



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่
บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา และหมู่เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า”

Tourism Strategic and Operational Plans for Chao Phraya River Side Cluster
and Koh Samui – Koh Pha-ngan – Koh Tao Cluster
(เล่มที่ 1 : คลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา)

โดย

ชัยพงษ์ พงษ์พานิช และคณะ

ธันวาคม 2559

เลขที่สัญญา RDG5850044

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่
บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา และหมู่เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า”

คณะผู้วิจัย

สังกัด

1. ชัยพงษ์ พงษ์พานิช	สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. พฤทธิพร นครชัย	สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ธนา ศิริวัลลภ	สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

สัญญาเลขที่ RDG5850044

โครงการ “แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวคัลเลอร์พื้นที่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา และหมู่เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า”

สรุปรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 3

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%)
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ / หรือจากการปรับแผน	ผลสำเร็จ (%)	ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่านดำเนินการ
1. เตรียมแผนโครงการ		
1.1 จัดเตรียมรายการและรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามหัวเรื่องของการศึกษา	100%	
1.2 วางผังรายการข้อมูลที่ต้องใช้รวมทั้งกลุ่มของผู้ที่จะสัมภาษณ์เชิงลึกหรือประชุมกลุ่มย่อยในกลุ่มพื้นที่ต่างๆเพื่อเตรียมการดำเนินงาน	100%	
2. ทบทวนวรรณกรรม และลงพื้นที่กลุ่มลำนน้ำเจ้าพระยาเพื่อการคัดเลือกลำนน้ำสาขา	100%	
2.1 ทบทวนวรรณกรรมในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องรวมทั้งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยครอบคลุมข้อมูลทุติยภูมิทั้งเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ	100%	
2.2 เก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยการหาหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในเบื้องต้น รวมทั้งการลงพื้นที่เพื่อสำรวจความพร้อมทางด้านต่างๆ เพื่อพิจารณาศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว	100%	
2.3 เก็บข้อมูลทุติยภูมิ และปฐมภูมิ เพื่อรวบรวมประเด็นที่จะเป็นปัจจัยในการเปรียบเทียบความพร้อมของลำนน้ำสาขาต่างๆ พร้อมทั้งพิจารณาปัจจัยเชิงคุณภาพอื่นๆที่เกี่ยวข้อง	100%	

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่าน ดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ / หรือจากการปรับแผน	ผลสำเร็จ (%)	
3. ศึกษาประเด็นทางยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มพื้นที่		
3.1 ดำเนินการศึกษาเชิงลึกสำเนาที่ได้ทำการคัดเลือก ด้วยการเก็บ ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ จากการลงพื้นที่เพื่อดำเนินการสำรวจเชิง กายภาพ และเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการใช้แบบสำรวจ	100%	
3.2 เก็บข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิด้วยการศึกษาทบทวนวรรณกรรม ในส่วนของกลุ่มพื้นที่การท่องเที่ยวเกาะสมุย พะงัน และเกาะเต่า รวมทั้งลงพื้นที่เพื่อดำเนินการสำรวจเชิงกายภาพ และเก็บข้อมูล ภาคสนามด้วยการใช้แบบสำรวจ	100%	
3.3 สัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานราชการและเอกชน ตามห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อการมี ส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน และนำข้อมูลมาเปรียบเทียบทางด้านอุปสงค์ อุปทาน และปัจจัยสนับสนุน	100%	
3.4 วิเคราะห์ อุปสงค์ อุปทาน และปัจจัยสนับสนุน โดยใช้กรอบ แนวคิด Diamond Model ในการศึกษาของกลุ่มพื้นที่ 2 พื้นที่	100%	
4. สรุปผลประเด็นเชิงกลยุทธ์		
4.1 จัดทำ Gap Analysis, SWOT Analysis, และกำหนดประเด็น ยุทธศาสตร์และลำดับความสำคัญ	100%	
4.2 สัมมนารับฟังความคิดเห็นประเด็นทางยุทธศาสตร์ของทั้งสอง พื้นที่ เพื่อทบทวนและระดมสมองในการปรับปรุงยุทธศาสตร์การ พัฒนากลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ	100%	
4.3 สรุปผลกลยุทธ์ ซึ่งจะระบุถึง Positioning ของแต่ละกลุ่มพื้นที่ และสร้าง Roadmap ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ได้รับฟังความ คิดเห็นจากการประชุมสัมมนา	100%	
4.4 จัดทำแผนปฏิบัติการ 5 ปี ที่แบ่งเป็นระยะเร่งด่วน ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ 2 พื้นที่	100%	

ลงนาม (หัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน)

วันที่ 22/6/56

คำนำ

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ฉบับนี้ เป็นการนำเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาและหมู่เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า ครอบคลุมพื้นที่ 10 จังหวัดในภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ และ 1 จังหวัดในภาคใต้คือ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื้อหาในรูปเล่มแบ่งออกเป็น 5 บทประกอบด้วย บทที่ 1 บทนำและวิธีดำเนินการวิจัย บทที่ 2 การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย บทที่ 4 ผลการศึกษาและการวิเคราะห์คลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา บทที่ 5 แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา และภาคผนวก

ในการจัดทำรายงานวิจัยดังกล่าวได้ผ่านการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในด้านการท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ในรูปแบบต่างๆ ประกอบกับการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Final Report) เล่มนี้จะเกิดประโยชน์ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวรวมถึงการผลักดันให้เกิดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นและนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คณะผู้วิจัย

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

คำนำ.....	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	VIII
สารบัญแผนภาพ	IX
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary).....	1
บทคัดย่อ	7
Abstract	9
บทที่ 1 บทนำและวิธีดำเนินการวิจัย	11
ส่วนที่ 1 บทนำ	12
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	12
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	14
1.3 ขอบเขตการวิจัย	15
1.4 กรอบการวิจัย	20
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	21
บทที่ 2 การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
ส่วนที่ 2 การท่องเที่ยวของโลกและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญต่อการท่องเที่ยว (Megatrend).....	23
2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก.....	23
2.2 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดและความต้องการ	25
2.3 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	29
ส่วนที่ 3 การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน.....	34
3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน.....	34
3.2 ความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาค.....	37
3.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน	46

ส่วนที่ 4 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55
4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในภาพรวม	55
4.2 ภาพรวมยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย	58
4.3 ทิศทางการพัฒนาการกลุ่มการท่องเที่ยว 8 คลัสเตอร์	70
4.4 การท่องเที่ยวทางน้ำและทางเรือ.....	83
ส่วนที่ 5 สถานการณ์การท่องเที่ยวทางน้ำในภาพรวม	91
5.1 การท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญ (Cruise) ทางทะเล.....	91
5.2 การท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญในเอเชีย.....	92
5.3 การท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญทางแม่น้ำในต่างประเทศ.....	95
5.4 ตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญทางแม่น้ำในเอเชียและอาเซียน	97
5.5 การท่องเที่ยวทางแม่น้ำในประเทศไทย	98
5.6 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำในอาเซียน	104
ส่วนที่ 6 การท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism)	105
6.1 นิยามและที่มาของการท่องเที่ยวในเขตเมือง	105
6.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมือง.....	110
6.3 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมือง	115
6.4 การท่องเที่ยวในเขตเมืองในประเทศที่กำลังพัฒนา.....	119
6.5 การพัฒนาเมือง (Urban Development) และการท่องเที่ยวในเขตเมือง.....	121
ส่วนที่ 7 การศึกษาเบื้องต้นกลุ่มพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขาหลัก.....	122
7.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมายโดยรวม	127
7.2 ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน	136
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย.....	147
ส่วนที่ 8 วิธีดำเนินการวิจัย	148
8.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	148

8.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	151
8.3 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด	160
ส่วนที่ 9 วิธีการคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	161
9.1 ปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัด	162
9.2 ปัจจัยในการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	165
บทที่ 4 ผลการศึกษาและการวิเคราะห์คลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยว ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา....	169
ส่วนที่ 10 การคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวหลักและการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	170
10.1 การวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด	170
10.2 แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาในจังหวัดที่ถูกคัดเลือก	174
10.3 การประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	185
ส่วนที่ 11 ผลการศึกษาจากการลงพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	189
11.1 ประเด็นค้นพบสำคัญจากการสัมภาษณ์	189
สรุปสาระสำคัญการสำรวจพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น	190
เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเมือง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	190
เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (บางปะอิน-บางไทร) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	192
เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี	196
เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนนนทบุรีรวมถึงย่านท่าน้ำนนท์ จังหวัดนนทบุรี	199
เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเกร็ด) จังหวัดนนทบุรี	202
เส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกรวย-คลองบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี	205
เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยารวมถึงกรุงรัตนโกสินทร์ กรุงเทพฯ	207
เส้นทางเขตบางกอกน้อย-บางกอกใหญ่ (คลองบางกอกน้อย-คลองชักพระ-คลองบางกอกใหญ่) กรุงเทพฯ	210
เส้นทาง 5 ตลาดน้ำ เขตตลิ่งชัน คือ ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดจำปา ตลาดน้ำคลอง ลัดมะยม และตลาดน้ำวัดสะพาน กรุงเทพฯ	212

เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ.....	215
เส้นทางคลองบางน้ำผึ้งในส่วนคู้บางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ	217
11.2 ประเด็นพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา – issue based	219
ส่วนที่ 12 การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา.....	246
ส่วนที่ 13 โครงสร้างคลัสเตอร์การท่องเที่ยว (Cluster Mapping) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	266
ส่วนที่ 14 การวิเคราะห์การท่องเที่ยวของพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ถูกคัดเลือก..	272
14.1 การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	272
14.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) ด้านการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	280
14.3 การวางตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ได้รับการคัดเลือก.....	283
14.4 การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ตามห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain)	285
บทที่ 5 แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา.....	291
ส่วนที่ 15 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา.....	292
15.1 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	292
15.2 รายละเอียดแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	366

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1: การจำแนกจังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่มท่องเที่ยว	72
ตารางที่ 2: ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวของทั้ง 8 กลุ่มท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2551	76
ตารางที่ 3: ตารางแสดงรายได้จากนักท่องเที่ยวของทั้ง 8 กลุ่มท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2551	76
ตารางที่ 4: ตารางสรุปแนวทางการพัฒนา 8 กลุ่มท่องเที่ยวของไทย	78
ตารางที่ 5: จำนวนกลุ่มลูกค้าที่มีการท่องเที่ยวเรือสำราญทางแม่น้ำจากสหราชอาณาจักร (พินคน)	96
ตารางที่ 6: ตารางสรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในเขตเมือง	111
ตารางที่ 7: แสดงข้อมูลภูมิอากาศที่สำคัญของเขตพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา พ.ศ. 2549	126
ตารางที่ 8: การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนา	149
ตารางที่ 9: ทฤษฎีหรือกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์	152
ตารางที่ 10: ตัวอย่างการวิเคราะห์ SWOT	155
ตารางที่ 11: สรุปผลผลิต และตัวชี้วัด	160
ตารางที่ 12: ปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัด	163
ตารางที่ 13: ปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัดพื้นที่ลุ่มน้ำสาขา	167
ตารางที่ 14: คะแนนจากการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลุ่มน้ำสาขา	186
ตารางที่ 15: มาตรฐานคุณภาพน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยา	230
ตารางที่ 16: การกำหนดโควต้ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง	247
ตารางที่ 17: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1	297
ตารางที่ 18: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2	320
ตารางที่ 19: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3	332
ตารางที่ 20: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4	343
ตารางที่ 21: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5	355

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ 1: ขอบเขตของการวิจัย	15
แผนภาพที่ 2: ตัวอย่างการวิเคราะห์ช่องว่าง และการระบุประเด็นยุทธศาสตร์.....	18
แผนภาพที่ 3: กรอบแนวคิดในการวิจัย	20
แผนภาพที่ 4: จำนวนนักท่องเที่ยวของโลก และสัดส่วนของการท่องเที่ยวต่อ GDP โลก.....	23
แผนภาพที่ 5: จำนวนนักท่องเที่ยวจีนขาออก ปี 2543 - 2558.....	26
แผนภาพที่ 6: การคาดการณ์จำนวนประชากรผู้สูงอายุของโลก	28
แผนภาพที่ 7: จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าของอาเซียน ปี 2553 - 2557	34
แผนภาพที่ 8: จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสมาชิกอาเซียน แยกตามประเทศที่มา ปี 2557.....	35
แผนภาพที่ 9: การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน ปี 2558	36
แผนภาพที่ 10: แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. 2554-2558.....	39
แผนภาพที่ 11: มาตรฐานการท่องเที่ยวของอาเซียนในด้านต่างๆ และประเทศผู้รับผิดชอบ	41
แผนภาพที่ 12: การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน.....	42
แผนภาพที่ 13: เว็บไซต์ DONGNANYA.TRAVEL สำหรับนักท่องเที่ยวจีน.....	43
แผนภาพที่ 14: ตัวอย่างการสร้างอัตลักษณ์ของประเทศในกลุ่มอาเซียน	46
แผนภาพที่ 15: THEME การท่องเที่ยวมาเลเซีย ปี 2558.....	47
แผนภาพที่ 16: รายได้ทางตรง รายได้ทางอ้อม และรายได้ที่เกี่ยวข้องจากการท่องเที่ยว พ.ศ.2551 – 2558	56
แผนภาพที่ 17: รายได้ทางตรงจากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศไทย	56
แผนภาพที่ 18: ภาพรวมแผนนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย	59
แผนภาพที่ 19: ขั้นตอนกระบวนการศึกษาคัดเลือกปัจจัยพิจารณาศักยภาพของกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวของ สศช.	71
แผนภาพที่ 20: ระบบการท่องเที่ยวทางน้ำมีหลายส่วนประกอบคือ แหล่งท่องเที่ยว บรรยากาศและทัศนียภาพ ลำน้ำ การบริการ และนักท่องเที่ยว	85
แผนภาพที่ 21: ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวทางแม่น้ำ	88
แผนภาพที่ 22: ข้อมูลของกลุ่มลูกค้าชาวไทยที่มีการท่องเที่ยวเรือสำราญ	94

แผนภาพที่ 23: บรรยากาศการค้าขายริมน้ำตลาดน้ำย่านอำเภอตลิ่งชันซึ่งเคยได้รับความนิยมในอดีตและได้ถูก หันมาให้ความสนใจใหม่ในปัจจุบัน.....	98
แผนภาพที่ 24: ตลาดน้ำวัดไทรในสมัยก่อน	99
แผนภาพที่ 25: เรือนันตรา ครุยส์เซส	102
แผนภาพที่ 26: เรือเมขลา.....	102
แผนภาพที่ 27: การล่องเรือนำเที่ยวและเรือสำราญเส้นทางแม่น้ำแคว.....	103
แผนภาพที่ 28: ตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำที่มีการเชื่อมโยงในปัจจุบันของ Avalon Waterways (ซ้าย) และ Grand Circle Cruise Line (ขวา).....	104
แผนภาพที่ 29: asiatic the riverfront (ซ้าย) และ b&w hallerne (ขวา).....	107
แผนภาพที่ 30: ตัวอย่างการท่องเที่ยวเขตประวัติศาสตร์.....	112
แผนภาพที่ 31: ตัวอย่างการท่องเที่ยวบริเวณริมน้ำ.....	112
แผนภาพที่ 32: ตัวอย่างการท่องเที่ยวรูปแบบศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการ.....	113
แผนภาพที่ 33: ตัวอย่างการท่องเที่ยวในเขตท่องเที่ยวพิเศษ.....	113
แผนภาพที่ 34: แหล่งร้านค้าและร้านอาหารในกรุงเทพฯ ที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยว	114
แผนภาพที่ 35: ตัวอย่างการจัดกิจกรรมพิเศษระดับนานาชาติ	116
แผนภาพที่ 36: เมืองในแต่ละประเทศมีประวัติศาสตร์ ความเป็นมา และภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน	117
แผนภาพที่ 37: เมือง Lucknow ประเทศอินเดีย และหมู่เกาะ Caribbean ที่เกิดการพัฒนาเนื่องจากการ ท่องเที่ยว	120
แผนภาพที่ 38: แผนที่แม่น้ำปิง วัง ยม น่าน ซึ่งรวมกันเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาที่จังหวัดนครสวรรค์.....	122
แผนภาพที่ 39: การสร้างบ้านยกสูงในสมัยก่อนซึ่งมีการเกิดน้ำท่วมบ่อยครั้ง.....	124
แผนภาพที่ 40: การขุดคลองลัดครั้งสำคัญ 4 ครั้ง	124
แผนภาพที่ 41: สัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ณ ราคาประจำปีในจังหวัดที่ แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านระหว่างปี พ.ศ. 2551-2557	127
แผนภาพที่ 42: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านระหว่างปี พ.ศ. 2551- 2558	128
แผนภาพที่ 43: สัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ซ้าย) และรายได้ (ขวา) ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน เปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ พ.ศ. 2558	129

แผนภาพที่ 44: สัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ชาย) และรายได้ (ขวา) ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน พ.ศ. 2558	129
แผนภาพที่ 45: สัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ชาย) และรายได้ (ขวา) แบ่งตามสัญชาติในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน พ.ศ. 2558	130
แผนภาพที่ 46: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนแบ่งตามสัญชาติในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านปี พ.ศ. 2551–2558	130
แผนภาพที่ 47: รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) แบ่งตามสัญชาติในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านระหว่างปี พ.ศ. 2551–2558.....	131
แผนภาพที่ 48: สัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านแบ่งตามประเภทการเยี่ยมเยือน พ.ศ. 2558	131
แผนภาพที่ 49: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนแบ่งตามไตรมาสในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปี พ.ศ. 2558.....	132
แผนภาพที่ 50: รายได้จากการท่องเที่ยวแบ่งตามไตรมาสในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปี พ.ศ. 2558	133
แผนภาพที่ 51: การใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน) ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2554–2558	133
แผนภาพที่ 52: ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน) ในแต่ละหมวดของผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน พ.ศ. 2558.....	134
แผนภาพที่ 53: จำนวนวันพักเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปี พ.ศ. 2558 เปรียบเทียบชาวไทยและชาวต่างชาติ.....	134
แผนภาพที่ 54: พาหนะการเดินทางสู่จังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านของผู้เยี่ยมเยือน พ.ศ. 2558 (ชาย) และประเภทที่พักที่เป็นที่นิยมในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน พ.ศ. 2558 (ขวา)	135
แผนภาพที่ 55: ภัยแล้งในจังหวัดอ่างทอง	136
แผนภาพที่ 56: เกษตรกรผู้ประสบภัยแล้งอย่างรุนแรง โดยที่ไม่สามารถทำการเพาะปลูกได้ในพื้นที่ดังกล่าว	136
แผนภาพที่ 57: แผนที่แสดงจังหวัดที่ประสบภัยแล้ง ณ วันที่ 21 เมษายน 2558	138
แผนภาพที่ 58: น้ำท่วมใหญ่ปี พ.ศ. 2485 ทำให้ประชาชนต่างออกมาพายเรือกันอย่างคึกคักที่บริเวณลานพระบรมรูปทรงม้า (รูปที่หนึ่ง) เหตุการณ์น้ำท่วมกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2526 (รูปที่สอง) เหตุการณ์น้ำท่วมกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2538 (รูปที่สาม)	140

แผนภาพที่ 59: แผนที่แสดงพื้นที่และจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากมหาอุทกภัย ณ วันที่ 10 ตุลาคม 2554 โดยที่สีแดงแสดงให้เห็นถึงพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุด และสีอื่นๆ รองลงมา	141
แผนภาพที่ 60: เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548).....	142
แผนภาพที่ 61: การประสบความสำเร็จของตลาดน้ำอัมพวา ดังแสดงให้เห็นในรูปก่อน (บน) และหลัง (ล่าง)	144
แผนภาพที่ 62: ตัวอย่างองค์ประกอบ DIAMOND MODEL	153
แผนภาพที่ 63: กรอบแนวคิดของ Value Chain	156
แผนภาพที่ 64: ตัวอย่าง Value Chain Analysis ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	158
แผนภาพที่ 65: ตัวอย่างการวิเคราะห์ Gap Analysis ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	159
แผนภาพที่ 66: ตัวอย่างแผนภาพแสดงความสำคัญของประเด็นยุทธศาสตร์	159
แผนภาพที่ 67: การทำการคัดเลือกจังหวัดเพื่อระบุคลองที่มีศักยภาพและคัดเลือกคลองที่มีศักยภาพสำหรับการพัฒนา.....	161
แผนภาพที่ 68: การสรุปปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัดสำหรับการท่องเที่ยวทางน้ำ.....	162
แผนภาพที่ 69: การสรุปปัจจัยในการคัดเลือกลำน้ำสำหรับการพัฒนาเกษตร.....	166
แผนภาพที่ 70: การคัดเลือกจังหวัดเพื่อการท่องเที่ยวทางน้ำ.....	170
แผนภาพที่ 71: สัดส่วนเปรียบเทียบจำนวนผู้เยี่ยมชม และ รายได้จากการท่องเที่ยวของ 5 จังหวัดที่ถูกคัดเลือก เมื่อเทียบกับ 10 จังหวัด	172
แผนภาพที่ 72: จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ในกลุ่มจังหวัดแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างระหว่างปี พ.ศ. 2551-2558	172
แผนภาพที่ 73: การใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน) ในกลุ่มจังหวัดแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2558	173
แผนภาพที่ 74: แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ถูกคัดเลือก.....	174
แผนภาพที่ 75: แม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	175
แผนภาพที่ 76: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในเขตเกาะเมือง (อำเภอพระนครศรีอยุธยา).....	175
แผนภาพที่ 77: : ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอบางปะอิน-บางไทร.....	176
แผนภาพที่ 78: แม่น้ำเจ้าพระยาของจังหวัดปทุมธานี	177
แผนภาพที่ 79: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาจังหวัดปทุมธานี	177

แผนภาพที่ 80: แม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนของจังหวัดนนทบุรี	178
แผนภาพที่ 81: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาจังหวัดนนทบุรี	178
แผนภาพที่ 82: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด	179
แผนภาพที่ 83: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกรวย-คลองบางคูเวียง.....	179
แผนภาพที่ 84: แม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนของกรุงเทพมหานคร	180
แผนภาพที่ 85: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยากรุงเทพมหานคร.....	181
แผนภาพที่ 86: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวเส้นทางเขตบางกอกน้อยและเขตบางกอกใหญ่.....	182
แผนภาพที่ 87: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวเส้นทาง เขตตลิ่งชัน	182
แผนภาพที่ 88: แม่น้ำเจ้าพระยาของจังหวัดสมุทรปราการ	183
แผนภาพที่ 89: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาจังหวัดสมุทรปราการ	183
แผนภาพที่ 90: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวเส้นทางคลองบางน้ำผึ้ง	184
แผนภาพที่ 91: งานลอยกระทงประจำปี และขบวนพยุหยาตราทางชลมารค.....	220
แผนภาพที่ 92: โครงการอนุรักษ์ประเพณีรำพาข้าวสาร และตักบาตรพระร้อยทางเรือของจังหวัดปทุมธานี	220
แผนภาพที่ 93: ประเพณีตักบาตรทางน้ำของชาวมอญในเทศกาลออกพรรษาของจังหวัดนนทบุรี.....	221
แผนภาพที่ 94: สวนสาธารณะสองริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจให้กับผู้คน	221
แผนภาพที่ 95: โครงการพัฒนาพื้นที่ตามแนวแม่น้ำเจ้าพระยา	222
แผนภาพที่ 96: โครงการการทำทางเลียบแม่น้ำเจ้าพระยาในเฟสแรกตั้งแต่สะพานพระราม 7 ถึงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า และในเฟสถัดไปจนถึงบางกระเจ้า.....	224
แผนภาพที่ 97: กระเช้าข้ามน้ำไปยังวัดนิเวศธรรมประวัติ	225
แผนภาพที่ 98: จุดบริการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว (ซ้าย) และ Kiosk (ขวา)	226
แผนภาพที่ 99: ป้ายหน้าวัดกษัตราธิราชวรวิหาร (ซ้าย) และป้ายหน้าวัดใหญ่ชัยมงคล (ขวา) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	226
แผนภาพที่ 100: สภาพริมคลองบางกอกใหญ่.....	227
แผนภาพที่ 101: ผักตบชวาที่เจริญเติบโตมากในแม่น้ำเจ้าพระยาก่อให้เกิดปัญหาต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ช่วงอำเภอเมืองปทุมธานี.....	229
แผนภาพที่ 102: ความสกปรกในรูปบีโอดี (bod loading) ในแม่น้ำเจ้าพระยา (กก.บีโอดี/วัน).....	231
แผนภาพที่ 103: แหล่งกำเนิดมลพิษแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น ชุมชน โรงงานอุตสาหกรรม และฟาร์มปศุสัตว์.	231

แผนภาพที่ 104: ท่าเรือนนทบุรี ท่าเรือพระปิ่นเกล้า และท่าเรือพระราม 7	232
แผนภาพที่ 105: ท่าเรือในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่ปรับระดับน้ำทำให้ไม่สามารถขึ้นลงได้	233
แผนภาพที่ 106: ท่าเรือในส่วนคลองที่ขึ้นลงได้ลำบาก	233
แผนภาพที่ 107: ภาพโครงการการสร้างจุดเชื่อมต่อระหว่างสถานีรถไฟและสถานีเรือสะพานพระนั่งเกล้า	235
แผนภาพที่ 108: ท่าเรือโดยสารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและการเชื่อมต่อบนส่งสาธารณะ	235
แผนภาพที่ 109: แผนที่โครงข่ายเส้นทางระบบรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและการเชื่อมต่อกับ แม่น้ำเจ้าพระยา.....	239
แผนภาพที่ 110: แผนที่การเดินทางเรือแม่น้ำเจ้าพระยาและท่าต่างๆ	240
แผนภาพที่ 111: มิจฉาชีพลากลวงนักท่องเที่ยวให้อาหารนกบริเวณวัดพระแก้วและสนามหลวง.....	241
แผนภาพที่ 112: การเก็บอุปกรณ์เสื้อชูชีพและอุปกรณ์ชูชีพบนเรือด่วนเจ้าพระยาสำหรับผู้โดยสาร.....	242
แผนภาพที่ 113: ตัวอย่างเสื้อชูชีพที่ได้รับการอนุมัติผ่านมาตรฐานจากกรมเจ้าท่า	243
แผนภาพที่ 114: การก่อสร้างที่รูกล้าลงไปแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้สภาพแวดล้อมของแม่น้ำเสื่อมลง และยัง เป็นการทำลายธรรมชาติด้วย	244
แผนภาพที่ 115: การใช้ทางเท้าเป็นที่ขายของ ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเดินที่น้อยลง.....	245
แผนภาพที่ 116: ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยวในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาทั้งหมด	248
แผนภาพที่ 117: ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	249
แผนภาพที่ 118: ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	249
แผนภาพที่ 119: พฤติกรรมลักษณะการพักค้างของนักท่องเที่ยวในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	250
แผนภาพที่ 120: ความสนใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา.....	251
แผนภาพที่ 121: เหตุผลในการมาเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	252
แผนภาพที่ 122: พาหนะการเดินทางมาท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา.....	253
แผนภาพที่ 123: ความสนใจการท่องเที่ยวทางเรือในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	254
แผนภาพที่ 124: ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแบ่งตามหมวดของนักท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	254
แผนภาพที่ 125: เพื่อนร่วมเดินทางและแหล่งข้อมูลการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา.....	255

แผนภาพที่ 126: สีน้าของที่ระลึกและระบบสื่อความหมายซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ ริมฝั่งเจ้าพระยา	256
แผนภาพที่ 127: เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับต่างประเทศและภายในประเทศของคลัสเตอร์พื้นที่ริม ฝั่งเจ้าพระยา	257
แผนภาพที่ 128: การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการบริการ ธุรกิจ จัดน้าเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	258
แผนภาพที่ 129: การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านข้อมูลการ ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	260
แผนภาพที่ 130: สรุปจุดขาย สิ่งที่ต้องปรับปรุงและข้อเสนอแนะสำหรับแต่ละเส้นทางล่าน้า	261
แผนภาพที่ 131: การวิเคราะห์ Factor Analysis เพื่อแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	262
แผนภาพที่ 132: การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา.....	263
แผนภาพที่ 133: การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา.....	263
แผนภาพที่ 134: โครงสร้างแผนที่คลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและล่าน้าสาขา	271
แผนภาพที่ 135: การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและล่าน้า สา.....	279
แผนภาพที่ 136: การกำหนดตำแหน่งของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและกลุ่มล่าน้าสาขา.....	284

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ทางคณะผู้วิจัยได้จัดทำโครงการ “แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา และหมู่เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า” (Tourism Strategic and Operational Plans for Chao Phraya River Side Cluster and Koh Samui – Koh Pha-ngan – Koh Tao Cluster) เพื่อเสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อันรวมถึงกลุ่มพื้นที่หลัก (Cluster) ในประเทศ การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงพื้นที่หลักกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ และประเทศในกลุ่ม ASEAN เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว (AEC) ในปี 2558
2. เพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงภาพลักษณ์ แนวทาง มาตรการ ในการพัฒนาพื้นที่หลัก 2 พื้นที่อันได้แก่ กลุ่มเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า และกลุ่มลำน้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขา โดยการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ
3. เพื่อวางยุทธศาสตร์พื้นที่ท่องเที่ยวพร้อมทั้งแผนปฏิบัติการ 5 ปี ตลอดจนแผนงานโครงการที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการวางแผนจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การยอมรับและดำเนินการตามแผนต่อไป

ผลการศึกษาพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์พื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา โดยพิจารณาถึงประเด็นต่างๆ ประกอบการประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ โครงสร้างคลัสเตอร์และห่วงโซ่มูลค่า รวมถึงการใช้ SWOT Analysis เพื่อใช้ในการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และการวางตำแหน่ง โดยผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการต่อไปและมีประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.ความปลอดภัย จากผลการศึกษาถึงอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่คลัสเตอร์ในส่วนของทัศนคติพบว่านักท่องเที่ยวโดยรวมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากที่สุดทั้งในแง่มุมของการบริการธุรกิจนำเที่ยวรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นมาตรการรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญในลำดับแรกๆ สำหรับในพื้นที่กรุงเทพมหานครและแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการรองรับและเตรียมพร้อมในด้านของความปลอดภัยอยู่แล้ว เช่น ชูชีพ มาตรฐานเรือ ท่าเรือ แต่นักท่องเที่ยวอาจขาดความรอบคอบหรือความระมัดระวังในด้านความปลอดภัย

2.โครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม เนื่องจากในคลัสเตอร์นี้มีกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่สำคัญในด้านการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยคมนาคมทางบกได้อย่างสะดวกและครอบคลุมเชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆ แต่ในด้านท่าเรือ การจัดทำป้ายบอกทาง และอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ควรมีการ

พัฒนาปรับปรุงให้เพียงพอสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ส่วนการเดินทางเชื่อมต่อกันทางเรือระหว่างจังหวัดส่วนใหญ่เป็นเพื่อการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มหรือท่องเที่ยวตามลำน้ำสาขา

3. สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อาจเป็นเจ้าของพื้นที่หรือกลุ่มเอกชนที่เข้ามาเปิดบริการจะเป็นผู้จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การล่องเรือตามแม่น้ำเจ้าพระยามีทั้งเรือของโรงแรมขนาดใหญ่ เรือของร้านอาหารชื่อดัง เรือจากผู้ประกอบการทั่วไป ธุรกิจเรือข้ามฟาก บริการรถหรือเรือนำเที่ยวต่างๆ ฯลฯ โดยผู้ประกอบการในพื้นที่คลัสเตอร์มีความหลากหลายต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้วยเช่นกัน

4. วิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร ต้องมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระเบียบ มีความสะดวก รวดเร็ว มีบริการข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆอย่างเพียงพอตามสถานที่ต่างๆ เช่น สนามบิน สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ หรือตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวที่สุด รวมถึงการอำนวยความสะดวกต่างๆที่สามารถทำได้

5. ที่พัก มีโรงแรม รีสอร์ทหรือที่พักต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการตามความเหมาะสมกับคุณภาพ มีความสะอาดและมีบริการที่ได้รับมาตรฐาน นอกจากนั้นมีการกำหนดราคาอย่างชัดเจนตามแต่ละฤดูกาลท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ

6. ร้านอาหาร เนื่องจากอาหารเปรียบเสมือนเอกลักษณ์ของประเทศ ดังนั้นร้านอาหารต้องมีความหลากหลาย ใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ สะอาดและถูกสุขลักษณะ นอกจากนั้นการให้บริการที่สุภาพและเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

7. ของฝากหรือของที่ระลึก สิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนสินค้าที่เป็นตัวแทนเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ควรมีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและการใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่นมีการออกแบบที่สร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้

8. เชื่อมโยงกับภูมิภาคอาเซียน นอกเหนือจากการท่องเที่ยวตามแม่น้ำและลำน้ำภายในประเทศแล้ว ประเทศอื่นๆในภูมิภาคอาเซียนยังมียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวที่น่าสนใจเช่นกัน ดังนั้นถ้าเกิดความร่วมมือการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคจะสามารถสร้างประโยชน์โดยรวมต่อภูมิภาคอาเซียนได้

เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์นี้สามารถแบ่งพื้นที่ตามศักยภาพของแต่ละจังหวัดได้คือ 1. กลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่สูง ได้แก่ จังหวัดอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ 2. กลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวปานกลางถึงต่ำ ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรีและอ่างทอง โดยกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพสูงจะมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาในระยะสั้นถึงยาว ส่วนกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวปานกลางถึงต่ำจะมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาในระยะยาว นอกจากนั้นการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆในการบูรณาการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องมีการเร่งผลักดันเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์และเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำสามารถสรุปรูปแบบของการท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ในบริเวณพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาดั้งแต่จังหวัดนครสวรรค์ถึงจังหวัดสมุทรปราการมีแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญต่างๆทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ทางธรรมชาติรวมถึงแหล่งวิถีชีวิตชุมชนต่างๆ การเที่ยวชมสถานที่เหล่านี้โดยการท่องเที่ยวรวมถึงการรับประทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศแม่น้ำเป็นจุดเด่นที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว จึงกล่าวได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวตลอดริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาเปรียบเสมือนจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2. การท่องเที่ยวสำราญตามลำน้ำเจ้าพระยา การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวจะคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวชมสถานที่ต่างๆแต่มีการเพิ่มความสะดวกสบายประกอบกับเสริมแพคเกจการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ มีการเดินทางและพักแรมบนเรือโดยส่วนใหญ่การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สูงอายุ

3. ตลาดน้ำและการท่องเที่ยวแบบ Experience Base การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะเน้นการมีส่วนร่วมกับชุมชนในท้องถิ่น สัมผัสวิถีชีวิตในด้านต่างๆของชาวบ้านผ่านกิจกรรมทั้งการเที่ยวชม การจับจ่ายใช้สอย การทำกิจกรรมพื้นบ้าน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ หัตถกรรมหรือการทำอาหารท้องถิ่น

4. การท่องเที่ยวตามลำน้ำแบบผสม การท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นการท่องเที่ยวแบบแพคเกจที่มีทั้งการท่องเที่ยวสลับกับการท่องเที่ยวๆโดยใช้พาหนะอื่นๆเช่น รถยนต์ รถไฟ นอกเหนือจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายแล้วนักท่องเที่ยวยังได้สัมผัสถึงจุดท่องเที่ยวสำคัญอื่นๆที่อยู่ใกล้เคียงกับแม่น้ำอีกด้วย

ดังนั้นในการวางตำแหน่ง (Positioning) ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ได้รับการคัดเลือกนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาเส้นทางการเดินทางและจุดเด่นของแต่ละเส้นทาง สำหรับกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตำแหน่งคือ “ความงามแห่งชาติ ประวัติศาสตร์ วัด วัง” และสำหรับกลุ่มลำน้ำสาขา คือ “สนุก สบาย สไตล์คนไทย เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น” ในภาพรวมกลุ่มคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาสามารถถูกจัดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “ชื่นชมปราสาทพระราชวัง วัดวาอาราม ตี๋มดำประวัติศาสตร์ชาติ สัมผัสและเรียนรู้วิถีไทย” ซึ่งเป็นการสังเคราะห์ตำแหน่งของคลัสเตอร์ผ่านการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยว ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ห่วงโซ่มูลค่า และสภาพแวดล้อม ซึ่งการกำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของกลุ่มคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาจะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการพื้นที่ต่อไป

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา ปี พ.ศ. 2561-2565 (ค.ศ. 2016-2020) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ มาตรการ ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน โครงการและกิจกรรมการดำเนินงานตามแผน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วิสัยทัศน์ “แม่น้ำเจ้าพระยา ทรงคุณค่าประวัติศาสตร์ สมบัติของชาติ เอกลักษณ์และวิถีชีวิต ไทย ริมฝั่งข้ามผ่านกาลเวลา เชื่อมโยงอาเซียน อย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย พื้นฟูสถาปัตยกรรม สมบัติของชาติ เพื่อให้คงอยู่สืบไป ในอนาคต และคงอัตลักษณ์ความเป็นไทยให้อยู่คู่กับสายน้ำเจ้าพระยา
2. พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานพร้อมรองรับ นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และจุดพักผ่อนหย่อนใจของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้คนในชุมชน โดยการสร้างสรรค์ กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ และการปรับปรุงภูมิทัศน์ของทั้ง 2 ริมฝั่ง เจ้าพระยา
4. สร้างระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน คำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน พัฒนาทุนมนุษย์ให้มี ศักยภาพและมาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวและเป็นเจ้าภาพที่ดี
5. ส่งเสริมการขยายตลาดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยว คุณภาพที่มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความสนใจทางด้าน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
6. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เป้าประสงค์

1. เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มจังหวัดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและกระจายรายได้สู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง
2. พัฒนาทัศนียภาพ ภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมของริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาให้สวยงาม น่าชม เป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นจุดพักผ่อนหย่อนใจของชุมชน และสามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัด
3. รักษาเอกลักษณ์และสืบทอดศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาให้คงอยู่
4. พัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา ให้สามารถขยายการพัฒนาให้ครอบคลุมทั้ง 10 จังหวัดในช่วง 10 ปีข้างหน้า

ยุทธศาสตร์การพัฒนารท่องเที่ยว จำนวน 5 ยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนแบบประชารัฐในทุกภาคที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองให้เป็นที่น่าจดจำ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในและนอกคลัสเตอร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตผู้คนในอาเซียน

โครงการและงบประมาณ

สรุปจำนวนโครงการและงบประมาณเพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คลัสเตอร์พื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา มีจำนวนทั้งสิ้น 97 โครงการ วงเงินงบประมาณรวม 4,059.5 ล้านบาท มีรายละเอียด ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์	จำนวนโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)
1. การพัฒนากลไกการขับเคลื่อน แบบประชารัฐ	28	1,069.5
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	20	1,597
3. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และ กิจกรรมการท่องเที่ยว	22	518
4. การทำการตลาดและการ ประชาสัมพันธ์	17	521
5.การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ทั้งใน ประเทศและภูมิภาคอาเซียน	10	354
รวม	97	4,059.5

บทคัดย่อ

เนื่องด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันประเทศไทยยังขาดการกำหนดแผนงานในการผลักดันยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างเป็นเอกภาพในความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการวางแผนการพัฒนาในหลายๆ เรื่องที่ผ่านมายังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในประเทศ เช่น ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาค รวมทั้งไม่สามารถดึงดูดและเพิ่มพูนรายได้จากการท่องเที่ยวได้ ทั้งที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของภาคการบริการ

อย่างไรก็ตามการสร้างทิศทางยุทธศาสตร์ให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนั้นก็เพื่อผลประโยชน์ของทุกๆ ฝ่าย ซึ่งต้องมาจากความร่วมมือกันของภาครัฐ และเอกชน โดยเริ่มจากการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงหนึ่งในนั้น คือ กลุ่มพื้นที่หลัก 2 พื้นที่อันได้แก่ กลุ่มลำน้เจ้าพระยาสายหลักและลำน้สาขา และกลุ่มเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า ดังนั้นเพื่อที่จะจัดทำแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ทางคณะผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวิจัยต่างๆ ดังนี้ การทบทวนวรรณกรรมสำหรับการรวบรวมประเด็นหรือกระแสการท่องเที่ยวที่สำคัญในการศึกษา การลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมข้อมูลสำคัญจากผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ โดยการให้ความเห็น ทศนคติหรือทิศทางความเป็นไปได้ของทั้ง 2 พื้นที่ การเก็บผลสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณต่างๆ ทั้งนี้ยังมีการจัดประชุมระดมความคิดเห็น (focus group) เพื่อทดสอบและสรุปแผนการดำเนินงานโดยใช้กรอบการวิเคราะห์ ได้แก่ Diamond Model SWOT Analysis และ Gap Analysis

จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และการเดินทาง
2. โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค
3. สิ่งอำนวยความสะดวก
4. ที่พัก ร้านอาหาร และสินค้าของที่ระลึก

ดังนั้นในการวางตำแหน่ง (Positioning) ทิศทางการท่องเที่ยวของทั้ง 2 พื้นที่ คณะผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาปัจจัยด้านศักยภาพและความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงเส้นทางการเดินทางและจุดเด่นของแต่ละเส้นทาง โดยภาพรวมกลุ่มคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้สาขาถูกจัดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “ชื่นชมปราสาทพระราชวัง วัดวาอาราม ตีมดำประวัติศาสตร์ชาติ สัมผัสและเรียนรู้ชีวิตวิถีไทย” และกลุ่มคลัสเตอร์เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า โดยภาพรวมสามารถสรุปได้ดังนี้ “Samui

and More”สำหรับเกาะสมุย “Pha-ngan, Forever Young” สำหรับเกาะพะงัน และ “Koh Tao, Diving School for All” สำหรับเกาะเต่า และหลังจากวิเคราะห์การวางตำแหน่งทางการท่องเที่ยวที่เน้นเอกลักษณ์ของแต่ละเกาะแล้ว คณะผู้วิจัยสามารถสรุปการวางตำแหน่งของคลัสเตอร์การท่องเที่ยวเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า คือ “เกาะแห่งประสบการณ์ใหม่ กิจกรรมหลากหลาย สนุกสบาย ใส่ใจธรรมชาติ”

โดยการกำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของกลุ่มคลัสเตอร์ทั้ง 2 นำไปสู่แนวทางการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์พื้นที่ท่องเที่ยวที่รอบด้าน พร้อมทั้งแผนปฏิบัติการ 5 ปี ตลอดจนแผนงานโครงการที่เหมาะสม 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนแบบประชารัฐในทุกภาคีที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองให้เป็นที่น่าจดจำ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่มี ประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในและนอกคลัสเตอร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตผู้คนในอาเซียน

จากการจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน ชี้ให้เห็นถึงการต่อยอด รวมถึงการพัฒนาคลัสเตอร์พื้นที่ทั้ง 2 แห่ง ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์อย่างมากในการเป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงยุทธศาสตร์การพัฒนาคลัสเตอร์อื่นๆ ให้มีความเชื่อมโยงและเป็นที่ยอมรับของพื้นที่ได้

Abstract

Currently, Thailand's tourism development plan still lacks the collaboration between the government bodies and the private sectors, which leads to losses of competitiveness and market share in the region. Since Thailand's tourism sector is one of the most important economic sectors, it requires special attention in developing a strategic plan that answers the demand of all stakeholders.

