รายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาลและการสั่งการของนายกรัฐมนตรี
นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี
(นโยบายปรับโครงสร้างเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยว การบริการ และการกีฬา)
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ประจำเดือน กรกฎาคม๒๕๕๖

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
๑.๗	เร่งเพิ่มรายได้จาก การท่องเที่ยว ทั้งในและนอกประเทศ	มาตรา ๘๒			สถิติการท่องเที่ยว แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ช่วงเวลา ๓ ไตรมาสเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๘.๑๙หรือ ๘๔๙,๘๗๕.๓๕ ล้านบาท (ไตรมาส ๓ เป็นข้อมูลเบื้องต้น) และแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๗.๖๑ หรือ ๑๙,๓๔๘,๕๖๖ คน ซึ่งมีแนวโน้มที่ดีจะบรรลุตามเป้าหมาย สำหรับตลาดในประเทศไตรมาส ๑ (ข้อมูลเบื้องต้น) รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๔.๘๘ หรือ๑๖๐,๑๓๙.๖๒ ล้านบาท และจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๑.๑๓ หรือ ๓๒,๓๗๗,๖๙๘ คน/ครั้ง ทั้งนี้ข้อมูลไตรมาส ๒ ยังอยู่ระหว่างรอผลสถิติกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	-	ททท.

	เป้าหมาย	ผลงาน
รายได้จากการท่องเที่ยว		
ตลาดต่างประเทศ	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๓	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๘.๑๙
ตลาดในประเทศ	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๖	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๔.๘๘
จำนวนนักท่องเที่ยว		
ตลาดต่างประเทศ	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๘	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๗.๖๑
ตลาดในประเทศ	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓	เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๑.๑๓

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					ททท. มีผลงานที่โดดเด่นเพื่อเร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว และกระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยว ดังนี้ ๑. <u>การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ</u> ททท. ได้ดำเนินการตอกย้ำภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้โดดเด่นแตกต่างจากประเทศคู่แข่งในการส่งประสบการณ์สู่นักท่องเที่ยวผ่านการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งด้านรอยยิ้ม วิถีชีวิตของคนไทย ชีวิตที่สดใส สนุกสนานวัฒนธรรมแบบไทย และการร่วมแบ่งปันประสบการณ์ที่สนุกสนานมีความสุขแบบไทยควบคู่กับการยกระดับประเทศไทยสู่ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ผลการดำเนินงานด้านตลาดต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๕๕ – เดือนกรกฎาคม ๒๕๕๖ ททท. ได้เชิญชวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อกลางแจ้งและสื่อดิจิตอล ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ถึง๑,๗๐๐ล้านคน มีการจัดกิจกรรมและร่วมงาน Trade Fair /Road Show และการเข้าร่วมงานอื่นๆ กว่า ๓๖๐ งานและการทำงานร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายทั้งในและนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากกว่า ๖๐๐ครั้ง โดยมีผลงานที่สำคัญและโดดเด่น**ในเดือนกรกฎาคมดังนี้** **๑. นำเสนอความเป็นไทย เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์ประเทศไทย** ๑.๑ ททท.ประกาศผลการประกวดบทความในหัวข้อ “WHERE IN THAILAND INSPIRED YOU THE MOST?” เพื่อนำบทความของผู้ชนะเลิศมาเผยแพร่สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นที่จะมาเยือนเมืองไทย ผู้ชนะเลิศ คือ Mr. Peter Litchfield จากสหราชอาณาจักร ในหัวข้อ “Welcome to Bangkok.” ลำดับถัดไปนำเสนอ		

