

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ  
ในการลดความเหลื่อมล้ำ : กลยุทธ์การส่งเสริมเมืองรอง  
กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์

โดย

นายธเนศวร์ เพชรสุวรรณ  
รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 61  
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2561 - 2562

## หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำ : กลยุทธ์การส่งเสริมเมืองรอง” กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ ลักษณะวิชาการเศรษฐกิจ ของ นายธเนศวร์ เพชรสุวรรณ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 61 ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2561 - 2562

พลโท

(จรรถฤทธิ์ นิลกำแหง)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ



## บทคัดย่อ

**เรื่อง** การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลด  
ความเหลื่อมล้ำ : กลยุทธ์การส่งเสริมเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์

**ลักษณะวิชา** การเศรษฐกิจ

**ผู้วิจัย** นายธเนศวร์ เพชรสุวรรณ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** 61

เอกสารวิจัยส่วนบุคคลนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ ศึกษาความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) กับแผนปฏิบัติการของหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ โดยเฉพาะต่อประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองโดยใช้จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นกรณีศึกษา ตลอดจนวิเคราะห์ผลการลดความเหลื่อมล้ำและปัจจัยซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จ เพื่อให้สามารถนำมาใช้เป็นแบบอย่างในการขยายผลไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกันในพื้นที่อื่น

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงพรรณนาจากการสังเคราะห์เอกสาร และการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ ผลวิจัยพบว่าหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างได้นำยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกระดับ ตั้งแต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไปจนถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดของกาฬสินธุ์ซึ่งเป็นพื้นที่กรณีศึกษาครั้งนี้ สำหรับผลของการท่องเที่ยวต่อการลดความเหลื่อมล้ำพบว่าเป็นไปได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ (1) การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น (2) การท่องเที่ยวช่วยชุมชนเข้มแข็ง (3) การท่องเที่ยวช่วยให้ภาคธุรกิจในพื้นที่มีการเติบโต และ (4) การท่องเที่ยวมีส่วนพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ การสนับสนุนอย่างมืออาชีพของหน่วยงาน ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ กรณีนี้ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยมีการกำหนด Brand Character ของจังหวัดกาฬสินธุ์อย่างชัดเจนที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จทางการตลาด อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนให้เกิดโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐระดับพื้นที่ยังให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ร่วมกับชุมชนและผู้ประกอบการที่เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ประกอบกับพื้นฐานของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่มีทรัพยากรสินค้าท่องเที่ยวที่น่าสนใจอย่างหลากหลาย

ทั้งนี้ เพื่อให้การท่องเที่ยวเมืองรองมีผลต่อการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน ภายหลังจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้สำเร็จ

ในระดับหนึ่งแล้ว ควรต้องลดบทบาทมาทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาและสนับสนุนการตลาดภาพรวมระดับประเทศ ขณะที่หน่วยงานระดับท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน จะต้องเป็นผู้ขับเคลื่อนและส่งต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวต่อไปได้ด้วยตนเอง

## ABSTRACT

**Title** The Implementation of the National Strategy with the Use of Tourism as a Tool to Reduce Inequality: Marketing Secondary Provinces and a Case Study of Branding Kalasin

**Field** Economics

**Name** Mr. Tanes Petsuwan

**Course** NDC

**Class** 61

The objectives of this independent study (IS) is to study the reduction of inequality using tourism as a tool, to explore the connection among the 20-Year National Strategy (B.E.2561-2580) and Action Plans of public tourism-related sectors in all levels, specifically on a case study of branding Kalasin province, as well as to analyse outcomes of inequality reduction and its key success factors in order to apply and expand its effective practice to other areas nationwide.

The study applies a combination of methodologies including descriptive and qualitative. The outcome of the study shows that all tourism-related sectors have adopted the 20-Year National Strategy (B.E.2561-2580) as a guideline for Action Plans at all levels from the National Tourism Development Plan to Kalasin Province Tourism Action Plan. The study proves the effectiveness of tourism as a tool to reduce inequality with significant indicators within the community on the followings; 1) tourism creates employment 2) tourism strengthens potentials and cooperation 3) tourism increases growth of business 4) tourism develops the economics to its roots. Key success factors include support from a professional body, in this case, TAT with its role of branding Kalasin. On top of this, a cooperation and commitment of all related public and private sectors and a diversity of tourism resources Kalasin are crucial for its success.

However, to make tourism in Kalasin sustainable is one challenging task. After initiating its brand characters and gaining involvement from the local community, TAT must torn down its role to be an advisor allowing the community to take charge

and build their own strength in order to continue delivering travel experiences that the province is committed to their tourists.

## คำนำ

งานวิจัยเรื่อง “การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำ : กลยุทธ์การส่งเสริมเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์” เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (NDC) รุ่นที่ 61 ของวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาผลการลดความเหลื่อมล้ำจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จและความเสี่ยง เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะจากกรณีศึกษา และนำมาเป็นแบบอย่างในการขยายผลไปยังพื้นที่อื่น โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากบทความงานวิจัยต่างๆ เอกสาร รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของไทยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแบบอย่างในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้และความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนต่ออัตลักษณ์เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2560-2564) แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดเพื่อการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องและมีทิศทางชัดเจน

(นายธนศวรรค์ เพชรสุวรรณ)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 61

ผู้วิจัย





## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านคณะอาจารย์ที่ปรึกษา เจ้าหน้าที่หลักสูตรวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้ความช่วยเหลือในการศึกษาส่วนบุคคลครั้งนี้ที่อุทิศเวลาให้คำแนะนำแก้ไขทำให้รายงานการศึกษานี้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาอย่างสมบูรณ์ให้คำแนะนำแก้ไขให้แนวความคิด ทฤษฎีในการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา ตลอดจนหลักการบริหารต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับการศึกษา เรื่อง “การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำ : กลยุทธ์การส่งเสริมเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์” ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณผู้ว่าราชการจังหวัดกาฬสินธุ์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดกาฬสินธุ์ นายกเทศมนตรีจังหวัดกาฬสินธุ์ ตลอดจนผู้แทนจากภาคเอกชน อาทิต้องการค้าจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนทุกท่าน ที่เสียสละเวลาให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย พร้อมความคิดเห็นในการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ ทำให้รายงานฉบับนี้เป็นผลงานทางวิชาการที่มีประโยชน์ต่อจังหวัดกาฬสินธุ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นภาพสะท้อนที่แสดงความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้เข้ารับการอบรมหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 61 และหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในพื้นที่อื่นๆ ให้ประสบความสำเร็จเช่นเดียวกับจังหวัดกาฬสินธุ์ต่อไป

(นายธเนศวร์ เพชรสุวรรณ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 61

ผู้วิจัย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
คำนำ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ซ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
คำจำกัดความ	4
<b>บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>6</b>
แนวคิดและความสำคัญของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์	6
ความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม	13
แนวคิดและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง	14
โซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)	17
ประเด็นความเหลื่อมล้ำ และแนวทางการแก้ไขปัญหา	18
กรอบแนวคิดของการวิจัย	20
สรุป	21
<b>บทที่ 3 แผนยุทธศาสตร์และการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ</b>	<b>23</b>
ความเชื่อมโยงของแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวต่อประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำ	23
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	25
สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย	27
สรุป	36

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ผลของการท่องเที่ยวที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำในจังหวัดกาฬสินธุ์</b>	<b>37</b>
สภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์	37
สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์	38
ห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์	41
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์	49
การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์	51
การวิเคราะห์เชิงคุณค่าของห่วงโซ่อุปทานที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำ	52
สรุป	55
<b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>56</b>
สรุป	56
ข้อเสนอแนะ	58
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>62</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>63</b>
ผนวก ก ตัวอย่างรายการนำเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์	64
ผนวก ข ตัวอย่างรายการนำเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงขอนแก่น-กาฬสินธุ์-ร้อยเอ็ด-มหาสารคาม	67
<b>ประวัติย่อผู้วิจัย</b>	<b>70</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
	3-1 สถานการณ์ท่องเที่ยวรายจังหวัด (เมืองหลัก) ปี พ.ศ. 2561	28
	3-2 สถานการณ์ท่องเที่ยวรายจังหวัด (เมืองรอง) ปี พ.ศ. 2561	29
	3-3 จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อหัวนักท่องเที่ยวสูงสุด 5 ลำดับแรก	32
	3-4 จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อหัวนักท่องเที่ยวต่ำสุด 5 ลำดับแรก	32
	4-1 สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์	40
	4-2 ข้อมูลรายชื่อโรงแรมและที่พักในจังหวัดกาฬสินธุ์	44
	4-3 ข้อมูลรายชื่อร้านอาหารที่น่าสนใจในจังหวัดกาฬสินธุ์	46
	4-4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์	50



## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
แผนภาพที่ 2-1 โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทย	17
แผนภาพที่ 2-2 ปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้	18
แผนภาพที่ 2-3 กรอบแนวคิดของการวิจัย	20
แผนภาพที่ 3-1 ความสัมพันธ์ระหว่างแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดความเหลื่อมล้ำ	24
แผนภาพที่ 3-2 รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561	27
แผนภาพที่ 3-3 รายได้จากการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2561	28
แผนภาพที่ 3-4 รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรอง ปี พ.ศ. 2561 เปรียบเทียบ กับจังหวัดท่องเที่ยวหลัก 5 ลำดับแรก	31
แผนภาพที่ 3-5 การกระจายตัวของท่องเที่ยวระหว่างเมืองหลักและเมืองรอง	33
แผนภาพที่ 3-6 สัดส่วนท่องเที่ยวเมืองรอง ปี พ.ศ. 2561 จำแนกตามภูมิภาค	33
แผนภาพที่ 4-1 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์	38
แผนภาพที่ 4-2 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดกาฬสินธุ์ชาวไทยและชาวต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2556-2559 (คน)	39
แผนภาพที่ 4-3 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ ปี พ.ศ. 2556-2559 (ล้านบาท)	39
แผนภาพที่ 4-4 โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์	41
แผนภาพที่ 5-1 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ แผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2560-2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2563-2564)	61
แผนภาพที่ 5-2 ความเชื่อมโยงจากแผนวิสาหกิจ ฉบับทบทวน ปี 2563 สู่วิธีปฏิบัติ ประจำปี 2563	61



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามที่รัฐบาลได้ประกาศใช้ “ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)” ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเนื้อหาสำคัญเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบ “ประชารัฐ” โดยกำหนดเป็น 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง (2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ (6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

สำหรับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน อีกทั้งยังมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นนั้น กำหนดให้มีการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน และส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้ ขณะเดียวกันก็ต้องการให้การพัฒนาในแนวทางดังกล่าวมีผลต่อการลดความเหลื่อมล้ำ โดย “การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว” ถูกจัดให้เป็นประเด็นที่สำคัญของยุทธศาสตร์ชาติด้านนี้ด้วย

ทั้งนี้ การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ประเทศไทยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย โดยใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่

สอดคล้องกับแนวความคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ได้ระบุไว้ในแผนวิสาหกิจ พ.ศ. 2560 – 2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2562 - 2564) และกำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2562 มีเป้าประสงค์หลักต้องการให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยนึกถึงและเลือกมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ ของโลก มีการเพิ่มรายได้ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สมดุล และทั่วถึง ผ่านการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวประเทศไทยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า (Value for Experience) และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตจากการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Local Thai Experience) ภายใต้การดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้ท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบัน ที่แม้ว่าจะมีการเติบโตเป็นที่น่าพอใจ แต่ยังมีปัญหาการกระจุกตัวของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างเมืองท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป และเมืองท่องเที่ยวลำดับรองลงไปที่ไม่ได้รับความนิยม จึงทำให้ต้องมีการจำแนกจังหวัดของประเทศตามศักยภาพด้านการท่องเที่ยวออกเป็น “เมืองหลัก” ซึ่งเป็นเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง จำนวน 22 จังหวัด และ “เมืองรอง” ซึ่งเป็นเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวน้อยกว่า จำนวน 55 จังหวัด

การท่องเที่ยวเมืองรองนับเป็นกลยุทธ์สำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ทำให้เกิดการจ้างงานภายในชุมชน กระตุ้นการใช้จ่ายภายในท้องถิ่นซึ่งตอบสนองต่อเป้าประสงค์ในการลดความเหลื่อมล้ำ และมุ่งให้เกิดการกระจายรายได้จากภาคการท่องเที่ยวให้ทั่วถึงสู่ทุกภาคส่วนของประเทศให้ได้มากที่สุด อีกทั้งยังเป็นการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว เพิ่มโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติ กลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ มีผลให้สามารถเพิ่มความถี่ของการท่องเที่ยวภายในประเทศจากรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอย่างหลากหลาย ไม่ซ้ำซากจำเจ นับเป็นภูมิคุ้มกันต่อภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและระบบเศรษฐกิจของประเทศ จากการกระจายความเสี่ยง ไม่พึ่งพาแหล่งที่มาของรายได้ด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไป

ทั้งนี้ จังหวัดกาฬสินธุ์จัดเป็นพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างมาก โดยมีปัจจัยความสำเร็จจากความร่วมมือของผู้รับผิดชอบทุกภาคส่วน

ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนประชาชนในพื้นที่ อีกทั้งความสำเร็จดังกล่าวยังส่งผลต่อเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ได้อย่างน่าสนใจ สามารถนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาผลของการท่องเที่ยวที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำได้เป็นอย่างดี

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564) แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด โดยเฉพาะต่อประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
2. เพื่อศึกษานโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งกำหนดเป็นกรณีศึกษาสำหรับการวิจัยครั้งนี้
3. เพื่อศึกษาผลการลดความเหลื่อมล้ำจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ในพื้นที่ซึ่งได้กำหนดเป็นกรณีศึกษาดังกล่าว
4. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จและความเสี่ยงเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะจากกรณีศึกษามาเป็นแบบอย่างในการขยายผลไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกันในพื้นที่อื่น

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1 การศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์สู่แผนปฏิบัติการในการวิจัยนี้ มุ่งเน้นเฉพาะประเด็นด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองรอง
- 1.2 การวิเคราะห์ผลการลดความเหลื่อมล้ำ จากผลของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในการวิจัยนี้ จะพิจารณาจากทั้งผลกระทบทางตรงและผลกระทบทางอ้อม

### 2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์

## วิธีดำเนินการวิจัย

### การศึกษานี้ใช้วิธีดำเนินการวิจัย 2 ลักษณะ ได้แก่

1. การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษารายละเอียดและความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2

(พ.ศ. 2560-2564) แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564) แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปีของ ททท. และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด กับเป้าประสงค์ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาผลกระทบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองต่อการลดความเหลื่อมล้ำ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ ทั้งผู้บริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว บุคลากรที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564) แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปีของ ททท. และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่เป้าประสงค์ด้านการลดความเหลื่อมล้ำ

2. ทำให้ทราบรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าจุดเด่นที่หลากหลายของพื้นที่มาบูรณาการการพัฒนาเป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่โดยตรง และมีส่วนสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

3. ผลการวิจัยทำให้หน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำเห็นประโยชน์จากการใช้การท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาดังกล่าวได้

4. ผลการวิจัยโดยเฉพาะจากกรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถนำมาพัฒนาเป็นต้นแบบสำหรับจังหวัดอื่น ๆ นำไปประยุกต์ใช้ในยุทธศาสตร์หรือแผนพัฒนาของจังหวัดได้

### คำจำกัดความ

ยุทธศาสตร์ หมายถึง วิธีการ (Ways) ที่จะนำเครื่องมือ (Means) ที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้  
อย่างดีที่สุดให้บรรลุจุดมุ่งหมาย (Ends) ที่ตั้งไว้

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

หมายถึง แผนที่รัฐบาลจัดให้มีขึ้นตามข้อบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย เพื่อเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล และใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการ ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้

ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง” ภายในปี พ.ศ. 2580

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)

หมายถึง แผนแม่บทสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 5 ปี ระหว่างปี พ.ศ.2560-2564 จัดทำโดยคณะกรรมการนโยบาย การท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางพัฒนา การท่องเที่ยวของประเทศไทย และยกระดับการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การเป็น แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืนต่อไป

แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564)

หมายถึง แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลา 5 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2564 จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็น “แหล่งท่องเที่ยวยอดเยี่ยม หรือ Preferred Destination” ปรับเปลี่ยน ภาพลักษณ์ของประเทศจาก “Value for Money” ไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ที่รองรับนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพ อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อม เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่ความยั่งยืน ซึ่งคงไว้ ด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย รักษาสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งคำนึงถึงชุมชนและสังคมในด้านการสร้างรายได้ อย่างเท่าเทียมทุกภาคส่วน

แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

หมายถึง แนวทางการปฏิบัติงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งจัดทำเป็นประจำทุกปี เพื่อสนับสนุน เป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย และบูรณาการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี นโยบายของรัฐบาล ตลอดจนความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีภารกิจวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม และกำหนดเป้าหมายของ แผนปฏิบัติงานในมิติต่าง ๆ ให้อย่างชัดเจน

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด

	<p>หมายถึง กรอบและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ที่จัดทำขึ้นอย่างเป็นระบบ สอดรับ และตอบสนองยุทธศาสตร์พัฒนา จังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการบูรณาการร่วมกับ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของรัฐบาลซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ชาติด้วย</p>
เมืองหลัก	<p>หมายถึง เมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ประกอบด้วย 22 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ ชลบุรี ภูเก็ต นครราชสีมา เชียงใหม่ กาญจนบุรี เพชรบุรี พระนครศรีอยุธยา ระยอง สงขลา กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ สุราษฎร์ธานี ขอนแก่น พังงา นครปฐม สมุทรปราการ สระบุรี ฉะเชิงเทรา นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรสาคร (เรียงตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมเยือน)</p>
เมืองรอง	<p>หมายถึง เมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวน้อยกว่า มีอยู่ทั้งสิ้น 55 จังหวัด กระจายอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาคเหนือ 16 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พิชณุโลก ตาก เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ สุโขทัย ลำพูน อุตรดิตถ์ ลำปาง แม่ฮ่องสอน พิจิตร แพร่ น่าน กำแพงเพชร อุทัยธานี และพะเยา</li> <li>2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัด ได้แก่ อุตรธานี อุบลราชธานี หนองคาย เลย มุกดาหาร บุรีรัมย์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ สกลนคร นครพนม ร้อยเอ็ด มหาสารคาม บึงกาฬ กาฬสินธุ์ ยโสธร หนองบัวลำภู และอำนาจเจริญ</li> <li>3. ภาคตะวันออก 5 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว ตราด จันทบุรี ปราจีนบุรี และนครนายก</li> <li>4. ภาคกลาง 7 จังหวัด ได้แก่ ลพบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม ชัยนาท อ่างทอง และสิงห์บุรี</li> <li>5. ภาคใต้ 9 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา และปัตตานี</li> </ol>

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยนี้ ประกอบด้วยแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แนวคิด ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ตลอดจนงานวิจัยเกี่ยวกับความเหลื่อมล้ำและแนวทางการลดปัญหา ความเหลื่อมล้ำ ดังนี้

1. แนวคิดและความสำคัญของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์
2. สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้
3. ความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
4. แนวคิดและนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
5. โซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)
6. ประเด็นความเหลื่อมล้ำ และแนวทางการแก้ไขปัญหา

### แนวคิดและความสำคัญของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

แผนยุทธศาสตร์เป็นกรอบแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อย่างชัดเจนโดยมีการกำหนดกลยุทธ์หรือวิธีการอย่างกว้าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์นั้น ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์ที่ดีจะต้องประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญได้แก่ (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หรือยุทธศาสตร์ (2) การกำหนดประเด็นหรือแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสม และ (3) การนำแผน ยุทธศาสตร์นั้นไปปฏิบัติ ซึ่งรวมถึงการติดตามและประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินการนั้น

ดังนั้น แผนยุทธศาสตร์จึงต้องมีการจัดทำขึ้นอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยสาระสำคัญ ซึ่งมีความสอดคล้องกันตั้งแต่การ “วิเคราะห์สถานการณ์” ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ซึ่งจะนำไปสู่ การกำหนด “วิสัยทัศน์” (vision) และ “เป้าหมาย” (Goal) ซึ่งแสดงถึง “ความมุ่งมั่น” เพื่อกระทำ “พันธกิจ” (mission) อันถือเป็นหน้าที่รับผิดชอบให้บรรลุ “วัตถุประสงค์” (objectives) ซึ่งเป็น ทั้ง “ผลกระทบ” (outcome) และ “ผลลัพธ์” (output) ที่พึงประสงค์ อีกทั้งยังต้องสามารถใช้เป็นกรอบ ในการประเมินผลงาน และเป็นแนวทางสำคัญในการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ได้ด้วย

### ความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์

1. แผนยุทธศาสตร์ช่วยให้เกิดการพัฒนาดังกล่าวอย่างเหมาะสมกับสภาพการณ์ ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์ที่ดีจะต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอย่างรอบด้าน ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก
2. แผนยุทธศาสตร์เป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึง บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของตนที่มีส่วนต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของ แผนยุทธศาสตร์นั้นด้วย
3. แผนยุทธศาสตร์ช่วยส่งเสริมการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management - NPM) โดยให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการดำเนินงานทั้งระบบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
4. แผนยุทธศาสตร์มีส่วนช่วยยกระดับระบบการจัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance-based Budgeting)
5. แผนยุทธศาสตร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการ ซึ่งเกิดจากการพิชิตวิเคราะห์ วางแผนและนำเสนอทางเลือกในการบริหารจัดการในแนวทางใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูงเพื่อประโยชน์สูงสุดของภาคประชาชน
6. แผนยุทธศาสตร์เป็นรูปแบบของการปฏิบัติงานที่สนับสนุนหลักการประชาธิปไตย ในแง่ของการมีส่วนร่วม (Participation) และการกระจายอำนาจ (Decentralization)

### สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้

#### 1. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยใช้ เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกัน ไปสู่เป้าหมายดังกล่าว

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุล ระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในรูปแบบ “ประชารัฐ” ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ ทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับ สมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยแต่ละยุทธศาสตร์มีเป้าหมายและ ประเด็นการพัฒนา ดังนี้



**1.1 ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง** มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสถานะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกอกราช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกกระดับ มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือ เทคโนโลยี และระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

**1.2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน** มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราทำทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปรุงปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคตและ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคู่มือใหม่รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงปัจจุบัน

**1.3 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์** มีเป้าหมายสำคัญเพื่อพัฒนาคนให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และมีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

**1.4 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม** มีเป้าหมายการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำ เพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง

**1.5 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** มีเป้าหมายสำคัญเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกันทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ

**1.6 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ** มีเป้าหมายสำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐ โดยยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและ

ประโยชน์ส่วนรวม” แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการ ในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันมีสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงาน ให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทัน ต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา

## 2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ได้กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาค ส่วนอย่างยั่งยืน” ภายใต้แนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ (1) ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก (2) มีการเติบโตอย่างมีคุณภาพ (3) มีการเติบโต บนพื้นฐานความเป็นไทย (4) ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชน ทุกภาคส่วน และ (5) มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เพื่อให้ได้บรรลุวิสัยทัศน์ดังกล่าว จึงได้มีการวางแนวทางการพัฒนาแบ่งเป็นช่วงเวลา ในกรอบระยะ 5 ปี โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) มีจุดมุ่งหมาย เพื่อวางรากฐานและแก้ไขปัญหาระดับต้นที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งด้าน คุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร การท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุล ของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่เวลากิจกรรมรูปแบบและกลุ่มนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อม ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศสมัยใหม่ การทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐภาคเอกชน ประชาชนและระหว่าง ประเทศเพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้ไปสู่วิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ จึงได้กำหนด เป้าประสงค์ของการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในทิศทางดังนี้

1. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยว
2. การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล
3. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
4. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย พร้อมกับได้ กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ และเป้าประสงค์ดังกล่าวได้ 5 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

### 3. แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564)

จากวิสัยทัศน์ที่ต้องการให้ “ททท. เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน” ซึ่งสะท้อนความมุ่งมั่น ที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายท่องเที่ยวที่ทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยว ชาวไทยนึกถึง และเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก อีกทั้งยังต้องการผลักดันการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนภายในปี พ.ศ. 2564 นำมาสู่การกำหนดพันธกิจ และวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร ททท. ดังต่อไปนี้

#### 3.1 พันธกิจ

3.1.1 ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3.1.2 ขับเคลื่อนโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้ได้อย่างยั่งยืน

3.1.3 พัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว

3.1.4 พัฒนาให้ ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) ด้านตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย

#### 3.2 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives)

ททท. ได้กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ไว้ 3 ด้าน ที่มีความสอดคล้องกัน และมีสาระสำคัญต่อการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์อย่างเป็นระบบ ดังนี้

3.2.1 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ที่ 1 เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว

มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเน้นส่งเสริมการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Quality Leisure และกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบน (High Value) มากขึ้น ขยายพื้นที่ตลาด และกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ รวมถึงขยายช่วงฤดูการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว ในวันธรรมดาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง Green Season

### 3.2.2 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ที่ 2 สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

