



รายงานการศึกษากลุ่ม
(Group Project)

เรื่อง

การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ
ประวัติศาสตร์ ให้มีมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมและ
เทคโนโลยี : โมเดลลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก

จัดทำโดย กลุ่มที่ 3 รุ่นที่ 89

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรบ

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2562

ลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ก.พ.



รายงานการศึกษากลุ่ม (Group Project)

เรื่อง การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในให้มีมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี : โมเดล กลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก

จัดทำโดย กลุ่มที่ 3 รุ่นที่ 89

- | | |
|--------------------|---------------|
| 1. นายสุริยนต์ | ธัญกิจจานุกิจ |
| 2. นางสาวชลีพร | เฮงตระกูล |
| 3. นางอรุณญา | ยังยืนพงษ์ |
| 4. นายฉลอง | นิมเนียม |
| 5. นางณัฐิรา | แพ่งคุณ |
| 6. นายไพฑูรย์ | พงษ์สวัสดิ์ |
| 7. นางสาวพัทธาภรณ์ | ไชยานุพงศ์ |
| 8. นายอนุสร | ภู่งศ์สกุล |
| 9. นายวรรณเวทย์ | ศิวารัตน์ |

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม-
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
ประจำปี 2562

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน



(หน้าอนุมัติ)

สำนักงาน ก.พ.

เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรมของสำนักงาน ก.พ.

ลงชื่อ
(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ
(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ
(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ
(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปผู้บริหาร

รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยใช้ทุนวัฒนธรรมซึ่งได้แก่ เรื่องเล่าที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวิถีชีวิต โดยเลือกกรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก (พระนครศรีอยุธยา, ปทุมธานี, นนทบุรี, อ่างทอง, สิงห์บุรี, สระบุรี และ ลพบุรี)

การศึกษาของรายงานฉบับนี้ พบว่า โอกาสการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังมีอยู่มาก จากการเติบโตของคนชั้นกลางและคนสูงวัยที่มีความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอย การเดินทางข้ามประเทศที่ง่ายขึ้นและถูกลงกับนักท่องเที่ยวที่มุ่งแสวงหาประสบการณ์จากการได้สัมผัสวิถีชีวิตที่มีคุณค่าโดยมีอุปกรณ์สนับสนุน คือ โทรศัพท์มือถือ (smart phone) และโลกออนไลน์

ลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก มีศักยภาพสูงในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ เนื่องจากมีทรัพยากรท่องเที่ยวและทุนวัฒนธรรมทั้งประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าที่มีคุณค่ามากมาย อย่างไรก็ตามการพัฒนาในช่วงที่ผ่านมายังคงมีจุดอ่อนที่ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากเรื่องเล่าได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในส่วนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการ ของที่ระลึก ร้านค้า ร้านอาหาร และที่พัก ทำให้เกิดค่าเสียโอกาสในการพัฒนาของประเทศ ในการศึกษาครั้งนี้ ทีมผู้ศึกษาได้ใช้ แบบประเมินความเข้มข้นในการใช้เรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท่องเที่ยว ที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เคยศึกษาไว้ มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

ทั้งนี้ รายงานฉบับนี้ พบว่าการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมต่างๆ ยังไม่สามารถสื่อสารเรื่องเล่าให้สะท้อนคุณค่าไปสู่ผู้รับคือนักท่องเที่ยวได้อย่างมีอาชีพ ในทั้งมิติความเข้มข้นของเรื่องและเทคนิคการนำเสนอที่มุ่งใจและไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล การนำเสนอสินค้า ของที่ระลึก บริการ(ที่พัก)ร้านค้าร้านอาหารก็มีจุดอ่อนมาก ในแง่ของการถ่ายทอดเรื่องเล่าไปสู่นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและซาบซึ้งในคุณค่าที่ถูกสื่อสารผ่านเรื่องเล่านั้น เพื่อจะได้จูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำหรือชักชวนให้คนอื่นมาท่องเที่ยว

รายงานฉบับนี้ ได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ในพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ(รายละเอียดตามข้อ3.2) และกำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนแผนงาน/โครงการ ไปสู่ผลสำเร็จ (บทที่4) โดยคาดหวังว่าเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการตามข้อเสนอ ณ สิ้นปี พ.ศ.2565 จะส่งผลให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสักเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 85,078 ล้านบาท และชุมชนที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 30 แห่งในพื้นที่ 7 จังหวัด ได้รับการยกระดับและสามารถเป็นโมเดลต้นแบบขยายผลไปสู่ชุมชนที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 303 แห่งทั่วประเทศ และคาดว่าใน 4-5 ปีหลังจากนั้น จะทำให้ Ranking ด้านการท่องเที่ยวเคลื่อนไหวเข้าสู่ใกล้เป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษากลุ่ม (Group Project: GP) ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89 วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.ประจำปี 2562 ซึ่งสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก ดร.วีรพงศ์ ไชยเพิ่ม อดีตผู้อำนวยการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และผู้เชี่ยวชาญพิเศษด้านการลงทุนอุตสาหกรรมเป้าหมาย สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก และ ดร.รัฐ ธนาดีเรก ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำแนะนำ แนวคิด ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขมาอย่างต่อเนื่อง จนรายงานฉบับนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ในโอกาสนี้

ขอบคุณเจ้าหน้าที่ของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) และเจ้าหน้าที่ กพ. ในฐานะผู้บริหารหลักสูตรที่คอยอำนวยความสะดวกในส่วนที่เกี่ยวข้อง

สุดท้าย ขอขอบคุณเพื่อนๆนักศึกษาในกลุ่ม 3 ที่ช่วยให้คำแนะนำ แลกเปลี่ยนความคิด และคอยช่วยเหลือสนับสนุนรวมทั้งเป็นกำลังใจให้กันและกันในการศึกษาร่วมกันครั้งนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้จัดทำกลุ่มที่ 3

พฤษภาคม 2562

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	จ
1. สภาพทั่วไปของปัญหา	1
1.1 สถานการณ์ทั่วไปและศักยภาพ	1
1.2 ผลการพัฒนาที่ผ่านมาและประเด็นที่ผ่านมา	5
1.3 สภาพปัญหาในการสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	6
1.4 สรุปสภาพปัญหาและประเด็นท้าทาย	14
2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต	15
2.1 แนวโน้มปัญหา	15
2.2 ทิศทางของนโยบาย	15
2.3 ทิศทางอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในอนาคต	16
2.4 สรุปและการคาดการณ์ทิศทางในอนาคต	17
3. แนวทางแก้ปัญหา และการพัฒนา	19
3.1 สรุปเป้าหมายหลักที่จะต้องบรรลุ	19
3.2 ข้อเสนอแนวทางการพัฒนา	19
4. การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ	21
4.1 แนวทางในการนำไปสู่การปฏิบัติ	21
4.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	21
4.3 ความท้าทายและความเสี่ยงในการนำไปสู่การปฏิบัติ	22
4.4 สรุปบทเรียนที่ได้เรียนรู้จากการศึกษา	23
5. สรุปในภาพรวม	24
5.1 สรุปรายงานในภาพรวม	24
5.2 บทเรียนที่ได้เรียนรู้จากการทำรายงาน	25
บรรณานุกรม	26
คณะผู้จัดทำ	27

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2557 ถึง 2561	1
ตารางที่ 2	จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2557 – 2561 กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก	2
ตารางที่ 3	จำนวนรายได้นักท่องเที่ยวในปี 2557 – 2561	2
ตารางที่ 4	ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยว	8
ตารางที่ 5	ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทที่พัก	9
ตารางที่ 6	ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทร้านค้า/ร้านอาหาร	9
ตารางที่ 7	ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทของฝาก/ของที่ระลึก	10
ตารางที่ 8	สรุปภาพรวมการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล	10

สารบัญภาพ

		หน้า
แผนภาพที่ 1	องค์ประกอบการประเมินความเข้มข้นของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่ม	6
แผนภาพที่ 2	สรุปประเด็นปัญหาและความท้าทายของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่ม	14
แผนภาพที่ 3	ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติกับประเด็นการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	16

1. สภาพทั่วไปของปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก

1.1 สถานการณ์ทั่วไป และศักยภาพ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม และปัจจุบันเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2561 รายได้จากการท่องเที่ยวมีส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมากและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 13.31 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 18.1 ในปี 2561 ส่งผลให้อุตสาหกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ทั้งสินค้าและบริการ ขยายตัวในลักษณะตัวคูณอัตราส่วนดังกล่าวเติบโตในแนวนานกับจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งจากปี พ.ศ. 2557 ถึง 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 227.22 ล้านคน 249.07 ล้านคน 267.59 ล้านคน 289.83 ล้านคน และ 305.03 ล้านคน ตามลำดับ และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,604,241.13 ล้านบาท 1,857,010.98 ล้านบาท 2,155,188.96 ล้านบาท 2,470,724.03 ล้านบาท และ 2,752,919.10 ล้านบาท ตามลำดับ รายละเอียดตามตาราง 1

ตารางที่1: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2557 ถึง 2561

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)			รายได้ (ล้านบาท)		
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม
2557	169.90	57.32	227.22	701,451.48	902,789.65	1,604,241.13
2558	185.11	63.96	249.07	803,073.31	1,053,937.67	1,857,010.98
2559	200.96	66.64	267.59	882,204.76	1,272,984.20	2,155,188.96
2560	218.00	71.83	289.83	989,613.29	1,481,110.74	2,470,724.03
2561	229.08	75.95	305.03	1,068,189.70	1,684,729.40	2,752,919.10
รวม	1,003.05	335.70	1,338.75	4,444,532.54	6,395,551.66	10,840,084.20