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					ในหัวข้อ “Hearts for the Elephants” ของ Ms. Dina Mousa จากเกาหลีใต้ หัวข้อ “Escape to Maya Beach” ของ Ms. Ann Nguyen จากสหรัฐอเมริกา และหัวข้อ “Meant to Move to Isaan” ของ Ms. Jessica Hill จากสหรัฐอเมริกา ๑.๒ ททท. จัดงาน “Thailand Travel Mart Plus ๒๐๑๓” ซึ่งเป็นงานส่งเสริมการขายด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ มีผู้ประกอบการของไทยและผู้ประกอบการจากนานาประเทศทั่วโลก รวมถึงสื่อมวลชนเข้าร่วมงานกว่า ๗๙๐ คน ทั้งก่อนและภายหลังการจัดงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการจากต่างประเทศได้เข้าร่วมสัมผัสความเป็นไทย ผ่านกิจกรรม Pre-Post Tour ในแหล่งท่องเที่ยวและการบริการต่างๆ ของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน เพื่อนำสินค้าการท่องเที่ยวของไทยบรรจุในรายการนำเที่ยวเสนอขาย อีกทั้งสื่อมวลชนได้มีการเผยแพร่ความสวยงามและเอกลักษณ์ของไทยผ่านสื่อในช่องทางต่างๆ เช่นกัน ๑.๓ ร่วมกับทีมไทยแลนด์ในกลุ่มสแกนดิเนเวีย ร่วมงานเผยแพร่วัฒนธรรมไทยและส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในงาน Thai Culture Festival ในฟินแลนด์ ร่วมงาน Thai Festival ที่เดนมาร์ก และงานThai Food Fair ที่นอร์เวย์ **๒. เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูง** ๒.๑ร่วมกับบริษัท Travel Toursซึ่งเป็นบริษัทนำเที่ยวที่มีเครือข่ายครอบคลุม ๘ เมืองหลักของอินเดีย โดยลงโฆษณาประเทศไทยเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม Shopping และ Wellness and Spa ภายในเมืองบังคาลอร์ เจนไน และไฮเดอราบัด อีกทั้งยังได้ทำการตลาดออนไลน์กับเว็บไซต์Makemytrip.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์การท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของอินเดีย เพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง		

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					๒.๒จัดกิจกรรม Mega Fam Trip โดยเชิญชวนตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากประเทศสวิสเซอร์แลนด์ จำนวน ๘๕ ราย มาทัศนศึกษาที่ประเทศไทย ที่จังหวัดกระบี่ ภูเก็ต กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ เพื่อนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวของไทยสำหรับกลุ่มผู้มีรายได้สูงของตลาดสวิสเซอร์แลนด์ **๓. เน้นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญกับ Lifestyle ของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มฮันนีมูน/แต่งงาน กลุ่มสุขภาพ และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** ๓.๑ททท. จัดโครงการ TAT Asia Regional Golf ๒๐๑๓ และ TAT Governor Cup๒๐๑๓ โดยเชิญสื่อมวลชน และ ผู้แทนธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน ๒๒ ราย จากประเทศ ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี จีน อินเดีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และ สิงคโปร์ เพื่อมาเข้าร่วมกิจกรรมกอล์ฟ ที่ กรุงเทพฯ เขาใหญ่ และ พัทยา ๓.๒ ททท. กำหนดจัด Medical & Wellness FAM Trip ในประเทศไทย วันที่ ๑๓ สิงหาคม ๒๕๕๖ โดยมีกิจกรรมสำคัญ คือ ๑) การนำเสนอและสัมมนาสินค้าประเภท Medical & Wellness รวมทั้งการเจรจาธุรกิจของผู้ประกอบการ ๒) การให้ความรู้และสร้างการรับรู้สินค้าประเภท Medical & Wellness แก่ผู้ประกอบการและสื่อมวลชนจากต่างประเทศ		

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					๒. <u>การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ</u> ๑. ดำเนินการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์แคมเปญ “เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน”อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ๒๕๕๔ - ๒๕๕๕ และในปี ๒๕๕๖ ใช้สารหลัก คือ “การหลงรัก” เป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อนำเสนอมุมมองความรักที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและสร้างความรู้สึกรักหวงแหน และรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามตลอดไป ภายใต้ “โครงการหลงรักประเทศไทย” เผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ จำนวน ๒๖ รายการ ๑,๑๑๒ ครั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน ๘ ฉบับ ๔๖๔ ครั้ง สื่อวิทยุ จำนวน ๑๕ คลื่นวิทยุ ๑๐,๒๒๕ ครั้ง สื่อกลางแจ้ง จำนวน ๒ ป้าย และสื่อออนไลน์มากกว่า ๑๐๐ เว็บไซต์ นอกจากนี้ยังจัดทำวิดีโอท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม ASEAN ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลการข้ามชายแดนใน ๖ จังหวัดชายแดน ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดเชียงราย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดมุกดาหาร และ จังหวัดหนองคาย **๒. จัดงานส่งเสริมการขายตลาดในประเทศ เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ** ๒.๑ จัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ปี ๒๕๕๖ นำเสนอความสวยงามและความน่าสนใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยทุกภาค การแสดงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และเสนอขายสินค้าการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ เมื่อวันที่ ๕-๙ มิถุนายน ๒๕๕๖ ณ ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี มีผู้เข้าร่วมงาน ๑๒๓,๖๑๓ คน		