มุ่งเน้นความร่วมมือระหว่าง ททท. กับเครือข่ายและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการกระจายพื้นที่และโอกาสทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลทางการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดรองเพื่อเพิ่มรายได้สู่ชุมชนและขยายโอกาสในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยตามแนวคิดของนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศที่ต้องการให้เกิดความสมดุลและความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว

### 3.2.3 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง

มุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กร และลดขั้นตอนการทำงาน เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นำระบบสารสนเทศและนวัตกรรมเข้ามาช่วยเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน เพิ่มศักยภาพของบุคลากร สร้างความผูกพันต่อองค์กร ส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กร และเพิ่มมูลค่าและบริหารจัดการสินทรัพย์ขององค์กร

## 4. แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 ของ ททท. มีเป้าหมายประสงค์ต้องการให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ผ่านการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวประเทศไทยที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า (Value for Experience) และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตจากการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Local Thai Experience) ภายใต้การดำเนินงานบนฐานข้อมูลอย่างมีนวัตกรรม รับฟังความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้ท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ

**4.1 แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ** มุ่งสานต่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก และเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยกลยุทธ์ Thai Unique Local Experience ผ่านแคมเปญ “Amazing Thailand : Open to the New Shades” ภายใต้แผนดำเนินงานหลัก 3 ด้าน ได้แก่

4.1.1 ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพในการใช้จ่าย โดยมุ่งนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับกลาง-บน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนตั้งแต่ 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปีขึ้นไป

4.1.2 เจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย (First Visitor) ด้วยวิธีการตลาดเชิงรุก ทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดเกิดใหม่ (Market Area) และการขยายกลุ่มการตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดี (Segment) ในตลาดขนาดใหญ่ที่มีอยู่เดิม และ

4.1.3 เพิ่มมูลค่าสินค้าการท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า ด้วยการเลือกพื้นที่และบริการทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพื่อสร้างความน่าสนใจของสินค้าการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อการขยายระยะเวลาวันพักและดึงดูดให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกช่วงเวลา (All Year Round Destination) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวนอกเหนือช่วงฤดูการท่องเที่ยว และส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV เพื่อร่วมมือกันทำการตลาดเชื่อมโยงในเส้นทาง AEC Connectivity ผสมผสานการเดินทางสัมผัส Local Experience ในพื้นที่เมืองรองของไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

**4.2 แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ** มุ่งสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strengthen from Within) โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะทำให้คนไทยรักและภาคภูมิใจในประเทศไทย สร้างความต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม และรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย เปลี่ยนมุมมองให้เห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นดีกว่าที่เคย ด้วยการท่องเที่ยว แบบลึกซึ้ง และเข้าถึงผ่านการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น (Local Hero) ที่อนุรักษ์วิถีชีวิต วัฒนธรรมสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยวผ่านแคมเปญ “amazing ไทยเท่” ภายใต้แผนดำเนินงานหลัก 3 ด้าน ได้แก่

4.2.1 กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สอดคล้องกับกลุ่มการตลาดและกลุ่มไลฟ์สไตล์ ผ่านแนวทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค โดยนำเสนอการสร้างแรงบันดาลใจจากการเที่ยว เที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลด้วยความสร้างสรรค์เรื่องราวที่น่าสนใจของภาคเหนือ “Amazing Stories of the North” ปรับภาพลักษณ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีความทันสมัย เท่ และเก๋ไก๋ ด้วยโครงการ “Cool I-san” เจาะกลุ่มศักยภาพสำหรับพื้นที่

ภาคกลางด้วยการสัมผัสประสบการณ์ย้อนอดีตภายใต้โครงการ “Premium Nostalgia : มรดกแห่งสยาม” ตอกย้ำความมีสีสันของภาคตะวันออกและยกระดับภาพลักษณ์ภูมิภาคด้วยกิจกรรมด้าน Gastronomy ที่หรูหราและสร้างสรรค์ ในโครงการ “Luxperience @ ตะวันออก” และแก้ปัญหา นักท่องเที่ยวกระจุกตัวในเมืองหลักด้วยการปรับมุมมองการรับรู้ใหม่ที่ว่าภาคใต้ไม่ได้มีดีแค่ทะเล ผ่านโครงการ “More than You can SEA”

4.2.2 ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รอง โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับ Destination Branding ภายใต้โครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” และ

4.2.3. ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษา และฟื้นฟูทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของท้องถิ่น ด้วยโครงการ “เมืองไทยสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม - ลด โลก เลอะ”

## 5. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2560-2564

จังหวัดกาฬสินธุ์ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดขึ้นมา โดยได้วิเคราะห์ และประเมินสภาพการท่องเที่ยวของจังหวัด ร่วมกับการพิจารณาความเชื่อมโยงของแผนดังกล่าวกับ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาระดับประเทศฉบับต่าง ๆ และแผนพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็น 3 ประการ ได้แก่

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนมีเป้าหมายเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัด ได้รับการพัฒนาฟื้นฟู มีคุณภาพอย่างยั่งยืน อีกทั้งสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวมี คุณภาพมาตรฐาน

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว มีเป้าหมายเพื่อให้โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพมาตรฐาน

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเป้าหมายเพื่อให้ มีการจัดกิจกรรมสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** บูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ ชุมชน และองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น

**ความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม**

ปัจจุบันภาคการท่องเที่ยว (Tourism Sector) เป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญ และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงมาก อีกทั้งยังก่อให้เกิดผลประโยชน์ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องอย่างมากมาย อาทิ การพัฒนาด้านสังคมส่งเสริมการเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป อีกทั้งภาคการท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการที่ดียังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย สำหรับความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดสรุปได้พอสังเขปดังนี้

### 1. ด้านเศรษฐกิจ

ภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเงินหมุนเวียนที่เกิดจากการใช้จ่าย และต่อเนื่องให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวางในทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้ระบุว่ามียุทธศาสตร์พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย อาทิ ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว การขนส่ง โรงแรมและที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การค้าปลีกสินค้า และธุรกิจการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งด้านวัฒนธรรม ด้านกีฬา ตลอดจนกิจกรรมซึ่งเป็นความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เป็นต้น ทั้งนี้ สามารถสรุปประเด็นที่น่าสนใจสำหรับความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ได้ดังนี้

- 1.1 กระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ
- 1.2 สร้างรายได้จากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในวงกว้าง
- 1.3 เป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ
- 1.4 เป็นแหล่งของการจ้างงานภายในประเทศ
- 1.5 มีส่วนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ
- 1.6 มีส่วนช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชน

### 2. ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปกติรูปแบบวิถีชีวิตของคนในสังคมในทุก ๆ สังคม จะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับปัจจัยกระตุ้นจากทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งภาคการท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญอีกประการหนึ่ง โดยผลของการท่องเที่ยวอาจไม่ได้ส่งผลต่อการทำให้วัฒนธรรมของท้องถิ่นต้องเปลี่ยนแปลงอย่างทันทีทันใด แต่อาจค่อย ๆ ซึมซับอย่างช้า ๆ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวสามารถส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อภาคสังคมและวัฒนธรรม

ขณะที่การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ช่วยให้คุณภาพชีวิตของคนในสังคมได้รับการยกระดับให้มีความสะดวกสบายขึ้น ช่วยรักษาวัฒนธรรมวิถีชีวิตท้องถิ่นดั้งเดิมจากความสามารถในการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ให้ความสนใจ ศิลปะวัฒนธรรมรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานศิลปะพื้นบ้าน และการแสดงทางวัฒนธรรม รวมไปถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นโดยตรง ในทางตรงกันข้าม การท่องเที่ยวก็สามารถนำมาซึ่งปัญหาสังคมได้เช่นกัน เช่น ปัญหาเสพติด การค้าประเวณี ตลอดจนการทำผิดรูปแบบประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชน เป็นต้น

สำหรับความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม มีประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

- 2.1 ช่วยให้เกิดการพัฒนาในภูมิภาคที่ห่างไกล
- 2.2 ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชีวิตท้องถิ่นดั้งเดิม
- 2.3 ช่วยกระตุ้นให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้ และพัฒนาคุณภาพชีวิต
- 2.4 ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ
- 2.5 ส่งผลต่อการย้ายกลับมาทำงานในถิ่นฐานเดิม
- 2.6 ช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง

### 3. ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

หากภาคการท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดี ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการช่วยรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กล่าวคือ เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมทำให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นเหตุให้มีการช่วยกันรักษาสภาพภูมิทัศน์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่ใช้ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น อีกทั้งยังสามารถอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวมาสนับสนุนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ ซึ่งถือว่าการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าอีกด้วย

## แนวคิดและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายภาครัฐที่ต้องการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำให้กับประชาชนภายในประเทศโดยหวังให้การท่องเที่ยวเมืองรองเป็นกลไกที่ช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนสร้างรากฐานที่แข็งแกร่ง นำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม อีกทั้งยังเป็นการแก้ปัญหา ในเมืองหลักที่สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ไม่สามารถรองรับได้อย่างเพียงพอ ทั้งนี้ นอกจากการท่องเที่ยวเมืองรองจะเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับ



นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนแล้ว ยังสามารถสร้างการเรียนรู้ให้กับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวของเมืองรองนั้น อีกด้วย อาทิ การเรียนรู้การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ไปจนถึงการเป็น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ซึ่งทำให้ชาวชุมชนได้มีโอกาสเผยแพร่เรื่องราวในพื้นที่ของตนเองได้โดยตรงอีกด้วย

ในปี พ.ศ. 2561 รัฐบาลได้ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 335 ตามความในประมวล รัชฎากรณ์ว่าด้วยการยกเว้นรัชฎากรณ์ ให้สิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นเงิน 15,000 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ออกเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง 55 จังหวัด ระหว่างวันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม พ.ศ. 2561

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้พัฒนาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง มาโดยตลอด ซึ่งมีมาตรการสนับสนุนอย่างรอบด้าน เพื่อส่งเสริมให้มีการกระจายนักท่องเที่ยวและ การใช้จ่ายเข้าสู่เมืองรองอีกทั้งยังต้องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เกิดการใช้จ่าย ในชุมชนท้องถิ่นให้มากขึ้นโดยเน้นการนำเสนอสินค้าท่องเที่ยวในลักษณะเติมเต็มประสบการณ์ สนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน อาทิ การชิมอาหารท้องถิ่น ร่วมทำกิจกรรมพื้นบ้าน เที่ยวชม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามฤดูกาล แหล่งท่องเที่ยวห้ามพลาด สถานที่สำคัญทางศาสนา และแหล่งเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตโดยชุมชน เป็นต้น

ทั้งนี้ ททท. ได้ริเริ่มดำเนินการแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างหลากหลาย และต่อเนื่อง อาทิ แคมเปญ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” (พ.ศ. 2557) ซึ่งเป็นการคัดสรร 12 เมือง ทางเลือกจาก 5 ภูมิภาคทั่วประเทศเชื่อมโยงท่องเที่ยวกับเมืองหลักเดิม และต่อมาขยายเป็น “12 เมือง ต้องห้าม...พลาด Plus” (พ.ศ.2558) โดยได้เพิ่มจังหวัดที่น่าสนใจที่มีเอกลักษณ์และเรื่องราวไป ในแนวทางเดียวกันอีก 12 จังหวัด ซึ่งมีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างกัน

สำหรับปี พ.ศ. 2561 ททท. ได้จัดแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local” หรือ “เที่ยวท้องถิ่นไทยชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” มีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายโอกาสในเชิงพื้นที่ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชนอีกทั้งยังเป็นการกระจายโอกาสในเชิงรายได้ จากการท่องเที่ยวให้ลงสู่เศรษฐกิจฐานรากและคาดว่าจะสร้างบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยว ไปยังเมืองรองและชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยแคมเปญนี้แบ่งเป็น 7 กิจกรรม ได้แก่

**1. Enjoy Local** เที่ยวชุมชนได้ลุ้นได้แต้มเป็นการร่วมมือกับพันธมิตรใช้ประโยชน์ จากฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ Google Local Guide เพื่ออำนวยความสะดวก ในการจัดการวางแผนการทั่วประเทศได้ด้วยตัวเองสร้างแรงจูงใจให้มีการใช้จ่ายและท่องเที่ยว ในชุมชนและเมืองรอง ผ่าน e-Coupon ซึ่งสามารถใช้เป็นส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าและบริการตลอด เส้นทางท่องเที่ยวไปยังชุมชนและเมืองรองหรือการสะสมแต้ม (TAT point) ผ่านแอปพลิเคชัน

โทรศัพท์มือถือเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการแลกรางวัลเดินทางท่องเที่ยวชิงโชค หรือสะสมไมล์กับสายการบินในประเทศ

**2. SET in the Local** กระตุ้นกลุ่มตลาด MICE ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการประชุมและ สัมมนา โดยการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ในชุมชนและเมืองรองรับการเดินทางในวันธรรมดา โดยการประสานกับหน่วยงานที่ต้องการทำกิจกรรมในพื้นที่ชุมชน เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นต้น

**3. Local Link** เน้นความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวหรือตัวแทนได้รับสิทธิพิเศษ เช่น สนับสนุนค่าอาหาร เมื่อเสนอขายรายการเที่ยวเมืองรองหรือมีรายการเที่ยวเมืองหลักพ่วงเมืองรองอีกทั้งรวบรวมและคัดกรองชุมชนทั่วประเทศที่มีศักยภาพพร้อมขยายรวมไปถึงการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเมืองรองหลากหลายรูปแบบด้วยการกำหนดบุคลิกของเส้นทางให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ เส้นทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เส้นทางจักรยาน เส้นทางท่องเที่ยวเลาะชายแดนรวมถึงการออกแบบเส้นทางใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น เส้นทางงานฝีมือ เกษตรกรรม ผงูภัย ธรรมชาติ วิถีชีวิต และอาหาร เป็นต้น

**4. Eat Local** ประชาสัมพันธ์อาหารถิ่น (Localicious) ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นผ่านกิจกรรม Eat Local Week ในทุกภาคทั่วประเทศพร้อมทั้งร่วมมือกับพันธมิตรจัดให้มีการขายรายการนำเที่ยวประเภท Local Food Tours การเยี่ยมชมแหล่งผลิต และแหล่งวัตถุดิบด้านอาหาร ตลอดจนสร้างแคมเปญสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายเพื่อรับสิทธิพิเศษ เช่น ชิงรางวัลรับประทานอาหารในร้านที่ได้ดาวมิชลิน เป็นต้น

**5. Our Local** สร้างสรรค์และสนับสนุนการจัดกิจกรรมชุมชน (Community Events) บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยกระจายให้มีการจัดกิจกรรมลักษณะดังกล่าวในทุกพื้นที่อย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าท้องถิ่น อีกทั้งยังให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมโดยกระจายจากเมืองหลักสู่เมืองรองในทุกพื้นที่ ซึ่งรวมไปถึงกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในเทศกาลงานประเพณีประจำท้องถิ่นด้วย

**6. Local Heroes-Towards GSTC (Global Sustainable Tourism Council) และ B2D (Business to Digital)** กิจกรรม Mobile Clinic เพื่อการพัฒนาคนสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนจากองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางภูมิทัศน์และการแข่งขันในอนาคต

**7. Local Strength** สร้างความร่วมมือเชิงบูรณาการทั้งกับภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งในโซ่อุปทาน และสินค้าพร้อมขาย มีการพัฒนาวิธีการท่องเที่ยวอย่าง

สร้างสรรค์ (Creative Tourism) สนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวโดยเน้นการส่งเสริมการขายเข้าเมืองรอง

นอกจากนี้ ททท. ยังได้ส่งเสริมด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยการประเมินศักยภาพของเมืองรองในการรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งได้แบ่งเมืองรองออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

**Tier 1** จังหวัดที่มีความพร้อมแบบเที่ยวได้และพักแรมได้ เช่น น่าน นครศรีธรรมราชบุรี สมุทรสงคราม และเลย เป็นต้น ซึ่งมีความพร้อมทั้งที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวโดยในพื้นที่ดังกล่าวหลายจังหวัดมีท่าอากาศยานของตัวเอง

**Tier 2** จังหวัดที่ควรส่งเสริมให้เที่ยวและพักแรมมีที่พักที่ได้มาตรฐานแต่คนยังไม่ใช้บริการอย่างเต็มที่ เช่น สตูล พัทลุง อุบลราชธานี นครพนม อุตรธานี พิษณุโลก สุโขทัย และแม่ฮ่องสอน เป็นต้น

**Tier 3** จังหวัดที่ควรส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับเนื่องจากยังมีข้อจำกัดด้านที่พักและสนามบิน โดยพยายามเปลี่ยนให้เป็นจังหวัดสร้างสรรค์

อีกทั้งยังได้ทำการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกระจายการเดินทางจากเมืองหลักเข้าสู่เมืองรองในลักษณะ Local Link 3 รูปแบบ ภายใต้ชื่อ ABC ได้แก่ **A-Additional** เส้นทางจากเมืองหลักสู่เมืองรอง อาทิ เชียงใหม่-ลำพูน / เชียงใหม่-ลำปาง / ขอนแก่น-อุดรธานี-หนองคาย / กระบี่-ตรัง **B - Brand New** เส้นทางท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพ อาทิ เชียงราย แม่ฮ่องสอน และอุบลราชธานี และ **C - Combination** เส้นทางท่องเที่ยวจากเมืองรองสู่เมืองรอง อาทิ อุตรธานี-เลย / อุตรธานี-บึงกาฬ / นครราชสีมา-ยะลา-ปัตตานี เป็นต้น

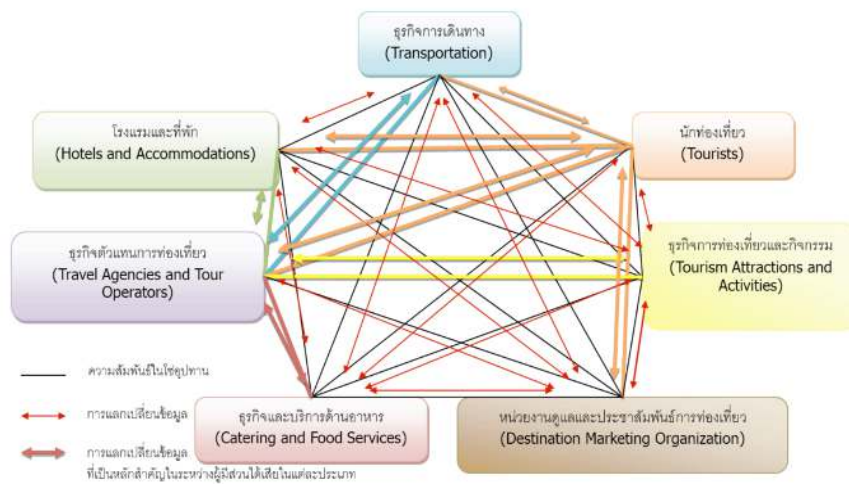
## โซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

ภาคการท่องเที่ยวประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะเพียงที่พัก การเดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยองค์ประกอบอื่น ๆ ที่สนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวด้วย อาทิ ร้านอาหาร บาร์ โรงงานทำอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมกระทั่งถึงหน่วยงานรับผิดชอบด้านสาธารณสุขโรค หรือแม้แต่โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้อาจไม่ได้มีความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยตรง แต่อาจมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเองก่อนที่จะถึงนักท่องเที่ยวส่งผลให้ลักษณะของอุปทานในภาคการท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากอุปทานของอุตสาหกรรมอื่น เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นภาคการผลิตหรือภาคการบริการอย่างชัดเจนแต่เป็นการผสมผสาน

ผลิตภัณฑ์ระหว่างสินค้ากับบริการ จึงทำให้โซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วยผู้ผลิตและผู้ให้บริการที่หลากหลาย และมีการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างมาก

โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมและผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวจนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการเดินทางท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถทำงานสอดประสานกัน (Collaboration) ได้อย่างลงตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน โดยสามารถแสดงได้ตามรูปต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2-1 โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทย



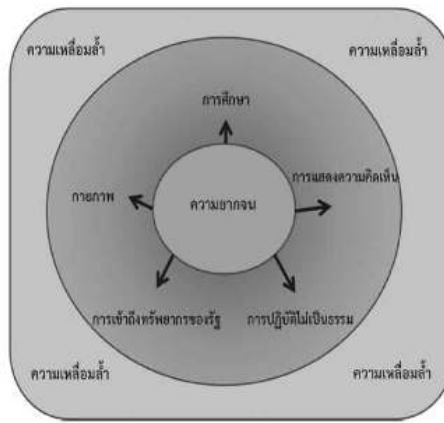
ที่มา : ศรีสมรัก อินทจันทร์ยง. “การศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย”.

### ประเด็นความเหลื่อมล้ำ และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ความเหลื่อมล้ำเป็นสาเหตุของอีกหลากหลายปัญหาในสังคมไทยไม่ว่าจะจะเป็นปัญหาเศรษฐกิจ สังคมรวมทั้งปัญหาการเมืองสำหรับประเทศไทย ความเหลื่อมล้ำนับเป็นปัญหาที่เรื้อรัง และหากไม่มีการแก้ไขอย่างจริงจังคาดว่าสังคมไทยจะยังคงเผชิญกับปัญหานี้อย่างรุนแรงต่อไปในอนาคต อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาความเหลื่อมล้ำของประเทศไทยพบว่า ปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้เป็นปัญหาที่ถูกพิจารณาถึงเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นต้นเหตุของปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านอื่น ๆ อาทิ ความเหลื่อมล้ำทางสังคม ซึ่งส่วนหนึ่งมีผลต่อเนื่องมาจากความยากจนเนื่องจากผู้ที่มีความยากจนจะเป็นผู้ที่มีคุณภาพ

ชีวิตต่ำกว่าระดับมาตรฐาน อีกทั้งมีความจำเป็นที่จะต้องมุ่งทำงานเพื่อหารายได้เลี้ยงตนเองและครอบครัว ทำให้ยากที่จะมีการศึกษาที่ดี อีกทั้งยังมีปัญหาในการเข้าถึงทรัพยากรของรัฐ เหล่านี้ล้วนเกิดจากปัญหาความยากจนเป็นหลักที่นำมาสู่ปัญหาความเหลื่อมล้ำในด้านอื่น ๆ อีกซึ่งสามารถแสดงให้เห็นได้ในแผนภาพที่ 2-2 ต่อไปนี้

### แผนภาพที่ 2-2 ปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้



ที่มา : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2554

### แนวทางการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ

จากรายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำในประเทศไทยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560 ได้ระบุว่าความยากจนและความเหลื่อมล้ำเป็นปัญหาที่ไม่สามารถแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาดได้ เนื่องจากความยากจนเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำขึ้นในสังคม ขณะเดียวกันความเหลื่อมล้ำที่มากส่งผลให้การกระจายผลตอบแทนหรือโอกาสมีความแตกต่างกัน และนำไปสู่ปัญหาความยากจนได้ ดังนั้นแนวทางการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาก็จำเป็นต้องทำควบคู่กันไป โดยสามารถแบ่งแนวทางการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ ได้ดังต่อไปนี้

1. การส่งเสริมการมีงานทำ เนื่องจากการมีงานทำเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้คนยากจนสามารถหลุดพ้นจากปัญหาความยากจนได้ อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมได้อีกด้วย โดยมีแนวทางสำคัญ ได้แก่ (1) การพัฒนาทักษะแรงงาน (2) การส่งเสริมการจ้างผู้สูงอายุ (3) การส่งเสริมให้มีโครงสร้างค่าจ้างที่สอดคล้องกับความสามารถและประสบการณ์ (4) การส่งเสริมการเพิ่มมูลค่า

สินค้าเกษตร และ (5) การจัดหาแหล่งทุนให้เกษตรกรรายย่อยมีทุนในการพัฒนาและยกระดับเป็นผู้ประกอบการ

2. การส่งเสริมการมีที่ดินทำกิน โดยการกำหนดมาตรการเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากที่ดินอย่างเป็นธรรม เพื่อให้ผู้มีรายได้น้อยเข้าถึงการใช้ประโยชน์ที่ดินได้อย่างเป็นธรรมและมีที่อยู่อาศัยอย่างมั่นคง