With the new direction of the Thai tourism strategic development, it is very crucial to develop plans for two of Thailand's strongest tourism clusters: the Chao Phraya cluster and the Samui, Pha-ngan, and Tao islands cluster. Therefore, in order to develop a comprehensive plan, this research utilized several research tools, including literature reviews, site visits, in-depth interviews, surveys, and focus groups. The literature reviews part mainly covered not only the tourism trends and current situation but also area-specific studies. Site visits and in-depth interviews are used to gather vital information from many stakeholders about their views and opinions on possible directions for the two clusters. Surveys are also undertaken to collect quantitative data that are used to develop a broader picture. Finally, focus groups are held to test and conclude the plan. With this exhaustive methodology, diamond and SWOT analyses are performed to arrive at the positions of the two clusters. Then, the gap analysis is used to answer how to fulfill the stated positioning.

As a result, the tourism position of the Chao Phraya cluster is "A view of palaces, temples, and famous historical buildings that give the tourists the opportunity to understand Thai history and culture like locals." The tourism position of the Samui, Pha-ngan, and Tao islands cluster is "The islands of new experience from several activities that are fun and comfortable, yet environmental friendly." Also, for each island, the distinctive characteristics are: "Samui and more" for Samui, "Pha-ngan, Forever Young" for Pha-ngan, and "Koh Tao, Diving School for All" for Tao.

With these positionings in mind, a specific tourism development plan is delivered for each cluster. Therefore, six strategies, each built around the factors of the tourism value chain, are created to form the comprehensive plans:

(1) Developing cluster management and the mechanism that will propel its forward. Building the private sector's potential and elevating the quality of tourism human assets.

(2) Elevating infrastructure, public utility, security, and facilities to response to the expanding tourist base.

(3) Creating new tourism products and activities that answer the demand of the tourists and the locals.

(4) Promoting the cluster through marketing and publicity that are effective in drawing in quality tourists, both domestic and foreign.

(5) Building the linkage between clusters, both internal and external of Thailand, especially throughout ASEAN.

With these strategies, the development of the two clusters are expected to be very well-received by all of the involved parties and will give a clear direction on how the cluster should move forward.

บทที่ 1

บทนำและวิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญและที่มาของปัญหาในด้านการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวของพื้นที่ จึงทำการวางแผนการดำเนินงานวิจัยเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทนำ

ส่วนที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคที่สำคัญที่สุดภาคหนึ่งในประเทศไทยซึ่งสร้างรายได้หลักให้กับประเทศ โดยในปัจจุบันการพัฒนาการท่องเที่ยวถือเป็นนโยบายที่สำคัญของประเทศ ในการนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตั้งเป้าหมายรายได้ไว้ที่ 2.84 ล้านล้านบาท ในปี 2560¹

หนึ่งในรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับประเทศส่วนหนึ่งต้องมาจากความร่วมมือกันของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน กล่าวคือ การทำงานร่วมมือกันของทั้งสองฝ่ายที่จะทำให้การจัดการการท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปได้ในทางที่เหมาะสมของประเทศนั้นๆ และเป็นที่ยอมรับของทุก ๆ ฝ่าย และทุกๆ ภาคส่วน ตัวอย่างเช่น การกำหนดนโยบายจากภาครัฐในการพัฒนาภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง จังหวัดใด จังหวัดหนึ่ง หรือที่ใดที่หนึ่งให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นจำเป็นต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความคิดเห็นของเอกชนและความสามารถความพร้อมเพรียงของฝ่ายต่างๆ ด้วย

อย่างไรก็ดี ด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันนั้น ประเทศไทยยังขาดการกำหนดแผนงานอย่างเป็นเอกภาพในความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐในการผลักดันยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวรายภาคที่มีความเชื่อมโยง² ซึ่งเป้าหมายของความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ คือ การสร้างทิศทางยุทธศาสตร์ที่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อประโยชน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สมบูรณ์และมีความเชื่อมโยงของทุกฝ่าย กล่าวคือ การที่ไม่มีการเชื่อมโยงดังกล่าว การวางแผนและการพัฒนาในหลาย ๆ เรื่องจะไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ สำหรับประเทศ เช่น การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้เริ่มส่งผลกระทบโดยตรงให้กับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ จำเป็นต้องมีการเตรียมการพัฒนารองรับการเจริญเติบโตอย่างเป็นระบบ และเพื่อการลงทุนทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่ไม่ซ้ำซ้อน สูญเปล่า หรือไร้ซึ่งประสิทธิผล ทั้งนี้ในปัจจุบันมีหน่วยงานภาคที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ได้จัดทำยุทธศาสตร์และแผนงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้แล้วหลายฉบับ ซึ่งมีความซ้ำซ้อนและขาดความชัดเจนของบทบาทภาคเอกชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วม

¹ ฐานเศรษฐกิจ. (2559). ถอดรหัสเป้าท่องเที่ยวปี60 โกยรายได้ 2.84 ล้านล้าน . จากเว็บไซต์

<http://www.thansettakij.com/2016/07/14/70424> .

² กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). ข้อเสนอวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 (ร่าง) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2(พ.ศ. 2560-2564) และข้อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ.

นอกเหนือจากนี้ ในปี 2558 ภูมิภาคอาเซียน (ASEAN) จะมีการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจเพื่อให้เกิด AEC หรือ Asean Economics Community ซึ่งคือการรวมตัวของชาติใน Asean 10 ประเทศ โดยมี ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และบรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน เช่น อำนาจต่อรองต่าง ๆ กับคู่ค้ามีมากขึ้น การนำเข้า ส่งออกของชาติในอาเซียนมีความเสรีมากขึ้น ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่แต่ละประเทศอาจจะขอไว้ไม่ลดภาษีนำเข้า (เรียกว่าสินค้าอ่อนไหว)³ โดย AEC จะมี AEC Blueprint (แบบพิมพ์เขียว) หรือแนวทางที่จะให้ AEC เป็นไปคือ (1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (2) การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง (3) การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน และ (4) การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก⁴ อีกทั้งแต่ละประเทศใน AEC ให้มีจุดเด่นต่าง ๆ กัน ซึ่งประเทศไทยมีจุดเด่นคือ ด้านสาขาการท่องเที่ยว และสาขาการบิน ด้วยเหตุนี้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย⁵ ซึ่งการกำหนด Theme ของการท่องเที่ยวไทยไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควรเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านใน AEC ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยจำเป็นต้องมีแผนยุทธศาสตร์ที่มีทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการด้านการตลาดจากมุมมองของภาคธุรกิจเอกชน และตอบรับกับการเปิดเสรี AEC และการผลักดันให้นำแผนงานมาปฏิบัติได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

ด้วยเหตุผลดังกล่าวไว้ในเบื้องต้นจะทำให้ประเทศไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาค และไม่สามารถดึงดูดและเพิ่มพูนรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้อันดับหนึ่งของภาคบริการในยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้เติบโตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ดังนั้นเนื่องด้วยสถานการณ์ดังกล่าว ประเทศไทยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนายุทธศาสตร์ให้เป็นปัจจุบันเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการด้านการตลาดจากมุมมองของภาคธุรกิจเอกชนเพื่อนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

³ ASTVผู้จัดการออนไลน์. (2557). อาเซียนผันเป็นจริง ภาษีสินค้าลดลง 0% เกือบหมดแล้ว เหลือแค่สินค้าอ่อนไหวอีกไม่กี่รายการ. จากเว็บไซต์ <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000071531>.

⁴ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์. (2559). AEC Blueprint หมายถึง. จากเว็บไซต์ http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=6385&filename=index.

⁵ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลที่ได้รับจากโครงการนี้จะเป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองทุนท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ดังกล่าว โดยมีการระบุ Positioning ของแต่ละพื้นที่ และทิศทางการพัฒนา และนำ Positioning มาแตกเป็นประเด็นยุทธศาสตร์โดยมีองค์ประกอบซึ่งรวมถึง

- (1) การสนับสนุนฐานทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาทุนมนุษย์
- (2) กลยุทธ์การตลาด
- (3) กลไกการขับเคลื่อนในพื้นที่
- (4) ส่งเสริมความเชื่อมโยงทั้งภายใน ภายนอก cluster และเพื่อนบ้าน
- (5) มีการใช้ issue-based เข้ามาพิจารณา

และนำยุทธศาสตร์ที่กำหนดมาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการ 5 ปี โดยแบ่งเป็น แผนเร่งด่วน แผนระยะกลาง และแผนระยะยาว ซึ่งเป็นแผนและโครงการที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง โดยวัตถุประสงค์หลักของโครงการมีดังต่อไปนี้

- เพื่อศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากองทุนท่องเที่ยว อันรวมถึงกลุ่มพื้นที่หลัก (Cluster) ในประเทศ การพัฒนากองทุนท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงพื้นที่หลักกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ และประเทศในกลุ่ม ASEAN เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว (AEC) ในปี 2558
- เพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงภาพลักษณ์ แนวทาง มาตรการ ในการพัฒนากลุ่มพื้นที่หลัก 2 พื้นที่อันได้แก่ กลุ่มเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า และกลุ่มลำน้เจ้าพระยาสายหลักและลำน้สาขา โดยการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ
- เพื่อวางยุทธศาสตร์พื้นที่ท่องเที่ยวพร้อมทั้งแผนปฏิบัติการ 5 ปีตลอดจนแผนงานโครงการที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการวางแผนจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การยอมรับและดำเนินการตามแผนต่อไป

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยสามารถถูกแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก คือ การทบทวนวรรณกรรมและกำหนดพื้นที่ลุ่มน้ำสาขา การศึกษาประเด็นทางยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มพื้นที่ และการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางเรือ

แผนภาพที่ 1: ขอบเขตของการวิจัย



ขั้นตอนที่ 1: การทบทวนวรรณกรรมและกำหนดพื้นที่ลุ่มน้ำสาขา

ในขั้นตอนนี้จะมีการสร้างกรอบการดำเนินงานและวิธีการศึกษาของทั้งโครงการ โดยจะมีการรวบรวมและศึกษาทบทวนข้อมูลทุติยภูมิโดยการทบทวนวรรณกรรม และข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับ

- การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยทบทวนนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ และแผนการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยทั่วไปและในกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยว 8 Cluster หลัก อุปสงค์ของการท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ลักษณะ โครงสร้าง และทัศนคติของนักท่องเที่ยว ลักษณะการกระจายตัว และแนวโน้มของนักท่องเที่ยว โดยทั่วไป รวมทั้งความต้องการ และการใช้จ่าย โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อาทิเช่น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่าง ๆ งานศึกษาจากสถาบันศึกษา และข้อมูลสถิติจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ในแง่มุมต่างๆ อาทิเช่น การสร้างเอกลักษณ์ การลงทุน การรักษาสภาพแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชน การช่วยเหลือจากภาครัฐ การใช้ประโยชน์จากต้นทุนประเทศ เช่น ภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม ภูมิวัฒนธรรม การตลาด Mega Trend เทคโนโลยี รวมทั้งความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวใน AEC โดยใช้แหล่งข้อมูลต่างๆ อาทิเช่น Euromonitor, World Economic Forum (WEF) / world travel market, The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report และ

- ศักยภาพของ 2 กลุ่มพื้นที่เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกลุ่มที่ 1 ได้แก่ กลุ่มเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า และกลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขาหลัก ฝั่งซ้ายและขวาที่แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาโดยตรง

และเนื่องจากในกลุ่มพื้นที่ที่ 2 คือลำน้ำเจ้าพระยาไหลผ่านหลายจังหวัด ซึ่งเริ่มต้นจาก ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ถึงบริเวณปากแม่น้ำ ซึ่งอยู่ระหว่างเขตตำบลท้ายบ้าน ตำบลบางปูใหม่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ และตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยพื้นที่ที่แม่น้ำพาดผ่านประกอบด้วยจังหวัด อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสาขาเป็นจำนวนมาก ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาลักษณะของลำน้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสายหลักที่แยกออกจากเจ้าพระยาโดยตรงที่มีศักยภาพสูงสุดเป็นจำนวน 10 ลำน้ำสาขาเพื่อนำมาพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นขอบเขตใน 4 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

ในการคัดเลือกลำน้ำ 10 สาขาจาก 4 จังหวัดนี้ ผู้วิจัยจะพิจารณาปัจจัยต่างๆ ในเชิงเปรียบเทียบ อาทิ ยุทธศาสตร์การจัดการลุ่มน้ำของกลุ่มจังหวัดที่เกี่ยวข้อง โปรแกรมทัวร์ที่มีในปัจจุบัน จำนวนนักท่องเที่ยว จำนวนสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดบนชายฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาหรือลำน้ำสาขา และความนิยม จุดเด่น และต้นทุนของพื้นที่ เช่น ลักษณะทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปวิทยาการ ภูมิสังคม ภูมิวัฒนธรรม ขนาดและระดับความลึกของลำน้ำ ระยะทางจากแม่น้ำเจ้าพระยา คุณภาพน้ำ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด รวมทั้งจำนวนและอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มพื้นที่และแนวโน้ม มูลค่าและอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มพื้นที่และแนวโน้มความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน พร้อมทั้งพิจารณาปัจจัยเชิงคุณภาพอื่นๆที่เกี่ยวข้อง การเก็บและศึกษาข้อมูลจะมาจากแหล่งทุติยภูมิต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัย และปฐมภูมิจากการหาหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง และนำไปปัจจัยในการพิจารณาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่มาทำการเปรียบเทียบเพื่อคัดลำน้ำจำนวน 10 สาขา

ขั้นตอนที่ 2: พัฒนาประเด็นทางยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มพื้นที่

ขั้นตอนนี้จะเป็นการศึกษาเจาะลึกศักยภาพและความพร้อมของ 2 กลุ่มพื้นที่ คือกลุ่มเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า และกลุ่มลำน้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่คัดเลือกมา 10 ลำน้ำในเขต กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ โดยในขั้นตอนนี้จะเน้นการใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการ

สัมภาษณ์เชิงลึก / Focus Group และ/หรือ การออกแบบสำรวจคนในพื้นที่และส่วนกลางที่เกี่ยวข้องโดยขึ้นกับลักษณะของข้อมูลที่ต้องการ เพื่อระบุมุมมองและประเด็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนากลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่มพื้นที่ และนำมาจัดลำดับความสำคัญของประเด็นยุทธศาสตร์ของแต่ละกลุ่ม โดยแหล่งที่มาของการรวบรวมและศึกษาข้อมูลนี้จะมาจาก ภาครัฐ อาทิเช่น อบต. สำนักผังเมือง กรมเจ้าท่า กทม. ฯลฯ ในกรณีที่ต้องมีการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งเพื่อพิจารณากฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง) ภาควิชาการ ภาคชุมชนท้องถิ่น (เพื่อการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่) และผู้ประกอบการในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม (Value Chain ตามรายละเอียดในหัวข้อที่ 8) เพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวพื้นที่ที่เหมาะสม

การศึกษาพื้นที่ทั้ง 2 กลุ่มนี้จะเจาะลึกในประเด็นต่อไปนี้จะนำไปพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและแผนปฏิบัติการ 5 ปี

(1) ด้านอุปสงค์ในพื้นที่: อาทิเช่น

- โครงสร้างและลักษณะของนักท่องเที่ยว ความถี่ และระยะเวลาในการเดินทาง ความต้องการของตลาด พร้อมทั้งโอกาสและข้อจำกัดและแนวโน้ม โดยมีการประมาณการจำนวนและอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มพื้นที่ และประมาณการมูลค่าการใช้จ่าย และอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มพื้นที่

(2) ศึกษาอุปทานด้านการท่องเที่ยว: โดยศึกษาต้นทุนของพื้นที่ จุดเด่น และศักยภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ โดยพิจารณาจากต้นทุนทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ทางสุขภาพ ศิลปวิทยาการ รวมทั้งศึกษาภูมิสังคม ภูมิวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับภูมิศาสตร์ เป็นต้น

(3) ศึกษาปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: ศึกษาปัจจัยสนับสนุนและอำนวยความสะดวก และการบริการในกลุ่มพื้นที่ อาทิเช่น

- ความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน (การเดินทางและการขนส่ง) ไฟฟ้า ประปา โทรคมนาคม เทคโนโลยี และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ
- ความพร้อมของผู้ประกอบการ
- ความพร้อมของบุคลากรในพื้นที่ และลักษณะของแหล่งชุมชน

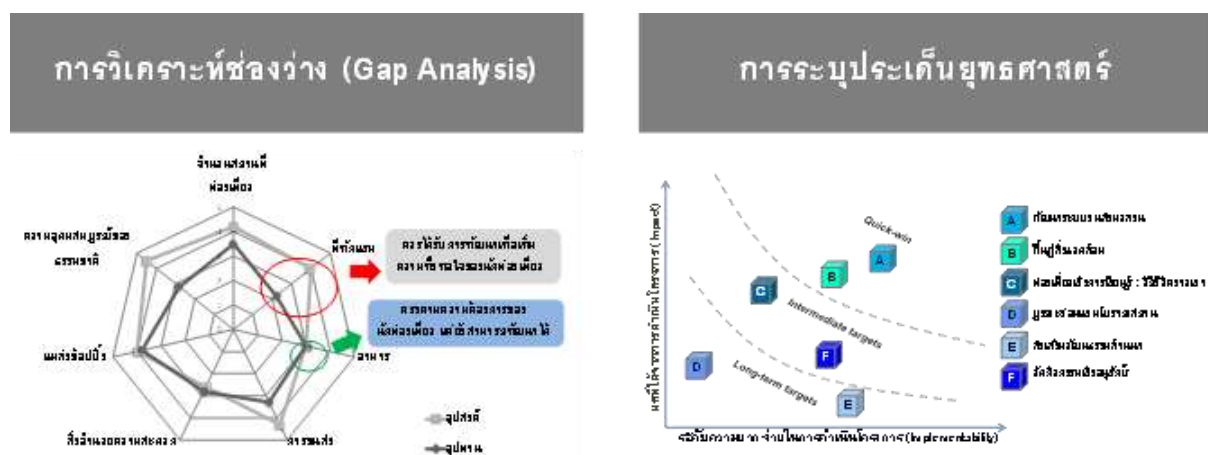
ในการศึกษาวิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยจะใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ Cluster และนำผลการเก็บประเด็นหลักของกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มที่ทำการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 มาสรุปผลทางด้านความพร้อมทางด้านอุปทาน (Supply) และปัจจัยสนับสนุน (Support) โดยพิจารณาร่วมกับความต้องการของตลาด (Demand) และประเมินความสอดคล้องของแผนยุทธศาสตร์การ

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ทำการศึกษากับกลุ่ม Cluster อื่น ๆ ในประเทศ และความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน

ขั้นตอนที่ 3: การวางแผนยุทธศาสตร์พื้นที่และแผนปฏิบัติ

เมื่อได้มีการวิเคราะห์ความพร้อมทางด้านอุปทาน (Supply) และปัจจัยสนับสนุน (Support) โดยพิจารณาร่วมกับความต้องการของตลาด (Demand) และประเมินความสอดคล้องของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ทำการศึกษากับกลุ่ม Cluster อื่น ๆ ในประเทศ และความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงกับ Cluster อื่น ๆ ในประเทศ และประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียนแล้ว ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาช่องว่าง (Gap Analysis ตามรายละเอียดในหัวข้อที่ 8) ระหว่างด้านอุปสงค์และอุปทาน รวมทั้งความพร้อมและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของทั้ง 2 กลุ่ม

แผนภาพที่ 2: ตัวอย่างการวิเคราะห์ช่องว่าง และการระบุประเด็นยุทธศาสตร์



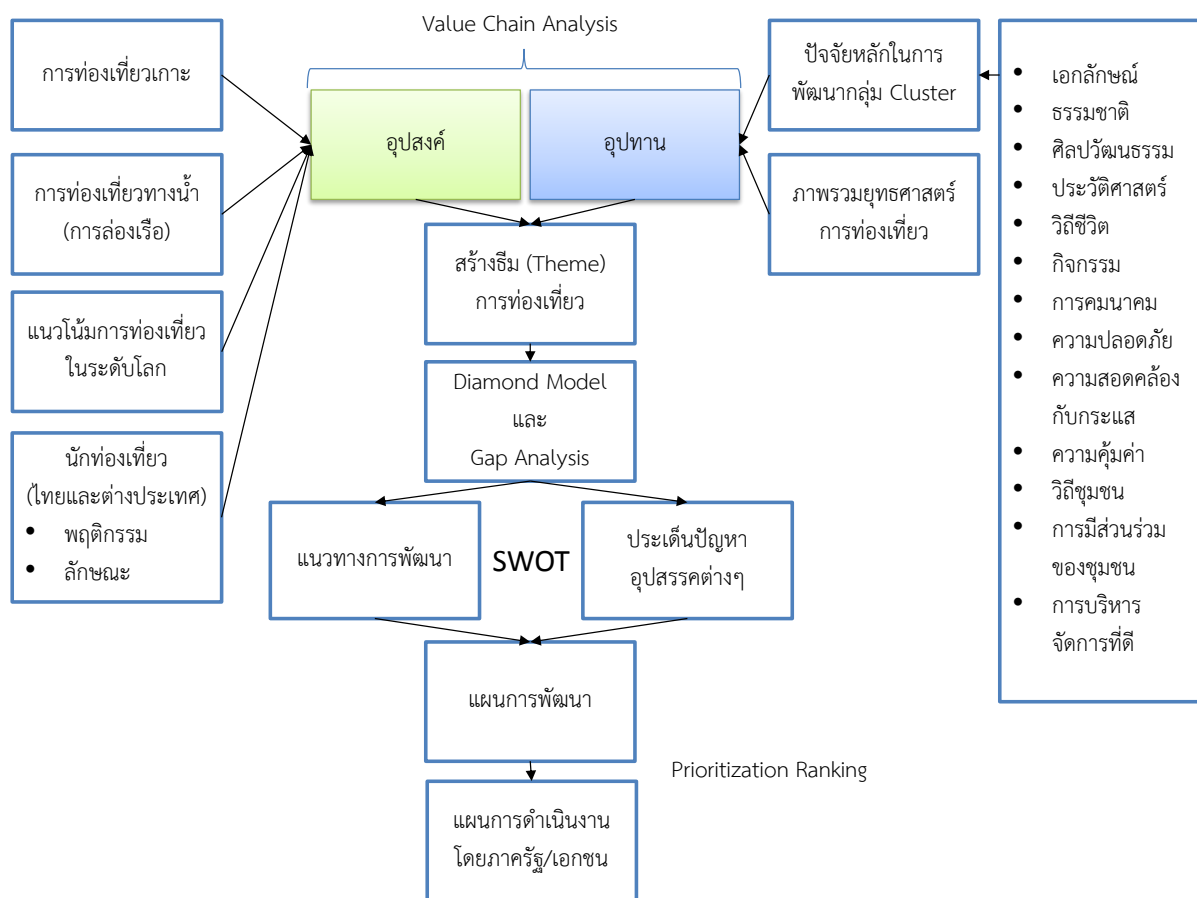
ขั้นตอนถัดมาจะเป็นการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis ตามรายละเอียดในหัวข้อที่ 8) ของการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวของทั้ง 2 พื้นที่นี้ โดยใช้ผลของวิเคราะห์อุตสาหกรรมในระดับมหภาค และระดับพื้นที่ดังกล่าวในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 ทั้งนี้เพื่อนำมากำหนดประเด็นทางยุทธศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ และนำมาจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาในแง่ของความยากง่ายในการพัฒนายุทธศาสตร์ของแต่ละประเด็น และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ ในระยะเร่งด่วน ระยะกลาง และระยะยาว ตามลำดับความสำคัญและความเร่งด่วน

เมื่อได้ประเด็นทางยุทธศาสตร์แล้ว ผู้วิจัยจะทำการจัดประชุมสัมมนากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยแยกสำหรับแต่ละกลุ่มพื้นที่ทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อทบทวนและระดมสมองในการปรับปรุงยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ ในการนี้จะมีการเชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมรับฟังความคิดเห็นเพื่อสรุปผลการ

พัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะระบุถึง Positioning ของแต่ละกลุ่มพื้นที่เพื่อกำหนด
ภาพลักษณ์ หรือ Destination Branding การสนับสนุนทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาทุนมนุษย์
กลยุทธ์การตลาด และกลไกในการขับเคลื่อนพื้นที่ โดยที่แผนยุทธศาสตร์จะมีความเชื่อมโยงทั้งภายในและ
ภายนอก Cluster และประเทศเพื่อนบ้าน ที่ได้พิจารณาประเด็นที่เป็น Issue Based เข้ามามีส่วนประกอบ
และมีความคำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน และสร้าง Roadmap ที่สอดคล้องกับ
ยุทธศาสตร์ที่ได้รับฟังความคิดเห็นจากการประชุมสัมมนา และกำหนดแผนปฏิบัติการ 5 ปี ที่แบ่งเป็นระยะ
เร่งด่วน ระยะกลาง และระยะยาว โดยมีหัวข้อทางด้านแผนงานโครงการที่ควรดำเนินการ ผู้ที่รับผิดชอบ
กรอบเวลา และประมาณการงบประมาณ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ 2 พื้นที่ โดยกำหนดโครงการใน
ทั้ง 3 ระยะ

1.4 กรอบการวิจัย

แผนภาพที่ 3: กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ความเห็นพ้องต้องกันในแผนยุทธศาสตร์โดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำไปดำเนินการด้านการลงทุน
- แผนยุทธศาสตร์ของกลุ่มพื้นที่เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า และกลุ่มพื้นที่ลำน้ำเจ้าพระยาที่มีความเชื่อมโยงกับ Cluster อื่นภายในประเทศและความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่ม AEC
- แผนการปฏิบัติการระยะ 5 ปี ตามยุทธศาสตร์พื้นที่ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- การดึงดูดนักท่องเที่ยวท่ามกลางการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเพิ่มพูนรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ

บทที่ 2

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาคอาเซียน และระดับประเทศในปัจจุบัน คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามประเด็นดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 2 การท่องเที่ยวของโลกและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญต่อการท่องเที่ยว (Megatrend)
- ส่วนที่ 3 การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน
- ส่วนที่ 4 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ส่วนที่ 5 สถานการณ์การท่องเที่ยวทางน้ำในภาพรวม
- ส่วนที่ 6 การท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism)
- ส่วนที่ 7 การศึกษาเบื้องต้นกลุ่มพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขาหลัก

ส่วนที่ 2 การท่องเที่ยวของโลกและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญต่อการท่องเที่ยว (Megatrend)

เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์ที่ออกมามีความสอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสภาพตลาดในอนาคตสำหรับกลุ่มพื้นที่เป้าหมายทั้งสองพื้นที่ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยว (Megatrend) เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมและทิศทางของอุตสาหกรรมที่คณะผู้วิจัยจะใช้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเพื่อพิจารณาประกอบกับปัจจัยอื่นๆ โดยผลการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปได้เป็นหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้

2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก

การท่องเที่ยวของโลกนับว่าเป็นภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญในผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกที่มีการสร้างรายได้และการจ้างงานอย่างมากและมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่วิกฤต Subprime ในปี พ.ศ. 2553 โดยมีการขยายตัวเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 6.83 ต่อปีจนถึงปี พ.ศ. 2558 และในปีดังกล่าว จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็น 1,308 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 15 จากปีก่อนหน้า

แผนภาพที่ 4: จำนวนนักท่องเที่ยวของโลก และสัดส่วนของการท่องเที่ยวต่อ GDP โลก



โดยในปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 9.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกที่มูลค่า 7,170 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 250 ล้านล้านบาทที่อัตราแลกเปลี่ยน 35 บาทต่อเหรียญสหรัฐ และมีการคาดการณ์ว่าจะขยายตัวขึ้นร้อยละ 3.5 ในปี พ.ศ. 2559 และจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ

ละ 3.8 ต่อปี ไปจนถึงปี พ.ศ. 2568 ซึ่งจะทำให้สัดส่วนของการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10.5⁶

ภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสูงที่สุดคือยุโรปและเอเชีย ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวในด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดคือ เอเชียแปซิฟิกและอเมริกา โดยมีการขยายตัวถึงร้อยละ 5 และคาดว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคต⁷ นอกจากนี้ ในอนาคต ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเป็นตลาดใหญ่ที่ส่งออกนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจจีนตั้งแต่ปี 2004 ถึงปัจจุบันนำไปสู่การขยายตัวด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียทั้งญี่ปุ่นและไทย รวมถึงอเมริกาและยุโรปอีกด้วย

⁶ World Travel and Tourism Council. (2016). Retrieved November , 2559, from Travel and Tourism Economic Impact 2016: World: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>

⁷ World Tourism Organization. (2016, January 18). *International tourist arrivals up 4% reach a record 1.2 billion in 2015*. Retrieved November, 2558, from <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals-4-reach-record-12-billion-2015>

2.2 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดและความต้องการ

โครงสร้างของตลาดในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในด้านสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุที่จะเพิ่มสูงขึ้น และด้านอุปสงค์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) ที่จะมีเพิ่มมากขึ้น โดยจะเป็นกลุ่มที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของโลกในอนาคต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและอินเดีย ทิศทางดังกล่าวจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งรัฐบาลและผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการเตรียมพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสร้างการเดินทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม และเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะและความต้องการที่ต่างกัน

- นักท่องเที่ยว BRIC จะขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของโลก

การเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศกลุ่ม BRIC ส่งผลให้ประชากรในกลุ่มประเทศดังกล่าวมีรายได้เพิ่มมากขึ้น และเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้คนออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นด้วยจำนวนประชากรรวมของประเทศกลุ่มนี้มีมากถึง 2.9 พันล้านคน⁸ เมื่อมีนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มนี้มากขึ้น แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวของโลกจึงถูกขับเคลื่อนโดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุด โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 10 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2543 เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากถึง 107 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 และ Bank of America Merrill Lynch คาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวจีนจะเติบโตขึ้นถึง 174 ล้านคน ภายในปี พ.ศ. 2562⁹ นักท่องเที่ยวจีนไม่เพียงแต่มีจำนวนที่เติบโตมากที่สุด แต่ยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดอีกด้วย โดยมีการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางในปี พ.ศ. 2557 มากถึง 164.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ¹⁰ และจะใช้จ่ายเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 15 ไปจนถึงปี พ.ศ. 2573¹¹

⁸ Statista. (2014). Total population of the BRIC countries from 2010 to 2020 (in million inhabitants). Retrieved เมษายน 20, 2558, from <http://www.statista.com/statistics/254205/total-population-of-the-bric-countries/>

⁹ Chinese Tourism. (2015, April 1). Chinese Tourist Expenditure to Reach USD 264 Billion By 2019. Retrieved เมษายน 22, 2558, from <http://www.tldchina.com/EN/WebSite/news.aspx?id=4979&listid=17>

¹⁰ Florcruz, M. (2015, January 28). Chinese Tourists Break Spending Records Abroad As Inbound Tourism Falls. Retrieved เมษายน 23, 2558, from International Business Times: <http://www.ibtimes.com/chinese-tourists-break-spending-records-abroad-inbound-tourism-falls-1798196>

¹¹ Paladhi, A. (2014, December 1). India should soon emerge as a key source of outbound travel. Retrieved เมษายน 24, 2558, from http://www.business-standard.com/article/companies/india-should-soon-emerge-as-a-key-source-of-outbound-travel-lily-cheng-114120100053_1.html

นักท่องเที่ยวจีนให้ความสำคัญกับการช้อปปิ้งค่อนข้างมาก¹² Global Blue ซึ่งเป็น global tax free shopping service provider รายงานว่า นักท่องเที่ยวจีนเป็นผู้นำของการเป็นนักช้อปปิ้งสินค้าปลอดภาษีเป็นเวลา 7 ปีต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2556 หนึ่งในสามของสินค้าปลอดภาษีถูกซื้อโดยนักท่องเที่ยวจีน

แผนภาพที่ 5: จำนวนนักท่องเที่ยวจีนขาออก ปี 2543 - 2558



*COTRI estimate

ที่มา: China Outbound Tourism Research Institute

ประเทศที่เป็นรองจากจีนในเรื่องจำนวนการส่งออกนักท่องเที่ยวและการใช้จ่าย คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดีย จำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียขยายตัวขึ้นจาก 10.9 ล้านคนในปี พ.ศ. 2551 เป็น 16.3 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2556 และ UNWTO คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียจะเพิ่มขึ้นเป็น 50 ล้านคน ภายในปี พ.ศ. 2563

ประเทศบราซิลและรัสเซียเป็นอีกสองประเทศที่ส่งออกนักท่องเที่ยวค่อนข้างมากเช่นกัน ในปี พ.ศ. 2555 ประเทศบราซิลส่งออกนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 8.6 ล้านคน และประเทศรัสเซียส่งออกนักท่องเที่ยวถึง 33.8 ล้านคน โดยร้อยละ 79 ของจำนวนนี้เดินทางไปทวีปยุโรป¹³

อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวจากแต่ละประเทศต่างก็มีลักษณะ พฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ยังวางแผนการท่องเที่ยวผ่านทางบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่การหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือการจองผ่านระบบออนไลน์ยังไม่แพร่หลายนัก แต่มักจะรับข้อมูลจากบริษัท

¹² Cripps, K. (2013, April 12). Chinese travelers the world's biggest spenders. Retrieved เมษายน 23, 2558, from CNN: <http://edition.cnn.com/2013/04/05/travel/china-tourists-spend/>

¹³ European Commission. (2012). *Growth Internal Markets, Industry, Entrepreneurship and SMEs*. Retrieved เมษายน 10, 2558, from European Commission: http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tourism-business-portal/business/clients/emerging/index_en.htm

นำเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนมีการใช้จ่ายค่อนข้างมากและให้ความสำคัญต่อการซื้อของฝากและผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของประเทศนั้นๆ

ในขณะที่นักท่องเที่ยวอินเดียส่วนใหญ่ ถึงแม้จะยังมีการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียกลับมีการหาข้อมูลและจองโรงแรมที่พักต่างๆ ด้วยตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากกว่านักท่องเที่ยวจีน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวอินเดียจะหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากครอบครัวหรือเพื่อนฝูงมากกว่าการสอบถามจากบริษัทนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวบราซิลจะมีความคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวอินเดียในการหาข้อมูล คือ ส่วนใหญ่จะรับข้อมูลจากครอบครัวและเพื่อนฝูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวรัสเซียเน้นการหาข้อมูลด้วยตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่ประมาณร้อยละ 5 เท่านั้นที่ทำการจองแพคเกจท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต

- สัดส่วนสังคมผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้น

สัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุ (อายุ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งเรียกกันว่ากลุ่ม Baby Boomer) จะเพิ่มสูงขึ้น ในปี พ.ศ. 2553 จำนวนประชากรของกลุ่มนี้ทั่วโลกมีอยู่ประมาณ 523 ล้านคน แต่ประมาณการว่าจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึงประมาณ 1,500 ล้านคน ภายในปี พ.ศ. 2593¹⁴

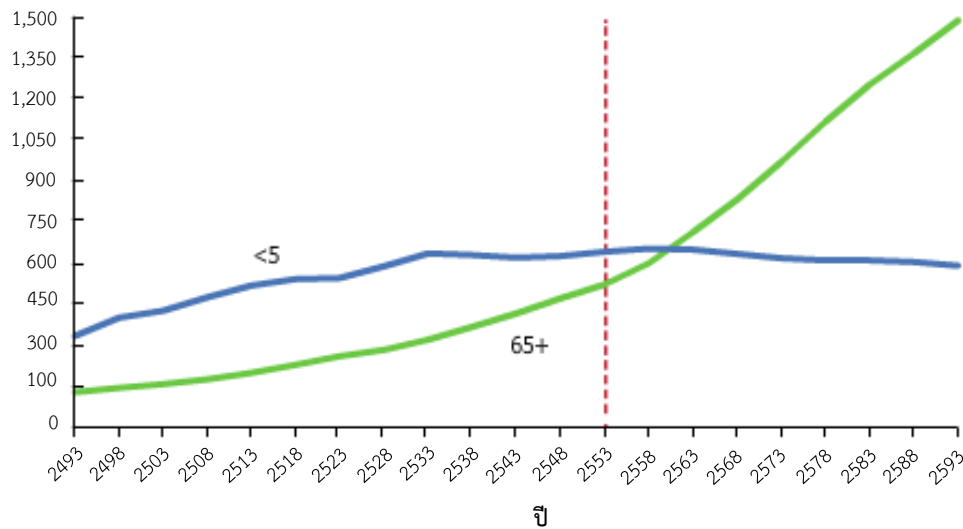
¹⁴ Haub, C. (2011). *World Population Aging: Clocks Illustrate Growth in Population Under Age 5 and Over Age 65*.