ที่มา (กองเศรษฐกิจ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

สำหรับนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา – ป่าสัก ในปี พ.ศ. 2557 ถึง 2561 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 15,134,325 คน 16,378,719 คน 16,904,682คน 18,129,730 คน และ 19,252,993 คน ตามลำดับ และ นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 2,572,403 คน 2,666,500 คน 2,731,223 คน 2,899,748 คน และ 3,023,599 คน ตามลำดับ รายละเอียด ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2: จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2557 – 2561 กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก
(พระนครศรีอยุธยา นนทบุรี ปทุมธานี อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี สระบุรี)

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (ล้านคน)					จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (ล้านคน)				
	2557	2558	2559	2560	2561	2557	2558	2559	2560	2561
พระนครศรีอยุธยา	4.90	5.19	5.37	5.68	6.15	1.80	1.80	1.85	1.95	2.04
นนทบุรี	1.58	1.87	1.91	2.30	2.44	0.15	0.17	0.18	0.21	0.23
ปทุมธานี	1.12	1.28	1.35	1.44	1.52	0.50	0.54	0.55	0.58	0.60
อ่างทอง	0.59	0.71	0.70	0.74	0.78	0.02	0.03	0.03	0.03	0.03
สิงห์บุรี	0.45	0.48	0.50	0.53	0.55	0.002	0.003	0.002	0.003	0.003
ลพบุรี	2.92	3.06	3.15	3.34	3.55	0.01	0.02	0.02	0.02	0.02
สระบุรี	3.58	3.81	3.94	4.10	4.26	0.09	0.10	0.10	0.10	0.10
รวม	15.14	16.40	16.92	18.13	19.25	2.572	2.663	2.732	2.893	3.023

ที่มา (กองเศรษฐกิจ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

ด้านของรายได้จากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยา – ป่าสัก ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2557 ถึง 2561 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศรวมจำนวน 26,658 ล้านบาท 31,781 ล้านบาท 33,777 ล้านบาท 37,522 ล้านบาท และ 41,029 ล้านบาท

ตารางที่ 3: จำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยวในปี 2557 – 2561
กลุ่มจังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยาป่าสัก (พระนครศรีอยุธยา นนทบุรี ปทุมธานี อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี สระบุรี)

จังหวัด	จำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย (ล้านบาท)					จำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ล้านบาท)				
	2557	2558	2559	2560	2561	2557	2558	2559	2560	2561
อยุธยา	9,013	9,752	10,380	11,423	12,651	4,434	4,733	4,930	5,478	6,068
นนทบุรี	2,247	2,660	2,784	3,465	3,815	314	377	394	498	554
ปทุมธานี	1,118	1,659	1,781	1,938	2,089	495	1,053	1,095	1,235	1,354
อ่างทอง	638	791	818	888	950	21	28	40	33	36
สิงห์บุรี	622	681	731	784	835	4	4	4	5	5
ลพบุรี	4,053	4,453	4,775	5,265	5,772	28	32	35	40	44
สระบุรี	3,578	5,384	5,829	6,271	6,642	94	175	182	200	213
รวม	21,269	25,379	27,097	30,034	32,755	5,389	6,402	6,680	7,488	8,274
รวมทั้งหมด	26,658	31,781	33,777	37,522	41,029					

ที่มา (กองเศรษฐกิจ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา – ป่าสัก มีการเติบโตมากขึ้น ทั้งด้านจำนวนของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และด้านรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว มีการขยายตัวมากขึ้นนี้ จึงบ่งบอกถึงความสำคัญของเขตพื้นที่นี้ ควรจะมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดการรองรับการท่องเที่ยวที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา – ป่าสัก

พื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา – ป่าสัก ครอบคลุมพื้นที่ 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นนทบุรี ปทุมธานี อ่างทอง สิงห์บุรี ลพบุรี และ สระบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่มีประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม มีชื่อเสียงตั้งแต่ระดับประเทศจนถึง ระดับโลก เป็นแหล่งที่รุ่มรวยไปด้วยเรื่องเล่าที่มีเสน่ห์เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เพราะสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นพื้นถิ่นของไทย ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับชาติ โดยแต่ละจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวและเรื่องเล่าที่เป็นจุดเด่นสำคัญ ได้แก่

1) **จังหวัดพระนครศรีอยุธยา** มีอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรมและส่งเสริมประเพณีมากมาย มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์สำคัญ เช่น วัดมหาธาตุ วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารหลวงพ่โต วัดพนัญเชิง วัดไชยวัฒนาราม เป็นต้น มีเรื่องเล่าเป็น Theme ใหญ่ที่โดดเด่น ประวัติศาสตร์ของการเป็นราชธานีที่ยาวนานที่สุด 417 ปี

2) **จังหวัดนนทบุรี** มีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น เกาะเกร็ด วัดชมพูเวก ตลาดน้ำไทรน้อย ตลาดน้ำวัดตะเคียน วัดเล่งเน่ยยี่ 2 วัดสะพานสูง เรื่องเล่าที่โดดเด่น มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น

3) **จังหวัดปทุมธานี** มีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น โดยเฉพาะทางด้านความเชื่อหรือศาสนา ได้แก่ ตลาดริมน้ำวัดศาลเจ้า ศาลเจ้าพ่อปู่เถ่ากง (โดยเจ้าพ่อปู่เถ่ากงเป็นอาจารย์ของแปะโรงสี) วัดมะขาม วัดโบสถ์ วัดสามโคก

4) **จังหวัดสิงห์บุรี** เป็นจังหวัดที่มีจุดเด่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และศาสนาที่สำคัญได้แก่ อนุสาวรีย์บางระจัน วัดพิภูลทอง วัดพระนอนจักรศรี และมีเรื่องเล่าที่โดดเด่นได้แก่ ชาวบ้านบางระจัน เกจิอาจารย์ต่างๆ ปลาช่อนแม่ลา ที่อินทร์บุรี

5) **จังหวัดอ่างทอง** เป็นจังหวัดที่มีจุดเด่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์เชื่อมโยง กรุงศรีอยุธยา สิงห์บุรี และแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ได้แก่ วัดไชโยวรวิหารที่มีเรื่องเล่าที่โดดเด่นเกี่ยวกับสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) วัดขุนอินทประมูล วัดม่วง

6) **จังหวัดลพบุรี** เป็นจังหวัดที่เป็นที่ประทับของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช โดดเด่นด้วยแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับอารยธรรมรวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวศาสนา เมืองที่มีโบราณสถานโดดเด่นกลางเมือง ทั้งวัด ทั้งวัง

7) **จังหวัดสระบุรี** เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนและศาสนา คือวัดพระพุทธบาทสระบุรี และมีศูนย์สินค้า OTOP ที่ประสบความสำเร็จสู่เรื่องเล่าที่โดดเด่น ได้แก่ เรื่องเล่าเกี่ยวกับพระพุทธบาท วิถีชีวิตชุมชนไทยพวน และการผลิตสินค้า OTOP ที่หลากหลาย และประสบความสำเร็จ ในการสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่

จากศักยภาพของจังหวัดในพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยา – ป่าสัก จะเห็นได้ว่า

1) มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี แหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น วิถีชีวิตของชุมชนในลุ่มน้ำและขึ้นทะเบียนมรดกโลก

2) มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ หลากหลาย ที่สามารถนำมาถ่ายทอดความรู้ให้แก่ชุมชน เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่น ตลอดจนมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเชื่อทางศาสนา

3) แหล่งท่องเที่ยวมีความเก่าแก่ สามารถส่งเสริมการขายและการตลาดรวมถึงส่งเสริมพัฒนาชุมชนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในท้องถิ่น

4) มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นเมืองประวัติศาสตร์ ที่น่าท่องเที่ยวระดับสากล มีโครงข่ายการคมนาคมที่สะดวกมีหลายเส้นทาง

5) มีศักยภาพในเรื่อง MICE เนื่องจาก เป็นที่ตั้งของศูนย์การแสดงสินค้า เมืองทองธานี และสถานที่จัดงานอื่นๆ เช่นสนามกีฬา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จังหวัดปทุมธานี

6) มีจำนวนสถานศึกษาด้านศิลปวัฒนธรรม หลายแห่ง รวมทั้งแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะและวิทยาการ มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

7) มีสถานที่ปฏิบัติธรรมที่มีชื่อเสียงหลายแห่งที่สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะได้ เช่น วัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี

8) ท่าเลที่ตั้งใกล้กรุงเทพฯ การคมนาคมสะดวก ใช้ระยะเวลาเดินทางไม่มาก

1.2 ผลการพัฒนาที่ผ่านมา และประเด็นท้าทาย

จากการวิเคราะห์ด้านการท่องเที่ยว บริเวณพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยา – ป่าสัก สามารถสรุปได้ดังนี้