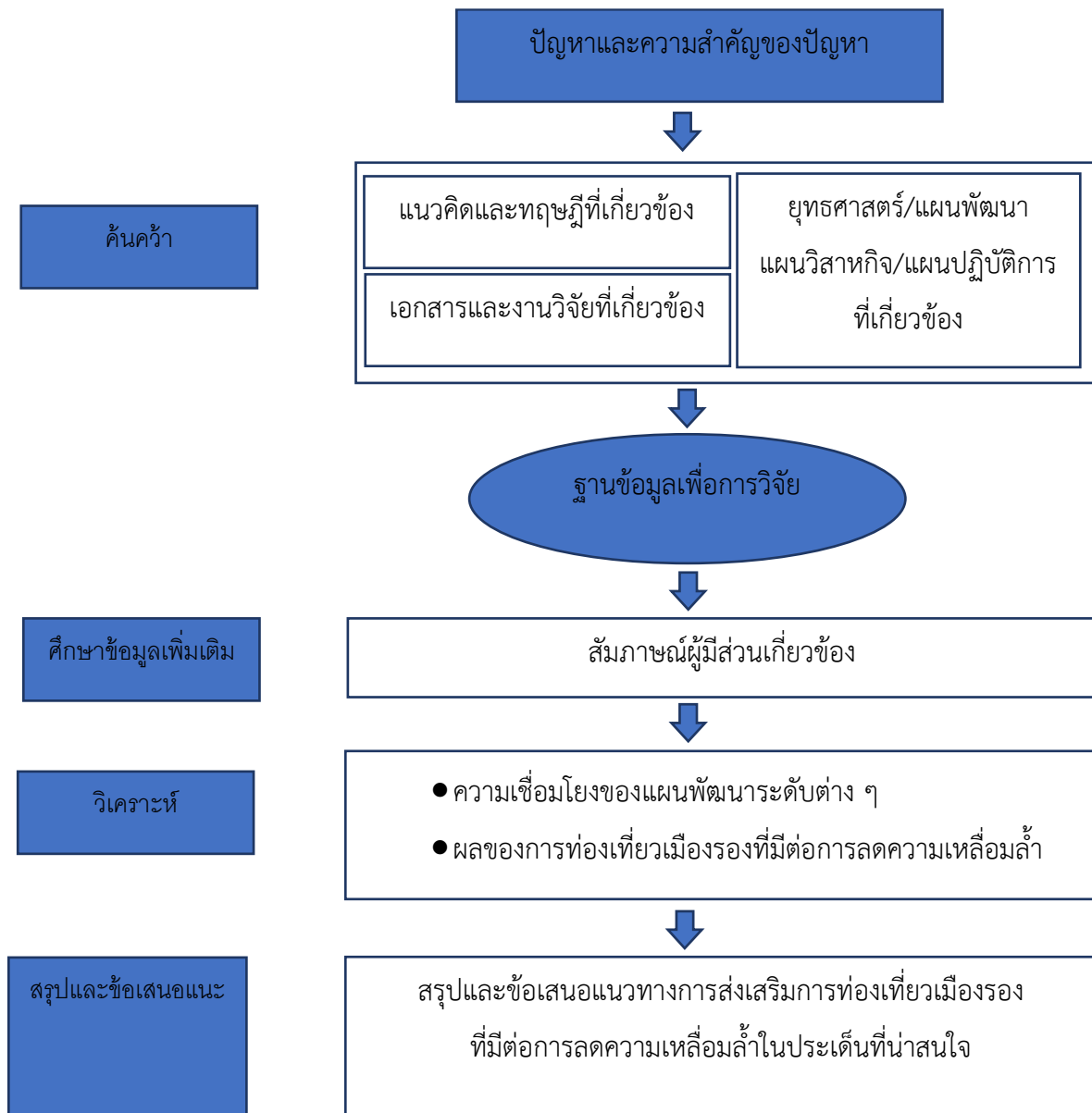
3. ด้านสวัสดิการ โดยการจัดให้มีสวัสดิการที่ตอบสนองต่อปัญหาของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง ประกอบด้วย (1) การพัฒนาระบบสวัสดิการ หลักประกันทางสังคม และหลักประกันทางเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพและคุ้มค่า (2) การกระจายบริการสาธารณสุขอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ และ (3) เน้นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

4. ด้านกฎหมาย พัฒนากฎระเบียบที่เอื้อประโยชน์ต่อคนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม โดยมีแนวทาง (1) ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค และ (2) ปฏิรูประบบภาษี โดยกำหนดมาตรการเพื่อสร้างความเสมอภาค และกำหนดเป้าหมายการจัดเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมเพื่อนำไปใช้ในการจัดบริการที่ชัดเจน

5. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากการกระจายโครงสร้างพื้นฐานเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการทรัพยากรเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์ที่ดินลดการกระจายตัวของเมือง ปกป้องพื้นที่เกษตรกรรมส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจและกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของแหล่งงานและการจ้างงาน

## กรอบแนวคิดของการวิจัย

แผนภาพที่ 2-3 กรอบแนวคิดของการวิจัย



## สรุป

รัฐบาลได้จัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีเป้าหมายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้ประเทศไทย บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนา ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน จากการมีส่วนร่วมของ ทุกภาคส่วนในรูปแบบ “ประชารัฐ” ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจต่างนำยุทธศาสตร์ชาติ มาเป็นกรอบในการจัดทำแผนพัฒนา และ/หรือ แผนปฏิบัติการในส่วนงานที่ตนรับผิดชอบ

สำหรับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และหน่วยงานรับผิดชอบระดับจังหวัด ได้มีการจัดทำแผนพัฒนา แผนกลยุทธ์ และ/หรือ แผนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในกรอบที่ตนมีหน้าที่รับผิดชอบ การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาความเชื่อมโยง และความสอดคล้องของ ยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจนแผนพัฒนาในแต่ละระดับที่นำไปสู่เป้าประสงค์อย่างเดียวกัน โดยใช้กลยุทธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นกรณีศึกษา

การลดความเหลื่อมล้ำจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เป็นประเด็นสำคัญ ที่มีการระบุถึงจากแผนพัฒนาระดับต่าง ๆ อย่างชัดเจน โดยยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ได้มีการกำหนดประเด็นการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มีเป้าหมายต้องการลดความเหลื่อมล้ำ โดยใช้ความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญ และกำหนดเป้าหมายต้องการ ให้ประเทศไทยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูด นักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้าน การท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทยสอดคล้องกับแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) กำหนดวิสัยทัศน์ให้ “ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” ตลอดจนแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งได้ระบุไว้ในแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2560 – 2564) และแผนปฏิบัติการส่งเสริม



การท่องเที่ยวประจำปี 2562 โดยต้องการให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนียม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยนึกถึงและเลือกมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก มีการเพิ่มรายได้ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สมดุล และทั่วถึง ผ่านการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวประเทศไทยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า (Value for Experience) และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตจากการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Local Thai Experience) ภายใต้การดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ขณะที่จังหวัดกาฬสินธุ์ก็มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด (พ.ศ. 2560 – 2564) กำหนดยุทธศาสตร์ไปในแนวทางเดียวกัน โดยต้องการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น ภายใต้การบูรณาการจัดการอย่างเป็นระบบ

ภาคการท่องเที่ยวนับว่ามีความสำคัญต่อทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ สำหรับด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยยกระดับรายได้ของประชาชนเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ เป็นแหล่งที่มาของรายได้จากต่างประเทศ อีกทั้งยังสร้างรายได้ให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องได้ในวงกว้าง ขณะที่ด้านสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น กระตุ้นให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีความเข้มแข็งมากขึ้น และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ หากมีการบริหารจัดการที่ดี ภาคการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จากคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับ ส่งผลกระทบด้านความต้องการอนุรักษ์เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมดังกล่าวอย่างยั่งยืนต่อไป

สำหรับประเด็นด้านการลดความเหลื่อมล้ำ ซึ่งเป็นปัญหาที่ไม่สามารถแยกออกจากความยากจน ภาคการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้จากผลต่อระบบเศรษฐกิจที่ช่วยให้เกิดรายได้ และส่งเสริมการมีงานทำ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการแก้ไขปัญหาความยากจน อีกทั้งการที่ภาคการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ และทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งยังเป็นประเด็นสำคัญในการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านสังคมอีกด้วย

ทั้งนี้ ภาคการท่องเที่ยวยังมีความเกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรม และภาคส่วนอื่นอีกมาก หากพิจารณาจากโซ่อุปทาน (Supply Chain) จะพบว่ามีกลุ่มอุตสาหกรรมและภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 6 กลุ่ม ได้แก่ (1) ธุรกิจการเดินทาง (Transportation) (2) โรงแรมและที่พัก (Hotels and Accommodations) (3) ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (Travel Agencies and Tour Operators)

(4) ธุรกิจและบริการด้านอาหาร (Catering and Food Services) (5) ธุรกิจการท่องเที่ยวและ  
กิจกรรม (Tourism Attractions and Activities) และ (6) หน่วยงานดูและประชาสัมพันธ์  
การท่องเที่ยว (Destination Marketing Organization)

## บทที่ 3

# แผนยุทธศาสตร์และการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ

## ความเชื่อมโยงของแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวต่อประเด็นการลด ความเหลื่อมล้ำ

แผนยุทธศาสตร์ทุกระดับของประเทศไทยในปัจจุบันต่างให้ความสำคัญต่อประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำ ที่สำคัญที่สุดคือ ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580) ซึ่งถือเป็นแผนแม่บทของการพัฒนาประเทศ ได้ระบุประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำไว้ใน “ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน” ที่แม้ว่ายุทธศาสตร์ด้านนี้จะมุ่งเน้นเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งระบบเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน และส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้ และในขณะเดียวกันการพัฒนาดังกล่าวจะต้องส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำลดลงด้วย โดยประเด็นยุทธศาสตร์ด้านนี้ประกอบด้วย (1) การเกษตรสร้างมูลค่า (2) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต (3) สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว (4) โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก และ (5) พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

สำหรับแผนยุทธศาสตร์หลักด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญฉบับอื่น ๆ ได้แก่ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564) ซึ่งต่างก็มีการระบุประเด็นด้านการลดความเหลื่อมล้ำไว้เช่นกัน

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการลดความเหลื่อมล้ำไว้ตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” ภายใต้แนวคิดการพัฒนา 5 องค์กรประกอบ ได้แก่ (1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก (2) การเติบโตอย่างมีดุลยภาพ (3) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย (4) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน และ (5) การพัฒนาอย่างยั่งยืน

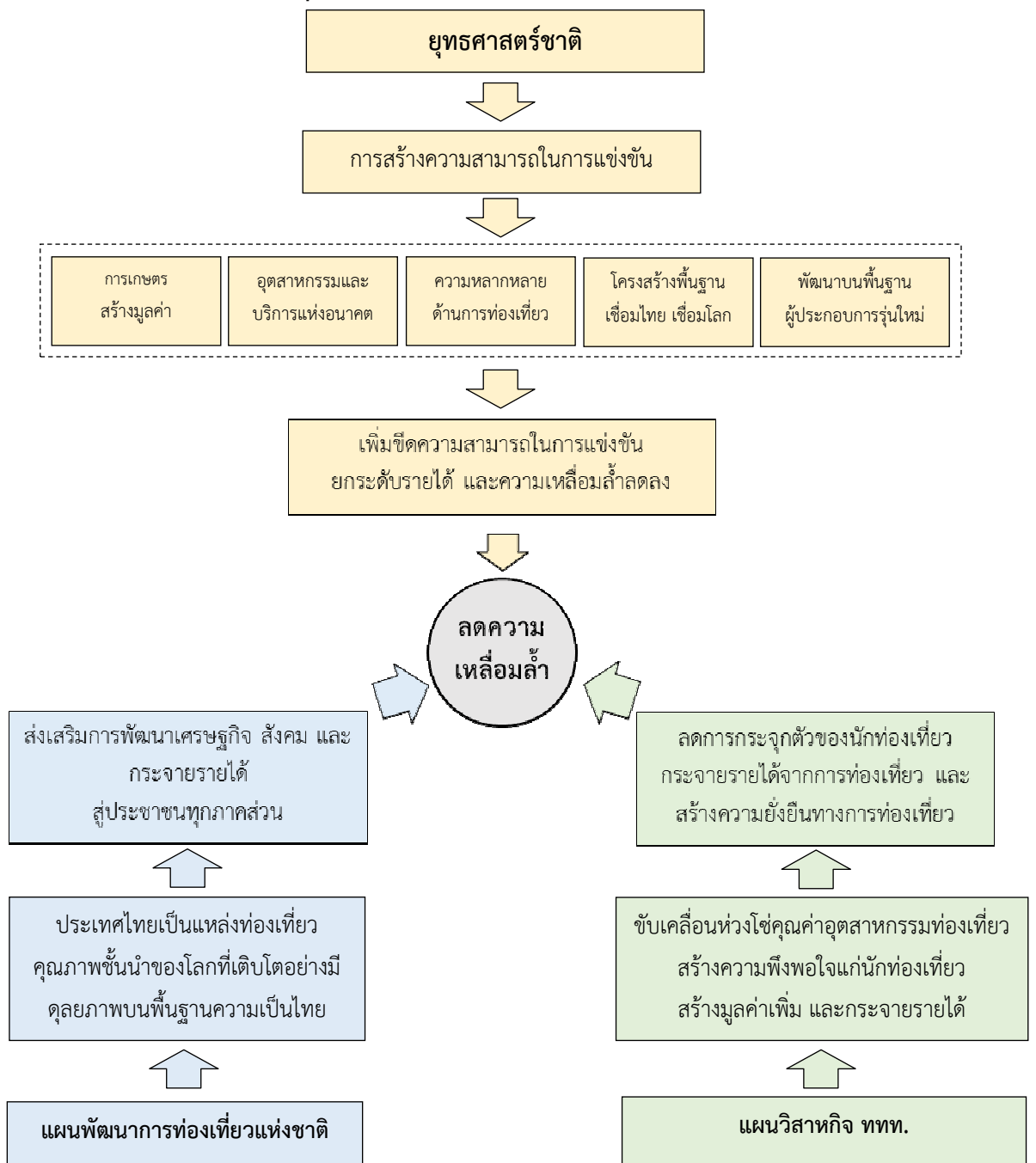
สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้มีการกล่าวถึงประเด็นเกี่ยวกับการลดความเหลื่อมล้ำไว้ในพันธกิจสำคัญ “ขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้

อย่างยั่งยืน” อีกทั้งวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวยังได้ระบุเพิ่มเติมด้วยว่า เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม ททท. ต้องมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ในมิติด้านสังคม ซึ่งได้แก่ การลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวรอง สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าวิถีไทย และการท่องเที่ยวชุมชน

สำหรับความเชื่อมโยงของแผนพัฒนาในระดับต่าง ๆ ต่อประเด็นด้านการลดความเหลื่อมล้ำ สามารถแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้นด้วยแผนภูมิภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 3-1

ความสัมพันธ์ระหว่างแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดความเหลื่อมล้ำ



## แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

### 1. ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580)

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์ชาตินี้ ต้องการรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศในการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย โดยการใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ ใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด การดูแลความปลอดภัย และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการและผู้สูงอายุ การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจต่อเนื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยคำนึงถึงศักยภาพของแต่ละพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศ และทรัพยากรที่เอื้อต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน และพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค เพื่อการเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างประทับใจ ตลอดจนการท่องเที่ยวจนเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและแนะนำต่อ

### 2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้ ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม

รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ชุมชน อีกทั้งยังต้องเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และระหว่างประเทศ โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ (1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก (2) มีการเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างมีดุลยภาพระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ และส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น (3) มีการเติบโตบนพื้นฐานของความเป็นไทย (4) ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกระดับ และ (5) เป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### 3. แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560 - 2564)

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฉบับนี้ ได้มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนในวิสัยทัศน์ซึ่งสะท้อนความมุ่งหมายของ ททท. ที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ส่งเสริมให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยนึกถึง และเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ ของโลก อีกทั้งยังต้องการผลักดันการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนภายในปี 2564 ผ่านวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประการ ได้แก่ (1) เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว ทั้งจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวไทย โดยเน้นส่งเสริมการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Quality Leisure และกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบน (High Value) ขยายพื้นที่ตลาดและกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ รวมถึงขยายช่วงฤดูทางการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา และส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง Green Season (2) สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการกระจายพื้นที่ และโอกาสทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลทางการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง เพิ่มรายได้สู่ชุมชนและขยายโอกาสในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย และ (3) พัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง มุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการภายใน และลดขั้นตอนการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### 4. แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แนวคิดด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหัวใจของแผนปฏิบัติการนี้ระบุว่า ต้องการให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สมดุลและทั่วถึงผ่านการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า (Value for Experience) และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตจากการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Local Thai Experience) ภายใต้การดำเนินงานบนฐานข้อมูลอย่างมีนวัตกรรม รับฟังความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้ท้องถิ่น

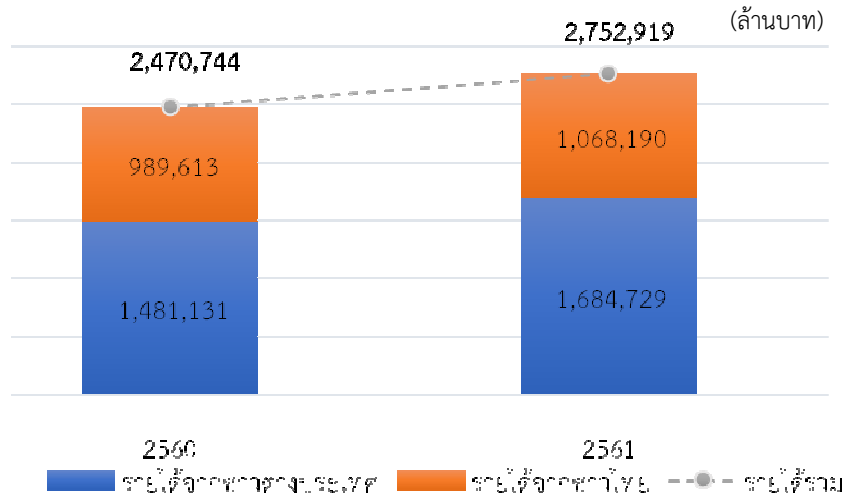
### 5. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

แนวคิดด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ มีการระบุไว้ในประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยต้องการ (1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ทั้งแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัด และสินค้าที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว (2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพมาตรฐาน (3) สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด และ (4) บูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ผ่านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

### สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2561 ก่อให้เกิดรายได้มูลค่ารวมกว่า 2.75 ล้านล้านบาท เติบโตจากปี พ.ศ.2560 ซึ่งมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.47 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.42 แบ่งเป็นรายได้จากชาวต่างประเทศ 1.68 ล้านล้านบาท (เติบโตร้อยละ 13.75) และรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวไทย 1.07 ล้านล้านบาท (เติบโตร้อยละ 7.94)

**แผนภาพที่ 3-2 รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย  
เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561**



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2561

เมื่อพิจารณารายได้จากการท่องเที่ยวจำแนกระหว่างเมืองหลักและเมืองรอง 55 จังหวัด ในปี พ.ศ.2561 พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในเมืองหลัก 22 จังหวัด<sup>1</sup>มีมูลค่ารวมกันสูงถึง 2.49 ล้านล้านบาท ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด<sup>2</sup> มีมูลค่ารวมกันเพียง 0.27 ล้านล้านบาทเท่านั้น โดยสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างเมืองหลักและเมืองรองแสดงได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

- เมือง **แผนภาพที่ 3-3 รายได้จากการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2561** กรุงเทพฯ ชลบุรี ภูเก็ต นครราชสีมา เชียงใหม่ กาญจนบุรี นครปฐม สมุทรปราการ สระบุรี ฉะเชิงเทรา นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรสาคร (เรียงตามจำนวนนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมเยือน)
- เมืองรองหมายถึงเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวต่ำกว่า มีอยู่ทั้งสิ้น 55 จังหวัด กระจายอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ได้แก่ภาคเหนือ 16 จังหวัด- เชียงราย พิจิตร พิษณุโลก ตาก เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ สุโขทัย ลำพูน อุตรดิตถ์ ลำปาง แม่ฮ่องสอน พิจิตร แพร่ น่าน กำแพงเพชร อุทัยธานี และพะเยาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัด- อุตรธานี อุบลราชธานี หนองคาย เลย มุกดาหาร บุรีรัมย์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ สกลนคร นครพนม ร้อยเอ็ด มหาสารคาม บึงกาฬ กาฬสินธุ์ ยโสธร หนองบัวลำภู และอำนาจเจริญภาคตะวันออก 5 จังหวัด- สระแก้ว ตราด จันทบุรี ปราจีนบุรี และนครนายกภาคกลาง 7 จังหวัด- ลพบุรี สระบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และสิงห์บุรี และภาคใต้ 0 จังหวัด- นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล





ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา “สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2561”

สำหรับเมืองหลักที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี กระบี่ และเชียงใหม่ ขณะที่เมืองรองที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ เชียงราย ตราด นครศรีธรรมราช อุตรธานี และตรัง โดยสถานการณ์ท่องเที่ยวรายจังหวัด จำแนกตามเมืองหลัก และเมืองรองมีรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3-1 สถานการณ์ท่องเที่ยวรายจังหวัด (เมืองหลัก) ปี พ.ศ. 2561

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชม (คน)			รายได้จากผู้เยี่ยมชม (ล้านบาท)		
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม
กรุงเทพมหานคร	40,348,164	24,257,756	64,605,920	369,790	681,329	1,051,119
ภูเก็ต	4,054,396	10,328,952	14,383,348	52,759	424,565	477,324
ชลบุรี	8,588,391	9,765,836	18,354,227	54,005	218,431	272,436
กระบี่	2,521,416	4,382,074	6,903,490	39,843	78,834	118,676
เชียงใหม่	7,592,159	3,252,594	10,844,753	66,363	41,650	108,013
สุราษฎร์ธานี	2,398,376	3,705,783	6,104,159	18,620	85,884	104,504
สงขลา	4,609,816	3,025,562	7,635,378	33,749	34,348	68,097
พังงา	1,404,719	3,567,737	4,972,456	6,322	45,592	51,915
ประจวบคีรีขันธ์	5,941,320	1,236,250	7,177,570	28,923	14,064	42,988
ระยอง	7,115,312	556,700	7,672,012	31,895	5,129	37,024
เพชรบุรี	8,515,431	549,188	9,064,619	26,916	4,737	31,653
กาญจนบุรี	8,902,751	489,706	9,392,457	24,857	2,281	27,138
นครราชสีมา	9,787,780	201,798	9,989,578	24,441	900	25,341
พระนครศรีอยุธยา	6,153,084	2,044,341	8,197,425	12,651	6,068	18,719
ขอนแก่น	5,128,495	79,292	5,207,787	16,705	312	17,018

ตารางที่ 3-1 สถานการณ์ท่องเที่ยวรายจังหวัด (เมืองหลัก) ปี พ.ศ. 2561 (ต่อ)

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชม (คน)			รายได้จากผู้เยี่ยมชม (ล้านบาท)		
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม
สระบุรี	4,265,330	105,868	4,371,198	6,642	213	6,855
สมุทรปราการ	2,180,090	1,190,310	3,370,400	3,436	3,221	6,656
นครปฐม	3,990,940	126,818	4,117,758	5,738	276	6,015
ฉะเชิงเทรา	3,395,283	32,070	3,427,353	4,947	60	5,007
นนทบุรี	2,435,350	229,256	2,664,606	3,815	554	4,369
ปทุมธานี	1,516,051	603,097	2,119,148	2,089	1,354	3,443
สมุทรสาคร	1,562,552	4,430	1,566,982	2,640	8	2,648
<b>รวม</b>	<b>142,407,206</b>	<b>69,735,418</b>	<b>212,142,624</b>	<b>837,147</b>	<b>1,649,812</b>	<b>2,486,958</b>

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. "สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2561"

ตารางที่ 3-2 สถานการณ์ท่องเที่ยวรายจังหวัด (เมืองรอง) ปี พ.ศ. 2561

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชม (คน)			รายได้จากผู้เยี่ยมชม (ล้านบาท)		
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม
เชียงราย	3,011,546	620,699	3,632,245	21,901	6,647	28,548
ตราด	1,637,365	528,811	2,166,176	11,089	8,037	19,126
นครศรีธรรมราช	3,879,559	93,189	3,972,748	16,724	413	17,136
อุดรธานี	3,566,060	160,226	3,726,286	10,157	629	10,787
ตรัง	1,393,840	202,817	1,596,657	8,117	1,799	9,916
สตูล	1,355,145	176,155	1,531,300	8,197	905	9,101
พิษณุโลก	3,121,693	216,741	3,338,434	7,655	822	8,477
จันทบุรี	2,391,177	95,288	2,486,465	7,936	534	8,469
อุบลราชธานี	3,102,407	153,584	3,255,991	7,385	605	7,990
ชุมพร	1,436,799	117,300	1,554,099	6,830	788	7,618
เพชรบูรณ์	2,335,204	25,999	2,361,203	7,461	96	7,556
นครนายก	3,027,730	29,350	3,057,080	7,391	107	7,498
ตาก	2,178,300	43,590	2,221,890	6,953	179	7,131
สระแก้ว	1,955,806	284,613	2,240,419	6,129	723	6,852
ลพบุรี	3,555,029	21,353	3,576,382	5,772	44	5,816
หนองคาย	2,149,002	618,608	2,767,610	4,788	843	5,631
สุพรรณบุรี	3,280,933	28,828	3,309,761	5,544	63	5,607
ปราจีนบุรี	1,562,966	105,422	1,668,388	4,594	482	5,077
แม่ฮ่องสอน	765,089	239,878	1,004,967	3,030	1,951	4,981

