



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา  
รัฐวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เอกสารประกอบการชี้แจง

เสนอ

คณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษา  
ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ

พ.ศ. 2569

วุฒิสภา



# สารบัญ

	หน้า
1. รายนามผู้ชี้แจง	1
2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ โครงสร้างหน่วยงาน การดำเนินการกิจหน้าที่และอำนาจตามกฎหมาย จัดตั้งหน่วยงาน และการบูรณาการหรือประสานภารกิจในมิติด้านอื่น	2
3. ภาพรวมงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณ 3 ปีย้อนหลัง (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2569) ตามแบบ สว.69-01 (กรม/หน่วยงาน)	3
4. ภาพรวมแผนงาน ผลผลิต/โครงการ และโครงการที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ตามแบบ สว.69-02 (กรม/หน่วยงาน)	7
5. ผลการเบิกจ่ายและผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568 ตามแบบ สว.69-03 (กรม/หน่วยงาน)	15
6. การดำเนินการตามข้อสังเกตของคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษาร่าง พระราชบัญญัติงบประมาณ รายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 วุฒิสภา ตามแบบ สว.69-04 (กรม/หน่วยงาน)	29

1. รายนามผู้ชี้แจง  
รัฐวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1.	นางสาวฐาปณีย์ เกียรติไพบูลย์	ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2.	นายธีระศิลป์ เทเพนทร์	รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน
3.	นายบัญญัติ กาฬสุวรรณ	รองผู้ว่าการด้านบริหาร

ผู้ประสานงาน

- |    |                       |  |
|----|-----------------------|--|
| 1. | นางสาวพริมา หงษ์วิไล  | ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและงบประมาณ<br>หมายเลขโทรศัพท์ 0 6 5942 5127 |
| 2. | นางจินตนา กุลวัฒนมงคล | ผู้อำนวยการกองงบประมาณ<br>หมายเลขโทรศัพท์ 0 9 7159 3962          |

## 2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ โครงสร้างหน่วยงาน การดำเนินการกิจหน้าที่และอำนาจ ตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงาน และการบูรณาการหรือประสานภารกิจในมิติด้านอื่น

### วิสัยทัศน์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย  
ในการสร้างประสบการณ์ทรงคุณค่าและมุ่งสู่ความยั่งยืน

“Strategic Leader in Driving Thailand towards Meaningful and Sustainable Tourism”

### พันธกิจ

#### พันธกิจตามกฎหมาย (พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬาและวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่นอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว
3. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว
5. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว

#### พันธกิจเชิงยุทธศาสตร์ แผนวิสาหกิจ ททท. ฉบับทบทวน พ.ศ. 2567 - 2570

##### (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568 - 2570)

1. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ในการขยายฐานตลาดคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่น เพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. สร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน คุณภาพ และรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้แก่นักท่องเที่ยว
3. ขับเคลื่อนระบบนิเวศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Ecosystem) ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน
4. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการตลาดและบริการข้อมูลด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ครบถ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. เสริมสร้างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) บนพื้นฐานของนวัตกรรมและธรรมาภิบาล

3. ภาพรวมงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณ 3 ปีย้อนหลัง  
(ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2569)

(แบบ สว.69-01 (กรม/หน่วยงาน))

**ภาพรวมงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณ 3 ปีย้อนหลัง**  
**(ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2569)**

\*\*\*\*\*

ชื่อหน่วยงาน : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

**1. จำแนกตามลักษณะรายจ่าย**

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

รายการ	ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
				เพิ่มขึ้น/ลดลง	ร้อยละ
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>5,166.2256</b>	<b>6,231.5860</b>	<b>6,199.7343</b>	<b>(31.8517)</b>	<b>(0.51)</b>
1.1 รายจ่ายประจำ	5,062.7712	6,098.3530	6,039.8841	(58.4689)	(0.96)
1.2 รายจ่ายลงทุน	103.4544	133.2330	159.8502	26.6172	19.98

**2. จำแนกตามงบรายจ่าย**

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

รายการ	ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
				เพิ่มขึ้น/ลดลง	ร้อยละ
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>5,166.2256</b>	<b>6,231.5860</b>	<b>6,199.7343</b>	<b>(31.8517)</b>	<b>(0.51)</b>
2.1 งบบุคลากร	-	-	-	-	-
2.2 งบดำเนินงาน	-	-	-	-	-
2.3 งบลงทุน	57.8930	63.6077	98.8921	35.2844	55.47
2.4 งบเงินอุดหนุน	5,108.3326	6,167.9783	6,100.8422	(67.1361)	(1.09)
2.5 งบรายจ่ายอื่น	-	-	-	-	-

## 3. เงินนอกงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณ

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

รายการ	ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
				เพิ่มขึ้น/ลดลง	ร้อยละ
3.1 เงินนอกงบประมาณสะสมคงเหลือยกมา	662.2098	214.6742	300.0882	85.4140	39.79
3.2 รายได้ประเภทเงินนอกงบประมาณ	1,011.4759	1,136.8142	983.3923	(153.4219)	13.50
3.3 รวมเงินนอกงบประมาณทั้งสิ้น (3.1+3.2)	1,673.6857	1,351.4884	1,283.4805	(68.0079)	(5.03)
3.4 นำไปสมทบกับงบประมาณ	2.7242	2.7310	2.8486	0.1176	4.31
(1) งบบุคลากร	-	-	-	-	-
(2) งบดำเนินงาน	-	-	-	-	-
(3) งบลงทุน	-	-	-	-	-
(4) งบเงินอุดหนุน	2.7242	2.7310	2.8486	0.1176	4.31
(5) งบรายจ่ายอื่น	-	-	-	-	-
3.5 คงเหลือหลังหักเงินนำไปสมทบกับ งบประมาณ (3.3-3.4)	1,670.9615	1,348.7574	1,280.6319	(68.1255)	(5.05)
3.6 แผนการใช้จ่ายอื่น	1,456.2873	1,048.6692	980.5437	(68.1255)	(6.50)
(1) การกิจพื้นฐาน	1,456.2873	1,048.6692	980.5437	(68.1255)	(6.50)
- รายจ่ายประจำ	1,456.2873	1,048.6692	980.5437	(68.1255)	(6.50)
- รายจ่ายลงทุน	-	-	-	-	-
(2) การกิจเพื่อการพัฒนา	-	-	-	-	-
- รายจ่ายประจำ	-	-	-	-	-
- รายจ่ายลงทุน	-	-	-	-	-
3.7 คงเหลือ (3.5-3.6)	214.6742	300.0882	300.0882	-	-

หมายเหตุ : วงเงินที่นำไปสมทบตามแนวทางการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ตามฐานข้อมูล  
สำนักงบประมาณ และ/หรือ เอกสารงบประมาณ

## 4. งบประมาณตามยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณ จำแนกตามกลุ่มแผนงาน 3 ปีย้อนหลัง

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ประเภทงบประมาณรายจ่าย - แผนงาน		ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
					เพิ่มขึ้น/ (ลดลง)	ร้อยละ
รวมทั้งสิ้น		5,166.2256	6,231.5860	6,199.7343	(31.8517)	(0.51)
4.1	แผนงานพื้นฐาน	-	-	-	-	-
4.2	แผนงานยุทธศาสตร์	746.3072	902.2538	1,539.5148	637.2610	70.63
	(1) แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมและ พัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว	746.3072	902.2538	799.9482	(102.3056)	(11.34)
	(2) แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน นโยบายซอฟต์แวร์	-	-	739.5666	739.5666	-
4.3	แผนงานบูรณาการ	3,449.0133	4,345.9218	3,665.2013	(680.7205)	(15.66)
	(1) แผนงานบูรณาการสร้างรายได้ จากการท่องเที่ยว	3,449.0133	4,345.9218	3,665.2013	(680.7205)	(15.66)
4.4	แผนงานบุคลากรภาครัฐ	970.9051	983.4104	995.0182	11.6078	1.18
4.5	รายการดำเนินการภาครัฐ	-	-	-	-	-