Retrieved เมษายน 17, 2558, from Population Reference Bureau:

<http://www.prb.org/Publications/Articles/2011/agingpopulationclocks.aspx>

แผนภาพที่ 6: การคาดการณ์จำนวนประชากรผู้สูงอายุของโลก

จำนวนประชากร (ล้านคน)



จำนวนของผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มความต้องการในการท่องเที่ยวในอนาคต เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุนี้เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการออกเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศมากกว่า Generation ก่อนหน้าและกลุ่มนี้มักเดินทางพักผ่อนแบบพำนักรานาน (Long Stay) และมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวด้านสังคม (Social-related Travel) รวมถึงมองหาประสบการณ์การเดินทางที่ให้ความรู้หรือสร้างความทรงจำที่ไม่ซ้ำแบบใคร เช่น การพักผ่อนไปกับงานอดิเรก (Hobby Vacations) การท่องเที่ยวทางเรือ (Cruise Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร (Voluntourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวรรณกรรม (Literary Tourism) นอกเหนือจากนี้ กิจกรรมที่ใช้พลังงานต่ำ เช่น การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ โรงละคร โบราณสถาน การชิมอาหารหรือไวน์ จะได้รับความสนใจมากจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2.3 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยต่างๆ เช่น เทคโนโลยี ปัญหาสิ่งแวดล้อม แนวโน้มการดูแลสุขภาพ ได้ส่งผลกระทบและกำลังสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะกลายเป็นแนวโน้มสำคัญที่จะเป็นทั้งโอกาสและปัจจัยเสี่ยงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

- Green consumerism

ในโลกปัจจุบัน การสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นปัญหาโลกร้อน การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ ซึ่งทำให้ผู้คนมีความตระหนักมากขึ้นถึงผลกระทบจากพฤติกรรมของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเริ่มส่งผลกระทบต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว ให้อยากมีส่วนร่วมในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมในขณะเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งเริ่มมีการจัดการที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

เพื่อรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเกิดความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและช่วยกันพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รัฐบาลและองค์กรต่างชาติหลายแห่งทั่วโลกได้ริเริ่มจัดตั้งแคมเปญและรางวัลต่างๆ เพื่อมอบให้แก่สถานประกอบการที่ดำเนินงานและมีมาตรการที่แสดงความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม ยกตัวอย่างเช่น

- องค์กรไม่แสวงกำไร Green Tourism Business Scheme ร่วมกับการท่องเที่ยวของประเทศอังกฤษ แคนาดา และไอร์แลนด์ ได้กำหนดข้อบังคับของการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถรักษาสิ่งแวดล้อมและผลิตก๊าซคาร์บอนที่น้อยที่สุด และให้การรับรองต่อสถานประกอบการที่ผ่านข้อบังคับดังกล่าว
- ประเทศสโลวีเนียโปรโมตการท่องเที่ยวของประเทศด้วยการสร้างแบรนด์ของความเป็นประเทศสีเขียว สร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ แลกกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการก้าวเป็นประเทศที่เน้นการท่องเที่ยวที่รักษาสิ่งแวดล้อม
- ประเทศดูไบจัดทำรางวัล Dubai Green Tourism Award เพื่อมอบให้แก่โรงแรมที่มีการจัดการที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ประหยัดพลังงานและน้ำ
- การท่องเที่ยวที่เน้นการทำกิจกรรมที่สร้างความประทับใจ (Experience-based)

ในปัจจุบัน การเดินทางท่องเที่ยวถือว่าเป็นกิจกรรมที่หลายคนได้มีส่วนร่วม เนื่องจากการเดินทางในประเทศหรือต่างประเทศไม่ใช่เป็นเพียงกิจกรรมสำหรับคนกลุ่มเล็กกลุ่มหนึ่งที่มีรายได้สูงอีกต่อไป การขนส่ง

ทางรถ เรือ และทางอากาศมีเพิ่มไปยังประเทศและเมืองต่างๆ มากขึ้น มีความสะดวกสบายมากขึ้น ในขณะที่มีค่าใช้จ่ายน้อยลง

เมื่อมีผู้คนออกเดินทางมากขึ้นและหาข้อมูลได้ง่ายขึ้น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมมีมากขึ้น จึงเริ่มมีการแข่งขันโดยการสร้างเอกลักษณ์ มีจุดเด่นที่ชัดเจน และนักท่องเที่ยวเริ่มมีความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่ต่างไปจากเดิม คือ มีความสนใจในการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ จากเดิมที่เคยท่องเที่ยวชมสถานที่ การท่องเที่ยวแนวใหม่อาจเป็นการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ โดยเน้นการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญต่อกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวมากกว่าสถานที่ และเน้นการหาความรู้ใหม่ๆ ที่มากกว่าการเดินชมพิพิธภัณฑ์ จึงเป็นที่มาของการท่องเที่ยวแนวใหม่ ยกตัวอย่างเช่น

- ประเทศเกาหลีใต้รณรงค์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงศิลปะ งานฝีมือ การทำอาหารพื้นเมืองของคนในพื้นที่

เนื่องจากในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวหาข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์มากขึ้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จึงได้ถูกจัดทำผ่านเว็บไซต์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลและจองการเข้าร่วมกิจกรรมได้โดยง่าย ยกตัวอย่างเช่น

- เว็บไซต์ Airbnb เป็นเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมที่พักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยคนท้องถิ่นสามารถขึ้นทะเบียนที่พักเพื่อเปิดให้เช่า และนักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักที่ขึ้นทะเบียนกับเว็บไซต์นี้ นักท่องเที่ยวจะได้เข้าพักที่บ้านของคนท้องถิ่นและได้บรรยากาศการอยู่อาศัยเหมือนคนท้องถิ่น ในปัจจุบันมีแขกผู้เข้าพักผ่านเว็บไซต์นี้มากกว่า 25 ล้านคนใน 190 ประเทศ
- Eatwith.com เป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกสามารถหาสถานที่ทานอาหารท้องถิ่นที่ทำจากฝีมือคนท้องถิ่น และได้บรรยากาศแบบท้องถิ่นอีกด้วย โดยมีค่าใช้จ่ายเหมือนการรับประทานอาหารในร้านอาหาร แต่จะได้ประสบการณ์การทานอาหารที่อบอุ่นและสัมผัสความเป็นท้องถิ่นมากกว่า
- Bookalokal.com เป็นเว็บไซต์สำหรับคนท้องถิ่นทั่วโลกนำเสนออาหารและการเปิดชั้นเรียนทำอาหารท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว

- Vayable.com เป็นเว็บไซต์ให้คนท้องถิ่นนำเสนอบริการต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทัวร์ถ่ายภาพตอนกลางคืนของปารีส การนั่งเรือคายัคในไอซ์แลนด์ ทัวร์ Kibera สลัมที่ใหญ่ที่สุดของแอฟริกา

เว็บไซต์ดังกล่าวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว มี Interface ที่ใช้งานได้ง่าย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความแปลกใหม่ และมี Function ให้นักท่องเที่ยวที่ได้ใช้บริการสามารถติชมเจ้าบ้านทั้งบริการ คุณภาพอาหาร สถานที่และความสะอาดบนเว็บไซต์

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นตลาดที่กำลังเติบโต คนในยุคสมัยนี้เริ่มมีการดูแลสุขภาพมากขึ้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มถึงกับออกเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะ

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่มีฐานะและการศึกษาที่ค่อนข้างสูง และมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป¹⁵ ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดของโลก แต่การใช้จ่ายมีมากถึงร้อยละ 14 ของการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวทั้งหมด Global Wellness Institute คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะขยายตัวอีก เฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี ภายในปี พ.ศ. 2560

โรงแรมที่มีชื่อเสียงหลายแห่งเริ่มมีการตอบรับต่อแนวโน้มนี้ โดยการนำเสนอการบริการที่ใส่ใจในสุขภาพของผู้เข้าพัก เช่น ห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสุขภาพ เมนูอาหารสุขภาพ ฟิตเนสที่ครบวงจร ชั้นเรียนโยคะ ยกตัวอย่างเช่น โรงแรม Trump Wellness และโรงแรม Intercontinental นอกเหนือจากนี้ งานวิจัยของโรงแรม Hilton ได้รายงานไว้ว่า เกือบร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเลือกโรงแรมโดยมีสปาเป็นปัจจัยหลัก¹⁶

- การวางแผน หาข้อมูลและการจองผ่านอินเทอร์เน็ต

การใช้เทคโนโลยีเป็นไปอย่างแพร่หลายมากขึ้นในโลกปัจจุบัน การหาและส่งต่อข้อมูลเป็นไปอย่างง่ายดาย รวมถึงการจองที่พักและยานพาหนะ ด้วยต้นทุนที่ต่ำแต่มีความรวดเร็วสูงทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น โดยเว็บไซต์ TripAdvisor ประกาศว่ามีคนเข้ามาใช้บริการหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ของพวกเขา 315 ล้านคนต่อเดือน ในปี พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากปีก่อนหน้า

¹⁵ Yeung, O. (2013, November 20). *Wellness Tourism is a Growth Opportunity Worldwide*. Retrieved พฤษภาคม 4, 2558, from SRI International: <http://www.sri.com/blog/wellness-tourism-growth-opportunity-worldwide>

¹⁶ Hilton Hotels & Resorts Unveils Report on Global Spa Trends. (2012, July 17). Retrieved พฤษภาคม 4, 2558, from Hilton Hotels & Resorts Global Media Center: <http://hiltonglobalmediacenter.com/index.cfm/newsroom/detail/2132>

นักท่องเที่ยวนิยมหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ ติดต่อและทำการจองแพคเกจ ห้องพัก หรือยานพาหนะผ่านทางอินเทอร์เน็ต การตกแต่งเว็บไซต์ ความสะดวกในการใช้ และความปลอดภัยทางข้อมูลจึงเป็นเรื่องสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นอกเหนือจากนี้ เอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) ก็เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจ และสร้างความคาดหวังในด้านความคุ้มค่าและประสบการณ์

ด้วยแนวโน้มนี้ จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบัน มีธุรกิจที่พัก ยานพาหนะ หลายแห่งที่ได้สร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชันขึ้นมา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกใช้บริการโดยเน้นความสะดวกสบายในการใช้บริการ ยกตัวอย่างเช่น

- Spring Airline สายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย ได้เปิดให้นักท่องเที่ยวจองตั๋วเครื่องบิน และเช็คอินกับสายการบินผ่านแอปพลิเคชัน WeChat ซึ่งเป็นที่แพร่หลายในจีน
- Ctrip ผู้ประกอบการท่องเที่ยวของประเทศไทย นำเสนอแพคเกจทัวร์ ตั๋วเครื่องบิน ตั๋วรถไฟ ผ่านทางเว็บไซต์ แต่สามารถให้นักท่องเที่ยวจองตั๋วได้ผ่าน แอปพลิเคชัน WeChat
- โรงแรม Starwood ในประเทศสหรัฐอเมริกา กำลังจะนำแอปเปลวอทซ์และแอปพลิเคชันของไอโฟนมาใช้เปิดประตูห้องพักแทนคีย์การ์ด
- ประเทศไต้หวัน สร้างแอปพลิเคชัน I Love Taipei ขึ้นเพื่อให้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว บอกเส้นทางการเดินทาง ข้อมูลที่พักให้แก่ นักท่องเที่ยว พร้อมกับให้บริการจองบริการต่างๆ ออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชันด้วย

ทั้งนี้ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในช่วงวันหยุดพักผ่อนก็มากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการและคาดหวังให้สถานที่พักและที่ท่องเที่ยวมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ดีที่เอื้อต่อการใช้เทคโนโลยีของพวกเขา

- การเขียน /อ่าน รีวิวในบล็อก / สื่อสังคมออนไลน์ และความคาดหวัง

การหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันนับว่าเป็นเรื่องง่าย นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม รถเช่า ตั๋วเครื่องบิน ร้านอาหาร และกิจกรรมได้ทางอินเทอร์เน็ต โดยนักท่องเที่ยวบางกลุ่มนิยมหาข้อมูลโดยการอ่านทางบล็อก เพื่อสัมผัสกับการเล่าเรื่องจากประสบการณ์จริง ซึ่งบล็อกท่องเที่ยวก็สร้างโอกาสให้แก่สถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้อ่านอยากออกไปสัมผัสกับ

ประสบการณ์เหล่านั้น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวที่ได้อ่านจากประสบการณ์จริงจะเกิดความคาดหวังมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับตอนที่นักท่องเที่ยวยังไม่ได้รับข้อมูลเชิงลึกอย่างครบถ้วนมากนัก

การเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยว มีทั้งในรูปแบบของการรีวิวผ่านเว็บไซต์ที่เป็นเว็บไซต์กลางที่มีพื้นที่สำหรับแชร์เรื่องราวต่างๆ หรืออาจอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ส่วนตัวที่ผู้เขียนสร้างขึ้นมาเพื่อจุดประสงค์ของการเขียนเล่าเรื่องการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

- Travbuddy เป็นเว็บไซต์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเขียนเรื่องราวและโพสต์รูปของสถานที่ที่พวกเขาได้ไปเยี่ยมเยือน และนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ สามารถซักถามและพูดคุยกับผู้เขียนได้
- thepoortraveler.net/ และ thesavvybackpacker.com เป็นเว็บไซต์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยนักท่องเที่ยวที่อยากแชร์ประสบการณ์และคำแนะนำในด้านการท่องเที่ยวให้แก่ผู้อื่น โดยในเว็บไซต์จะรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่ควรไป รีวิวสถานที่ๆพวกเขาได้ไป แนะนำเรื่องอาหาร วัฒนธรรม เป็นต้น
- เที่ยวปลอดภัย

เมื่อการใช้เทคโนโลยีเป็นไปอย่างแพร่หลาย การแพร่กระจายของข่าวสารจึงรวดเร็วขึ้น นักท่องเที่ยวทราบรายละเอียดในเรื่องความปลอดภัยของจุดหมายปลายทางมากขึ้น โดยเฉพาะในปัจจุบันประเทศต่างๆ มีข่าวที่รุนแรงเกี่ยวกับสถานการณ์ในประเทศสูงขึ้น เช่น สถานการณ์ไม่สงบทางการเมือง ภัยธรรมชาติ และโรคภัย โดยบางเหตุการณ์อาจส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือน และทำให้เกิดความสับสนใจ เช่น คดีเกาะเต่า หรือสีนามิ หรือบางเหตุการณ์ที่มีความเสี่ยงจะเกิดผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น การเกิดจลาจล นักท่องเที่ยวจึงค่อนข้างอ่อนไหวต่อสถานการณ์ปัจจุบันของจุดหมายปลายทาง ซึ่งหากมีความเสี่ยงที่จะไม่ปลอดภัย เช่น สถานการณ์ไม่สงบทางการเมือง ภัยธรรมชาติ หรือโรคภัย นักท่องเที่ยวอาจหยุดและยกเลิกการเดินทางทันที

นอกเหนือจากนี้ ประเทศต้นทางก็แสดงความระมัดระวังในเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจากประเทศของตนมากขึ้น เมื่อประเทศไหนมีเหตุการณ์ที่อาจเป็นความเสี่ยงต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเยือน รัฐบาลของประเทศต้นทางจะออกประกาศเตือนประชาชนของตนอย่างเป็นทางการ ทั้งนี้ ประเทศจุดหมายปลายทางที่อาจเกิดเหตุการณ์ที่อาจมีความเสี่ยง ต้องมีวิธีการดำเนินการและการชี้แจงที่ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวและรัฐบาลของประเทศต้นทาง

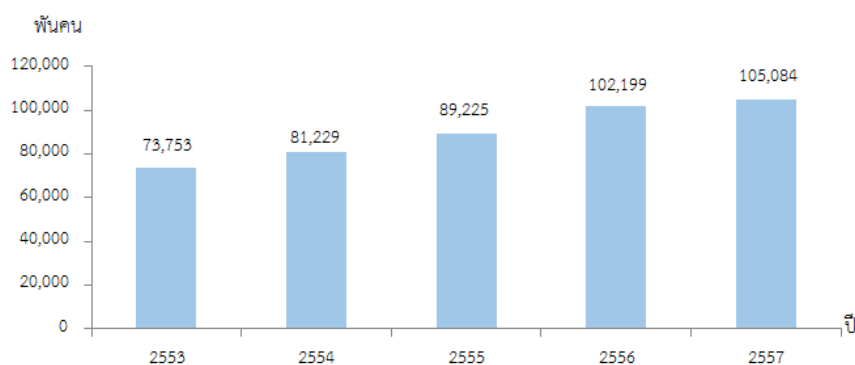
ส่วนที่ 3 การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ที่ประเทศไทยเป็นประเทศสมาชิก มีการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในนโยบายหลัก เพื่อส่งเสริมให้ภูมิภาคอาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางเดียว (Single Destination) สำหรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น การวางยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของไทย จึงควรจำเป็นจะต้องมีความสอดคล้องต่อทิศทางการท่องเที่ยวของอาเซียน

3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

การท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมากขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอาเซียนถึง 105 ล้านคน นักท่องเที่ยวจากในภูมิภาคอาเซียนมีสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 46.8) รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจีน (ร้อยละ 12.4) และนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 8.8) อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศคู่ค้าของอาเซียน หรือ ASEAN+3 อีก คือ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมกันแล้ว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของอาเซียน โดยนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นเดินทางเข้ามา คิดเป็นร้อยละ 4.4 และนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ คิดเป็นร้อยละ 4.8¹⁷

แผนภาพที่ 7: จำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าของอาเซียน ปี 2553 - 2557

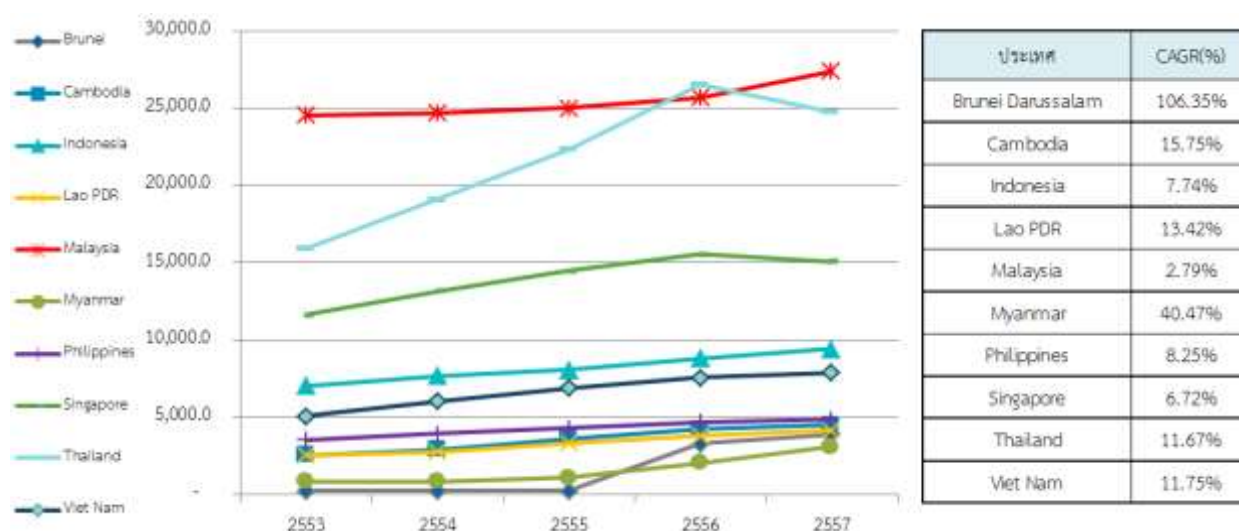


ประเทศสมาชิกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้ามากที่สุดในภูมิภาคคือ ประเทศมาเลเซียและประเทศไทย¹⁸ และอาจสังเกตได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าประเทศบรูไน และเมียนมาร์ มีการขยายตัวอย่างเห็นได้ชัดในช่วง 5 ปีดังกล่าว ตามแผนภาพที่ 8

¹⁷ ASEAN Tourism Statistics Database

¹⁸ สถิติอาจมีความคลาดเคลื่อน เนื่องจากเป็นสถิติของจำนวนคนเดินทางเข้าประเทศโดยไม่ได้แยกเฉพาะนักท่องเที่ยวเพียงกลุ่มเดียว

แผนภาพที่ 8: จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสมาชิกอาเซียน แยกตามประเทศที่มา ปี 2557



ประเทศสมาชิกอาเซียนล้วนแต่เป็นประเทศที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหลายอย่าง เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ อาหาร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้น จึงยังมีขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

รายงาน Travel & Tourism Competitiveness Index ปี 2558 ของ World Economic Forum (WEF) ได้ทำการประเมินขีดความสามารถของประเทศสมาชิกอาเซียนและได้จัดอันดับประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยศึกษาจากความพร้อม 3 ด้าน ได้แก่ นโยบายด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และได้รายงาน bahwa ประเทศสิงคโปร์มีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน ประเทศมาเลเซียและประเทศไทยเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม รายงานได้กล่าวว่าสำหรับประเทศไทยมีความพร้อมของนโยบายด้านการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานแต่ยังขาดการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

แผนภาพที่ 9: การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน ปี 2558

ประเทศสมาชิก	ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว			คะแนนความสามารถรายหัวข้อย่อย		
	อันดับ(ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก)	อันดับ(ในโลก)	คะแนน	นโยบายด้านการท่องเที่ยว	โครงสร้างพื้นฐาน	ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
สิงคโปร์	3	11	4.86	4.83	5.62	3.08
มาเลเซีย	7	25	4.41	4.43	4.46	3.52
ไทย	10	35	4.26	4.29	4.56	3.63
อินโดนีเซีย	11	50	4.04	4.6	3.38	3.74
บรูไน	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
เวียดนาม	15	75	3.60	3.71	2.93	3.2
ฟิลิปปินส์	14	74	3.63	4.5	3.18	2.55
กัมพูชา	20	105	3.24	4.21	2.54	4.34
เมียนมาร์	23	134	2.72	3.31	2.06	2.06
ลาว	17	96	3.33	4.06	2.84	2.01

3.2 ความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาค

ในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. 2558 โดยการรวมตัวของกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนนั้น มีการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาความร่วมมือ ประเทศสมาชิกได้หารือและร่วมกันจัดทำโครงการและกรอบความร่วมมือต่างๆ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของภูมิภาค โดยในการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 9 เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2547 ณ เกาะบาหลี ประเทศอินโดนีเซีย ได้เกิดปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมือในอาเซียนฉบับที่ 2 (Bali Concord II) ซึ่งได้กำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและด้านการบิน

เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอาเซียนให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางเดียว (Single Destination) ประเทศสมาชิกได้ร่วมมือจัดตั้ง 2 องค์กรหลักด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ได้แก่ องค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติอาเซียน (ASEAN National Tourism Organization- ASEAN NTOs) ซึ่งเป็นองค์กรกลางด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาค มีหน้าที่ประสานความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคและระหว่างองค์กรท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค รวมถึงพิจารณาอนุมัติงบประมาณหรือโครงการตามแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน และสมาคมการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Association-ASEANTA) ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงผลกำไร ประกอบไปด้วยสมาชิกจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของประเทศสมาชิกอาเซียน โดยมีหน้าที่ประสานความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างสมาชิก ส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาค

นอกจาก 2 องค์กรหลักด้านการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีกลุ่มอนุภูมิภาค (Sub-Region) อีกหลายกลุ่ม เช่น BIMP-EAGA4, GMS5, IMT-GT6, CLMV7, CLV8, ACMECS9 และสามเหลี่ยมมรกต (Emerald Triangle) โดยกลุ่มอนุภูมิภาคดังกล่าวได้มีการจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับกลุ่มภูมิภาคหลัก โดยประเทศสมาชิกอาเซียนได้วางแผนและจัดทำโครงการและกรอบความร่วมมือต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น

- 1) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน ระหว่าง ปี 2554-2558
- 2) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2555-2558
- 3) การรวมกลุ่มประเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มพื้นที่
- 4) การส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน

กรอบความร่วมมือดังกล่าวจะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของอาเซียนให้พัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน และสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งรายละเอียดของโครงการดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

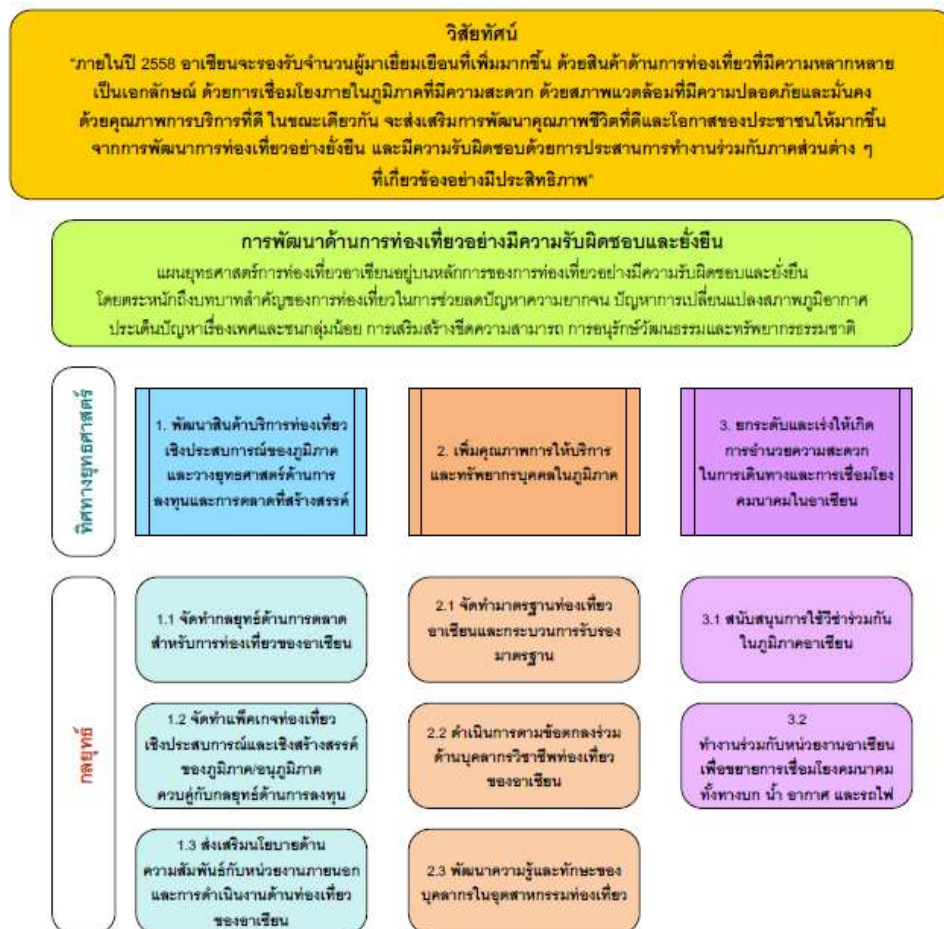
1) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน

แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. 2554-2558 ได้ถูกพัฒนาขึ้นภายใต้กรอบความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างองค์กรด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน กับโครงการ ASEAN Competitiveness Enhancement (The ACE Project) โดยได้ถูกพัฒนาขึ้นในปี พ.ศ. 2553 โดยวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับสำนักเลขาธิการอาเซียนและองค์กรด้านการท่องเที่ยวของประเทศอาเซียน (ASEAN NTOs) โดยมีเป้าหมายหลักคือ เพื่อสร้างให้ภูมิภาคอาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวระดับโลก มีคุณภาพ และนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลาย รวมถึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อผลประโยชน์สูงสุดในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่พลเมืองอาเซียน

แผนยุทธศาสตร์ได้วิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวของอาเซียน วิสัยทัศน์และโครงสร้างองค์กรด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของอาเซียน รวมถึงการดำเนินงานและรายละเอียดกิจกรรมตามทิศทางยุทธศาสตร์สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการพัฒนาสินค้าบริการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และยุทธศาสตร์ด้านการลงทุนและการตลาด
2. ด้านการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
3. ด้านการส่งเสริมให้เกิดการอำนวยความสะดวกและความเชื่อมโยงด้านการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

แผนภาพที่ 10: แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. 2554-2558



หลังจากที่มีทิศทางยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน แผนยุทธศาสตร์ก็ได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยได้จัดตั้งคณะทำงาน 3 คณะ คือ คณะทำงานด้านการตลาดและการสื่อสาร คณะทำงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ และคณะทำงานด้านคุณภาพการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละคณะประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ จากภาครัฐและเอกชนและหน่วยงานอื่นๆ ที่อยู่ภายใต้สำนักงานเลขาธิการอาเซียน โดยคณะทำงานแต่ละคณะจะวางนโยบายและกลยุทธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และทิศทางยุทธศาสตร์ 3 ทิศทางหลัก ซึ่งกลยุทธ์ที่ถูกพัฒนาขึ้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านพัฒนาสินค้าท่องเที่ยว ด้านบุคลากรอาเซียน ด้านมาตรฐานการท่องเที่ยว และด้านการเชื่อมโยงคมนาคม

ด้านพัฒนาสินค้าท่องเที่ยว

ในด้านการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยว คณะทำงานจะวางแผนทาง แนวพื้นที่และกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคที่มีศักยภาพเพื่อจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยจะเน้น 4 กลุ่มสินค้าท่องเที่ยวหลักที่ประเทศสมาชิกเห็นพ้องร่วมกันว่ามีศักยภาพ สามารถนำมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวในภูมิภาคและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ มรดก

(Culture/heritage) 2) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Nature) 3) การท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Community-based Tourism) และ 4) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Cruise/river-based Tourism)

สินค้าท่องเที่ยวจะเน้นไปในทางการขายการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยง ประเทศสมาชิกร่วมมือกันจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการจัดทำแพ็คเกจอาจนำเสนอการท่องเที่ยวแบบใดแบบหนึ่ง เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/มรดก อาจนำเอาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาของประเทศไทย นครวัดของประเทศกัมพูชา และบุโรพุทโธของประเทศอินโดนีเซีย มารวมอยู่ในโปรแกรมท่องเที่ยวเดียวกัน

ด้านบุคลากรอาเซียน

ด้านบุคลากรนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประเทศสมาชิกจึงได้ทำข้อตกลงยอมรับร่วม เกี่ยวกับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียน หรือ ASEAN Mutual Recognition Agreement (ASEAN MRA) เพื่อให้การเคลื่อนย้ายบุคลากรวิชาชีพเป็นไปได้ง่ายขึ้น ในปัจจุบันมีการดำเนินการภายใต้ ASEAN MRA เพื่อพัฒนามาตรฐานของ 6 สาขาอาชีพ ได้แก่ งานต้อนรับ งานทำความสะอาด นประกอบอาหารงานบริการอาหารเครื่องดื่ม ตัวแทนท่องเที่ยว และธุรกิจนำเที่ยว รวมเป็นจำนวน 32 ตำแหน่งงาน โดยเป็นอาชีพด้านการโรงแรม 23 ตำแหน่งงาน และด้านบริการด้านการเดินทางอีก 9 ตำแหน่งงาน การพัฒนาบุคลากรอยู่ในรูปแบบของการฝึกอบรม และสร้างมาตรฐานไปถึงการวางแผนการอบรมสำหรับผู้ฝึกสอนและผู้ประเมินมาตรฐาน

ด้านมาตรฐานการท่องเที่ยว

เพื่อให้อาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางเดียวที่สมบูรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พัก ห้องน้ำ จำเป็นต้องมีมาตรฐานเดียวกัน โดยการกำหนดจัดทำมาตรฐานจะต้องเป็นที่ยอมรับจากประเทศสมาชิกร่วมกัน กลยุทธ์เพื่อจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน และกระบวนการให้ใบรับรองได้กำหนดมาตรฐานให้ทั้งหมด 6 สาขา คือ โรงแรมสีเขียว โฮมสเตย์ ห้องน้ำสาธารณะ ธุรกิจสปา เมืองท่องเที่ยวสะอาด การท่องเที่ยวเชิงชุมชน โดยแต่ละสาขาจะมีหนึ่งประเทศให้การดูแลเป็น Lead Coordinator

แผนภาพที่ 11: มาตรฐานการท่องเที่ยวของอาเซียนในด้านต่างๆ และประเทศผู้รับผิดชอบ

มาตรฐาน	ประเทศรับผิดชอบ
โรงแรมสีเขียว	ไทย
บริการสปา	ไทย
โฮมสเตย์	มาเลเซีย
ห้องน้ำสาธารณะ	บรูไน
เมืองท่องเที่ยวสะอาด	กัมพูชา
การท่องเที่ยวเชิงชุมชน	กัมพูชา

ด้านการเชื่อมโยงคมนาคม

เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวจากอาเซียน และจากต่างประเทศ ประเทศสมาชิกจึงต้องดำเนินการขยายการเชื่อมโยงกันของประเทศสมาชิก ทั้งทางอากาศ น้ำ และทางรถไฟ และดำเนินการให้นักท่องเที่ยวจากประเทศสมาชิกสามารถเดินทางระหว่างกันได้โดยไม่ต้องมีวีซ่า และหากเป็นไปได้ อาจพัฒนาวีซ่าสำหรับอาเซียนสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

อย่างไรก็ดี แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. 2554-2558 กำลังจะสิ้นสุดลง ในปี พ.ศ. 2558 องค์กรการท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (NTOs) สำนักเลขาธิการอาเซียนและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจึงได้เริ่มดำเนินการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียนสำหรับ ปี พ.ศ. 2559-2568 ซึ่งเป็นการต่อยอดถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ ซึ่งคาดว่าแผนยุทธศาสตร์ฉบับใหม่จะสามารถ launch ได้ในการประชุมรัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียน ในปี พ.ศ. 2559 ณ ประเทศฟิลิปปินส์

2) แผนยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2555-2558

แผนยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวอาเซียน ได้จัดทำขึ้นโดยวิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนมากกว่าหนึ่งประเทศในภูมิภาค เพื่อส่งเสริมอาเซียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์นี้ คือความสามารถด้านการตลาดและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศสมาชิก ซึ่งในแผนยุทธศาสตร์ ได้วิเคราะห์ถึงสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มด้านการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภูมิภาค กำหนดกลุ่มตลาดลูกค้า

เป้าหมายหลักของอาเซียน และพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ 4 กลุ่มสินค้าหลักที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน รวมถึงการสร้างแบรนด์ ASEAN

แผนภาพที่ 12: การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน



อาเซียนได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยสร้างแบรนด์ Southeast Asia - Feel the Warmth นำเสนอจุดเด่นของประเทศสมาชิกว่ามีการต้อนรับที่อบอุ่น และส่งเสริมสินค้าที่หลากหลายเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เช่น การส่งเสริมตลาดกลุ่ม Mass Tourism โดยเฉพาะประเทศอินเดียและจีน การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และสร้างสรรค์ เชิงผจญภัย เชิงธุรกิจ และการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยและลองสเตย์

สินค้าท่องเที่ยวต่างๆ ของอาเซียนนั้น ได้ถูกประชาสัมพันธ์ผ่านบทความ นิตยสาร และสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ www.aseantourism.travel และ www.dongnanya.travel ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำหรับนักท่องเที่ยวจีนโดยเฉพาะ นอกจากนี้ ยังมีการร่วมมือกับพันธมิตรในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การร่วมมือกับ PATA (Pacific Asia Travel Association) เพื่อร่วมกันจัดทำโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวอาเซียน และออกอากาศผ่าน Travel Channel และการร่วมมือกับ ASEAN Tripper Magazine และ Digital Innovation Asia เป็นต้น

แผนภาพที่ 13: เว็บไซต์ DONGNANYA.TRAVEL สำหรับนักท่องเที่ยวจีน



อาเซียนยังมีการโปรโมทการท่องเที่ยวผ่านความร่วมมือกับประเทศภาคีอื่นๆ เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในอาเซียน และมีการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Promotional Chapter for Tourism: APCT) ที่ประเทศออสเตรเลียและอินเดียอีกด้วย

3) การรวมกลุ่มประเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มพื้นที่

ประเทศสมาชิกที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกันได้พัฒนารอบความร่วมมือเพิ่มเติมเป็นกลุ่มอนุภูมิภาค เพื่อร่วมกันพัฒนาภูมิภาคในด้านต่างๆ เช่น การท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น

1. ประเทศไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้ ได้รวมตัวกันภายใต้กรอบความร่วมมือ GMS (Greater Mekong Subregion) หรืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ซึ่งมีแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยว (GMS Tourism Development) เป็นหนึ่งใน 11 แผนงานสำคัญของกรอบความร่วมมือ มีแนวคิดในการส่งเสริมท่องเที่ยว One River, Six Countries¹⁹
2. ประเทศบรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ รวมตัวกันเป็นกลุ่ม BIMF-EAGA หรือโครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจอาเซียนด้านตะวันออก เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านการลงทุน การค้า และการท่องเที่ยว โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (Community-Based Ecotourism)²⁰

¹⁹ กองการต่างประเทศ กรมการท่องเที่ยว

²⁰ Joint Statement 9th Brunei Darussalam – Indonesia – Malaysia – Philippines East ASEAN Growth Area Summit, 25 April 2013

3. ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย รวมตัวกันภายใต้โครงการความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia- Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT) โดยในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการความร่วมมือนี้ได้จัดทำโครงการย่อยเพื่อส่งเสริมการเดินทางมายัง 3 ประเทศ เช่น โครงการ Magic Journey along the Traversed Route by Luang Pu Tuad และ โครงการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ IMT-GT 2015 International Symposium on Livable Old Town Tourism ภายใต้ยุทธศาสตร์ Old Town Tourism เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างความร่วมมือระหว่าง 6 เมืองเก่าใน 3 ประเทศ (1.เมืองสงขลา และเมืองภูเก็ตของประเทศไทย 2.เมืองปาเลมบัง และเมืองโกตาซาวาลุนโต ของประเทศอินโดนีเซีย 3.เมืองมะละกา และเมืองปีนัง ของประเทศมาเลเซีย)²¹

4) การส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน

ทางหลวงอาเซียน (ASEAN Highway Network Project)

โครงการทางหลวงอาเซียนนั้นได้ถูกริเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2540 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน โครงการนี้ประกอบไปด้วย 23 เส้นทาง รวมระยะทางประมาณ 3.84 หมื่นกิโลเมตร โดยเส้นทางในแต่ละประเทศต้องมีมาตรฐานที่สอดคล้องกัน เช่น การใช้ป้ายจราจร สัญญาณไฟ และระบบหมายเลขทางหลวง เป็นต้น และเส้นทางหลวงที่ถูกกำหนดเป็นเส้นทางขนส่งระหว่างประเทศ จะถูกปรับปรุงจากถนนมาตรฐานชั้นที่ 3 (ถนนลาดยาง 2 ช่องจราจร) ซึ่งรองรับปริมาณจราจรได้วันละ 2,000 คัน ให้เป็นถนนมาตรฐานชั้น 1 (ถนนลาดยางหรือคอนกรีต ขนาด 4 ช่องจราจร หรือมากกว่า) ซึ่งสามารถรองรับปริมาณจราจรอย่างน้อยวันละ 8,000 คัน ภายในปี พ.ศ. 2563

ทางหลวงอาเซียนนี้จะสามารถรองรับการเดินทางมากขึ้นจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในด้านการขนส่งสินค้า การคมนาคม และการท่องเที่ยว

5) วีซ่า

ในปัจจุบัน การเดินทางภายในภูมิภาคอาเซียน ประชากรอาเซียนสามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสมาชิกได้อย่างสะดวกมากขึ้น โดยสามารถเดินทางระหว่างกันได้โดยใช้แค่พาสปอร์ต ไม่ต้องขอวีซ่า

²¹ กรมการท่องเที่ยว พศก. 2556

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเทศสมาชิกกำลังเจรจามาตรการ “วีซ่าเดียวอาเซียน” (ASEAN Common visa) ในการอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว และเพื่อส่งเสริมการเป็นจุดหมายปลายทางเดี่ยว อย่างไรก็ตาม วีซ่าอาเซียนอาจยังไม่พร้อมที่จะดำเนินการในเร็วๆ นี้ เนื่องจากยังมีความเหลื่อมล้ำในด้านเทคโนโลยี ระบบวีซ่า และประเด็นปัญหาด้านการเมือง และความปลอดภัย

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน ไทย และกัมพูชาได้จัดทำโครงการนำร่องออกวีซ่าเดี่ยวเป็นครั้งแรก ซึ่งเป็นความร่วมมือทางยุทธศาสตร์เศรษฐกิจอ่าวต๋าย เจ้าพระยา แม่น้ำโขง หรือ The Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy โดยวีซ่านี้สามารถขอเข้าไทยและกัมพูชาเท่านั้น และเป็นวีซ่าที่ใช้ได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น และยังไม่มีประเภทเข้าออกหลายครั้ง (Multiple Entry)

3.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียน

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของหลายประเทศสมาชิกที่มีความพร้อมและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวมายาวนาน เช่น ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทย อย่างไรก็ตาม สำหรับในหลายประเทศสมาชิก การท่องเที่ยวเพิ่งจะเริ่มขยายตัวและถูกบรรจุเข้าเป็นนโยบายหลักเพื่อการพัฒนา เนื่องด้วยสถานการณ์การเมืองในอดีต ความพร้อมด้านบุคลากรและโครงสร้างพื้นฐาน จึงยังไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกมากนัก และยังไม่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

อย่างไรก็ดี ประเทศสมาชิกที่เคยมีข้อจำกัดดังกล่าว ได้ตระหนักถึงโอกาสและประโยชน์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีการท่องเที่ยวเป็นความร่วมมือหลักประการหนึ่งระหว่างประเทศสมาชิกจึงได้มีการพัฒนานโยบายเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยพัฒนานโยบายสำคัญที่จำเป็นต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของประเทศนั้นๆ ด้วยความพร้อมและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน โดยอาจสรุปย่อได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

การสร้างอัตลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ของแต่ละประเทศในอาเซียน

แผนภาพที่ 14: ตัวอย่างการสร้างอัตลักษณ์ของประเทศในกลุ่มอาเซียน

บรูไน 	- มุ่งเน้นการท่องเที่ยวทางอารยธรรม ธรรมชาติ ความเรียบง่ายและความปลอดภัย - ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ แผนภาพโฆษณา	มาเลเซีย 	- มุ่งเน้นการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติ - สร้างเอกลักษณ์ให้กับ Theme โดยใช้ Tagline (Truly Idyllic, Truly dramatic, Truly Extravagant) - จองที่พักผ่านสื่อสังคมออนไลน์
กัมพูชา 	- มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เชิงนิเวศและชายทะเล - สามารถจองที่พักผ่านสื่อสังคมออนไลน์	ฟิลิปปินส์ 	- เว็บไซต์ - มุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การผจญภัยทางอากาศ ทางน้ำ ทางบก
อินโดนีเซีย 	- เว็บไซต์การท่องเที่ยวที่รวบรวมสถานที่ ร้านอาหาร แผนที่ กิจกรรม เคล็ดลับและวีวต่างๆ - ช่อง Youtube รวมวิดีโอโปรแกรมสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมมากมาย - ใช้สื่อสังคมออนไลน์โพสรูปภาพและกิจกรรม	สิงคโปร์ 	- เว็บไซต์ท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์
พม่า 	- มุ่งเน้นเอกลักษณ์ในด้านอารยธรรมและธรรมชาติ - พัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวให้ข้อมูลมากขึ้น - เข้าร่วมงานการท่องเที่ยวนานาชาติต่างๆ	ไทย 	ประชาสัมพันธ์และให้นักท่องเที่ยวแลกเปลี่ยนข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์
ลาว 	- มุ่งเน้นการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - สื่อสาร	เวียดนาม 	- มุ่งเน้นการท่องเที่ยวสถานที่เมืองมรดกโลก ธรรมชาติ ในราคาประหยัด - เข้าร่วมงานการท่องเที่ยวนานาชาติ - สื่อสารทาง

เพื่อสร้างความน่าสนใจ แสดงถึงเอกลักษณ์ และจุดขายของประเทศ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ประเทศสมาชิกแต่ละประเทศจึงสร้างอัตลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยวิธีการที่แตกต่างกันออกไป โดยแต่ละประเทศต่างดึงดูดเด่น และสร้าง Caption ที่เข้าใจและจดจำง่ายมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ และ

เลือกประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของประเทศนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศกัมพูชาดึงดูดเด่นของอังกอร์วัดขึ้นมามีอยู่ในสัญลักษณ์การท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศว่าเป็น Kingdom of Wonder ในขณะที่มาเลเซีย ใช้สัญลักษณ์การเขียนที่เรียบง่าย แต่เน้นสโลแกน “Truly Asia” เพื่อให้เป็นที่จดจำแก่นักท่องเที่ยวให้คิดถึงมาเลเซียเมื่อคิดถึงเอเชีย นอกจากนี้ มาเลเซียยังจัดธีม (Theme) ท่องเที่ยวขึ้นทุกๆ ปี เพื่อดึงดูดเด่นของประเทศมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมต่างๆ ในปีนั้นให้สอดคล้องกับธีมที่ได้ตั้งขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2558 Theme ท่องเที่ยวของมาเลเซีย คือ Year of Festivals ที่เน้นงานเทศกาลตลอดทั้งปี และได้เปิดตัวที่ World Travel Market ที่ลอนดอน ประเทศอังกฤษ อีกทั้ง Tourism Malaysia ก็ได้เดินทางไปทั่วโลกเช่น เยอรมัน อินเดีย เวียดนาม แอฟริกาใต้ เอเชียตอนกลาง เพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวของมาเลเซียในธีมนี้

แผนภาพที่ 15: THEME การท่องเที่ยวมาเลเซีย ปี 2558



การพัฒนาแผนการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และการสนับสนุนจากภาครัฐ

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นไปในทิศทางเดียวกันนั้น ประเทศจะต้องมีแผนการพัฒนาที่ชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถดำเนินงานได้อย่างสอดคล้องกัน

แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยสังเขปของแต่ละประเทศสมาชิกมีดังต่อไปนี้

ประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียได้วางแผนการท่องเที่ยว Malaysia Tourism Transformation Plan 2020 Towards 36:168 โดยมีเป้าหมายหลัก เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเป็น 36 ล้านคน สร้างรายได้ 168 ล้านริงกิต ภายในปี พ.ศ. 2563 โดยมุ่งเน้นไปยังนักท่องเที่ยว High-end โดยกระทรวงการท่องเที่ยวได้จัดทำ 12 โครงการ ใน 5 ธีม (Theme) ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก คือ

- Affordable Luxury: Shopping
- Nature Adventure
- Family

- Events, Entertainment, Spa and Sport
- Business Tourist

รัฐบาลยังส่งเสริมการลงทุนของต่างชาติในธุรกิจท่องเที่ยว และสร้าง Incentives เพื่อส่งเสริม FDI เช่น การยกเว้นภาษีให้แก่ผู้ประกอบการทัวร์ และองค์กรที่สนับสนุนการประชุมนานาชาติและนิทรรศการการแสดงผลสินค้า เป็นต้น

อีกทั้ง ยังส่งเสริมให้ชาวต่างชาติย้ายเข้ามาอยู่ที่มาเลเซียมากขึ้น ด้วยแคมเปญ “Malaysia My Second Home, MM2H”

ประเทศเวียดนาม

แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของเวียดนาม โดย Strategy on Viet Nam's Tourism Development until 2020, Vision to 2030 มีวิสัยทัศน์มองไปไกลถึงปี พ.ศ. 2573 คือการพัฒนาให้การท่องเที่ยวเวียดนามเป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนาแล้ว โดยกำหนดแผนปฏิบัติการและระยะเวลาในการวางระบบและลงทุนปรับปรุงโครงสร้างต่างๆ เช่น การขนส่ง การสื่อสาร พลังงานและน้ำ รวมถึงด้านสิ่งแวดล้อมและบุคลากร เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างเท่าทันกันในทุกด้าน ในด้านแหล่งท่องเที่ยว เวียดนามแบ่งสถานที่ออกเป็น 7 โซน โดยแต่ละโซนถูกกำหนดลักษณะการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เช่น เชิงประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศ

ประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์ถึงแม้จะพัฒนาการท่องเที่ยวไปมากแล้ว เมื่อเทียบกับประเทศสมาชิกอื่นๆ ใดๆก็ดี สิงคโปร์ก็ยังมีแผนการการท่องเที่ยว และรัฐบาลยังให้เงินลงทุนสนับสนุนในค่อนข้างมาก โดยมุ่งเน้นไปถึงการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้อยู่นานขึ้น ใช้จ่ายมากขึ้น และมาบ่อยขึ้น

รัฐบาลได้ให้เงินสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเงินลงทุนประมาณ 2 พันล้านดอลลาร์สิงคโปร์ ในปี พ.ศ. 2548 พร้อมกับแผนการท่องเที่ยวที่ตั้งเป้าหมายให้สิงคโปร์เป็นผู้นำในอุตสาหกรรม MICE เป็นจุดหมายแห่งการพักผ่อน และเป็นทีหนึ่งเรื่องการบริการ และในปี พ.ศ. 2555 รัฐบาลสนับสนุนเงินลงทุนเพิ่มอีก 905 ล้านล้านดอลลาร์สิงคโปร์ ซึ่งถูกนำไปใช้ใน 3 ด้าน คือ 1) การวาง Position ให้สิงคโปร์ให้เป็นจุดหมายปลายทางของโลก มีไลฟ์สไตล์ที่มีความเป็นนานาชาติ และเป็นศูนย์กลางของการเดินทางทางธุรกิจ 2) การพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์ และ 3) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นอกเหนือจากนี้ รัฐบาลยังได้จัดตั้งกองทุนต่างๆ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น

- กองทุน Tourism Development Fund (TDF) เพื่อพัฒนา 4 วัตถุประสงค์หลักเพื่อการท่องเที่ยว คือ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ชีตความสามารถ เพื่อดึง Event ระดับโลกมาที่สิงคโปร์ และพัฒนาสินค้าท่องเที่ยว
- กองทุน Training Industry Professional in Tourism (TIP-iT) เพื่อสนับสนุนทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรม โดยมี 2 แบบ คือ 1) การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และ 2) การพัฒนาผู้นำในอุตสาหกรรม
- กองทุน Cruise Development Fund (CDF) เพื่อการพัฒนาการเดินทางท่องเที่ยวโดยเรือของสิงคโปร์ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น
- กองทุน Business Improvement Fund (BIF) เพื่อส่งเสริมการคิดค้นเทคโนโลยี ปรับปรุงโมเดลธุรกิจ และกระบวนการทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้มีประสิทธิภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และตอบสนองต่อลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

ประเทศพม่า

ประเทศพม่าเพิ่งจะเริ่มได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวมากขึ้นหลังจากที่การเมืองสงบลง เป็นประเทศที่มีศักยภาพและทรัพยากรอีกมากมายที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โด่งดังพม่าได้รับการสนับสนุนโดยรัฐบาลนอร์เวย์ ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับ ปี 2013-2020 โดยมีงบประมาณ 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมุ่งเน้นไปในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การอนุรักษ์ธรรมชาติและชุมชนดั้งเดิม แผนพัฒนาฯ กำหนดให้ดำเนินการด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว เช่น

- เพิ่มจำนวนห้องพักในโรงแรม 10 โซน โดยเพิ่มห้องพักเป็น 29,000 ห้อง
- เพิ่มและปรับปรุงการเดินทาง โดยเพิ่ม ยานพาหนะ 2000 คัน เรือ 2000 ลำ และ เรือเที่ยวในแม่น้ำ 30 ลำ ในสถานที่ท่องเที่ยวหลัก
- พัฒนาสายการบินภายใน โดยจัดซื้อเครื่องบินที่คุณภาพสูง
- สนับสนุนให้โรงเรียนสอนอาชีพต่างๆ ทั้งของรัฐและเอกชน เปิดหลักสูตรปริญญา และฝึกอบรมด้าน Hospitality
- การใช้เทคโนโลยีในการออกวีซ่า (eVisa) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศง่ายขึ้น โดยใช้งบประมาณ 17 ล้านดอลลาร์สหรัฐในการนำเครื่อง eVisa เข้ามาใช้ ได้ดำเนินการในเดือนกันยายน พ.ศ. 2557

การสร้างจุดเด่น

ประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียสร้างจุดเด่นให้กับประเทศในด้านการเป็นจุดหมายปลายทางแห่งการช้อปปิ้ง ซึ่งเป็นหนึ่งในนโยบายของแผนการพัฒนากองการท่องเที่ยวแห่งชาติ โดย Tourism Malaysia จะจัดงาน Mega Sale Carnival เป็นจำนวน 3 ครั้งต่อปี

ประเทศสิงคโปร์

เนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด และอาจไม่ได้มีทรัพยากรธรรมชาติมากนัก เมื่อเทียบกับประเทศสมาชิกอื่น สิงคโปร์จึงพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างประเทศให้น่าสนใจต่อการมาเยี่ยมเยือน โดยการนำ Event ระดับโลกมาจัดขึ้นที่สิงคโปร์ เช่น การจัดแข่งรถ Formula 1 ตอนกลางคืนเป็นครั้งแรก การจัดการแข่งขันเรือใบ Volvo Ocean Race การจัด Youth Olympic Game และ การเชิญ Culinary Institute of America ให้เปิดสาขาต่างประเทศสาขาแรกที่สิงคโปร์

สิงคโปร์ยังมีเป้าหมายที่จะเป็น Cruise Hub ของภูมิภาค และได้ลงทุนปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว โดยในปัจจุบัน มี Cruise Center ขนาดใหญ่ 2 แห่งที่สามารถรองรับเรือสำราญขนาดใหญ่ เพื่อเดินทางต่อไปยังประเทศสมาชิกอื่น

การร่วมมือกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชน

ประเทศมาเลเซีย

ภาครัฐในรัฐต่างๆ ของมาเลเซีย ให้ความร่วมมือสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยได้กำหนดธำให้แก่รัฐของตน และโปรโมทการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับธีม เช่น รัฐซาราวักใช้ธีมธรรมชาติ วัฒนธรรมและการผจญภัย และรัฐมะละกา และปีนัง ส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม

ประเทศเวียดนาม

เวียดนามได้สร้างความร่วมมือระหว่างจังหวัดเพื่อพัฒนากองการท่องเที่ยว โดย 4 จังหวัด คือ ฮอยอัน ดานัง ถัวเทียน-เว้ และ กว่างนาม ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศได้เซ็นสัญญาร่วมกันกับกรมวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวของเวียดนาม โดยจะต้องร่วมกันแลกเปลี่ยนความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยว จัดทำโครงการที่ดึงดูดเด่นของแต่ละจังหวัด พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทำการตลาด และพัฒนาบุคลากร

นอกเหนือจากนี้ ฮอยอัน ซึ่งเป็นเมืองมรดกโลกและเป็นเมืองสำคัญของการท่องเที่ยวก็ได้รับความร่วมมืออย่างดีจากชุมชน โดยชุมชนให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างดี และร่วมมือพัฒนาฮอยอันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์สถานที่ให้มีสภาพดีอยู่เสมอ

การส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวโน้มของนักท่องเที่ยวโลก

ประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียได้เห็นแนวโน้มการท่องเที่ยวในด้านการขี่จักรยาน สปา และการท่องเที่ยวที่เน้นการหาประสบการณ์ และได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวผ่านกิจกรรม การอบรม และการลงทุน

ตั้งแต่ปี 2554 Tourism Malaysia ได้ร่วมกับผู้ประกอบการการท่องเที่ยว จัดทำแพคเกจท่องเที่ยว โดยจักรยาน และจัดแคมเปญขี่จักรยาน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ กัวลาลัมเปอร์เป็นจุดหมายแห่งการพักผ่อน และในปี 2558 Tourism Malaysia ก็ได้ร่วมกับผู้ประกอบการการท่องเที่ยว 32 ราย จัดทำหนังสือไกด์ “Discover Malaysia by Bicycle” ที่รวบรวมแพคเกจขี่จักรยานท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว

เพื่อรองรับแนวโน้มการดูแลสุขภาพและความต้องการการใช้บริการสปาที่เพิ่มขึ้น การทรวางการท่องเที่ยวได้จัดการฝึกอบรมให้ผู้สนใจเปิดธุรกิจสปา ผ่านศูนย์ฝึกที่ได้รับการรับรองจากกระทรวง หลักรัฐบาล ตั้งแต่การจัดการสปาไปจนถึงทรีทเมนต์ต่างๆ เป็นระยะเวลา 1 ปี เพื่อผลิตบุคลากรที่ได้มาตรฐานให้แก่อุตสาหกรรมบริการนี้

การท่องเที่ยวชนบทก็เป็นอีกรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่มีความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะที่ มาเลเซีย โฮมสเตย์เป็นที่นิยมมากของนักท่องเที่ยว รัฐบาลได้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ เนื่องจากจะสามารถช่วยส่งเสริมให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ และเผยแพร่พร้อมกับรักษา วัฒนธรรม วิถีชีวิตและตัวตนของพวกเขา จึงได้จัดตั้งโปรแกรมโฮมสเตย์โดยหมู่บ้านสามารถเข้าร่วมได้อย่าง สมัครใจ โดยภาครัฐได้จัดสรรงบประมาณ 40 ล้านริงกิต เพื่อปรับปรุงสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่หมู่บ้านที่เข้าร่วม

ประเทศพม่า

ประเทศพม่ากำลังสนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน โดยสนับสนุน การท่องเที่ยวชุมชน และการท่องเที่ยวทางน้ำ

ภาครัฐได้คัดเลือกพื้นที่ห่างไกลคือ Kengtung ที่ Shan State และ Mount Victoria ที่ Chin State มาเป็นหมู่บ้านนำร่องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยในโครงการนำร่องนี้ ชุมชนจะได้มีส่วน

ร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับ ผู้หญิง คนยากจน และ Ethnic Group ก่อน โครงการนี้จะช่วยให้คนในชุมชนได้ปรับตัว สร้างความเคยชินต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่กำลังมีมากขึ้น

นอกเหนือจากนี้ ภาครัฐมีแผนจะปรับปรุงท่าเรือแม่น้ำพุททาม เพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางเรือมากขึ้น รวมถึงปรับปรุงถนนให้เข้าถึง หาดงาปาลีและทะเลสาบอินเล

การปรับปรุงแบบการตลาดแก่กลุ่มเป้าหมาย (Customization)

ประเทศมาเลเซีย

เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย มาเลเซียมีวิธีการตลาดเชิงรุกโดยการลงทุนส่งเสริมการท่องเที่ยวทางอ้อมผ่านกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวจากประเทศนั้นๆ เช่น ในปี 2550 Tourism Malaysia ได้เซ็นสัญญามูลค่า 2 ล้านปอนด์กับทีมฟุตบอล Manchester United เพื่อสร้าง Awareness กับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทีมฟุตบอลนี้ และในปี 2552 มาเลเซียได้สปอนเซอร์ Carlton Football Club ที่ประเทศออสเตรเลียด้วยวัตถุประสงค์เดียวกัน

ประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์เองก็มีแคมเปญการตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายที่แต่ละกลุ่มแตกต่างกัน โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ ด้วยภาษาและวิธีการโฆษณา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น²²



- นักท่องเที่ยวมาเลเซีย & อินโดนีเซีย - แคมเปญ “Only in Singapore, Right now!” เนื่องจากมาเลเซีย และอินโดนีเซียเป็นประเทศที่อยู่ใกล้สิงคโปร์ การเดินทางมาท่องเที่ยวจึงไม่ยากลำบาก และนักท่องเที่ยวจาก 2 ประเทศนี้ ส่วนมากก็เดินทางมาสิงคโปร์ค่อนข้างบ่อยอยู่แล้ว แคมเปญนี้ถูกจัดขึ้นเพื่อเป็นการเตือนให้นักท่องเที่ยวระลึกถึงประสบการณ์ที่จะได้ที่สิงคโปร์

²² Singapore Tourism Board. (2014). *Destination brand - YourSingapore*. Retrieved พฤษภาคม 8, 2558, from <https://www.stb.gov.sg/about-stb/what-we-do/Pages/Marketing-Singapore.aspx>

- นักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ – แคมเปญ “Singapore. See Where the World is Heading” และ แคมเปญ #TheCuriousTraveller ที่ให้ Erwan Heusaff ผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์เป็นผู้เดินทางผจญภัยในสิงคโปร์ โดยให้ผู้ชมของเขาเป็นคนออกเสียงว่าเขาควรจะไปที่ไหน เนื่องจากนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ยังไม่ได้มีความประสบการณ์การท่องเที่ยวในสิงคโปร์มากนัก แคมเปญนี้จัดขึ้นเพื่อไฮไลท์จุดเด่นของสิงคโปร์ที่นักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์อาจยังคาดไม่ถึง



- นักท่องเที่ยวอินเดีย – แคมเปญ “The Holiday You Take Home with You” นักท่องเที่ยวอินเดียให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นครอบครัว การท่องเที่ยวสิงคโปร์จึงเน้นประสบการณ์ที่อบอุ่นสำหรับการตลาดกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้
- นักท่องเที่ยวออสเตรเลีย – แคมเปญ “Get Lost and Find the Real Singapore” นำเสนอสิงคโปร์ในมุมมองที่นักท่องเที่ยวออสเตรเลียอาจไม่เคยคาดหวังมาก่อน แคมเปญให้ความรู้ลึกถึงอิสระและการผจญภัย ซึ่งเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวออสเตรเลียชื่นชอบ



- นักท่องเที่ยวจีน – แคมเปญ “New Discoveries - 从心发现” ซึ่งเป็น Series เรื่องสั้นถ่ายทอดเรื่องราว โดยถ่ายทำที่สิงคโปร์ และเน้นการค้นหาสิ่งแปลกใหม่ กิจกรรมที่น่าสนใจในสิงคโปร์

- นักท่องเที่ยวเวียดนาม – แคมเปญ “The New Fun is Singapore Made” นำเสนอสิงคโปร์เป็นจุดหมายปลายทางที่เต็มไปด้วยความสุข และทันสมัย แคมเปญนี้เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากคนเวียดนามเป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวในการใช้อินเทอร์เน็ตเร็วที่สุดกลุ่มหนึ่งในอาเซียน และแคมเปญนี้ก็ได้จัดทำ Series บนเว็บไซต์ ถ่ายทำที่สิงคโปร์โดยนักแสดงที่เป็นที่รู้จักในเวียดนาม

นอกจากนี้ เว็บไซต์ YourSingapore.com ได้มีการปรับโฉมใหม่ โดยเพิ่มการถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้เข้าชมมากขึ้น และมีหลากหลายภาษาเพื่อรองรับผู้เข้าชมจากประเทศต่างๆ อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์กับสายการบิน Singapore Airlines และเว็บไซต์ TripAdvisor เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวสิงคโปร์

ส่วนที่ 4 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ มีตามหัวข้อต่อไปนี้

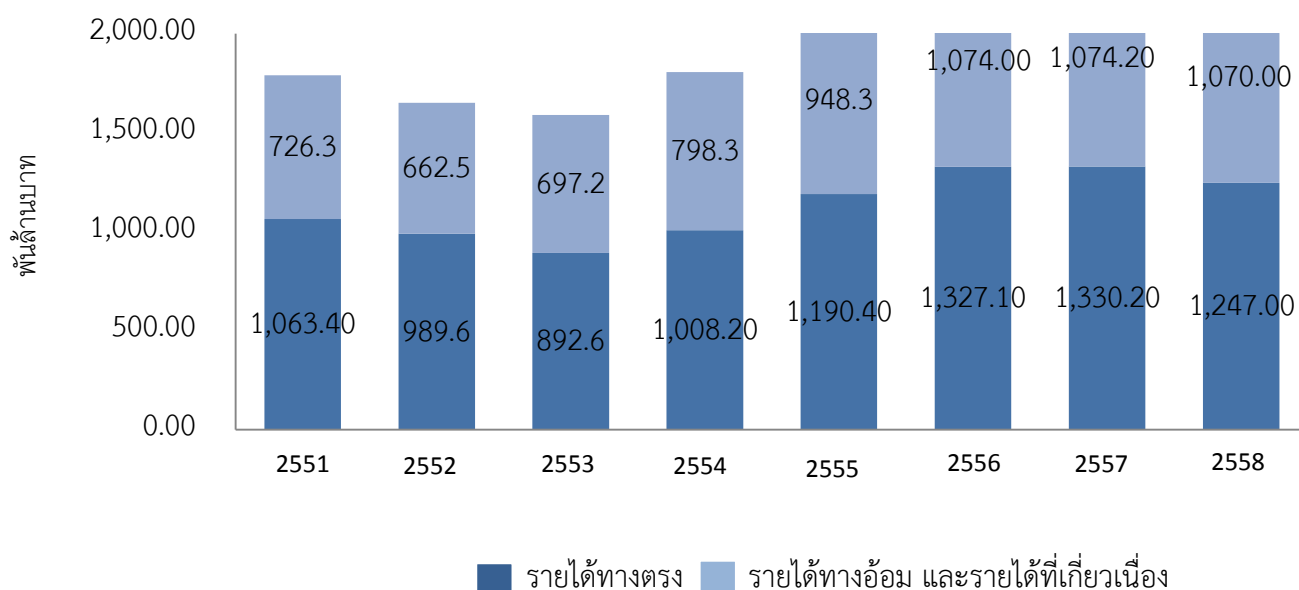
4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในภาพรวม

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว รวมถึงเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย อาทิ โรงแรม ที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปี อุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศปีละมากกว่า 1 ล้านล้านบาท โดยการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยสามารถก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนภายในระบบอีก 6-7 แสนล้านบาท

จากรายงาน Travel & Tourism Economic Impact 2016 Thailand ซึ่งจัดทำโดย World Travel & Tourism Council แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีสัดส่วนทางตรงต่อจีดีพี (Direct Contribution) คิดเป็นเงินกว่า 1,247.3 พันล้านบาทในปี 2558 หรือคิดเป็นร้อยละ 9.3 ของจีดีพี²³ และหากรวมสัดส่วนทางอ้อม และที่เกี่ยวข้อง (Indirect & Induced Contribution) การท่องเที่ยวนี้ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์มวลรวมคิดเป็นกว่า 2,795.1 พันล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.8 ของจีดีพี นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังส่งผลให้มีการจ้างงานกว่า 5.8 ล้านตำแหน่ง ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงถือเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

²³ World Travel & Tourism Council. (2016). *Travel & Tourism Economic Impact 2016 Thailand*. London: World Travel & Tourism Council.

แผนภาพที่ 16: รายได้ทางตรง รายได้ทางอ้อม และรายได้ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยว พ.ศ.2551 – 2558



ที่มา: World Travel & Tourism Council, 2016

แผนภาพที่ 17: รายได้ทางตรงจากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศไทย



ที่มา: World Travel & Tourism Council, 2016

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2552 – 2558 มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี ทั้งด้านจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก ด้วยปัจจัย

สนับสนุนจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดียและจีน) ทำให้มีรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากกลุ่มประเทศดังกล่าวมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยยังประสบกับประเด็นท้าทายอีกหลายประการ เช่น (1) ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรท่องเที่ยวในประเทศไทย (2) การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น (3) การเปลี่ยนแปลงวิธีการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษมากขึ้น (4) การเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ (5) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยว (6) การสร้างความร่วมมือและการสร้างความเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวภายในประเทศและประเทศใกล้เคียง

สำหรับสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2558 กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าการท่องเที่ยวของไทยขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากถึง 21.4 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 1.1 ล้านล้านบาท²⁴ และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากถึง 6.8 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจากตลาดภายในประเทศอีก 8 แสนล้านบาท รวมเป็นมูลค่ารายได้จากการท่องเที่ยวถึง 200,000 ล้านบาท

นอกจากนี้จากผลสำรวจของบัตรเครดิต Master Card ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2016²⁵ พบว่ากรุงเทพมหานครมียอดค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต Master Card เป็นอันดับ 1 สูงกว่ากรุงลอนดอน กรุงปารีส นครดูไบ มหานครนิวยอร์กและกรุงโตเกียว โดยทางมาสเตอร์การ์ดคาดการณ์ว่ากรุงเทพฯ จะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนถึง 21.4 ล้านคนมากกว่าเมืองใหญ่ในประเทศอื่นๆ อย่าง กรุงลอนดอน(19.8 ล้านคน), กรุงปารีส(18.0 ล้านคน), นครดูไบ(15.7 ล้านคน) และมหานครนิวยอร์ก(12.7 ล้านคน)

อีกทั้งผลการสำรวจ ของ World Economic Forum พบว่า ในปี 2558 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียและแปซิฟิก พบว่าประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 35 จาก 141 ประเทศเป็นรองประเทศออสเตรเลีย(อันดับ 7) ญี่ปุ่น(อันดับ 9) สิงคโปร์(อันดับ 11) ฮองกง(อันดับ 13) นิวซีแลนด์(16) จีน

²⁴ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559). ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2558 ภาพรวมทั้งประเทศ

²⁵ ที่มา: <http://www.nationmultimedia.com/business/Bangkok-worlds-top-tourist-destination-this-year-M-30295964.html>

(อันดับ 17) มาเลเซีย(อันดับ 25) เกาหลีใต้(อันดับ 29) ไต้หวัน(อันดับ 32) แต่อยู่ในลำดับที่ดีกว่าประเทศอินโดนีเซีย(อันดับ 50) และเวียดนาม(อันดับ 75)²⁶

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่าปัจจัยภายนอกที่ส่งเสริมให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยขยายตัวได้ค่อนข้างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา²⁷ ได้แก่

- การขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) และกลุ่มอาเซียน²⁸
- ต้นทุนการเดินทางภายในอาเซียนที่ลดลงช่วยให้การท่องเที่ยวภายในกลุ่มขยายตัวเพิ่มขึ้น²⁹
- การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของไทยกับประเทศต่างๆ ทำให้ประเทศสมาชิกเดินทางมาทำธุรกรรมด้านการค้าและการลงทุนมากขึ้น³⁰

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน ประเทศไทยอาจต้องประสบกับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจะรุนแรงขึ้นจากการที่ประเทศต่างๆ ที่ประสบปัญหาเศรษฐกิจหันมาให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการพยุงเศรษฐกิจของตน

4.2 ภาพรวมยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาทบทวนแผนยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ที่มีบทบาทรับผิดชอบผลักดันเรื่องการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยประกอบด้วย

- (1) กรอบนโยบายของรัฐบาลชุดปัจจุบัน
- (2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11
- (3) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

²⁶ World Economic Forum. (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

²⁷ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559*. กรุงเทพฯ.

²⁸ กรมการท่องเที่ยวและกองทุนการเงินระหว่างประเทศ. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขยายตัวนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยกับ Real GDP Growth เฉลี่ยปี 2550-2552*.

²⁹ Damuri, Y. R., & Anas, T. (2551). Strategic directions for ASEAN airlines in a globalizing world.

³⁰ ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *"Tourism Hub" โอกาสทองของไทย*.

(4) แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2555-2559

(5) แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2557-2560

(6) แผนส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี 2558

จากการศึกษาแผนต่างๆข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปยุทธศาสตร์การดำเนินงานในระดับประเทศได้ดังแสดงในแผนภาพที่ 11 ซึ่งข้อสรุปดังกล่าวจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ที่มีความสอดคล้องกัน

แผนภาพที่ 18: ภาพรวมแผนนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย



นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้ศึกษาทบทวนนโยบายของภาคเอกชน ซึ่งรวมถึงนโยบายของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเมื่อพิจารณาความสอดคล้องของนโยบายและแผนของหน่วยงานต่างๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับย่อยลงมา พบว่า มีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และได้วางกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ในทุกข้อของการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยวประเทศไทย ตั้งแต่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน วางรากฐานระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมการตลาดแนวใหม่ทั้งในและนอกประเทศ ตลอดจนการสร้างเสริมการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในการเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศและประเทศใกล้เคียงอื่นๆ โดยมีเป้าประสงค์หลักของ

การพัฒนาเป็นไปในทิศทางเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งมุ่งเน้นการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อมากขึ้น ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นยุทธศาสตร์ของแต่ละหน่วยงานตามห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว สามารถสรุปทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามห่วงโซ่คุณค่าได้ดังต่อไปนี้

1) ระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมถึง

- การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ บูรณาการงานสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว
- การมีส่วนร่วมของชุมชน/ท้องถิ่น/เอกชน/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย อนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยว โดยจะต้องมีส่งเสริมให้ส่วนท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และมีงบประมาณที่เพียงพอ
- มีการกำหนดแผนการเปิดฤดูกาลการท่องเที่ยวและแผนความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงคำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง พร้อมทั้งป้องกัน แก้ไขปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- การวางแผนบริหารจัดการภาวะวิกฤติ โดยการขยายเครือข่ายเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล การเฝ้าระวังและเผชิญภาวะวิกฤติ พร้อมเสริมสร้างความรู้และขีดความสามารถ
- สร้างฐานข้อมูลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาระบบและเผยแพร่สถิติด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัย เข้าถึงได้

2) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

- เร่งฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมให้มีความสมบูรณ์ดังเดิม อนุรักษ์ ซ่อมแซมสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว โดยจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและแผนการพัฒนาฟื้นฟู ซึ่งคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม และวิถีชุมชน

- การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ตามกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม การท่องเที่ยวตามชายแดน โดยผลักดันให้มีการประกาศเขตพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยว
- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล
 - ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบายและปลอดภัยเพิ่มขึ้น โดยการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวทั้งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ และทางรางให้เชื่อมโยงหัวเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งภายในประเทศและการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น การพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางการขนส่งต่างๆ การสร้างท่าเทียบเรือและเส้นทาง การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลและตามลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำโขง การสร้างแรงจูงใจให้สายการบินนานาชาติมาใช้สนามบิน การเชื่อมโยงระบบหลักทางรางของรัฐบาลไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในแต่ละ Cluster ประสานให้มีการเพิ่มสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเชื่อมหัวเมืองหลักกับประเทศในภูมิภาค ASEAN และจีนตอนล่าง รวมทั้งให้มีการอำนวยความสะดวก การเข้า-ออก ของนักท่องเที่ยวตามแนวชายแดนต่างๆ
 - พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ทางลาด ห้องน้ำ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ให้ได้ตามมาตรฐานสากล
- การสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัย ด้วยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความตระหนักในการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้ดีที่สุด สนับสนุนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว อาทิ การรณรงค์ด้านจรรยาบรรณผู้ประกอบการ การติดตั้ง TV วงจรปิด การเชื่อมโยงข้อมูลเครือข่ายด้านความปลอดภัย รวมตลอดจนการมีคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนในการบริหารความเสี่ยงภัยที่คุกคามนักท่องเที่ยวทั้ง 4 ภัย คือ ภัยธรรมชาติ ภัยโรคระบาด ภัยการก่อการร้าย และภัยทางเศรษฐกิจ
- การพัฒนาเครือข่ายระบบสารสนเทศ ซอฟต์แวร์ ดิจิทัลคอนเทนต์ เพื่อส่งเสริมการจัดทำแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์และสนับสนุนการใช้ระบบ E-Commerce เพื่อเชื่อมโยง

ระบบบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวในเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึง การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้พัฒนาการจัดการท่องเที่ยว เช่น ระบบตรวจสอบคนเข้าเมือง การเชื่อมโยงการจองบัตรโดยสารและบริการท่องเที่ยวอื่นๆ

3) ผลลัพธ์และบริการด้านการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism/Green Tourism) ให้มีความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ส่งเสริมและสร้างสรรค์สินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของไทยให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) เสนอขายประสบการณ์และสร้างการมีส่วนร่วมเรียนรู้ (Participation) ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้มีความสมบูรณ์ โดยจัดระบบแหล่งท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม Cluster รวม 8 กลุ่มทั่วประเทศ เพื่อให้เกิดความหลากหลายและแตกต่างกัน โดยใช้เมืองหลักของแต่ละกลุ่มเป็นศูนย์กลางกระจายโอกาสของนักท่องเที่ยวไป ยังหัวเมืองรองภายในแต่ละ Cluster
- เลือกสรรสินค้าท่องเที่ยวที่สะท้อนเอกลักษณ์ วัฒนธรรมที่โดดเด่นของท้องถิ่น หรือความเป็นไทย เพื่อสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจและแตกต่างไปจากเดิมให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังจะช่วยส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และอาจเชื่อมโยงกับนโยบายการพัฒนาสินค้า OTOP ของรัฐบาล เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
- รักษาและสร้างสรรค์กิจกรรม รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และกระแสดความต้องการของตลาดโลก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุ
- มุ่งเน้นการใช้แนวคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนการวิจัยพัฒนา

และสร้างนวัตกรรม ส่งเสริมการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสู่ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์

- การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การควบคุมสินค้า และการบริการให้มีคุณภาพ ปลอดภัย ราคาเป็นธรรม ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ 1) การกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับคุณภาพของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล 2) การผลักดันให้สถานประกอบการและผู้ให้บริการท่องเที่ยวเข้าไปปรับใช้จริง และ 3) การติดตามประเมินผลและรับรองสถานประกอบการ
- 4) ศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและภาคเอกชน
 - พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวร่วมกับกระทรวงแรงงาน ประกอบกับจะเร่งผลักดันให้มีการเทียบโอนคุณวุฒิจากวิชาชีพของบุคลากรให้เข้าสู่ การศึกษาในระบบได้
 - สนับสนุนให้มีการส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของ มัคคุเทศก์ ทั้งในด้านความรู้ ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว และด้านทักษะภาษาต่างประเทศที่ยังเป็นที่ต้องการ เช่น ภาษาอังกฤษ รัสเซีย จีน ญี่ปุ่น เพื่อให้สามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าหลักได้
 - ส่งเสริมผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ รวมทั้งผลักดันให้มีการประกาศเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะ ที่ต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้ให้บริการ เพื่อเปิดโอกาสการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับบุคลากรในต่างจังหวัด รวมถึง ดำเนินการผลักดันให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินการยังไม่ถูกต้องตาม กฎหมายในหลายลักษณะ ได้มีโอกาสเข้ามาสู่ระบบที่ถูกต้องให้มากขึ้น
 - ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยอาจเปิดสถาบันการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การจัดฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ภาคการปฏิบัติเฉพาะทางในด้านการให้บริการและบริหารจัดการการท่องเที่ยว
 - พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวและองค์กรท่องเที่ยวเอกชนให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านกลุ่ม ASEAN และมีศักยภาพเพียงพอในการใช้ประโยชน์จากการเปิดเขตเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในมิติของการเข้าไปลงทุนกับนักธุรกิจในกลุ่ม ASEAN

หรือการสนับสนุนการให้มีการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับนักธุรกิจในกลุ่ม ASEAN ให้มากขึ้น

- สนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และนวัตกรรมในบริการและสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อรองรับการเปิด AEC โดยจะผลักดันให้มีมาตรการสนับสนุนต่างๆ อาทิ การจัดหาสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ การเข้าถึงแหล่งทุนและแหล่งเงินทุน การให้สิทธิประโยชน์ในการสนับสนุนการลงทุนภาคเอกชนเพื่อการนี้เป็นต้น

5) การตลาดและการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่

- ทำการตลาดแบบ Marketing 3.0 (The Values-Driven Era) เน้นส่งมอบคุณค่า (Value) ในการเดินทางท่องเที่ยวจากการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม (Co-Creation) เพื่อให้เกิดความประทับใจที่ลึกซึ้ง และเกิดการบอกต่อ โดยนอกจากสื่อสารทางการตลาดไปถึงผู้บริโภคแล้ว จะต้องรับฟังความคิดเห็น (Two-Way Communication) เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ตอบสนองความต้องการของตนให้ดียิ่งขึ้น
- แนวทางการสื่อสารการตลาด คือ การสร้างค่านิยมความเป็นไทย การสร้างและบริหาร Brand ประเทศไทย เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ
 - การเน้นย้ำ Amazing Thailand Brand ให้เข้มแข็ง เป็นที่จดจำและเกิดการยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยวเก่า พร้อมสร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่
 - ยกระดับสู่การเป็น Quality Leisure Destination หรือแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจที่มี “คุณภาพ” นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ถึงมาตรฐานทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวการบริหารจัดการ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากเจ้าบ้าน
- การชู Thainess-Thai Touch นำเสนอเอกลักษณ์ “ความเป็นไทย” หลากหลายมิติเพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง และสร้างจุดขายเรื่องความมีอัตลักษณ์ไม่ตรี และร่วมเป็นเจ้าบ้านที่ดีในทุกตลาด

- มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและวางแผนการตลาดเฉพาะกลุ่มทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ มุ่งขยายตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ คือ กลุ่มตลาดบนที่มีรายได้สูงและมีความสนใจพิเศษ 4 กลุ่มหลัก คือ กลุ่ม Golf กลุ่ม Wedding&Honeymoon กลุ่ม Health&Wellness กลุ่ม Ecotourism สื่อสารภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับคุณค่าที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ
- ตลาดต่างประเทศ
 - ปรับสัดส่วนนักท่องเที่ยว Revisit : First Visit ให้เหมาะสมขึ้นจาก 62 : 38 เป็น 55 : 45 โดยเร่งสร้างความตระหนักและการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยเพื่อขยายตัวกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย เปิดตลาดใหม่ในประเทศที่มีแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (แผนส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวประจำปีงบประมาณ 2558)
 - กระตุ้นการเติบโตตลาดนักท่องเที่ยวในตลาดเอเชียตะวันออกและอาเซียน พยายามเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและปรับให้มีการใช้จ่ายมากขึ้น ส่วนตลาดยุโรป อเมริกา เนื่องจากมีแนวโน้มการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวน้อย จะมุ่งเน้นรักษาส่วนแบ่งการตลาด โดยเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและระยะเวลาพำนักรักษาส่วนแบ่งการตลาด เพื่อให้ได้รายได้การท่องเที่ยวตามเป้าหมาย

ตลาดภายในประเทศ

- กระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มกระแสหลัก คือ กลุ่มครอบครัว กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา โดยการใช้เทศกาลงานประเพณี ริมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ เช่น กิจกรรมการบินจักรยาน การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
- การจัดงานเสนอขายสินค้าและบริการที่ให้สิทธิพิเศษในการเดินทาง (Customer Fair) ร่วมกับภาคเอกชน จัดทำ Special Package/ Special Offer จัดงานส่งเสริมการขาย จัด Road Show ภายในประเทศ
- เพื่อจูงใจและเร่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวและวันธรรมดา

- ใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระหว่างประเทศ และศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จัดให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม เชิงสุขภาพและสปาที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่ม
- Go Digital เน้นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานและขยายช่องทางการส่งเสริมตลาด ใช้การสื่อสารผ่านทางออนไลน์ พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการเผยแพร่วีดิทัศน์สั้นที่น่าสนใจและเป็นที่ยึดถึง
- พัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการตลาด สำหรับการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์และการประเมินผลจากการดำเนินการ
- แผนการตลาดด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมทั้งปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง

6) การสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับพื้นที่เชื่อมโยง

- การสร้างสมดุลเชิงพื้นที่ โดยการกระจายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยจากเมืองท่องเที่ยวหลักไปเมืองท่องเที่ยวรอง ให้มีการข้ามจังหวัดและข้ามภาคมากขึ้น โดยส่งเสริมการแวะท่องเที่ยวตามจังหวัดต่างๆ ตามเส้นทางเชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ผนวกกับการจัดงานประเพณีในภาคต่างๆ สื่อสารเอกลักษณ์ของภาค สร้างบรรยากาศที่แตกต่างในการเดินทางท่องเที่ยว
- การจัดทำ Cluster แหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวและกลุ่มท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยว อันมีลักษณะโดดเด่นร่วมกัน หรือจัดเป็นกลุ่มได้ เช่น กลุ่มธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสุขภาพ เช่น น้ำพุร้อนธรรมชาติ ทั้งจะให้เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากวิถีชุมชน และมุ่งนำเสนอคุณค่าความเป็นไทย เอกลักษณ์ของชาติ
- สร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ กับประเทศใกล้เคียง โดยรัฐบาลมองว่าการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวทางทะเล และทางน้ำอาจเป็นอีกเส้นทางคมนาคมหลักเชื่อมโยงกันกับประเทศใกล้เคียง เช่น โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำเชื่อมโยงกับประเทศเวียดนาม

- ขยายเครือข่ายเส้นทางการคมนาคมทั้งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ และทางรางให้เชื่อมโยงหัวเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งภายในประเทศและการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการส่งเสริมการตลาด และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือ ASEAN IMT-GT ACEMES BIMSTEC และ GMS ตลอดจน แนวเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) และเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor)
- การสร้างเครือข่าย (Networking) และประสานความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับพันธมิตร (Co-Creation/Collaboration) เน้นทำงานร่วมกับพันธมิตรคู่ค้า (Strategic partners) และกระชับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตามแนวคิด Thailand and Beyond เสริมสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเปลี่ยนคู่แข่งเป็นคู่ค้าเพื่อขยายโอกาสทางการตลาดและเตรียมความพร้อมการเปิดเสรีอาเซียน (AEC)
- พัฒนาและประสานการดำเนินการความร่วมมือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกับประเทศใกล้เคียง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มประเทศอาเซียนและตลาดนักท่องเที่ยวหลักของไทย เพื่อให้มีการจัดทำข้อตกลงความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้มากขึ้น และมุ่งเน้นการขจัดอุปสรรคและยกเลิกข้อจำกัดในการท่องเที่ยวระหว่างกัน ตามพันธกรณีระหว่างประเทศกฎบัตรอาเซียน และข้อตกลงอาเซียน เช่น การเพิ่มเที่ยวบิน การปรับปรุงกฎระเบียบและระบบการตรวจคนเข้าเมือง
- ริเริ่มผลักดันภารกิจและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในอาเซียน สร้างกลไกผลักดันประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

ประเด็นแนวยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยมีการวางแผนทางการพัฒนาโดยครอบคลุมทุกข้อต่อของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมและแต่ละแผนมีความสอดคล้องกัน ตั้งแต่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว การวางโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาบุคลากร การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการผลักดันสร้างความเชื่อมโยง เพื่อให้เกิดระบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี การกำหนด Positioning และบ่งชี้แนวทางหลักที่ชัดเจนในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว จะช่วยให้เกิดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลการ

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และลดความทับซ้อนของภารกิจ

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการปรับตัวนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก ซึ่งให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก ส่งมอบคุณค่าที่ตอบโจทย์ความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว โดยเน้นชูจุดขายเอกลักษณ์ความเป็นไทยในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ อีกทั้งยังมีการใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการปรับตัวตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดี

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยกำลังเผชิญประเด็นความท้าทายการรักษาสมดุลตามศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และประเด็นความท้าทายด้านการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงจำเป็นจะต้องมีปรับปรุงด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน ดังการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนอกประเทศ เพื่อให้เกิดการกระจายตัวนักท่องเที่ยว เกิดความสมดุลและกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสร้างความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างกันในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อให้ไทยได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการเปิดเสรี AEC

นอกเหนือจากนี้ ในช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2558 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 เพื่อปรับยุทธศาสตร์ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง เน้นสิ่งที่จำเป็นต้องดำเนินการเร่งด่วน การปรับเปลี่ยนวิธีคิด การวางรากฐานจัดระบบวิธีการทำงานใหม่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม กำหนดเป้าหมายทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกำหนดทิศทางการตลาดนำการพัฒนา การขับเคลื่อนสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Destination) ด้วยการบูรณาการอย่างเป็นระบบ และการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ให้สามารถแปลงไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม และเชื่อมต่อกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพตั้งแต่ระดับนโยบาย เป็นกลไกหลักในการบูรณาการการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดังกล่าวร่วมกับระดับกลุ่มจังหวัด (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว) และระดับ

จังหวัด (คณะกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด) และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บังเกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ณ สิ้นสุดปี พ.ศ. 2560 ที่ 2.5 ล้านล้านบาท

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 และแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2558-2559 มีสาระสำคัญสรุปได้ ดังนี้

วิสัยทัศน์ “วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน”

เป้าหมาย

1. ในปี 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท และเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น
2. ยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนสังคมไทยและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
3. สร้างจิตสำนึกให้ทุกภาคส่วนดำเนินกิจกรรมการพัฒนาโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืนของการพัฒนา

พันธกิจ

1. กระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย
2. พัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการทำงานเชิงบูรณาการเชื่อมโยงระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การพัฒนา ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว มี 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ (1) กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ หรือ Quality Leisure Destination (2) กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value (3) กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่ม และ (4) กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว มี 5 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ (1) กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ (2) กลยุทธ์การพัฒนาสายสาขา (3) กลยุทธ์การพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการ

ท่องเที่ยว (4) กลยุทธ์การพัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และ (5) กลยุทธ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การบริหารจัดการการท่องเที่ยว มี 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ (1) กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ (2) กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ (3) กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว และ (4) กลยุทธ์การปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

ภายในแผนยุทธศาสตร์ที่ต้องขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กำหนดให้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวขับเคลื่อนเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยไม่เน้นเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวแล้วให้เติบโตอย่างยั่งยืน และเน้นการกระจายด้านรายได้สู่ภูมิภาคมากขึ้น จากจังหวัดใหญ่สู่จังหวัดรอง และจากตัวเมืองสู่ชุมชน³¹

นอกเหนือจากการทบทวนทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยภาพรวมแล้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนทิศทางการพัฒนาการกลุ่มการท่องเที่ยวหลักของประเทศ 8 คลัสเตอร์ ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เพื่อพิจารณาถึงการพัฒนาเอกลักษณ์ที่ชูประเด็นความน่าสนใจของแต่ละกลุ่มพื้นที่ ตลอดจนแนวทางในการเชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียง โดยมีรายละเอียดดังนำเสนอในส่วนถัดไป

4.3 ทิศทางการพัฒนาการกลุ่มการท่องเที่ยว 8 คลัสเตอร์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้รับมอบหมายจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้ทำการศึกษาคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม เพื่อกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกลุ่มพื้นที่ โดยให้มีความสอดคล้องกับจุดเด่น เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรการท่องเที่ยวและวิถีชุมชนของท้องถิ่นนั้นๆ และตรงตามความต้องการของตลาดโลก

ขั้นตอนกระบวนการศึกษาคัดเลือกกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวของ สศช. มีดังต่อไปนี้

³¹ พัทธิธรา วงษ์อัครวรรณ์. (1 กันยายน 2558). *ปรับยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว"58-60" ตั้งเป้าไทยรายได้"2.5ล้านล้าน"*. เรียกใช้เมื่อ 15 กันยายน 2558 จาก ข่าวสดรายวัน ปีที่ 25 ฉบับที่ 9043:

http://daily.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TUObFkyOHINREF4TURrMU9BPT0

แผนภาพที่ 19: ขั้นตอนกระบวนการศึกษาคัดเลือกปัจจัยพิจารณาศักยภาพของกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวของ สศช.