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (คน)			รายได้จากผู้เยี่ยมเยือน (ล้านบาท)		
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม
ระนอง	966,915	58,229	1,025,144	4,303	403	4,706
เลย	2,201,781	40,787	2,242,568	4,451	128	4,578
บุรีรัมย์	ตารางที่ 3-2 สถานการณ์ท่องเที่ยวรายจังหวัด (เมืองรอง) ปี พ.ศ.2561 (ต่อ)					4,247
ลำปาง	1,180,000	111,730	1,291,730	3,669	534	4,203
ราชบุรี	2,186,597	66,108	2,252,705	4,046	152	4,198
นครสวรรค์	1,863,105	42,261	1,905,366	3,816	83	3,900
สุโขทัย	1,052,316	383,672	1,435,988	2,576	1,142	3,718
พัทลุง	1,667,649	16,911	1,684,560	3,445	44	3,489
มุกดาหาร	1,901,150	184,334	2,085,484	3,098	371	3,469
ยะลา	148,451	535,125	683,576	549	2,894	3,443
นราธิวาส	271,440	417,008	688,448	1,035	2,103	3,138
สุรินทร์	1,340,741	44,463	1,385,204	2,905	121	3,026
สมุทรสงคราม	1,988,302	50,771	2,039,073	2,933	79	3,012
น่าน	917,727	21,513	939,240	2,568	98	2,666
สกลนคร	1,302,852	5,430	1,308,282	2,319	15	2,334
อุดรดิตถ์	1,045,665	8,651	1,054,316	2,191	15	2,206
ชัยภูมิ	1,789,163	10,155	1,799,318	2,179	23	2,202
นครพนม	1,043,681	87,460	1,131,141	1,989	118	2,107
ศรีสะเกษ	1,511,917	20,199	1,532,116	2,031	53	2,084
แพร่	776,963	67,006	843,969	1,506	183	1,690
กำแพงเพชร	743,899	23,071	766,970	1,567	50	1,616
ลำพูน	1,116,482	50,666	1,167,148	1,521	72	1,594
พิจิตร	882,267	5,705	887,972	1,476	11	1,487
ร้อยเอ็ด	932,313	6,437	938,750	1,449	13	1,463
อุทัยธานี	772,919	6,658	779,577	1,373	18	1,392
พะเยา	622,443	26,677	649,120	1,338	42	1,380
ชัยนาท	854,237	4,531	858,768	1,306	8	1,314
กาฬสินธุ์	722,687	3,907	726,594	1,157	9	1,166
มหาสารคาม	715,095	9,808	724,903	1,132	18	1,150
ปัตตานี	286,621	2,492	289,113	1,090	11	1,101
บึงกาฬ	594,757	6,776	601,533	1,034	13	1,047
อ่างทอง	779,013	32,707	811,720	950	36	986

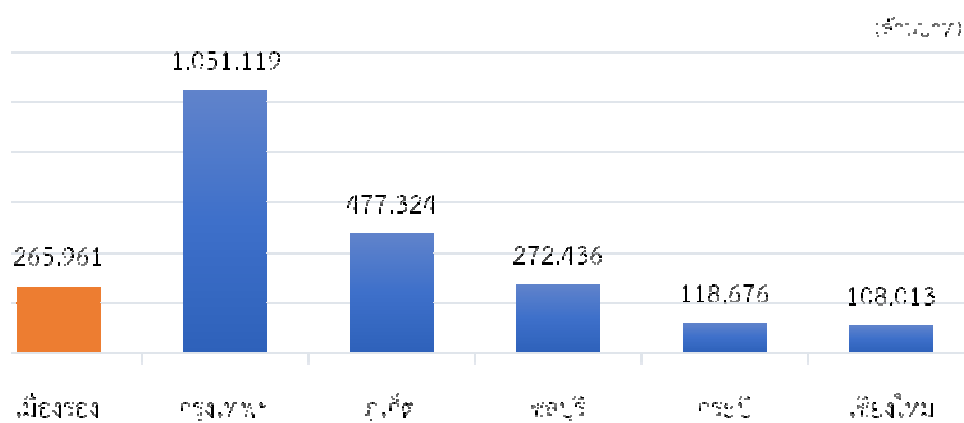
จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (คน)			รายได้จากผู้เยี่ยมเยือน (ล้านบาท)		
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม
สิงห์บุรี	549,163	2,977	552,140	835	5	840
ยโสธร	609,018	15,677	624,695	780	40	820
อำนาจเจริญ	301,950	8,789	310,739	420	30	450
หนองบัวลำภู	385,384	1,851	387,235	418	2	420
<b>รวม</b>	<b>83,674,463</b>	<b>6,213,634</b>	<b>89,888,097</b>	<b>231,043</b>	<b>34,918</b>	<b>265,961</b>

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. "สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2561"

เป็นที่น่าสังเกตว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในเมืองรองทั้ง 55 จังหวัดรวมกัน มีมูลค่าน้อยกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครเกือบ 4 เท่า และมีมูลค่าน้อยกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของภูเก็ต 1.8 เท่า อีกทั้งยังมีมูลค่าน้อยกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีเล็กน้อย สำหรับภาพรวมรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด เปรียบเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวของ 5 จังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศ แสดงได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

### แผนภาพที่ 3-4 รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรอง ปี พ.ศ. 2561

เปรียบเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวหลัก 5 ลำดับแรก



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. "สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2561"

สาเหตุสำคัญที่ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรอน้อยกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักอย่างมากรุนั้น นอกจากจะเกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนมีจำนวนน้อยกว่าแล้ว จากข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 ยังบ่งชี้อย่างชัดเจนว่ารายได้จากการท่องเที่ยวต่อหัวของผู้ที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนยังมีความแตกต่างกันอย่างมากด้วย

โดยภาพรวมเมืองหลักสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อหัวสูงกว่าเมืองรองเกือบ 4 เท่า โดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวเฉลี่ยคนละ 11,723 บาท ขณะที่เมืองรองสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวได้เพียงคนละ 2,959 บาทเท่านั้น และเมื่อเปรียบเทียบจังหวัดที่สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่อคนได้มากที่สุด (ภูเก็ต) กับจังหวัดที่สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวได้น้อยที่สุด (หนองบัวลำภู) พบว่าต่างกันถึง 30 เท่า โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนภูเก็ต มีการใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 33,186 บาท ขณะที่ผู้เดินทางไปหนองบัวลำภูมีการใช้จ่ายเฉลี่ยเพียงคนละ 1,084 บาท เท่านั้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกจังหวัด โดยเฉพาะตามเมืองท่องเที่ยวหลัก อาทิ ชลบุรี ภูเก็ต และกรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการใช้จ่ายสูงกว่าชาวไทยถึงกว่า 3 เท่า

ตารางที่ 3-3 จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อหัวนักท่องเที่ยวสูงสุด 5 ลำดับแรก

ลำดับ	จังหวัด	รายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อหัวนักท่องเที่ยว (บาท/คน)		
		คนไทย	ชาวต่างชาติ	เฉลี่ย
1	ภูเก็ต	13,013	41,104	33,186
2	กระบี่	15,802	17,990	17,191
3	สุราษฎร์ธานี	7,764	23,176	17,120
4	กรุงเทพมหานคร	9,165	28,087	16,270
5	ชลบุรี	6,288	22,367	14,843

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. "สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2561"

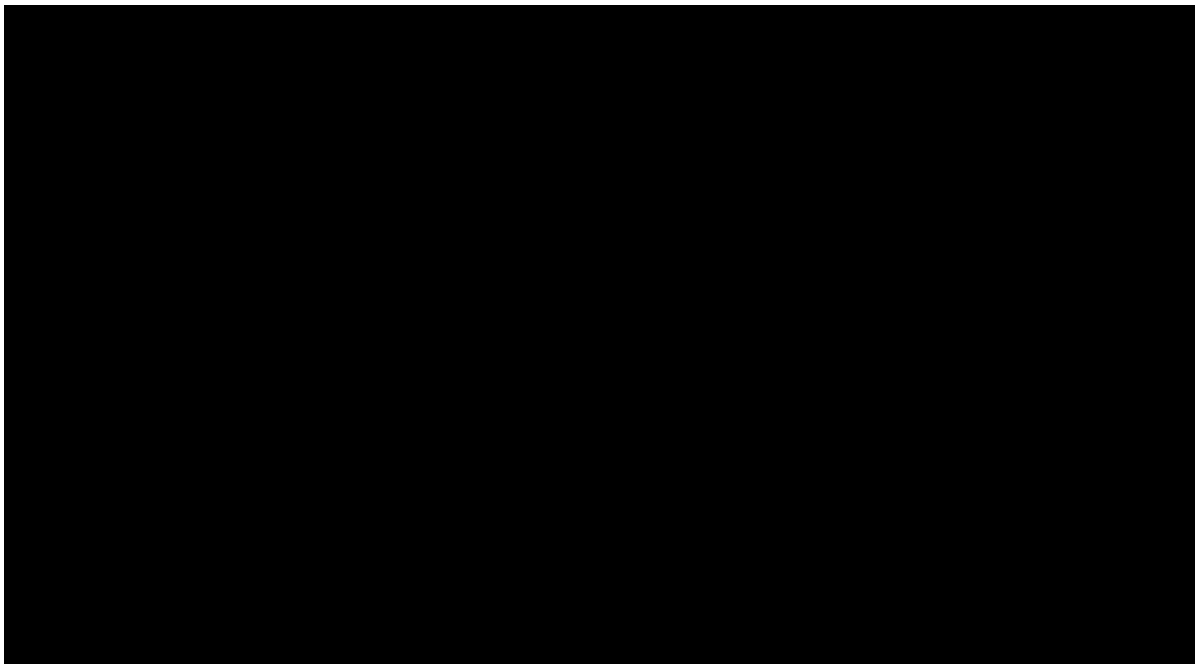
ตารางที่ 3-4 จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อหัวนักท่องเที่ยวต่ำสุด 5 ลำดับแรก

ลำดับ	จังหวัด	รายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อหัวนักท่องเที่ยว (บาท/คน)		
		คนไทย	ชาวต่างชาติ	เฉลี่ย
1	ศรีสะเกษ	1,343	2,628	1,360
2	ยโสธร	1,280	2,578	1,313
3	ชัยภูมิ	1,218	2,300	1,224
4	อ่างทอง	1,220	1,110	1,215

5	หนองบัวลำภู	1,083	1,226	1,084
---	-------------	-------	-------	-------

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. "สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2561"

ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2561 ภาพรวมนักท่องเที่ยวมีสัดส่วนกระจายตัวไปยังเมืองรองไม่มากนัก เพียงประมาณร้อยละ 30 โดยอีกร้อยละ 70 เป็นการท่องเที่ยวในเมืองหลัก นอกจากนี้ หากพิจารณาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ก็พบว่า การกระจายตัวของ



นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปยังเมืองรองยังมี สัดส่วนน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่มาก

แผนภาพที่ 3-5 การกระจายตัวของ เพื่อเป็น แผนภาพที่ 3-6 สัดส่วนท่องเที่ยว  
ท่องเที่ยวระหว่างเมืองหลักและเมืองรอง กระจุกในกา เมืองรอง ปี พ.ศ. 2561 จำแนกตาม

ภูมิภาค ซึ่งประช ปี พ.ศ. 2561 (ร้อยละ) 37.01 ภูมิภาค (ร้อยละ)  
ที่มีแหล่งที่มาของรายได้หลากหลายกว่า ขณะเดียวกันภาคการท่องเที่ยวยังสามารถก่อให้เกิด  
เงินหมุนเวียนภายในประเทศ และส่งผลให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่นๆ ตามมาอีกมาก อาทิ สังคม  
วัฒนธรรม ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของท้องถิ่น รัฐบาลจึงมีแนวคิดในการกระจายรายได้  
ให้เกิดความเท่าเทียมกันมากขึ้น โดยใช้ภาคการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ จนเกิดเป็นนโยบาย  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ตลอดจนส เมืองหลัก การท่องเที่ยวลงลึกถึงวิถีชุมชน เพื่อให้รายได้  
เมืองรอง ชาวไทย ชาวต่างชาติ

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

“สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2561”

“สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2561”

จากการท่องเที่ยวดังกล่าวได้กระจายถึงประชาชนรากหญ้าอย่างแท้จริง อีกทั้งทิศทางของนโยบายด้านการท่องเที่ยวในปีงบประมาณ พ.ศ.2562 รัฐบาลยังคงเน้นให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง ด้วยการกระจายรายได้สู่ชุมชนและเมืองรองให้มากยิ่งขึ้น

แม้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดีในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาแล้วนั้น แต่ก็ยังคงต้องมีแผนการดำเนินต่อไปในระยะยาว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังเมืองรองเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประชากรในเมืองรองก็จำเป็นต้องใช้เวลาในการสัมผัสประสบการณ์และความรู้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนให้มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ แนวคิดการท่องเที่ยวเมืองรองอาจนับได้ว่าเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะเมื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งแต่ละชุมชนหรือท้องถิ่นมีความเข้มแข็งแตกต่างกัน อาทิ บางชุมชนมีความเข้มแข็งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ขณะที่บางชุมชนอาจมีความเข้มแข็งโดดเด่นด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่ทำให้แนวทางการท่องเที่ยวเมืองรองมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

หน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างก็มีแนวคิดในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อให้นโยบายดังกล่าวของรัฐบาลเกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาทำหน้าที่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคม มาตรฐานที่พัก ตลอดจนความพร้อมของระบบสาธารณสุขปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองโดยกำหนดแผนการตลาดสร้างการรับรู้ จุดขายด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละจังหวัด ตลอดจนสร้างลักษณะเฉพาะของแต่ละจังหวัดที่สามารถใช้เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน และจัดทำแพคเกจส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างเมืองรองด้วยกันอีกด้วย

สำหรับมาตรการ แคมเปญ และโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองที่น่าสนใจ อาทิ

**1. มาตรการทางภาษี** โดยการลดหย่อนให้ผู้มีรายได้สามารถนำค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวในเมืองรองมาคำนวณเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อลดหย่อนภาษีได้ตามจริง สูงสุดไม่เกิน 15,000 บาท โดยรัฐบาลให้มาตรการดังกล่าวมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2561 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562

**2. มาตรการการตลาด** การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดแนวทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand Go Local หรือ เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” กำหนดเป้าหมายเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่

เมืองรองและชุมชนไม่น้อยกว่า 10 ล้านคน และปรับสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติในพื้นที่เมืองหลักต่อเมืองรอง จาก 70:30 เป็น 65:35

### แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง : กรณีตัวอย่างจังหวัดกาฬสินธุ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยนำเสนอมุมมองเชิงสร้างสรรค์ภายใต้แนวคิด “ทุกสิ่งสร้างสรรค์ ณ กาฬสินธุ์” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดให้สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว มุ่งเปิดมุมมองจังหวัดกาฬสินธุ์ใหม่ด้วยภาพและเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว นำเสนอด้วยภาพถ่ายเพื่อเผยแพร่แนวคิด “ทุกสิ่งสร้างสรรค์ ณ กาฬสินธุ์” ด้วยมุมมองใหม่ ๆ ให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพปัจจุบันของจังหวัด ทั้งเชิงวิถีชีวิตในเมือง วิถีชีวิตในพื้นที่อำเภอต่างๆ ตลอดจนงานศิลปหัตถกรรมและแหล่งเรียนรู้ทางโบราณคดีเชิงชีววิทยา (ซากดึกดำบรรพ์) ที่สำคัญของประเทศ ในแบบที่เรียกว่า KALASIN 's ePOSTER เน้นการเผยแพร่ทางออนไลน์ เพื่อให้เกิดการส่งต่อภาพซึ่งสร้างแรงบันดาลใจในการเดินทาง

จากภาพนำร่องชุดดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้สื่อสารการตลาดที่กว้างขวางยิ่งขึ้นเป็นลำดับ โดยช่วงแรกเน้นสร้างการรับรู้ภาพจำใหม่ของกาฬสินธุ์ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความสร้างสรรค์ แทนที่สภาพอากาศร้อนจัดแห้งแล้ง และห่างไกล ด้วยภาพแห่งความสวยงาม การดำเนินชีวิตที่มีศิลปะ ร้านอาหารและคาเฟ่ที่สวยงามทันสมัย ผ่านช่องทางการสื่อสาร On Air และ Online ควบคู่กัน และต่อยอดด้วยการสื่อสารผ่าน On Ground เพื่อคงกระแสการรับรู้ และสร้างแรงบันดาลใจในการเดินทาง

**On Air** นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ สร้างการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง โดยการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์จะเน้นเนื้อหาเชิงข่าวและสารคดีท่องเที่ยว กำหนดการกระจายเนื้อหาอย่างครอบคลุม ผ่านรูปแบบรายการที่แตกต่างกัน อาทิ นำเสนอเนื้อหาเชิงนโยบายผ่านรายการข่าว นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรม และงานประเพณี ผ่านรายการสารคดีท่องเที่ยว สำหรับการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อวิทยุ กำหนดให้มีการออกอากาศสเปเชียล โฆษณา สัมภาษณ์ผู้บริหาร ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและการจัดกิจกรรมผ่านนักจัดรายการวิทยุ

**Online** ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและยังมีการส่งต่อเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดเป็นกระบวนการสื่อสารไว้ดังนี้

1. นำเสนอภาพถ่ายและเผยแพร่ในแนวคิด “กาฬสินธุ์มุมใหม่” ภาพ KALASIN 'sePOSTER ใน <https://www.facebook.com/eGREETTAT>



2. นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อออนไลน์ โดยเน้นเนื้อหาเชิงนโยบายของรัฐบาล การดำเนินการของ ททท. และแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในจังหวัด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยภาพจำใหม่ โดยเฉพาะมุมมองใหม่เชิงสร้างสรรค์ทั้งในรูปแบบข่าว บทความ และหน้าโฆษณา

4. นำเสนอจังหวัดกาฬสินธุ์ผ่านวีดิทัศน์ ความยาว 3 – 5 นาที ซึ่งรวบรวมสถานที่สำคัญ แหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต งานฝีมือท้องถิ่น งานประเพณีสำคัญของจังหวัด

5. ผลิตมิวสิกวิดีโอ เพลง “รักไม่จ้อเวลา” จังหวะเร็ว สนุกสนาน ใช้เป็นสีสรรในงานเทศกาลสงกรานต์ดีดีโนศิลป์ถิ่นคนน่ารักและเพลง “กาลศิลป์” ให้ความรู้สึกโรแมนติก รวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาเรียงร้อยและนำเสนอให้น่าสนใจยิ่งขึ้น

6. ผลิตภาพยนตร์สั้นเรื่อง “กาลศิลป์” มีเนื้อหาปลูกฝังคนรุ่นใหม่ในการดูแลงานศิลปะท้องถิ่นที่สวยงาม ล้ำค่า และการนำศิลปะเหล่านั้นไปสร้างชื่อเสียงในระดับสากล

7. สร้างกลุ่มนักร้องหญิง (Girl Group) ใช้ชื่อว่า “แพรวา จีจี” ประกอบด้วยสมาชิกชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ 18 คน (ตามจำนวนอำเภอของจังหวัดกาฬสินธุ์) เพื่อให้เป็นผู้ถ่ายทอดเพลงทำเดิน และนักแสดงในภาพยนตร์สั้น โดยมี Gen Y เป็นกลุ่มเป้าหมาย

**On Ground** เป็นการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์สื่อกลางแจ้ง และกิจกรรม (Event) เพื่อต่อยอดภาพจำให้ชัดเจนและเติมเต็มการสื่อสารให้ครบทุกกลุ่มเป้าหมายกระจายเนื้อหาให้เกิด การรับรู้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เผยแพร่เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร นโยบาย และบทความ รวมถึงรายงานพิเศษในนิตยสาร อสท. และอนุสาร อสท. ฉบับพิเศษพร้อมเล่มแทรก **สื่อกลางแจ้ง** สร้างการรับรู้สู่กลุ่มเป้าหมายศักยภาพ โดยการโฆษณาบนรถไฟฟ้า BTS - MRT สื่อโฆษณากลางแจ้ง Mini CBD ป้าย Billboard และสื่อโฆษณาบริเวณสนามบินต่างๆ และ**กิจกรรม (EVENT)** ซึ่งรวบรวมงานศิลปะในรูปแบบต่าง ๆ ของกาฬสินธุ์ มาแสดงไว้ในงานเดียวเป็นการผสมผสานศิลปะท้องถิ่น อาหาร ดำเนินชีวิต การเกษตร และศิลปะสากลไว้ด้วยกันเพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของคนในท้องถิ่น ในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับจังหวัด

## สรุป

แนวทางการพัฒนาหลักสำหรับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561 - 2580) ประการหนึ่ง คือ การลดความเหลื่อมล้ำ โดยการท่องเที่ยวจัดเป็นอีกเครื่องมือสำคัญเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาดังกล่าว จากการสร้างความหลากหลายที่นำไปสู่การกระจายรายได้สู่ชุมชน และท้องถิ่น ซึ่งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) และแผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2560 - 2564) ก็ได้มีการบรรจุประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำ

ไว้อย่างสอดคล้องกัน โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ขณะที่แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำหนดให้การลดความเหลื่อมล้ำให้อยู่ในพันธกิจสำคัญในประเด็นการขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งในวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวยังต้องการให้มุ่งเน้นสร้างประโยชน์ในมิติด้านสังคม ซึ่งได้แก่ การลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวรอง สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าวิถีไทย และการท่องเที่ยวชุมชน

นอกจากนี้ แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกระดับยังมุ่งเน้นไปในแนวทางเดียวกัน คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสมดุล เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง อีกทั้งยังคำนึงถึงการกระจายนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในจังหวัดที่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีชีวิตบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย ทั้งนี้ เพื่อมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวสร้างรายได้ตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนมีส่วนร่วมช่วยในการเพิ่มรายได้ให้ชุมชน กระจายรายได้ให้ท้องถิ่น ซึ่งนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำซึ่งเป็นเป้าหมายประการสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาประเทศด้วย

สอดคล้องกับข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา พบว่าแม้ประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวปีละจำนวนมหาศาล หากรายได้เหล่านั้นส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเมืองท่องเที่ยวสำคัญของประเทศเพียงไม่กี่จังหวัดเท่านั้น ส่งผลให้แนวคิดการท่องเที่ยว “เมืองรอง” ซึ่งเป็นจังหวัดที่ยังไม่ได้มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากนัก ได้รับการยอมรับและเห็นความสำคัญมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาจากความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งผลให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี แต่ยังคงจำเป็นต้องมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งการท่องเที่ยวตามแนวทางนี้นับเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว และพัฒนาการท่องเที่ยวของระดับชุมชนท้องถิ่นที่ต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนเพิ่มขึ้นต่อไป

## บทที่ 4

# การวิเคราะห์ผลของการท่องเที่ยวที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำ ในจังหวัดกาฬสินธุ์

## สภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์

จังหวัดกาฬสินธุ์ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีเนื้อที่ประมาณ 6,947 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 4.4 ล้านไร่ แบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ คือ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ อำเภอยางตลาด อำเภอกมลาไสย อำเภอสหัสขันธ์ อำเภอสมเด็จ อำเภอกุฉินารายณ์ อำเภอท่าคันโท อำเภอเขาวง อำเภอห้วยเม็ก อำเภอคำม่วง อำเภอหนองกุงศรี อำเภอนามน อำเภอห้วยผึ้ง อำเภอร่องคำ อำเภอสามชัย อำเภอนาคู อำเภอดอนจาน และอำเภอฆ้องชัย

อาณาเขตของจังหวัดกาฬสินธุ์

ทิศเหนือ ติดต่อจังหวัดอุดรธานี สกลนคร

ทิศใต้ ติดต่อจังหวัดร้อยเอ็ด มหาสารคาม

ทิศตะวันออก ติดต่อจังหวัดร้อยเอ็ด มุกดาหาร

ทิศตะวันตก ติดต่อจังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น และอุดรธานี

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดกาฬสินธุ์แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ประกอบด้วย

1. **พื้นที่ตอนบน** ในเขตอำเภอท่าคันโท อำเภอคำม่วง และอำเภอเขาวง พื้นที่บริเวณนี้ อยู่ในแนวเทือกเขาภูพาน มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสลับซับซ้อนร่วมกับพื้นที่ราบระหว่างหุบเขา ซึ่งยังมีพื้นที่ป่าอยู่มาก ได้แก่ ป่าดงมูลและป่าดงแม่แฝดจัดเป็นแหล่งต้นน้ำหล่อเลี้ยงพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัด มีลำน้ำที่สำคัญ ได้แก่ ลำน้ำปาว และลำน้ำพาน โดยมีเขื่อนลำปาวเป็นแหล่งเก็บกักน้ำไว้ใช้ในการเพาะปลูกตลอดทั้งปี

2. **พื้นที่ตอนกลาง** ในเขตอำเภอหนองกุงศรี อำเภอสหัสขันธ์ อำเภอสมเด็จ อำเภอห้วยผึ้ง อำเภอนามน อำเภอกุฉินารายณ์ และอำเภอห้วยเม็ก มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเนินเขาสลับกับป่าโปร่งและทุ่งราบ

3. **พื้นที่บริเวณตอนล่าง** ในเขตอำเภอยางตลาด อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ อำเภอร่องคำ อำเภอกมลาไสย และอำเภอฆ้องชัย มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบต่ำ และเป็นแหล่งเพาะปลูกสำคัญของจังหวัด

เมื่อพิจารณาสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าเป็นพื้นที่ที่มีความเงียบสงบ ผู้คนมีรอยยิ้มและไมตรีอีกทั้งยังมีธรรมชาติและทรัพยากรที่สมบูรณ์เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย จำแนกได้เป็นหลายรูปแบบตามความสนใจของนักท่องเที่ยว อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และสถานที่ท่องเที่ยวตามไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ เป็นต้น

แผนภาพที่ 4-1 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์



ที่มา : โอเชียนสโมล์ทัวร์ “ข้อมูลท่องเที่ยว จังหวัดกาฬสินธุ์”

