แผนปฏิบัติการ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕

การดำเนินงาน

๑. การจัดทำทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและแผนกลยุทธ์ ปี ๒๕๖๕ ททท. ได้ดำเนินการตามนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) แผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติอันเป็นผลมาจากสถานการณ์โควิด-19 พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๕ แผนปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) พ.ศ. ๒๕๖๐ แผนขับเคลื่อนกิจกรรมปฏิรูปที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ (Big Rock) และแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๕) รวมถึงบทวิเคราะห์ความท้าทายและความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภายหลังวิกฤตการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19) โดยผู้บริหาร ททท. ได้ใช้ทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและแผนกลยุทธ์ ปี ๒๕๖๕ เป็นชุดข้อมูลที่สำคัญประกอบการชี้แจงต่อคณะกรรมาธิการวิสามัญและคณะอนุกรรมาธิการพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

๒. การถ่ายทอดเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทย่อย และแผนปฏิรูปประเทศ ไปยังเป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน (ททท.) ตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ดังนี้

๒.๑ เป้าหมายแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ กับเป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน (ททท.) ตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

เป้าหมายแผนแม่บท	เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน (ททท.)
๑. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น	๑. คนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นและมีการกระจายตัวไปยังจังหวัดรอง ๒. นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีและความรู้สึกที่ดีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย (ด้วยการเดินทางซ้ำหรือแนะนำบอกต่อ) ๓. เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อัตราการเติบโตของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศรวมถึงรายได้ในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง)
๒. รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น	
๓. ความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น	

๒.๒ เป้าหมายแผนแม่บทย่อย และเป้าหมายแผนปฏิรูปประเทศ (ด้านเศรษฐกิจ และด้านวัฒนธรรม กีฬา แรงงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) กับเป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน (ททท.) ตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

เป้าหมายแผนแม่บทย่อย	เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน (ททท.)
๑. แผนย่อยการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ★ KPI : รายได้จากการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเพิ่มขึ้น	▪ อัตราการเติบโตของรายได้การท่องเที่ยวทางน้ำ (นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มผู้มีรายได้สูง)
๒. แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและกีฬา KPI : รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น	▪ มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมกีฬา
๓. แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย KPI : รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพฯ เพิ่มขึ้น	▪ อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงามและแพทย์แผนไทย
๔. แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม KPI : รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฯ เพิ่มขึ้น	▪ อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (เป้าหมายแผนแม่บทย่อย) ▪ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เจ้าของแหล่งและบริการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ด้านตลาดในประเทศ) มีความพึงพอใจต่อสินค้า/บริการ/เส้นทางท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ภายใต้ Happy Model (เป้าหมายแผนปฏิรูปประเทศ)
๕. แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงชุมชน KPI : รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงชุมชนเพิ่มขึ้น	▪ จำนวนเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

เป้าหมายแผนแม่บทย่อย	เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน (ททท.)
๖. แผนย่อยการท่องเที่ยวเชื่อมกลุ่มอาเซียน KPI : ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน	▪ อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเชื่อมโยงประเทศไทยกับประเทศ AEC
๗. แผนย่อยการพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว KPI : การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น	▪ อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดย TTCI

หมายเหตุ ★ ตัวชี้วัดในแผนแม่บทย่อยการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ มี ๒ ตัวชี้วัด คือ รายได้จากการท่องเที่ยว และจำนวนท่าเรือท่องเที่ยว ดังนั้น ปัจจัยความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสำราญทางน้ำ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของโครงสร้างพื้นฐานและท่าเรือท่องเที่ยวมีความพร้อมเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และการดำเนินงานด้านการตลาดของหน่วยงานที่ได้รับจัดสรรงบประมาณเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๒.๓ เป้าหมายแผนปฏิรูปประเทศที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ ด้านการบริหารราชการ ตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

เป้าหมายของแผนปฏิรูปประเทศ	เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน (ททท.)
● ภาครัฐมีดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) และบริการดิจิทัล รวมถึงระบบข้อมูล และข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) สำหรับการตัดสินใจ การบริหารจัดการการดำเนินงาน การกำกับติดตาม ประเมินผลบนระบบนิเวศด้านดิจิทัลที่สร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการยอมรับระหว่างกัน ซึ่งตอบสนองความต้องการพื้นฐานของประชาชนและภาคธุรกิจเอกชนในระยะฟื้นตัวของประเทศ ใน ๕ ด้าน ได้แก่ (๑) ด้านการมีรายได้และมีงานทำ (๒) ด้านสุขภาพและการสาธารณสุข (๓) ด้านเกษตรและการบริหารจัดการน้ำ (๔) ด้านการท่องเที่ยว (๕) ด้านการตลาดและการกระจายสินค้าสำหรับเกษตร วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ (Startups)	■ มีแพลตฟอร์มเพื่อการบูรณาการ และให้บริการข้อมูลด้านตลาดการท่องเที่ยว

