



ททท.วาง 3 กลยุทธ์ฟื้นฟูท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จัด กิจกรรมเสม็ด...We Love ดึงศิลปินดังสร้างความ เชื่อมั่น



ททท.รับลูกกระทรวงท่องเที่ยว วาง 3 กลยุทธ์ฟื้นฟูท่องเที่ยวเกาะเสม็ด-กระตุ้นยอดขายช่วงไฮซีซั่น จัดกิจกรรม เสม็ด...We Love สร้างสีสันปาร์ตี้ ออนเดอะบีช ดึงศิลปินชื่อดังลงพื้นที่ ปลูกบรรยากาศท่องเที่ยว หวังสร้างความเชื่อมั่นเกาะเสม็ดให้นักท่องเที่ยวทั่วโลก พร้อมดึงสื่อมวลชน บริษัทนำเที่ยวลงพื้นที่สำรวจชายหาดและแหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ด

นายสมศักดิ์ ภูริศรีศักดิ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยว่า กระทรวงท่องเที่ยวฯ ได้มอบนโยบายให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เร่งจัดกิจกรรมฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะเกรงว่าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงไฮซีซั่นนี้ โดยในปีที่ผ่านมา พบว่า จ.ระยอง มีรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 1.6 หมื่นล้านบาท ซึ่งแบ่งเป็นรายได้จากเกาะเสม็ดถึงกว่า 40% ขณะที่ภาพรวมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปีนี้อาจจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 24.5 ล้านคน มีรายได้กว่า 1.149 ล้านบาท และคาดว่าจะในปี 2558 จะมีรายได้กว่า 2 ล้านล้านบาท

นายรัชชชัย อรรถภูมิ รองผู้อำนวยการด้านตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า ททท.ได้รับนโยบายจากกระทรวงการท่องเที่ยว โดยขณะนี้ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการวางแผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ผ่าน 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1. โครงการ “Samed...We Love” โดยรูปแบบจะเป็นการจัดกิจกรรม “Party on the beach” ในวันที่ 17 สิงหาคม นี้ ณ หาดทรายแก้ว ซึ่งเป็นหนึ่งในหาดที่ไม่ได้รับผลกระทบ โดยมี นายสมศักดิ์ ภูริศรีศักดิ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ให้เกียรติเป็นประธานเปิดงาน  

โดยวัตถุประสงค์ในการจัดโครงการดังกล่าว เพื่อเป็นการสร้างสีสันและบรรยากาศการท่องเที่ยว และเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว “โครงการดังกล่าวถือเป็นการตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการจัดกิจกรรมที่เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การดำน้ำ, พายเรือแคนู เป็นต้น รวมทั้งสร้างสีสันและบรรยากาศการท่องเที่ยวในช่วงไฮซีซั่น ซึ่งในอนาคต ททท. มีแผนจะส่งเสริมให้เป็นกิจกรรมประจำปี”

2. กิจกรรมส่งเสริมการขาย (Table Top Sale) เป็นการจัดให้มีการพบปะเจรจาธุรกิจ ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ในฐานะผู้ซื้อ (Buyers) กับผู้ประกอบการพื้นที่เกาะเสม็ดในฐานะผู้ขาย (Sellers) และ 3. กิจกรรม “ก๊อกลง-แก๊งค์ ทัวร์ : We Love Samed @ ระยอง” เชิญ

สื่อมวลชนชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าร่วมสำรวจชายหาดและแหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ด เพื่อหาข้อมูลและ
แนวทางอนาคตของเกาะเสม็ด จำนวน 4 กลุ่ม แบ่งเป็น ร้านอาหารและที่พัก แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว
ทางน้ำ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ป่าเขา และสิ่งแวดล้อม และกลุ่มสุดท้ายสาธารณสุข / ท่าเรือ และการขนส่ง



“แม้ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในขณะนี้ มีนักท่องเที่ยวยกเลิกเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น แต่สิ่งเป็นห่วงคือ
ยอดจองห้องพักที่กำลังจะเข้ามานั้นอาจจะมีการชลดตัว เพราะนักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจ แม้เหตุการณ์ดังกล่าว
เกิดปัญหาในพื้นที่จำกัด คือ บริเวณอ่าวพร้าว เกาะเสม็ด จ.ระยอง ซึ่งมีห้องพักรวมเพียง 109 ห้องเท่านั้น ในขณะที่
หาดอื่นๆ นั้นไม่ได้รับผลกระทบก็ตาม ด้วยเหตุนี้ททท.จึงต้องเร่งจัดกิจกรรมเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ย
วให้กลับมา”