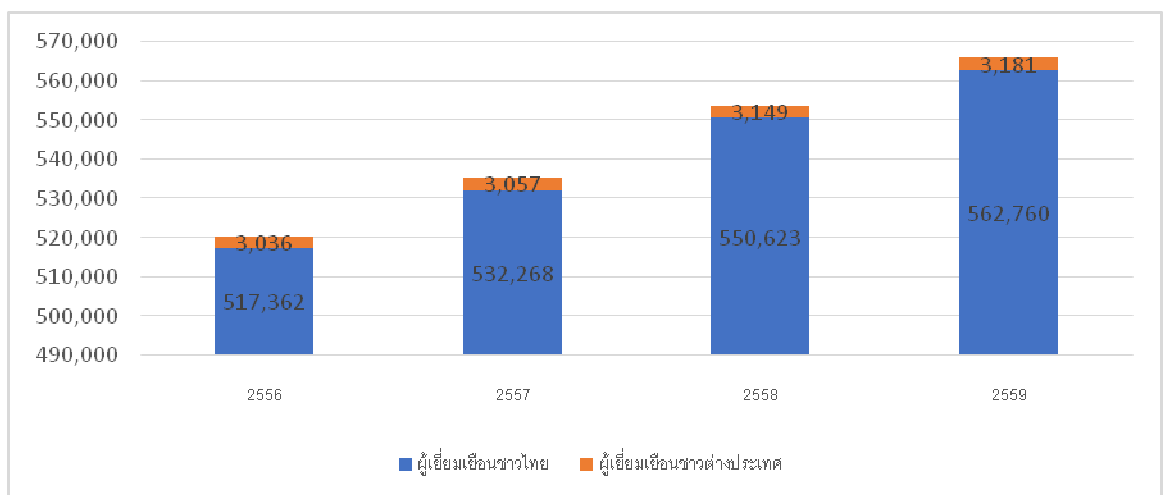
แม้ว่าพื้นที่ตั้งของจังหวัดกาฬสินธุ์จะรายล้อมไปด้วยจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง เช่น อุดรธานี ขอนแก่น มหาสารคาม และร้อยเอ็ด เป็นต้น แต่กลับพบว่ามีการเติบโตทางเศรษฐกิจน้อยกว่า โดยเมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดแล้วจะถูกจัดให้เป็นจังหวัดรายได้น้อยมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ มีรายได้เป็นลำดับที่ 75 มูลค่าประมาณ 47,178 ล้านบาท หรือเฉลี่ยต่อหัวประชากร 51,147 บาทต่อคนต่อปีเท่านั้น หากแต่ชาวกาฬสินธุ์จัดว่าเป็นผู้ที่มีความสุขสบายตามวิถีแห่งตนที่ไม่ได้เกิดจากแรงบีบคั้นทางเศรษฐกิจมากนัก สังเกต

ได้จากรอยยิ้ม ความมีน้ำใจไมตรี ความสะอาดของบ้านเรือน ตลอดจนการใช้ชีวิตที่ไม่เร่งรีบเหมือนกับ  
ผู้คนในเมืองใหญ่ๆ โดยทั่วไป

## สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์

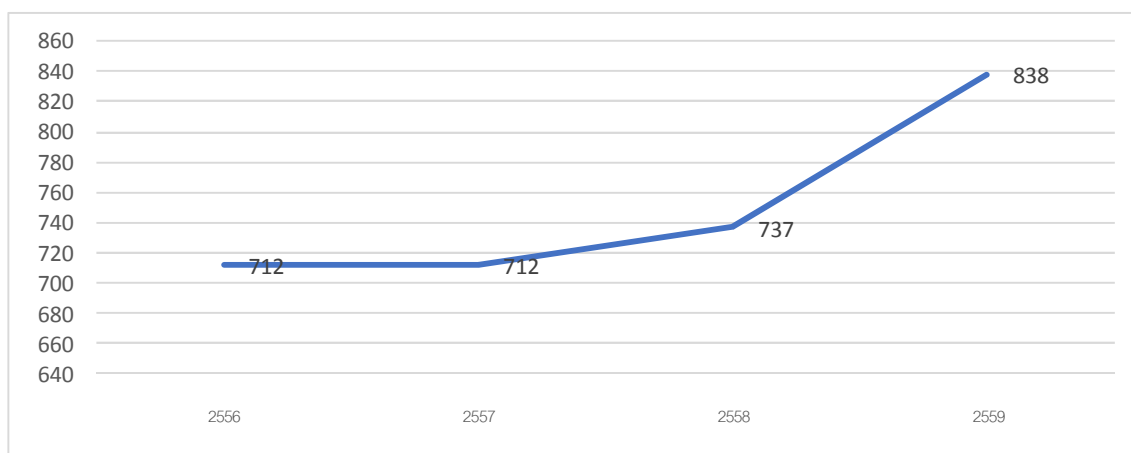
จังหวัดกาฬสินธุ์จัดเป็นจังหวัดท่องเที่ยวรอง ซึ่งไม่ได้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือน  
มากนักในแต่ละปี แต่ก็มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งที่เป็นผู้เยี่ยมชมชาวไทย และ  
ชาวต่างประเทศ อีกทั้งการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา  
ดังกล่าว

แผนภาพที่ 4-2 จำนวนผู้เยี่ยมชมจังหวัดกาฬสินธุ์ชาวไทยและชาวต่างประเทศ  
ปี พ.ศ.2556-2559 (คน)



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

แผนภาพที่ 4-3 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์  
ปี พ.ศ.2556-2559 (ล้านบาท)



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดกาฬสินธุ์มีผู้เดินทางมาเยี่ยมเยือนทั้งสิ้น 565,941 ราย เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ร้อยละ 2.2 โดยส่วนใหญ่เป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย มีจำนวนรวม 562,760 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2) ขณะที่ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศยังมีจำนวนไม่มากนัก 3,181 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0) สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดได้ 838 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.8) โดยมีรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4-1 สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

รายการ	ปี พ.ศ.			อัตราการเปลี่ยนแปลง (พ.ศ. 2558-2559)
	2557	2558	2559	
จำนวนห้องพัก (ห้อง)	706	718	711	-1.0
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน <sup>1</sup> (คน)	535,325	553,772	565,941	2.2
ชาวไทย	532,268	550,623	562,760	2.2
ชาวต่างประเทศ	3,057	3,149	3,181	1.0
จำนวนนักท่องเที่ยว <sup>2</sup> (คน)	291,233	301,319	306,222	1.6
ชาวไทย	289,672	299,708	304,609	1.6
ชาวต่างประเทศ	1,561	1,611	1,613	0.1
จำนวนนักท่องเที่ยว <sup>3</sup> (คน)	244,092	252,453	259,719	2.9
ชาวไทย	242,596	250,915	258,151	2.9
ชาวต่างประเทศ	1,496	1,538	1,568	2.0
ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	2.5	2.5	2.5	0.0

ชาวไทย	2.5	2.5	2.5	0.0
ชาวต่างประเทศ	2.6	2.7	2.7	0.0
<b>การใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)</b>				
<b>ผู้เยี่ยมเยือน</b>	<b>753.0</b>	<b>790.2</b>	<b>812.0</b>	<b>2.8</b>
ชาวไทย	751.2	788.3	810.0	2.8
ชาวต่างประเทศ	1,064.6	1,112.2	1,145.0	2.9
<b>นักท่องเที่ยว</b>	<b>819.4</b>	<b>849.4</b>	<b>917.0</b>	<b>8.0</b>
ชาวไทย	817.5	847.3	915.0	8.0
ชาวต่างประเทศ	1168.0	1210.9	1,304.0	7.7
<b>นักทัศนอาจร</b>	<b>432.7</b>	<b>463.1</b>	<b>502.0</b>	<b>8.4</b>
ชาวไทย	431.6	461.8	501.0	8.5
ชาวต่างประเทศ	612.1	661.8	702.0	6.1
<b>รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)</b>				
<b>ผู้เยี่ยมเยือน</b>	<b>712.0</b>	<b>736.5</b>	<b>838.0</b>	<b>13.8</b>
ชาวไทย	706.3	730.6	831.0	13.7
ชาวต่างประเทศ	5.8	6.0	7.0	17.1

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

**หมายเหตุ :** 1. ผู้เยี่ยมเยือน ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว และนักทัศนอาจร 2. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้นโดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน 3. นักทัศนอาจรหมายถึงผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่พักค้างคืน

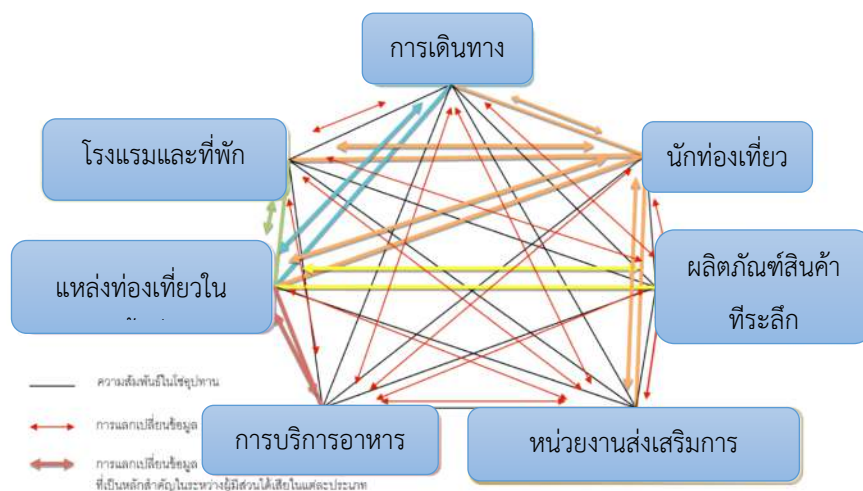
## ห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์

โซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วยผู้ผลิตและผู้ให้บริการที่หลากหลาย และมีการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างสอดประสานกัน (Collaboration) ครอบคลุมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนทั้งนี้ ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการในระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากโซ่อุปทานโดยทั่วไปซึ่งมักจะมีลักษณะเชื่อมโยงต่อกันตั้งแต่ต้นน้ำไปถึงปลายน้ำ แต่ลักษณะ

ของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลับมีความสัมพันธ์แบบพึ่งพิงซึ่งกันและกัน<sup>1</sup> เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย (Network) ด้านการท่องเที่ยวที่ร่วมมือกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานของธุรกิจหลากหลายสาขา<sup>2</sup>

ห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่สำคัญ ได้แก่ การเดินทาง หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว โรงแรมและที่พัก การบริการด้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ตลอดจนผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองและสินค้าจากภาคการเกษตร โดยสามารถแสดงให้เห็นได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4-4 โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์



ที่มา : ปรับปรุงจากศรีสมรัก อินทุจันทรียง. “การศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย”

โซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อพิจารณาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการต่างๆ พบว่ามีรายละเอียดสำคัญดังต่อไปนี้

### 1. การเดินทาง (Transportation)

การจัดการเดินทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมาก สำหรับการเดินทางเข้าถึงจังหวัด

1. ศรีสมรัก อินทุจันทรียง และคณะ. “การศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย”, วารสารสุทธิปริทัศน์. ปีที่ 28 ฉบับที่ 85, มกราคม - มีนาคม 2557. หน้า 359.

2. สิริยุพา เลิศกาญจนพร. “การจัดการโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”.



และแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ นอกจากการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลแล้ว ยังมีระบบขนส่งสาธารณะที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างหลากหลายสรุปได้ดังนี้

### 1.1 การเดินทางโดยรถยนต์

การเดินทางโดยรถยนต์จากกรุงเทพฯ ไปจังหวัดกาฬสินธุ์ ให้ใช้เส้นทาง กรุงเทพฯ-สระบุรี-นครราชสีมา (ทางหลวงหมายเลข 2) ถึงอำเภอบ้านไผ่จังหวัดขอนแก่นต่อด้วยเส้นทางหลวงหมายเลข 23 และทางหลวงหมายเลข 209 ผ่านจังหวัดมหาสารคามจนถึงจังหวัดกาฬสินธุ์

### 1.2 การเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง

จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศของบริษัทขนส่ง จำกัดและบริษัทเอกชน สายกรุงเทพฯ-กาฬสินธุ์ ออกจากสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯทุกวัน และมีเส้นทางเดินรถระหว่างจังหวัดต่างๆ ไปยังจังหวัดกาฬสินธุ์อีกหลายเส้นทาง

### 1.3 การเดินทางโดยรถไฟ

แม้ว่าปัจจุบันจะไม่มีเส้นทางรถไฟเดินทางไปถึงจังหวัดกาฬสินธุ์โดยตรง แต่นักท่องเที่ยวสามารถโดยสารรถไฟไปลงที่สถานีรถไฟขอนแก่นแล้วต่อรถโดยสารประจำทางหรือเช่ารถเพื่อเดินทางต่อไปยังจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้ระยะทางประมาณ 75 กิโลเมตร

### 1.4 การเดินทางโดยเครื่องบิน

ปัจจุบันไม่มีเที่ยวบินตรงบินสู่กาฬสินธุ์แต่นักท่องเที่ยวสามารถโดยสารเครื่องบินไปลงได้ที่จังหวัดขอนแก่น หรือจังหวัดร้อยเอ็ดแล้วต่อรถโดยสารประจำทางหรือเช่ารถเพื่อเดินทางต่อไปยังจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้ระยะทางประมาณ 50 กิโลเมตร

### 1.5 การเดินทางภายในจังหวัดกาฬสินธุ์

ภายในตัวเมืองกาฬสินธุ์มีรถโดยสารประจำทางไปยังอำเภอต่างๆ ได้อย่างสะดวกและมีให้บริการหลายรูปแบบ อาทิ รถสองแถวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในกรณีที่มีการเหมารถ นักท่องเที่ยวควรจะตกลงราคากับรถสองแถวก่อนออกเดินทางซึ่งส่วนใหญ่แล้วควรถจะอยู่ภายในบริเวณสถานีขนส่ง สำหรับระยะทางจากอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ไปยังอำเภอต่างๆ มีดังนี้

อ. กมลาไสย 12 กิโลเมตร	อ. ยางตลาด 16 กิโลเมตร	อ. ดอนจาน 27 กิโลเมตร
อ. ฆ้องชัย 32 กิโลเมตร	อ. สหัสขันธ์ 39 กิโลเมตร	อ. ร่องคำ 39 กิโลเมตร
อ. สมเด็จ 40 กิโลเมตร	อ. นามน 42 กิโลเมตร	อ. ห้วยเม็ก 48 กิโลเมตร
อ. ห้วยผึ้ง 60 กิโลเมตร	อ. หนองกุงศรี 62 กิโลเมตร	อ. กุฉินารายณ์ 79 กิโลเมตร
อ. คำม่วง 81 กิโลเมตร	อ. สามชัย 85 กิโลเมตร	อ. นาคู 88 กิโลเมตร
อ. ท่าคันโท 99 กิโลเมตร	อ. เขาวง 103 กิโลเมตร	

## 2. หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว (Destination Marketing Organization)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการกำหนดแนวทางส่งเสริมการตลาดในประเทศ โดยมุ่งให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสร้างความรักและภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมและรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Gen-Y, Multi-generation Family) และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมไลฟ์สไตล์ ได้แก่ อาหาร กีฬา และดนตรี และนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย (Silver Age กลุ่มผู้หญิง Millennial Family) รวมถึงกลุ่มเฉพาะ และกลุ่มความสนใจพิเศษ อาทิ กลุ่ม Couple และกลุ่มผู้มีรายได้สูง

พื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ททท. มีเป้าหมายที่จะปรับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย เท่และเก๋ไก๋ตามแนวทาง Cool I-san นำเสนออาหารท้องถิ่น งานฝีมือ และเทศกาลที่ต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ และขยายฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยการนำเสนอวิถีชีวิตของคนอีสานผ่านกิจกรรมที่หลากหลายในรูปแบบแตกต่างกัน อีกทั้งยังมุ่งเน้นผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของท้องถิ่น

ในปี พ.ศ. 2561 ททท. ได้ดำเนินโครงการรีแบรนด์เมือง (Rebranding City) เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างภาพจำใหม่ของจังหวัดกาฬสินธุ์ ด้วยการนำเสนอมุมมองเชิงสร้างสรรค์ในแนวคิด “ทุกสิ่งสร้างสรรค์ ณ กาฬสินธุ์” และเพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพปัจจุบันของจังหวัดกาฬสินธุ์ทั้งเชิงวิถีชีวิตในเมือง วิถีชีวิตในพื้นที่อำเภอต่างๆรวมถึงแหล่งเรียนรู้ทางโบราณคดีชีววิทยาที่มีความทันสมัยและเป็นแหล่งเรียนรู้ภาคศึกษาค้นคว้าที่สำคัญของประเทศไทย ททท. จึงจัดทำโครงการนำเสนอภาพถ่ายและเผยแพร่ในแนวคิดมอง “กาฬสินธุ์” ในมุมใหม่โดยเน้นการเผยแพร่ทางออนไลน์เพื่อให้เกิดการส่งต่อภาพเหล่านี้ให้กันและคาดหวังว่าจะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดกาฬสินธุ์

นอกจากนี้ ททท. ยังมีโครงการนำเสนอเนื้อหาของจังหวัดกาฬสินธุ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยให้เห็นถึงความน่าสนใจด้วยมุมมองที่สร้างสรรค์เพิ่มเติมโดยไม่ละทิ้งเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม รวมทั้งดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการเดินทางในจังหวัดกาฬสินธุ์ตลอดทั้งปีด้วย อาทิ การจัดเทศกาลสงกรานต์ “ดีโนสปีดถิ่นคนน่ารัก” การจัดงานดีโนสปีดถิ่นอาร์ตซึ่งเป็นการรวบรวมศิลปินทั้งชาวกาฬสินธุ์และต่างถิ่นมานำเสนองานศิลปะหลากหลายรูปแบบ อาทิ ดนตรีท้องถิ่น ดนตรีสากล Graffiti งานปั้น หุ่นเหล็กไดโนเสาร์ การจัดงานมหกรรมอาหาร เป็นต้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองตามแคมเปญ Amazing Thailand Go Local หรือเที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชน

เติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโตที่ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางไปท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อการท่องเที่ยว ช่วยสร้างรายได้ลดความเหลื่อมล้ำให้กับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

### 3. โรงแรมและที่พัก (Hotels and Accommodations)

โรงแรมและที่พักเป็นองค์ประกอบประการสำคัญในโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว ความสะดวก สะอาด และความปลอดภัยของโรงแรมหรือที่พักมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวใดที่แม้ว่าจะมีสถานที่สำคัญดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน แต่หากไม่มีโรงแรมและที่พักที่ได้มาตรฐานย่อมส่งผลกระทบต่ออัตราการเดินทางท่องเที่ยวให้ไม่มากเท่าที่ควรจะเป็นได้

สำหรับพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์แม้ว่าจะไม่ใช่จังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย แต่ก็มีที่พักรองรับนักท่องเที่ยวอย่างหลากหลายตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว รีสอร์ท เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ไปจนถึงที่พักแบบโฮมสเตย์ นอกจากนี้ โรงแรมและที่พักในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์จัดว่ามีราคาไม่สูงมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมระดับเดียวกันในพื้นที่อื่นๆ โดยมีรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4-2 ข้อมูลรายชื่อโรงแรมและที่พักในจังหวัดกาฬสินธุ์

ชื่อโรงแรม	ราคา	จำนวนห้องพัก
1. เกื้อพรรณโฮเต็ล	500-600 บาท	46
2. ไทบูลย์โฮเต็ล	200-400 บาท	48
3. โรงแรมริมปาว	950-3,745 บาท	140
4. โรงแรมบลูเทล	450-1,700 บาท	67
5. โพนทองการ์เด้น	400 บาท	16
6. สุกข์โฮเต็ล	220-700 บาท	52
7. โรงแรมสำราญอินน์	350- 500 บาท	25
8. เฟรชอินน์	350-500 บาท	21
9. แสปปีอินน์	300-500 บาท	23
10. โรงแรมสบายสบาย	350-400 บาท	12
11. สุนทรียพาร์ตเมนต์	..	..
12. นาจารย์รีสอร์ท	350-400 บาท	8

ชื่อโรงแรม	ราคา	จำนวนห้องพัก
13. สรัญญารีสอร์ท	350-400 บาท	22
14. ซุปเปอร์	350 บาท	13
15. ไนน์ทีน	370 บาท	16
16. อิมเพรสชั่น	350-550 บาท	20
17. สายสุปีย์	500 บาท	15
18. เพชรรุ่ง	..	..
19. บังกะโลกาฬสินธุ์	350บาท	12
20. ไทรทองบังกะโล	300-500 บาท	16
21. ศรีเวียงอินทรีรีสอร์ท	350-400 บาท	14
22. แดนสวรรค์รีสอร์ท	350-400 บาท	14
23. ซ่อนย่าเพ็ญศรี	350-400 บาท	9
<b>ตารางที่ 4-2 ข้อมูลรายชื่อโรงแรมและที่พักในจังหวัดกาฬสินธุ์ (ต่อ)</b>		
24. สุนทรיותพาร์ตเมนต์	..	..
25. บ้านพักเรือนแพ	500บาท	..
26. โรงแรมแสงทอง	200-350 บาท	..
27. ทีเคเรสซิเดนซ์	460-530 บาท	14
28. The Grace	500-600 บาท	..
29. Chada View Resort	500-900 บาท	..
30. Techit Hill Hotel	..	..
31. Ratchapreuk Resort	450-500 บาท	..
32. Bunganakorn Village	490-600 บาท	40
33. หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทโคกโก่ง	500-800 บาท	..
34. โรงแรมเกือพิมาน	450 บาท	26
35. หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทหนองห้าง	500-8,000 บาท	..
36. สันข์ทองรีสอร์ท	300-600 บาท	..
37. วังไทรรีสอร์ท	160-600 บาท	..
38. คุ่มหมอกรีสอร์ท	500 บาท	8
39. จรียาบังกะโล	200-400 บาท	15
40. โรงแรมลำพะยั้ง	200-350 บาท	..
41. โรงแรมสมเด็จพระเจ้าโฮเต็ล	220-400บาท	32

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์. “ข้อมูลที่พัก”. ข้อมูล ณ วันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2561

#### 4. บริการด้านอาหาร (Catering and Food Services)

การบริการอาหารและเครื่องดื่มที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นับเป็นแรงดึงดูดสำคัญประการหนึ่งต่อการตัดสินใจเดินทางมาเยี่ยมเยือนซึ่งพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ มีความพร้อมสำหรับโซ่อุปทานในประเด็นดังกล่าวจากความอุดมสมบูรณ์ของภาคการเกษตรและ ประมงที่เป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญ ก่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่โดดเด่น อาทิ ข้าวเหนียวเขาวง ที่หอมอร่อยเหนียวนุ่มละมุนลิ้น การเลี้ยงปลาในกระชังที่เป็นแหล่งที่มาของปลาสด และปลาร้าชั้นดี แหล่งน้ำที่มีคุณภาพเป็นแหล่งกักก้ามกราม ทั้งที่เป็นกักก้ามกรามธรรมชาติบริเวณเขื่อนลำปาว และ กักก้ามกรามเลี้ยงที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังมีพืชไร่พืชสวนจากภาคเกษตรกรรม อย่างหลากหลาย นอกจากนี้ จังหวัดกาฬสินธุ์ยังมีอาหารพื้นเมืองที่โดดเด่นอีกหลายชนิด เช่น ตำเมี่ยง ตะไคร้ หมูทุบ ตำบักหุ่ง เมี่ยงนาคู และไส้กรอกปลาภาพสินธุ์ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยด้านอาหารดังกล่าว ข้างต้นนับว่าเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาเยือนได้เป็นอย่างดี

สำหรับร้านอาหารในจังหวัดกาฬสินธุ์จากการรวบรวมของสำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่น่าสนใจมีดังนี้

#### ตารางที่ 4-3 ข้อมูลรายชื่อร้านอาหารที่น่าสนใจในจังหวัดกาฬสินธุ์

ชื่อร้านอาหาร	ที่อยู่
1. สวรรรสา	เลขที่ ๒๑๕ ถนนบายพาสทุ่งมน ตำบลภาพสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
2. ร้านอาหารบ้านไม้ชายทุ่ง	เลขที่ ๑ ซอยน้ำทิพย์ ถนนอนรรฆนาค ตำบลภาพสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
3. บ้านตาลฟ้า	เลขที่ ๑๑๒ ถนนหน้าเรือนจำ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
4. ห้องอาหารสายรุ้ง	เลขที่ ๗๑ ถนนบายพาสสงเปลือย ตำบลภาพสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
5. ร้านอุดมโภชนา	ถนนประดิษฐ์ ตำบลภาพสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
6. ศูนย์อาหารย้อนยุคตลาดโรงสี	เลขที่ ๑๐๑ ถนนถีนานนท์ ตำบลภาพสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
7. ร้านส้มตำแม่ฮ่องมาด์	บ้านกุดสิมคุ้มใหม่ เลขที่ ๗๙ หมู่ที่ ๔ ตำบลกุดสิมคุ้มใหม่ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์