ที่มา: รายงานการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศ โดย สศช., 2552

จากการพิจารณาคัดเลือกปัจจัยร่วมกันกับคณะกรรมการ กรอ. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาคเอกชน และผู้ประกอบการในพื้นที่ สศช. ได้ประเมินศักยภาพของกลุ่มท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยกำหนดใช้ปัจจัยสำคัญ 8 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) มีเอกลักษณ์โดดเด่น ทรงคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น สะท้อนถึงวิถีชีวิตและความดั้งเดิมของท้องถิ่นและแหล่งท้องถิ่นนั้นๆ
- 2) มีกิจกรรมท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว
- 3) เส้นทางคมนาคมสะดวก มีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน
- 4) มีความปลอดภัยสูง ทั้งในการเดินทาง พานักท่องเที่ยว มีระบบการป้องกันและมาตรการเยียวยาผู้ประสบเหตุ
- 5) เป็นที่ต้องการ สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวในตลาดโลก สอดคล้องกับกระแสการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ กลุ่มท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ กลุ่มสนใจสุขภาพ กลุ่มรักสิ่งแวดลอม
- 6) ค่าครองชีพไม่สูง มีความคุ้มค่า ค่าใช้จ่ายสะท้อนคุณค่าและมูลค่าที่แท้จริง
- 7) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและต้อนรับนักท่องเที่ยว ความเป็นมิตร
- 8) มีการบริหารจัดการที่ดี การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพขององค์กรปกครองท้องถิ่น เครือข่ายชุมชนมีความเข้มแข็ง

โดย สศช. ได้คัดเลือกเหลือ 8 คลัสเตอร์การท่องเที่ยว ซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยว จุดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีวิถีชีวิตของชุมชน ศิลปวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นนั้นๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1: การจำแนกจังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่มท่องเที่ยว

1. คลัสเตอร์ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือ	
ครอบคลุมกลุ่มจังหวัด	เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน
ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นแหล่งกำเนิดวัฒนธรรมล้านนาและเป็นแหล่งวัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาเผ่าต่างๆ โดยยังมีโบราณสถานและศิลปวัฒนธรรมที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้หลายแห่ง เช่น วัดเจดีย์หลวง วัดพระธาตุจอมกิตติ รวมถึงหมู่บ้านชาวเขาต่างๆ เช่น หมู่บ้านกระเหรี่ยงคอยาว หมู่บ้านมูเซอดำและหมู่บ้านไทยใหญ่ เป็นต้น
2. คลัสเตอร์ กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	
ครอบคลุมกลุ่มจังหวัด	ตาก สุโขทัย กำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก นครสวรรค์ อุทัยธานี พระนครศรีอยุธยา
ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีอุทยานประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณคดีที่ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกถึง 4 แห่ง คือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ซึ่งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเกือบ 2 ล้านคน ประมาณครึ่งหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีแหล่งทางธรรมชาติที่ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกอีก 1 แห่ง คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในเขตอุทยานแห่งชาติและกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกมากมายที่กระจายอยู่ทั่วไป

3. คลัสเตอร์ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	
ครอบคลุมกลุ่มจังหวัด	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี
ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	● แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถานอารยธรรมขอม ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่จะกระจายกันอยู่ตามเส้นทางถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 24 และ หมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทบ้านพลวง ปราสาทภูมิโพน ปราสาทตาเมือน ปราสาทตาหนักไพร ไปจนถึงเส้นทางที่ปราสาทเขาพระวิหาร ● แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งอุทยานแห่งชาติที่สำคัญ คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และอุทยานแห่งชาติผาแต้ม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ และพิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหิน ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลและองค์ความรู้ทางธรณีวิทยาในยุคก่อนประวัติศาสตร์ ยุคไดโนเสาร์ ● กิจกรรมงานประเพณีท้องถิ่น งานฉลองวันแห่งชัยชนะท้าวสุรนารี งานเทศกาลแข่งเรือประเพณีพิมาย ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง งานแสดงช้างสุรินทร์
4. คลัสเตอร์ กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	
ครอบคลุมกลุ่มจังหวัด	ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ราชบุรี
ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนริมน้ำและตลาดน้ำซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วไปในภาคกลาง เนื่องจากเป็นพื้นที่ริมแม่น้ำสำคัญอย่างแม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำกลอง ชุมชนค่อนข้างมีความแข็งแกร่งและรวมใจกันอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน อาชีพ และเอกลักษณ์ของชุมชนได้ค่อนข้างสมบูรณ์ อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณสถานสำคัญๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และ พระนครศรีอยุธยา

5. คลัสเตอร์ กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	
ครอบคลุมกลุ่มจังหวัด	เลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี
ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	● แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเชิงนิเวศ เนื่องจากครอบคลุมพื้นที่ที่โอบล้อมด้วย ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ทั้งภูเขา เช่น ภูเรือ ภูกระดึง ภูหลวง และทัศนียภาพริมฝั่งโขง โดยเฉพาะอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ● แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น เป็นที่ปฏิบัติธรรมของพระนักปฏิบัติของภาคอีสาน จึงสามารถเป็นเส้นทางตามรอยพระเกจิอาจารย์แห่งสายวิปัสสนา เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวหัตถกรรมเส้นทางบุญ มีแหล่งพุทธศาสนสถานและหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ บ้านจำลองและพิพิธภัณฑ์โฮจิมินห์ ซึ่งศูนย์รวมของพระธาตุ และกิจกรรมประเพณีบุญ เช่น เทศกาลบั้งไฟพญานาคในช่วงออกพรรษา
6. คลัสเตอร์ กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	
ครอบคลุมกลุ่มจังหวัด	ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด
ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเล ทั้งชายหาดที่เรียบ ยาว และโค้งเว้า กลุ่มหมู่เกาะเป็นจำนวนมาก เช่น เกาะช้าง เกาะกูด เกาะเสม็ด เกาะสีชัง และบริเวณปากแม่น้ำยังเป็นพื้นที่ที่มีปายาเล่นที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งเกิดจากการทับถมของตะกอนที่แม่น้ำสายต่างๆ พัดพามา เป็นบริเวณที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศน์ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก คือ พัทยา เกาะช้างและเกาะใกล้เคียง
7. คลัสเตอร์ กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	
ครอบคลุมกลุ่มจังหวัด	ชุมพร เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์
ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเลมากมาย ทั้งชายหาด อ่าวและเกาะแก่งต่างๆ อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติและวนอุทยานแห่งชาติ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและแหล่งน้ำพุร้อนคุณภาพดี ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพได้ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ความนิยม เช่น หาดชะอำ หัวหิน อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน

8. คลัสเตอร์ กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร	
ครอบคลุมกลุ่มจังหวัด	สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง สตูล พัทลุง สงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส
ลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ กระจายตัวอยู่ตลอดทั้งชายฝั่งทะเลอันดามันและฝั่งอ่าวไทย โดยจังหวัดภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และกระบี่ เป็น 3 จังหวัดที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากความงดงามของเกาะ หาดทราย ชายทะเล และความสมบูรณ์ของโลกใต้ท้องทะเลที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวลงไปสำรวจ แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมให้คลัสเตอร์นี้ เช่น อ่าวมาหยา หาดป่าตอง เกาะสมุย เกาะพะงัน

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

โดยเมื่อพิจารณาศักยภาพของแต่ละคลัสเตอร์ จากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ ซึ่งในอยู่ในคลัสเตอร์นั้นๆ พบว่า คลัสเตอร์ส่วนใหญ่มีแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ยกเว้นกลุ่มพื้นที่วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงและกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

ส่วนกลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร ถือเป็นคลัสเตอร์ซึ่งมีศักยภาพสูงอยู่เดิม เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปอยู่แล้ว จึงมีจำนวนนักท่องเที่ยวค่อนข้างมาก สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากกว่ากลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ขณะที่คลัสเตอร์กลุ่มวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลางถือเป็นคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง มีอัตราการเติบโตสะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ค่อนข้างสูงกว่าคลัสเตอร์อื่นๆ รองลงมา คือ กลุ่ม Active Beach

ตารางที่ 2: ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวของทั้ง 8 กลุ่มท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2551

พื้นที่	2547	2548	2549	2550	2551	อัตราการเติบโต
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือ	7,822.99	8,197.65	10,377.82	10,255.35	11,108.78	9.16%
กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	7,862.35	7,966.27	8,353.94	9,280.69	10,399.04	7.24%
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	7,999.41	8,731.79	9,848.32	10,545.07	9,153.48	3.43%
กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	9,408.63	11,805.59	14,516.90	16,814.88	16,978.93	15.90%
กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	4,609.14	5,024.23	5,249.97	5,620.08	4,661.20	0.28%
กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	10,170.96	10,996.94	12,580.92	14,108.06	13,889.93	8.10%
กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	6,118.64	6,516.64	6,835.59	7,251.32	7,316.01	4.57%
กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร	17,585.18	12,196.24	16,235.30	17,945.36	20,000.54	3.27%

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3: ตารางแสดงรายได้จากนักท่องเที่ยวของทั้ง 8 กลุ่มท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ. 2547 – 2551

พื้นที่	2547	2548	2549	2550	2551	อัตราการเติบโต
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือ	59,444.69	45,502.26	56,530.43	56,149.05	56,761.79	-1.15%
กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	14,375.40	14,110.87	14,684.03	16,979.07	18,482.94	6.48%
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	12,289.34	12,989.13	14,710.84	15,800.98	17,128.26	8.65%
กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	9,532.38	13,256.78	15,651.49	18,991.09	19,913.29	20.22%
กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	6,841.55	7,647.69	8,294.02	8,892.81	9,226.73	7.76%
กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	63,224.61	64,898.73	71,653.86	84,492.69	89,630.11	9.12%
กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	20,968.45	18,944.52	21,626.23	23,068.92	24,577.75	4.05%
กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร	154,127.75	74,084.86	144,936.33	168,813.36	182,393.09	4.30%

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

แผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 8 กลุ่มท่องเที่ยว ได้มุ่งนำเสนอเอกลักษณ์ อารยธรรม วัฒนธรรมประเพณี รวมถึงวิถีชุมชนอันเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละคลัสเตอร์ เพื่อให้เป็นจุดขายและธีม (Theme) ในการนำเสนอและผลิตภัณฑการท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ เช่น การเชิดชูความงดงามของอารยธรรมล้านนา รวมถึงวิถีชีวิตของชาวไทยภูเขาที่แตกต่างและน่าสนใจ ในกลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ภาคเหนือ การตอกย้ำจุดแข็งด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเลในภาคใต้ของไทย ในกลุ่มคลัสเตอร์มหัศจรรย์สองสมุทร หรือ การกำหนดธีมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในกลุ่มคลัสเตอร์วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง เพื่อสะท้อนการดำรงชีวิตของชุมชนท้องถิ่นกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติริมฝั่งคลอง ซึ่งการกำหนดธีมการท่องเที่ยวที่ชัดเจนทำให้แผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มีความเด่นชัดอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ แผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 8 กลุ่มท่องเที่ยว ยังได้คำนึงความเป็นไปได้ในการสร้างความเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ประกอบกับประเด็นปัญหาข้อจำกัดในการจัดการการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะของพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวทรุดโทรมจากการเปิดรับนักท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงศักยภาพของพื้นที่ การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและการกำจัดของเสีย การคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การลงทุนในธุรกิจเกี่ยวเนื่องของชุมชน โดยสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาพื้นที่ 8 คลัสเตอร์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4: ตารางสรุปแนวทางการพัฒนา 8 กลุ่มท่องเที่ยวของไทย

คลัสเตอร์	แนวทางการพัฒนา	ความเป็นไปได้ในการสร้างความเชื่อมโยง
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือ	<u>การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์</u> ฟื้นฟู บูรณะแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน ชนเผ่าต่างๆ เพื่อส่งเสริม ● เมืองแม่ฮ่องสอน ให้เป็น “เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไทยใหญ่” สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชนเผ่าต่างๆ และ ● เมืองเชียงแสน เป็น “เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมล้านนา” (Capital of Lanna) ทำให้มีศักยภาพที่จะได้ขึ้นทะเบียนมรดกโลก <u>การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</u> พัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนให้มีคุณภาพมาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สามารถเชื่อมโยงกับธุรกิจบริการในพื้นที่ <u>การบริหารจัดการปัจจัยแวดล้อม</u> การก่อสร้างอาคาร การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้สามารถเข้าถึงที่เที่ยวดูได้สะดวกและปลอดภัยขึ้น การพัฒนาระบบกำจัดขยะมูลฝอยและน้ำเสีย การดูแลรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การควบคุมการใช้ประโยชน์พื้นที่ต่างๆ เพื่อรักษารูปลักษณ์ เอกลักษณ์ วัฒนธรรมดั้งเดิมของเมือง และการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	<u>เมืองปาย</u> เส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจาก กทม.-เชียงใหม่-ปาย-เชียงใหม่-หลวงพระบาง-เวียงจันทน์ <u>เมืองเชียงแสน</u> สถานที่ตั้งของเมืองเชียงแสนอยู่ภายใต้โครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (จีน-ไทย-พม่า-ลาว) และโครงการยุทธศาสตร์ 5 เชียง (เชียงราย-เชียงใหม่-เชียงใหม่-เชียงใหม่-เชียงใหม่) ซึ่งมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นประตูสู่ 5 เชียง และอนุภูมิภาคดังกล่าว
กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	<u>การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์</u> ● ฟื้นฟูอุทยานประวัติศาสตร์และพื้นที่โดยรอบ ปรับปรุงภูมิทัศน์ ให้มีความเหมาะสมกลมกลืนและคงไว้ซึ่งคุณค่าความสำคัญทางประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมและอารยธรรมของชาติไทย ● การให้ความรู้ อบรมสัมมนา เพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ <u>ส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว</u> ● ส่งเสริมการประกอบธุรกิจผลิตสินค้าและบริการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ทองศรีสัชน์ เครื่องปั้นดินเผาสังคโลก ● ส่งเสริมการลงทุนของเอกชนในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และกวดขันให้มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล น่าเชื่อถือ	เส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายใน Cluster กลุ่มมรดกโลก และกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง แหล่งท่องเที่ยวกลุ่มล้านนา และกลุ่มอีสานตอนบน

คลัสเตอร์	แนวทางการพัฒนา	ความเป็นไปได้ในการสร้างความเชื่อมโยง
	<u>ส่งเสริมการตลาด</u> - จัดกิจกรรมกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยว เช่น สร้างชีวิตชีวาให้กับอุทยาน ประชาสัมพันธ์ผ่านภาพยนตร์ ใช้ช่องทาง Online ให้มากขึ้น - ศึกษา Market Segment ของตลาด <u>การบริหารจัดการปัจจัยแวดล้อม</u> - การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวภายในอุทยานฯ เส้นทางเชื่อมโยงระหว่างอุทยานทั้ง 3 แห่ง และเส้นทางเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดใกล้เคียง - ปรับปรุงระบบบริหารจัดการพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ ให้มีความยืดหยุ่นคล่องตัวมากยิ่งขึ้น ทั้งในมิติของการอนุรักษ์และพัฒนา และมีกลไกชัดเจนทั้งในระดับนโยบายและระดับพื้นที่	
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	<u>การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์</u> - ฟื้นฟูคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เกิดเป็นธีม “เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยอารยธรรม” สร้างเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ <u>ส่งเสริมการตลาด</u> - สร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน เน้นประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทาง online เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สนใจ เรียนรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ อารยธรรมเก่าแก่ เรื่องราวด้านธรณีวิทยาและซากดึกดำบรรพ์ และการสัมผัสวิถีชีวิตของท้องถิ่น <u>การบริหารจัดการปัจจัยแวดล้อม</u> - ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสถาบันการศึกษา - พัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว - พัฒนาเส้นทางการคมนาคมให้มีความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง โดยมีแผนขยายและซ่อมบำรุงรักษาเส้นทางสายหลักและสายรองที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	

คลัสเตอร์	แนวทางการพัฒนา	ความเป็นไปได้ในการสร้างความเชื่อมโยง
กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิต ลุ่มแม่น้ำโขง	<u>การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</u> - ส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) เช่น ศูนย์บริการสุขภาพ - ผลักดันให้เมืองเลยเป็น “เมืองแห่งการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวคุณภาพ” <u>การท่องเที่ยวเชิงศาสนา</u> - พัฒนายกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของแหล่งพุทธศาสนสถาน - ส่งเสริมการตลาดกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวไทยและเพื่อนบ้าน ตามเส้นทางท่องเที่ยวตามวิถีพระพุทธศาสนา เส้นทางตามรอยพระเกจิอาจารย์แห่งสายวิปัสสนา เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวมหัศจรรย์เส้นทางบุญ <u>การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย</u> - พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวทั้งในด้านภาพลักษณ์ บริการ ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทาง - กำหนดแผนการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงศักยภาพของพื้นที่ - ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เชื่อมโยงได้ เช่น การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนริมฝั่งโขง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร <u>ส่งเสริมการตลาด</u> <u>การบริหารจัดการปัจจัยแวดล้อม</u> - ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างความรู้และความเข้าใจในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน	<u>เมืองหนองคาย</u> - เป็นเมืองชายแดนที่ติดต่อกับนครเวียงจันทน์ เมืองหลวงของประเทศลาว สามารถเดินทางไปมาสะดวกโดยข้ามสะพานมิตรภาพไทย – ลาว - สามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางศาสนา ต่อยอดเส้นทางท่องเที่ยวมหัศจรรย์เส้นทางบุญ (อุดรธานี - สกลนคร - อุบลราชธานี) <u>เมืองนครพนม</u> การก่อสร้างสะพานมิตรภาพ 3 นครพนม - คำม่วน สนับสนุนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของไทย ภาคกลางของ สปป.ลาว และภาคกลางของเวียดนาม ตลอดจนต่อเชื่อมโครงข่ายถึงประเทศจีน
กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิต ลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	<u>การท่องเที่ยววิถีชีวิตตลาดน้ำ</u> สร้างเสริมความแข็งแกร่งของชุมชนในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวิถีชีวิตของชุมชนริมคลอง ตลาดน้ำเก่าเอกลักษณ์ของอาคารบ้านเรือน เรือสัญจร เช่น การตั้งกองทุนฟื้นฟู การปรับภูมิทัศน์ริมฝั่ง ท่าเรือ การรณรงค์รักษาความสะอาดของลำคลอง	สามารถเป็นเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ใกล้เคียงด้วยการท่องเที่ยวทางน้ำ

คลัสเตอร์	แนวทางการพัฒนา	ความเป็นไปได้ในการสร้าง ความเชื่อมโยง
	- ส่งเสริมการประกอบอาชีพ และวิถีชุมชนดั้งเดิม - การพัฒนามัคคุเทศก์นำเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน <u>การบริหารจัดการปัจจัยแวดล้อม</u> - วิจัยและพัฒนาเรือยนต์นำเที่ยว ที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ - การมีส่วนร่วมของชุมชนสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม	
กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	<u>การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</u> - ฟื้นฟูสภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม ปรับปรุงการใช้พื้นที่ ปรับปรุงภูมิทัศน์ - ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชุมชน การเกษตรและทรัพยากรทางทะเล ที่หลากหลาย สอดคล้องกับพื้นที่ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวพำนักราน และใช้จ่ายมากขึ้น <u>การบริหารจัดการปัจจัยแวดล้อม</u> - สร้างองค์การร่วมในการพัฒนาระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชน เพื่อให้มีระบบการบริหารจัดการแบบบูรณาการ - การพัฒนาระบบกำจัดขยะมูลฝอยและน้ำเสีย การดูแลรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การควบคุมการใช้ประโยชน์พื้นที่ต่างๆ เพื่อเร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังทรุดโทรมอย่างพทยาและเกาะช้าง	
กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	<u>การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม</u> - บำรุงรักษาสถาปัตยกรรมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการนำเสนอเรื่องราว ประวัติศาสตร์ โดยใช้เทคโนโลยี แสงสีเสียงเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ - พัฒนามาตรฐานคุณภาพบริการการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น การจัดผังการเข้าชม ป้ายสื่อสารและเจ้าหน้าที่นำเที่ยวชม ร้านขายของที่ระลึก <u>การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ</u> - ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ชิงช้าโยน พายเรือ ดำน้ำ	

ผลลัพธ์	แนวทางการพัฒนา	ความเป็นไปได้ในการสร้างความเชื่อมโยง
	<u>การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</u> พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพมาตรฐานระดับสากล พัฒนาอย่างเป็นระบบ และผลักดันให้มีมาตรฐานรับรองด้านสาธารณสุข	
กลุ่มท่องเที่ยว มหัทศจรยีสองสมุทร	<u>การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</u> โดยผลักดันให้เกาะสมุยเป็น Green Island แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ยั่งยืน <u>การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน</u> โดยให้เกาะพะงันเป็น สถานที่พักผ่อนทางทะเลเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชาวประมง <u>การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ</u> ส่งเสริมเกาะเต่าเป็นแหล่งดำน้ำดูปะการังน้ำตื้นและน้ำลึกที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ	

ในภาพรวมทิศทางการพัฒนาของทั้ง 8 กลุ่มการท่องเที่ยวจะเห็นว่า นอกจากการกำหนดธรรมาภิบาลการท่องเที่ยวที่ชัดเจนแล้ว นโยบายหลักสำคัญ คือ การเร่งฟื้นฟู สภาพและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน อุทยาน โดยจะต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของพื้นที่ มุ่งเน้นไปที่การดึงองค์ประกอบส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ชุมชนและสถาบันการศึกษาในพื้นที่นั้นๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว สำหรับบางกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพแต่ยังขาดภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร บริการนำเที่ยวและการขนส่งต่างๆ แผนฯ จะมุ่งส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชน โดยส่งเสริมการนำเสนอสินค้า บริการที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล หรือรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ยังคงสะท้อนเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นเพื่อให้สอดคล้องกับธรรมาภิบาลการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ สำหรับมิติด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์จะเน้นไปที่การส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ และการแบ่งกลุ่มลูกค้าเพื่อให้สามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 การท่องเที่ยวทางน้ำและทางเรือ

สำหรับการศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวกลุ่มริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขา ซึ่งครอบคลุมการท่องเที่ยวทางน้ำ และสถานที่ท่องเที่ยวริมฝั่งลำน้ำเป็นหลัก ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางเรือซึ่งเป็นพาหนะหลักในการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว ก่อนที่จะทำการศึกษาข้อมูลเจาะลึกในลำดับถัดไป

การท่องเที่ยวทางเรือ

การท่องเที่ยวทางเรือมีแบบประเภทที่เป็นเรือเดินสมุทรที่มีขนาดใหญ่ที่ท่องเที่ยวทะเลและมหาสมุทร และขนาดเล็กที่ท่องเที่ยวแม่น้ำหรือลำน้ำ ในปี 2556³² การเดินทางท่องเที่ยวแบบเรือสำราญขนาดใหญ่ของชาวตะวันตกมีแนวโน้มเดินทางมาท่องเที่ยวในแถบเอเชียมากขึ้น ในปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวโดยเรือสำราญทั่วโลกมีกว่า 19 ล้านคน และเอเชียครองส่วนแบ่งราว 2 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน 15% ในปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ราว 3 แสนคน คิดเป็นรายได้ 3 พันล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นับเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญ เพราะเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายเฉลี่ยสูงกว่าทั่วไป อยู่ที่ 5,000 บาท/คน/วัน และมีการเดินทางเข้ามาทางท่าเรือต่างๆ วันละไม่ต่ำกว่า 4,000 – 5,000 คนต่อลำ

ในส่วนของประเทศเพื่อนบ้านเช่น สิงคโปร์ มีการล่องเรือสำราญมาลงที่ท่าเรือสิงคโปร์ราว 1.2 ล้านคนต่อปี ขณะที่ ฮองกงได้เตรียมสร้างท่าเรือใหม่เพิ่มเติม เช่นเดียวกับจีนที่มีท่าเรือ ซึ่งลงทุนสร้างให้ทันสมัยรวม 6 ท่า เพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัทเรือสำราญต่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังจุดหมายท่องเที่ยวในเอเชียมากขึ้น จึงนับว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่ดี ในการนี้ สำนักเลขาธิการอาเซียนมีความเห็นว่า การล่องเรือทางทะเล เป็นการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากที่สุดรูปแบบหนึ่งสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของอาเซียน เช่นเดียวกันกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และธรรมชาติ³³

อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวเรือสำราญนี้ยังมีอุปสรรคที่ยังต้องแก้ไข อาทิเช่น การอำนวยความสะดวกเพื่อลดความล่าช้าในกระบวนการตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) โดยที่เจ้าหน้าที่และสถานที่ไม่พอเพียงในการดูแลตลอดจนไปะเรือที่ยังไม่ได้มาตรฐาน โดยที่หากมีการปรับกระบวนการ ตม. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คาดหมายว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะเติบโตร้อยละ 25%

³² กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2556, ธันวาคม 12). *ก.ท่องเที่ยวบูมตลาดเรือสำราญเจาะกลุ่มไฮเอนด์*. Retrieved กุมภาพันธ์ 5, 2558, from กรุงเทพธุรกิจ: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/485436>

³³ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2556-2558 (แปลจากต้นฉบับภาษาอังกฤษ)*.

การท่องเที่ยวทางแม่น้ำ

การท่องเที่ยวทางน้ำ สามารถแบ่งออกได้เป็นสองรูปแบบหลัก คือ ที่ใช้เส้นทางน้ำเป็นสื่อกลางในการท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นเพียงเส้นทางคมนาคมจากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง หรือเป็นการท่องเที่ยวแบบเพลินทาง คือการจัดให้กิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นความสนุกสนานเพลิดเพลิน และพักผ่อนอยู่ในตัวการเดินทางทางน้ำ หรือเป็นการผสมของทั้งสองรูปแบบ ส่วน **แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ** คือแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ซึ่งตั้งอยู่ในลำน้ำ บนสองฟากฝั่งของลำน้ำ หรือมองเห็นได้จากเรือ เช่น บ้าน วัด เป็นต้น และ **เส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ** คือ เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ได้แก่ แม่น้ำ ลำคลองต่างๆ จากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทาง³⁴

ทั้งนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย³⁵ ได้อธิบายส่วนประกอบของระบบการท่องเที่ยวทางน้ำว่ามีสี่ส่วน ดังนี้

- **แหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สถานที่หรือบริเวณที่มีเหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางมาเพื่อชม สัมผัส หรือประกอบกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ เช่น การซื้อของในตลาดน้ำและการศึกษาวิถีชีวิตตามแม่น้ำเจ้าพระยา การชมโบราณสถาน หรือการซื้อของที่ระลึกต่างๆ เป็นต้น
- **บรรยากาศและทัศนียภาพลำน้ำ** กล่าวคือ นอกจากประโยชน์ด้านการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง การท่องเที่ยวทางน้ำยังรวมไปถึงประโยชน์ที่ได้จากการสัมผัส และรับรู้ความรู้สึกประทับใจจากทัศนียภาพสองฟากฝั่งตลอดระยะเวลาการเดินทางทางน้ำ
- **การบริการ** หมายถึงหลายสิ่งประกอบกันขึ้นมาเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์จากการท่องเที่ยว เช่น ลักษณะของยานพาหนะ การอำนวยความสะดวกบนเรือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องโดยมีมัคคุเทศก์ และการสร้างกิจกรรมเพื่อทดแทนความเบื่อหน่ายเสริมให้นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทาง เป็นต้น
- **นักท่องเที่ยว** หมายถึง ส่วนของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะมีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ทัศนคติและความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

³⁴ ดุษฎี ชุมสาย, และ ญิบพัน พรหมโยธี. (2527). *ปฐมแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

³⁵ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2533). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำประเภทแม่น้ำลำคลอง: แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ*. กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจเทคโนโลยี, สาขาวิจัยอุตสาหกรรมก่อสร้างและสาขาวิจัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร.

แผนภาพที่ 20: ระบบการท่องเที่ยวทางน้ำมีหลายส่วนประกอบคือ แหล่งท่องเที่ยว บรรยากาศและทัศนียภาพลำน้ำ การบริการ และนักท่องเที่ยว



รูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำแบ่งออกได้หลายรูปแบบ คือ

- **การท่องเที่ยวกำหนดตามคาบเวลาการท่องเที่ยว**³⁶ อาทิ การท่องเที่ยวคาบเวลายาว การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น และการทัศนจร (การท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับหรือเรียกว่า Excursion ตาม World Tourism Organization) ซึ่งการพักผ่อนอาจพักบนเรือ หรือแพ หรืออาจแวะขึ้นบกระหว่างทาง
- **การท่องเที่ยวกำหนดตามลักษณะของการเดินทาง** อาทิ การเดินทางโดยใช้เรือตลอดสาย การเดินทางโดยใช้เรือเฉพาะช่วง และการเดินทางทางน้ำซึ่งต่อเนื่องกับการเดินทางโดยวิธีอื่นๆ เช่น ทางรถยนต์หรือทางเท้า เป็นต้น
- **การท่องเที่ยวที่กำหนดตามลักษณะของพาหนะ** อาทิ การเดินทางโดยเรือหางยาว เรือเร็ว (ด่วน) เรือสำราญ เรือลาก แพลาก ซึ่งลักษณะพาหนะแต่ละอย่างจะสนองวัตถุประสงค์และให้บรรยากาศที่แตกต่างกันสำหรับแต่ละนักท่องเที่ยวและแต่ละสถานที่

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย³⁷ และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้สรุปรูปแบบของการท่องเที่ยวทางน้ำในพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาแบ่งออกเป็นสองรูปแบบคือ 1) การท่องเที่ยวในช่วงสั้นๆ และ 2) การท่องเที่ยวโดยเรือทัวร์ โดยทั้งสองรูปแบบมีลักษณะและรายละเอียดดังนี้

³⁶ ดุ้ย ชุ่มสาย, และ ญิบพัน พรหมโยธี. (2527). *ปฐมแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

³⁷ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2541). *โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่มประเทศอนุภาคกลุ่มแม่น้ำโขง*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- **การท่องเที่ยวในช่วงสั้นๆ** มีวัตถุประสงค์เพื่อแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวตามความต้องการของแต่ละบุคคล หรือการจัดเป็นพิเศษของหมู่คณะ ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวจะว่าจ้างเรือที่ทำเรือโดยไม่มีการจองมาก่อน เช่น นักท่องเที่ยวเช่าเรือจากทำนายนทบุรี ไปยังเกาะเกร็ดหรือแหล่งท่องเที่ยวริมน้ำต่างๆ ในจังหวัดนนทบุรี หรืออาจเช่าเรือจากทำนายนทบุรุษไปยังศูนย์ศิลปาชีพบางไทร และพระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น ซึ่งการบริการเรือเช่าแก่นักท่องเที่ยวสามารถมีขึ้นได้ทุกวัน
- **การท่องเที่ยวโดยเรือทัวร์** โดยจัดเป็นคณะและมีการจองที่นั่งล่วงหน้า เช่น เส้นทางการเดินทางจะเริ่มจากท่าเรือในกรุงเทพฯ ไปสิ้นสุดที่พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือเป็นการล่องเรือชมบรรยากาศแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพฯ³⁸ โดยจุดเริ่มต้นจะแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริษัททัวร์ เช่น บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยาจะเริ่มต้นที่ทำเรือมาหาราช เรือโอเรียนเต็ลควีนออกจากท่าเรือโรงแรมโอเรียนเต็ลบางรัก และเรือริเวอร์ชันครุฑออกจากท่าเรือศูนย์การค้าริเวอร์ซิตี้³⁹ ซึ่งรูปแบบการเดินทางมี 3 รูปแบบก็คือ นั่งเรือทั้งไปและกลับ นั่งเรือไปกลับโดยรถยนต์ และไปโดยรถยนต์กลับทางเรือ⁴⁰ ราคาค่าบริการมีลักษณะแตกต่างกัน คือ ถ้าเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับโดยเรือไม่รวมค่าอาหารซึ่งจะมีราคาที่ถูกกว่าแบบมีอาหารหรือแบบที่มีการค้างคืนบนเรือ สำหรับการเดินทางโดยเรือแบบเข้าไปเย็นกลับ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะจัดเฉพาะทุกวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ ส่วนรูปแบบอื่นๆ นั้นมีการจัดให้มีการบริการแก่นักท่องเที่ยวทุกวัน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าชาวไทย

การท่องเที่ยวในช่วงสั้นๆ นั้น มีข้อดีคือ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ตนสนใจได้ และสามารถกำหนดเวลาได้เองตามความเหมาะสม ซึ่งต่างจากการท่องเที่ยวโดยเรือทัวร์ คือ เส้นทางท่องเที่ยวและจุดแวะชมจะมีลักษณะที่เหมือนกันในแต่ละครั้ง โดยนักท่องเที่ยวไม่สามารถกำหนดจุดแวะชม และระยะเวลาตามความต้องการของตนเองได้ และอาจจะแวะได้น้อยจุด เนื่องจากการเดินทางโดย

³⁸ บริษัท ทราเวลสตาร์โพลตติ้งเรสเตอร์รองท์ จำกัด. (2550). การท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2558 จาก เรือเจ้าพระยาบรีนเนส: <http://www.thaicruise.com/routeprogram.php>

³⁹ บริษัท เว็บสวัสดี จำกัด (มหาชน). (n.d.). ล่องเรือตามแม่น้ำเจ้าพระยา . เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.sawadee.co.th/bangkok/canals.htm>

⁴⁰ ศราวุธ ผลโพธิ์. (2549). การพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ: กรณีศึกษาเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาระหว่างกรุงเทพมหานครถึงพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรุษภูมิบัณฑิต (พืชสวน). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เรือจะใช้ความเร็วได้ไม่มากนักเมื่อเทียบกับรถยนต์ ในทางตรงกันข้าม ข้อดีสำหรับการท่องเที่ยวโดยเรือทัวร์ คือ มีความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกในเรือค่อนข้างดี มีทัศนียภาพที่สวยงามและมีความรู้แก่นักท่องเที่ยว และมีราคาเป็นมาตรฐาน

สำหรับงานศึกษาของต่างประเทศ การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเป็นสิ่งที่น่าสนใจและเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโต⁴¹ เนื่องจากแหล่งน้ำต่างๆ มีคุณค่าทั้งทางธรรมชาติและมีคุณสมบัติต่อกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน แม่น้ำถูกใช้ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การคมนาคมและการเดินทาง การขนส่ง การเป็นแหล่งอาหาร และในช่วงที่ผ่านมาแม่น้ำได้รับความสนใจในการเป็นแหล่งสันทนาการสำหรับทุกคน เนื่องจากการท่องเที่ยวทางแม่น้ำยังเป็นสิ่งที่น่าค้นหาและยังไม่ค่อยถูกสนับสนุนนักในเชิงการท่องเที่ยวและสันทนาการ

จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวทางแม่น้ำได้รับความสนใจมากขึ้นจากทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ จากการที่นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงความน่าสนใจของแม่น้ำและการที่บริษัทจัดการการท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวรูปแบบนี้มากขึ้น⁴² ในทางกลับกัน การเติบโตของทางการท่องเที่ยวทางแม่น้ำอาจจะหมายถึงการเสื่อมถอยของสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติในบริเวณใกล้เคียง ในการศึกษาโดย Turpie และ Joubert (2001) ได้คาดการณ์ว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการท่องเที่ยวทั้งโลกจะสูญเสียไปถ้าแม่น้ำทั้งหมดถูกทำลายหรือไม่ถูกพัฒนาอย่างยั่งยืน⁴³ ดังนั้น จากข้อมูลที่ได้กล่าวไว้ในเบื้องต้น เป็นการบ่งชี้ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวทางแม่น้ำที่ยั่งยืน ไม่เพียงเพราะผลกำไรที่มาจากการท่องเที่ยวแต่เพื่อยังเป็นการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของโลก

การพัฒนาการท่องเที่ยวทางแม่น้ำอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากทั้งในประเทศไทยและในสากลเนื่องจากแม่น้ำมีบทบาทสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อมหลายประการต่อการท่องเที่ยว โดยบทบาทของแม่น้ำทางตรงมีอาทิ เช่น

- เป็นสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ
- เป็นสถานที่สันทนาการสำหรับการทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น กีฬาทางน้ำและการตกปลา

⁴¹ Prideaux, B., & Cooper, M. (1946). *River Tourism*. Oxfordshire: CAB International.