๓. การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทย่อย และแผนปฏิรูปประเทศ หน่วยกำกับ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ททท. มีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

๓.๑ คณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ โดยมีสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นเลขานุการ ได้อนุมัติโครงการเชิงยุทธศาสตร์ (Big Rock) ของ ททท. ที่สามารถขับเคลื่อนเป้าหมายแผนแม่บทย่อย และแผนปฏิรูปประเทศ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงการบริหารราชการแผ่นดิน โดยกำหนดให้มีการติดตามและรายงานความคืบหน้าโครงการ ในระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSCR)

๓.๒ สำนักงบประมาณ ได้กำหนดแนวทางการจัดทำคำของบประมาณและพิจารณาจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง

๓.๓ คณะกรรมาธิการวิสามัญและคณะอนุกรรมาธิการพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ให้ความสำคัญกับการตอบสนองเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจัดสรรงบประมาณในโครงการเชิงยุทธศาสตร์ให้กับหน่วยงานที่คาดว่าจะสามารถดำเนินงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติและประชาชน

๓.๔ ททท. ได้นำเป้าหมายและแนวทางการดำเนินโครงการเชิงยุทธศาสตร์ รวมถึงกรอบงบประมาณตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๔ เป็นข้อมูลนำเข้า ที่สำคัญในกระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ ททท. ประจำปี โดยการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ ททท. ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ผ่านการประชุมบูรณาการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๕ (TATAP2022) ทำให้ได้ทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและแผนกลยุทธ์ของ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ททท. ในการประชุมครั้งที่ ๗/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๔ ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

๑) นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากประธานกรรมการ ททท.

๒) นโยบาย ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ และแนวทางขับเคลื่อนของผู้ว่าการ ททท.

๓) การขับเคลื่อนโครงการเชิงยุทธศาสตร์ตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทย่อย และแผนปฏิรูปประเทศที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

๔) แนวทางการสนับสนุน/ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ การสื่อสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ, การสื่อสารการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ, การต่อยอดมาตรฐาน SHA ในการสร้างความมั่นใจในการให้บริการสินค้าและบริการท่องเที่ยว และการเพิ่มความพร้อมในการใช้ข้อมูลและเครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้กับบุคลากร ททท. และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ข้อพิจารณา

จากทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและแผนกลยุทธ์ของ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ททท. จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ดังนี้

๑. เป้าหมายองค์กร ปี ๒๕๖๕

๑.๑ เป้าหมายตำแหน่งทางการตลาด : อันดับประเทศที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศสูงสุด ๑ ใน ๕ ของโลก

๑.๒ เป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ : สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวรวม แบ่งตาม ๓ สถานการณ์ (Scenarios) โดยเทียบกับสถิติการท่องเที่ยว ปี ๒๕๖๒ ซึ่งเป็นสภาวการณ์ปกติทางการท่องเที่ยว ดังนี้

สถานการณ์ (Scenarios)	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
๑. การท่องเที่ยวฟื้นตัวดี (Best Case)	รายได้ทางการท่องเที่ยวรวม ๑.๙๐ ล้านล้านบาท	
	• จำนวนนักท่องเที่ยว ๑๘ ล้านคน • รายได้ ๑.๐๕ ล้านล้านบาท	• จำนวนนักท่องเที่ยว ๑๖๐ ล้านคน-ครั้ง • รายได้ ๐.๘๕ ล้านล้านบาท
๒. การท่องเที่ยวฟื้นตัวอย่างมีความเป็นไปได้ภายใต้เงื่อนไขปัจจุบัน (Base Case)	รายได้ทางการท่องเที่ยวรวม ๑.๖๐ ล้านล้านบาท	
	• จำนวนนักท่องเที่ยว ๑๓ ล้านคน • รายได้ ๐.๘๒ ล้านล้านบาท	• จำนวนนักท่องเที่ยว ๑๔๐ ล้านคน-ครั้ง • รายได้ ๐.๗๘ ล้านล้านบาท
๓. การท่องเที่ยวฟื้นตัวล่าช้า (Worst Case)	รายได้ทางการท่องเที่ยวรวม ๑.๓๐ ล้านล้านบาท	
	• จำนวนนักท่องเที่ยว ๑๐ ล้านคน • รายได้ ๐.๖๒ ล้านล้านบาท	• จำนวนนักท่องเที่ยว ๑๒๒ ล้านคน-ครั้ง • รายได้ ๐.๖๘ ล้านล้านบาท