<p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และเกษตร จำนวนมาก ● มีชุมชนอันหลากหลายเชื้อชาติ ศาสนา ● อยู่ชานเมืองเป็นมรดกโลก จึงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ● มีพลวัตการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ตอบสนองรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น ● มีที่ตั้งใกล้กรุงเทพฯ และเส้นทางทางบกที่สะดวกทุกจังหวัดมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวทางน้ำได้ ● มีปัจจัยสนับสนุนทั้งสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม หัตถกรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ● รัฐบาลให้การสนับสนุนเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวหนึ่งที่สำคัญ 	<p>จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การท่องเที่ยวยังกระจุกอยู่ในบางจังหวัด นักท่องเที่ยวต่างชาติแทบไม่มีการพำนักริมจังหวัดอ่างทอง หรือ สิงห์บุรี ● ทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีน้อย และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวไม่พอ ● ขาดการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ● ขาดการบูรณาการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ● การวางผังเมืองไม่มีประสิทธิภาพ การขนส่งสาธารณะระหว่างเมืองยังไม่สะดวก ● สาธารณูปโภคไม่เพียงพอและยังมีปัญหาสิ่งแวดล้อม ● รัฐให้ความสำคัญเพียงบางจังหวัด
<p>โอกาส</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การเข้าสู่ AEC เพิ่มโอกาสให้มีนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มขึ้น ● กระแสบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ ทำให้มีความต้องการสินค้าการท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงนิเวศเช่น สปา-ลองสเตย์ มากขึ้น ● นโยบายการพัฒนาระบบขนส่ง เช่น การสร้างรถไฟฟ้าความเร็วสูงจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้กลุ่มคลัสเตอร์ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น 	<p>อุปสรรค</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การชะลอตัวของเศรษฐกิจในตลาดท่องเที่ยวหลักของไทย เช่น จีน รัสเซีย ยุโรป เป็นต้น ● กระแสทางวัฒนธรรมสมัยใหม่/วัตถุนิยมที่กระทบวิถีชุมชน ● ความเป็นเมืองรุกรานโบราณสถานมากขึ้น ● ด้านสิ่งแวดล้อมภัยธรรมชาติทั้งอุทกภัยและภัยแล้งมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ● ขาดความเชื่อมโยงของกิจกรรมกลางน้ำกับปลายน้ำในเขตพื้นที่

1.3 สภาพปัญหาในการสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

คณะผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม พบว่า สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เคยจัดทำโครงการศึกษาแนวทางการปรับปรุงแผนงาน/โครงการพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัด : กรณีศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวภาคกลาง เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่แหล่งท่องเที่ยวของภาคกลาง ซึ่งในการศึกษาครั้งนั้นได้จัดทำแบบประเมินระดับความเข้มข้นของการนำเรื่องเล่ามาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เน้นการสำรวจใน 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านพื้นที่ มิติด้านการสื่อความหมาย และมิติด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงตนเองเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวได้โดยจะต้องมีการรับรู้หรือการเรียนรู้ผ่านเรื่องเล่า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวจนนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและเกิดการท่องเที่ยวซ้ำ ตามแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1: องค์ประกอบการประเมินความเข้มข้นของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่ม



ที่มา: สศช. รายงานการศึกษา แนวทางการปรับปรุงแผนงาน/โครงการพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัด: ท่องเที่ยวภาคกลาง, (2560)

กรณีศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการ

คณะผู้ศึกษาจึงได้นำแบบประเมินดังกล่าวมาใช้ในการสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวในประเด็นการศึกษาในครั้งนี้ จากประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเน้นไปในเรื่องการสืบสานเรื่องราวต่างๆผ่านผู้คน เช่นวิถีชีวิต เรื่องเล่า ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม ตำนาน นิทานพื้นบ้าน การละเล่นพื้นบ้าน การแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น เพื่อให้สามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการศึกษาได้อย่างแท้จริง คณะ

ผู้ศึกษาจึงได้ร่วมกันลงพื้นที่เป้าหมาย 7 จังหวัด คือ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ลพบุรี และสระบุรี เพื่อทำการสำรวจและประเมินเฉพาะในส่วนของการนำเรื่องเล่ามาเพิ่มมูลค่าเท่านั้น ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยวของ องค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) โดยสรุปผลการประเมินได้ดังนี้

1.3.1 ผลการประเมินประเภทแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้ศึกษาได้ใช้แบบประเมินทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ตามประเด็นการศึกษา (Key Findings) และการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factor) แหล่งท่องเที่ยวจำนวน 13 แห่ง ประกอบด้วย

จังหวัดปทุมธานี : ตลาดริมน้ำวัดศาลเจ้า

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา : วัดพนัญเชิงวรวิหาร อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
เฉพาะวัดไชยวัฒนาราม

จังหวัดอ่างทอง : วัดม่วง วัดไชโยวรวิหาร วัดขุนอินทประมูล

จังหวัดสิงห์บุรี : อนุสาวรีย์วีรชนค่ายบางระจัน วัดพิบูลทอง วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร

จังหวัดสระบุรี : วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ตลาดทำน้ำโบราณบ้านต้นตาล

จังหวัดลพบุรี : พระนารายณ์ราชนิเวศน์ พระปรางค์สามยอด

การสำรวจด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำเรื่องเล่าด้านการท่องเที่ยวมาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยทำการประเมินด้านประสิทธิภาพในมิติด้านพื้นที่ จากปัจจัยด้านภูมิทัศน์ ภูมิสัญลักษณ์ และความแท้ดั้งเดิมของสถานที่ ปัจจัยด้านการประดับตกแต่งสถานที่ ในมิติด้านสื่อความหมาย จะประเมินจากเนื้อหาในการสื่อความหมาย บุคคลที่สื่อความหมายและช่องทางการสื่อความหมาย และในมิติด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จะประเมินจากการมีส่วนร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้อง ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ความสอดคล้องกิจกรรมการท่องเที่ยว และบทบาทหน้าที่ของกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

สำหรับการประเมินด้านประสิทธิผล จะประเมินจากความประทับใจ ความซาบซึ้งและการส่งคุณค่า แหล่งท่องเที่ยวสามารถรักษาความแท้ดั้งเดิม โดยเชื่อมโยงเรื่องราวระหว่างสถานที่และข้อมูลให้มีความสอดคล้องกัน พร้อมทั้งดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด สวยงาม และเหมาะสม ผลการสำรวจประเมินแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 13 แห่ง ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4: ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว			มิติด้านพื้นที่			มิติด้านการสื่อความหมาย			มิติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว		
ลำดับ	จังหวัด	ชื่อ	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม
1	ปทุมธานี	ตลาดริมน้ำวัดศาลเจ้า	87.50 ดีมาก	91.70 ดี	89.60 ดีมาก	30.67 ต่ำ	50.00 ต่ำ	40.34 ต่ำ	25.00 ต่ำ	37.50 ต่ำ	31.25 ต่ำ
2	อยุธยา	วัดพนัญเชิงฯ	62.50 ปานกลาง	50.00 ต่ำ	56.25 ปานกลาง	35.27 ต่ำ	58.30 ปานกลาง	46.78 ต่ำ	30.00 ต่ำ	33.35 ต่ำ	31.68 ต่ำ
3	อยุธยา	วัดไชยวัฒนาราม	87.50 ดีมาก	91.70 ดี	89.60 ดีมาก	40.33 ดีมาก	50.00 ต่ำ	45.17 ต่ำ	75.00 ดี	75.00 ดี	75.00 ดี
4	อ่างทอง	วัดม่วง	62.50 ปานกลาง	66.70 ดี	64.60 ดี	27.97 ต่ำ	50.00 ต่ำ	38.99 ต่ำ	40.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	45.00 ต่ำ
5	อ่างทอง	วัดไชโยฯ	100 ดีเยี่ยม	100 ดีเยี่ยม	100 ดีเยี่ยม	42.10 ต่ำ	100 ดีเยี่ยม	71.05 ดี	62.50 ปานกลาง	75.00 ดี	68.75 ดี
6	อ่างทอง	วัดขุนอินทประมูล	87.50 ดีมาก	91.70 ดีเยี่ยม	89.60 ดีมาก	26.50 ต่ำ	66.70 ดี	46.60 ต่ำ	62.50 ปานกลาง	75.00 ดี	68.75 ดี
7	สิงห์บุรี	ค่ายบางระจัน	100.00 ดีเยี่ยม	100.00 ดีเยี่ยม	100.00 ดีเยี่ยม	90.47 ดีมาก	100.00 ดีมาก	95.24 ดีเยี่ยม	82.50 ดี	100.00 ดีเยี่ยม	91.25 ดีเยี่ยม
8	สิงห์บุรี	วัดพิบูลทอง	87.50 ดีมาก	100.00 ดีเยี่ยม	93.75 ดีเยี่ยม	22.33 ต่ำ	25.00 ต่ำ	23.67 ต่ำ	60.00 ปานกลาง	75.00 ดีเยี่ยม	67.50 ดี
9	สิงห์บุรี	วัดพระนอนจักรสีห์ฯ	68.60 ดี	58.30 ปานกลาง	63.45 ปานกลาง	27.97 ต่ำ	50.00 ต่ำ	38.99 ต่ำ	40.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	45.00 ต่ำ
10	สระบุรี	วัดพระพุทธบาท	87.50 ดีมาก	100.00 ดีเยี่ยม	93.75 ดีเยี่ยม	22.33 ต่ำ	25.00 ต่ำ	23.67 ต่ำ	60.00 ปานกลาง	75.00 ดีเยี่ยม	67.50 ดี
11	สระบุรี	ตลาดดำเนินบุรีรัมย์โบราณบ้านต้นตาล	87.50 ดีมาก	91.70 ดีเยี่ยม	89.60 ดีมาก	26.50 ต่ำ	66.70 ดี	46.60 ต่ำ	62.50 ปานกลาง	75.00 ดี	68.75 ดี
12	ลพบุรี	พระนารายณ์ราชนิเวศน์	100.00 ดีเยี่ยม	100.00 ดีเยี่ยม	100.00 ดีเยี่ยม	90.47 ดีมาก	100.00 ดีมาก	95.24 ดีเยี่ยม	82.50 ดี	100.00 ดีเยี่ยม	91.25 ดีเยี่ยม
13	ลพบุรี	พระรามยอด	87.50 ดีมาก	100.00 ดีเยี่ยม	93.75 ดีเยี่ยม	22.33 ต่ำ	25.00 ต่ำ	23.67 ต่ำ	60.00 ปานกลาง	75.00 ดีเยี่ยม	67.50 ดี
สรุปผล			ดีมาก	ดีเยี่ยม	NA	ต่ำ	ต่ำ	NA	ปานกลาง	ดีเยี่ยม	NA