4. ภาพรวมแผนงาน ผลผลิต/โครงการ และโครงการที่สำคัญ  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

(แบบ สว.69-02 (กรม/หน่วยงาน))

ภาพรวมแผนงาน ผลผลิต/โครงการ และโครงการที่สำคัญ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

\*\*\*\*\*

ชื่อหน่วยงาน : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. ภาพรวมแผนงาน ผลผลิต/โครงการ จำแนกตามงบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ (ทุกแผนงาน)	งบบุคลากร				งบดำเนินงาน				งบลงทุน			งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	เงินเดือน ประจำ	ค่าจ้าง ชั่วคราว	ค่าจ้าง เหมาจ่าย	ค่าตอบแทน พนักงาน	รวม	ค่าตอบแทน	ค่าใช้ สอย	ค่าวัสดุ	ค่าสาธารณ ูปโภค	รวม	ที่ดินและ สิ่งก่อสร้าง	รวม		
1. แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว														799.9482
(1) ผลผลิตที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ														451.9776
(2) ผลผลิตที่ 2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ														152.9496
(3) ผลผลิตที่ 3 การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านตลาด														195.0210
2. แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายของพีตวาเวอร์														739.5666
(1) โครงการโครงการขับเคลื่อนของพีตวาเวอร์														739.5666
3. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว														3,665.2013
(1) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างรายได้ทางน้ำ														103.1264
(2) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ														96.8472
(3) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม														753.6280
(4) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน														121.6108
(5) โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน														2,237.8763
(6) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ														265.5256
(7) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค														86.5870
4. แผนงานบุคลากรภาครัฐ														995.0182

คำชี้แจง : 1. ให้กรม/หน่วยงาน ระบุข้อมูลทุกแผนงานที่ได้รับจัดสรรงบประมาณ

2. ให้ระบุข้อมูลเฉพาะผลผลิต/โครงการ ที่อยู่ในแผน ทุกโครงการ โดยไม่ต้องลงรายละเอียดถึงกิจกรรม

3. เฉพาะ “แผนงานพื้นฐาน” และ “แผนงานบุคลากรภาครัฐ” ให้ระบุเฉพาะภาพรวมตัวเลขงบประมาณ ไม่ต้องระบุรายละเอียด ผลผลิต/โครงการ กิจกรรม

4. ใช้ฐานข้อมูลตามค่าของงบประมาณ แบบ สบ.1009 (หน่วยงาน): คู่มือปฏิบัติการจัดทำค่าของงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 และ/หรือ เอกสารงบประมาณเล่มข่าวคาดเดง

## 2. โครงการที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

แผนงาน - ผลผลิต/โครงการ - กิจกรรม - ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลการภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการ ดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/ สถานภาพปัจจุบัน (ณ วันที่ทำข้อ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
<b>1. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ :</b> พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน <b>กิจกรรม :</b> ส่งเสริมตลาดในประเทศ <b>รายการ :</b> ค่าใช้จ่ายในการกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย <b>ตัวชี้วัด :</b> เติบโต 1. จำนวนการรับรู้สื่อ 30,000,000 คน-ครั้ง 2. รายได้หมุนเวียนจากการพัฒนา/สนับสนุนกิจกรรมเทศกาล <b>ประเมินใน</b> พื้นที่ 622,000,000 บาท 3. จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 100,000 Pax <b>ตัวชี้วัด :</b> เติบโต 1. อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการส่งเสริม การตลาดไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	506.6440	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จใน ปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะ กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สร้างรายได้และอาชีพอย่าง ยั่งยืน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพควบคู่กับ การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีคุณค่า ทท. จึงมุ่งเน้นสร้างประสบการณ์ใหม่ผ่านกิจกรรม และเทศกาลที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทยในแต่ละภูมิภาค รวมถึงส่งเสริมการเดินทางภายในประเทศผสมผสาน นวัตกรรมกับความยั่งยืน เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่าง รับผิดชอบและเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในระยะยาว	ทั่วประเทศใน 5 ภูมิภาค	1. สร้างรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศเพิ่มขึ้น ภายหลัง จากการชะลอตัวการเดินทางของ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ 2. เพิ่มอัตราความถี่ในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ 5 ภูมิภาคเพิ่มขึ้น 3. สร้างความเข้มแข็งด้านสภาพคล่อง ให้กับสถานประกอบการด้านต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ให้ กลับมาได้อย่างยั่งยืนต่อไป
<b>2. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ :</b> พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน <b>กิจกรรม :</b> ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ <b>รายการ :</b> ค่าใช้จ่ายในการยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยว <b>ตัวชี้วัด :</b> เติบโต 1. จำนวนการรับรู้สื่อ ไม่น้อยกว่า 600,000 คน-ครั้ง 2. จำนวนการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย 400,000,000 Reach <b>ตัวชี้วัด :</b> เติบโต 1. อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยว ที่มีคุณค่าและน่าสนใจไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60	501.0053	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จใน ปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	จากปัญหาภาพลักษณ์ความไม่ปลอดภัยของ ประเทศไทย รวมถึงภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเก่า ทำให้ ทท. ต้องยกระดับแบรนด์ประเทศไทย Amazing Thailand ให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก ใน ด้านการส่งเสริมความยั่งยืน และส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงคุณภาพ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมาย ปลายทางที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงเน้นบริหารจัดการภาพลักษณ์เชิงลบและ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงบวกเพื่อสร้างความเข้าใจที่ ถูกต้อง และสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวจาก ต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่าน ช่องทางออนไลน์ของ ทท.	ประเทศไทยและ ภูมิภาคต่าง ทั่วโลก	ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เชิงบวก ได้รับการยอมรับในฐานะแหล่งท่องเที่ยว ที่มีคุณค่าและน่าสนใจในมุมมอง ของนักท่องเที่ยว ผ่านการนำเสนอ เสน่ห์ไทยแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น หลากหลายและสวยงาม รวมทั้งสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวอันมี เอกลักษณ์แตกต่างสำหรับกลุ่ม นักท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงได้รับการ ยอมรับในฐานะที่มีคุณค่า มีความ รับผิดชอบต่อความยั่งยืน และสร้างโอกาส ให้นักท่องเที่ยวเลือกประเทศไทยเป็น จุดหมายปลายทาง