๑.๓ เป้าหมายด้านการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว : รักษาสัดส่วนรายได้ทางการท่องเที่ยวจากคนไทยต่อรายได้ทางการท่องเที่ยวรวม ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓๓

๑.๔ เป้าหมายด้านการเป็นองค์กรสมรรถนะสูง : คะแนนประเมินผลรัฐวิสาหกิจไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔

๒. จากกรอบงบประมาณ ททท. ตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๕ จำนวน ๒,๘๗๑.๐๑๘๓ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๖๔ ร้อยละ ๔๐.๘๖ แบ่งเป็น

๒.๑ งบกิจกรรม/โครงการ วงเงิน ๑,๒๕๕.๘๓๖๐ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๖๔ ร้อยละ ๖๐.๔๑

๒.๒ งบดำเนินงาน วงเงิน ๑,๖๑๕.๑๘๒๓ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๖๔ ร้อยละ ๔.๐๒

ททท. จะได้บริหารงบประมาณตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๕ เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี จำนวน ๓ แผน ได้แก่ แผนปฏิบัติการส่งเสริมตลาดในประเทศ แผนปฏิบัติการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ และแผนปฏิบัติการด้านบริหารจัดการองค์กร ให้เป็นไปตามเป้าหมายและแนวทางการกำกับการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและแผนกลยุทธ์ของ ททท. ภายใต้พันธกิจ บทบาทหลักของ ททท. (Provider, Facilitator และ Promoter) และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic objective : SO) ในแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๕ (ฉบับทบทวน พ.ศ. ๒๕๖๕) จำนวน ๔ ยุทธศาสตร์ คือ SO1 ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพอย่างสมดุล SO2 เพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประสบการณ์การท่องเที่ยว SO3 สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ประเทศไทยให้แตกต่าง ปลอดภัย และประทับใจ และ SO4 พัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรสมรรถนะสูง

๓. ทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประจำปี ๒๕๖๕

ททท. มุ่งหวังการร่วมขับเคลื่อนการปรับโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยไปสู่การเน้นคุณค่าและความยั่งยืน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจของประเทศ พร้อมกับกระจายความมั่งคั่งสู่ท้องถิ่นชุมชน การสร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน การอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว (Ease of travelling) รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายและมีความห่วงใยใส่ใจต่อทรัพยากรธรรมชาติ ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร ตามเกณฑ์การประเมินผลคุณภาพรัฐวิสาหกิจ ให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ของ ททท. และร่วมผลักดันเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง

๔. แนวทางการดำเนินงาน กลยุทธ์ และตัวชี้วัด ของแต่ละแผนปฏิบัติการฯ

๔.๑ แผนปฏิบัติการส่งเสริมตลาดในประเทศ งบประมาณ ๖๔๐.๕๘๕๖ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๖๔ ร้อยละ ๕๐.๑๕ ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ โดยมีตัวชี้วัดและงบประมาณรายกลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	งบประมาณ (ล้านบาท)
๑. กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างสมดุล	๑) อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งขึ้นจากกิจกรรมการตลาดที่ ททท. นำเสนอ (ปีฐาน) ๒) อัตราความพึงพอใจในประสบการณ์เดินทางสัมผัสอัตลักษณ์เมืองรองที่ ททท. นำเสนอ ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔ ๓) อัตราความพึงพอใจในประสบการณ์เดินทางสัมผัสคุณค่าวันธรรมดา ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔ ๔) จำนวนรายได้จากกิจกรรมการตลาดที่ ททท. นำเสนอในพื้นที่เป้าหมาย (ปีฐาน)	๔๖๘.๕๑๗๕

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	งบประมาณ (ล้านบาท)
๒. กระตุ้นการใช้จ่ายด้วยการสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยว	๑) จำนวนรายได้จากการสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔	๙๒.๕๘๕๕
๓. พัฒนาคุณค่าแบรนด์ให้เทียบเท่าคุณค่าการท่องเที่ยวต่างประเทศ	๑) อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔ ๒) อัตราความต้องการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔ ๓) อัตราความต้องการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔ ๔) อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรในฐานะหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (วัดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔	๗๙.๔๘๒๖