1.3.2 ผลการประเมินที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้ศึกษาได้สำรวจที่พักในแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 3 แห่ง คือ โรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โรงแรมลพบุรีอินน์ จังหวัดลพบุรี และโรงแรมเกียวัน จังหวัดสระบุรี ผลการสำรวจประเมินที่พักทั้ง 3 แห่ง ปรากฏตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5: ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทที่พัก

แหล่งท่องเที่ยว			มิติด้านพื้นที่			มิติด้านการสื่อความหมาย			มิติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว		
ลำดับ	จังหวัด	ชื่อ	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม
1	อยุธยา	โรงแรมกรุงศรีริเวอร์	75.00 ดี	50.00 ต่ำ	62.50 ปานกลาง	48.33 ต่ำ	50.00 ต่ำ	49.17 ต่ำ	22.50 ต่ำ	25.00 ต่ำ	23.75 ต่ำ
2	ลพบุรี	โรงแรมลพบุรีอินน์	50.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	45.77 ต่ำ	41.60 ต่ำ	43.69 ต่ำ	25.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	37.50 ต่ำ
3	สระบุรี	โรงแรมเกียวัน	50.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	45.77 ต่ำ	41.60 ต่ำ	43.69 ต่ำ	25.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	37.50 ต่ำ
สรุปผล			ต่ำ	ต่ำ	NA	ต่ำ	ต่ำ	NA	ต่ำ	ต่ำ	NA

1.3.3 ผลการประเมินร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้ศึกษาได้สำรวจร้านอาหาร จำนวน 2 แห่ง คือ ร้านผักหวาน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร้านก้วยเตี่ยวเรือกะทิสด จังหวัดอ่างทอง ผลการสำรวจประเมินร้านอาหารทั้ง 2 แห่ง ปรากฏตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6: ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทร้านค้า/ร้านอาหาร

แหล่งท่องเที่ยว			มิติด้านพื้นที่			มิติด้านการสื่อความหมาย			มิติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว		
ลำดับ	จังหวัด	ชื่อ	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม
1	อยุธยา	ร้านผักหวาน	75.00 ดี	58.30 ปานกลาง	66.65 ดี	36.90 ต่ำ	33.30 ต่ำ	35.10 ต่ำ	17.50 ต่ำ	25.00 ต่ำ	21.25 ต่ำ
2	อ่างทอง	ร้านก้วยเตี่ยวเรือกะทิสด	93.80 ดีเยี่ยม	91.70 ดีเยี่ยม	92.75 ดีเยี่ยม	60.70 ปานกลาง	66.70 ดี	63.70 ปานกลาง	30.00 ต่ำ	66.65 ดี	48.33 ต่ำ
สรุปผล			ดีมาก	ดี	NA	ต่ำ	ต่ำ	NA	ต่ำ	ต่ำ	NA

1.3.4 ผลการประเมินของฝากของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้ศึกษาได้สำรวจร้านขายของที่ระลึก จำนวน 2 แห่ง คือ ศูนย์OTOPคอมเพล็กซ์ พุแค จังหวัดสระบุรี ร้านแสงจันทร์ผ้ามัดหมี่ จังหวัดลพบุรี ผลการสำรวจประเมินร้านค้าทั้ง 2 แห่ง ปรากฏตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7: ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทของฝาก/ของที่ระลึก

แหล่งท่องเที่ยว			มิติด้านพื้นที่			มิติด้านการสื่อความหมาย			มิติด้านกิจกรรมท่องเที่ยว		
ลำดับ	จังหวัด	ชื่อ	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม	ประสิทธิภาพ	ประสิทธิผล	รวม
1	สระบุรี	ศูนย์OTOPคอมเพล็กซ์ พุแค	25.00 ต่ำ	41.70 ต่ำ	41.70 ต่ำ	53.50 ปานกลาง	50.00 ต่ำ	51.75 กลาง	37.50 ต่ำ	50.00 ต่ำ	43.75 ต่ำ
2	ลพบุรี	ร้านแสงจันทร์ผ้ามัดหมี่	50.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	56.23 ปานกลาง	66.70 ดี	61.47 ปานกลาง	35.00 ต่ำ	50.00 ต่ำ	42.50 ต่ำ
สรุปผล			ต่ำ	ต่ำ	NA	ปานกลาง	ปานกลาง	NA	ต่ำ	ต่ำ	NA

1.3.5 สรุปภาพรวมของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับทรัพยากรการท่องเที่ยว

ผลการประเมินระดับความเข้มข้นการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านค้า/ร้านอาหาร และสินค้าของฝาก/ของที่ระลึกโดยจำแนกตามองค์ประกอบ 3 มิติ ปรากฏตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8: สรุปภาพรวมการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผล

		มิติที่ความมี ประสิทธิภาพ-ประสิทธิผล ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม		
		ด้านพื้นที่	การสื่อความหมาย	การจัดกิจกรรม
1	แหล่งท่องเที่ยว	ดีมาก-ดีเยี่ยม	ต่ำ-ต่ำ	ปานกลาง-ดีเยี่ยม
2	ที่พัก	ต่ำ-ต่ำ	ต่ำ-ต่ำ	ต่ำ-ต่ำ
3	ร้านค้า/ร้านอาหาร	ดีมาก-ดี	ต่ำ-ต่ำ	ต่ำ-ต่ำ
4	สินค้าของฝาก/ของที่ระลึก	ต่ำ-ต่ำ	ปานกลาง-ปานกลาง	ต่ำ-ต่ำ

1) มิติด้านพื้นที่ จากการศึกษาพบว่า มีการนำปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความรู้สึกลึ้นถิ่นที่ตามเรื่องเล่ามาใช้ โดยมีการจัดทำพื้นที่ของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เป็นเสมือนฉากของเรื่องเล่า เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล สามารถสร้างความประทับใจ (Impression) ความซาบซึ้ง (Appreciation) และการส่งต่อคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Word of Mouth Recommendations on the Values of Tourism Resources) ดังจะเห็นได้จาก มิติด้านพื้นที่มีระดับความเข้มข้นของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่ม

กับแหล่งการท่องเที่ยวอยู่ระดับ ดีมาก - ดีเยี่ยม เนื่องมาจากภูมิทัศน์ของสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสามารถสื่อถึงเรื่องเล่า ทำให้นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ถึงเรื่องราวในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีการจัดสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับเรื่องเล่า ก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ได้อย่างชัดเจน รวมทั้งการจัดงานกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดจะมีการจัดงานในพื้นที่จริงสอดคล้องกับเรื่องเล่า รวมทั้งการประดับตกแต่งสถานที่ ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศแบบย้อนยุคที่มีความแท้ดั้งเดิมเหมือนได้เดินทางย้อนไปในอดีต

ในส่วนของ **ที่พัก** การประเมินอยู่ระดับต่ำ - ต่ำ เพราะส่วนใหญ่อยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยวและไม่ให้ความสำคัญในการจัดภูมิทัศน์ สร้างบรรยากาศให้สอดคล้องกับเรื่องเล่า ประดับตกแต่งให้เห็นถึงความแท้ดั้งเดิม ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่สามารถรับรู้ถึงคุณค่าของอดีตและสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านธุรกิจแก่ที่พักได้

ประเภทร้านค้าร้านอาหาร ผลการประเมินพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก- ดี เพราะตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว และเข้าถึงเรื่องเล่าได้ง่าย เพราะผู้ที่เข้ามาใช้บริการก็จะเห็นสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนประกอบของร้านค้าร้านอาหารอยู่แล้ว

ประเภทสินค้าของฝากและของที่ระลึก อยู่ในระดับต่ำ - ต่ำ เพราะส่วนใหญ่ไม่สามารถจัดสภาพแวดล้อมในพื้นที่จำหน่ายสินค้าที่สร้างการรับรู้ถึงเรื่องเล่าได้มากนัก เนื่องจากการจำหน่ายสินค้าของฝากและของที่ระลึกไม่ได้ตั้งอยู่ในพื้นที่จริง แต่เป็นการนำไปจัดแสดงในงานขายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงการจัดภูมิทัศน์หรือประดับตกแต่งพื้นที่จำหน่ายสินค้าที่สัมพันธ์กับเรื่องเล่า ดังนั้นจึงควรประดับตกแต่งสถานที่จำหน่ายสินค้าด้วยวัสดุท้องถิ่น หรือจัดทำภาพฉากหลังที่แสดงถึงเรื่องเล่า เช่น ภาพสถานที่เกี่ยวกับเรื่องเล่า หรือวิถีชีวิตที่สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงเรื่องเล่าได้ดียิ่งขึ้น