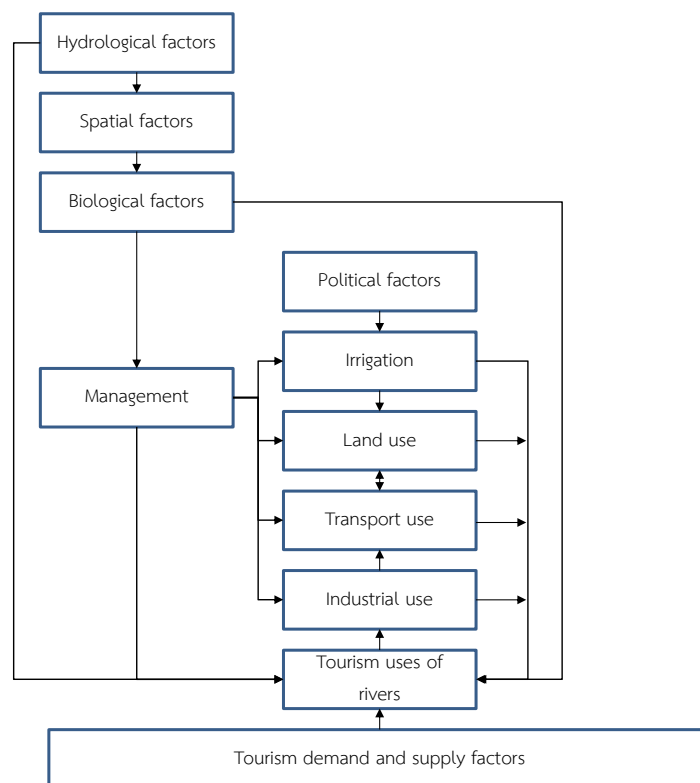
⁴² Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.

⁴³ Turpie, J., & Joubert, A. (2001). Estimating potential impacts of a change in river quality on the tourism value of Kruger National Park : an application of travel cost, contingent, and conjoint valuation methods. *Water SA*, 27(3).

- การขนส่ง การเดินทาง และการล่องเรือ
- เป็นแหล่งของน้ำดื่ม
- บทบาทของแม่น้ำทางอ้อม มีอาทิ
- เป็นแหล่งของอาหารที่คอยเลี้ยงชีพและสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะปลา และอาจเป็นแหล่งน้ำสำหรับการเพาะปลูกพืชพันธุ์
- เป็นแหล่งผลิตไฟฟ้าสำหรับประเทศ (Hydroelectricity) และมีส่วนช่วยในการผลิตตามโรงงานต่างๆ
- ในบางกรณี แม่น้ำยังเป็นแหล่งที่ผู้คนและบริษัทต่างๆ ใช้กำจัดของเสียได้อีกส่วนหนึ่ง

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพิจารณาของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางแม่น้ำมีอยู่หลายประการ โดยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางแม่น้ำสามารถสรุปได้ในแผนภาพในด้านล่างดังนี้

แผนภาพที่ 21: ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวทางแม่น้ำ



- ปัจจัยด้านพื้นที่ (Spatial): ความกว้างยาว สถานที่ ความสามารถในการเดินเรือ เวลา สิ่งแวดล้อมรอบข้าง
- ปัจจัยด้านการเมือง (Political): กฎหมาย นโยบายจังหวัด ความขัดแย้งด้านชายฝั่ง

- ปัจจัยด้านการจัดการ (Management): การควบคุมดูแลแม่น้ำ การวางแผน การจัดการน้ำ
- ปัจจัยด้านการใช้งานสิ่งแวดล้อมรอบข้าง (Land use adjacent to river): การเพาะปลูก การเติบโตของเมือง
- ปัจจัยด้านชีววิทยา (Biological): สายพันธุ์ของสิ่งมีชีวิตต่างๆ จำนวนของสายพันธุ์
- ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางสายพันธุ์ (Change in species composition): ผลกระทบจากการตกปลา โครงสร้างโภชนาการ
- ปัจจัยด้านการใช้งานเชิงอุตสาหกรรม (Industrial use of the river): การใช้น้ำ การผลิต การบริโภคน้ำของมนุษย์
- ปัจจัยด้านสันทนาการ (Recreational use): กิจกรรมทางน้ำ กีฬาทางน้ำ
- ปัจจัยด้านการขนส่ง (Transportation use): การขนส่งสินค้าทางอุตสาหกรรม การเดินเรือ การล่องเรือ
- ปัจจัยด้านธรรมชาติ (Environmental concern): ความเป็นพิษ การแพร่กระจายของสายพันธุ์ ความเค็ม ความเป็นกรดเป็นด่าง

ดังนั้นเพื่อเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ การคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวข้างต้นยังมีผลต่อการท่องเที่ยวแม่น้ำอีกด้วย

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนักวิชาการหรือนักวิจัยทางการท่องเที่ยวยังไม่ค่อยได้ให้ความสนใจในการวิเคราะห์หรือเก็บข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางแม่น้ำ เมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวทางทะเลและมหาสมุทรที่ได้รับความนิยม การสนับสนุน การศึกษา วิจัยและพัฒนาที่มากกว่า⁴⁴ เช่น การล่องเรือในอ่าวไทย มหาสมุทรอันดามัน หรือในต่างประเทศ เช่น ในส่วนของคาบสมุทรแคริบเบียน เป็นต้น ดังนั้น การเข้าใจศึกษาและวิเคราะห์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำก็เป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องทำควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางแม่น้ำอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ดีการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวทางแม่น้ำให้ประสบความสำเร็จก็มาได้จากหลายประการ กล่าวคือ จากการศึกษาโดย Dowling พบว่าลักษณะหรือคุณสมบัติที่สำคัญ 5 ประการที่นักท่องเที่ยวต้องการในการท่องเที่ยวทางแม่น้ำ คือ

- นักท่องเที่ยวสามารถมีโอกาสในการได้แวะชมในหลายสถานที่และได้ค้นพบสิ่งใหม่ในแต่ละการเดินทาง

⁴⁴ Dowling, R. K. (2006). *Cruise Ship Tourism*. Oxfordshire: CAB International.

- เรือต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกและความพร้อมมากพอที่จะทำให้รู้สึกได้ว่าเรือสามารถเลี้ยงตัวเองได้
- เรือต้องมีพนักงานที่ตั้งใจฟังในสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการและพร้อมที่จะบริการเสมอ
- อาหารและเครื่องดื่มควรมีความพร้อม และจัดอยู่ในรูปแบบที่สวยงาม โดยไม่ควรให้ความรู้สึกที่ขาดแคลน

ในส่วนของการท่องเที่ยวทางแม่น้ำในประเทศไทยมีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแม่น้ำสายหลัก โดยที่แม่น้ำเจ้าพระยามีจุดเด่นที่ไหลผ่านเข้าเขตเมืองหลวงคือ กรุงเทพมหานคร โดยไหลพาดผ่านจากจังหวัดนครสวรรค์ ลงไปทางทิศใต้ ผ่านจังหวัดอุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี และกรุงเทพมหานคร ก่อนออกสู่อ่าวไทยที่ จังหวัดสมุทรปราการ

ในแต่ละพื้นที่มีสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม และโบราณสถานที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันข้อมูลและการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำในประเทศไทยยังมีจำนวนไม่มาก และมีลักษณะค่อนข้างกระจายตัว เมื่อเทียบกับข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวทะเลหรือมหาสมุทร ผู้วิจัยจึงคาดว่าผลงานศึกษานี้จะมีส่วนช่วยในการพัฒนายุทธศาสตร์ทางด้านการท่องเที่ยวแม่น้ำเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวต่อไป

แม่น้ำเจ้าพระยามีลำน้ำสาขาเป็นจำนวนมากในแต่ละจังหวัด โดยใช้เป็นเส้นทางคมนาคม สัญจร ทักสานจร และท่องเที่ยว ใช้เป็นเส้นทางขนส่งสินค้า ใช้เล่นกีฬาทางน้ำ ใช้อาบน้ำล้างภาชนะ ใช้เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจและวิถีชีวิต ใช้ทำการเกษตร เลี้ยงสัตว์ และ ทำประมง ใช้อุตสาหกรรม ผลิตไฟฟ้า และระบายน้ำ โดยรายละเอียดของลำน้ำสาขาของแม่น้ำเจ้าพระยาสามารถดูได้ในภาคผนวก – ลำน้ำสาขาของแม่น้ำเจ้าพระยา

ส่วนที่ 5 สถานการณ์การท่องเที่ยวทางน้ำในภาพรวม

การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวทางน้ำในภาพรวม มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินถึงแนวโน้มของการท่องเที่ยวทางน้ำในระดับโลกและระดับภูมิภาค เพื่อระบุกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพและมีความน่าสนใจ รวมทั้งพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน ของกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขาที่งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษา โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวทางน้ำที่ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงที่สุดในปัจจุบัน คือ การท่องเที่ยวในรูปแบบเรือสำราญ บริษัท Business Research & Economic Advisors มีการประมาณการว่า ผู้โดยสารเรือสำราญกว่า 114.87 ล้านคน มีการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวเรือสำราญกว่ากว่า 52.31 พันล้านเหรียญสหรัฐ ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 117.15 พันล้านเหรียญสหรัฐ และก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 891,009 ตำแหน่งในปี 2013⁴⁵

5.1 การท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญ (Cruise) ทางทะเล

ธุรกิจเรือสำราญเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่เป็นตัวหลักดันให้การท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่ประชากรมีรายได้สูง สำหรับในประเทศไทยนั้นธุรกิจเรือสำราญอาจจะเป็นการตอบสนองนักท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่มที่ค่อนข้างมีฐานะ เนื่องจากค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างแพงสำหรับประชาชนทั่วไป แต่สำหรับต่างประเทศการทำธุรกิจเรือสำราญเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดย Cruise Lines International Association (CLIA) ได้มีการประมาณการจำนวนผู้โดยสารในปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2559 ไว้ที่ 23.2 และ 24.2 ล้านคนตามลำดับ⁴⁶ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของธุรกิจประกอบด้วย การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ของประเทศพัฒนาแล้ว การเปิดเส้นทางใหม่ (Exotic Destinations) ประสบการณ์ที่ได้รับและสิ่งอำนวยความสะดวกบนเรือสำราญ นอกจากนี้การท่องเที่ยวทางเรือก็สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้เป็นอย่างดี

⁴⁵ ตลาดน้ำวัดไทร. (2552). เรียกใช้เมื่อ 29 เมษายน 2558 จาก เส้นทางสุขภาพ: <http://www.yourhealthyguide.com/travel/tc-taladnam-watsai.html>

⁴⁶ Cruise Lines International Association, INC. (2016). 2016 Cruise Industry Outlook . *STATE OF THE CRUISE INDUSTRY: 2016 TO SEE ROBUST GROWTH* (p. 6). Washington DC: Cruise Lines International Association, INC.

5.2 การท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญในเอเชีย

จากรายงาน Asia Cruise Trends 2016 Edition⁴⁷ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญในทวีปเอเชียมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมเกินกว่าร้อยละ 12 ทั้ง จำนวนเรือที่เข้ามาประจำการเพิ่มเติม,จำนวนผู้โดยสาร, จำนวนวันที่เดินทาง รวมทั้งจำนวนครั้งที่เรือสำราญมีการจอดแวะตามเมืองท่า (Port of Calls) ซึ่งสำหรับในประเทศไทยมีการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 27.6 ในช่วงปี พ.ศ. 2558

ในขณะเดียวกัน ตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบเรือสำราญก็มีการเติบโตเป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน โดยฮ่องกงมีการเติบโตเฉลี่ยมากที่สุดกว่าร้อยละ 68.5 ในปี พ.ศ. 2555 - 2558 ตามมาด้วยไทยและจีนที่มีการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 68.3 และ ร้อยละ 65.7 ตามลำดับ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญในภูมิภาคอาเซียนและประเทศไทย

สำหรับภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ มีการพัฒนาและเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวในรูปแบบเรือสำราญอย่างจริงจัง โดยรัฐบาลมาเลเซียตั้งเป้าหมายให้มาเลเซียเป็นหนึ่งใน Port Hub ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย ทำรายได้ 1.75 พันล้านริงกิต และสร้างงานอย่างน้อย 10,000 ตำแหน่งภายในปี พ.ศ. 2563 ทางรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนในด้านการลงทุนสร้างท่าเรือขนาดใหญ่ที่มีมาตรฐานระดับสากล ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงพัฒนาเมืองริมฝั่งให้มีความน่าสนใจและเป็นจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวทางเรือ

ในปัจจุบัน มาเลเซียกำลังก่อสร้างท่าเรือขนาดใหญ่ คือ Melaka Gateway ที่ประกอบด้วย ท่าเรือนานาชาติ ศูนย์การค้าริมน้ำ โรงแรมระดับ 5 ดาว และสวนสนุก คาดว่าจะเสร็จภายในปี พ.ศ. 2568 นอกจากนั้น ยังมีการพัฒนาท่าเรือ Jesselton Quay ในเมือง Kota Kinabalu รัฐ Sabah ซึ่งจะประกอบไปด้วย ท่าเรือ สำนักงาน โรงแรม convention centre และศูนย์การค้า ที่จะช่วยยกระดับมาเลเซียให้เป็น Port Hub โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2560

ในส่วนของรัฐบาลสิงคโปร์ได้มีการสนับสนุนสิงคโปร์ให้เป็น International Cruise Center มาอย่างต่อเนื่อง โดยเล็งเห็นว่า Cruise Tourism เป็นหนึ่งใน Sector ที่จะมีการขยายตัวมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวสิงคโปร์ (Singapore Tourism Board) ได้ลงทุนมหาศาลในการสร้าง Singapore Cruise Centre ที่ Harbourfront และ Marina Bay Cruise Centre Singapore (MBCCS) ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของสิงคโปร์ในการขยายการท่องเที่ยวทางเรือ และเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการเรือสำราญ

⁴⁷ CHART Management Consultants. (2016). *Asia Cruise Trends 2016 Edition*. Washington DC: Cruise Lines International Association, INC.

ขนาดใหญ่หลายรายเลือกประเทศสิงคโปร์เป็นที่จอดเรือ และเป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทาง นอกจากนี้ สิงคโปร์ยังเป็น Lead Coordinator ของ Cruise Tourism ของอาเซียน และมีเป้าหมายที่จะผลักดันภูมิภาค ให้เป็น “Caribbean of the East”

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเรือสำราญประเทศไทย ถึงแม้บางจังหวัด เช่น ภูเก็ต จะมีการ กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเล (Marina Hub) โดยมีการพยายามผลักดันให้เกิด โครงการต่าง ๆ มาโดยตลอดแต่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเท่าที่ควร ดังจะเห็นได้จากในปัจจุบันที่ ท่าเรือน้ำลึกภูเก็ตไม่สามารถรองรับเรือสำราญที่ต้องการเข้าเทียบท่าได้ทั้งหมด ทำให้เรือสำราญบางส่วน เปลี่ยนจุดหมายไปที่ประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน⁴⁸

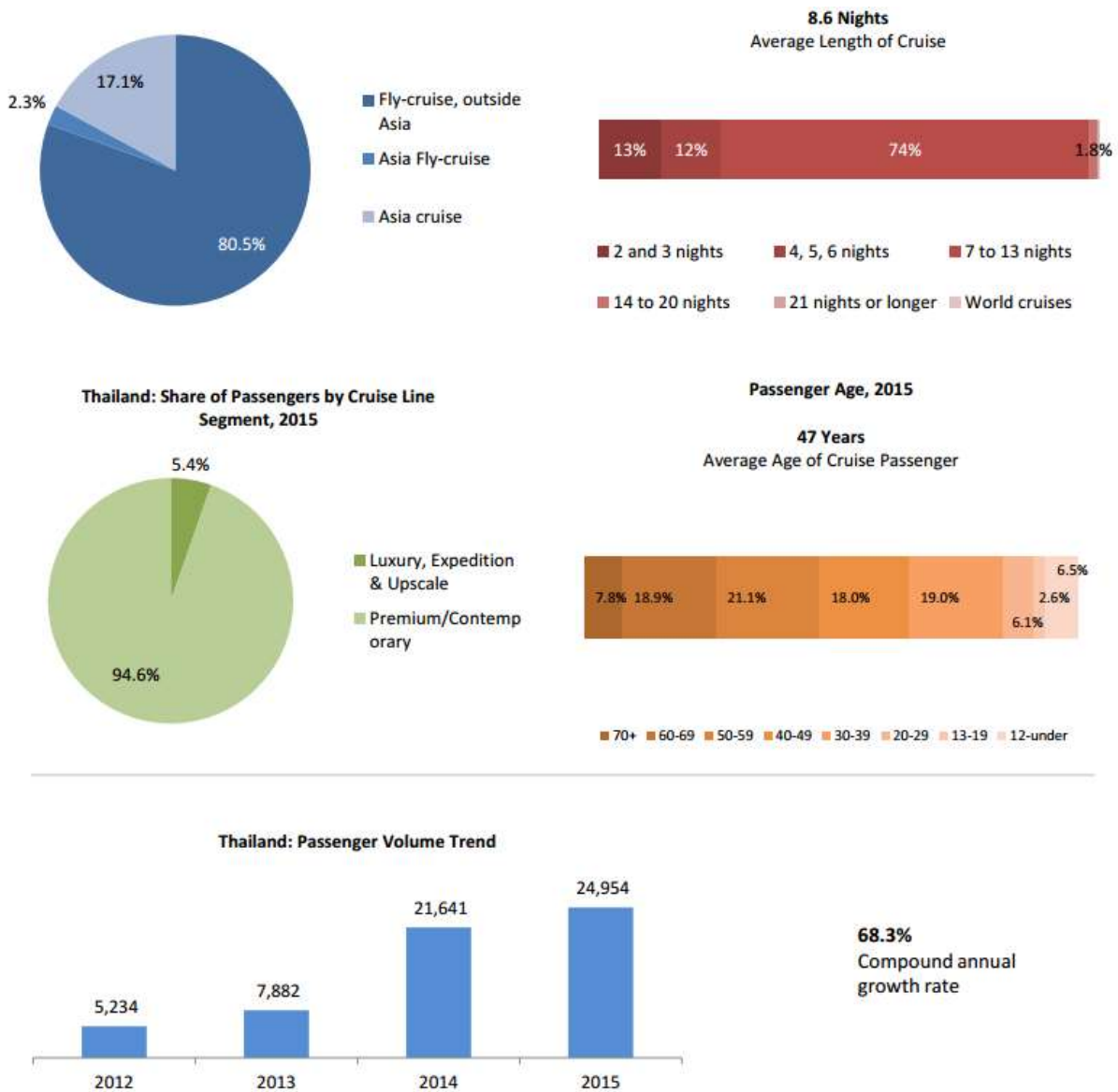
อย่างไรก็ดี จากผลการประชุมคณะรัฐมนตรี ประจำวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา กำหนดให้จังหวัดภูเก็ต เป็นศูนย์กลางของการจอดเรือ และจะมีการพัฒนาเส้นทางเดินเรือระหว่าง ภูเก็ต- สิงคโปร์ และภูเก็ต-เมียนมาร์ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาพื้นที่จอดเรือ โดยจะปรับท่าเรือขนส่งสินค้าของ จังหวัดภูเก็ต ให้สามารถรับส่งผู้โดยสารได้ มีเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง มีจุดประสานงานและอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้โดยสาร และมีพื้นที่สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาเส้นทางถนนจากท่าเรือไป ยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีการคาดการณ์ว่าจะส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานและการบริการมีรายได้มากกว่า 1,000 ล้านบาทต่อปี⁴⁹

สำหรับตลาดเรือสำราญในประเทศไทย จำนวนผู้โดยสารในปี พ.ศ. 2558 มีการประมาณการณ์ที่ 24,954 คน ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 68.3 จากปี พ.ศ. 2555 โดยผู้โดยสารส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 50 นิยมท่องเที่ยวเรือสำราญในต่างประเทศ (Fly-Cruise) จึงอาจกล่าวได้ว่า ตลาดการท่องเที่ยวเรือสำราญ นั้นค่อนข้างจำกัดในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยลักษณะการท่องเที่ยวเรือสำราญของชาวไทยเป็นตาม แผนภาพดังต่อไปนี้

⁴⁸ กองบรรณาธิการ. (พฤษภาคม 2557). *Marine Tourism Hub ฝันไกล ที่ภูเก็ตต้องไปให้ถึง*. เรียกใช้เมื่อ 5 มิถุนายน 2558 จาก Phuket Bulletin Magazine: <http://www.phuketbulletin.co.th/Lifestyle/view.php?id=1429>

⁴⁹ สวท.ภูเก็ต. (14 มกราคม 2558). *กรมเห็นชอบให้จังหวัดภูเก็ต เป็นศูนย์กลางจอดเรือสำราญ หรือ เรือยอร์ช*. เรียกใช้เมื่อ 5 มิถุนายน 2558 จาก สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์: http://thainews.prd.go.th/centerweb/News/NewsDetail?NT01_NewsID=WNECO5801140010018

แผนภาพที่ 22: ข้อมูลของกลุ่มลูกค้าชาวไทยที่มีการท่องเที่ยวเรือสำราญ



5.3 การท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญทางแม่น้ำในต่างประเทศ

ถึงแม้มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวทางน้ำในรูปแบบเรือสำราญส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวทางทะเล การท่องเที่ยวทางแม่น้ำก็มีความน่าสนใจไม่น้อยเมื่อพิจารณาถึงการเติบโต โดยตลาดเรือสำราญนำเที่ยวทางแม่น้ำนั้น จากรายงานของ Cruise Lines International Association ซึ่งได้ทำการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศออสเตรเลียและสหราชอาณาจักร พบว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงปีที่ผ่านมา

โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ในปี พ.ศ. 2556 ที่ได้ท่องเที่ยวเรือสำราญทางแม่น้ำมีการเติบโตกว่าร้อยละ 25 เป็นจากจำนวน 39,275 รายในปี พ.ศ. 2555 เป็นจำนวน 49,122 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6 ของกลุ่มลูกค้าชาวออสเตรเลียที่มีการท่องเที่ยวเรือสำราญทั้งหมดในปีดังกล่าว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่ได้ท่องเที่ยวเรือสำราญทางแม่น้ำในทวีปเอเชีย มีจำนวนกว่า 4,511 รายในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งตลาดดังกล่าวมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นเมื่อมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ในเส้นทางแม่น้ำโขงและแม่น้ำอิรวดี⁵⁰

สำหรับกลุ่มลูกค้าจากสหราชอาณาจักร ที่มีการท่องเที่ยวเรือสำราญทางแม่น้ำนั้นมีการเติบโตกว่าร้อยละ 10 ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2557 โดยมีสาเหตุมาจากเรือรุ่นใหม่ ๆ ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดตามเส้นทางแม่น้ำในยุโรป มีการออกแบบให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ดียิ่งขึ้น เช่น การเน้นจำนวนห้องที่มีระเบียบ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าเดิม นอกจากนี้ การคิดราคาแพ็คเกจรวมแบบเบ็ดเสร็จ (All-inclusive) ยังช่วยให้การท่องเที่ยวเรือสำราญทางแม่น้ำได้รับความนิยมมากขึ้นในกลุ่มลูกค้าจากสหราชอาณาจักรเช่นเดียวกัน โดยเส้นทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดในทวีปยุโรปคือ เส้นทางแม่น้ำ Rhine/Moselle/tributaries ตามมาด้วยเส้นทางแม่น้ำ Danube ในขณะที่เส้นทางแม่น้ำ Nile นั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ก่อนที่จะเกิดวิกฤตการณ์ทางการเมืองในประเทศอียิปต์ ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเป็นอย่างมาก⁵¹

⁵⁰ International Cruise Council Australasia Inc. (2013). *Cruise Industry Source Market Report Australia 2013*. North Sydney: Cruise Lines International Association, INC.

⁵¹ Cruise Lines International Association UK & Ireland. (2014). *The Cruise Review*. London: Cruise Lines International Association UK & Ireland.

ตารางที่ 5: จำนวนกลุ่มลูกค้าที่มีการท่องเที่ยวเรือสำราญทางแม่น้ำจากสหราชอาณาจักร (พันคน)

20 UK River Cruise Market (000s)

European Destinations	2010	2011	2012	2013	2014	% change 2013/14
Rhine/Moselle/tributaries	23.6	20.0	26.9	35.5	37.3	5
Danube	12.5	12.9	15.0	17.3	24.4	41
Rhine/Danube	4.1	8.3	4.6	5.1	7.0	37
Rhone/Seine	8.0	10.1	10.2	14.1	14.2	1
Russian	4.4	4.9	5.2	6.4	7.4	15
Italian (Po)	2.0	2.9	3.0	3.1	2.9	(6)
Elbe	2.5	2.2	2.4	3.6	2.8	(23)
Douro	8.7	9.4	9.3	10.7	11.0	3
Other European	9.1	9.6	13.4	14.2	13.4	(6)
Total European	74.9	80.3	90.0	109.9	120.4	10
Non European Destinations	2010	2011	2012	2013	2014	% change
Nile	58.0	25.2	28.3	12.2	8.9	(27)
Far East/China	4.7	5.0	6.9	4.3	3.8	(13)
Other non-European	4.6	3.3	4.6	5.2	6.4	23
Total non-European	67.3	33.5	39.8	21.7	19.0	(12)

5.4 ตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญทางแม่น้ำในเอเชียและอาเซียน

จากการศึกษาตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบเรือสำราญทางแม่น้ำในทวีปเอเชีย พบว่าในปัจจุบัน แม่น้ำสายหลักที่มีการดำเนินการของเรือสำราญแบบค้างคืนประกอบด้วย

- แม่น้ำอิรวดี - เป็นแม่น้ำสายหลักของประเทศพม่า มีความยาว 2,170 กิโลเมตร มีต้นกำเนิดในเขตมูเจียง มณฑลยูนนาน บริเวณใกล้รอยต่อเขตแดนรัฐกะฉิ่น ประเทศพม่า บริเวณต้นน้ำมีชื่อเรียกว่าแม่น้ำเมฆา จนเมื่อไหลมารวมกับแม่น้ำมะลิซาที่เมืองมัตจินา แม่น้ำอิรวดีเกิดจากการรวมกันของแม่น้ำมาลี และแม่น้ำมาย ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือสุดของประเทศ บริเวณเหนือเมืองมัตจินา ไหลผ่านเมืองมัณฑะเลย์ และผ่านที่ราบเป็นตอน ๆ และไหลสู่ที่ราบก่อนถึงเมืองแปร จากเมืองแปรถึงปากน้ำจะไหลผ่านทุ่งราบกว้างใหญ่ เรียกว่า บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำอิรวดี ก่อนลงสู่อ่าวเบงกอล
- แม่น้ำโขง - มีต้นกำเนิดจากเทือกเขาหิมาลัย ไหลผ่านมณฑลชิงไห่ ประเทศจีน และบริเวณที่ราบสูงทิเบต ไหลลงสู่ทะเลจีนใต้ ผ่านประเทศจีน ประเทศลาว ประเทศพม่า ประเทศไทย ประเทศกัมพูชา และประเทศเวียดนาม โดยเส้นทางที่มีการล่องเรือส่วนใหญ่ จะอยู่ระหว่างกรุงโฮจิมินห์ในประเทศเวียดนาม และกรุงพนมเปญของกัมพูชา ในขณะที่เส้นทางบางส่วนเป็นการล่องเรือจากลาวไปยังประเทศจีน
- แม่น้ำแยงซี - เป็นแม่น้ำที่ยาวที่สุดในทวีปเอเชีย และเป็นแม่น้ำที่ยาวเป็นอันดับที่สามของโลก รองจากแม่น้ำไนล์ในทวีปแอฟริกาและแม่น้ำแอมะซอนในทวีปอเมริกาใต้ ซึ่งกิจกรรมการล่องเรือส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณเส้นทางระหว่างมณฑลฉงชิ่ง และเมืองอี้ชาง มณฑลหูเป่ย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะสามารถชมทัศนียภาพที่สวยงามของหุบเขาสามผา (The Three Gorges) ที่มีการประกาศเป็นมรดกโลกโดย UNESCO

นอกจากการท่องเที่ยวในรูปแบบเรือสำราญแบบค้างคืนแล้ว หลายประเทศในอาเซียน ยังมีการล่องเรือท่องเที่ยวระยะสั้นในหลายเส้นทาง เช่น แม่น้ำมะละกาในประเทศมาเลเซีย แม่น้ำทูโบน และแม่น้ำไซง่อนในประเทศเวียดนาม และแม่น้ำโลบอคในประเทศฟิลิปปินส์ โดยรายละเอียดสามารถดูได้ในภาคผนวก - การท่องเที่ยวเรือทางแม่น้ำในอาเซียน

5.5 การท่องเที่ยวทางแม่น้ำในประเทศไทย

ประเทศไทยเองก็เป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวสูงและหลากหลาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางน้ำก็ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างหนึ่งของประเทศ โดยตั้งแต่ในอดีต ประเทศไทยเป็นที่รู้จักกันทั่วโลกว่าเป็นประเทศที่มีแม่น้ำลำคลองมากจนได้สมญานามว่า “เมืองเวนิสตะวันออก”⁵²

การท่องเที่ยวทางน้ำประเภทแม่น้ำลำคลองของประเทศไทยเริ่มต้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวทางน้ำแห่งแรกคือตลาดน้ำย่านอำเภอดลิ่งชันและย่านคลองบางแกว⁵³ ซึ่งในสมัยนั้นการเดินทางเป็นทางเรืออย่างแท้จริง คือ มีชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียงพายเรือบรรทุกสิ่งของต่างๆ ทั้งสินค้าบริโภคและอุปโภคมาแลกเปลี่ยนและซื้อขายซึ่งกันและกัน อันเป็นวิถีทางการดำเนินชีวิตของประชาชนในย่านนั้น เนื่องจากยังไม่มีการสร้างระบบถนนเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางจึงต้องอาศัยลำน้ำเป็นเส้นทางสัญจรหลักเพียงอย่างเดียว ต่อมาเมื่อได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องก็ได้มีการพัฒนาสร้างถนนและตลาดสดตลอดจนอาคารสิ่งก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น บรรดาพ่อค้าแม่ค้าเรือเร่ในย่านนี้พากันขึ้นมายาบบนบกแทน ตลาดน้ำจึงหมดความสำคัญไป

แผนภาพที่ 23: บรรยากาศการค้าขายริมน้ำตลาดน้ำย่านอำเภอดลิ่งชันซึ่งเคยได้รับความนิยมในอดีตและได้ถูกหันมาให้ความสนใจใหม่ในปัจจุบัน



⁵² ส. พลายน้อย. (2539). *ชีวิตตามคลอง*. กรุงเทพฯ: ดันอ้อแถมมี จำกัด.

⁵³ ศราวุธ ผลโพธิ์ (2549). *การพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ: กรณีศึกษาเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาระหว่างกรุงเทพมหานครถึงพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ดุสิตบัณฑิต (พืชสวน). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ตลาดน้ำได้รับความสนใจใหม่ในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2510 คือ ตลาดน้ำวัดไทร และการล่องเรือชมสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนสองฝั่งลำน้ำคลองประเวศบุรีรมย์ได้เกิดขึ้นเช่นกัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2514 ได้เกิดตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ⁵⁴ และประมาณปี พ.ศ. 2520 โรงแรมโอเรียนเต็ลได้นำเรือประเภทเรือสำราญแล่นระหว่างท่าเรือโอเรียนเต็ลไปถึงพระราชวังบางปะอินจนเป็นที่แพร่หลายในปัจจุบัน⁵⁵ และมีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวลักษณะนี้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แผนภาพที่ 24: ตลาดน้ำวัดไทรในสมัยก่อน



ผู้ประกอบการเรือนำเที่ยวและเรือสำราญในพื้นที่เป้าหมาย

เดิมบริการล่องเรือท่องเที่ยวตามลำน้ำเจ้าพระยาเป็นเพียงรายการนำเที่ยว ซึ่งจัดขึ้นเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญๆ เช่น เทศกาลลอยกระทง และเทศกาลปีใหม่ที่มียุทธศาสตร์ของความสุขสนุกสนานรื่นเริง ตามลำน้ำหรือ 2 ฝั่งแม่น้ำเต็มไปด้วยสีสันจากกระทง ไฟประดับตามสถานที่สำคัญๆ การจุดพลุ/ดอกไม้ไฟของบรรดาผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมหรูริมแม่น้ำเจ้าพระยา และการประดับเรือไฟเฉลิมฉลองงานเทศกาลต่างๆ

ต่อมา เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าของโรงแรมริมแม่น้ำ หรือร้านอาหารริมน้ำ จึงได้มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการ และขยายการให้บริการออกไปอย่างกว้างขวาง เพื่อรองรับความนิยมของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้การล่องเรือท่องเที่ยวตามลำน้ำเจ้าพระยาจัดเป็นรายการนำเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเดินทางมาพำนักริมแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพฯ

อย่างไรก็ดี การล่องเรือตามแม่น้ำส่วนใหญ่ เป็นการล่องระยะสั้น เพื่อชมทัศนียภาพ หรือสังสรรค์ โดยผู้ประกอบการธุรกิจเรือล่องเจ้าพระยาระยะสั้นสามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ คือ

- กลุ่มโรงแรมชั้นนำที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา

⁵⁴ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2533). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำประเภทแม่น้ำลำคลอง: การศึกษาเฉพาะด้าน*. กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจเทคโนโลยี, สาขาวิจัยอุตสาหกรรมก่อสร้างและสาขาวิจัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร.

⁵⁵ Warren, W. (1989). *Bangkok's Waterways: An Explorer's Handbook*. Bangkok: Asia Book.

- กลุ่มธุรกิจเรือท่องเที่ยวที่มีผู้ให้บริการหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ผู้ประกอบการรายย่อยที่ให้บริการในรูปของทัวร์ในลำคลองด้วยเรือหางยาว ผู้ประกอบการธุรกิจเรือโดยสาร ซึ่งให้บริการในเส้นทางต่างๆ และผู้ประกอบการธุรกิจเรือท่องเที่ยวในลักษณะเรือสำราญ
- กลุ่มธุรกิจร้านอาหารริมแม่น้ำเจ้าพระยา

การท่องเที่ยวโดยเรือทัวร์มีหลายรูปแบบ มักขึ้นอยู่กับการจัดของผู้ประกอบการแต่ละราย ซึ่งโดยส่วนใหญ่ราคาจะรวมอาหารทุกมื้อ ค่าอาหารว่าง ค่าการแสดง ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ค่ารถ และค่าที่พักบนเรือแล้ว (ในกรณีที่มีการค้างคืนบนเรือ) รูปแบบของเรือทัวร์มีอาทิ

- 1) การนั่งเรือรับประทานอาหารชมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในตอนกลางคืนในกรุงเทพฯ เช่น เรือปุนทริกา ของร้านอาหารยกยอ และเรือสุภัทรา ของร้านอาหารสุภัทรา เรือเจ้าพระยาปรีนเซส (อาหารแบบบุฟเฟต์ ราคาประมาณ 1,100-1,400 บาทต่อคน⁵⁶ อาหารแบบเลือกจากเมนู ราคาประมาณ 2,300-2,900 บาทต่อโต๊ะ ขึ้นอยู่กับประเภทอาหารและเมนูที่เลือก⁵⁷) ซึ่งเป็นประเภทที่พบได้มากที่สุด
- 2) ไปโดยเรือกลับโดยรถยนต์ หรือไปโดยรถยนต์กลับโดยเรือ ไม่มีการค้างคืน ซึ่งเป็นแบบเต็มวัน หรือครึ่งวันคือไปหรือกลับโดยเรืออย่างเดียวก็ได้ (ริเวอร์ชาน ครุซส์ ราคาอยู่ที่ประมาณ 1,500 – 2,100 บาท) เช่น นักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้วเที่ยวในตัวจังหวัด จากนั้นจึงมาขึ้นเรือที่จังหวัดนนทบุรีแล้วล่องเรือกลับกรุงเทพฯ
- 3) การนั่งเรือไปกลับหรือการใช้เรือเที่ยวใดเที่ยวหนึ่งผสมกับรถอีกเที่ยวหนึ่งแต่มีการค้างคืนบนเรือ โดยเป็นการค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาหรือที่จังหวัดปทุมธานี (Golden Nagara ใช้เรืออย่างเดียวและค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการเหมาลำส่วนตัว

⁵⁶ ไทยริเวอร์ครุซส์ (2558). เรือเจ้าพระยาปรีนเซส ดินเนอร์ แม่น้ำเจ้าพระยา เจ้าพระยาปรีนเซส. เรียกใช้เมื่อ 14 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.thairivercruise.com/index.php?tpid=0148>

⁵⁷ ไทยริเวอร์ครุซส์ (2558). เรือมโนราห์ ดินเนอร์ แม่น้ำเจ้าพระยา. เรียกใช้เมื่อ 14 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.thairivercruise.com/index.php?tpid=0169>

ชั้นต่ำกลุ่ม 6 ทาน ราคาประมาณ 90,000 บาท⁵⁸ หรือเรือเมขลาสมกับการเดินทางโดยรถ ค้างคืนที่จังหวัดปทุมธานี ราคาประมาณ 15,000-20,000 บาท^{59,60})

- 4) ทัวร์ 3 วัน 2 คืนของ อนันตรา ครุซส์เซส โดยมีการค้างคืนที่ปทุมธานี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยอยู่บนเรือเป็นหลัก มีการเดินทางบนรถบ้างในการเที่ยวตัวเมืองอยุธยา เป็นบริการของโรงแรม อนันตรา บางกอก ริเวอร์ไซด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งมีเรือไว้ให้บริการจำนวน 2 ลำ (ราคาประมาณ 100,000-165,000 บาท^{61,62})
- 5) การเช่าเหมาลำที่สามารถวางแผนการเดินทางได้ตามแต่ละนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นการจัดโดยบริษัทต่างๆ (ราคาและการเดินทางขึ้นอยู่กับ การจองและความต้องการของแต่ละบริษัท)

ในแง่ของมูลค่าการตลาด ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ประมาณการณ่ว่า โดยรวมตลอดทั้งปี 2553 ธุรกิจเรือล่องเจ้าพระยาระยะสั้นจะมีรายได้คิดเป็นมูลค่าประมาณ 2,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยกว่าร้อยละ 70 เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนที่เหลือเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวคนไทย⁶³

⁵⁸ SabaiCruise (2553). *อยุธยา ค้างคืนบนเรือ*. เรียกใช้เมื่อ 14 พฤษภาคม 2558 จาก

<http://www.thaisabaicruise.com/index.php?lay=show&ac=article&id=539372294>

⁵⁹ ไทยริเวอร์ครุซส์ (2558). *เรือเมขลา เที่ยวอยุธยา ล่องเรือนอน พร้อมห้องพักภายในเรือ Mekhala Cruise*. เรียกใช้เมื่อ 14 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.thairivercruise.com/index.php?tpid=0149>

⁶⁰ Asian Oasis. (n.d.). *เรือเมขลา: ล่องเรือแม่เจ้าพระยาค้างคืน เหมาลำ แพ็คเก็จทัวร์ กรุงเทพ-อยุธยา*. เรียกใช้เมื่อ 14 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.asian-oasis.com/product/mekhala-cruise-thailand/?lang=th>

⁶¹ EDT Guide (2556). *ล่องเรืออนันตราเยือนกรุงเก่า สัมผัสเสน่ห์ริมน้ำเจ้าพระยากับ Anantara Cruises*. เรียกใช้เมื่อ 14 พฤษภาคม 2558 จาก http://recommended.edtguide.com/377402_anantara-cruises

⁶² อนันตรา ครุซส์เซส (2558). *สัมผัสวัฒนธรรมอันร่มรวยไปกับอนันตรา ครุซส์เซส*. เรียกใช้เมื่อ 14 พฤษภาคม 2558 จาก <http://bangkok-cruises.anantara.com/>

⁶³ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (19 พฤศจิกายน 2553). *ธุรกิจเรือล่องเจ้าพระยาฟื้นตัวรับเทศกาลลอยกระทง...คาดช่วงที่เหลือนของปี '53 เม็ดเงินสะพัดไม่ต่ำกว่า 500 ล้านบาท*. *K Econ Analysis - Business Brief*.