๔.๒ แผนปฏิบัติการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ งบประมาณ ๔๙๖.๕๖๖๒ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๖๔ ร้อยละ ๗๐.๓๙ ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ โดยมีตัวชี้วัดและงบประมาณรายกลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	งบประมาณ (ล้านบาท)
๑. กระตุ้นการเดินทางตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ	๑) อัตราความต้องการเดินทางเข้าประเทศไทยจากตลาดหลักหรือตลาดศักยภาพ (ปีฐาน) ๒) จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเข้าประเทศไทย (Pax) และ/หรือยอดจองการเดินทางท่องเที่ยวเข้าประเทศไทย (Booking) ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔	๒๔๖.๑๙๘๙
๒. เสริมสร้างคุณค่าประสบการณ์ท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว	๑) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากกิจกรรมการตลาดที่ ททท. นำเสนอ (ปีฐาน) ๒) จำนวนรายได้จากการสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย จากกิจกรรมการตลาดที่ ททท. นำเสนอ (ปีฐาน)	๑๕๓.๔๐๙๘
๓. ตอกย้ำความเชื่อมั่นคุณค่าแบรนด์ท่องเที่ยวไทย	๑) อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ประเทศไทยที่แตกต่าง ปลอดภัย และประทับใจสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ต่ำกว่าปี ๒๕๖๔ ๒) อัตราความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมและสนับสนุนแนวทาง City Marketing Roadmap ในพื้นที่นำร่อง (ปีฐาน)	๙๖.๙๕๗๕

คำอธิบาย : ★ ตลาดหลักหรือตลาดศักยภาพ หมายถึง ตลาด/ กลุ่มประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดทางด้านรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสูงในอันดับต้น ๆ และมีแนวโน้มจะเดินทางออกนอกประเทศได้ตามนโยบายของประเทศต้นทาง และมีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย

๔.๓ แผนปฏิบัติการด้านการบริหารจัดการองค์กร งบประมาณ ๑๑๘.๖๘๔๒ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๖๔ ร้อยละ ๔๓.๓๖ ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ โดยมีตัวชี้วัดและงบประมาณรายกลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	งบประมาณ (ล้านบาท)
๑. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงรุก	๑) อัตราความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงาน Core Business Enablers ประจำปี ๒๕๖๕ ด้านที่ ๕ ร้อยละ ๑๐๐ ๒) อัตราความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการปฏิบัติงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ๓) ททท. ผ่านการตรวจติดตามผลการดำเนินงานตามมาตรฐาน ISO 27001:2013 ๔) อัตราความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ให้บริการไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐	๕๗.๖๐๕๑
๒. พัฒนากระบวนการทำงานบูรณาการ	๑) อัตราความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงาน Core Business Enablers ประจำปี ๒๕๖๕ ด้านที่ ๑, ๒, ๓ และ ๘ ร้อยละ ๑๐๐ ๒) ททท. ผ่านการตรวจประเมินเพื่อรับรองมาตรฐานระบบ ISO 22301: 2019 ๓) อัตราความสำเร็จการปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน (WI) ภายใต้กระบวนการหลัก (Core Process) ร้อยละ ๑๐๐ ๔) อัตราความพึงพอใจของหน่วยรับตรวจ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๕	๓๒.๘๐๓๓
๓. สร้างผู้ชี้นำยุทธศาสตร์ (Strategic Leader)	๑) อัตราความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาปรับปรุงผลการดำเนินงาน Core Business Enablers ประจำปี ๒๕๖๕ ด้านที่ ๑, ๔, ๖ และ ๗ ร้อยละ ๑๐๐ ๒) ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายมีทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ๓) ร้อยละของบุคลากร ททท. ที่ดำเนินการปิดช่องว่างสมรรถนะ (Competency Gap) เรื่อง Strategic Thinking และ Innovation & Creativity แล้วเสร็จ ร้อยละ ๑๐๐ ๔) คะแนนประเมิน ITA ของ ททท. ไม่น้อยกว่าปี ๒๕๖๔ ๕) ระดับความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบุคลากรภายในองค์กร ไม่น้อยกว่าระดับ ๔ ๖) อัตราความพึงพอใจของบุคลากรต่อการดำเนินงานตามแผนเสริมสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของบุคลากร ไม่น้อยกว่าปี ๒๕๖๔	๒๘.๒๗๕๘

๕. แนวทางการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕

เพื่อให้การดำเนินงานของ ททท. สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ททท. ได้กำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ไว้ดังนี้

๕.๑ จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เพื่อบริหารจัดการกับรายการความเสี่ยงและปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อเป้าหมายและการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร โดยได้มีการมอบหมายผู้รับผิดชอบความเสี่ยง (Risk Owner) ในระดับรองผู้ว่าการ ผู้บริหารตั้งแต่ระดับฝ่าย กอง กลุ่มงาน และสำนักงานสาขา อีกทั้งให้ผู้บริหารระดับผู้ว่าการและรองผู้ว่าการกำกับดูแลการดำเนินการตามมาตรการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในที่กำหนดไว้ในแผนให้ครบถ้วน

