายสำคัญของรัฐบาลบางนโยบายอาจส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางสังคมในชุมชนในด้านลบ ซึ่งทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในพื้นที่
	๙.วิกฤติด้านคุณธรรมจริยธรรม ค่านิยมที่เสื่อมของไทยเสื่อมถอย ปัญหาวัยรุ่น และการเผยแพร่ระบาดของยาเสพติด
	๑๐.ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ และโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐเป็นสาเหตุทำให้เกิดความขัดแย้งในสังคม

ส่วนที่ ๕
แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองแม่เหิยะ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลเมืองแม่เหิยะ

๑. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน

ที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย/ผลผลิตของโครงการ	งบประมาณและที่ผ่านมา					ตัวชี้วัด (KPI)	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				๒๕๖๖ (บาท)	๒๕๖๗ (บาท)	๒๕๖๘ (บาท)	๒๕๖๙ (บาท)	๒๕๗๐ (บาท)			
๑	โครงการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	๑. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน ๒. เพื่อเชื่อมโยงและขยายตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) และสินค้าเอกลักษณ์ของตำบลแม่เหิยะเข้าสู่ตลาดอย่างเป็นระบบ ๓. เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการผลิต การตลาด การพัฒนาฐานคุณภาพของสินค้าและบริการ และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วยการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการด้านการผลิต และการตลาดอย่างเป็นระบบ	- จัดอบรมให้ความรู้- จัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน- ส่งเสริมและสนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าในชุมชน	๓๕๐,๐๐๐	๓๕๐,๐๐๐	๓๕๐,๐๐๐	๓๕๐,๐๐๐	๓๕๐,๐๐๐	ผลิตภัณฑ์ผ่าน การรับรองมาตรฐาน	ผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีคุณภาพ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน	กองสวัสดิการฯ

ที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย/ผลผลิตของโครงการ	งบประมาณและที่ผ่านมา					ตัวชี้วัด (KPI)	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				๒๕๖๖ (บาท)	๒๕๖๗ (บาท)	๒๕๖๘ (บาท)	๒๕๖๙ (บาท)	๒๕๗๐ (บาท)			
๒	โครงการตกแต่งเมืองเพื่อต้อนรับเทศกาลประเพณีวันสำคัญต่าง ๆ	๑. เพื่อตกแต่งสถานที่ช่วงเทศกาล ประเพณี และวันสำคัญตามสถานที่สำคัญ ๆ ในตำบลแม่เหิยะ ๒. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของตำบลแม่เหิยะ สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ผู้ที่พำนักอาศัยในตำบลแม่เหิยะ	ดำเนินการตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ อาทิ - ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิงวัดพระธาตุดอยคำ - ถนนเชียงใหม่ สม่.โกษ ๗๐๐ ปี ดิดทางเข้าเทศบาลเมืองแม่เหิยะ - แยกแม่เหิยะสมานสามัคคี - แยกอุโบสถารี่ประทาน	๒๐๐,๐๐๐ (บาท)	๒๐๐,๐๐๐ (บาท)	๒๐๐,๐๐๐ (บาท)	๒๐๐,๐๐๐ (บาท)	๒๐๐,๐๐๐ (บาท)	ประชาชนมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐	๑.สภาพภูมิทัศน์ในเขตตำบลแม่เหิยะที่สวยงามเป็นที่น่าประทับใจต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนที่สัญจรผ่าน และประชาชนที่อาศัยในตำบลแม่เหิยะ ๒.ส่งเสริมการท่องเที่ยวของตำบลแม่เหิยะและเกิดการกระตุ้นทางเศรษฐกิจภายในตำบล	กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ