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					๒.๒ จัดงานเทศกาลเที่ยวไทย ๕ ภาค ปี ๒๕๕๖ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนภาคต่างๆ มีโอกาสเลือกซื้อแพคเก็จท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศโดยตรง และมีการจัดกิจกรรม Table Top Sale เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ได้มีโอกาสเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการและ Corporate จากภาคต่างๆ ซึ่งขณะนี้ดำเนินการแล้วเสร็จใน ๓ พื้นที่ ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดสงขลา **๓. นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆเพื่อ**กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยอาทิ ๓.๑ เสนอขายเส้นทางล่องเรือเจ้าพระยาไหว้พระเสริมสิริมงคล จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยาผ่านบริษัทนำเที่ยว มีผู้สนใจซื้อแพคเก็จท่องเที่ยว จำนวน๒๐๒คน ๓.๒ จัดกิจกรรมคาราวานรถยนต์ อร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน เส้นทางกรุงเทพฯ-ระยอง-จันทบุรี โดยร่วมกับ Happiness Group ธนาคารกรุงเทพ (สายบัตรเครดิต) และบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มีผู้สนใจซื้อแพคเก็จท่องเที่ยวจำนวน๙๖คนมีรถยนต์เข้าร่วมคาราวาน ๓๓ คัน ๓.๓ จัดกิจกรรมคาราวานจักรยาน ๒ ล้อเที่ยวสวน ชวนชิมผลไม้ เส้นทางสวนผลไม้ตำบลตะพง-หาดแม่รำพึง จังหวัดระยอง มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม ๑๖๐ คน ๓.๔ จัดกิจกรรมกระตุ้นท่องเที่ยวช่วง Green Season ด้วยโปรแกรมท่องเที่ยวโดยรถไฟ ในกิจกรรม “นุ่งผ้าถุง ใส่ผ้าไทย นั่งรถไฟสุดสายอันดามัน” เส้นทางทางกรุงเทพฯ – ตรัง โดยมีกลุ่มเป้าหมายจากกรุงเทพฯจำนวน ๘๐ คน		

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					๓.๕ ร่วมกับการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) และสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทยเสนอขายแพคเก็จท่องเที่ยว“ปูน ปูน ฉึกฉัก ...หลงรักอีสาน” ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินท่องเที่ยวตามเส้นทางอารยธรรมขอม ณ ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ หมู่บ้านทอผ้าไหมยกทองโบราณบ้านท่าสว่าง และ“มหกรรมแห่เทียนพรรษาและตักบาตรบนหลังช้าง”จังหวัดสุรินทร์ มีผู้ซื้อแพคเก็จมากกว่า ๑๐๐ คน **๔. จัดกิจกรรมสร้างการเรียนรู้จากประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว** ๔.๑ จัดกิจกรรมท่องเที่ยว “ก๊อกแก๊กทัวร์” เปิดบ้านพาเที่ยว Unseen Destination เพื่อเป็นการบุกเบิกเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และสร้างเป็นจุดขายใหม่ในความเป็นวิถีไทยต่อไปในอนาคต อีกทั้งเป็นการปลุกกระแสท้องถิ่นขึ้นมาให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว ดำเนินการแล้ว ๒ ครั้ง ครั้งแรกที่จังหวัดสุพรรณบุรี ครั้งที่ ๒ จังหวัดปราจีนบุรี โดยมีนายสมศักย์ ภูรีศรีศักดิ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พร้อมคณะผู้บริหารหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตลอดจนผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และสื่อมวลชน ร่วมเดินทางมากกว่า ๒๐๐ คน ๔.๒ จัดกิจกรรม “ถีบทั่วไทย” ชวนเที่ยวด้วยใจ ปั่นไปด้วยกัน โดยเปิดเส้นทางท่องเที่ยวนำร่องในพื้นที่ภาคกลาง ๒เส้นทาง เส้นทางแรกคือเส้นทางนนทบุรี-พระนครศรีอยุธยา มีนักปั่นจักรยานจากชมรมต่างๆ เข้าร่วมทดสอบเส้นทาง จำนวน ๘๐ คน เส้นทางที่ ๒ คือเส้นทางกรุงเทพมหานคร โดยเปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจสมัครร่วมกิจกรรมปั่นจักรยานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และมีกิจกรรมให้ความรู้สำหรับนักปั่นมือใหม่ จำนวน ๑๕๐คน พร้อมกับจัดกิจกรรม “คอนเสิร์ตถีบ		