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลการภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการ ดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/ สถานภาพปัจจุบัน (ณ วันที่ทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
<b>3. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> โครงการ : พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กิจกรรม : ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ รายการ : ค่าใช้จ่ายในการขยายฐานตลาด และการดำเนินการใช้จ่าย นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั่วไปกลุ่มตลาดกลาง-บน <b>ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ</b> 1. จำนวนการรับรู้ ไม่ต่ำกว่า 117,000,000 คน-ครั้ง 2. จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 433,000 Pax <b>ตัวชี้วัด : เชิงคุณภาพ</b> 1. อัตราความต่อการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยจากการรับรู้สาระ (Content) ของนักท่องเที่ยวยกกลุ่มคุณภาพชาวต่างชาติ ประเทศ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80	357.0182	งบบุคลากร	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ในปี 2568 การท่องเที่ยวไทยและประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวใกล้เคียงระดับก่อนโควิด โดยมีปัจจัยสนับสนุน เช่น การผ่อนคลายวีซ่าและการเพิ่มเที่ยวบิน ททท. จึงมุ่งส่งเสริมประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้แบรนด์ Amazing Thailand ด้วยกลยุทธ์เจาะตลาดใหม่และกระตุ้นตลาดเดิม รวมถึงเน้นการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ขยายเส้นทางท่องเที่ยว และเพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวผ่านการทำตลาดเชิงรุกและความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ	ประเทศไทยและภูมิภาคอื่นทั่วโลก	1. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากขึ้น 2. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเดินทางมายังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น 3. สามารถสร้างรายได้และเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่จังหวัดศักยภาพจากการเดินทางของผู้ชมชนและภาคเป้าหมายกระจายสู่ชุมชนและภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
<b>4. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> โครงการ : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม กิจกรรม : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม รายการ : ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมกิจกรรมระดับนานาชาติ <b>ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ</b> 1. จัดกิจกรรมระดับนานาชาติ ไม่ต่ำกว่า 5 กิจกรรม 2. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่ต่ำกว่า 221,000 คน 3. จำนวนรายได้จากการจัดกิจกรรม ไม่น้อยกว่า 850,000,000 บาท <b>ตัวชี้วัด : เชิงคุณภาพ</b> 1. ระดับความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 4.5 คะแนน	223.0000	งบบุคลากร	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Event Tourism) เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยยกระดับเศรษฐกิจ ส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น และตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์เฉพาะ ในปี 2569 ททท. จึงวางแผนสนับสนุนกิจกรรมระดับประเทศและนานาชาติ โดยเน้นความยั่งยืนและอัตลักษณ์ไทยผ่าน 5 Grand Event และพื้นที่ต้นแบบกิจกรรม โดยเป้าหมายคือการสร้างประสบการณ์หลากหลาย กระตุ้นการเดินทางภายในประเทศ และยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางระดับโลก	พื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนทุนวัฒนธรรม อาทิ กทม. พระนครศรีอยุธยา และภูมิภาคต่าง ๆ	1. นักท่องเที่ยวจากต่างชาติเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่ ททท. จัด และพำนักในประเทศไทยเพิ่มขึ้น จำนวนวันพักมากขึ้น 2. เกิดการจัดจ้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3. สร้างรายได้หมุนเวียนทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่เกิดการจัดกิจกรรมและพื้นที่ใกล้เคียง

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการ ดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/ สถานภาพปัจจุบัน (ณ วันที่ทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
<b>5. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ :</b> ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม <b>กิจกรรม :</b> ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม <b>รายการ :</b> ค่าใช้จ่ายในการเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว <b>ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ</b> 1. จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 50,000 PAX 2. จำนวนการรับรู้สื่อ ไม่น้อยกว่า 50,000,000 คน-ครั้ง <b>ตัวชี้วัด : เชิงคุณภาพ</b> 1. อัตราการรับรู้ถึงกิจกรรมท่องเที่ยว สินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 4 คะแนน	217.3030	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	จากแผนแม่บทประเด็นท่องเที่ยว โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ที่มุ่งเน้นการบูรณาการพัฒนาพื้นที่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (UNESCO Creative Cities) 10 เมือง ให้สามารถเป็นจุดขายทางการตลาด ททท. จึงส่งเสริมตลาดผ่านเรื่องราวการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์และนำแนวคิด 5 Must-Do in Thailand สร้างแรงบันดาลใจให้ออกเดินทาง ใช้จ่ายสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์	5 ภูมิภาคของประเทศไทย และ 10 เมืองสร้างสรรค์	1. ส่งเสริมการใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในพื้นที่ 2. ยกระดับบริการที่มีอัตลักษณ์สินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์ 3. สร้างความตระหนักรู้และสนับสนุนนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
<b>6. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ :</b> พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน <b>กิจกรรม :</b> ส่งเสริมตลาดในประเทศ <b>รายการ :</b> ค่าใช้จ่ายในการกระจายพื้นที่และช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยว <b>ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ</b> 1. จำนวนการรับรู้สื่อ ไม่น้อยกว่า 93,000,000 คน-ครั้ง 2. จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 432,000 PAX <b>ตัวชี้วัด : เชิงคุณภาพ</b> 1. อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับรู้สาระ (Content) ในกลุ่มชาวไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	203.8210	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	รัฐบาลมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยนโยบายกระจายพื้นที่และช่วงเวลาที่ท่องเที่ยว ททท. จึงดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่รอง (เมื่อนำเที่ยว) และการท่องเที่ยววันธรรมดากายได้แนวคิด Workation ในรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ รวมถึงผลักดันให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Expat) เดินทางสู่เมืองรอง เพื่อลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สร้างรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างทั่วถึง	55 เมืองรอง (เมื่อนำเที่ยว)	นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายออกเดินทางท่องเที่ยวกระจายตัวไปยังพื้นที่เป้าหมาย (เมืองรอง) และในช่วงเวลาวันธรรมดา โดยตระหนักถึงคุณค่าที่การท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการได้ (Value-Driven) และก่อให้เกิดรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวกระจายทั่วประเทศ ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และช่วงสัปดาห์หยุด

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการ ดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/ สถานภาพปัจจุบัน (ณ วันที่ทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
<b>7. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ :</b> ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ <b>กิจกรรม :</b> ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ <b>รายการ :</b> ค่าใช้จ่ายในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ <b>ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ</b> 1. จำนวนการรับรู้เกี่ยวกับเส้นคันและบริการด้าน Wedding & Honeymoon ของไทย ไม่ต่ำกว่า 36,000,000 คน/ครั้ง 2. จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการด้าน Wedding & Honeymoon จำนวน 10,950 PAX 3. การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อไม้น้อยกว่า 22,000,000 คน/ครั้ง 4. จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการ จำนวน 7,500 PAX <b>ตัวชี้วัด : เชิงคุณภาพ</b> 1. อัตราการรับรู้สาระ (Content) จากการสื่อสาร/ส่งเสริมตลาดในกลุ่ม Niche Market และ Special Interest ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 60	195.8926	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม Niche Market และ Special Interest มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เช่น กลุ่ม Romance และ Green Tourism ประเทศไทยควรปรับปรุงกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Quality Tourism) เพื่อสร้างสมดุลด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ททท. จึงมุ่งทำการตลาดกระตุ้นกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งผลักดันสินค้าและบริการคุณภาพสูง ควบคู่การส่งเสริมมาตรฐานความยั่งยืน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ และสร้างรายได้ระยะยาวอย่างมั่นคง	ประเทศไทยและภูมิภาคต่างประเทศทั่วโลก	1. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากขึ้น 2. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเดินทางมายังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น 3. สามารถสร้างรายได้และเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่จังหวัดศักยภาพจากการเดินทางของตลาดกลุ่มเป้าหมายกระจายสู่ชุมชนและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
<b>8. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ :</b> ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน <b>กิจกรรม :</b> ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน <b>รายการ :</b> ค่าใช้จ่ายในการกระจายประโยชน์ทางอาหารท่องเที่ยวสู่ชุมชน <b>ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ</b> 1. จำนวนเส้นคัน/บริการ/เส้นทางท่องเที่ยวพร้อมขายในฐานข้อมูลสินค้าของ ททท. เพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 20 2. จำนวนการรับรู้สื่อ ไม่น้อยกว่า 15,000,000 คน-ครั้ง 3. จำนวนพื้นที่นำร่องที่ดำเนินการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ไม่น้อยกว่า 10 แห่ง	121.6108	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นด้านการท่องเที่ยวมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่คงเอกลักษณ์ ด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น ททท. จึงส่งเสริมการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าท่องเที่ยว อาทิ อาหาร ดนตรี เทศกาล ศิลปะ แฟชั่น และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จากอัตลักษณ์พื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว ควบคู่กับเพิ่มจำนวนสินค้าท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยเกณฑ์ STAR ของ ททท. นอกจากนี้กระจายประโยชน์การท่องเที่ยวสู่ชุมชน เน้นการบอกต่อประสบการณ์เพิ่ม Volume การเดินทางเข้าสู่พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว	ทั่วประเทศไทย และพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 10 แห่ง ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค (เมืองหลักและเมืองนำเที่ยว)	1. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากสินค้าและบริการท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่ม 2. ชุมชนและท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากรายได้การท่องเที่ยวที่กระจายเข้าสู่พื้นที่ 3. ชุมชนเข้มแข็ง เกิดความรักภักดีใจหวงแหน และต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น คนรุ่นใหม่ไม่ละทิ้งถิ่นฐาน



แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการ ดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/ สถานภาพปัจจุบัน (ณ วันที่ทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
<b>ตัวชี้วัด : เชิงคุณภาพ</b> 1. อัตราการเติบโตของชุมชนผู้ประกอบการในพื้นที่เป้าหมาย หลังการดำเนินงานด้านสินค้าของ ททท. ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ผ่านเกณฑ์ด้านความยั่งยืนที่ ททท. กำหนด ไม่ต่ำกว่า 4 คะแนน						
<b>9. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ : ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว</b> <b>กิจกรรม : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</b> <b>รายการ : ค่าใช้จ่ายในการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม</b> <b>นิคมความหรรษา</b> <b>ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ</b> 1. จำนวนสินค้า/บริการ/เส้นทางท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ ไม่น้อยกว่า 30 รายการ 2. จำนวนการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการระดับ Luxury ของไทย ไม่ต่ำกว่า 128,500,000 คน/ครั้ง 3. จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการด้าน Luxury จำนวน 45,900 PAX 4. จำนวนการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการสำหรับชาวไทย ไม่ต่ำกว่า 6,300,000 คน/ครั้ง 5. จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการสำหรับชาวไทย จำนวน 2,210 PAX <b>ตัวชี้วัด : เชิงคุณภาพ</b> 1. อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับรู้สาระ (Content) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80	103.1264	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ในปี 2569 ททท. เล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ (Luxury Tourism) เนื่องจากตลาด Luxury Tourism เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีการใช้จ่ายสูง ททท. จึงมุ่งเน้นการดำเนินงานเพื่อยกระดับแบรนด์ประเทศไทยด้วยแนวคิด The 5Cs of Luxury Travel ผ่านการทำงานร่วมกับพันธมิตร เข้าร่วมงานส่งเสริมการขายสำหรับตลาดกลุ่ม Luxury รวมทั้งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางทะเลและชายฝั่ง และเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมลุ่มน้ำที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น	ประเทศไทยและภูมิภาคต่างประเทศทั่วโลก	1. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากขึ้น 2. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเดินทางมายังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น
<b>10. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</b> <b>กิจกรรม : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</b> <b>รายการ : ค่าใช้จ่ายในการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพ</b>	96.8472	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	จากแนวโน้มของการเติบโตการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สูงขึ้น การใช้จ่ายของกลุ่มเป้าหมายที่เติบโตมากขึ้น ททท. จึงต่อเนื่องในการดำเนินการจากกลุ่มเป้าหมาย Health and Wellness โดยเสนอแนวคิดด้านการดูแลสุขภาพ และความงามมาเป็น	ประเทศไทยและภูมิภาคต่างประเทศทั่วโลก	1. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากขึ้น 2. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเดินทางมายังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการ ดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/ สถานภาพปัจจุบัน (ณ วันที่ทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
<b>ตัวชี้วัด : เติบโตปริมาณ</b> 1. จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการท่องเที่ยว ไม่ต่ำกว่า 9,400 PAX 2. จำนวนการรับรู้ ไม่ต่ำกว่า 30,000,000 คน-ครั้ง <b>ตัวชี้วัด : เติบโตคุณภาพ</b> 1. อัตราความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับรู้สาระ (Content) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80				แรงจูงใจให้เกิดการเดินทางมายังประเทศไทย ซึ่งมี ความพร้อมทั้งด้านสถานบริการ บุคลากรที่มีความ เชี่ยวชาญ ความทันสมัยและเทคโนโลยีทางการแพทย์ การให้บริการที่สร้างความประทับใจ ร่วมกับการใช้ องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทยที่พัฒนาต่อยอดกับ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับสินค้าและบริการที่ยั่งยืนเพื่อให้ประเทศไทยเป็น Health and Wellness Destination		3. สามารถสร้างรายได้และเศรษฐกิจ หมุนเวียนในพื้นที่จังหวัดกึ่งภาพ จากกรณีเดินทางของตลาดกลุ่มเป้าหมาย กระจายสู่ชุมชนและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
<b>1.1. แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว</b> <b>โครงการ : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ</b> <b>กิจกรรม : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ</b> <b>รายการ : ค่าใช้จ่ายในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มกีฬา</b> <b>ตัวชี้วัด : เติบโตปริมาณ</b> 1. จำนวนการรับรู้ 42,000,000 คน-ครั้ง 2. จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวจากพันธมิตรร่วม โครงการ 27,400 PAX <b>ตัวชี้วัด : เติบโตคุณภาพ</b> 1. อัตราการรับรู้สาระ (Content) จากการสื่อสาร/ส่งเสริม ตลาดในกลุ่ม Niche Market และ Special Interest ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 60	69,6330	งบเงินอุดหนุน	ดำเนินการแล้วเสร็จใน ปีงบประมาณ(โครงการ ปีเดียว)	ในปี 2569 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมา ใส่ใจเรื่องกีฬาและการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมาก ขึ้น ททท. จึงเห็นโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงกีฬาเชื่อมโยงกับการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ อื่นๆ ของประเทศไทย โดยการนำเสนอรูปแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านการจัด Event Sport Tourism ในช่องทางต่างๆ รวมทั้งการจัด Event Sport Tourism และการแข่งขันระดับ Tournament ในต่างประเทศ และเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายทางด้านการกีฬา	ประเทศไทยและ ภูมิภาคต่างประเทศ ทั่วโลก	1. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ใน สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ของประเทศไทยมากขึ้น 2. ตลาดกลุ่มเป้าหมายเดินทางมายัง ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น 3. สามารถสร้างรายได้และเศรษฐกิจ หมุนเวียนในพื้นที่จังหวัดกึ่งภาพ จากกรณีเดินทางของตลาดกลุ่มเป้าหมาย กระจายสู่ชุมชนและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

**คำชี้แจง :** ให้ กรม/หน่วยงาน ยกตัวอย่างโครงการ/กิจกรรม ที่เป็นรายการสำคัญ ๆ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ดังนี้