ที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย/ผลผลิตของโครงการ	งบประมาณและที่ผ่านมา					ตัวชี้วัด (KPI)	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				๒๕๖๖ (บาท)	๒๕๖๗ (บาท)	๒๕๖๘ (บาท)	๒๕๖๙ (บาท)	๒๕๗๐ (บาท)			
๓	โครงการแม่เหิยะโมเดล จัดระเบียบสายและสาย สื่อสาร ต.แม่เหิยะ อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่	๑. เพื่อก่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ประชาชนที่สัญจรบนท้องถนน ๒. เพื่อให้สายไฟฟ้ามีความเรียบร้อยสวยงาม ๓. เพื่อทำให้ทัศนียภาพหรือภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่	- จัดกิจกรรม Kick Off การจัดระเบียบสายไฟและสายสื่อสาร	๕๐,๐๐๐					ประชาชนและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐	๑. สายไฟฟ้าในตำบลแม่เหิยะมีความสวยงาม ๒. ปรับทัศนียภาพและภูมิทัศน์ภายในตำบลแม่เหิยะ ๓. ทุกหน่วยงานทุกฝ่ายได้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและร่วมกันแก้ไขปัญหา ๔. มีการบริหารจัดการที่ดี สามารถเป็นแบบอย่างของประชาชนและองค์กรอื่น ๆ ได้	กองช่าง

๒. ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์วัฒนธรรม จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง

ที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ	งบประมาณและที่ผ่านมา					ตัวชี้วัด (KPI)	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖ (บาท)	๒๕๖๗ (บาท)	๒๕๖๘ (บาท)	๒๕๖๙ (บาท)	๒๕๗๐ (บาท)			
๑	โครงการจัดพิธีสงฆ์นำพระบรมธาตุทองคำและประเพณีเตี๊ยะขึ้นดอยคำ	เพื่อนุรักษ์สืบสานประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบลแม่เหียะตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยว	จัดกิจกรรมโดยการจัดขบวนและตกแต่งขบวนอัญเชิญน้ำสรง จัดมณฑปร่วมขบวนเดินอัญเชิญน้ำสรงขึ้นวัดพระธาตุดอยคำ และจัดกิจกรรมสงฆ์นำพระธาตุวัดดอยคำ	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	ร้อยละ ๘๐ ของผู้เข้าร่วมได้ร่วมกันสืบสานวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น	ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับการฟื้นฟูอนุรักษ์ให้คงอยู่คู่ตำบลแม่เหียะต่อไป	กองการศึกษา
๒	โครงการสืบฮีตฮอย ฝ่อกอยเย่เป้งแม่เหียะ	เพื่อให้เด็ก เยาวชนและประชาชนตำบลแม่เหียะได้ร่วมกันอนุรักษ์ประเพณีเย่เป้ง	จัดนิทรรศการโคมล้านนา โคมไฟลอดหัวงจัดทำและตกแต่งชุมชนประตูป่า จัดประกวดกระทง ฯลฯ	๔๐๐,๐๐๐	๔๐๐,๐๐๐	๔๐๐,๐๐๐	๔๐๐,๐๐๐	๔๐๐,๐๐๐	ร้อยละ ๘๐ ของผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสืบสนอนุรักษ์จารีตประเพณีของท้องถิ่น	ประเพณีเย่เป้งได้รับการอนุรักษ์และสืบสาน	กองการศึกษา

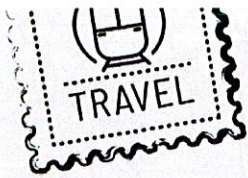
ที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ	งบประมาณและที่ผ่านมา						ตัวชี้วัด (KPI)	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖ (บาท)	๒๕๖๗ (บาท)	๒๕๖๘ (บาท)	๒๕๖๙ (บาท)	๒๕๗๐ (บาท)	๒๕๗๑ (บาท)			
๓	โครงการส่งเสริม จารีตประเพณี วัฒนธรรม และ พิธีกรรมท้องถิ่น	เพื่อส่งเสริมและ สนับสนุนจารีต ประเพณี วัฒนธรรม และพิธีกรรมท้องถิ่น	๑.อุดหนุนโครงการ สร้างน้ำพระธาตุวัด ตำหนัก	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	อุดหนุนโครงการ อย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง	จารีตประเพณี วัฒนธรรม และ พิธี กรรมท้องถิ่น ของตำบล รวมถึงประเพณี วัฒนธรรม ของจังหวัด ได้รับการ ส่งเสริมและ สนับสนุนให้ แพร่และคงอยู่ สืบไป	กอง การศึกษา
			๒.อุดหนุนโครงการสร้าง น้ำพระธาตุวัดอุโบสถ	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐			
			๓.อุดหนุนโครงการสร้าง น้ำพระธาตุวัดป่าซี้	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐			
			๔.อุดหนุนโครงการสร้าง น้ำพระธาตุวัดต้นปิน	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐			
			๕.อุดหนุนโครงการสร้าง น้ำพระธาตุวัดท่าข้าม	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๒๕,๐๐๐			
			๖.อุดหนุนโครงการ ประเพณีโสสานกรรม	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐			
			๗. อุดหนุนโครงการ ประเพณีเลี้ยงดง	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๐,๐๐๐			
			๘.อุดหนุนที่ทำการ ปกครองอำเภอเมือง เชียงใหม่ โครงการจัดงานไม้ ดอกไม้ประดับ	๔๐,๐๐๐	๔๐,๐๐๐	๔๐,๐๐๐	๔๐,๐๐๐	๔๐,๐๐๐	๔๐,๐๐๐			