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					ทั่วไทย" (Green Concert) ภายในงานมีนิทรรศการการท่องเที่ยว + ๗ Greens concept นิทรรศการภาพถ่ายเล่าเรื่อง และตลาดนัดจักรยาน ณ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (Museum Siam) **๕. จัดและสนับสนุนงานเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมพิเศษอื่นๆ** ๕.๑ สนับสนุนงานเทศกาลประเพณีแห่เทียนพรรษาในพื้นที่ต่างๆ อาทิจังหวัดอุบลราชธานี สุพรรณบุรี และพระนครศรีอยุธยา รวมถึงจัดกิจกรรมประติมากรรมเทียนนานาชาติ จังหวัดอุบลราชธานี ๕.๒ จัดงานเทศกาลกลองนานาชาติณ โรงละครแห่งชาติ กรุงเทพฯ ๕.๓ จัดงาน "เทศกาลอาหารไทย Thai Food Festival" ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ ๕.๔ ร่วมจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง โดยจัดงานเกษตรลุ่มเจ้าพระยาก้าวหน้าสู่อาเซียน เทศกาลกินผัดไทย ไหว้พระสมเด็จเกษไชโย และกิจกรรมการแข่งขันแรลลี่การแสดงแสง เสียงและสื่อผสม"ปาฏิหาริย์ ตำนานเมืองอ่างทอง" บริเวณหน้าองค์พระใหญ่วัดม่วง อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง **๖.จัดกิจกรรมCSR"ททท. พาน้องท่องฟ้า สานศิลป์ถิ่นล้านนา รู้ค่าวัฒนธรรม"** โดยนำครูและนักเรียนจากโรงเรียนเทศบาลบ้านย่านยาว จังหวัดพังงา ซึ่งเป็นโรงเรียนต้นแบบการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยว จำนวน ๕๕ คน เดินทางไปทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาดูงานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ณ ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง บ้านร้อยอันพันอย่าง (พิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมงานแกะสลักไม้)		

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					และเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างวันที่ ๑๗-๑๙ กรกฎาคม ๒๕๕๖ โดยมีผู้ว่าการ ททท. ร่วมทำกิจกรรมกับเด็กๆ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้การท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี **๗. จัดอบรมหลักสูตรการตลาดท่องเที่ยวสำหรับภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว** ร่วมกับ Innovative Learning and Design (ประเทศไทย) จัดอบรมหลักสูตร “การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Smile Host)” เพื่อสร้างจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และการให้บริการที่น่าประทับใจให้แก่ผู้ให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งเพิ่มทักษะการให้บริการและการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ตลอดจนส่งเสริมการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว โดยจัดอบรมที่จังหวัดอุบลราชธานีจำนวน ๒ ครั้ง และจังหวัดหนองคาย จำนวน๒ ครั้ง ระหว่างวันที่ ๑๘-๑๙ มิถุนายน ๒๕๕๖ และวันที่ ๒๗-๒๘มิถุนายน ๒๕๕๖ มีผู้เข้าอบรมรวมทั้งสิ้น ๒๖๐ คน ประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติงานบริการ/ต้อนรับ และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และผู้ขับขี่พาหนะรับจ้าง **๘.เผยแพร่ความรู้วิชาการตลาดท่องเที่ยวให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว**ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) Museum Siam, Plan Motif, Young and Rubicam (Y&R) และนิตยสาร HIP จัดสัมมนาเปิดมุมมอง		