ชื่อร้านอาหาร	ที่อยู่
8. ร้านตำเมี่ยงยายติว	บ้านนาคู เลขที่ ๑๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาคู อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์
9. ร้านอาหารซันไชน์ (Sunshine)	บ้านคำม่วง เลขที่ ๑๔๔ หมู่ที่ ๔ ตำบลทุ่งคลอง อำเภอกำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์
10. สวนอาหารกลีนลำดวน	บ้านนาเชือก เลขที่ ๒๗ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลนาเชือกอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
11. ร้านส้มตำ อบต.	ถนนกาฬสินธุ์ – มหาสารคาม (แม่เนื่อง)
12. ร้านแหลมแพ่น	บ้านโคกศรี เลขที่ ๑๖๒ หมู่ที่ ๕ ตำบลอุ่มเม้า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
13. ร้านศุภัญญา	๖๓/๑๒ บ้านคำขันอาสา ตำบลบัวบาน อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
14. ร้านก๋วยเตี๋ยวเฮียเบลล์ (ยางตลาด)	เลขที่ ๖๘ หมู่ที่ ๒ ถนนผดุงรักษ์ ตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
15. สวนอาหารชลธารกุ่มเฝ้า	บ้านเชียงงาม เลขที่ ๓๐ หมู่ที่ ๒๒ ถนนขอนแก่น – โพนทอง ตำบลบัวบาน อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
16. สังกข์ทองลาบเป็ด	บ้านโคกน้อย เลขที่ ๔๕๔ หมู่ที่ ๔ ตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
17. ครัวอุทอง	เลขที่ ๘๓ หมู่ที่ ๒ ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
<b>ตารางที่ 4-3 ข้อมูลรายชื่อร้านอาหารที่น่าสนใจในจังหวัดกาฬสินธุ์ (ต่อ)</b>	
18. ร้านซำบายอาหารตามสั่ง(แหลมโนนวิเศษ)	เลขที่ ๔๕ หมู่ที่ ๓ ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
19. ร้านอาหารสวัสดิการกรมทรัพยากรธรณี ณ พิพิธภัณฑสถานธรณี	เลขที่ ๖๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
20. แพตติมซีไฟร์	เลขที่ ๒๑ หมู่ที่ ๖ ตำบลกมลาไสย อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
21. ร้านอาหารชอบคุณ	บ้านปากกล้วย เลขที่ ๖๓ หมู่ที่ ๘ ตำบลโนนน้ำเกลี้ยง อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
22. ครัวคุณแดงอาหารอีสานเลิศรส	เลขที่ ๑๔ หมู่ที่ ๑๒ ตำบลกมลาไสย อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
23. แม่หนิมขนมหวาน	เลขที่ ๙๓ หมู่ที่ ๑๕ ตำบลกมลาไสย อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ชื่อร้านอาหาร	ที่อยู่
24. ร้านแม่ต๋อยเชียงหมู	บ้านดอนสวรรค์ เลขที่ ๘๖ หมู่ที่ ๑๑ ถนนสัญจรราชกิจ ตำบลกมลาไสย อำเภอกมลาไสย จังหวัด กาฬสินธุ์
25. ร้านอาหารครัวคนเมือง	เลขที่ ๕๗ หมู่ที่ ๒ ตำบลหลักเมือง อำเภอกมลาไสย จังหวัด กาฬสินธุ์
26. ร้านครัวสะแบง	บ้านเสมา เลขที่ ๙๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
27. ครัวสุดยอด	บ้านบ่อ เลขที่ ๑๖๙ หมู่ที่ ๙ ตำบลธัญญา อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์
28. ร้านอาหารแจ่วฮ้อนคันทรี่	บ้านโนนศิลา เลขที่ ๑๗๒ หมู่ที่ ๔ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอ หนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์
29. ครัวสวนไผ่	บ้านนาสาร เลขที่ ๑๖๘ หมู่ที่ ๖ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอ หนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์
30. ร้านปลาข้าวโพดเจ้าเก่า	เลขที่ ๑๓๙/๑ หมู่ที่ ๓ ถนนถีนานนท์ ตำบลสมเด็จ อำเภอ สมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์. “ร้านอาหารแนะนำ”. ข้อมูล  
ณ วันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2561

## 5. แหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction)

แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในโซ่อุปทาน เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเมือง  
ท่องเที่ยวที่นั่นโดยทั่วไปประกอบด้วย สถานที่สำคัญ งานเทศกาลตลอดจนสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้อง  
ไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวก่อให้เกิดการเคลื่อนที่ของสรรพสิ่งเข้ามายังแหล่ง  
ท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์จากการรวบรวมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)<sup>3</sup> ที่น่าสนใจมีดังต่อไปนี้

**5.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ** ได้แก่ เขื่อนลำปาว สะพานเทพสุตา สวนสาธารณะ กุดน้ำกิน น้ำตกตาดทอง น้ำตกผานางคอย น้ำตกแก้งกะอาม ผาเสวย ภูน้ำจั้น แหลมนโนวิเศษวนอุทยานภูพระ วนอุทยานภูแฝก (แหล่งรอยเท้าไดโนเสาร์) ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ และสัตว์ป่าลำปาว (สวนสะออน)

**5.2 แหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานและประวัติศาสตร์** ได้แก่ พระบรมธาตุเจดีย์ธัญตลีมหาเถรานุสรณ์ พระธาตุยาคู วัดป่ามัจฉิมวาส พุทธสถานภูบ่อ พุทธสถานภูสิงห์ วัดผาเจริญธรรม วัดกลาง วัดพุทธนิมิต (ภูค่าว) วัดพุทธาวาส (ภูสิงห์) วัดวังคำ วัดศรีบุญเรือง (วัดเหนือ) วัดโพธิ์ชัยเสมาราม (วัดบ้านก้อม) วัดสักกะวัดศาลหลักเมืองกาฬสินธุ์ วัดกลางโคกค้อ วัดอุดมประชาชาษฎร์ หอเจ้าบ้านกาฬสินธุ์ อนุสาวรีย์พระยาชัยสุนทร (ท้าวโสมพะมิตร) เมืองฟ้าแดดสงยาง

**5.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชุมชน** ได้แก่ หมู่บ้านทอผ้าไหมแพรวา บ้านโพน บ้านลุงเปลื้อง ฉายรัศมี (ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง ประเภทดนตรีพื้นบ้าน) พิพิธภัณฑ์ของดีเมืองกาฬสินธุ์ วงเวียนโป่งกลางศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราช (พิพิธภัณฑ์ของดีเมืองกาฬสินธุ์) หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง หมู่บ้านหัตถกรรมผู้ไทยบ้านหนองห้าง

**5.4 แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี** ได้แก่ พิพิธภัณฑ์สิรินธร พิพิธภัณฑ์ดึกดำบรรพ์ วัดโพนพิมาน แหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ภูกุ่มข้าว

**5.5 สถานที่ท่องเที่ยวไลฟ์สไตล์** ได้แก่ ตลาดโรงสี กลุ่มอาคารเก่าแก่และร้านกาแฟเก๋ไถ่ในย่านกลางเมือง

<sup>3</sup>การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562.) “สถานที่ท่องเที่ยว ปลายทาง : กาฬสินธุ์”. [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก : <https://thai.tourismthailand.org/สถานที่ท่องเที่ยว/ค้นหา>

?lifestyle\_id=&cat\_id=&subcat\_id=&view=574&keyword= (วันที่สืบค้นข้อมูล : 22 พฤษภาคม 2562).



## 6. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก (Local Souvenirs)

นอกจากการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ แล้ว ยังมีอีกหนึ่งอุปทานท่องเที่ยวที่ขาดเสียมิได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก ที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อหาเพื่อเป็นที่ระลึกถึงสถานที่ที่ได้เดินทางมาเยือน สำหรับจังหวัดกาฬสินธุ์ก็มีสินค้าที่ระลึกที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวหลายรายการ ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นและมีราคา เช่น ผ้าไหมแพรวา ผ้าทอมือ ผ้าขาวม้า ผ้าห่ม ผ้ามัดหมี่ ตลอดจนผลิตภัณฑ์จากผ้าที่ตกแต่งเป็นรูปไดโนเสาร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ไปจนถึงผลิตภัณฑ์อาหารที่ขึ้นชื่อจากแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น ไข่กรอกปลา กากาฬสินธุ์ซึ่งเป็นไข่กรอกทำจากเนื้อปลาดุกแท้ ไม่ผสมแป้ง ทำอาหารได้หลากหลายเมนู กุ้งน้ำจืดจากแหล่งน้ำธรรมชาติ ไปจนถึงสินค้าเกษตรที่เป็นที่นิยมโดยทั่วไป

## การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ ซึ่งช่วยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของเป้าหมายที่ต้องการศึกษา แบ่งเป็น

1. สภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) ข้อเด่นหรือข้อดีของเป้าหมายที่ต้องการศึกษา และจุดอ่อน (Weakness) ซึ่งก็คือข้อด้อย ปัญหา หรือข้อบกพร่องของเป้าหมายนั้น

2. สภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาส (Opportunities) หมายถึงผลจากปัจจัยต่างๆที่เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานของเป้าหมาย และอุปสรรค (Threats) ข้อจำกัดที่ไม่สามารถควบคุมได้จากสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งจำเป็นที่เป้าหมายต้องมีการปรับตัวหรือต้องทราบเพื่อหาวิธีการที่นำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างสอดคล้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นให้ได้จริง

สำหรับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ มีประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4-4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ชุมชนเข้มแข็ง และมีวัฒนธรรมประจำถิ่นที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เช่น วัฒนธรรมผู้ไทงานบุญบั้งไฟตะไลล้าน การแสดงโปงลางและปราสาทรวงข้าว เป็นต้น</li> <li>● มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</li> <li>● มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรมที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น อีกทั้งยังมีงานเทศกาลที่สามารถส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี</li> <li>● มีซากดึกดำบรรพ์ (ฟอสซิล) ของไดโนเสาร์ยุคโบราณ และมีพิพิธภัณฑ์สิรินธร เป็นแหล่งจัดแสดงและรวบรวมฟอสซิลไดโนเสาร์ที่มากและสมบูรณ์ที่สุดของประเทศ</li> <li>● มีกลุ่มคนรุ่นใหม่ของจังหวัดพร้อมกลับมาสนับสนุน และดำเนินกิจการต่างๆ ในพื้นที่</li> <li>● เป็นแหล่งผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพ เช่น ผ้าไหมแพรวา ไส้กรอกปลากาฬสินธุ์ หมูหลุม หมูทุบ และข้าวเหนียวเขาวง เป็นต้น</li> <li>● ได้รับการสนับสนุนจาก ททท. ในการจัดทำโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การรีแบรนด์เมือง (Rebranding</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รายได้ต่อหัวประชากรยังอยู่ในระดับต่ำ</li> <li>● โรงแรม/ที่พักยังมีจำนวนไม่มากนัก</li> <li>● ระบบสาธารณูปโภคด้านการท่องเที่ยวยังขาดมาตรฐาน</li> <li>● ระบบโลจิสติกส์และการขนส่งภายในจังหวัดยังไม่ครอบคลุมและเชื่อมโยงให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีความสะดวกเท่าที่ควร</li> <li>● โครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางมายังจังหวัดกาฬสินธุ์ยังไม่สะดวกสบายเหมือนจังหวัดใหญ่ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเดินทางด้วยรถไฟ และเครื่องบินยังไม่ถึงโดยตรง ต้องเดินทางผ่านจังหวัดข้างเคียง</li> <li>● อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยใหม่จากทั้งต่างประเทศและภายในประเทศเข้ามาทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น</li> </ul>

ตารางที่ 4-4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ (ต่อ)

<p>City) รวมถึงการจัดเทศกาล/กิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการพัฒนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน</li> </ul>	
โอกาส	อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ได้รับการสนับสนุนจาก Asian Development Bank (ADB) และกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้เป็นจังหวัดนำร่องในการผลิตอาหารปลอดภัย ขณะที่มีการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยกำลังอยู่ในกระแสนิยม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ปัญหาภัยธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง ในบางปี</li> </ul>

### การจัดการโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

เพื่อสนับสนุนให้การท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์มีความแข็งแกร่ง ในเบื้องต้นต้องอาศัยหน่วยงานดูแลและส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนหรือเป็นตัวกลางในการประสานให้เกิดการเชื่อมโยงและดึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจากองค์ประกอบของโซ่อุปทานในด้านต่างๆ ออกมาให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างความน่าสนใจและความประทับใจจากการเดินทางมาเยือน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมกับข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. พบว่าจังหวัดกาฬสินธุ์สามารถจัดการโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความน่าสนใจและเพิ่มมูลค่าได้ โดยการสร้างความเชื่อมโยงของอุปทานตามความสนใจของนักท่องเที่ยวกับวัตถุดิบด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ของจังหวัด ได้ดังนี้

#### 1. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและกำหนดมาตรฐานของโรงแรม/ที่พัก

เนื่องจากโรงแรม/ที่พักเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญในประเด็นความปลอดภัย ความสวยงาม ลักษณะและรูปแบบภายในอาคารและภายในห้องพัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก และสถานที่ตั้งของโรงแรม/ที่พักนั้น ขณะนี้ภายในจังหวัดกาฬสินธุ์มีผู้ประกอบการบริการที่พักค้างแรมให้แก่

นักท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย ทั้งที่เป็นโรงแรมมาตรฐาน บูติกโฮเทล เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ รีสอร์ท ไปจนถึงโฮมสเตย์

## 2. นำเสนอเอกลักษณ์ของการบริการอาหารจากรสชาติแบบดั้งเดิมและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

สร้างช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความน่าสนใจของร้านอาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร เนื่องจากจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทั้งจากพืชไร่ พืชสวน และการประมง อีกทั้งยังมีโรงงานแปรรูปอาหารขนาดเล็กที่ผลิตสินค้าสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย

## 3. ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งน้ำ

จังหวัดกาฬสินธุ์นับเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งน้ำ ซึ่งเป็นจุดที่โดดเด่นกว่าจังหวัดอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกทั้งยังเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของจังหวัด ซึ่งควรต้องได้รับการดูแลรักษาให้คงความเป็นธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ไม่เสื่อมโทรมตามกาลเวลา

## 4. ผสมผสานศิลปะพื้นเมืองที่มีอยู่หลากหลายและนำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นต้นกำเนิดของศิลปะพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์น่าสนใจ มีการแสดงและการละเล่นทางวัฒนธรรมหลากหลายรูปแบบ รวมถึงการแสดงพื้นบ้านประเภทต่างๆ เช่น ฟ้อนกลองตุ้ม ศิลปะการแสดงของชาวผู้ไทยที่ได้รับการขึ้นทะเบียน ICH (Intangible Culture Heritage) การแสดงหมอลำอีสานมรดกทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม หากมุ่งเน้นนำเสนอแต่ต้นแบบของศิลปะดังกล่าวอาจไม่ดึงดูดใจกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มากนัก จึงควรต้องทำการผสมผสานศิลปะประเภทต่างๆ ให้มีความทันสมัยและได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ของประเทศ เช่นเดียวกับการดำเนินงานที่ผ่านมา อาทิ การให้กำเนิดโปงลาง เครื่องดนตรีอีสานชนิดใหม่ที่ได้รับ ความนิยม หรือการนำเสนอศิลปนิเวศรูปปั้นใหม่ชาวกาฬสินธุ์ในนาม แพรวรา จีจี เป็นต้น

## 5. สร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี โดยเฉพาะร่องรอยไดโนเสาร์ที่หาชมได้ยาก

จุดเด่นประการสำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่หาไม่ได้จากจังหวัดอื่นของประเทศไทย คือการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี ประเภทซากดึกดำบรรพ์ของไดโนเสาร์ อีกทั้งยังมีพิพิธภัณฑ์สิรินธร เป็นแหล่งจัดแสดงและรวบรวมฟอสซิลไดโนเสาร์ที่มากและสมบูรณ์ที่สุดของประเทศอีกด้วย จึงควรต้องมีการนำเสนอประชาสัมพันธ์ประเด็นดังกล่าว เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดให้เกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดกาฬสินธุ์

## 6. พัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีศักยภาพ

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากมาย ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร สินค้าแปรรูป ตลอดจนสินค้าหัตถกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมพื้นที่ ซึ่งถือว่ามีส่วนผลักดันให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดกาฬสินธุ์ด้วย จึงควรร่วมกันพัฒนา ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้มีมาตรฐาน เพื่อสร้างการยอมรับและเป็นจุดดึงดูดให้ชาวต่างถิ่นเดินทางมา ท่องเที่ยวยังจังหวัดกาฬสินธุ์มากขึ้น

## การวิเคราะห์เชิงคุณค่าของโซ่อุปทานที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำ

จากการสำรวจพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัด กาฬสินธุ์ พบว่าทั้งผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องอื่นตลอดโซ่อุปทานการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นบุคลากรในท้องถิ่น รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวจึงหมุนเวียนอยู่ในจังหวัด ส่งผลกระทบ ด้านบวกต่อการกระจายรายได้ และการพัฒนาที่นำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำ ทั้งนี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ นอกจากจะเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว และแรงงานที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมนี้โดยตรงแล้ว ยังมีผู้เกี่ยวข้องในภาคการผลิตอื่นด้วย อาทิ ภาคเกษตรกรรม การประมง และผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น ในฐานะที่เป็นแหล่งวัตถุดิบคุณภาพ ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

สำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณค่าของโซ่อุปทานที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำ มีรายละเอียดโดยสังเขปดังนี้

### 1. การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการจ้างแรงงานในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวนับเป็นกลไกหรือเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลที่มีการเติบโตของระบบเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมไม่มากนัก ข้อมูล จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี พ.ศ.2559<sup>4</sup> พบว่าจังหวัดกาฬสินธุ์ มีเงินหมุนเวียนซึ่งเป็นรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวประมาณ 838 ล้านบาทซึ่งมีผลโดยตรง ให้เกิดการว่าจ้างแรงงานในท้องถิ่น ทั้งในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ภัตตาคาร และการบริการขนส่งในพื้นที่ เป็นต้น

ทั้งนี้ เนื่องจากจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นพื้นที่เกษตรกรรม การประกอบการ ภาคอุตสาหกรรมยังมีไม่มากนัก ภาคการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการว่าจ้างแรงงาน นอกภาคการเกษตรอีกทั้งยังเป็นแหล่งจ้างงานให้กับกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่จบการศึกษาแล้วให้มีโอกาส

กลับมาทำงานในบ้านเกิด โดยภาคการท่องเที่ยวยังถือว่าเป็นแหล่งสร้างงานมากกว่าภาคอุตสาหกรรม บางประเภทอีกด้วย ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์<sup>5</sup> พบว่าส่วนใหญ่จะทำการจ้างแรงงานภายในจังหวัดที่เห็นว่ามีคุณภาพดีและมีความรักพื้นที่ ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาจังหวัดบ้านเกิด

นอกจากนี้ หากเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) ซึ่งเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จะมีผลต่อการจ้างงานในท้องถิ่นมากกว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ ด้วยซึ่งจังหวัดกาฬสินธุ์จัดว่ามีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวเพิ่มขึ้นด้วย

## 2. การท่องเที่ยวช่วยเสริมศักยภาพให้กับชุมชน

การท่องเที่ยวเป็นกลไกหรือเครื่องมือหนึ่งที่จะเพิ่มศักยภาพให้กับชุมชน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) ที่กำลังอยู่ในกระแสนิยมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นแนวทางจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ประเด็นรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวแล้ว รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งบนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่เน้นการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย และ อัตลักษณ์ของชุมชน พบว่าส่งผลประโยชน์ต่อชุมชนได้จริง ดังนั้น ผลของการท่องเที่ยวที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำในกรณีนี้ จึงไม่ได้จำกัดเฉพาะประเด็นด้านเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียวแต่ยังเป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมจากการถ่ายทอดความรู้ให้กับท้องถิ่นได้มีความเข้าใจถึงการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง ช่วยให้ชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคตด้วย

<sup>4</sup> กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ พ.ศ.2557-2559”.

<sup>5</sup> ข้อมูลจากสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในพื้นที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์. “โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน (Sustainable CBT Initiatives)”.

<sup>6</sup> คณะสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. “โครงการศึกษาวิจัยการจ้างแรงงานในพื้นที่พิเศษ ปี 2559-2560”.

การเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นการเดินทางระหว่างพื้นที่ และการเดินทางภายในพื้นที่ เป็นต้น

กรณีจังหวัดกาฬสินธุ์ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การดำเนินธุรกิจในพื้นที่ยังคงเป็นรูปแบบดั้งเดิมที่มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น รูปแบบการลงทุนในกิจการสมัยใหม่ที่เกิดขึ้น มักเกิดจากการสร้างสรรค์ต่อยอดของทายาทนักธุรกิจในพื้นที่ โดยมีการลงทุนข้ามพื้นที่ไม่มากนัก การเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดจากภาคธุรกิจการท่องเที่ยว จึงส่งผลต่อปริมาณเงินหมุนเวียนภายในจังหวัดซึ่งมีส่วนช่วยให้ภาคเศรษฐกิจในพื้นที่ที่มีความเติบโตอย่างเข้มแข็งโดยตรง

#### 4. การท่องเที่ยวมีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง

จากการสัมภาษณ์ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์หลายฝ่ายให้ความเห็นตรงกันว่า นอกจากการท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยที่สร้างรายได้ให้เกิดแก่ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญแล้ว ยังส่งผลต่อการเติบโตของภาคการผลิตอื่นที่เชื่อมโยงด้วย โดยเฉพาะในภาคการเกษตร เนื่องจากการท่องเที่ยวถือเป็นโอกาสหรือช่องทางในการกระจายสินค้าที่ผลิตได้ภายในชุมชนไปสู่ผู้ซื้อซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากนี้ เมื่อผู้ผลิตได้มีโอกาสพบปะกับนักท่องเที่ยวโดยตรงแล้ว ยังจะช่วยให้เกิดการพัฒนาจากการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลผลิตของตนในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะสะท้อนกลับมาถึงผลตอบแทนหรือรายได้ของผู้ผลิตให้สูงขึ้นในรอบถัดไป มีผลให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชากรรากหญ้าในท้องถิ่นโดยตรงและนำมาสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง

สำหรับสินค้าที่สามารถเป็นของที่ระลึกของฝากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่ามีหลายรายการที่เป็นสินค้าเกษตร อาทิ ข้าวเหนียวขาวง ปลาแร่ กุ้งก้ามกราม ปลาแร่ บองหมูหุบ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากวัตถุดิบการเกษตร ได้แก่ ไวน์ภู่ออม ไวน์หมากเม่า และไส้กรอกปลาตุ๋นคั่ววัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่การท่องเที่ยวช่วยสร้างให้เกิดความต้องการซื้อได้มากขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ผลิตโดยชาวบ้านในท้องถิ่นหรือชุมชนโดยตรง อาทิ ผ้าไหมแพรวา สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ที่งดงามและมีชื่อเสียง รวมถึงผลิตภัณฑ์พื้นบ้านอื่นๆ อาทิ ผ้าฝ้ายทอมือ ผ้าขาวม้า ผ้าห่ม หมอนขิดและผ้าถุง เป็นต้น

สรุป

ภาคการท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการสร้างให้เกิดรายได้ และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ได้อย่างเป็นรูปธรรม การจัดการโซ่อุปทานท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ร่วมกับการพิจารณาปัจจัยที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศ ซึ่งเป็นจุดเด่นประการสำคัญของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในปัจจุบันที่แนวโน้มการท่องเที่ยวชุมชนเป็นวิถีที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นหนึ่งตัวอย่างที่ฉายภาพความสำเร็จของการท่องเที่ยวที่มีผล ต่อการลดความเหลื่อมล้ำ ทั้งที่เป็นการเสริมสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ ด้านโรงแรมและที่พัก ธุรกิจอาหาร ธุรกิจร้านค้า และธุรกิจสินค้าที่ระลึก ก่อให้เกิดการจ้างแรงงาน ท้องถิ่นในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและชุมชนในภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็น ผู้ป้อนวัตถุดิบสำคัญเข้าสู่ภาคการท่องเที่ยวด้วยนอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นโอกาสให้ชาวบ้าน หรือชุมชนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนจากการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง แทนที่จะเป็นการกระจายสินค้าที่ผลิตได้ผ่านกระบวนการจัดจำหน่ายของพ่อค้าคนกลาง ส่งผล ต่อความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นระดับรากหญ้าซึ่งแต่ละพื้นที่มีโอกาสจะได้รับ ประโยชน์จากมูลค่าเพิ่มดังกล่าวตลอดโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ตนมีส่วนเกี่ยวข้องด้วย

อย่างไรก็ตาม ยังคงมีข้อพึงระวังถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวในแง่ลบ เช่น การอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นที่ปรับเปลี่ยนไปให้สอดคล้องกับรสนิยมของ นักท่องเที่ยวทำให้เป็นการทำลายขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมแต่ดั้งเดิม ปัญหาพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวที่ขัดต่อจารีตประเพณีและขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของท้องถิ่น ปัญหาความขัดแย้ง ทางสังคมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น ปัญหาความหมิ่นเหม่ทางด้านศีลธรรมและ จริยธรรมที่อาจเกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจและความเชื่อที่ไม่ถูกต้อง เป็นต้น ซึ่งในแต่ละพื้นที่ จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับปัญหาที่จะเกิดขึ้นด้วย





## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ โดยมีส่วนช่วยยกระดับรายได้ของประชาชน เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ เป็นแหล่งที่มาของรายได้จากต่างประเทศ และช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ออกไปสู่ภาคส่วนต่างๆ ในวงกว้าง อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น กระตุ้นให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีความเข้มแข็งมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีผลต่อการกระตุ้นจิตสำนึกของประชาชนในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรดังกล่าวอย่างยั่งยืน