๓. ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ พลังงาน และสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ	งบประมาณและที่ผ่านมา					ตัวชี้วัด (KPI)	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				๒๕๖๖ (บาท)	๒๕๖๗ (บาท)	๒๕๖๘ (บาท)	๒๕๖๙ (บาท)	๒๕๗๐ (บาท)			
๑	โครงการถนนสะอาด หน้าบ้านมือง	เพื่อส่งเสริมให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการรักษา ความสะอาดและความ เป็นระเบียบเรียบร้อย ในถนน ทางเท้าหรือ พื้นที่สาธารณะ	ปฏิบัติงานรักษาความ สะอาด เก็บขยะลอย รวมถึงงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายถนน ทางเท้า พื้นที่สาธารณะ ภายในตำบล แม่เหิระ	๒,๑๖๐,๐๐๐					ถนน ทางเท้า พื้นที่ สาธารณะภายใน ตำบลแม่เหิระ ได้รับการดูแล ความสะอาดและมี ความเป็นระเบียบ เรียบร้อยเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘๐	สร้างภาพลักษณ์ ที่ดีและการ ส่งเสริม การท่องเที่ยวใน สถานที่ท่องเที่ยว สำคัญและ บริเวณ ที่สาธารณะ	กอง สาธารณสุข และ สิ่งแวดล้อม
๒	โครงการ Big Cleaning Day พัฒนาเมืองแม่ เหิระ	เพื่อส่งเสริมให้ ประชาชน มีส่วนร่วมในการรักษา ความสะอาดและความ เป็นระเบียบเรียบร้อย ในถนน ทางเท้าหรือ พื้นที่สาธารณะ	- จัดกิจกรรม Kick Off กิจกรรม Big Cleaning Day รักษาความสะอาด ทำ ความสะอาดภายใน พื้นที่ตำบล แม่เหิระ - กิจกรรมทำความสะอาด สะอาด ประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชน ทำความสะอาดพื้นที่ บริเวณหน้าบ้านตนเอง	๓๐,๐๐๐					ถนน ทางเท้า พื้นที่ สาธารณะภายใน ตำบลแม่เหิระ ได้รับการดูแล ความสะอาดและมี ความเป็นระเบียบ เรียบร้อยเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘๐	สร้างภาพลักษณ์ ที่ดีและการ ส่งเสริม การท่องเที่ยวใน สถานที่ท่องเที่ยว สำคัญและ บริเวณ ที่สาธารณะ	กอง สาธารณสุข และ สิ่งแวดล้อม

๕. ยุทธศาสตร์การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี

ที่	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย/ผลผลิต ของโครงการ	งบประมาณและที่ผ่านมา					ตัวชี้วัด (KPI)	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				๒๕๖๖ (บาท)	๒๕๖๗ (บาท)	๒๕๖๘ (บาท)	๒๕๖๙ (บาท)	๒๕๗๐ (บาท)			
๑	โครงการจัดทำวารสารและสื่อประชาสัมพันธ์	เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจการของเทศบาลฯ และข้อมูลข่าวสารนำ มาให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ	- จัดทำวารสาร “เมืองแม่เหิระ” - จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมงานต่าง ๆ ของเทศบาลฯ	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	จัดทำอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง	หน่วยงานและประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารและข่าวกิจกรรมงานต่าง ๆ ของเทศบาลเป็นประจำปี	กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ



งานบริการและเผยแพร่วิชาการ
กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ
053 - 276441 ต่อ 720

-เทศบาลเมืองแม่เหิระ จังหวัดเชียงใหม่-