ลำดับ (นโยบาย)	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	ความสอดคล้องกับ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ	การใช้จ่าย งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ	แผนงาน/โครงการ/ผลการดำเนินการ รวมถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ		
					ท่องเที่ยวไทยปี ๖ ภายใต้หัวข้อ “ประเทศไทย ในมุมเล็กๆ (Small is a new Big)” เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ความเคลื่อนไหว เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกลุ่ม Niche Market ให้กับหน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้สนใจทั่วไป เมื่อวันที่ ๘ มิถุนายนณ อิมแพคเมืองทองธานี		

ผู้ประสานงานและรับผิดชอบการรายงาน นางสาว นาตยา ธนพลเกียรติ **ตำแหน่ง** หัวหน้างานติดตามและประเมินผลตลาดต่างประเทศ

สำนัก/กอง กองติดตามและประเมินผล **ฝ่าย** ติดตามและบริหารความเสี่ยง

กรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) **กระทรวง** การท่องเที่ยวและกีฬา

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ ต่อ ๓๖๗๐-๒ **โทรสาร** ๒๒๕๓ ๗๔๗๔ **อีเมลล์** mondiv@tat.or.th **เว็บไซต์** www.thailandtourism.org

แบบรายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล (นโยบายเร่งด่วน) ตามคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ ๒๘๑/๒๕๕๕

นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ปีที่สอง

วันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖ - วันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖

กระทรวง/หน่วยงาน .....การท่องเที่ยวและกีฬา (เจ้าภาพหลัก).....

นโยบายรัฐบาล...นโยบายการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ๒ ล้านล้านบาท ภายในปี ๒๕๕๘ ..... สอดคล้องกับนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ

มาตรา.....

ส่วนราชการ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง.....กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.....

ลำดับ	ผลการดำเนินการ	ปัญหาอุปสรรคพร้อมข้อเสนอแนะ	งบประมาณ หน่วย : ล้านบาท		หน่วยงานเจ้าของเรื่อง/โทรศัพท์
			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	การเบิกจ่ายงบประมาณ	
๑.	จุดติดตั้งรวมทั้งสิ้น ๑,๖๑๕ จุด ซึ่ง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ได้ติดตั้งไปแล้ว ๑๘๘ จุด (๑๑๘+๗๐) อยู่ระหว่างดำเนินการ ๑,๑๙๕ จุด มีพื้นที่ไม่ขอรับการสนับสนุน จำนวน ๑๑ แหล่งท่องเที่ยว ๑๔๔ จุด พื้นที่ติดตั้งได้บางส่วนอยู่ระหว่างพิจารณาจุดติดตั้งใหม่ ๘๘ จุด		-	งบ บมจ. ทีโอที และ งบ บมจ.กสท โทรคมนาคม	- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ๐๒ ๑๔๑ ๗๐๐๖ - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - กรมการท่องเที่ยว - บมจ.ทีโอที
๒.	กรมการท่องเที่ยวประสานกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เพื่อขอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ	- หลายพื้นที่ไม่ขอรับการติดตั้งระบบ Wi-Fi ในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ไม่สามารถติดตั้งครบ ๑,๖๑๕ จุดได้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงเห็นควรเพิ่มจุดติดตั้งในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวและแหล่ง			

	ติดตั้งระบบ Wi-Fi เพื่อทดแทนพื้นที่เป้าหมายที่ไม่ขอรับการติดตั้งระบบ Wi-Fi	ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เช่น แพร่ น่าน ตาก เพชรบูรณ์ เป็นต้น โดยมอบหมายกรมการท่องเที่ยวประสานกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพื่อขอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการติดตั้งระบบ Wi-Fi			

ข้อมูล ณ วันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖

แบบรายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล (นโยบายเร่งด่วน) ตามคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ ๒๘๐/๒๕๕๕

นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ปีที่สอง

ประจำเดือน กรกฎาคม ๒๕๕๖

กระทรวงการท่องที่ยวและกีฬา สถาบันการพลศึกษา

นโยบายรัฐบาล นโยบายเร่งด่วนที่จะดำเนินการในปีแรก ข้อ ๑.๑๕ จัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์แท็บเล็ตให้แก่โรงเรียน