รัฐบาลได้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำโดยมีการระบุไว้อย่างชัดเจนในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) กำหนดให้ความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดความเหลื่อมล้ำ นำไปสู่การกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่น อีกทั้งยังต้องการให้ประเทศไทยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย สอดคล้องกับหน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว ซึ่งได้นำกรอบแนวคิดดังกล่าวมาจัดทำแผนพัฒนา และ/หรือ แผนปฏิบัติการในส่วนงานที่ตนรับผิดชอบ อาทิ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืนและแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2560 – 2564) กำหนดให้การลดความเหลื่อมล้ำอยู่ในพันธกิจสำคัญในประเด็นการขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวสร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งในวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวยังต้องการให้มุ่งเน้นสร้างประโยชน์ในมิติด้านสังคม ซึ่งได้แก่ การลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวรอง สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าวิถีไทย และการท่องเที่ยวชุมชน

จากแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามกรอบที่ได้กล่าวถึงข้างต้นส่งผลต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองให้ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นการกระจายนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในจังหวัดที่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก และเน้นให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีชีวิตบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย

จังหวัดกาฬสินธุ์นับเป็นเมืองรองที่ประสบความสำเร็จจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมาก อีกทั้งยังสะท้อนภาพการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการลดความเหลื่อมล้ำได้อย่างชัดเจน ทั้งที่เป็น การเสริมสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ อาทิ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านค้า และสินค้าที่ระลึก ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานท้องถิ่นในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและชุมชนในภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นผู้ป้อนวัตถุดิบสำคัญเข้าสู่ภาคการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังพบว่าภาคการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยให้ชาวบ้านหรือชุมชนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน จากการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง แทนการพัฒนาผ่านระบบพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นวิธีการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้ชุมชนท้องถิ่นระดับรากหญ้าได้รับประโยชน์ จากการสร้างมูลค่าเพิ่ม ดังกล่าวได้มากกว่า ทั้งนี้ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์นี้ ยังสามารถใช้เป็นต้นแบบสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดอื่นๆ ได้อีกด้วย

สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ และมีผลต่อเนื่องมาสู่การลดความเหลื่อมล้ำในพื้นที่ มีดังต่อไปนี้

1. ได้รับการสนับสนุนจาก ททท. ในฐานะหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วยกำหนดภาพจำใหม่หรือสร้าง Brand Character ของจังหวัดที่ชัดเจนซึ่งเอื้อต่อการทำตลาดท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยสนับสนุนให้เกิดโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ
2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ทั้งระดับจังหวัด และชุมชนท้องถิ่น ให้ความสนใจการพัฒนาการท่องเที่ยว ในฐานะที่เป็นเครื่องมือสร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร
3. ชุมชนเข้มแข็งและผู้ประกอบการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นมีการรวมตัวกันอย่างดี ช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นไปได้อย่างราบรื่นในแนวทางที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดโดยง่าย
4. มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย
5. เป็นแหล่งผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพ ซึ่งมีการดำเนินงานโดยชุมชนหรือคนในท้องถิ่น
6. เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรและประมง ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านอาหาร

อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองโดยลำพังอาจเป็นวิธีการที่เป็นไปได้ยาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงให้ความนิยมแหล่งท่องเที่ยวหลักซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้วมากกว่า อาทิ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และกระบี่ เป็นต้น ในเบื้องต้นอาจจำเป็นต้องใช้วิธีการส่งเสริมเมืองรองเพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่เติมเต็มให้การท่องเที่ยวแต่ละเส้นทางมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น หรือจัดการท่องเที่ยวเมืองรองให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวในเมืองที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบันอยู่แล้ว และนอกจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรงแล้ว ยังควรมีการสนับสนุนด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเมืองรองนั้นด้วย อาทิ การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานที่จะช่วยให้การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปได้โดยสะดวก การสนับสนุนให้คนในพื้นที่เรียนรู้และพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน หรือการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นสนใจลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เป็นต้น

ทั้งนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจำเป็นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานอัตลักษณ์ของตนเอง ซึ่งมีความโดดเด่นแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงโซอุปทานหรือภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ด้วย เพื่อให้แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองนี้มีประสิทธิภาพในแง่ของการช่วยลดความเหลื่อมล้ำ มิเช่นนั้นจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยที่ชุมชน ประชาชน หรือผู้ประกอบการท้องถิ่นไม่ได้รับประโยชน์เท่าที่ควร แต่ผลประโยชน์ที่เกิดจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้จะตกอยู่กับภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการภายนอกพื้นที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวทางการลดความเหลื่อมล้ำ

นอกจากนี้ ยังคงมีข้อพึงระวังถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวในแง่ลบที่อาจเกิดจากการสนองตอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป อาทิ การปรับเปลี่ยนรูปแบบขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นให้สอดคล้องกับรสนิยมของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นการทำลายขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมดั้งเดิม ปัญหาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ขัดต่อจารีตประเพณีและขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมท้องถิ่น ปัญหาความขัดแย้งทางสังคมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น ปัญหาความหมิ่นเหม่ทางด้านศีลธรรมและจริยธรรม ที่อาจเกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจและความเชื่อที่ไม่ถูกต้อง ตลอดจนการทำลายทรัพยากรธรรมชาติจากการที่มีนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนเกิดขีดความสามารถที่ชุมชนและสิ่งแวดล้อมจะรองรับได้ เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นต้องมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

หน่วยงานภาครัฐตั้งแต่ระดับจังหวัดลงไปจนถึงองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ทั้งเทศบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนในท้องถิ่นมากที่สุดต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองรองนั้นๆ โดยทุกภาคส่วนจำเป็นต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับ “Brand Character” หรือคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ซึ่งสามารถสร้างการรับรู้หรือประสบการณ์ร่วมบางอย่างให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในแนวทางเดียวกัน ทั้งนี้ Brand Character ถือเป็นหัวใจสำคัญของการกำหนดนโยบายส่งเสริมหรือสนับสนุนในประเด็นต่าง ๆ ตามมา เนื่องจากหากหน่วยงานให้การสนับสนุนโดยที่ยังไม่ทราบ “ตัวตน” ของสิ่งที่ตนต้องการส่งเสริมแล้ว ย่อมไม่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างแท้จริง

**1.1 จังหวัดจะต้องเป็นผู้นำในการกำหนด Brand Character หรือบุคลิกด้านการท่องเที่ยวจังหวัดของตน** อีกทั้งการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวยังควรต้องสะท้อนภาพดังกล่าวให้ได้อย่างชัดเจน และมีการถ่ายทอดสู่แผนปฏิบัติการของหน่วยงานระดับท้องถิ่น และชุมชนอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม เพื่อให้การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดมีทิศทางและสามารถวัดผลความสำเร็จได้อย่างมีเป้าหมาย

**1.2 องค์กรส่วนท้องถิ่นจะต้องมีบทบาทสำคัญที่จะคงไว้ซึ่ง Brand Character ของจังหวัดนั้นให้คงอยู่อย่างยั่งยืน** อีกทั้งยังต้องประสานให้ทุกภาคส่วนมีความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของจังหวัดที่ต้องการสื่อออกไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันด้วย

**2. ภาคเอกชนในพื้นที่ต้องมีความเข้าใจ นำเสนอการท่องเที่ยวตาม Brand Character ที่กำหนดได้อย่างสอดคล้อง และให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่**

ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ต้องมีความเข้าใจและภาคภูมิใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่นตน สามารถนำเสนอการท่องเที่ยวตามแนวทางเดียวกันกับบุคลิกของจังหวัดที่ได้กำหนดไว้แล้วได้อย่างสอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดและส่งเสริมประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่น สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายระดับสูงสุด ซึ่งนอกจากความต้องการกลับมาเยือนซ้ำแล้ว ยังต้องมีการบอกต่อให้กับคนรู้จักของตนได้มาท่องเที่ยวในแบบที่ตนได้สัมผัสมาแล้วอีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการภาคเอกชนยังควรต้องให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่เป็นหลัก โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนหน่วยงาน ซึ่งช่วยให้เกิดการจ้างงานในพื้นที่ ลดปัญหาความยากจน และสร้างโอกาสให้กับ

คนในพื้นที่จากเศรษฐกิจที่เติบโตจากภาคการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวทางการลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความยั่งยืนในสังคม

### 3. ททท. ควรมีบทบาทในฐานะที่ปรึกษา และสนับสนุนการตลาดในภาพรวม เพื่อกระตุ้นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์การท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่

ททท. ในฐานะผู้นำการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีประเด็นความท้าทายหลักอยู่ที่ การส่งเสริมให้ท้องถิ่นเล็งเห็นความสำคัญและมีส่วนร่วมในการพัฒนา เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีความคงอยู่อย่างโดดเด่นและเติบโตได้ต่อไปอย่างยั่งยืน ประสบผลสำเร็จในแง่ของการก่อให้เกิด การสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งนำไปสู่การตอบโจทย์ของแผนยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการท่องเที่ยวต่อประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำ ซึ่งในเบื้องต้น ททท. อาจมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอด องค์ความรู้ด้านการตลาด และเป็นที่ปรึกษาช่วยสร้าง Brand Character ระดับจังหวัดจนประสบความสำเร็จ หลังจากนั้น ททท. ควรรักษาสถานะหรือบทบาทของตนเฉพาะการทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาด้าน การท่องเที่ยวให้กับจังหวัด หน่วยงานระดับท้องถิ่น หรือผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ การท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นๆ เติบโตต่อไปได้ด้วยตัวเองอย่างยั่งยืน

สำหรับแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการ เดินทางท่องเที่ยวตามแนวทางที่กำหนดนั้น สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ 4 ประการ ดังนี้

**3.1 เพิ่มลูกค้าที่ดี : กระตุ้นการเติบโตของนักท่องเที่ยวและขยายฐานตลาด นักท่องเที่ยวคุณภาพ** โดยการสื่อสารและจัดทำกิจกรรมการตลาด เพื่อเพิ่มความถี่ในการเดินทาง ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย กระจายให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่เมืองรองตามตำแหน่งทางการตลาด และเอกลักษณ์การท่องเที่ยวที่ได้กำหนดไว้แล้วอย่างสอดคล้องกับคุณลักษณะเด่นของแต่ละพื้นที่ ตลอดจนกระจายการเดินทางจากช่วงวันหยุดไปในวันธรรมดาด้วยการสื่อสารถึงคุณค่าการท่องเที่ยว ที่ได้รับมากกว่า อีกทั้งยังกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ตัดสินใจ เลือกลงประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง โดยนำเสนอประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการได้เห็น และสัมผัสอัตลักษณ์และเรื่องราวความเป็นไทยที่หลากหลาย และมีความโดดเด่นแตกต่างกัน โดยเฉพาะในเมืองรองของประเทศ

**3.2 นำเสนอสินค้าที่ดี : สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อเพิ่ม มูลค่าและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว** โดยนำเสนอให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงมูลค่า จากประสบการณ์ที่ได้รับผ่านสินค้าท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและมูลค่าสูง โดยเฉพาะการสะท้อนวิถี

ความเป็นไทย ผ่านเอกลักษณ์และเรื่องราวของชุมชนท้องถิ่นที่สร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันเพิ่มขึ้น ตลอดจนขยายระยะเวลาพำนักเฉลี่ยเพื่อให้สัมผัสประสบการณ์สร้างสรรค์ดังกล่าว

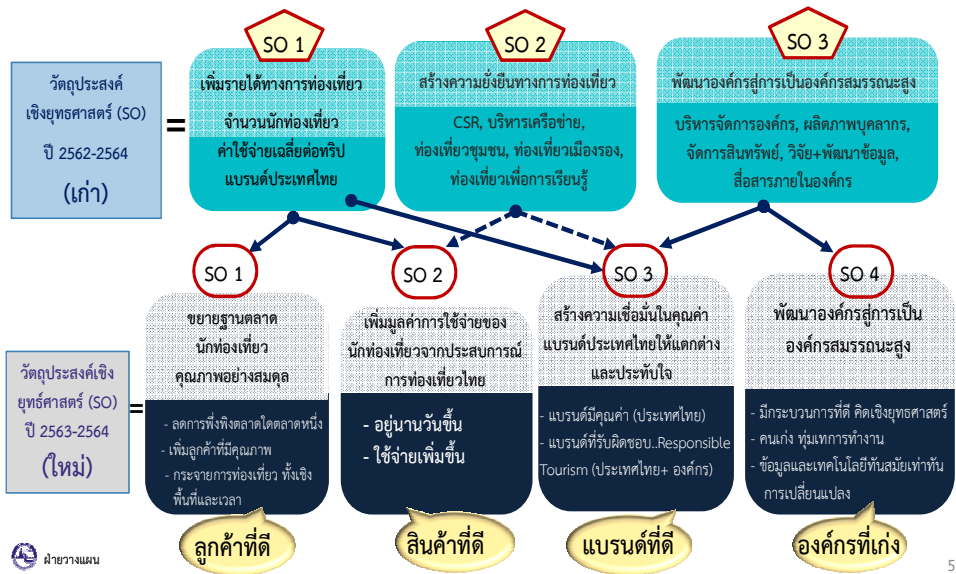
**3.3 ย้ำคุณค่าแบรนด์ที่ดี : สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยความโดดเด่นที่น่าประทับใจของแต่ละพื้นที่** โดยการนำเสนอเรื่องราวที่น่าส่งคุณค่าแบรนด์ประเทศไทยที่จะได้สัมผัสกับประสบการณ์อันทรงคุณค่าและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ตามศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละจังหวัด ซึ่งสะท้อนผ่าน Brand Character หรือภาพจำที่แตกต่างกัน ตลอดจนนำเสนอคุณค่าของแบรนด์ประเทศไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจะต้องเพิ่มการสร้างคุณค่าให้เกิดความรู้สึกว่าท่องเที่ยวประเทศไทยไม่แพ้การท่องเที่ยวต่างประเทศ

**3.4 เป็นองค์กรที่เก่ง : พัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง และมีส่วนร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกระดับ** โดยทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในเบื้องต้น ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาดท่องเที่ยว สนับสนุนข้อมูลและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก อีกทั้งยังช่วยกำหนดเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนในแนวทางที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน ตลอดจนบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีทิศทางชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะในเมืองรองที่การพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่ประสบผลสำเร็จมากนัก และหลังจากนั้นอาจลดบทบาทมาเป็นผู้ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา เพื่อให้การท่องเที่ยวของพื้นที่มีการเติบโตได้ด้วยตัวเองอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ตามแนวทางดังกล่าวถือได้ว่าเป็นรูปแบบการพัฒนาสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่ประสบผลสำเร็จในแง่ของการก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งนำไปสู่การตอบโจทย์ของแผนยุทธศาสตร์ชาติด้านการท่องเที่ยวต่อประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำ ทั้งนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวปฏิบัติข้างต้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2560 - 2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ.2563-2564) และเชื่อมโยงสู่แผนปฏิบัติงานตลาดภายในประเทศประจำปี พ.ศ. 2563 ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยสามารถแสดงให้เห็นตามแผนภูมิภาพต่อไปนี้

**แผนภาพที่ 5-1 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ แผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. 2560-2564**

**(ฉบับทบทวน พ.ศ. 2563 - 2564)**



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แผนภาพที่ 5-2 ความเชื่อมโยงจากแผนวิสาหกิจ ฉบับทบทวน ปี 2563 สู่แผนปฏิบัติการประจำปี 2563

ความเชื่อมโยงจากแผนวิสาหกิจ ฉบับทบทวน ปี 2563 สู่แผนปฏิบัติการประจำปี 2563

(SO 1) ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยว คุณภาพอย่างสมดุล		(SO 2) เพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จากประสบการณ์การท่องเที่ยว		(SO 3) สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ประเทศไทย ให้แตกต่างและประทับใจ	
ยุทธศาสตร์ที่ 1.2 สร้างสมดุลระหว่าง นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ	ยุทธศาสตร์ที่ 1.3 กระจายการเดินทาง ในเชิงพื้นที่และเวลา	ยุทธศาสตร์ที่ 2.1 ขยายเวลาพำนัก ด้วยเรื่องราวที่ให้ ประสบการณ์ที่มีคุณค่า	ยุทธศาสตร์ที่ 2.2 พัฒนาสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น	ยุทธศาสตร์ที่ 3.1 เน้นจุดยืนของคุณค่า แบรนด์ประเทศไทย ที่แตกต่าง และประทับใจ	ยุทธศาสตร์ที่ 3.2 สร้างความตระหนักถึงความสำคัญ ของการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism)
กลยุทธ์ที่ 1 กระตุ้นการเติบโตของนักท่องเที่ยว ภายในประเทศอย่างสมดุล		กลยุทธ์ที่ 2 สร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยว		กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาคุณค่าแบรนด์ให้เทียบเท่า คุณค่าการท่องเที่ยวต่างประเทศ	
<b>แผนงาน</b> 1.1 กระตุ้นความถี่ในการเดินทางสัมผัสคุณค่า แบรนด์ประเทศไทย (ข.1.2) 1.2 กระจายการเดินทางสู่พื้นที่รองตามตำแหน่ง ทางการตลาด (ข.1.3) 1.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวสัมผัสคุณค่าวัฒนธรรม (ข.1.3) 1.4 ประสานความร่วมมือเครือข่ายการท่องเที่ยว (ข.1.3)		<b>แผนงาน</b> 2.1 ขยายวันพักด้วยเรื่องราวสร้างสรรค์และกิจกรรม ท่องเที่ยว (ข.2.1) 2.2 กระตุ้นการใช้จ่ายด้วยคุณค่าสินค้ามูลค่าสูง (ข.2.2) 2.3 ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่า (ข.2.2)		<b>แผนงาน</b> 3.1 สื่อสารสร้างกระแสการเดินทางสัมผัสคุณค่าแบรนด์ ประเทศไทยที่ไม่แพ้การท่องเที่ยวต่างประเทศ (ข.3.1) 3.2 เสริมสร้างความยั่งยืนให้แบรนด์ประเทศไทยด้วย Responsible Tourism (ข.3.2)	
<div style="border: 2px solid blue; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;">แผนปฏิบัติการตลาดในประเทศ</div>					

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)



## บรรณานุกรม

- พัฒนาชุมชน, กรม กระทรวงมหาดไทย. “โครงการ OTOP นวัตกรรม เชื่อมโยงภูมิปัญญา วิถีชุมชน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://nawatwithi.com/about/> (22 เมษายน 2562).
- ซิตพงษ์อัยสานนท์. “มองรอบทิศคิดอย่าง Supply Chain Logistics and Supply Chain Management ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”, Industrial Technology Review. No.274 ประจำเดือน กันยายน 2558. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=66&section=5&issues=3> (22 เมษายน 2562).
- จังหวัดกาฬสินธุ์, สำนักงาน กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. “แผนพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2561-2564 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://123.242.175.89/office/plan/kalasinplan2561\\_2564e1.pdf](http://123.242.175.89/office/plan/kalasinplan2561_2564e1.pdf) (22 เมษายน 2562).
- สถิติจังหวัดกาฬสินธุ์, สำนักงาน. “รายงานวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2558”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://kalasin.nso.go.th/images/attachments/article/kalasin\\_meeting59/tour-kalasin59.pdf](http://kalasin.nso.go.th/images/attachments/article/kalasin_meeting59/tour-kalasin59.pdf) (22 เมษายน 2562).
- Brand Buffet. “ใครว่า “กาฬสินธุ์” ไม่น่าเที่ยว? ยุทธการรีแบรนด์เมืองรอง ปรับภาพจำในมุมมองใหม่”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.brandbuffet.in.th/2018/08/tat-rebranding-kalasin-city/>(22 เมษายน 2562)

ภาคผนวก

## ผนวก ก

### ตัวอย่างรายการนำเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์

#### รายการแนะนำที่ 1 (2 วัน 1 คืน)

##### วันที่ 1 (อำเภอเมืองกาฬสินธุ์-อำเภอคำม่วง-อำเภอสหัสขันธ์-อำเภอเมืองกาฬสินธุ์)

- (เช้า)
- สักการะ ศาลหลักเมืองกาฬสินธุ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์
  - ออกเดินทางจากอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ไปยังอำเภอคำม่วง
  - สักการะบรรจุพระบรมสารีริกธาตุที่ประดิษฐานอยู่ใน พระบรมธาตุเจดีย์รัฐติสสมาหาเถรานุสรณ์ วัดรังสีปาลีวัน อำเภอคำม่วง
  - ชมการจัดแสดงและเลือกซื้อผ้าไหมแพรวา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของกาฬสินธุ์ ณ ศูนย์วัฒนธรรมผู้ไทยผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง
  - ออกเดินทางจากอำเภอคำม่วงไปยังอำเภอสหัสขันธ์
- (บ่าย)
- ทิวชมและเรียนรู้เรื่องราวการค้นพบฟอสซิลไดโนเสาร์ ณ พิพิธภัณฑ์สิรินธร อำเภอสหัสขันธ์
  - นมัสการ “พระพุทธไสยาสน์” เกษสลักบนแผ่นผาอายุนับพันปี และ “พระมงคลชัยสิทธิ์โรจนฤทธิประสิทธิพร” พระประธานปางตรัสรู้ในพระอุโบสถไม้ที่มีสถาปัตยกรรมหาชมยาก ณ วัดพุทธนิมิต (ภูค่าว) อำเภอสหัสขันธ์
  - แวะชมทัศนียภาพอันสวยงามของเขื่อนลำปาวและชมอาทิตย์อัสดง ณ สะพานเทพสุดา และ แหลมโนนวิเศษ อำเภอสหัสขันธ์
  - ออกเดินทางจากอำเภอสหัสขันธ์กลับไปยังอำเภอเมืองกาฬสินธุ์
  - เดินทางเข้าสู่ที่พัก อำเภอเมืองกาฬสินธุ์

##### วันที่ 2 (อำเภอเมืองกาฬสินธุ์-อำเภอกมลาไสย-อำเภอเมืองกาฬสินธุ์)

- (เช้า)
- ทำบุญ ไหว้พระ ณ วัดกลาง อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ และสักการะ “หลวงพ่อดังค์ดำ” ซึ่งถือเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคูเมืองของชาวกาฬสินธุ์
  - ศึกษาความเป็นมาของการก่อตั้งเมืองกาฬสินธุ์ ณ ศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราช พิพิธภัณฑ์

### ของดีเมืองกาฬสินธุ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์

- (บ่าย)
- ออกเดินทางจากอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ไปยังอำเภอกมลาไสย
  - ทิวชมเมืองโบราณเดิมของกาฬสินธุ์ **เมืองฟ้าแดดสงยาง** อำเภอกมลาไสย และสักการะ **พระธาตุยาคู** เจดีย์ใหญ่ที่สุดในเมืองฟ้าแดดสงยาง
  - ชมใบเสมาหินทรายเก่าแก่ที่ค้นพบจากเมืองฟ้าแดดสงยาง ณ **วัดโพธิ์ชัยเสมาราม** อำเภอกมลาไสย
  - ออกเดินทางจากอำเภอกมลาไสยกลับไปยังอำเภอเมืองกาฬสินธุ์
  - แวะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ เช่น หมูทุบ เนื้อเค็ม หม่า แหนม ฯลฯ จากร้านขายสินค้าที่ระลึกในเขตอำเภอเมือง
  - เดินทางเข้าสู่ที่พัก อำเภอเมืองกาฬสินธุ์

### รายการแนะนำที่ 2 (3 วัน 2 คืน)

#### วันที่ 1 (อำเภอเมืองกาฬสินธุ์-อำเภอนาคู-อำเภอเขาวง-อำเภอเมืองกาฬสินธุ์)

- (เช้า)
- ทำบุญ ไหว้พระ ณ **วัดกลาง** อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ และสักการะ “หลวงพ่อดังค์ดำ” ซึ่งถือเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของชาวกาฬสินธุ์
  - สักการะ **ศาลหลักเมืองกาฬสินธุ์** อำเภอเมืองกาฬสินธุ์
  - ออกเดินทางจากอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ไปยังอำเภอนาคู
  - ชมรอยเท้าไดโนเสาร์ซึ่งถูกค้นพบ ณ **วนอุทยานภูแฝก** อำเภอนาคู
- (บ่าย)
- ทำบุญ ไหว้พระ นมัสการพระสิวลี ณ **วัดผาเจริญธรรม** อำเภอนาคู มีบันไดพญานาคให้เดินขึ้นสู่วัดจำนวน ๑๙๙ ขั้น และมีจุดชมทิวทัศน์ในมุมสูงที่สวยงาม
  - ทิวชมและเล่นน้ำ ณ **น้ำตกผานางคอย** อำเภอนาคู
  - ออกเดินทางจากอำเภอนาคูไปยังอำเภอเขาวง
  - ชมความงดงามของ “สิมไทเมืองวัง” พระอุโบสถรูปทรงศิลปะล้านช้างที่มีความอ่อนช้อยงดงาม ณ **วัดวังคำ** อำเภอเขาวง และมีจุดเด่นคือ ผนังด้านหลังพระอุโบสถมีรูปต้นโพธิ์ลวดลายประดับด้วยกระจกสี มีความงดงามมาก
  - ออกเดินทางจากอำเภอเขาวงกลับไปยังอำเภอเมืองกาฬสินธุ์
  - เดินทางเข้าสู่ที่พัก อำเภอเมืองกาฬสินธุ์