แผนภาพที่ 25: เรือนันทรา ครุย์สเชส



แผนภาพที่ 26: เรือเมขลา



ผู้ประกอบการเรือนำเที่ยวและเรือสำราญในพื้นที่อื่นๆในประเทศไทย

นอกเหนือจากแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่เป็นเป้าหมายในการศึกษา ในประเทศไทย ยังมีพื้นที่หลักอื่นๆ ที่มีบริการเรือนำเที่ยวและเรือสำราญ เช่น เส้นทางแม่น้ำโขง และ แม่น้ำแคว โดยในส่วนของแม่น้ำโขงนั้นจะเป็นการเรือนำเที่ยวที่ล่องจากประเทศไทยไปยังประเทศลาวโดยเริ่มการเดินทางที่จังหวัดอุบลราชธานี เรือจะล่องไปตามแม่น้ำโขง และแวะจอดตามท่าเรือต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวขึ้นรถต่อ เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น วัด โบราณสถาน ธรรมชาติ และมีการจอดเรือที่ฝั่งประเทศลาว ให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมนครหลวงเวียงจันทน์ และนั่งเรือหางยาว เพื่อเยี่ยมชมหมู่บ้านริมน้ำในแม่น้ำกระดัง

ส่วนการล่องเรือในแม่น้ำแควนั้น สามารถล่องระยะสั้น เพื่อชมวิวทิวทัศน์และแวะตามสถานที่ต่างๆ บนเรือหางยาว และล่องระยะยาวโดยพักค้างคืนบนเรือ การล่องระยะสั้นบนเรือหางยาวนั้น เรือจะจอดตามสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น เจดีย์กลางน้ำ วัดมอญ วัดถ้ำเขาปูน สุสานทหารสัมพันธมิตร และล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวเรือชาวแพสองข้างทางของลำน้ำแควใหญ่จนถึงจุดบรรจบของลำน้ำแควใหญ่และลำน้ำแควน้อย ซึ่งไหลมารวมกัน กลายเป็นแม่น้ำแม่กลอง หรือที่เรียกว่า แม่น้ำสองสี

ในขณะที่การล่องเรือระยะยาวโดยพักค้างคืนบนเรือ RV River Kwai ของบริษัท Cruise Asia จำกัด มีทั้งแบบระยะเวลา 7 วัน และ 4 วัน ราคาเริ่มตั้งแต่ 34,700 – 73,500 บาทต่อคน โดยมีการแวะเยี่ยมชมสถานที่สำคัญริมแม่น้ำแควเช่นเดียวกันกับเรือหางยาว แต่จะมีการจอดที่ทำเรือเพื่อขึ้นรถ และรถไฟต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ถ้ำกระแซ หมู่บ้านช้างไทรโยค ช่องเขาขาด แต่จะเดินทางกลับมารับประทานอาหารและค้างคืนบนเรือ โดยเรือจะล่องไปตามแม่น้ำแคว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมทัศนียภาพที่สวยงามของสองฝั่งแม่น้ำ

แผนภาพที่ 27: การล่องเรือนำเที่ยวและเรือสำราญเส้นทางแม่น้ำแคว



5.6 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำในอาเซียน

โปรแกรมการท่องเที่ยวทางเรือในอาเซียนที่มีนำเสนออยู่ในปัจจุบัน มีทางเลือกค่อนข้างหลากหลาย นักท่องเที่ยวสามารถที่จะท่องเที่ยวทางเรือ ณ ที่หนึ่งและเดินทางต่อโดยเครื่องบินไปยังอีกที่หนึ่ง โดยอาจจะเป้าหมายที่อยู่ในประเทศเดียวกัน หรืออาจจะเป้าหมายเป็นประเทศสมาชิก ซึ่งโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้ สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของอาเซียนที่กำลังโปรโมทการท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางเดียว (Single Destination)

เนื่องจากทำเลที่ตั้งของประเทศไทย รวมทั้งสาธารณูปโภคด้านการขนส่งทางอากาศ และจำนวนเที่ยวบิน ส่งผลให้การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเรือสำราญตามเส้นทางแม่น้ำบางส่วนทั้งใน ประเทศพม่า และ กัมพูชา มีการรวมกรุงเทพมหานครเข้าเป็นส่วนหนึ่งของทัวร์ด้วย ยกตัวอย่างเช่นโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัท Avalon Waterways และ Grand Circle Cruise Line ซึ่งเป็นผู้ประกอบการเรือสำราญตามเส้นทางแม่น้ำรายใหญ่จากยุโรป ที่มีเส้นทางให้บริการในภูมิภาคนี้ในปัจจุบัน

แผนภาพที่ 28: ตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำที่มีการเชื่อมโยงในปัจจุบันของ AVALON WATERWAYS (ซ้าย) และ GRAND CIRCLE CRUISE LINE (ขวา)



การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาจถูกจัดขึ้นภายใต้ธีม (Theme) การท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงประเทศสมาชิกเข้าด้วยกันเป็นกลุ่ม ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นแม่น้ำที่ทอดยาวจากประเทศจีน ไหลผ่านประเทศลาว พม่า ไทย กัมพูชา และเวียดนาม โดยสามารถเริ่มต้นการเดินทางที่ฮาลองเบย์ และเดินทางต่อมายังนครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เพื่อล่องเรือบนแม่น้ำโขงไปยังเสียมราฐ ประเทศกัมพูชา และต่อเครื่องบินไปยังหลวงพระบาง ประเทศลาว และสิ้นสุดการเดินทางที่กรุงเทพฯ ประเทศไทย

ส่วนที่ 6 การท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism)

เนื่องจากการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขารอบคลุมในส่วนของเมืองอยู่หลายแห่ง โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศและมีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ โดยการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นมากขึ้น คือ การท่องเที่ยวแบบเมืองหรือการท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism) เนื่องจากการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและหน่วยราชการ และการเติบโตด้านการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว จึงทำให้ตัวเมืองเองก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

การท่องเที่ยวในเขตเมืองยังเป็นหัวข้อการศึกษาที่ใหม่และยังมียุ่อย่างจำกัด ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2532 Ashworth⁶⁴ ได้เริ่มทำการศึกษาและวิเคราะห์การท่องเที่ยวในเขตเมือง ซึ่งเป็นอีกลักษณะหนึ่งของการท่องเที่ยว และเป็นจุดเริ่มต้นของการขยายมิติและทฤษฎีการท่องเที่ยวในเขตเมืองเพิ่มเติม เช่น การศึกษาที่มาของการท่องเที่ยวในเขตเมือง กิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตเมืองต่างๆ และการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยการศึกษาดังกล่าวนี้นี้เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นหลังจากปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ที่หลายประเทศหันมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมากขึ้น

6.1 นิยามและที่มาของการท่องเที่ยวในเขตเมือง

The European Commission (EC) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวในเขตเมือง คือ “ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในเมืองที่น่าเสนอให้กับผู้เยี่ยมชมที่มาจากที่อื่น” นอกเหนือจากนี้ Verbeke⁶⁵ อธิบายว่าการท่องเที่ยวในเขตเมือง หมายถึง การท่องเที่ยวในเขตตัวเมืองโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมชมตึก อาคารที่มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเก่าแก่หรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ โรงละคร การชมการแข่งขันกีฬา การเข้าร่วมเทศกาลและการชื่นชมทัศนียภาพและภูมิสถาปัตยกรรมเมือง อย่างไรก็ตาม Uysal⁶⁶ ได้เสนอว่านิยามการท่องเที่ยวในเขตเมืองโดยการเน้นที่คำว่า “เมือง” เพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอ เนื่องจากกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ผู้เยี่ยมชมสามารถทำได้นั้นไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงสิ่งที่เป็เมืองเท่านั้น กล่าวคือ นอกจากจะสามารถเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองได้แล้ว ผู้เยี่ยมชมหรือนักท่องเที่ยวยังสามารถทำสปาและบริการด้านสุขภาพอื่นๆ

⁶⁴ Ashworth, G. J. (1989). Urban Tourism: An imbalance in attention. *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, 4(1), 1-6.

⁶⁵ Verbeke, J. (1996). Scanning museum visitors: Urban tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 231-253.

⁶⁶ Uysal, U. E. (2015). *Urban tourism in Istanbul: Urban regeneration, mega-events and city marketing and branding* (Academic Dissertation). University of Helsinki, Finland.

ที่ไม่จำเป็นต้องพบได้ในเมืองเพียงเท่านั้น⁶⁷ ดังนั้น Gilbert และ Clarke⁶⁸ จึงสรุปว่า “การศึกษาการท่องเที่ยวในเขตเมืองคือการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบกับสภาพแวดล้อมของเมือง”

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวในเขตเมืองคือปรากฏการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่จุดหมายปลายทางที่เป็นเมือง แต่หมายถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รวมถึงการเยี่ยมชมเมืองและย่านชุมชนที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือสถาปัตยกรรม เข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือศิลปกรรม (เช่น เทศกาล คอนเสิร์ต นิทรรศการ และการประชุม) และเข้าร่วมวิถีชีวิตของผู้คนที่ถือว่าเป็นเมือง

ตัวอย่างการท่องเที่ยวในเขตเมือง เช่น ลอนดอน การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวแบบเมืองได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ในแต่ละวันนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาลอนดอนมักจะเดินทางไปเยี่ยมชมหอนาฬิกาบิกเบน อาคารรัฐสภา พิพิธภัณฑ์ลอนดอน ในปารีสนักท่องเที่ยวก็นิยมเดินทางเยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น หอไอเฟล พระราชวังแวร์ซายส์ ร้านขายน้ำหอม เช่นเดียวกันกับในเอเชีย เช่น ฮองกง ปักกิ่ง โตเกียว หรือมะละกา เป็นต้น⁶⁹

การท่องเที่ยวในเขตเมืองเกิดขึ้นได้ด้วยหลายปัจจัย คือ โลกาภิวัตน์ (Globalization) การเปลี่ยนจากยุคอุตสาหกรรม (Deindustrialization) และการพัฒนาเข้าสู่สังคมเมือง (Urbanization)⁷⁰

โลกาภิวัตน์หรือปัจจัยแรกนั้นทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของเงินทุน แรงงาน สินค้า และบริการที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้เมืองกลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการเงิน การบริการ และความบันเทิง จึงทำให้เมืองมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการด้านต่างๆ มากขึ้น โดยผลพลอยได้ คือ นอกเหนือจากการดึงดูดนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติให้เข้ามามากขึ้นแล้ว เมืองยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ด้วย และด้วยการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น เมืองก็เริ่มพัฒนาศูนย์วัฒนธรรมและนิทรรศการ ศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า และมีการจัดกิจกรรมอย่างยิ่งใหญ่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลที่ได้คือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพิ่มขึ้นและเป็นวัฏจักรของการพัฒนาสืบเนื่องต่อไป นอกเหนือจากนี้ โลกาภิวัตน์ยังนำมาซึ่งความร่วมมือหรือการรวมกลุ่มกันระหว่างประเทศ ภายในภูมิภาค และภายนอกภูมิภาค เช่น สนธิสัญญาความร่วมมือ Schengen Area ใน

⁶⁷ Ashworth G. J., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.

⁶⁸ Gilbert, D., & Clark, M. (1997). An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to resident's attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford. *Cities*, 14(6), 343-352.

⁶⁹ ภาณุวัฒน์ ภักดิ์อักษร. (2555). การท่องเที่ยวแบบเมือง ธุรกิจสถานบันเทิงยามราตรีและผลกระทบเชิงสังคมและวัฒนธรรมในเมืองเก่าภูเก็ต. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 32(2), 115-129.

⁷⁰ Uysal, U. E. (2015) *Urban tourism in Istanbul: Urban regeneration, mega-events and city marketing and branding* (Academic Dissertation). University of Helsinki, Finland.

ทวีปยุโรปก็ทำให้นักท่องเที่ยวและผู้คนสามารถเดินทางระหว่างชายแดนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น หรือการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ก็จะส่งผลในรูปแบบที่ใกล้เคียงกัน ด้วยเหตุนี้ สายการบินต้นทุนต่ำหรือเรือสำราญจึงสามารถดำเนินการได้สะดวกมากยิ่งขึ้นส่งผลให้การท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น⁷¹

ปัจจัยที่สอง คือ การเปลี่ยนแปลงจากยุคอุตสาหกรรมมาสู่ภาคการบริการมากขึ้นที่เป็นปัจจัยที่นำไปสู่การท่องเที่ยวในเขตเมือง กล่าวคือ การลดลงของภาคอุตสาหกรรมนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของการจ้างงาน การลงทุน และวิถีชีวิตของคนเมือง นอกเหนือจากนี้ การเปลี่ยนแปลงนั้นยังได้ทั้งพื้นฐานของการเป็นอุตสาหกรรมไว้ เช่น โรงงาน ท่าจอด หรือทางรถไฟ เป็นต้น ซึ่งสิ่งก่อสร้างเหล่านี้สามารถถูกนำมาพัฒนาเปลี่ยนแปลงเป็นจุดท่องเที่ยวและจุดวัฒนธรรมใหม่ๆ เช่น ถูกนำมาแปลเปลี่ยนเป็นที่อยู่อาศัย ศูนย์การค้า และสถานบันเทิง ซึ่งเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตเมืองในปัจจุบัน เช่น Asiatique The Riverfront เป็นศูนย์การค้าแนวราบริมแม่น้ำที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ซึ่งเดิมเคยเป็นที่ตั้งของท่าเรือและบริษัท อีสต์เอเชียติก บริษัทเดินเรือสัญชาติเดนมาร์กที่มาเปิดกิจการในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยสร้างเป็นโกดัง โรงเลื่อย และนำเครื่องจักรขนาดใหญ่หลายตัวมาติดตั้งไว้ หรือ โครงการอุตสาหกรรม B&W Hallerne บนเกาะ Refshaleøen ในเมืองโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ได้ถูกเปลี่ยนเป็นที่จัดการแข่งขันประกวดเพลงระดับนานาชาติประจำปีของทวีปยุโรปที่มีชื่อว่า Eurovision Song Contest^{72,73} ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้เข้ามาในเมือง

แผนภาพที่ 29: ASIATIQUE THE RIVERFRONT (ซ้าย) และ B&W HALLERNE (ขวา)



ที่มา: <http://www.muangthai.com/thaidata/83243/asiatique-the-riverfront> และ

https://en.wikipedia.org/wiki/Eurovision_Song_Contest_2014#/media/File:B%26W_Hallerne_2014-04-27_4.jpg

⁷¹ Botta, G. (2010). Language and the scientific imagination: Proceedings of the 11th Conference of the International Society for the Study of European Ideas (ISSEI), 28 July – 2 August 2008 at the Language Center, University of Helsinki, Finland. Online at https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/15311/60_Botta.pdf?sequence=1

⁷² Law, C. M. (1992). Urban tourism and its contribution to economic regeneration. *Urban Studies*, 29(3-4), 599-618.

⁷³ Sassen, S., & Roost, F. (1999). The city: Strategic site for the global entertainment industry. In Fainstein, S. S. & Judd, D. (Eds.). *The tourist city*. Yale University Press, New Haven & London, 143-154.

ปัจจัยสุดท้ายคือ การพัฒนาเข้าสู่สังคมเมืองก็มีผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองเช่นกัน กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างเมืองและนักท่องเที่ยวเป็นความสัมพันธ์ที่มีมาตั้งแต่ในอดีต เช่น ในยุคอารยธรรมเมโสโปเตเมีย เมืองเหล่านั้นเป็นแหล่งศูนย์รวมทางการค้า การผลิต การศึกษา วัฒนธรรม ศิลปะ และความบันเทิงของยุคจึงดึงดูดผู้เยี่ยมชมเยือนเข้ามามหาศาลในแต่วัน⁷⁴ นอกเหนือจากนี้ ในปัจจุบัน การพัฒนาเข้าสู่สังคมเมืองก็นำมาสู่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งส่งผลสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตเมือง เช่น การแบ่งแยกระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว การพัฒนาด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร และการบริโภค รวมถึงการใช้ทรัพยากรหน้าการท่องเที่ยว และการจองการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งล้วนทำให้การท่องเที่ยวในเขตเมืองได้รับความนิยมมากขึ้น

นอกเหนือจากนี้ Ashworth⁷⁵ อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นเมืองกับการท่องเที่ยว โดยกล่าวว่ามี 2 ความเป็นไปได้ที่แนวความคิด “การท่องเที่ยว” และ “เมือง” มารวมกัน คือ (1) ลักษณะเฉพาะของเมืองในฐานะแหล่งชุมชนมีส่วนในการสร้างการท่องเที่ยวและการพักผ่อน และนำไปสู่การท่องเที่ยวในเขตเมือง หรือในทางกลับกัน (2) การท่องเที่ยวในเขตเมืองส่งผลให้เมืองพัฒนาไปในรูปแบบที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว อีกทั้ง Muhammad⁷⁶ ได้สรุป 5 ปัจจัยหลักที่สนับสนุนเมืองให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว คือ

1. การมีประชากรสูง ซึ่งนำมาสู่การดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เป็นญาติและเพื่อนของผู้อยู่อาศัย
2. การเป็นศูนย์กลางการเดินทางหรือการเคลื่อนย้ายของผู้คน
3. การเป็นศูนย์กลางการค้า อุตสาหกรรม และการเงิน
4. ความหนาแน่นของบริการที่มีให้กับผู้คน เช่น การศึกษา การบริหารจัดการ สุขภาพ และอื่นๆ
5. เป็นสถานที่ซึ่งสามารถมอบประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม ศิลปกรรม และสันทนาการให้กับผู้คนได้

⁷⁴ Karski, A. (1990) Urban tourism: A key to urban regeneration. *The Planner*, 76(13), 15-17.

⁷⁵ Ashworth, G. J. (1989) Urban Tourism: An imbalance in attention. *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, 4(1), 1-6.

⁷⁶ Muhammad, E. (2011). *Urban Tourism and Strategic Planning: An Integrated Study of Alexandria and Barcelona* (Master Thesis). UNICA Euromaster in Urban Studies (4 Cities), Europe.

Fainstein และ Judd⁷⁷ กล่าวว่าการท่องเที่ยวในเขตเมืองมีผู้เล่นที่สำคัญอยู่ 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเมือง โดยอธิบายว่าทั้ง 3 กลุ่มมีความเชื่อมโยงกันโดยร่วมกันสร้างระบบนิเวศที่ซับซ้อนขึ้นมา คือ ความต้องการและรสนิยมของนักท่องเที่ยวเป็นตัวกำหนดวิถีการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของเมือง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองเพื่อให้ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

⁷⁷ Fainstein, S. S., & Judd, D. (1999). *The tourist city*. Yale University Press, New Haven & London.

6.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวในเขตเมือง

การท่องเที่ยวในเขตเมืองนั้นสามารถทำได้ในหลายรูปแบบ และมีองค์ประกอบที่หลากหลาย โดยเฉพาะสำหรับเขตพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา ซึ่งพาดผ่านเมืองหลายเมืองตามริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในภาคกลางของประเทศไทย ที่มีทั้งต้นทุนทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมายาวนาน

จากหนังสือ Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities ของ Christopher Law⁷⁸ ได้ทำการจำแนกทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตเมืองออกเป็น 3 ส่วน คือ องค์ประกอบหลัก (Primary) องค์ประกอบรอง (Secondary) และองค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Additional elements) โดยองค์ประกอบหลัก จะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่จุดหมายปลายทางนั้นๆ ส่วนองค์ประกอบรอง ซึ่งรวมถึง ที่พัก แหล่งช้อปปิ้ง และการคมนาคมขนส่ง หรือการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว และองค์ประกอบส่วนเพิ่มที่เป็นเครื่องอำนวยความสะดวกล้วนก็เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการท่องเที่ยวในเขตเมืองดังกล่าวเช่นเดียวกัน

ตัวอย่างขององค์ประกอบที่สามารถทำให้การท่องเที่ยวในเขตเมืองประสบความสำเร็จ เช่น เขตประวัติศาสตร์ บริเวณริมน้ำ ศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการ เขตท่องเที่ยวพิเศษ บุคลากรและผู้คนที่ท้องถิ่น ซึ่งเปรียบเสมือนเจ้าภาพ และร้านค้าและร้านอาหาร เป็นต้น

⁷⁸ Law, C. (2002). *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*. London: Continuum.

ตารางที่ 6: ตารางสรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในเขตเมือง

องค์ประกอบหลัก (Primary Elements)	
แหล่งกิจกรรม (Activity Place) <i>สถานที่ทางวัฒนธรรม (Cultural Facilities)</i> - พิพิธภัณฑ์ - โรงละครและโรงภาพยนตร์ - สถานที่จัดการแสดงคอนเสิร์ต - ศูนย์ประชุม - อื่นๆ <i>ศูนย์กีฬา (Sport Facilities)</i> - ศูนย์กีฬาในร่มและกลางแจ้ง <i>สถานบันเทิง (Amusement Facilities)</i> - ไนท์คลับ - คาสิโน	ลักษณะของพื้นที่ท่องเที่ยว (Leisure Setting) <i>ลักษณะทางกายภาพ (Physical Characteristics)</i> - เขตเมืองเก่า - อาคารที่น่าสนใจ - อนุสาวรีย์และรูปปั้น - สวนและพื้นที่สีเขียว - พื้นที่บริเวณริมน้ำ <i>ลักษณะทางสังคม (Socio-cultural features)</i> - ความมีชีวิตชีวาของชุมชน - ภาษา - ขนบธรรมเนียม ประเพณี และเครื่องแต่งกาย - มรดกทางวัฒนธรรม - ความเป็นมิตรของผู้คนท้องถิ่น - ความปลอดภัย
องค์ประกอบรอง (Secondary elements)	องค์ประกอบส่วนเพิ่ม (Additional elements)
- ที่พัก - ร้านอาหาร - ร้านค้าและแหล่งช้อปปิ้ง - ตลาด	- การเข้าถึงสำหรับคนพิการ - การคมนาคมขนส่ง - ที่จอดรถ - ข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง แผนที่ ฯลฯ

ที่มา: Ruetsche, J. (2006) Urban Tourism: What attracts visitors to cities? *Let's Talk Business e-Newsletter*, 117, University of Wisconsin-Extension

เขตประวัติศาสตร์ (Historic Districts)

ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน อาคาร และสิ่งปลูกสร้างในท้องถิ่น สามารถสร้างคุณลักษณะที่แตกต่างให้แก่พื้นที่ ซึ่งมีคุณค่าอย่างมากทั้งทางด้านข้อมูลความเป็นมาที่น่าสนใจและการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในเชิงการท่องเที่ยว ซึ่งมักจะต้องมีการพัฒนาให้สามารถเดินเที่ยวได้ง่าย โดยตัวอย่างพื้นที่ที่ต้นทุนทางประวัติศาสตร์สูงในเขตพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำสาขา เช่น เกาะรัตนโกสินทร์ ในกรุงเทพมหานคร และเกาะเมือง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

แผนภาพที่ 30: ตัวอย่างการท่องเที่ยวเขตประวัติศาสตร์



เกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร



เกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บริเวณริมน้ำ (Waterfronts)

การพัฒนาพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำ และลำน้ำ นั้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งจากการใช้ประโยชน์ทั่วไปและการพักผ่อนหย่อนใจ ในช่วงที่ผ่านมา พื้นที่ริมน้ำได้รับความสนใจมากขึ้นจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อว่าจะสามารถสร้างคุณค่าแก่เมืองได้ทั้งด้านความสวยงาม และการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ เช่น Asiatique The Riverfront ซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นต้น

แผนภาพที่ 31: ตัวอย่างการท่องเที่ยวบริเวณริมน้ำ



Asiatique The Riverfront



River City Shopping Complex

ศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการ (Convention Centers and Exhibitions)

การจัดประชุมและนิทรรศการ ถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวในเขตเมือง ในบางพื้นที่ นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 40 มาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมหรือเข้าชมนิทรรศการ อุตสาหกรรมการจัดประชุม และนิทรรศการนับเป็นหนึ่งในกลุ่มที่มีการเติบโตเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้เยี่ยมชมมักมีการใช้จ่ายอยู่ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ย และมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี การเพิ่มอัตราการจ้างงาน การพัฒนาภาพลักษณ์ และการฟื้นฟูเมือง เป็นตัวอย่างของข้อดีจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว

แผนภาพที่ 32: ตัวอย่างการท่องเที่ยวรูปแบบศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการ



ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี



ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค

เขตท่องเที่ยวพิเศษ (Special Visitor Districts)

เขตท่องเที่ยวพิเศษเป็นพื้นที่ที่ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว และจุดสนใจหลายแห่งตั้งรวมกัน ไม่ว่าจะเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กีฬา หรือความบันเทิง เขตดังกล่าวช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งได้ง่ายขึ้น เช่น เขตช้อปปิ้งราชประสงค์ สยาม หรือ The EM District (ย่านพร้อมพงษ์) ที่ประกอบด้วยศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า โรงแรม โรงหนังและอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งตั้งอยู่เป็นกลุ่มในพื้นที่ย่านธุรกิจ (Central Business District - CBD) ของกรุงเทพมหานคร

แผนภาพที่ 33: ตัวอย่างการท่องเที่ยวในเขตท่องเที่ยวพิเศษ



ย่านราชประสงค์



The EM District

บุคลากรและผู้คนที่ท้องถิ่นซึ่งเปรียบเสมือนเจ้าภาพ (Tourism Employees and Residents as City Advocates)

ความเป็นมิตรของผู้คนเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านสังคมที่สำคัญที่สุดในการสนับสนุนท่องเที่ยวในท้องถิ่น ความเป็นมืออาชีพ และบริการที่มีคุณภาพเริ่มต้นจากความเป็นมิตรของบุคลากรที่อยู่ในห่วงโซ่มูลค่า ปัจจัยสำคัญในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวคือผู้คนที่เปี่ยมมิตรและโอบอ้อมอารี ที่สำคัญ ความเป็นมิตรดังกล่าวมิได้จำกัดเฉพาะบุคลากรในอุตสาหกรรมเท่านั้น ผู้คนที่อาศัยและทำงานอยู่ในเมืองดังกล่าว ยังสามารถช่วยกันทำให้เมืองนั้นๆเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าจดจำได้ทุกคน

ร้านค้าและร้านอาหาร (Retail and Catering Facilities)

ถึงแม้ร้านค้าและร้านอาหารจะถือเป็นองค์ประกอบรองของการท่องเที่ยว แต่ถือได้ว่าทั้งสองสิ่งนี้มีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักจะใช้จ่ายเงินจำนวนมากรวมทั้งใช้เวลาไปกับการช้อปปิ้งและการรับประทานอาหาร ซึ่งอาหารไทยมีเอกลักษณ์และจัดว่าเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมในทัศนคติของชาวต่างชาติ และสำหรับนักท่องเที่ยวบางราย การช้อปปิ้งถือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการพักผ่อนอีกด้วย

แผนภาพที่ 34: แหล่งร้านค้าและร้านอาหารในกรุงเทพฯ ที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยว



ศูนย์การค้าสยามพารากอน



ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์



ศูนย์การค้ามาบุญครอง



ตลาดนัดจตุจักร

6.3 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมือง

นอกจากการสร้างและปรับปรุงองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีตัวอย่างแนวคิดหรือกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมือง อาทิ

แนวคิดการฟื้นฟูเมือง (Urban Regeneration)

แนวคิดพื้นฐานของการฟื้นฟูเมือง คือ การปรับปรุงสภาพทางกายภาพของเมืองหรือส่วนของเมืองที่เสื่อมโทรม ให้มีสภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของสังคมร่วมสมัย โดยการเพิ่มความหนาแน่นของประชากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่เมืองเดิม โดยผลจากการฟื้นฟูเมืองนั้นมีความหลากหลาย และกระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไป ยกตัวอย่างเช่น โครงการฟื้นฟูเมืองอาจจะช่วยให้เศรษฐกิจการค้าในพื้นที่ดังกล่าวเติบโต และส่งผลให้ราคาที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ปรับตัวสูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน ผู้เช่าที่เคยอยู่อาศัยในบริเวณดังกล่าวก็อาจถูกผลักดันออกจากพื้นที่ทั้งโดยสมัครใจ หรือไม่สมัครใจก็ตาม

สำหรับแนวคิดการฟื้นฟูเมือง ในมุมมองของการท่องเที่ยว (Urban Tourism) นั้น เป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าแรงจูงใจหลักมาจากการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยจะมีการทำนุบำรุงและรักษาเขตและสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ในยุโรป เมืองอย่าง บาร์เซโลนา และ กลาสโกว์ ได้กลายมาเป็นกรณีศึกษาตัวอย่างสำหรับการใช้กลยุทธ์การฟื้นฟูเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เมืองดังกล่าวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมหาศาลในแต่ละปี โดยเมืองจำนวนมากได้ยึดถือเป็นแบบอย่าง และทำการลงทุนในการสร้างศูนย์ประชุม พิพิธภัณฑ์ แลนด์มาร์ค สถานบันเทิง และศูนย์กีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี กลยุทธ์การฟื้นฟูเมืองก็อาจนำไปสู่ปัญหาเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น อาจทำให้เกิดการแบ่งเขตชั้นในเมือง (Urban Segregation) เช่น พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนา เป็นระเบียบ สะอาด และปลอดภัย แต่ในขณะเดียวกัน นอกพื้นที่ดังกล่าวกลับเสื่อมโทรม และเต็มไปด้วยปัญหาอาชญากรรม⁷⁹ นอกจากนี้ โครงการฟื้นฟูเมืองอาจส่งผลให้มีการผลักดันผู้คนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่เดิมออกไปนอกพื้นที่ ซึ่งอาจนำไปสู่ความไม่พอใจในหมู่ผู้ที่อาศัยอยู่เดิม และก่อให้เกิดการประท้วงได้

⁷⁹ Fainstein, S. S., & Gladstone, D. (1999) Evaluating Urban Tourism. In Fainstein, S.S and Judd, D. (Eds.) *The tourist city*, Yale University Press, New Haven & London, 21-35.

การจัดกิจกรรมพิเศษ (Mega-events)

การจัดกิจกรรมพิเศษ (Mega-events) หรือ กิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ (Hallmark Events) เป็นการจัดกิจกรรมโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายในระดับนานาชาติ เช่น กีฬาโอลิมปิก การจัดการประชุมและงานเทศกาลระดับนานาชาติ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยว การสื่อสาร และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยในบางครั้งผู้เข้าร่วมงานอาจจะมาจากทั่วโลก กิจกรรมบางประเภทจะมีลักษณะเฉพาะตัว ถูกจัดขึ้นมาเพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับการท่องเที่ยวบางประเภท หรือกิจกรรมด้านศาสนา

แผนภาพที่ 35: ตัวอย่างการจัดกิจกรรมพิเศษระดับนานาชาติ



การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก
โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ค.ศ. 2020



การแสดงผลนิทรรศการนานาชาติ
ดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ค.ศ. 2020



Eurovision Song Content
เวียนนา ประเทศออสเตรีย ค.ศ. 2015

ในปัจจุบัน การจัดกิจกรรมพิเศษ มักจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อเมืองอย่างมาก และมักถูกใช้เป็นเหตุผลในการทำการฟื้นฟูเมือง การพัฒนาสิ่งแวดล้อม และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงสิ่งปลูกสร้างต่างๆ อาทิ สนามกีฬา โรงละคร พิพิธภัณฑ์ การคมนาคมขนส่ง โรงแรมที่พัก และศูนย์จัดแสดงสินค้าและศูนย์ประชุม โดยการจัดกิจกรรมพิเศษดังกล่าว มักจะช่วยสร้างรายได้ และโอกาสในการลงทุนใหม่ๆ รวมทั้งเพิ่มการจ้างงานในท้องถิ่น

นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมพิเศษ ไม่ได้เพียงสร้างรายได้ให้กับเมืองเพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถใช้ประกอบการเสริมสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ของเมืองได้อีกด้วย โดยเฉพาะกิจกรรมระดับโลกอย่าง การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก และ World Fairs และที่สำคัญ การจัดกิจกรรมพิเศษ ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเน้นย้ำให้อัตลักษณ์ของเมืองที่มีการทำตลาดไปก่อนหน้านี้ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมพิเศษ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น การรวมตัวกันของเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เงินทุนสนับสนุน ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวางแผนและการจัดการกิจกรรมอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target audience) ที่ชัดเจนและถูกต้อง การใช้เครื่องมือทั้งสื่อและการตลาดที่เหมาะสม ถึงแม้เมืองส่วนใหญ่จะไม่มีศักยภาพพอที่จะจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ แต่เมืองเล็กๆก็สามารถค้นหาจุดขายและทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อนำมาสร้างเป็น

กิจกรรมที่มีความน่าสนใจได้ ยกตัวอย่างเช่น เมือง Bunol ในประเทศสเปน ที่มีการจัดเทศกาลปามะเชื่อเทศ (Tomato Throwing Festival) เป็นประจำทุกปี

อย่างไรก็ตาม การเลียนแบบกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมพิเศษอาจไม่ได้ผลอย่างที่คาดเสมอไป เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่มีความเสี่ยงสูง และในบางกรณีอาจส่งผลให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและเมือง เช่น สถานที่ต่างๆอาจไม่มีการใช้งานให้เกิดประโยชน์ภายหลังการจัดกิจกรรม หรือแม้แต่นำมาซึ่งผลกระทบด้านลบในระยะยาว

การตลาดและการสร้างแบรนด์สำหรับการท่องเที่ยวในเขตเมือง (City Marketing and City Branding)

แนวคิดการสื่อสารการตลาดสำหรับเมืองท่องเที่ยว เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตเมือง ซึ่งมีการศึกษาและมีชื่อเรียกต่างกันไป ทั้ง Destination Marketing/Destination Branding และ City Branding/Urban Branding

การสร้างแบรนด์เป็นเรื่องที่นักการตลาดได้จัดประกายให้กับผู้บริหารองค์กรในการพัฒนาหรือสร้าง การจดจำให้กับสินค้าบริการ หรือองค์กร ซึ่งไม่เพียงจะเป็นกระแสสำหรับองค์กรต่างๆ เท่านั้น แต่ยังสามารถขยาย ไปสู่การสร้างแบรนด์สำหรับประเทศ และเมืองต่างๆ ทั่วโลก การสร้างแบรนด์เพื่อสื่อสารถึงความเป็นเมือง อาศัยหลักการเช่นเดียวกันกับการสื่อสารแบรนด์ทั่วไป ที่ต้องมีการบริหารจัดการแบรนด์ที่มีนโยบายที่ชัดเจน เพื่อสร้างข้อกำหนดใหม่ที่น่าสนใจในเรื่องของกลยุทธ์ที่เป็นรูปธรรม รวมถึงกำหนดวิธีการใช้งาน เมืองในแต่ละ ประเทศล้วนมีประวัติศาสตร์ ความเป็นมารวมถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่คนทั่วไปรับรู้แตกต่างกัน อาทิ ปารีส-เมืองแห่งความโรแมนติก มิลาน-เมืองแห่งสไตล์ นิวยอร์ก-เมืองที่ไม่เคยหยุดนิ่ง วอชิงตัน-เมืองแห่งพลังอำนาจ โตเกียว-เมืองแห่งความทันสมัย บาเซิล-เมืองแห่งวัฒนธรรม หรือรีโอเดจาเนโร-เมืองแห่งความสนุกสนาน เป็นต้น

แผนภาพที่ 36: เมืองในแต่ละประเทศมีประวัติศาสตร์ ความเป็นมา และภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน



ปารีส ประเทศฝรั่งเศส
เมืองแห่งความโรแมนติก



มิลาน ประเทศอิตาลี
เมืองแห่งสไตล์และแฟชั่น



นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา
เมืองที่ไม่เคยหยุดนิ่ง



โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
เมืองแห่งความทันสมัย

อย่างไรก็ตาม การทำตลาดและสร้างแบรนด์สำหรับการท่องเที่ยวนั้นก็ต้องอาศัยทรัพยากรและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมในพื้นที่ เช่น แลนด์มาร์ค สถานที่ท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม อาคาร บ้านเรือน และสิ่งปลูกสร้าง สามารถสร้างความโดดเด่นให้กับเมืองต่างๆ และส่งผลให้มีชื่อเสียงในระดับโลก ในขณะที่ ถ้าหากเมืองหรือท้องถิ่นขาดองค์ประกอบเหล่านี้ จะทำให้การสร้างแบรนด์หรือความแตกต่างทำได้ยากและอาจไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งในกรณีดังกล่าว การตลาดและการสร้างแบรนด์อาจไม่ต่างจากการพนันที่อาจส่งผลให้ทั้งเงินและเวลาที่ได้ลงทุนไปสูญเปล่าในที่สุด^{80,81}

⁸⁰ Anholt, S. (2006). The Anholt-GMI City Brands Index: how the world sees the world's cities. *Place Branding and Public Diplomacy*, 2(1), 18-31.

⁸¹ Anholt, S. (2007) *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.

6.4 การท่องเที่ยวในเขตเมืองในประเทศที่กำลังพัฒนา

ด้วยความเจริญทางเศรษฐกิจ ประเทศที่กำลังพัฒนาโดยเฉพาะในทวีปเอเชียมีการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวในเขตเมือง อย่างไรก็ตาม การศึกษาการท่องเที่ยวในเขตเมืองหรือการท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศที่กำลังพัฒนายังมีอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากนักวิจัยทางการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวในประเทศตะวันตกมากกว่า เช่น สหราชอาณาจักร ประเทศในยุโรปตะวันตก และประเทศในอเมริกาเหนือ Opperman และ Chon⁸² อธิบายว่าในประเทศที่กำลังพัฒนา “นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับที่พักริมชายหาดมากกว่าที่อยู่ในเมือง” อย่างไรก็ตาม นักวิจัยด้านการท่องเที่ยว ด้านเกี่ยวเมือง และด้านภูมิศาสตร์บางกลุ่มได้เริ่มหันมาให้ความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะการศึกษาในเรื่องของวิธีการท่องเที่ยวในเขตเมืองสามารถนำมาใช้ได้ในประเทศที่กำลังพัฒนา และการวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวในเขตเมืองในประเทศที่กำลังพัฒนา⁸³

Singh⁸⁴ ศึกษาเกี่ยวกับเมือง Lucknow ในประเทศอินเดียแล้วพบว่าการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในเขตเมืองเพื่อเป็นการอนุรักษ์ทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Asset) เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้ผู้คนหันมาหาวิธีอนุรักษ์ธรรมชาติจากมลพิษ และเสริมสร้างคุณภาพของเมืองโดยเฉพาะในย่านที่มีชุมชนอยู่อย่างหนาแน่น ในเวลาเดียวกัน Weaver⁸⁵ ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวในเขตเมืองในหมู่เกาะ Caribbean ซึ่งเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาเช่นกัน โดยได้ศึกษาถึง (1) การวิวัฒนาการของหมู่เกาะในการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว (2) วิธีการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองจากพื้นที่ที่มีเพียงท่าเรือในอดีต และจากการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อการวิวัฒนาการของหมู่เกาะอย่างมาก โดยการพัฒนาเมืองเริ่มจากบริเวณท่าที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดแล้วขยายตัวอย่างต่อเนื่องไปในหมู่เกาะ

⁸² Oppermann, M., & Chon, K. S. (1997). *Tourism in developing countries*. London: International Thomson Business Press.

⁸³ Ismail, H., Baum, T., & Kokranikkal, J. (2008). Urban Tourism in developing countries: A case of Malaysia. The Scottish Hotel School, University of Strathclyde.

⁸⁴ Singh, S. (1994). *Culture Tourism and Heritage Management*. New Delhi. Rawat Publications.

⁸⁵ Weaver, D. B. (1993). Model of Urban Tourism for Small Caribbean Islands. *Geographical Review*, 83(2), 134-140.

แผนภาพที่ 37: เมือง LUCKNOW ประเทศอินเดีย และหมู่เกาะ CARIBBEAN ที่เกิดการพัฒนาเนื่องจากการท่องเที่ยว



Mullins⁸⁶ กล่าวว่าเมืองที่มีขนาดใหญ่เกือบทั้งหมดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เริ่มหันมาให้ความสนใจกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นโอกาสในการขยายตัวด้านบริโภค (Expand Consumption Opportunities) ซึ่งสนับสนุนความเจริญทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือ การที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดการการท่องเที่ยว และตลาดที่มีการซื้อขายบริการและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยทั้งผู้ประกอบการต่างชาติและผู้ประกอบการท้องถิ่น⁸⁷

นอกเหนือจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติยังเป็นผู้สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะสำหรับประเทศที่เป็นประเทศหลักของการท่องเที่ยว เช่น ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย Mullins⁸⁸ มีความเห็นว่า สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ “ประเทศที่เศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต (Dynamic) และเป็นทุนนิยมมากเท่าไร ประเทศก็จะมีการพัฒนาเป็นรูปแบบเมืองมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการท่องเที่ยวจากต่างชาติได้ดีขึ้น”

⁸⁶ Mullins, P. (1999) International tourism and the cities of Southeast Asia. In Judd, D.R. and Fainstein, S.S. (eds.) The tourist city. New Haven: Yale University Press.

⁸⁷ Ismail, H., Baum, T., & Kokranikkal, J. (2008). Urban Tourism in developing countries: A case of Malaysia. The Scottish Hotel School, University of Strathclyde.

⁸⁸ Mullins, P. (1999) International tourism and the cities of Southeast Asia. In Judd, D.R. and Fainstein, S.S. (eds.) The tourist city. New Haven: Yale University Press.

6.5 การพัฒนาเมือง (Urban Development) และการท่องเที่ยวในเขตเมือง

การพัฒนาในความหมายทั่วไป คือ การเจริญเติบโตหรือความก้าวหน้าในด้านใดด้านหนึ่ง ดังนั้น การพัฒนาเมืองจึงหมายถึง การพัฒนา การเจริญเติบโต และความก้าวหน้าในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวางผังเมือง ในปัจจุบัน จุดสนใจของการศึกษาการพัฒนาเมืองจะมุ่งเน้นไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน Wheeler⁸⁹ ให้คำจำกัดความของการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนคือ “การพัฒนาที่เป็นการปรับปรุงทางสังคมและสุขภาพของระบบนิเวศของเมืองที่มุ่งเน้นให้มีผลระยะยาว”

อย่างไรก็ดี การพัฒนาไม่จำเป็นต้องหมายถึง “การเจริญเติบโต” เสมอไป กล่าวคือ การพัฒนาเป็นกระบวนการในการทำให้เมืองประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งอาจรวมถึงการรักษาเสถียรภาพ การเพิ่มขึ้น การลดลง หรือการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ บริษัท อุตสาหกรรม หรือปัจจัยอื่นๆ⁹⁰

ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยวในเขตเมืองจึงมีความสำคัญมาก เนื่องจากถ้าไม่มีการพัฒนาเมืองก็จะมีไม่มีการท่องเที่ยวในเขตเมือง จึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาเมืองไม่ควรเป็นไปแบบสุ่มหรือแบบที่ไม่มีการวางแผนไว้ก่อน เนื่องจากการพัฒนาเมืองควรคำนึงถึงความต้องการของการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสถานที่พักผ่อน ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะฉะนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องการทรัพยากรหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถจัดกลุ่มเป็น 2 กลุ่มคือ ทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรอื่นๆ ทรัพยากรทางธรรมชาติรวมถึง (1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น ชายหาดและทางหิมะบนภูเขา (2) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่อง ซึ่งมีการใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ทะเลใช้ร่วมกับอุตสาหกรรมประมง และป่าไม้ใช้ร่วมกับอุตสาหกรรมเกษตรกรรม และ (3) ทรัพยากรร่วม ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ใช้ในเกือบทุกอุตสาหกรรมและชีวิตประจำวัน เช่น ที่ดินและน้ำ นอกเหนือจากนี้ ทรัพยากรอื่นๆ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลำดับ คือ (1) จุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่รวมถึง ธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งที่สร้างเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (2) โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างเพิ่มเติม (Superstructure) ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว และ (3) ลักษณะทางกายภาพและสังคม เช่น การต้อนรับของชุมชนต่อนักท่องเที่ยว⁹¹

⁸⁹ Wheeler, S. (1998) *Planning Sustainable and Livable Cities*. ISBN 0-415-27173-8, Routledge, New York.