2) มิติด้านการสื่อความหมาย พบว่า ยังไม่สามารถนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างความประทับใจ ความซาบซึ้ง และการส่งต่อคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือนได้ กล่าวคือในด้านแหล่งท่องเที่ยวมีระดับความเข้มข้นของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่ม อยู่ในระดับต่ำ - ต่ำเท่านั้น เพราะยังขาดบุคลากรที่จะถ่ายทอดเรื่องเล่าได้อย่างชัดเจนและตลอดเวลา อีกทั้งยังพบว่ามัคคุเทศก์ หรือบุคคลที่ถ่ายทอดเรื่องเล่า ไม่มีรายได้ที่แน่นอน จึงขาดความชัดเจนในการเสนอแนวคิด (THEME) ทำให้เกิดความประทับใจ จะมีเพียงบางแห่งที่เสนอแนวคิดเอาไว้ค่อนข้างชัดเจน เช่น พระนารายณ์ราชนิเวศน์ เป็นต้น มีการรณรงค์ให้คนในพื้นที่ใกล้เคียงแต่งชุดไทยในเดือนที่มีการจัดนิทรรศการงานรำลึกถึงสมเด็จพระนารายณ์มหาราช กษัตริย์ในสมัยกรุงศรีอยุธยาที่ทรงมีคุณูปการกับเมืองลพบุรีในอดีต

นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวยังขาดอุปกรณ์ที่ช่วยสื่อความหมายที่สื่อสารได้หลายภาษา ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตามพบว่าการให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตยังไม่เพียงพอที่จะช่วยส่งเสริมการสื่อความหมายของเรื่องเล่าได้ มีเพียงธุรกิจที่พักและธุรกิจร้านอาหารที่ให้ความสำคัญกับการให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต เพื่อช่วยส่งเสริมการตลาดให้นักท่องเที่ยวช่วยส่งต่อข้อมูลไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้

ด้านการจัดนิทรรศการหรือมุมให้ความรู้ที่ช่วยในการสื่อความหมายเรื่องเล่าในเกือบทุกประเภทมีคะแนนระดับต่ำ-ต่ำ ยกเว้นบางแห่ง เช่น อนุสาวรีย์ค่ายบางระจัน มีการให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลเรื่องเล่าโดยจัดทำเป็นพิพิธภัณฑ์ ป้ายข้อมูล หรือนำเสนอโดยวีดิทัศน์เล่าเรื่องราวของสินค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจเรื่องเล่าได้มากขึ้น แต่ยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ท้องถิ่นได้มากนัก ทำให้มิติด้านการสื่อความหมายได้รับการประเมินในระดับต่ำมาก ส่วนด้าน**โรงแรมที่พัก** ผลการประเมินพบว่าอยู่ในระดับต่ำ – ต่ำ เพราะยังไม่มีเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในส่วนในเรื่องเล่าที่จะนำเอาข้อมูลที่สำคัญไปเผยแพร่ หรือจัดโซนให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว หรือประดับตกแต่งให้สอดคล้องกับเรื่องเล่าในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด

เช่นเดียวกับด้าน**ร้านค้า/ร้านอาหาร**ที่อยู่ในระดับต่ำ – ต่ำ เพราะยังไม่มีการสื่อถึงเรื่องเล่า เช่นการถ่ายทอดลงในรายการอาหาร หรือการประดับตกแต่งสถานที่ให้สอดคล้องกับเรื่องเล่าดังกล่าว ส่วน**สินค้าของฝากและของที่ระลึก**มีผลการประเมินในระดับปานกลาง-ปานกลาง เนื่องจากมีการสื่อความหมายของเรื่องเล่าผ่านด้านผลิตภัณฑ์อยู่บ้าง เช่น มีตราสัญลักษณ์ หรือผ้าหมี่ของชุมชนไทยพวน เป็นต้น สำหรับการถ่ายทอดเรื่องเล่า **ลงบนบรรจุภัณฑ์นั้น** ยังขาดความหลากหลายของภาษา และขาดการนำเสนอถึงความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ เช่น รางวัลโอท็อป รางวัลผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand : CPOT) ยังขาดศักยภาพในการสื่อความหมายของสินค้าที่สัมพันธ์กับเรื่องเล่า เพราะส่วนใหญ่สินค้าของฝากและของที่ระลึก จะนำเสนอคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ทำให้บางผลิตภัณฑ์ขาดการเชื่อมโยงกับเรื่องเล่าโดยสิ้นเชิง

โดยสรุป ในด้านการสื่อความหมายทำให้เห็นคุณค่า ความยาวนานของเรื่องเล่า และบุคคลที่สื่อความหมายมีทักษะการพูดได้น่าสนใจ มีผลการประเมินระดับต่ำในทุกประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนั้น ความสำเร็จของการสื่อความหมายขึ้นอยู่กับผู้รับผิดชอบทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องเล่าเป็นอย่างดี จึงจะสามารถถ่ายทอดเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความประทับใจ ซาบซึ้ง และส่งต่อเรื่องราวของทรัพยากรการท่องเที่ยว

3) มิติด้านการจัดกิจกรรม ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวการสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวให้เกิดความรู้ประสบการณ์ควบคู่ไปกับการได้รับความเพลิดเพลิน มีระดับความเข้มข้นของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มกับทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง – ดีเยี่ยม จากการศึกษาพบว่า ในทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกประเภทขาดกิจกรรมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในพื้นที่ เนื่องจากส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบเท่านั้น ทำให้ขาดการเชื่อมโยงข้อมูลกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น สำหรับประเภทที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า สินค้าของฝากและของที่ระลึก ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับต่ำ-ต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลที่จะช่วยในการตัดสินใจเดินทางไปยังพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้ยังขาดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเพื่อการเรียนรู้ ฯลฯ และยังขาดความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นเมื่อในสถานที่ท่องเที่ยวขาดกิจกรรมที่หลากหลาย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่เพียงไม่นาน

ทั้งยังพบว่านักท่องเที่ยวชาดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว และประสบการณ์ร่วมกับเรื่องเล่า ซึ่งจะส่งผลต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Re-visit) ในขณะที่กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำจังหวัด และงานประเพณีวัฒนธรรมประจำถิ่น พบว่านักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในงานกิจกรรมและมีประสบการณ์ร่วมกับเรื่องเล่าได้เป็นอย่างดี ก่อให้เกิดการสืบสานทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมและเห็นถึงคุณค่าของประเพณี วัฒนธรรมประจำชาติ และพบว่า ภาครัฐที่เกี่ยวข้องระดับจังหวัดจากทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการวางแผนและความร่วมมือกันในการจัดกิจกรรมต่างๆ แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการพัฒนาส่งอำนวยความสะดวก และความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยว ควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมตามเรื่องเล่า เนื่องจากเป็นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในสถานที่จริงที่มีเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต เช่น ให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองพายเรือ ปรงอาหารพื้นเมือง ชมการแสดงแสงสีเสียงที่มีการแต่งกายแบบโบราณ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แต่งกายตามยุคสมัยในเรื่องเล่า ชมการไหว้ครูมวยไทยหรือสร้างจินตนาการถึงเรื่องราวของนายขนมต้ม ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและส่งต่อเรื่องราวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ต่อไป ดังที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงความรู้และความเข้าใจของผู้รับผิดชอบทรัพยากรการท่องเที่ยวในข้อมูลของเรื่องเล่า ทำให้สามารถนำมาสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่ในพื้นที่ได้นานขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่น

1.4 สรุป สภาพปัญหาและประเด็นท้าทาย

แผนภาพที่ 2: สรุปประเด็นปัญหาและความท้าทายของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่ม

+

สรุปประเด็นปัญหาและความท้าทายของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่ม

แหล่ง
ท่องเที่ยว

- การสื่อสารเรื่องเล่าอย่างมืออาชีพ คือ ขาดการเล่าเรื่องถึงความเป็นมา และสะท้อนให้เห็นถึงความหมายและคุณค่าของวัฒนธรรม นั้นๆ เช่น รอยพระพุทธรูปขาดการสื่อสารเล่าเรื่องว่ามีความสำคัญอย่างไร ประเด็นท้าทายจึงมีทั้งในมิติของการอธิบายเรื่องและเทคนิคในการสื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่เพียงพอ เข้าใจ และซาบซึ้ง

สินค้าของที่
ระลึก

- ไม่ได้จัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของร้านค้าในพื้นที่จำหน่ายสินค้าที่สื่อเรื่องเล่าได้มากนัก และไม่ค่อยมีการนำเรื่องเล่ามาสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้า
- การขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอและต่อเนื่องก็ทำให้ร้านค้าไม่มีลูกค้า จึงขาดแรงจูงใจที่จะลงทุนพัฒนา

บริการที่พัก

- การจัดภูมิทัศน์ บรรยากาศให้สอดคล้องกับเรื่องเล่า และประดับตกแต่งให้เห็นถึงความถูกต้องเดิม เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณค่าของอดีตและสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านธุรกิจนั้นมียุ่ระดับหนึ่งแล้ว แต่ยังไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น โดยใช้ประโยชน์จากเรื่องเล่า

ร้านค้า/
ร้านอาหาร

- ร้านอาหารยังไม่มี การนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ทั้งในแง่ของการสร้างเมนูอาหาร หรือการตกแต่งร้าน