1. ให้ยกตัวอย่างโครงการสำคัญๆ ที่เห็นควรนำเสนอ จำนวน 10-15 โครงการ
2. โครงการดังกล่าวจะต้องเป็นโครงการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ สนับสนุนส่งเสริมหรือพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชน การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น การเตรียมการวางแผนเพื่อรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น การป้องกันบรรเทาสาธารณภัย หรือการบริหารจัดการภัยพิบัติต่างๆ (ภัยที่กระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ-ภัยทางเศรษฐกิจ-ภัยทางสังคม-ภัยความมั่นคง) เป็นต้น โดยเน้นความสอดคล้องตามกลุ่มภารกิจของกระทรวงนั้นๆ เป็นหลัก ได้แก่ กระทรวงด้านความมั่นคง กระทรวงด้านเศรษฐกิจ และกระทรวงด้านสังคม หรือบูรณาการประสานการสนับสนุนกลุ่มภารกิจ ในมิติด้านอื่นตามขอบเขตหน้าที่และอำนาจที่เกี่ยวข้อง
3. สำหรับหน่วยงานอื่นที่ไม่สังกัดกระทรวงให้ยกตัวอย่างโครงการตามภารกิจของหน่วยงาน
4. ให้เรียงลำดับโครงการจากวงเงินงบประมาณมากไปหาน้อย



## 5. ผลการเบิกจ่ายและผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568

(แบบ สว.69-03 (กรม/หน่วยงาน))

ผลการเบิกจ่ายและผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568

\*\*\*\*\*

ชื่อหน่วยงาน : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. ภาพรวมผลการเบิกจ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ประเภทรายจ่าย	วงเงินตาม พ.ร.บ. (1)	วงเงินหลังโอนเปลี่ยนแปลง (2)	ผลการเบิกจ่าย		ผลการใช้จ่าย	
			จำนวน (3)	ร้อยละ (4) = (3)/(2)*100	จำนวน (5)	ร้อยละ (6) = (5)/(2)*100
รวม	6,231.5860	6,231.5860	5,117.7178	82.13	5,117.7178	82.13
รายจ่ายประจำ	6,098.3530	6,098.3530	5,060.6467	82.98	5,060.6467	82.98
รายจ่ายลงทุน	133.2330	133.2330	57.0711	42.84	57.0711	42.84

หมายเหตุ : ให้ใช้ผลการเบิกจ่าย ณ วันที่ 30 เมษายน 2568 และคำนวณร้อยละจากวงเงินงบประมาณหลังโอนเปลี่ยนแปลง

2. การกักเงินไว้เบิกเหลื่อมปี ปีงบประมาณ 2567

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ผลผลิต/โครงการ กิจกรรม	งบประมาณปี 2567				คำชี้แจง
	เงินกันไว้เบิก เหลื่อมปี	เบิกจ่าย	ร้อยละ	คงเหลือ	ร้อยละ
<b>รวม</b>	<b>49.8556</b>	<b>38.6697</b>	<b>77.56</b>	<b>11.1859</b>	<b>22.44</b>
ผลผลิต : การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ	31.7395	20.5536	64.76	11.1859	35.24
กิจกรรม : กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวไทย					
1. ค่าจ้างปรับปรุงอาคาร ทพท. สำนักงานแพร่	4.7548	4.7548	100.00	-	-
2. ค่าจ้างปรับปรุงอาคาร ทพท. สำนักงานบุรีรัมย์ (5 งวด)	24.9777	14.4608	57.89	10.51690	42.11
3. ค่าควบคุมงานปรับปรุงอาคาร ทพท. สำนักงานบุรีรัมย์ (6 งวด)	2.0070	1.3380	66.67	0.66900	33.33
ผลผลิต : การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านตลาด	18.1161	18.1161	100.00	-	-
กิจกรรม : พัฒนาและบริหารจัดการองค์กร					
1. โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายเสมือนทดแทนเพื่อรองรับ การดำเนินงานของศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว (TATIC)	6.4521	6.4521	100.00	-	-
2. โครงการจัดซื้ออุปกรณ์ระบบเครือข่ายเพื่อทดแทนตามแผนปฏิบัติการ ดิจิทัล	11.6640	11.6640	100.00	-	-

### 3. ผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568 ปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข

#### 3.1 ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
1.	ค่าใช้จ่ายในการกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย	429.1978	493.5643	ทั่วประเทศ	<p>ทพท. ดำเนินการกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย ด้วยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือ Online และ Offline เพื่อจุดแข็งท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีการนำเสนอคุณค่าประสบการณ์ท่องเที่ยวบนพื้นฐานของสินค้าการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาค พร้อมสร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคหรือระหว่างภูมิภาคในรูปแบบต่างๆ โดยมีผลการดำเนินงาน ดังนี้</p> <p><b>1. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567</b></p> <p>นำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวจาก 5 ภูมิภาคที่สามารถสร้างกระแสและจูงใจให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคหรือระหว่างภูมิภาคในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านโครงการกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในภาพรวม เช่น การจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย Tourism Thailand Festival นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวการแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าที่ระลึกพื้นที่บ้าน อาหารเครื่องดื่มของแต่ละภูมิภาค รวมทั้ง ร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่จัดเทศกาลงานประเพณี กิจกรรมสันทนาการต่างๆ เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง (High-Value Tourism) สร้างและกระจายรายได้สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงเพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กลับมาอย่างรวดเร็ว และสามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนในทุกมิติ</p> <p><b>ผลสำเร็จ :</b></p> <p>1.1 จำนวนการรับรู้สื่อ จำนวน 246,739,927 คน-ครั้ง</p> <p>1.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการท่องเที่ยว จำนวน 124,867 PAX</p> <p>1.3 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยกระแสหลัก ร้อยละ 90.65</p> <p>1.4 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยกระแสหลัก จากกิจกรรม ทพท. ร้อยละ 92.50</p>