#### วันที่ 2 (อำเภอเมืองกาฬสินธุ์-อำเภอคำม่วง-อำเภอสหัสขันธ์-อำเภอเมืองกาฬสินธุ์)

- (เช้า)
- ศึกษาความเป็นมาของการก่อตั้งเมืองกาฬสินธุ์ ณ **ศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราช พิพิธภัณฑ**  
**ของดีเมืองกาฬสินธุ์** อำเภอเมืองกาฬสินธุ์
  - ออกเดินทางจากอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ไปยังอำเภอคำม่วง

- สักการะบรรจุพระบรมสารีริกธาตุที่ประดิษฐานอยู่ใน **พระบรมธาตุเจดีย์ฐิตสีลมหาเถรานุสรณ์** วัดรังสีปาลีวัน อำเภอคำม่วน
- ชมการจัดแสดงและเลือกซื้อผ้าไหมแพรวา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของกาฬสินธุ์ ณ **ศูนย์วัฒนธรรมผู้ไทยผ้าไหมแพรวาบ้านโพ** อำเภอคำม่วน
- (บ่าย) - ออกเดินทางจากอำเภอคำม่วนไปยังอำเภอสหัสขันธ์
- ทิวชมและเรียนรู้เรื่องราวการค้นพบฟอสซิลไดโนเสาร์ ณ **พิพิธภัณฑสถานธรณีวิทยา** อำเภอสหัสขันธ์
- นมัสการ “พระพุทธรูปไสยาสน์” แกะสลักบนแผ่นผาอายุนับพันปี และ “พระมงคลชัยสิทธิ์โรจนฤทธิประสิทธิพร” พระประธานปางตรัสรู้ในพระอุโบสถไม้ที่มีสถาปัตยกรรมหาชมยาก ณ **วัดพุทธนิมิต (ภูค่าว)** อำเภอสหัสขันธ์
- แวะชมทัศนียภาพอันสวยงามของเขื่อนลำปาวและชมอาทิตย์อัสดง ณ **สะพานเทพสุดา** และ **แหลมโนนวิเศษ** อำเภอสหัสขันธ์
- ออกเดินทางจากอำเภออำเภอสหัสขันธ์กลับไปยังอำเภอเมืองกาฬสินธุ์
- เดินทางเข้าสู่ที่พัก อำเภอเมืองกาฬสินธุ์

### วันที่ 3 (อำเภอเมืองกาฬสินธุ์-อำเภอกมลาไสย-อำเภอขามเฒ่า-อำเภอเมืองกาฬสินธุ์)

- (เช้า) - ออกเดินทางจากอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ไปยังอำเภอกมลาไสย
- ทิวชมเมืองโบราณเดิมของกาฬสินธุ์ **เมืองฟ้าแดดสงยาง** อำเภอกมลาไสย และสักการะ **พระธาตุยาคู** เจดีย์ใหญ่ที่สุดในเมืองฟ้าแดดสงยาง
- ชมใบเสมาหินทรายเก่าแก่ที่ค้นพบจากเมืองฟ้าแดดสงยาง ณ **วัดโพธิ์ชัยเสมาราม** อำเภอกมลาไสย
- ออกเดินทางจากอำเภอกมลาไสยกลับไปยังอำเภอขามเฒ่า
- (บ่าย) - ไหว้พระ ทำบุญ และชิมโป่งแบบเก่าแก่ที่สุดในภาคอีสาน ณ **วัดกลางโคกค้อ** อำเภอขามเฒ่า
- ชมทัศนียภาพและเก็บภาพความประทับใจ ณ **เขื่อนลำปาว** อำเภอขามเฒ่า
- ออกเดินทางจากอำเภอขามเฒ่ากลับไปยังอำเภอเมืองกาฬสินธุ์
- แวะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ เช่น หมูทุบ เนื้อเค็ม หม่า แหนม ฯลฯ จากร้านขายสินค้าที่ระลึกในเขตอำเภอเมือง
- เดินทางเข้าสู่ที่พัก อำเภอเมืองกาฬสินธุ์

## ผนวก ข

### ตัวอย่างรายการนำเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงขอนแก่น-กาฬสินธุ์- ร้อยเอ็ด-มหาสารคาม

#### รายการแนะนำที่ 1 (3 วัน 2 คืน)

วันที่ 1 (เยือนเส้นทางสายไหม ชมสยามเมืองขอนแก่น)

06.00 น. - ออกเดินทางจากกรุงเทพฯ ตามทางหลวงหมายเลข 2 สู่อ.พล จ.ขอนแก่น แล้วเลี้ยวขวา  
ไปยังบ้านวังคุณ อ.หนองสองห้อง (392 กม.)

- 10.30 น. - ถึงบ้านวังคุณ ชม **ลิมวัดสระบัวแก้ว** ลิมอีสานโบราณสร้างราว ปี พ.ศ. 2474 ชมศิลปะชูปแต้ม  
วรรณกรรมเรื่องพระลักษมณ์ พระราม หรือรามเกียรติ์ และวรรณกรรมสินไซ นิทาน  
พื้นบ้านแห่งลุ่มน้ำโขง พร้อมเรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิตของชาวอีสานในอดีตผ่าน  
การถ่ายทอดเรื่องราวในรูปแบบศิลปะชูปแต้มบนผนังลิม
- 11.00 น. - ออกเดินทางสู่ อ.บ้านไผ่ ตามทางหลวงหมายเลข 2 (45 กม.) รับประทานอาหารกลางวันใน อ.บ้านไผ่
- 13.30 น. - ออกเดินทางสู่ อ.ชนบท ตามทางหลวงหมายเลข 229 (11 กม.)
- 14.00 น. - ชมการจัดแสดงผ้าไหม ขั้นตอนการทอผ้าไหมนิทรรศการผ้าไหมโบราณและผ้าไหมที่ได้รับรางวัล  
มากมายรวมถึงผ้าไหมมัดหมี่ที่แพงที่สุดในโลกโดยฝีมือชาว อ.ชนบท จากการประกวด  
ผ้าไหมของเอเชีย เลือกซื้อผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบจากผ้าไหมเป็นของฝาก ของที่ระลึก  
ที่ **ศาลาไหมไทย** หรือ **ย่านการค้าถนนผ้าไหม**
- 15.30 น. - ออกเดินทางไปยังบ้านสาวะถี ต.สาวะถี อ.เมือง จ.ขอนแก่น ตามทางหลวงหมายเลข 2  
และหมายเลข 12 ถึงสี่แยกบ้านทุ่มแล้วเลี้ยวขวาไปยังบ้านสาวะถี (75 กม.)
- 16.30 น. - ถึงบ้านสาวะถี เพลิดเพลินกับการติดตามเรื่องราววรรณกรรมสินไซในชูปแต้มที่ **ลิมวัดไชยศรี**  
ลิมเก่าแก่อีกแห่งหนึ่งที่มีชูปแต้มสวยงามเต็มพื้นที่ทั้งผนังภายนอกและภายใน
- 17.00 น. - ออกเดินทางกลับสู่เมืองขอนแก่น (20 กม.)
- 17.30 น. - ถึงเมืองขอนแก่น อร์เตอร์รี่กับอาหารมื้อเย็น ชมบรรยากาศบึงแก่นนครยามค่ำ ชมตลาด  
กลางคืนที่มีให้เลือกหลายแห่งและพักผ่อนรับเช้าวันใหม่ ณ เมืองขอนแก่น

## วันที่ 2 (เยือนลิม ณ ถิ่นไดโนเสาร์ เมืองกาฬสินธุ์)

- 08.00 น. - สักการะ **พระมหาธาตุแก่นนคร** เจดีย์ 9 ชั้น บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ศิลปะแบบทวารวดี  
ผสมผสานอินโดจีนเป็นหนึ่งในพระธาตุตามเส้นทาง “**ไหว้พระธาตุอีสาน 4 เมือง รุ่งเรือง  
ตลอดชีวิต**” ที่ให้อานิสงส์ก้าวหน้ารุ่งเรือง เปรียบดังบูชาองค์สัมมาสัมพุทธเจ้าบนสวรรค์  
ชั้นดาวดึงส์
- 08.30 น. - ออกเดินทางสู่ บ้านนาจารย์ อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ ตามทางหลวงหมายเลข 12 (92 กม.)
- 10.30 น. - ถึงบ้านนาจารย์ ชม **ลิมวัดอุดมประชาษฎ์** วัดเก่าแก่ที่มีลิมขนาดใหญ่ มีชูปแต้ม  
แสดงเรื่องราวพุทธประวัติและพระเวสสันดรชาดก จากนั้นเลือกซื้อพุทธประวัติและพระเวสสันดรชาดก  
 จากนั้น เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ หมูทุบ หมูเค็ม ของฝากขึ้นชื่อของบ้านนาจารย์ จ.กาฬสินธุ์
- 11.30 น. - เดินทางย้อนกลับมายังตัวเมืองกาฬสินธุ์ และรับประทานอาหารมื้อกลางวันในตัวเมือง  
กาฬสินธุ์ (15 กม.)
- 13.00 น. - ออกเดินทางไปยัง พิพิธภัณฑ์สิรินธร อ.สหัสขันธ์ จ.กาฬสินธุ์ ตามทางหลวงหมายเลข 227 (25 กม.)
- 14.00 น. - เยี่ยมชมและศึกษาซากดึกดำบรรพ์ไดโนเสาร์ที่ **พิพิธภัณฑ์สิรินธร** ซึ่งจัดแสดงชิ้นส่วนของ

ไดโนเสาร์มากกว่า 700 ชิ้น (ประมาณ 7 ตัว) เรียนรู้ด้านธรณีวิทยาตลอดจนไขปริศนา เรื่องไดโนเสาร์สูญพันธุ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียที่ทันสมัยและใหญ่ที่สุดในอาเซียนพร้อมชม ซากฟอสซิลปลาคุกกี้กอดกันอายุกว่า 150 ล้านปี “ปลาเลปิโดเทส” มหัศจรรย์แห่งเมือง กาฬสินธุ์

- 15.30 น. - ออกเดินทางย้อนกลับมายังตัวเมืองกาฬสินธุ์เพื่อไปยัง อ.กมลาไสย จ.กาฬสินธุ์ ตามทางหลวง หมายเลข 214 และ 2367 (44 กม.)
- 16.30 น. - กราบนมัสการ **พระธาตุยาคู** เจดีย์ใหญ่ที่สุดในเมืองฟ้าแดดสงยางสมัยทวารวดี 1 ใน 5 พระธาตุ ตามเส้นทาง “ไหว้พระธาตุอีสาน 4 เมือง รุ่งเรืองตลอดชีวิต” รับอานิสงค์ ร่มเย็นเป็นสุข
- 17.00 น. - ออกเดินทางไปยังตัวเมืองร้อยเอ็ด ตามทางหลวงหมายเลข 2116 และ 214 (35 กม.)
- 18.00 น. - รับประทานอาหารค่ำ ชม **บึงพลาญชัย** ยามค่ำและพักผ่อน ณ เมืองร้อยเอ็ด

### วันที่ 3 (กราบพระเมืองร้อยเอ็ด ชมลิมเมืองมหาสารคาม)

- 08.00 น. - อรุณสวัสดิ์ยามเช้าเมืองร้อยเอ็ด กราบพระอุปัชฌาย์และชม **บ่อน้ำพุใต้หอไตร ใจกลางสระ ชัยมงคล** สระน้ำเก่าแก่ที่ตั้งของบ่อน้ำพิพัฒน์สัตยาอันศักดิ์สิทธิ์ภายในหอพระไตรมิ่งเมือง มหัศจรรย์แห่งเมืองสาเกตุนคร ณ **วัดบึงพระลานชัย**
- 09.00 น. - เลือกซื้อของฝาก ของที่ระลึก จากศูนย์โอท็อป (OTOP) เมืองร้อยเอ็ด
- 09.30 น. - ออกเดินทางไปยังวัดป่ากุง อ.ศรีสมเด็จตามเส้นทางหลวงหมายเลข 2045 (20 กม.)
- 10.30 น. - กราบ **พระเจดีย์หิน (บรมพุทโธจำลอง) วัดประชาคมวนาราม (วัดป่ากุง)** สถานที่ จำพรรษาเมื่อครั้งยังมีชีวิตของ พระเทพวิสุทธิมงคล (หลวงปู่ศรี มหาวิโร) พระเกจิอาจารย์ ฝ่ายกัมมัฏฐานชื่อดังแห่งภาคอีสาน ผู้ริเริ่มสร้างมหาเจดีย์ชัยมงคลและกราบสถูปสถานที่ จัดงานพระราชทานเพลิงสรีระสังขารของหลวงปู่ ณ กลางสระน้ำภายในวัด
- 11.00 น. - ออกเดินทางไปยังพระธาตุนาดูน อ.นาดูน ตามเส้นทางหลวงหมายเลข 20425 และ 2381 (55 กม.)
- 11.30 น. - กราบ พระธาตุนาดูน พุทธมณฑลแดนอีสาน 1 ใน 5 พระธาตุตามเส้นทาง “ไหว้พระธาตุ อีสาน 4 เมือง รุ่งเรืองตลอดชีวิต” รับอานิสงค์ เพิ่มพูนบารมี จากนั้นเยี่ยมชม พิพิธภัณฑ ์นครจำปาศรี สถานที่จัดแสดงเรื่องราวความเป็นมาและพัฒนาการของเมืองโบราณ นครจำปาศรี และเยี่ยมชม **พิพิธภัณฑ์เรือนอีสาน**
- 12.00 น. - รับประทานอาหารมื้อกลางวันใน อ.นาดูน
- 13.00 น. - ออกเดินทางสู่บ้านดงบัง ต.ดงบัง อ.นาดูน จ.มหาสารคาม (10 กม.)
- 13.30 น. - ชม **ลิมวัดโพธาราม** บ้านดงบัง วัดเก่าแก่สร้างขึ้นตั้งแต่สมัยรัชการที่ 3 เรียนรู้วิถีชีวิต ชาวอีสานในอดีตผ่านฮูปแต้มและสัมผัสความเลือนในศรัทธาในพระพุทธศาสนา ที่สื่อผ่าน



ชูปแต้มเรื่องราวพุทธประวัติพระเวสสันดรชาดก ที่สื่อผ่านชูปแต้มเรื่องราวพุทธประวัติ  
พระเวสสันดรชาดก พร้อมติดตามเรื่องราววรรณกรรมสินไซ หรือสังข์ศิลป์ชัยในชูปแต้มที่ผนังสิม

- 14.00 น. - ออกเดินทางกลับสู่กรุงเทพฯ โดยใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 2045, 202 และ หมายเลข 2 ผ่าน  
อ.พยัคฆภูมิพิสัย จ.มหาสารคาม อ.ประทาย และ อ.เสีตา จ.นครราชสีมา ตามลำดับ
- 19.30 น. - เดินทางถึงกรุงเทพฯ โดยสวัสดิภาพ



## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	ชเนศวร์ เพชรสุวรรณ
วัน เดือน ปีเกิด	5 กุมภาพันธ์ 2506
การศึกษา	ปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการโฆษณา/ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (พ.ศ. 2527)
<b>ประวัติการทำงานโดยย่อ</b>	
กุมภาพันธ์ 2549	ผู้อำนวยการ ททท. สำนักงานลอนดอน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
กุมภาพันธ์ 2553	ผู้อำนวยการกองตลาดยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ตุลาคม 2556	ผู้อำนวยการภูมิภาคยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ตุลาคม 2559	รองผู้อำนวยการด้านตลาดยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และอเมริกา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
<b>ตำแหน่งปัจจุบัน</b>	
ตุลาคม 2560 - ปัจจุบัน	รองผู้อำนวยการด้านสื่อสารการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



# สรุปย่อ

## ลักษณะวิชา เศรษฐกิจ

เรื่อง การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำ :  
กลยุทธ์การส่งเสริมเมืองรองกรณีศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้วิจัย นายธนศวรรค์ เพชรสุวรรณ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 61

ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการด้านสื่อสารการตลาด

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลได้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำโดยมีการระบุไว้อย่างชัดเจนในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) กำหนดให้ความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดความเหลื่อมล้ำ สอดคล้องกับหน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว ซึ่งได้นำกรอบแนวคิดดังกล่าวมาจัดทำแผนพัฒนา และ/หรือ แผนปฏิบัติการในส่วนงานที่ตนรับผิดชอบ อาทิ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืนและแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2560-2564) กำหนดให้การลดความเหลื่อมล้ำให้อยู่ในพันธกิจสำคัญในประเด็นการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้้อย่างยั่งยืน ตลอดจนลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวรอง

การท่องเที่ยวเมืองรองจึงนับเป็นกลยุทธ์สำคัญประการหนึ่งที่ตอบสนองต่อเป้าประสงค์ในการลดความเหลื่อมล้ำ ทั้งยังเป็นการสร้าง ความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเพิ่มโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เป็นภูมิคุ้มกันต่อภาคธุรกิจการท่องเที่ยวจากการกระจายความเสี่ยงโดยไม่พึ่งพาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักเพียงไม่กี่แห่งจนเกินไป

ทั้งนี้ จังหวัดกาฬสินธุ์จัดเป็นพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยมีปัจจัยความสำเร็จจากความร่วมมือของผู้รับผิดชอบทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนประชาชนในพื้นที่ อีกทั้งความสำเร็จดังกล่าวยังส่งผลต่อเศรษฐกิจ

และสังคมในพื้นที่ได้อย่างน่าสนใจ สามารถนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาผลของการท่องเที่ยวที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำได้เป็นอย่างดี

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564) แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด โดยเฉพาะต่อประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง
2. เพื่อศึกษานโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งกำหนดเป็นกรณีศึกษาสำหรับการวิจัยครั้งนี้
3. เพื่อศึกษาผลการลดความเหลื่อมล้ำจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ในพื้นที่ซึ่งได้กำหนดเป็นกรณีศึกษาดังกล่าว
4. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จและความเสี่ยงเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะจากกรณีศึกษามาเป็นแบบอย่างในการขยายผลไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกันในพื้นที่อื่น

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์สู่แผนปฏิบัติการโดยมุ่งเน้นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองรอง
2. วิเคราะห์ผลการลดความเหลื่อมล้ำจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยใช้จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นกรณีศึกษา

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษารายละเอียดและความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564) แผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปีของ ททท. และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดกับเป้าประสงค์ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาผลกระทบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองต่อการลดความเหลื่อมล้ำ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์ ทั้งผู้บริหาร ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว บุคลากรที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

## ผลการวิจัย

ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580) ซึ่งถือเป็นแผนแม่บทของการพัฒนาประเทศ ได้ระบุประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำไว้ใน “ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน” ที่มุ่งเน้นเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งระบบเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน และส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ โดยระบุประเด็นการสร้าง ความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ด้านนี้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่ได้ระบุประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำไว้ในแผนแม่บทของตนเช่นกัน ทั้งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการลดความเหลื่อมล้ำไว้ตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” ขณะที่แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2560-2564) ก็ได้มีการกล่าวถึงประเด็นเกี่ยวกับการลดความเหลื่อมล้ำไว้ในพันธกิจสำคัญ “ขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน” อีกทั้งวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ด้านสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวยังได้ระบุเพิ่มเติมด้วยว่า “เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวม ททท.ต้องมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ในมิติด้านสังคม ซึ่งได้แก่ การลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวรอง สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าวิถีไทย และการท่องเที่ยวชุมชน

## ผลสำเร็จของการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ที่มีต่อการลดความเหลื่อมล้ำ

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นหนึ่งในตัวอย่างที่ฉายภาพความสำเร็จของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการลดความเหลื่อมล้ำอย่างเป็นรูปธรรมโดยมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

### 1. การท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดการจ้างแรงงานในท้องถิ่น

ภาคการท่องเที่ยวเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์พบว่าส่วนใหญ่จะทำการจ้างแรงงานภายในจังหวัดที่เห็นว่ามีคุณค่าคนเคยมีความรักพื้นที่ และต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาจังหวัดบ้านเกิด

### 2. การท่องเที่ยวช่วยเสริมศักยภาพให้กับชุมชน

การท่องเที่ยวเป็นกลไกหรือเครื่องมือหนึ่งที่จะเพิ่มศักยภาพให้กับชุมชน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) สนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งบนพื้นฐานของการพึ่งตนเองซึ่งนับเป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยจังหวัดกาฬสินธุ์มีแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) อย่างหลากหลาย

### 3. การท่องเที่ยวช่วยให้อาชีพธุรกิจในพื้นที่มีการเติบโต

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่ก่อให้เกิดความต้องการ (Demand) ในอุตสาหกรรมอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมก่อสร้าง การค้าปลีกและค้าส่ง และการให้บริการขนส่ง เป็นต้น กรณีจังหวัดกาฬสินธุ์ การดำเนินธุรกิจในพื้นที่ยังคงเป็นรูปแบบดั้งเดิมที่มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น รูปแบบการลงทุนในกิจการใหม่ๆ มักเกิดจากการสร้างสรรค์ต่อยอดของทายาทนักธุรกิจในพื้นที่ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดจากภาคธุรกิจการท่องเที่ยว จึงส่งผลการเติบโตของภาคเศรษฐกิจในพื้นที่โดยตรง

### 4. การท่องเที่ยวมีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง

การท่องเที่ยวถือเป็นโอกาสหรือช่องทางในการกระจายสินค้าที่ผลิตได้ภายในชุมชนไปสู่ผู้ซื้อซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากนี้ เมื่อผู้ผลิตได้มีโอกาสพบปะกับนักท่องเที่ยวโดยตรง ยังจะช่วยให้เกิดการพัฒนาจากการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลผลิตที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด มีผลให้เกิดพัฒนาจากฐานรากอย่างแท้จริง

### ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์และมีผลต่อเนื่องมาสู่การลดความเหลื่อมล้ำในพื้นที่ มีดังต่อไปนี้

1. มีความเข้มแข็งของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย



2. เป็นแหล่งผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพ ซึ่งมีการดำเนินงานโดยชุมชนหรือคนในท้องถิ่น
3. เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรและประมง ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านอาหาร
4. ชุมชนเข้มแข็ง และผู้ประกอบการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นมีการรวมตัวกันอย่างดี ช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นไปได้อย่างราบรื่นในแนวทางที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดโดยง่าย
5. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ทั้งระดับจังหวัด และชุมชนท้องถิ่น ให้ความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในฐานะที่เป็นเครื่องมือสร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร
6. ได้รับการสนับสนุนจาก ททท. ในฐานะหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ช่วยกำหนดภาพจำหรือสร้าง Brand Character ของจังหวัดให้ชัดเจนซึ่งเอื้อต่อการตลาดท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยสนับสนุนให้เกิดโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ

## ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การท่องเที่ยวเมืองรองมีผลต่อการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง นอกจากแผนยุทธศาสตร์ซึ่งเป็นนโยบายระดับประเทศซึ่งเป็นกรอบการปฏิบัติราชการแล้ว หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในระดับท้องถิ่น ภาคเอกชนหรือชุมชน ตลอดจนหน่วยงานสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อแนวทางการลดปัญหาดังกล่าว โดยมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นต้องมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐตั้งแต่ระดับจังหวัดลงไปจนถึงองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ทั้งเทศบาล หรือ องค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนในท้องถิ่นมากที่สุด ต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองรองนั้นๆ ตามคุณลักษณะที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในแนวทางเดียวกันโดยจังหวัดจะต้องเป็นผู้นำในการกำหนดคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว และกำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัดอย่างชัดเจน ตลอดจนต้องมีการถ่ายทอดสู่แผนปฏิบัติการของหน่วยงานระดับท้องถิ่น และชุมชนอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม ขณะที่องค์กรส่วนท้องถิ่นจะต้องมีบทบาทที่จะคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืน และประสานให้ทุกภาคส่วนมีความเข้าใจในแนวทางเดียวกัน

2. ภาคเอกชนต้องนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวได้อย่างสอดคล้องกับคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด และให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดและส่งต่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่น

สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับสูงสุด นอกจากนี้ ยังควรต้องให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ซึ่งจะช่วยให้เกิดการจ้างงานในพื้นที่ ลดปัญหาความยากจน และสร้างโอกาสให้กับคนในพื้นที่จากเศรษฐกิจที่เติบโตจากภาคการท่องเที่ยว

**3. ททท. ควรมีบทบาทในฐานะที่ปรึกษาและสนับสนุนการตลาดในภาพรวมเพื่อกระตุ้นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่** โดยอาจจำแนกแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ได้ดังนี้

**3.1 เพิ่มลูกค้าที่ดี :** กระตุ้นการเติบโตของนักท่องเที่ยวและขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพิ่มความถี่ในการเดินทางในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกระจายให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสู่เมืองรองตามตำแหน่งทางการตลาดและเอกลักษณ์การท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่

**3.2 นำเสนอสินค้าที่ดี :** สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านสินค้าท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและมูลค่าสูงจากเอกลักษณ์และเรื่องราวของชุมชนท้องถิ่นที่สร้างสรรค์ กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย และขยายระยะเวลาพำนักเฉลี่ย

**3.3 ย้ำคุณค่าแบรนด์ที่ดี :** สร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าแบรนด์ประเทศไทย นำเสนอเรื่องราวที่น่าส่งคุณค่าจากประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจตามศักยภาพของแต่ละจังหวัด พร้อมกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจะต้องเพิ่มการสร้างความรู้สึกว่าท่องเที่ยวประเทศไทยไม่แพ้การท่องเที่ยวต่างประเทศ