2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต

2.1 แนวโน้มปัญหา

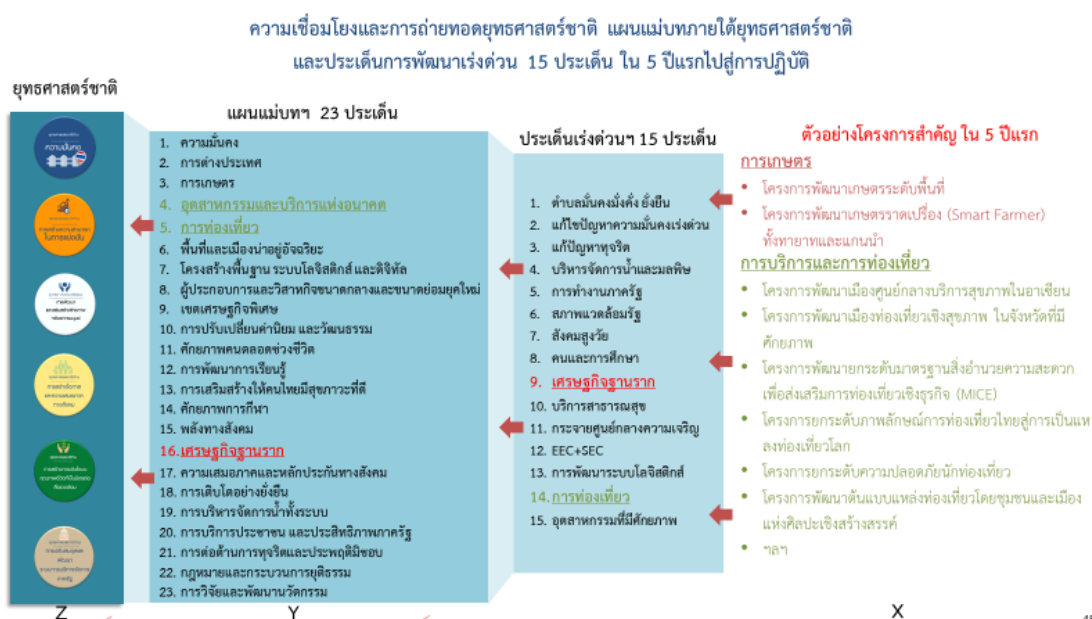
ถ้าหากไม่มีการดำเนินงานใดๆ แหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน หลายแห่งจะไม่ได้ได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูอย่างจริงจัง เรื่องเล่าในพื้นที่ซึ่งเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมก็จะไม่ถูกใช้ประโยชน์ให้เต็มศักยภาพ และอาจจะสูญหายความหมายที่ผูกพันอยู่กับพื้นที่ไป ผู้รับผิดชอบในการดูแลพื้นที่ขาดทั้งงบประมาณ และเทคนิคทางวิชาการ ในการบำรุงรักษาและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวทรุดโทรมไปตามกาลเวลา หากสถานที่ท่องเที่ยวไม่ได้รับการพัฒนา นักท่องเที่ยวจะไม่ประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว ส่งผลให้ไม่มีการพักแรม ไม่มีการท่องเที่ยวซ้ำ หรือให้คำแนะนำบอกต่อในการท่องเที่ยว

2.2 ทิศทางของนโยบาย

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ปีพ.ศ. 2561 - 2580) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทย 2580 “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยกำหนดยุทธศาสตร์ 6 ด้าน ซึ่งยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ในส่วนที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม มุ่งเน้นสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายในทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นเร่งด่วนข้อ 5 เรื่องการท่องเที่ยว การรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกที่เป็นกลไกหลักในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ รวมถึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาต่างๆ และมีความเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันอย่างยั่งยืนอันดับที่ 30 และการกำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย 20 ปี “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดให้สอดคล้องกับสถานการณ์และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยยังคงบทบาทในสาขาหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) ดังปรากฏตามแผนภาพที่ 3

แผนภาพที่ 3: ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติกับประเด็นการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม



2.3 ทิศทางอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในอนาคต

2.3.1 ทิศทางลักษณะของนักท่องเที่ยวในอนาคต จากรายงานการศึกษาของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา¹ เพื่อจัดทำวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย 20 ปี (ถึงปี 2579) สรุปแนวโน้มสำคัญของนักท่องเที่ยวในอนาคต ได้ดังนี้

- 1) การเติบโตของชนชั้นกลางที่มีความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวสูงขึ้น
- 2) การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำให้การเดินทางเป็นไปได้สะดวกด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง
- 3) การเติบโตของประชากรสูงวัยที่ต้องการการอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ
- 4) การเพิ่มขึ้นของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรงได้มากขึ้น
- 5) ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์ที่สูงขึ้นทำให้หลายประเทศได้ปรับเปลี่ยนค่า บริการและเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้มีกลุ่มสาขาการท่องเที่ยวเติบโตใหม่มากมาย อีกทั้งหลายประเทศหันมาเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถตอบรับกับความต้องการที่หลากหลายได้

¹ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579

2.3.2 ประเทศไทยมีจุดเด่นและข้อได้เปรียบของประเทศในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กำลังมีโอกาสดิบโต สามารถเห็นได้จากปรากฏการณ์ ที่ว่า

- 1) ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี
- 2) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทย ด้านความเด่นชัด ของวัฒนธรรมและนันทนาการจากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand) เป็น ๑ ใน ๑๐ อันดับแรกของโลก และ
- 3) มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา-ตอนกลาง โดยประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวจีนและฮ่องกง ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 28, ร้อยละ 21, ร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง

2.4 สรุปและการคาดการณ์ทิศทางในอนาคต

จากผลการประเมินความเข้มข้นของการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มและทิศทางอุปสงค์การท่องเที่ยวในอนาคตจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยต้องปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละมิติ เพื่อรองรับทิศทางของนโยบายตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) เน้นการเติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการ ที่เกี่ยวเนื่องให้ยั่งยืน

โดยเสริมเครือข่ายภาคเอกชนและประชาสังคมในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การสร้างความสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่และเวลา กำหนดมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเรื่องเล่าและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในแต่ละช่วงเวลา เช่น การจัดกิจกรรม การละเล่น ให้สอดคล้องกับเทศกาลประจำปีของท้องถิ่น หรือจำลองรูปแบบนำเสนอในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์ตามแผนการท่องเที่ยวที่กำหนดว่าประเทศไทยจะต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มีความสามารถในการแข่งขัน สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างสมดุล กระจายรายได้และประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกภาคส่วน ภายใต้การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์และวิถีไทย ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการนำเสนอและรักษาซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในทหุุมิติ เป็นการพัฒนาเพื่อรองรับการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และสร้างความเชื่อมั่นในสถานที่ สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว ให้มี

คุณภาพเป็นที่ประจักษ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 แต่ทั้งนี้ทุกภาคส่วนจะต้องคำนึงถึงทิศทางและลักษณะของนักท่องเที่ยวในอนาคต อาทิ แนวโน้มนักท่องเที่ยวที่จะเป็นชนชั้นกลางและผู้สูงวัยมากขึ้น รวมทั้งกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในทุกระดับ เพิ่มความสะดวกสบาย สามารถเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวได้โดยง่าย เพิ่มความปลอดภัย รักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

3. แนวทางแก้ปัญหา และการพัฒนา

3.1 สรุปเป้าหมายหลักที่จะต้องบรรลุ

เป้าหมายหลักคือการใช้เรื่องเล่าสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว(แหล่งท่องเที่ยว สถานบริการประเภทที่พัก ร้านค้าร้านอาหาร รวมทั้งของฝากของที่ระลึก) โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยคาดว่าจะการดำเนินการตามแผนและข้อเสนอจะทำให้มีผลสำเร็จในมิติต่างๆที่ตอบโจทย์การพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดังนี้

- 1) สามารถทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในพื้นที่ 7 จังหวัดลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 14 ต่อปี เป็นร้อยละ 20 ต่อปี หรือคิดเป็นรายได้ส่วนเพิ่ม ณ สิ้นปี 2565 รวมทั้งสิ้นประมาณ 85,078 ล้านบาท
- 2) มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่จะได้รับประโยชน์จากการขยายผล model นี้ไปปรับใช้ประมาณ 300 แห่งทั่วประเทศ ที่จะมีศักยภาพเพิ่มขึ้นในการบริหารจัดการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวของตัวเอง รวมทั้งสามารถสร้างความโดดเด่นที่มีอัตลักษณ์ และสร้างความยั่งยืนในด้านอาชีพให้กับชุมชน
- 3) การบริหารจัดการและการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและพื้นที่ที่จะมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้นทั่วประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้การประเมินอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวดีขึ้นอย่างน้อย 2-3 อันดับ

ทั้งนี้ เป้าหมายดังกล่าว จึงเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์เป้าหมายด้านการท่องเที่ยวในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2565) ซึ่งได้กำหนด “ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท และอันดับความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยว (The Travel & Tourism Competitiveness Index : TTCI) ไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 30” ซึ่งจะส่งผลเชื่อมโยงไปสู่เป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยว ที่กำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดไว้สอดคล้องกัน