๕.๒ จัดทำแผนควบคุมภายในของ ททท. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ระดับหน่วยงานย่อย เพื่อควบคุมความเสี่ยงสำคัญที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงานประจำตามภารกิจของแต่ละหน่วยงาน ไม่ให้ทวีความรุนแรงจนส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร

๕.๓ จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในระดับโครงการเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ จำนวน ๑๔ โครงการ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานโครงการเชิงยุทธศาสตร์ซึ่งเป็นโครงการสำคัญที่ส่งผลต่อโอกาสในการบรรลุเป้าหมายของ ททท. นั้น จะสามารถดำเนินการได้สำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้

โดยทุกไตรมาสจะมีการติดตามและประเมินสัญญาณเตือน รวมถึงผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงฯ ทั้งระดับองค์กร ระดับหน่วยงานย่อย และระดับโครงการเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อรายงานให้ผู้บริหาร ททท. คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ททท. และคณะกรรมการ ททท. พิจารณาพร้อมให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน และเตรียมรับมือกรณีสถานการณ์ความเสี่ยงได้ยกระดับเป็นสถานการณ์วิกฤต

๖. แนวทางการติดตามและประเมินผล ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕

เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับได้ใช้ข้อมูลผลการดำเนินงานที่สำคัญของ ททท. ประกอบการวางแผน เตรียมการ และตัดสินใจในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่มีโอกาสจะเกิดความเสี่ยงต่อองค์กร ททท. ได้กำหนดแนวทางการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ไว้ดังนี้

๖.๑ เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะส่วนการกำหนดตัวชี้วัดที่ท้าทาย เป็นรูปธรรม เพื่อสะท้อนความสำเร็จและความคืบหน้าของยุทธศาสตร์ชาติ รวมทั้งเป็นข้อมูลที่สามารถแจ้งเตือนและคาดการณ์การดำเนินงานของ ททท. ในอนาคต

๖.๒ ติดตามและประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินงานของ ททท. ตามตัวชี้วัดที่กำหนดในแผนวิสาหกิจและแผนปฏิบัติการประจำปีอย่างน้อยเป็นรายไตรมาส ตั้งแต่ระดับวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการ ภายใต้กรอบการดำเนินงานที่สำคัญในบทบาทของ ททท. และได้กำกับให้ฝ่าย/กองที่เกี่ยวข้องรายงานผลในระบบติดตามของหน่วยงานภายนอก ได้แก่ ระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSCR) โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ กระทรวงการคลัง รายงานผลการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี โดยสำนักงบประมาณ กระทรวงการคลัง ทั้งนี้ โดยบูรณาการกับผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของ ททท. ในช่วงเวลาที่สอดคล้องกัน

๖.๓ สื่อสารให้ความรู้และแนวปฏิบัติแก่ผู้บริหารและพนักงาน ททท. เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนการติดตามและประเมินผลตามภารกิจที่รับผิดชอบในทุกระดับ ให้เกิดภาพของผลการดำเนินงานที่เชื่อมโยงกันตามโครงสร้างขององค์กร มองเห็นความคืบหน้า/ไม่คืบหน้าของแต่ละส่วนงาน โดยผู้รับผิดชอบสามารถอธิบายรายละเอียดในส่วนที่รับผิดชอบ ผลกระทบต่อส่วนงานที่พึ่งพากัน (Dependency) และภาพรวมขององค์กรได้อย่างเข้าใจ พร้อมให้แนวทางการพัฒนาที่ดีขึ้นตามวงจรการบริหารงานคุณภาพ P-D-C-A และสร้างนวัตกรรมในกระบวนการทำงานโดยใช้ผลการดำเนินงานนั้นเป็นข้อมูลสำคัญในการตั้งต้นได้

๖.๔ เริ่มกระบวนการทบทวนระบบข้อมูลแผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผล (ตป.๐๑) ให้สอดคล้องกับความต้องการใช้งานของผู้นำเข้าหรือผู้ใช้ข้อมูล มีโครงสร้างของระบบที่รองรับการนำเข้าข้อมูลที่สะดวกต่อการบริหารจัดการข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในเชิงลึก และสนับสนุนการดำเนินงานในข้อ ๖.๑ -๖.๓ ทั้งนี้ โดยเริ่มจากการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (VOS) และลูกค้า (VOC) ภายในองค์กร เพื่อนำไปปรับปรุงระบบ ตป. ๐๑ แผนการดำเนินงานของ ททท.ในปีถัดไป