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
					<p>2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2568 (เดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568)</p> <p>ทพท. ดำเนินการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทั้งสื่อ Online และ Offline เพื่อนำเสนอคุณค่าประสบการณ์ท่องเที่ยวบนพื้นฐานของสินค้าการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาค พร้อมกับสร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคหรือระหว่างภูมิภาคในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านการจัด Event marketing งานเทศกาลท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคหรือระหว่างภูมิภาค การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าท้องถิ่น อาหารเด่นดังของจังหวัด รวมทั้งจัดงานประเพณี กิจกรรมสันหนากการ เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น</p> <p><b>ผลสำเร็จ :</b></p> <p>2.1 จำนวนการรับรู้สื่อ จำนวน 58,249,798 คน/ครั้ง</p> <p>2.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยว จำนวน 136,226 PAX</p> <p>2.3 จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ (นอกพื้นที่) จำนวน 395,859 คน</p>
2.	ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร สร้างกระแสท่องเที่ยวและ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	95.5659	199.6430	ทั่วประเทศ	<p>ทพท. สื่อสารสร้างกระแสท่องเที่ยวและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างประสบการณ์และส่งเสริมคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ยังมีแหล่งและเมืองรอง กระตุ้นการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ด้วยการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวสินค้าและบริการ รูปแบบ/เส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ และสร้างแรงบันดาลใจให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ควบคู่กับการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) ดังนี้</p> <p><b>1. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 (เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)</b></p> <p>มุ่งเน้นเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างประสบการณ์และส่งเสริมคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวพร้อมผู้ความยั่งยืน โดยเน้นที่การดำเนินงานสร้างกระแสและการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศต่อเนื่องตลอดทั้งปี 2567 ยึดหลัก BCG Economy Model สื่อสารเนื้อหาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความสนใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และสื่อดิจิทัลมากขึ้น เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ รวดเร็ว เพิ่มการสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมให้กับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสร้างการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
					<p><b>ผลสำเร็จ :</b></p> <p>1.1 จำนวนการรับรู้สื่อ (สร้างกระแสการเดินทาง) จำนวน 710,637,200 คน-ครั้ง</p> <p>1.2 จำนวนการรับรู้สื่อ (กระตุ้นการเดินทางพื้นที่รอง) จำนวน 127,490,682 คน-ครั้ง</p> <p>1.3 จำนวนการรับรู้สื่อ (ปลูกกระแสและจิตสำนึก RT) จำนวน 205,083,739 คน-ครั้ง</p> <p>1.4 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยจากการรับรู้สื่อของ ททท. ร้อยละ 85.5</p> <p>1.5 อัตราความต้องการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) จากการรับรู้สื่อของ ททท. ทำได้ร้อยละ 92.09</p> <p><b>2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2568 (เดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568)</b></p> <p>เผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างประสบการณ์และส่งเสริมคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวที่มุ่งความยั่งยืน ทั้งในพื้นที่เมืองหลักและรอง เน้นกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศตลอดทั้งปี นำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวสินค้าและบริการ รูปแบบ/เส้นทางท่องเที่ยวอันเป็นเอกลักษณ์ สื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีส่วนร่วมในการช่วยกันลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ง่าย ผ่านการใช้สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน</p> <p><b>ผลสำเร็จ :</b></p> <p>2.1 จำนวนการรับรู้จากการเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ จำนวน 306,141,400 คน-ครั้ง</p> <p>2.2 จำนวนการรับรู้สื่อ (สื่อสารการตลาดสร้างกระแสการเดินทาง) จำนวน 344,757,137 คน-ครั้ง</p> <p>2.3 จำนวนการรับรู้สื่อ (สื่อสารกระตุ้นการเดินทางพื้นที่รอง) จำนวน 57,489,525 คน-ครั้ง</p> <p>2.4 จำนวนการรับรู้สื่อ (สื่อสารปลูกกระแสและจิตสำนึก RT) จำนวน 29,931,066 คน-ครั้ง</p> <p>2.5 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยจากการรับรู้สื่อของ ททท. ร้อยละ 88.89</p> <p>2.7 อัตราความต้องการเดินทางอย่างรับผิดชอบต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากการรับรู้สื่อของ ททท. ร้อยละ 92.05</p>

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
3.	ค่าใช้จ่ายในการกระจายพื้นที่และช่วงเวลาท่องเที่ยว	374.3876	377.3580	พื้นที่เมืองรอง	<p>ทพท. ดำเนินกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการเดินทางในพื้นที่เมืองรอง ลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองหลัก พร้อมการส่งเสริมการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวสู่พื้นที่เมืองรองและชุมชนให้มากขึ้น อีกทั้งเป็นการลดการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมตามโครงการกระจายพื้นที่และช่วงเวลาท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศให้เกิดความสมดุลในเชิงพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้จากผลักดันให้เกิดการเดินทางจากเมืองหลักสู่เมืองรองแล้ว ยังมีการส่งเสริมให้เดินทางในวันธรรมดา เชื่อมโยงการเดินทางไปยังจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งมุ่งเน้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและยั่งยืน</p> <p><b>1. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 (เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)</b></p> <p>ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง จำนวน 55 จังหวัด เน้นการเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจ (Story Telling) และนำเสนออัตลักษณ์ของวัฒนธรรม/เทศกาลประเพณี วิถีชีวิต อาหารถิ่น และการเสนอสินค้าผสมผสานความร่วมมือผ่าน THAILAND SOFT POWER (5F) ได้แก่ 1) Food 2) Film 3) Fashion 4) Fighting5) Festival รวมถึงสร้างการรับรู้เกิดเป็น Meaningful Travel</p> <p><b>ผลสำเร็จ :</b></p> <p>1.1 จำนวนการรับรู้ (เมืองรอง) 314,618,661 คน-ครั้ง</p> <p>1.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริหารการท่องเที่ยว (เมืองรอง) 730,952 PAX</p> <p>1.3 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเมืองรอง ร้อยละ 100</p> <p>1.4 จำนวนการรับรู้ (วันธรรมดา) 265,810,056 คน-ครั้ง</p> <p>1.5 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริหารการท่องเที่ยว (วันธรรมดา) 519,088 PAX</p> <p>1.6 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยววันธรรมดา ร้อยละ 81.20</p> <p><b>2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2568 (เดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568)</b></p> <p>ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวและมุ่งหมายให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในลักษณะการท่องเที่ยวแบบกระจายพื้นที่และช่วงเลา อาทิ การท่องเที่ยวเมืองรองและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันธรรมดาในปี 2568 ทพท. มีการจัดแคมเปญ "Amazing Thailand Grand Tourism and Sports Year 2025" เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ และยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค</p>

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
					<p>เน้นการส่งเสริม Soft Power ชูจุดเด่นของไทย ส่งเสริมทั้งเมืองหลักและเมืองหน้าเที่ยว อีกทั้งยังมีการนำ 5 MUST DO in Thailand เพื่อชูจุดเด่นและอัตลักษณ์แต่ละภาคของไทยเส้นทางท่องเที่ยว อาหารถิ่น วัฒนธรรม</p> <p><b>ผลสำเร็จ :</b></p> <p>2.1 จำนวนการรับรู้ (เมืองรอง) 21,220,928 คน-ครั้ง</p> <p>2.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว (เมืองรอง) 48,794 PAX</p> <p>2.3 จำนวนการรับรู้ (วันธรรมดา) 45,469,336 คน-ครั้ง</p> <p>2.4 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว (วันธรรมดา) 46,718 PAX</p> <p>2.5 อัตราความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อกิจกรรมการตลาดของ ททท. ในพื้นที่เมืองรอง ร้อยละ 93.94</p>
4.	ค่าใช้จ่ายในการเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว	126.0895	222.9554	ทั่วประเทศ	<p>ททท. ดำเนินการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว สิ้นค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงเตรียมการจัดกิจกรรมเสนอขายเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกระจายการเดินทางภายในภูมิภาคและระหว่างภูมิภาค เพื่อให้เกิดความต้องการเดินทาง และมีมีการพักค้างที่ยาวนานขึ้น และผลักดันการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และสามารถขยายวันพักของนักท่องเที่ยว</p> <p><b>1. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 (เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)</b></p> <p>ประชาสัมพันธ์กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว นำเสนอสินค้าและบริการ กิจกรรมการท่องเที่ยว และโปรโมชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook สำนักงาน ททท. TikTok และช่องทางของพันธมิตร นำสื่อมวลชนลงพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ผ่านช่องทาง Tik Tok และจัด Joint Promotion เพื่อเพิ่มวันพักของนักท่องเที่ยว โดยมอบส่วนลดที่พัก สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก 2 คืนขึ้นไป</p> <p><b>ผลสำเร็จ :</b></p> <p>1.1 จำนวนการรับรู้สื่อ (ขยายวันพัก+สินค้ามูลค่าสูง) 49,704,366 คน-ครั้ง</p> <p>1.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว (ขยายวันพัก) 80,699 PAX</p> <p>1.3 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว (สินค้ามูลค่าสูง) 69,929 PAX</p> <p>1.4 มูลค่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวมูลค่าสูงจากกิจกรรมของ ททท. 213,260,639 บาท</p>



ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
					<p>2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญ 2 ไตรมาสในปี 2568 (เดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568)</p> <p>จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นการใช้บริการระหว่างผู้ใช้ของผู้เยี่ยมชมชาวไทยกลุ่มศักยภาพ (กลุ่ม Lady กลุ่ม Silver Age กลุ่ม Millennial Family และ กลุ่ม Hi-end) ผ่านการนำเสนอสินค้าและบริการมูลค่าสูง (Thailand Premium) สินค้า Soft Power หรือสินค้าที่ได้มาตรฐานหรือเกณฑ์ความยั่งยืนและความปลอดภัย เช่น ทพท. ร่วมกับบริษัทนำเข้าเพื่อ สายการบิน และพันธมิตร ทั้งในและนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่งเสริมการขายสินค้าและบริการในพื้นที่ รวมถึงเข้าร่วมงาน Roadshow / Consumer Fair และร่วมจัด/สนับสนุนกิจกรรม Event Marketing ที่สอดคล้องกับกิจกรรมด้าน RT /BCG/LOW CARBON โดยนำเสนอสินค้าและบริการมูลค่าสูง (Thailand Premium) สินค้า Soft Power สินค้าที่ได้มาตรฐานหรือเกณฑ์ความยั่งยืนและความปลอดภัย เช่น STG , SHA หรือ รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (TTA) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นำไปสู่ความพึงพอใจ และกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านสินค้ามูลค่าสูงเพิ่มขึ้น</p> <p><b>ผลสำเร็จ :</b></p> <p>2.1 จำนวนการรับรู้สื่อ (Thailand Premium) 11,797,494 คน-ครั้ง (ขยายวันพัก) 23,829,243 คน-ครั้ง</p> <p>2.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว (Thailand Premium) 7,353 คน (ขยายวันพัก) 16,971 คน</p>
5.	ค่าใช้จ่ายในการยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่ความเป็นคุณภาพผ่านวีไทย	375.8410	401.0588	ทั่วประเทศและทั่วโลก	<p>ทพท. ดำเนินการสื่อสารและนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ ดึงดูดนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรมเอกลักษณ์ท้องถิ่น วิถีชีวิตของคนไทยที่มีความเอื้ออาทรต่อกัน ที่สร้างประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยให้ความสำคัญถึง “คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่นำเสนอตนเองใหม่ให้ประสบการณ์ที่หลากหลาย โดดเด่น และน่าประทับใจ” รวมทั้งสอดแทรกแนวคิดการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ภายใต้ BCG Economy Model เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในใจนักท่องเที่ยว และตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นอันดับต้น ๆ อย่างต่อเนื่อง</p>

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
					<p>1. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 (เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)</p> <p>ผลสำเร็จ :</p> <p>1.1 ร้อยละของจำนวนข้อความทัศนคติเชิงบวกต่อประเทศไทย (Positive Brand Sentiment) ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 65.22</p> <p>1.2 อัตราความรู้ภาพลักษณ์แบรนด์ท่องเที่ยวไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) ร้อยละ 26.30</p> <p>1.3 อัตราความต้องการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการท่องเที่ยวเชิงรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) ร้อยละ 61.40</p> <p>1.4 อัตราความรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ประเทศไทยที่แตกต่างกันพลอดภัย และประทับใจสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 56</p> <p>1.5 จำนวนการรับรู้ 788,892,108 คน/ครั้ง</p> <p>2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญ 2 ไตรมาสในปี 2568 (เดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568)</p> <p>ผลสำเร็จ :</p> <p>2.1 ร้อยละของจำนวนข้อความทัศนคติเชิงบวกต่อประเทศไทย (Positive Brand Sentiment) ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 90.15</p> <p>2.2 จำนวนการรับรู้ 1,896,401,481 คน/ครั้ง</p>
6.	ค่าใช้จ่ายในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ	79,4395	133,3336	ทั่วประเทศและทั่วโลก	<p>ทพท. ดำเนินการส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูง 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มคู่แต่งงานและคู่ฮันนีมูน และกลุ่ม Green Tourism โดยเสริมภาพลักษณ์ Romantic Destination สำหรับคู่แต่งงานและคู่ฮันนีมูน รวมทั้งเสนอขายกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศไทยในการเป็น Preferred Destination ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Tourism) และนำไปสู่การเลือกไทยเป็นจุดหมาย และนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวไทยซ้ำในอนาคต</p>

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
					<p>1. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 (เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)</p> <p>ผลสำเร็จ :</p> <p>1.1 จำนวนการรับรู้ 51,663,304 คน/ครั้ง</p> <p>1.2 จำนวนเครือข่ายพันธมิตร 478 ราย</p> <p>1.3 จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว 20,837 PAX</p> <p>2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญ 2 ไตรมาสในปี 2568 (เดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568)</p> <p>ผลสำเร็จ :</p> <p>2.1 จำนวนการรับรู้ 69,365,990 คน-ครั้ง</p> <p>2.2 จำนวนเครือข่ายพันธมิตร 232 ราย</p> <p>2.3 จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการท่องเที่ยว 14,693 PAX</p>
7.	ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกาล	326.2738	135.5030	ทั่วประเทศ และทั่วโลก	<p>ททท. ส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางกระจายตัวตลอดทั้งปี โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านความหลากหลายของสินค้าที่มีเสน่ห์แตกต่างกันไปในแต่ละช่วงเวลา เสนอขายพื้นที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมสอดคล้องตามสภาพอากาศของไทยในแต่ละช่วง นำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวช่วง Low-Season ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสัมผัสประสบการณ์ที่ผ่อนคลาย ปลอดภัย ในช่วง Low-Season และส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย ในฐานะ All-year-round Destination</p> <p>1. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 (เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)</p> <p>ผลสำเร็จ :</p> <p>1.1 จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วง Green Season จากการจัดกิจกรรม ของ ททท. 65,057 PAX</p> <p>1.2 จำนวนการรับรู้ 69,753,390 คน/ครั้ง</p> <p>2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญ 2 ไตรมาสในปี 2568 (เดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568)</p> <p>ผลสำเร็จ :</p>

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ		พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินงานโครงการ
		ปี 2567	ปี 2568		
					2.1 ร้อยละของจำนวนข้อความทัศนคติเชิงบวกต่อประเทศไทย (Positive Brand Sentiment) ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 90.15 2.2 จำนวนการรับรู้ 1,896,401,481 คน/ครั้ง
8.	ค่าใช้จ่ายในการขยายฐานตลาดและกระตุ้นการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั่วไกลุ่มตลาดกลาง - บน	299,9973	374.6416	ทั่วประเทศและทั่วโลก	ทพท. ส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดกลาง-บน ทั้งกลุ่ม Revisor และกลุ่ม First-Time Visitor โดยการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เก่าควบคู่ไปกับการนำเสนอสินค้าในรูปแบบแนวคิด BCG Model และ Responsible Tourism ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองที่เน้นการเดินทางท่องเที่ยวที่เข้าถึงชุมชน เน้น Happy Model กลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ระดับกลาง-บน ที่เคยเดินทางมาไทยแล้ว (Revisit) และตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวไทยซ้ำมากขึ้น และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาไทย เกิดความต้องการเดินทางมาเที่ยวไทย 1. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 (เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567) ผลสำเร็จ : 1.1 จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดใหม่ (First Visit) จากการดำเนินงาน ของ ทพท. 160,378 PAX 1.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดศักยภาพ (Revisor) จากการดำเนินงาน ของ ทพท. 152,962 PAX 1.3 จำนวนการรับรู้ 1,321,309,459 คน/ครั้ง 2. ผลการดำเนินงานที่สำคัญ 2 ไตรมาสในปี 2568 (เดือนตุลาคม 2567 - มีนาคม 2568) ผลสำเร็จ : 2.1 จำนวนสินค้า/บริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่ถูกผลักดันเข้าสู่กระบวนการนำเสนอ/เสนอขาย 113 รายการ 2.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยว 537,234 PAX 2.3 จำนวนการรับรู้ 600,699,787 คน/ครั้ง 2.4 จำนวนเครือข่ายพันธมิตร 555 ราย