3.2 ข้อเสนอแนะทางการพัฒนา

ข้อเสนอแนะทางการพัฒนาจากการใช้แบบประเมินและลงพื้นที่		
1	แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	<ol style="list-style-type: none">1. ควรมีการจัดสถานที่ ภูมิทัศน์ การตกแต่งสถานที่ ให้สอดคล้องกับเรื่องเล่าในสถานที่แห่งนั้น เพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์ ความประทับใจ คุณค่า และความศรัทธาต่อแหล่งท่องเที่ยว2. ควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย/ชาวต่างชาติ ทั้งทางด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจประวัติศาสตร์เรื่องเล่า และคุณค่าของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น Internet Wifi ห้องน้ำ อาหาร รวมถึงการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวอย่างสะดวก

ข้อเสนอแนวทางการพัฒนาจากการใช้แบบประเมินและลงพื้นที่		
		<ol style="list-style-type: none"> 3. ควรมีบุคลากรที่มีความสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ 4. ต้องมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว
2	สถานที่พัก	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรมีการจัด ภูมิทัศน์ การตกแต่งสถานที่ ให้สอดคล้องกับเรื่องเล่าในสถานที่แห่งนั้น เพื่อดึงดูด สร้างความประทับใจ อีกทั้งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจที่พักด้วย 2. พนักงานบริการของสถานที่พัก ควรมีความรู้ความเข้าใจในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นอย่างดี รวมถึงมีการแต่งตัวให้เข้ากับเรื่องเล่าของสถานที่แห่งนั้นด้วย 3. ควรมีการแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ป่าสักแห่งอื่น เพื่อสร้างเชื่อมโยงในสถานที่ท่องเที่ยว และความสนใจให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวแห่งอื่น ๆ เพิ่มเติม 4. สถานที่พักต้องมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว
3	ร้านค้า/ ร้านอาหาร	<ol style="list-style-type: none"> 1. ร้านค้าและร้านอาหาร ที่อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ควรมีเมนูอาหาร เครื่องดื่ม หรือขนม ที่มีความสอดคล้องกับเรื่องเล่าของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์นั้น เพื่อสร้างมูลค่าและความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว 2. ควรมีการให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมร่วมทำอาหาร เครื่องดื่ม หรือขนม ด้วยตัวเอง เพื่อสร้างมูลค่าและความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว 3. ร้านค้าหรือร้านอาหาร ควรมีสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ และเหมาะสม
4	สินค้าของฝาก/ ของที่ระลึก	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึก ต้องมีสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์นั้น 2. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ควมมีเรื่องเล่าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสถานที่ด้วย 3. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องเล่านั้นควรมีคำอธิบายให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เข้าใจสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นเป็นอย่างดี และมีแหล่งหรือวิธีการจำหน่ายอย่างต่อเนื่องได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว 4. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกับเรื่องเล่านั้น ๆ 5. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ต้องได้มาตรฐานทั้งในเรื่องคุณภาพ และความปลอดภัย

4. การนำแนวทางบรรลุปเป้าหมายสู่การปฏิบัติ

4.1 แนวทางในการนำไปสู่การปฏิบัติ กำหนดให้แต่ละโครงการมีหน่วยงานรับผิดชอบดังนี้

โครงการ ที่	ชื่อโครงการ	หน่วยงานรับผิดชอบ
1	โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เสมือนจริง	ก.การท่องเที่ยวฯ
2	โครงการพัฒนาโลกเสมือนจริงในแหล่งท่องเที่ยว	ก.การท่องเที่ยวฯ
3	โครงการพัฒนา“Thailand Tourism Directory”	ก.การท่องเที่ยวฯ ก.พาณิชย์ ก.อุตสาหกรรม
4	โครงการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจบริการสถานที่พักให้มีทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยว (Telling Story)	ก.การท่องเที่ยวฯ องค์กรปกครอง- ส่วนท้องถิ่น
5	โครงการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจด้านที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	ก.การท่องเที่ยวฯ องค์กรปกครอง- ส่วนท้องถิ่น
6	โครงการร้านค้าและอาหารตามเรื่องเล่าท้องถิ่น	ก.การท่องเที่ยวฯ
7	โครงการยกระดับเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มสินค้าของฝากและของที่ระลึกผ่านเรื่องเล่า	กรมพัฒนาชุมชน ก.อุตสาหกรรม ก.พาณิชย์ ก.การท่องเที่ยวฯ

ทั้งนี้ ขั้นตอนต่อไป หน่วยงานที่รับผิดชอบ นำข้อเสนอโครงการ(Project ideas) เหล่านี้ไปพัฒนาเป็นข้อเสนอที่มีรายละเอียดตามแบบฟอร์มการจัดทำคำของบประมาณ เพื่อนำเสนอ ขอรับจัดสรรงบประมาณตามขั้นตอนต่อไป

4.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

4.2.1 นโยบายของรัฐ รัฐจะต้องให้การสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ควรนำเสนอเป็นวาระแห่งชาติในการพัฒนาและส่งเสริม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม โดยนำความเป็นไทยมานำเสนอ

4.2.2 การประสานแนวร่วม จะต้องมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง มีการสร้างเครือข่าย การดำเนินงาน ทั้งระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก ภาครัฐและภาคเอกชน ให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม ในการสนับสนุนการดำเนินงานโดยเฉพาะการขับเคลื่อนในระดับพื้นที่

4.2.3 การสนับสนุนทางการเงิน จะต้องมีการวางแผนการสนับสนุนงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ให้มีความพร้อม โดยพิจารณาแผนงบประมาณที่มีอยู่ หากไม่เพียงพอและมีความจำเป็น อาจของงบประมาณเพิ่มเติมรัฐควรให้การสนับสนุนทางการเงิน เนื่องจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องใช้ ระบบสารสนเทศ อาทิ ระบบVR ระบบภาพสามมิติเสมือนจริง ซึ่งต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก

4.2.4 รูปแบบการบริหารจัดการ ควรมีการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง ในแต่ละระดับตั้งแต่ระดับนโยบายหรืออำนาจการไปจนถึงระดับจังหวัด และท้องถิ่น ให้มีความเชื่อมโยงกัน มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินงานของแต่ละระดับ รวมทั้งการประชุม ติดตามงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะ โดยชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการตั้งแต่คิดวางแผน ออกแบบโครงการไปจนถึงการติดตามประเมินผล

4.2.5 การพัฒนาบุคลากร ภาครัฐและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีความพร้อม กล่าวคือ

นักบริหารระดับสูง ต้องรอบรู้ในสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกและของประเทศ มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมีภาวะผู้นำในการขับเคลื่อนนโยบาย มีความรู้ความสามารถ เข้าใจคุณค่าและความหมายของเรื่องเล่า และศักยภาพที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งยึดเป้าหมายของการพัฒนาแบบมีอาชีพ

ทีมงาน ต้องมีพอเพียงและเหมาะสมในการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการที่กำหนด และหากไม่เพียงพออาจใช้วิธีการเกลี้ยบุคลากรจากหน่วยงานอื่นมาช่วย หรือมีการจ้างทีมงานจากภายนอกที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านเข้ามาเสริม และต้องพัฒนาความรู้ความสามารถบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจหลักการพัฒนาอย่างมีอาชีพในการนำเรื่องเล่ามาสร้างมูลค่าเพิ่ม ทั้งโดยผ่านการประชุมชี้แจงและอบรมเป็นการเฉพาะ

4.3 ความท้าทายและความเสี่ยงในการนำไปสู่การปฏิบัติ

ในแง่มีความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก มีความเสี่ยง และแนวทางในการบริหารความเสี่ยงในกรณีต่างๆดังนี้

ความเสี่ยง	แนวทางในการบริหารความเสี่ยง
ความเสี่ยงด้านยุทธศาสตร์ รัฐบาลหรือกระทรวงอาจมีการเปลี่ยนแปลง ทิศทางของยุทธศาสตร์การพัฒนาไปเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเร่งสร้างรายได้ มุ่งเป้าไปที่ตัวเลขรายได้เป็นสำคัญ โดยหวังว่าถ้าลงทุนไปแล้วต้องได้ผลตอบแทนกลับให้มาก จะทำให้แนวแนวคิดในการสร้างโมเดล การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดยาก เพราะการคิดโมเดลนี้มุ่งทำให้เกิดการพัฒนาให้ชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตัวเองได้ อย่างยั่งยืนกว่าผลกำไร ค่าตอบแทนจากการท่องเที่ยวเป็นตัวเลขวาก ๆ	<ul style="list-style-type: none"> จัดลำดับความสำคัญแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ หรือแหล่งชุมชนที่มีศักยภาพสูงในการสร้างรายได้ จากเรื่องเล่าให้เป็นเป้าหมายกลุ่มแรกก่อน