สอดคล้องกับแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ มาตรา ๘๐ รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านสังคม การสาธารณสุข การศึกษา และวัฒนธรรม (๓) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการจัดการศึกษาในทุกระดับและทุกรูปแบบให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม จัดให้มีแผนการศึกษาแห่งชาติ กฎหมายเพื่อพัฒนาการศึกษาของชาติจัดให้มีการพัฒนาคุณภาพครูและบุคลากรทางการศึกษาให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก รวมทั้งปลูกฝังให้ผู้เรียนมีจิตสำนึกของความเป็นไทย มีระเบียบวินัยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และยึดมั่นในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมี พระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

ส่วนราชการ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง .....

ลำดับ	ผลการดำเนินการ	ปัญหาอุปสรรค พร้อมข้อเสนอแนะ	งบประมาณ		หน่วยงานเจ้าของเรื่อง/โทรศัพท์
			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	การเบิกจ่ายงบประมาณ	
๑	โครงการสนับสนุนเครื่องคอมพิวเตอร์พกพาเพื่อการศึกษา		๒,๒๖๖,๐๐๐		สถาบันการพลศึกษา
	รายละเอียดผลการดำเนินงาน:				กองส่งเสริมวิชาการ
	- วันที่ ๑๙ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๖ สถาบันการพลศึกษาได้ทำหนังสือมอบอำนาจให้ สพฐ.				ฝ่ายโรงเรียนกีฬา
	ดำเนินการจัดหาด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์พร้อมแนบรายชื่อคณะกรรมการ จำนวน ๓ คน				
	เพื่อร่วมเป็นคณะกรรมการ				
	- วันที่ ๔ - ๕ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำข้อมูลนักเรียนสำหรับดำเนิน				
	การจัดซื้อ Tablet PC ณห้องนานาภิรมย์ โรงแรมนิวเวิลด์ซิตี้ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร				
	- วันที่ ๖ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ ประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนโครงการจัดการเรียนการสอน				
	โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์พกพา(แท็บเล็ต) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖ ครั้งที่๑/๒๕๕๖				
	ณ ห้องประชุม สพฐ.๑ อาคาร สพฐ.๔ ชั้น ๒ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน				
	โดยมีเรื่องที่แจ้งในการประชุม ดังนี้				
	๑)คำสั่งกระทรวงศึกษาธิการ ที่ ศธ ๑๒๒/๒๕๕๖ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อน				
	โครงการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์พกพา(แท็บเล็ต) ประจำปีงบประมาณ				
	พ.ศ. ๒๕๕๖				
	๒)การประชุมปฏิบัติการจัดทำข้อมูลนักเรียนชั้น ป.๑ และ ม.๑ เพื่อใช้ประกอบการกำหนด				
	ขอบเขตของงาน (Terms of Reference)				
	๓)แผนการดำเนินการจัดทำกำหนดขอบเขตของงาน (TOR) และการประกวดราคา สำหรับ				
	การจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์พกพา ด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖				