คำชี้แจง : ให้นำหน่วยรับงบประมาณยกตัวอย่างการดำเนินการที่ดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568 และเห็นว่า เป็นโครงการสำคัญที่ควรนำเสนอ

### 3.2 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข (ข้อมูลปีงบประมาณ 2567-2568)

ลำดับ	ปัญหา-อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
1.	<p>1) ด้านการใช้จ่ายงบประมาณ</p> <p>1.1 สถานการณ์การฟ้องร้องของทุกประเทศในปี 2567 มีการแข่งขันเงินนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดในการแข่งขันนักท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ หลังจากผลกระทบจากโควิดและการฟื้นตัวด้าน Supply side โดยมีหลายประเทศประสบผลลัพท์ด้านแคมเปญการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางเข้าประเทศ ขณะเดียวกันนโยบายและการขับเคลื่อนของรัฐบาลกำหนดให้การท่องเที่ยวและภารกิจมุ่งสู่การสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย หากแต่การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2567 ทุกหน่วยงานของรัฐที่ได้รับจัดสรรงบประมาณแผ่นดิน ต้องใช้งบประมาณ 2566 ไปพลางก่อน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2566 จนถึงเดือนเมษายน 2567 รวมถึง ททท. ด้วย ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าว เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย ต้องเร่งส่งเสริมการตลาดทั้งภายในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) และระหว่างประเทศ (ต่างชาติเที่ยวไทย) ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากงบประมาณก่อน ในวงเงินประมาณร้อยละ 40 ของงบประมาณทั้งหมดที่จะได้รับจัดสรรในปี 2567</p>	<p>- เนื่องจากเป็นปัจจัยภายนอกในด้านข้อจำกัดของทุกหน่วยงานที่ต้องใช้งบประมาณแผ่นดิน แนวทางการดำเนินงานของ ททท. มุ่งการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) และระหว่างประเทศ (ต่างชาติเที่ยวไทย) เป็นลำดับแรกและในบางพื้นที่เท่าที่จะสามารถดำเนินการได้เพื่อลดการเสียโอกาสในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว แบ่งเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) ในพื้นที่เมืองหลัก เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ กาญจนบุรี ชลบุรี ตราก และระยอง</li> <li>• ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ต่างชาติเที่ยวไทย) ในตลาดหลัก เช่น จีน มาเลเซีย รัสเซีย เกาหลีใต้ อินเดีย สเปน ลาว เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น</li> </ul> <p>- การส่งเสริมพื้นที่เมืองน่าเที่ยว ตามนโยบายรัฐบาล ททท. ดำเนินการในพื้นที่ที่มีความพร้อมและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ควบคู่กับทิศทางขององค์กร ในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยการยกระดับจุดเด่น Soft Power ของประเทศไทย ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>
	<p>1.2 พื้นที่ตลาดรัสเซียมีสถานการณ์ความไม่สงบ และมาตรการด้านการเงินภายในประเทศมีการปรับเปลี่ยน ส่งผลให้ไม่สามารถรับ-โอนเงินนอกพื้นที่ได้ ทำให้การจัดกิจกรรมมีข้อจำกัด</p>	<p>- เป็นปัจจัยภายนอก ส่งผลให้ ททท. สำนักงานมอสโก ต้องปรับรอบเวลาในการดำเนินงานเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ และให้ ททท. ส่วนกลาง โดยกองตลาดยุโรป ร่วมสนับสนุนการดำเนินงานด้วย</p>

ลำดับ	ปัญหา-อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
2.	<p>2) ด้านการดำเนินงาน</p> <p>2.1 สถานการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ทำให้การเดินทางหรือการจัดงานมีแนวโน้มให้หนักท้องเที่ยวต้องใช้เวลาตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว</p>	<p>- สร้างกิจกรรมสร้างกระแสและกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ใส่เรื่องใกล้ตัวที่ส่งผลดีต่อตนเองและสังคม สิ่งแวดล้อม เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความสนใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</p>
	<p>2.2 ปัญหาที่ควบคุมไม่ได้เช่น เกิดเหตุแผ่นดินไหวที่ศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจัดงานใหญ่ของ ททท. อาทิ โครงการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ปี 2568 ส่งผลต่อการจัดงานและทำให้ยอดเป้าหมายของการจัดงานไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง</p>	<p>- ททท. แก้ไขปัญหาภายใต้การเน้นความปลอดภัยเป็นหลัก คือ ประกาศปิดการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ในวันเกิดเหตุแผ่นดินไหว และมีปรับเวลาเพื่อขยายเวลาการจัดงานใหม่ รวมทั้งเร่งประชาสัมพันธ์หลายช่องทางเพื่อให้ผู้สนใจเข้าร่วมงานได้รับทราบอย่างทั่วถึง</p>
	<p>2.3 ปีงบประมาณ 2568 การประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยซึ่งเป็นกิจกรรมย่อยภายใต้ค่าใช้จ่ายในการเตรียมความพร้อมและเพิ่มความสามาริให้พันธมิตรในห่วงโซ่คุณค่า ได้ประสบความสำเร็จด้านภัยพิบัติแผ่นดินไหว ทำให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบเกิดความเสียหาย อาจทำให้ไม่พร้อมจะสมัครการประกวดรางวัลฯ ในครั้งนี้</p>	<p>- ททท. ส่วนกลาง และ ททท. สำนักงานสาขาติดต่อสอบถามผู้ประกอบการในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบกับภัยพิบัติ ว่าได้รับความเสียหายหรือไม่ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในขอบเขตการดำเนินงานของ ททท.</p>
	<p>2.4 จากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวทำให้หนักท้องเที่ยวบางส่วนยังคงชะลอการเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลานาน และบางส่วนยังคงนิยมการเดินทางในรูปแบบไปเช้าเย็นกลับหรือ 2 วัน 1 คืนเท่านั้น</p>	<p>- ททท. มีการสนับสนุนและส่งเสริมการขายสินค้าและบริการในพื้นที่ รวมถึงเข้าร่วมงาน Roadshow / Consumer Fair และร่วมจัด/ สนับสนุนกิจกรรม Event Marketing ที่สอดคล้องกับกิจกรรมด้าน RT /BCG/LOW CARBON เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย</p>

6. การดำเนินการตามข้อสังเกตของคณะกรรมการการวิสามัญพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณ รายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 วุฒิสภา

(แบบ สว.69-04 (กรม/หน่วยงาน))

การดำเนินการตามข้อสังเกตของคณะกรรมการการวิสามัญพิจารณาศึกษา  
ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 วุฒิสภา

\*\*\*\*\*

ชื่อหน่วยงาน : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเด็นข้อสังเกต	การดำเนินการ
ไม่มี	



รายงานการพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่าย  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 วุฒิสภา