ความเสี่ยง	แนวทางในการบริหารความเสี่ยง
อาจไม่ได้เกิดขึ้นในทันทีเพราะจุดประสงค์ไม่ใช่การพัฒนาที่ท่องเที่ยวระดับใหญ่อย่างพหุ ภูเก็ต การเปลี่ยนจุดเน้นของเป้าหมายจะทำให้หน่วยงานที่รับผิดชอบและสนับสนุนโดยตรง ไม่ให้ความสนใจ หรือไม่ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ หรือได้งบประมาณมา ก็นำไปทำอย่างอื่น การพัฒนาชุมชนนั้น ๆ ก็จะไม่เกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นได้อย่างช้า ๆ	
ความเสี่ยงด้านโครงสร้างพื้นฐานและสถานที่ตั้ง แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดความพร้อมในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานเช่น ระบบไฟฟ้า ประปา หรือระบบสื่อสารโทรคมนาคม หรือการเข้าถึงที่สะดวก อาจทำให้โครงการเกิดช้า นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่สะดวก ไม่ประทับใจ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวลดลงไปเรื่อยๆ โอกาสที่จะพัฒนาก็จะหายไป	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับบริการพื้นฐานเหล่านี้เป็นการล่วงหน้า และทำแผนร่วมกัน
ความเสี่ยงระดับชุมชน อาจมีความเสี่ยงที่โครงการที่เสนอมา ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นเพราะไม่รู้ ไม่เข้าใจ ไม่ยอมรับ ไม่สามารถเข้าร่วม หรือไม่รู้ว่าจะได้ประโยชน์ หรือ อาจได้รับผลกระทบ เช่น การมีรถเข้าออกจำนวนมากทำให้เกิดมลภาวะเป็นพิษ การทิ้งขยะไม่เลือกที่ของนักท่องเที่ยว การส่งเสียงรบกวนความสงบในยามวิกาล	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการตั้งแต่ขั้นตอนการพัฒนารายละเอียด ข้อเสนอโครงการ การดำเนินโครงการ และการกำกับติดตามผล ตลอดทั้งกระบวนการ ▪ ให้มีการประชุมปรึกษาหารือและสร้างความเข้าใจ และสร้างเป็นกฎระเบียบที่ทุกคนยอมรับ และต้องปฏิบัติตามจริงจัง
ความเสี่ยงด้านการเงิน หากได้รับงบประมาณไม่เพียงพอ หรือไม่ได้รับงบประมาณจากรัฐบาลเท่าที่ควร ประสิทธิภาพที่ได้ก็จะไม่สามารถสร้างความพึงพอใจและสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวหันมาสนใจได้	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ควรมีการประสานกับกลไกการพัฒนาในระดับภาค กลุ่มจังหวัด และจังหวัดอย่างใกล้ชิด เพื่อดำเนินการขอรับการสนับสนุนงบประมาณ
ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี การบริหารจัดการโครงการเกี่ยวกับเทคโนโลยี ICT เจ้าหน้าที่จะต้องมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างดี จึงจะประสบความสำเร็จ หากเจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีไม่พอก็จะทำให้โครงการล้มเหลวได้	<ul style="list-style-type: none"> ▪ อบรม เตรียมการด้านความรู้ ความเข้าใจให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนงาน เป็นการล่วงหน้า

4.4 สรุปบทเรียนที่ได้เรียนรู้จากการศึกษา

โดยสรุป การขับเคลื่อนข้อเสนอโครงการพัฒนาฯ เหล่านี้เพื่อให้เกิดผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายนั้น จะต้องมีการกำหนดเจ้าภาพหลัก-เจ้าภาพรอง รับผิดชอบอย่างชัดเจนและได้รับการสนับสนุนจากระดับนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และต้องมีการเตรียมความพร้อมทั้งในเรื่อง งบประมาณ กำลังคนที่มีสมรรถนะและเตรียมดำเนินการบริหารความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการโดยจัดลำดับความสำคัญของโครงการให้สอดคล้องกับทิศทางนโยบายของรัฐบาล เปิดโอกาสและสนับสนุนให้ภาคีที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกขั้นตอนและเสริมความสามารถด้านเทคโนโลยีให้กับบุคลากรหลักที่รับผิดชอบดำเนินการ

5. สรุปในภาพรวม

5.1 สรุปรายงานในภาพรวม

การศึกษาของรายงานฉบับนี้ พบว่า โอกาสการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังมีอยู่มาก จากการเติบโตของคนชั้นกลางและคนสูงวัยที่มีความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอย การเดินทางข้ามประเทศที่ง่ายขึ้นและถูกลงกับนักท่องเที่ยวที่มุ่งแสวงหาประสบการณ์จากการได้สัมผัสวิถีชีวิตที่มีคุณค่าโดยมีอุปกรณ์สนับสนุน คือ โทรศัพท์มือถือ (smart phone) และโลกออนไลน์

ลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก มีศักยภาพสูงในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ เนื่องจากมีทรัพยากรท่องเที่ยวและทุนวัฒนธรรมทั้งประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าที่มีคุณค่ามากมาย อย่างไรก็ตามการพัฒนาในช่วงที่ผ่านมายังคงมีจุดอ่อนที่ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากเรื่องเล่าได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในส่วนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการ ของที่ระลึก ร้านค้า ร้านอาหาร และที่พักทำให้เกิดค่าเสียโอกาสในการพัฒนาของประเทศ รายงานฉบับนี้ พบว่าการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมต่างๆ ยังไม่สามารถสื่อสารเรื่องเล่าให้สะท้อนคุณค่าไปสู่ผู้รับคือ นักท่องเที่ยวได้อย่างมีอรรถาธิบาย ในทั้งมิติความเข้มข้นของเรื่องและเทคนิคการนำเสนอที่ไม่น่าสนใจและไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล การนำเสนอสินค้า ของที่ระลึก บริการ (ที่พัก) ร้านค้า ร้านอาหารก็มีจุดอ่อนมาก ในแง่ของการถ่ายทอดเรื่องเล่าไปสู่นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและซาบซึ้งในคุณค่าที่ถูกสื่อสารผ่านเรื่องเล่านั้น เพื่อจะได้จูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำหรือชักชวนให้คนอื่นมาท่องเที่ยว

รายงานฉบับนี้ ได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ในพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสัก เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ(รายละเอียดตามข้อ 3.2) และกำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนแผนงาน/โครงการ ไปสู่ผลสำเร็จ (บทที่ 4) โดยคาดหวังว่าเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการตามข้อเสนอ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2565 จะส่งผลให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลุ่มน้ำเจ้าพระยา-ป่าสักเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 85,078 ล้านบาท และชุมชนที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 30 แห่งในพื้นที่ 7 จังหวัด ได้รับการยกระดับและสามารถเป็นโมเดลต้นแบบขยายผลไปสู่ชุมชนที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 303 แห่งทั่วประเทศ และคาดว่าใน 4-5 ปีหลังจากนั้น จะทำให้ Ranking ด้านการท่องเที่ยวเคลื่อนเข้าใกล้เป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มากยิ่งขึ้น

5.2 บทเรียนที่ได้เรียนรู้จากการจัดทำรายงาน

ความท้าทายในการบูรณาการความคิดจากสมาชิกในกลุ่ม กลุ่ม GP3 เชียงไกร สมาชิกในกลุ่ม ประกอบด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรมและ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งแต่ละหน่วยงาน มีวัฒนธรรมการทำงาน ที่แตกต่างกันในการนำเสนอและระดมความคิดเห็น บางครั้งอาจมีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน แต่เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงานได้มีการบูรณาการ ความคิด และการทำงาน ให้เป็นเอกภาพส่งผลให้การทำงานบรรลุตามผลสำเร็จที่กำหนดไว้

การเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการพัฒนาตนเอง IS ให้เข้ากับการนำเสนอในรายงานกลุ่มไปปฏิบัติ (GP) การทำงานข้อเสนอพัฒนางาน (IS) เป็นการจัดทำรายงานข้อเสนอของแต่ละภารกิจของหน่วยงาน ซึ่งแตกต่างกัน เป็นความถนัดในหน้าที่ของหน่วยงานที่ตนเองรับผิดชอบ แต่การจัดทำข้อเสนอ รายงานกลุ่ม เป็นการจัดทำแผนพัฒนาในองค์กรรวม มีการบูรณาการงานของหน่วยงานต่างๆ ของสมาชิกในกลุ่มให้มีการจัดทำโครงการขับเคลื่อนภารกิจที่ได้นำเสนอ อย่างทั่วถึง จากการวิเคราะห์ของ IS ของแต่ละคนสรุปได้ว่า **แนวทางการพัฒนาตนเองของสมาชิกในกลุ่ม** ประกอบด้วย การเพิ่มพูนความรู้และสมรรถนะในเรื่องสำคัญคือ 1) ความรู้และทักษะเกี่ยวกับ การทำงานเชิงกลยุทธ์ 2) ทักษะความเป็นผู้นำ 3)เทคนิคการทำงานเพื่อบรรลุผลสำเร็จ 4) ความรู้และทักษะในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ 5) สมรรถนะในการสื่อสารเพื่อการจูงใจ สมรรถนะทั้งหมดเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างสำคัญ ในการขับเคลื่อนหรือผลักดันให้ข้อเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องสามารถเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรับผิดชอบและ นำไปสู่การปฏิบัติจนได้ผลลัพธ์ตามที่พึงประสงค์

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2579

กองเศรษฐกิจ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

สศช. รายงานการศึกษา แนวทางการปรับปรุงแผนงาน/โครงการพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัด: กรณีศึกษา
การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวภาคกลาง, (2560)

คณะผู้จัดทำ

รหัส	ชื่อ - สกุล
89012	นายสุริยนต์ ธีญกิจจานุกิจ
89013	นางสาวชลีพร เสงตระกุล
89021	นางอรัญญา ย้งยืนพงษ์
89023	นายฉลอง นิ้มเนียม
89036	นางณัฏฐิรา แพงคุณ
89053	นายไพฑูรย์ พงษ์ขวลิต
89069	นางสาวพัทธาภรณ์ ไชยานุพงศ์
89115	นายอนุสร ภู่งศ์กุล
89116	นายวรรณเวทย์ ศิวารัตน์