ลำดับ	ผลการดำเนินการ	ปัญหาอุปสรรค พร้อมข้อเสนอแนะ	งบประมาณ		หน่วยงานเจ้าของเรื่อง/โทรศัพท์
			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	การเบิกจ่ายงบประมาณ	
	๔) การแต่งตั้งคณะกรรมการการจัดทำ TOR				
	- ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ ได้ดำเนินการประชุมคณะกรรมการจัดทำ TOR				
	และอยู่ในระหว่างกระบวนการตรวจสอบการจัดทำ TOR				
	- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้แจ้งให้สถาบันการพลศึกษายืนยันบัญชีจัดซื้อ				
	เครื่องคอมพิวเตอร์พกพาสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๑ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑				
	และสำหรับครูชั้นมัธยมศึกษาปี ๑ ตามโครงการจัดการเรียนการสอนโดยใช้คอมพิวเตอร์พกพา				
	ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖ ทั้งนี้ สถาบันการพลศึกษาได้ทำหนังสือยืนยันบัญชีจัดซื้อดังกล่าว				
	เรียบร้อยแล้ว				
	- วันที่ ๒๖ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๖ ประชุมสรุปเกี่ยวกับTOR ครั้งสุดท้าย ณ กระทรวงศึกษาธิการ				
	- ในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)				
	กระทรวงศึกษาธิการ ประกาศร่างขอบเขตงาน (TOR) การจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์พกพา(แท็บเล็ต)				
	ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ วิจารณ์ และความคิดเห็น				
	- วันที่ ๒๘ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๖ ดำเนินการประกวดราคาจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์พกพา(แท็บเล็ต)				
	ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยแบ่งพื้นที่ดำเนินการออกเป็น ๔ โซน ดังนี้ ป.๑ เป็น ๒ โซน และ				
	ม.๑ เป็น ๒ โซน ซึ่งในส่วนของสถาบันการพลศึกษาได้ผู้ขายแล้วในโซนที่ ๓ ระดับ ม.๑ (ภาคกลาง				
	และภาคใต้) แต่ในโซนที่ ๔ ระดับ ม.๑ (ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ยังไม่ได้ผู้ขาย				
	เนื่องจากมีผู้มาเสนอราคาเพียง ๑ ราย จึงต้องมีการยกเลิกและมีการประกาศประกวดราคาใหม่				
	- ในช่วงเดือนกรกฎาคม การดำเนินการประกวดราคาจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์พกพา(แท็บเล็ต)				
	ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้มีการเปลี่ยนแปลงในโซนที่ ๓ จากเดิมได้ผู้ขายแล้ว				
	แต่เนื่องจากราคาที่ผู้ขายเสนอนั้นมีราคาสูงทำให้มีการยกเลิกและจะทำการประกาศประกวดราคาใหม่				
	ในเดือนสิงหาคม และในโซนที่ ๔ ได้ผู้ขายแล้วอยู่ระหว่างการขออนุมัติจากรัฐมนตรี				

ข้อมูล ณ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๕๖

แบบรายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล (นโยบายเร่งด่วน) ตามคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ ๒๘๑/๒๕๕๕
นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ปีที่สอง
วันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖ - วันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖
กระทรวง/หน่วยงาน .....การท่องเที่ยวและกีฬา (เจ้าภาพหลัก).....
นโยบายรัฐบาล...นโยบายการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ๒ ล้านล้านบาท ภายในปี ๒๕๕๘ ..... สอดคล้องกับนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ มาตรา.....
ส่วนราชการ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง.....กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.....

ลำดับ	ผลการดำเนินการ	ปัญหาอุปสรรคพร้อมข้อเสนอแนะ	งบประมาณ หน่วย : ล้านบาท		หน่วยงานเจ้าของเรื่อง/โทรศัพท์
			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	การเบิกจ่ายงบประมาณ	
๑.	จุดติดตั้งรวมทั้งสิ้น ๑,๖๑๕ จุด ซึ่งบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ได้ติดตั้งไปแล้ว ๑๘๘ จุด (๑๑๘+๗๐) อยู่ระหว่างดำเนินการ ๑,๑๙๕ จุด มีพื้นที่ไม่ขอรับการสนับสนุน จำนวน ๑๑ แหล่งท่องเที่ยว ๑๔๔ จุด พื้นที่ติดตั้งได้บางส่วนอยู่ระหว่างพิจารณาจุดติดตั้งใหม่ ๘๘ จุด		-	งบ บมจ. ทีโอที และงบ บมจ.กสท โทรคมนาคม	- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ๐๒ ๑๔๑ ๗๐๐๖ - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - กรมการท่องเที่ยว - บมจ.ทีโอที
๒.	กรมการท่องเที่ยวประสานกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เพื่อขอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ	- หลายพื้นที่ไม่ขอรับการติดตั้งระบบ Wi-Fi ในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ไม่สามารถติดตั้งครบ ๑,๖๑๕ จุดได้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงเห็นควรเพิ่มจุดติดตั้งในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวและแหล่ง			

	ติดตั้งระบบ Wi-Fi เพื่อทดแทนพื้นที่เป้าหมายที่ไม่ขอรับการติดตั้งระบบ Wi-Fi	ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เช่น แพร่ น่าน ตาก เพชรบูรณ์ เป็นต้น โดยมอบหมายกรมการท่องเที่ยวประสานกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพื่อขอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการติดตั้งระบบ Wi-Fi			

ข้อมูล ณ วันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