

สรุป แผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔  
(ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๑-๒๕๖๔)

วิสัยทัศน์ ททท. (Vision)

ททท. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทย  
เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์สะท้อนถึงความมุ่งหมายของ ททท. ในการเป็นผู้นำที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยคิดถึง เลือกมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆของโลก และผลักดันการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนภายในปี ๒๕๖๔

พันธกิจ (Mission)

- ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- ขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน
- พัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว
- พัฒนาให้ ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) ด้านตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ค่านิยมองค์กร (TAT' SPIRITS)

Service Minded: จิตมุ่งบริการ

Personal Mastery: เป็นมืออาชีพ

Integrity & Honesty: จรรยาบรรณและความซื่อสัตย์

Relation as Family: ความสัมพันธ์ฉันท์พี่น้อง

Innovation & Creativity: ปฏิบัติงานอย่างสร้างสรรค์

Teamwork & Networking: การทำงานเป็นทีม และเครือข่าย

Strategic Thinking: คิดเชิงกลยุทธ์

## วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ๓ ด้าน โดยแต่ละด้านจะมีความสอดคล้อง สนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีสาระสำคัญต่อการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์อย่างเป็นระบบ

### วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ : เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว

มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวทั้งจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย โดยเน้นส่งเสริมการเดินทางและเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Quality Leisure และกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบน (High Value) มากขึ้น ขยายพื้นที่ตลาดและกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ รวมถึงขยายช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดาและช่วง Green Season

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ๑๒ แผนงาน ซึ่งจะครอบคลุมทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ ดังนี้

ยุทธศาสตร์	แผนงาน
๑.๑ เพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในตลาดหลัก	๑.๑.๑ เพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มกลาง – บน (Quality Leisure) ๑.๑.๒ เพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติระดับบน (กลุ่ม High Value) ๑.๑.๓ พัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองแต่ละกลุ่มตลาด ๑.๑.๔ เพิ่มการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของคนไทย
๑.๒ ขยายตลาดกลุ่มประเทศอาเซียน	๑.๒.๑ ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็น Weekend Destination ๑.๒.๒ ส่งเสริมกลุ่มตลาด Niche Market
๑.๓ ขยายตลาดใหม่	๑.๓.๑ ขยายตลาดใหม่
๑.๔ ขยายฤดูกาลท่องเที่ยว	๑.๔.๑ ส่งเสริมตลาดในช่วง Green Season ๑.๔.๒ ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในช่วงวันธรรมดา
๑.๕ พัฒนาภาพลักษณ์ของประเทศ	๑.๕.๑ เสริมสร้างความเข้มแข็ง แตกต่างให้ Brand ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ๑.๕.๒ เสริมสร้างภาพลักษณ์ตามคุณค่าเชิงพื้นที่ (Value Proposition) ๑.๕.๓ ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination)

**วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒ : สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว**

มุ่งเน้นความร่วมมือระหว่าง ททท. กับเครือข่ายและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการกระจายพื้นที่และโอกาสทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลทางการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง เพิ่มรายได้สู่ชุมชนและขยายโอกาสในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒ ประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ ๘ แผนงาน ดังนี้

ยุทธศาสตร์	แผนงาน
๒.๑ บริหารความสัมพันธ์เครือข่าย	๒.๑.๑ บริหารจัดการภาพลักษณ์องค์กรของ ททท. ในฐานะผู้มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ๒.๑.๒ กำกับการดำเนินงานตามแผนแม่บทการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม
๒.๒ ส่งเสริมและสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและเครือข่าย	๒.๒.๑ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านตลาดการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ประกอบการและเครือข่ายที่อบรมภายใต้ TAT Academy ๒.๒.๒ ส่งเสริมและพัฒนารางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าการท่องเที่ยวไทย (Quality Mark)
๒.๓ ส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน	๒.๓.๑ สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าวิถีไทยและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ๒.๓.๒ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวรอง
๒.๔ กระจายโอกาสในการท่องเที่ยวและส่งเสริมการเรียนรู้	๒.๔.๑ ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มคนไทยที่มีรายได้ระดับกลางลงมา ๒.๔.๒ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

**วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ : พัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง**

มุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กร และลดขั้นตอนการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยนำระบบสารสนเทศและนวัตกรรมเข้ามาช่วยเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน เพิ่มศักยภาพของบุคลากรและสร้างความผูกพันต่อองค์กร ส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กร เพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการทรัพย์สินขององค์กร รวมถึงการวิจัยและพัฒนาข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อนำองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization)



วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ๑๘ แผนงาน ดังนี้

ยุทธศาสตร์	แผนงาน
๓.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร	๓.๑.๑ ปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในองค์กร ๓.๑.๒ ส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ๓.๑.๓ ติดตามและประเมินผล บริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน ๓.๑.๔ กำกับดูแลและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของ ททท. ๓.๑.๕ กำกับดูแลกิจการที่ดีของ ททท. (Corporate Governance – CG)
๓.๒ เพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของบุคลากร	๓.๒.๑ ส่งเสริมและพัฒนาค่านิยมองค์กร ๓.๒.๒ พัฒนา Employee Engagement ๓.๒.๓ จัดทำและพัฒนา Competency และ Skill ที่สำคัญ ๓.๒.๔ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคล ๓.๒.๕ ยกระดับคุณภาพชีวิตพนักงาน ๓.๒.๖ เสริมสร้างนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว
๓.๓ เพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์	๓.๓.๑ พัฒนาธุรกิจและสินทรัพย์ ๓.๓.๒ เพิ่มมูลค่าธุรกิจ อ.ส.ท. ในการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว
๓.๔ วิจัยและพัฒนาข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยว	๓.๔.๑ พัฒนาและบูรณาการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูล ๓.๔.๒ พัฒนาและปรับปรุงระบบสารสนเทศเพื่อรองรับฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด ๓.๔.๓ พัฒนาความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อร่วมพัฒนาและประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด ๓.๔.๔ พัฒนาศักยภาพในการใช้ระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด
๓.๕ ส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กร	๓.๕.๑ พัฒนาระบบสื่อสารภายในองค์กร

## การวัดผลสำเร็จ

จากวิสัยทัศน์ “ททท. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยว ยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน” และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ทั้ง ๓ วัตถุประสงค์ กำหนดเป็นตัวชี้วัดเพื่อวัดผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ ดังนี้

### ๑. ตัวชี้วัดระดับวิสัยทัศน์

ตัวชี้วัด	ค่าเกณฑ์วัด			
	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔
• อันดับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด	๑ ใน ๑๐	๑ ใน ๙	๑ ใน ๘	๑ ใน ๗
• อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวรวม เพิ่มขึ้น ๑๐% ต่อปี	+๑๐% (๓.๑ ล้านบาท)*	+๑๐% (๓.๔ ล้านบาท)*	+๑๐% (๓.๘ ล้านบาท)*	+๑๐% (๔.๒ ล้านบาท)*
• รักษาสัดส่วนรายได้ทางการท่องเที่ยวจากคนไทยต่อรายได้รวมทางการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๓	๓๓	๓๓	๓๓	๓๓
• คะแนนประเมินผลรัฐวิสาหกิจ	๓.๘๕	๓.๙	๓.๙๕	๔

\* ( ) = ค่าประมาณการ

### ๒. ตัวชี้วัดระดับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัด	ค่าเกณฑ์วัด			
	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔
<b>วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑</b>				
• อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อปี	๑๐% (๒.๑ ล้านบาท)*	๑๐% (๒.๓ ล้านบาท)*	๑๐% (๒.๕ ล้านบาท)*	๑๐% (๒.๘ ล้านบาท)*
• อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยต่อปี	๑๐% (๑.๐ ล้านบาท)*	๑๐% (๑.๑ ล้านบาท)*	๑๐% (๑.๓ ล้านบาท)*	๑๐% (๑.๔ ล้านบาท)*
<b>วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒</b>				
• ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น (คะแนนเต็ม ๕)	+๐.๐๕	+๐.๐๕	+๐.๐๕	+๐.๐๕

\* ( ) = ค่าประมาณการ

ตัวชี้วัด	ค่าเกณฑ์วัด			
	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔
<ul style="list-style-type: none"> <li>อันดับ Loyalty Index (เปรียบเทียบเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก)</li> </ul>	๑ ใน ๓	๑ ใน ๓	๑ ใน ๓	๑ ใน ๓
<b>วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ค่าคะแนน SEPA ของ ททท. ไม่ต่ำกว่า ๒๐๐ คะแนน ภายในปี ๒๕๖๔</li> </ul>	๑๗๑	๑๘๑	๑๙๑	๒๐๐

## งบประมาณ

แผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๑-๒๕๖๔) กำหนดงบประมาณ แบ่งเป็นงบดำเนินงานและงบกิจกรรม/โครงการ ดังนี้

๑. งบดำเนินงาน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๒๕ ของงบประมาณทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย งบค่าครุภัณฑ์ ที่ดิน สิ่งก่อสร้าง ค่าตอบแทนใช้สอย สาธารณูปโภค เงินเดือนพนักงาน งบกองทุนสำรอง เลี้ยงชีพ และงบลงทุนในการพัฒนาธุรกิจและทรัพย์สิน ททท.

๒. งบกิจกรรม/โครงการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๗๕ ของงบประมาณทั้งหมด ประกอบด้วย

๒.๑) งบโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ แบ่งเป็นงบประมาณในแต่ละวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ตามน้ำหนักสัดส่วนการมุ่งเน้นเชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

- วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ : เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๘๐ ของงบโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
- วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒ : สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๑๔ ของงบโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
- วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ : พัฒนาการสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๖ ของงบโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

๒.๒) งบโครงการประจำ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเพื่อจ้างผู้จัดการและผู้แทนการตลาด ค่าใช้จ่ายในการจัดทำแผนและยุทธศาสตร์ ค่าใช้จ่ายส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศตามกรอบความร่วมมือ และค่าใช้จ่ายกำกับดูแลการบริหารจัดการองค์กร เป็นต้น



ภาพความเชื่อมโยง วิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์ :  
 “ททท. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน”