⁹⁰ Liu, Z. (2003) Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.

⁹¹ Liu, Z. (2003) Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.

ส่วนที่ 7 การศึกษาเบื้องต้นกลุ่มพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขาหลัก

ในการคัดเลือกลำน้ำที่มีศักยภาพสำหรับกลุ่มริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น คือ แม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลักของประเทศไทยถือเป็นเส้นเลือดใหญ่โดยเฉพาะของคนภาคกลาง เกิดจากการรวมตัวกันของแม่น้ำ 4 สายจากทางภาคเหนือ คือ แม่น้ำปิง (715 กิโลเมตร) แม่น้ำวัง (400 กิโลเมตร) แม่น้ำยม (700 กิโลเมตร) และแม่น้ำน่าน (740 กิโลเมตร)⁹² โดยแม่น้ำวังไหลมาลงแม่น้ำปิงที่จังหวัดตาก แม่น้ำยมไหลมาลงแม่น้ำน่านที่จังหวัดนครสวรรค์ แล้วแม่น้ำปิงกับแม่น้ำน่านไหลมารวมกันเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาที่ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

แผนภาพที่ 38: แผนที่แม่น้ำปิง วัง ยม น่าน ซึ่งรวมกันเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาที่จังหวัดนครสวรรค์



จากต้นแม่น้ำเจ้าพระยาที่ปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ แม่น้ำเจ้าพระยาได้ไหลลงใต้ผ่านใจกลางของประเทศไทย ตั้งแต่พื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพฯ และไหลลงสู่อ่าวไทยที่ปากน้ำ ซึ่งอยู่ระหว่างเขตตำบลท้ายบ้าน ตำบลบางปูใหม่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ และตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ รวมความยาวของแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งสิ้นประมาณ 372 กิโลเมตร⁹³

⁹² Evans, A. (2009). *River of Life River of Kings*. Retrieved April 17, 2015, from Rivers of the World:

http://totallythames.org/images/uploads/documents/River%20of%20the%20World%20Info%20Packs/Chao_Phaya_River_Thailand.pdf

⁹³ สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2542). *แม่น้ำเจ้าพระยา : มารดาแห่งสยามประเทศ*. กรุงเทพฯ: บริษัทพิณเณศ พรินท์ติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด.

แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาเป็นแม่น้ำสายที่สำคัญที่สุดสำหรับประเทศไทย โดยที่ประชากรประมาณ 20 ล้านคน (หนึ่งในสามของประชากรทั้งหมดในประเทศ) อยู่ในพื้นที่ของแม่น้ำเจ้าพระยา และส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากแม่น้ำในการทำเกษตรกรรม โดยเฉพาะการปลูกข้าว จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศมีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม และประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการส่งออกข้าวสูงสุดในอันดับต้นๆ ของโลก

นักวิชาการและนักประวัติศาสตร์บางส่วนอธิบายว่าชื่อของประเทศไทยในอดีต “สยาม” มีความหมายถึง “ผู้คนแห่งแม่น้ำ” และ “เจ้าพระยา” หมายถึง “แม่น้ำของพระราช” โดยที่คำนำหน้า “แม่น้ำ” หมายถึง “แม่แห่งน้ำ” สำหรับที่มาของชื่อ “เจ้าพระยา” นั้นไม่มีหลักฐานปรากฏชัด แต่มีนักวิชาการหลายท่านอธิบายที่มาของชื่อแตกต่างกันไป เช่น สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงบันทึกไว้ในพระราชพงศาวดารฉบับพระราชหัตถเลขาว่า “ที่เราเรียกกันว่าปากน้ำเจ้าพระยาทุกวันนี้ แต่โบราณเรียกว่าปากน้ำพระประแดง ภายหลังเมื่อแผ่นดินงอกห่างออกไปไกล เมืองพระประแดงจึงเรียกว่า ปากน้ำบางเจ้าพระยา” หรือ ด้าน ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เคยเล่าถึงแม่น้ำเจ้าพระยาว่าเริ่มต้นที่จุดรวมของแม่น้ำน่าน และแม่น้ำปิง ที่ปากน้ำโพ นครสวรรค์ ไปสิ้นสุดไหลออกทะเลที่ปากน้ำเมืองสมุทรปราการ ตำบลตรงที่แม่น้ำนี้ไหลออกทะเลนั้นเคยมีชื่อว่า “เจ้าพระยา” ชื่อตำบลนั้นก็เลยใช้เรียกชื่อแม่น้ำทั้งสายว่า “แม่น้ำเจ้าพระยา” เช่นเดียวกับที่เอาชื่อตำบลที่แม่น้ำสายอื่นๆ ไหลออกสู่ทะเลเรียกเป็นชื่อแม่น้ำ เช่น แม่น้ำบางปะกง แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง เป็นต้น⁹⁴ ซึ่งแม่น้ำเจ้าพระยามีส่วนสำคัญต่อประวัติศาสตร์ประเทศไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ กล่าวคือ เมืองหลวงและเมืองหลักของไทยหลายเมืองตั้งอยู่ในเขตพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา⁹⁵ (เช่น กรุงศรีอยุธยา พ.ศ. 1893-2310 กรุงธนบุรี พ.ศ. 2310 – 2325 และกรุงเทพฯ ตั้งแต่ พ.ศ. 2325 เป็นต้นมา) เนื่องจากคนพื้นที่ลุ่มแม่น้ำสามารถใช้สำหรับป้องกันตัวเองได้ดี เดินทางและสื่อสารกับเมืองหรือประเทศอื่นได้สะดวก และง่ายต่อการใช้ชีวิตและประกอบอาชีพด้วยทรัพยากรทางน้ำต่างๆ ซึ่งส่งผลให้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทยมีความสัมพันธ์อันตึกกับน้ำโดยเฉพาะกับแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น ประเพณีลอยกระทงและสงกรานต์ การแข่งเรือยาวประเพณีและการแห่ขบวนเรือพระที่นั่ง การสร้างบ้านยกสูงในสมัยก่อนเพื่อให้อปลอดภัยจากน้ำท่วม และการเดินทางและค้าขายทางน้ำในตลาดน้ำ เป็นต้น

⁹⁴ สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2542). *แม่น้ำเจ้าพระยา : มารดาแห่งสยามประเทศ*. กรุงเทพฯ: บริษัทพิชเนตส์ พรินท์ติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด.

⁹⁵ Evans, A. (2009). *River of Life River of Kings*. Retrieved April 17, 2015, from Rivers of the World:

http://totallythames.org/images/uploads/documents/River%20of%20the%20World%20Info%20Packs/Chao_Phraya_River_Thailand.pdf

A photograph of a traditional wooden stilt house, likely a village in Cambodia. The house is built on stilts and has a thatched roof. It is surrounded by water, and there are trees and vegetation in the background.

แผนภาพที่ 40: การขุดคลองลัดครั้งสำคัญ 4 ครั้ง



124

- **ครั้งแรก** ขุดในรัชสมัย สมเด็จพระไชยราชาธิราช (ครองราชย์ พ.ศ. 2077-2089) โดยโปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองลัดโค้งเกือกม้าบริเวณปากคลองบางกอกน้อยลงไปถึงปากคลองบางกอกใหญ่ในปัจจุบัน
- **ครั้งที่สอง** ขุดในรัชสมัย สมเด็จพระมหาจักรพรรดิ (ครองราชย์ พ.ศ. 2091-2111) โดยโปรดเกล้าฯ ให้ขุดเชื่อมระหว่างคลองบางกวยกับคลองบางกอกน้อยในปัจจุบัน
- **ครั้งที่สาม** ขุดในรัชสมัย สมเด็จพระเจ้าปราสาททอง (ครองราชย์ พ.ศ. 2173-2198) โดยโปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองลัดโค้งเกือกม้าบริเวณปากคลองบางกวยกับปากคลองอ้อมนนท์ในปัจจุบัน
- **ครั้งที่สี่** ขุดในรัชสมัย สมเด็จพระเจ้าท้ายสระ (ครองราชย์ พ.ศ. 2251-2275) โดยโปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองลัดโค้งเกือกม้าบริเวณบางบัวทอง-ปากเกร็ด จนเกิดเป็นเกาะกลางน้ำขึ้นเรียกว่า เกาะเกร็ด จนถึงทุกวันนี้

ในด้านสภาพภูมิอากาศ แม่น้ำเจ้าพระยาได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ระหว่างกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม มรสุมนี้จะนำมวลอากาศชื้นจากมหาสมุทรอินเดียมาสู่ประเทศไทย ทำให้มีเมฆมากและฝนชุกทั่วไป ซึ่งร้อยละ 90 ของฝนที่ตกในแม่น้ำเจ้าพระยาจะเกิดขึ้นในช่วงเดือนดังกล่าว⁹⁷ จุดกำเนิดของน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาส่วนใหญ่มาจากฝนที่ตกตามฤดูกาล ซึ่งตรงกันข้ามกับในต่างประเทศที่เกิดจากหิมะที่ละลายกลายเป็นน้ำจากภูเขาสูง ดังนั้น น้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาจึงมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามฤดูกาล คือ น้ำมากในช่วงมรสุมและน้ำน้อยลงหรือแล้งในช่วงที่ไม่มีมรสุมคือประมาณเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม ตามการรายงานโดยกรมชลประทาน สามารถสรุปสภาพภูมิอากาศได้ดังตารางด้านล่าง โดยจะสามารถสังเกตได้ว่าอุณหภูมิมีความเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยเฉลี่ยประมาณ 28.1 องศาเซลเซียส มีความชื้นสัมพัทธ์ในระดับที่รู้สึกสบายตัวค่อนข้างสูง⁹⁸ (เฉลี่ยร้อยละ 72.8) มีความเร็วลมแตกต่างกันในแต่ละช่วง และมีเมฆปกคลุมเป็นระยะตลอดทั้งปี

⁹⁷ กรมอุตุนิยมวิทยา

⁹⁸ โดยปกติ ในช่วงฤดูร้อนความชื้นสัมพัทธ์จะสูงถึงร้อยละ 90% ในขณะที่ฤดูหนาวอาจลดต่ำกว่าร้อยละ 40 ความชื้นสัมพัทธ์ที่พอเหมาะอยู่ประมาณร้อยละ 60-70 ซึ่งหากสูงกว่านี้จะทำให้รู้สึกอึดอัดและอบอ้าว เหงื่อแห้งช้า แต่ถ้าต่ำกว่านี้จะทำให้รู้สึกผิวแตกแห้ง คัน และไม่สบายตัว

ตารางที่ 7: แสดงข้อมูลภูมิอากาศที่สำคัญของเขตพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา พ.ศ. 2549

ข้อมูลภูมิอากาศที่สำคัญ	หน่วย	ค่าสูงสุดรายปี	ค่าต่ำสุดรายปี	ค่าเฉลี่ยรายปี
อุณหภูมิ	องศาเซลเซียส	28.4	27.9	28.1
ความชื้นสัมพัทธ์	ร้อยละ	74.9	70.4	72.8
ความเร็วลม	น็อต	8.8	2.1	4.1
เมฆปกคลุม	0-10	7.6	5.4	6.3
ปริมาณการระเหยจากผิวน้ำ	มิลลิเมตร	2,018.0	1,782.5	1,873.6
ปริมาณการคายระเหยของพืชอ้างอิง	มิลลิเมตร	2,045.5	1,722.6	1,916.3

ที่มา: สำนักโครงการขนาดใหญ่ กรมชลประทาน

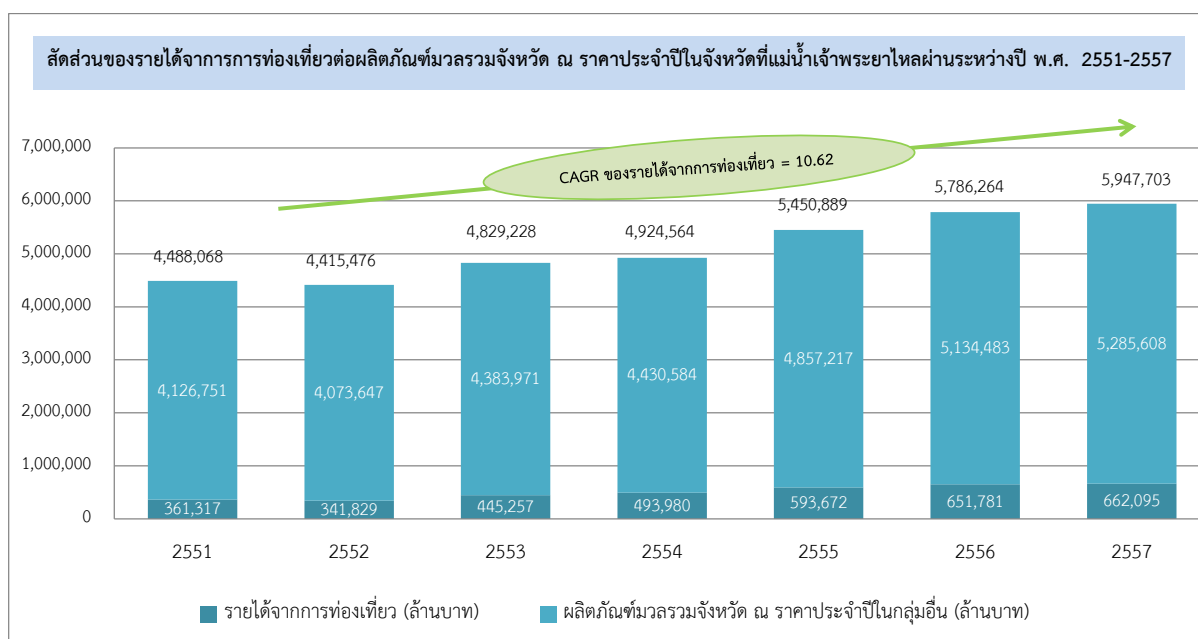
นอกเหนือจากนี้ แม่น้ำเจ้าพระยาได้รับอิทธิพลและผลกระทบจากน้ำขึ้นน้ำลงเป็นระยะทางประมาณ 180 กิโลเมตร ตั้งแต่อ่าวไทยขึ้นไปถึงบริเวณจังหวัดอ่างทองและพระนครศรีอยุธยา น้ำที่ไหลลงอ่าวไทยจะพบกับแรงต้านจากอิทธิพลของน้ำขึ้นน้ำลงอาทิตย์ละสองครั้ง โดยเฉพาะในช่วงกลางเดือนกันยายนถึงต้นพฤศจิกายน ซึ่งสภาพภูมิศาสตร์ดังกล่าวจะส่งผลให้บริเวณริมแม่น้ำและฝั่งถูกทำลายไปตามกาลเวลาจึงทำให้เกิดน้ำท่วมได้ง่าย

7.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมายโดยรวม

1) จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้การท่องเที่ยว

นอกจากแม่น้ำเจ้าพระยาจะเป็นเส้นทางคมนาคมหลักทางน้ำเชื่อมระหว่างอ่าวไทย ภาคกลาง และภาคเหนือเข้าด้วยกันแล้ว ยังเป็นเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญ ในภาพรวมของการท่องเที่ยวในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านนั้นสามารถดึงดูดเม็ดเงินจากผู้เยี่ยมเยือน (Visitor) ได้เป็นจำนวนมหาศาลในแต่ละปี โดยในปี พ.ศ. 2557 รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านทั้ง 10 จังหวัดคิดเป็นร้อยละ 10.62 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้ง 10 จังหวัด ณ ราคาประจำปี (Gross provincial product at current market price) และมีสัดส่วนอยู่ในระดับที่คงที่ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันที่ประมาณร้อยละ 8-11 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2557 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ระหว่าง พ.ศ. 2551-2557 อยู่ที่ร้อยละ 10.62 ตามแผนภาพที่ 57

แผนภาพที่ 41: สัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ณ ราคาประจำปีในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านระหว่างปี พ.ศ. 2551-2557

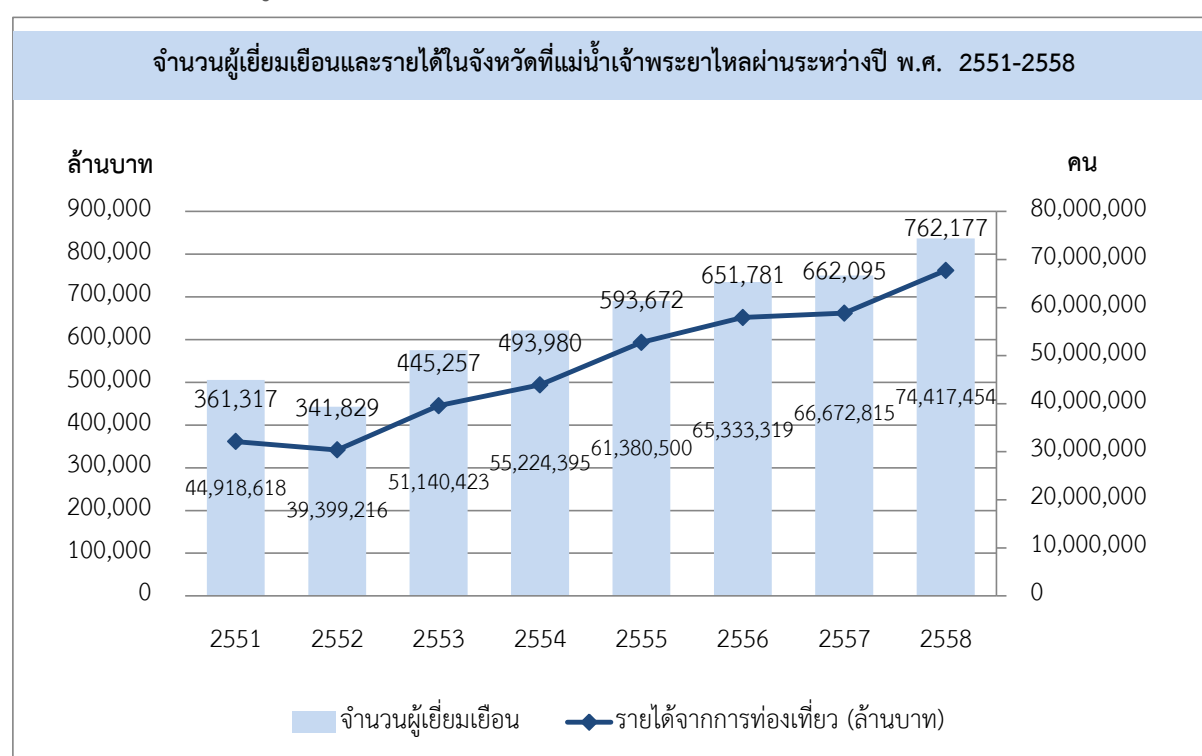


ที่มา: กรมการท่องเที่ยว และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 21 เมษายน 2558

จากข้อมูลโดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคือ ร้อยละ 7.5 ต่อปี และรายได้คือ ร้อยละ 11.25 ต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา โดยที่รายได้แสดงอัตราการเติบโตที่สูงกว่าจำนวนผู้เยี่ยมเยือนประมาณสองเท่าตัว ซึ่งอาจจะแสดงให้เห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเพิ่มมูลค่าต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น

อย่างไรก็ดี ในช่วงที่ประเทศไทยมีความไม่สงบทางการเมือง เช่น ระหว่างปี พ.ศ. 2550-2552 ภาคการท่องเที่ยวของไทยก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้จากการท่องเที่ยวที่น้อยกว่าในช่วงหลัง เนื่องจากความไม่ปลอดภัยในบุคคลและทรัพย์สินจึงทำให้ผู้เยี่ยมชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยลดลง อีกเหตุการณ์ที่สำคัญคือเหตุการณ์มหาอุทกภัยหรือน้ำท่วมครั้งใหญ่กลางปี พ.ศ. 2554 ถึงต้นปี พ.ศ. 2555 ซึ่งจะเห็นได้ในบางจังหวัดที่สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในปีดังกล่าว เช่น จังหวัดนครสวรรค์และพระนครศรีอยุธยาที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากแผนภาพที่ 58

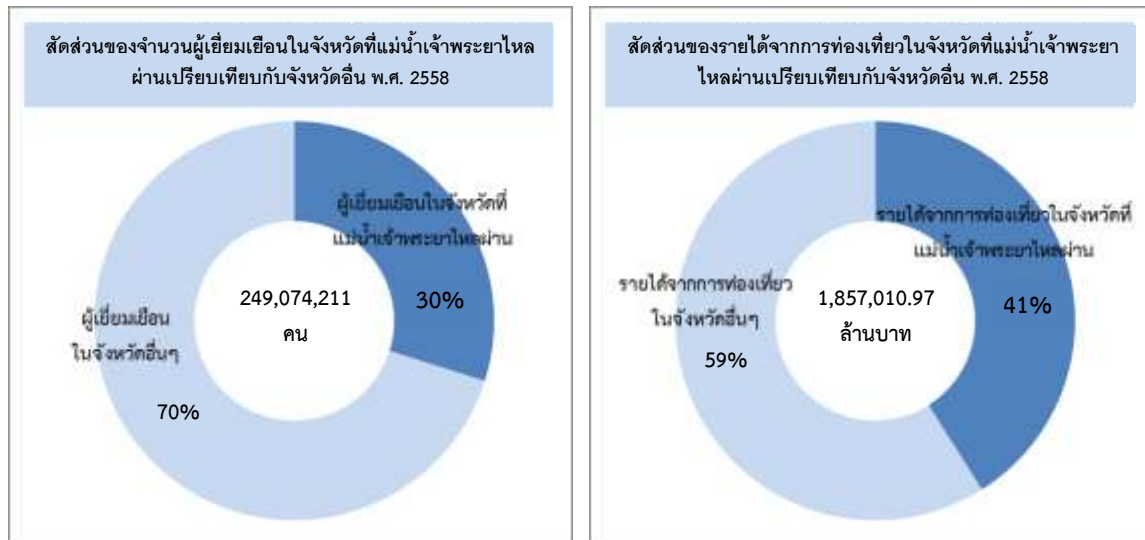
แผนภาพที่ 42: จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านระหว่างปี พ.ศ. 2551-2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 17 พฤศจิกายน 2559

นอกเหนือจากนี้ ในปี พ.ศ. 2558 สถิตินักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบอัตราส่วนจำนวนผู้เยี่ยมชมในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน 10 จังหวัด เทียบกับจำนวนผู้เยี่ยมชมในจังหวัดอื่นๆ จะสังเกตได้ว่าจำนวนผู้เยี่ยมชมในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านมีจำนวน 65,333,319 คน คิดเป็นร้อยละ 30.09 ของจำนวนผู้เยี่ยมชมของทั้งประเทศ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นเงิน 651,781.27 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.57 ของรายได้จากผู้เยี่ยมชมของทั้งประเทศ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเหล่านี้มีจำนวนที่ค่อนข้างสูงและเป็นรายได้ที่สำคัญสำหรับประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสัดส่วนนี้อยู่ในระดับที่คงที่ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน

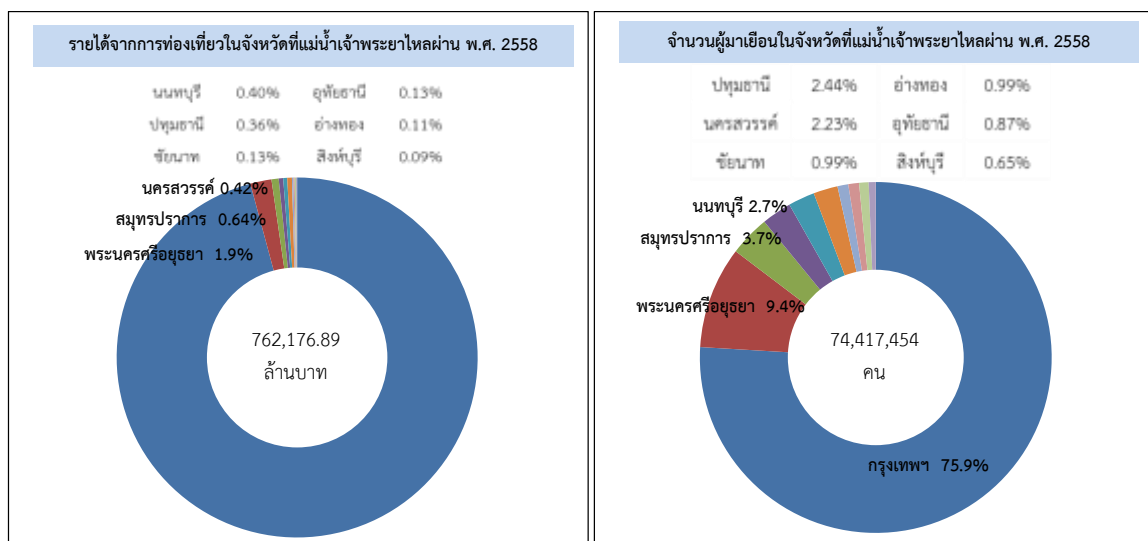
แผนภาพที่ 43: สัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ชาย) และรายได้ (ขวา) ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ พ.ศ. 2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 17 พฤศจิกายน 2559

จากสถิติจะสังเกตได้ว่ากรุงเทพฯ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้มากที่สุดสองอันดับแรกในกลุ่มพื้นที่นี้ คิดเป็นร้อยละ 75.9 และ 9.4 ตามลำดับ และมีรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนเป็นสองอันดับแรกเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 95.8 และ 1.9 ตามลำดับ ตามแผนภาพด้านล่าง ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถคาดการณ์ได้เนื่องจากทั้งสองจังหวัดได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากที่สุด อย่างไรก็ตามจะสามารถสังเกตได้ว่าจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในแต่ละจังหวัดมีอันดับที่ใกล้เคียงกันในกลุ่มสี่จังหวัดแรก แต่สัดส่วนรายได้และจำนวนนั้นไม่เท่ากัน

แผนภาพที่ 44: สัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ซ้าย) และรายได้ (ขวา) ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน พ.ศ. 2558

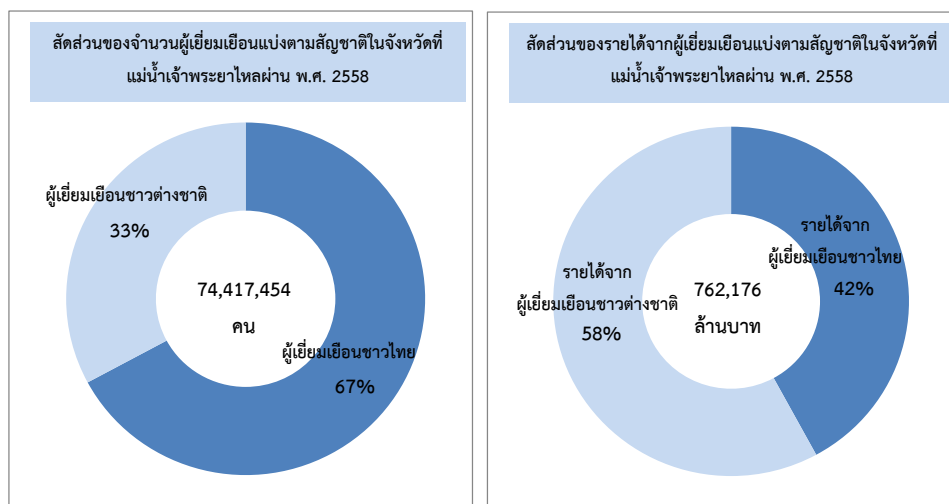


ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 17 พฤศจิกายน 2559

2) โครงสร้างและลักษณะของผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน

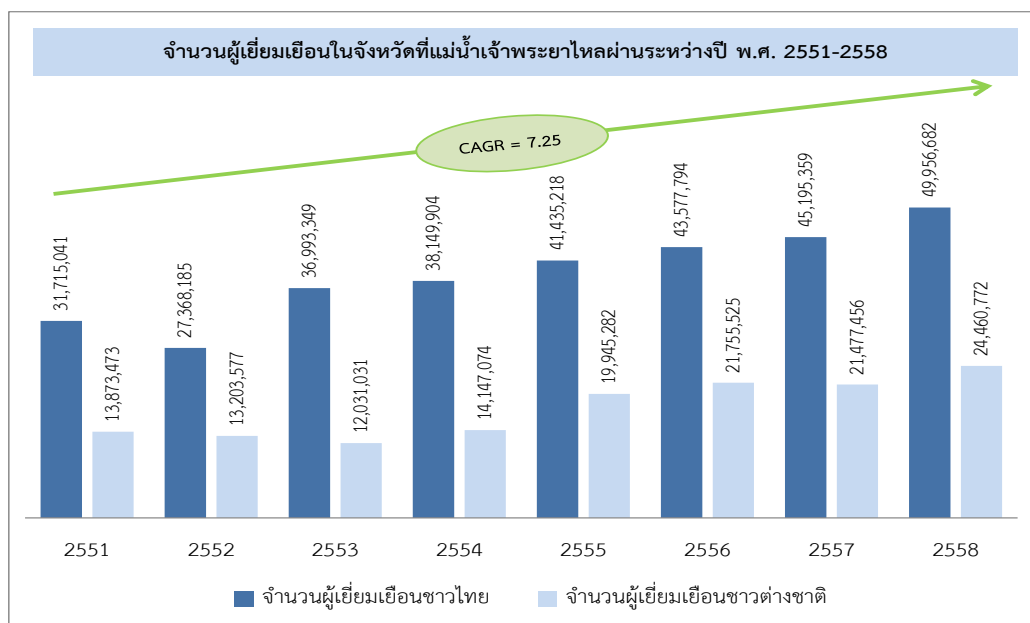
ในด้านของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้แบ่งตามสัญชาติพบว่าจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 33 ในปี พ.ศ. 2558 และจากข้อมูลในอดีตสามารถกล่าวได้ว่าสัดส่วนดังกล่าวเป็นสัดส่วนที่คงที่คือ ที่ประมาณร้อยละ 30 ในอดีตที่ผ่านมาตั้งแต่ พ.ศ. 2551-2558 ในทางกลับกัน ในส่วนของรายได้พบว่ารายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติจะคิดเป็นสัดส่วนที่มากกว่า คือ ในปี พ.ศ. 2558 คิดเป็นร้อยละ 58 แต่เป็นสัดส่วนที่ไม่คงที่ คือ อยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 40-60 ดังแสดงรายละเอียดในแผนภาพด้านล่าง

แผนภาพที่ 45: สัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ซ้าย) และรายได้ (ขวา) แบ่งตามสัญชาติในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน พ.ศ. 2558



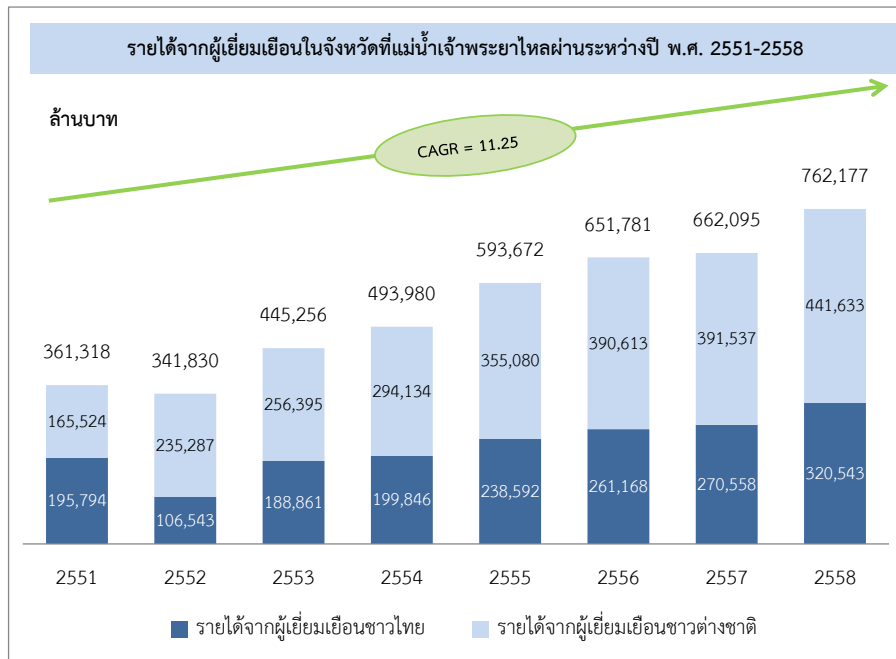
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 17 พฤศจิกายน 2559

แผนภาพที่ 46: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนแบ่งตามสัญชาติในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านปี พ.ศ. 2551-2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 17 พฤศจิกายน 2559

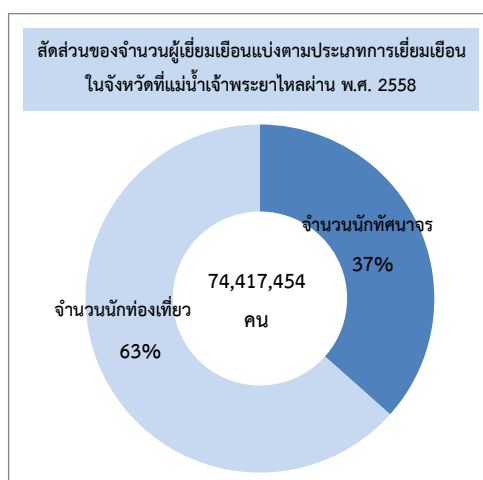
แผนภาพที่ 47: รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) แบ่งตามสัญชาติในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านระหว่างปี พ.ศ. 2551-2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 17 พฤศจิกายน 2559

หากแบ่งตามสัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านแบ่งตามประเภทการเยี่ยมเยือนคือระหว่างการท่องเที่ยวและการทัศนจรพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านคิดเป็นนักท่องเที่ยวร้อยละ 63 (นักท่องเที่ยวที่ไปพักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน) และคิดเป็นนักทัศนจรร้อยละ 37 (นักท่องเที่ยวที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน) ดังนั้นจะสังเกตได้ว่า ผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดดังกล่าวเป็นนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ คือ การไปเที่ยวแบบที่มีการไปพักค้างคืน

แผนภาพที่ 48: สัดส่วนของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านแบ่งตามประเภทการเยี่ยมเยือน พ.ศ. 2558



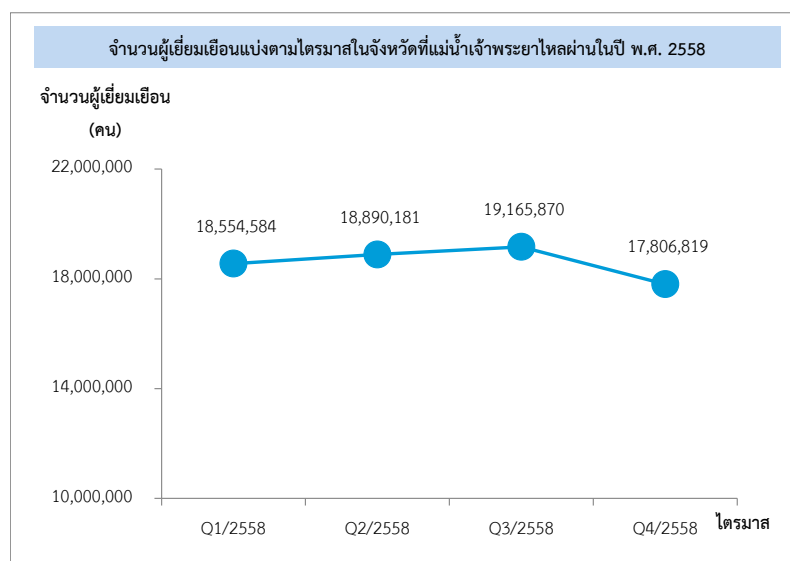
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 17 พฤศจิกายน 2559

3) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน

หากวิเคราะห์ในแต่ละไตรมาสของปี พ.ศ. 2558 จะพบว่าผู้เยี่ยมชมตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสที่ 3 มากที่สุด คือ ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน สาเหตุอาจจะเนื่องมาจากเป็นช่วงวันหยุดในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เช่น วันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา เป็นต้น สำหรับผู้เยี่ยมชมชาวไทย และเป็นวันหยุดในช่วงฤดูใบไม้ผลิ (Spring break) และฤดูร้อน (Summer break) สำหรับผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ

ในส่วนของไตรมาสที่ 4 (เดือนตุลาคมถึงธันวาคม) เหตุผลที่จำนวนผู้เยี่ยมชมน้อยลงอาจเนื่องมาจากการที่ผู้คนในภาคกลาง โดยเฉพาะคนในกรุงเทพฯ ตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวในภาคอื่นโดยเฉพาะภาคเหนือเพื่อสัมผัสอากาศเย็นในจังหวัดอื่นๆ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน และเลย จึงทำให้จำนวนตัวเลขผู้เยี่ยมชมลดลงในไตรมาสดังกล่าว หรือบางคนตัดสินใจไปต่างประเทศ

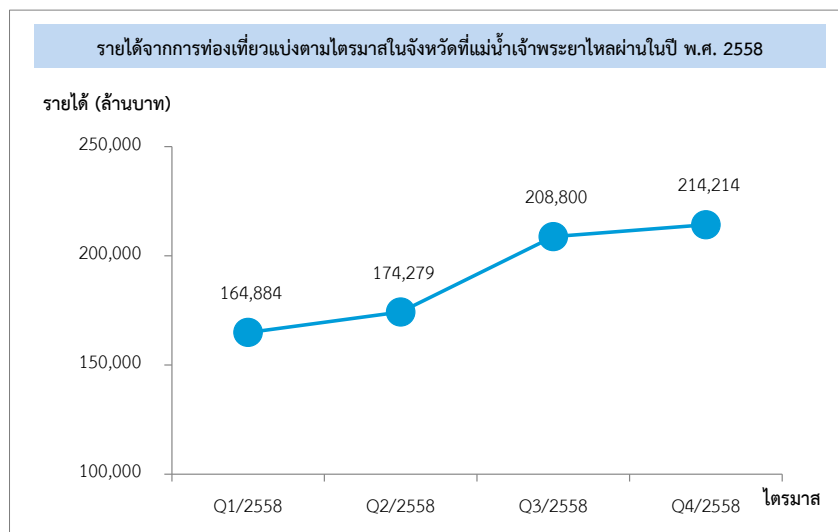
แผนภาพที่ 49: จำนวนผู้เยี่ยมชมแบ่งตามไตรมาสในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปี พ.ศ. 2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, พฤศจิกายน 2559

ในทางกลับกัน ในส่วนของรายได้กลับพบว่าผู้เยี่ยมชมมีการใช้จ่ายมากที่สุดในช่วงไตรมาสที่ 4 ในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม โดยเหตุผลอาจเนื่องมาจากในช่วงปลายปี ซึ่งเป็นช่วงที่พนักงานบริษัทได้รับเงินพิเศษหรือโบนัส จึงทำให้มีการซื้อของขวัญให้กันและกันหรือซื้อของให้กับตนเองและครอบครัวตามช่วงเทศกาลปีใหม่และคริสต์มาส

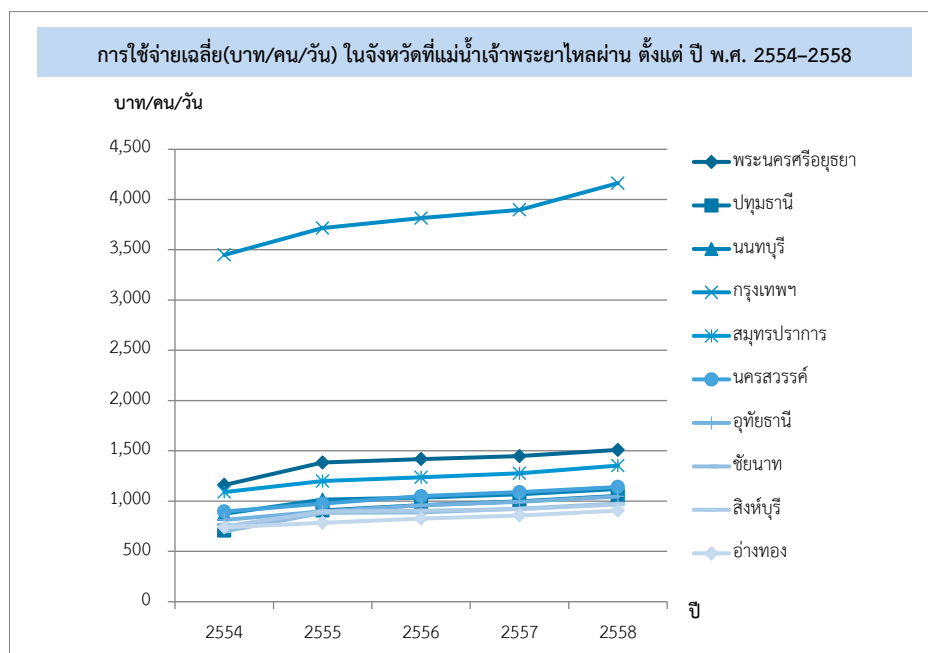
แผนภาพที่ 50: รายได้จากการท่องเที่ยวแบ่งตามไตรมาสในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปี พ.ศ. 2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, พฤศจิกายน 2559

ในส่วนของการใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน) ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2554–2558 พบว่ากรุงเทพฯ เป็นจังหวัดที่มีการใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุดสูงกว่าจังหวัดอื่นๆ และรองลงมาคือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีการเติบโตเฉลี่ย 4 ปีที่ร้อยละ 4.81 และ 6.79 ตามลำดับ ซึ่งไม่ใช่การเติบโตที่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ เช่น จังหวัดชัยนาท (ร้อยละ 8.66) และจังหวัดปทุมธานี (ร้อยละ 10.47)

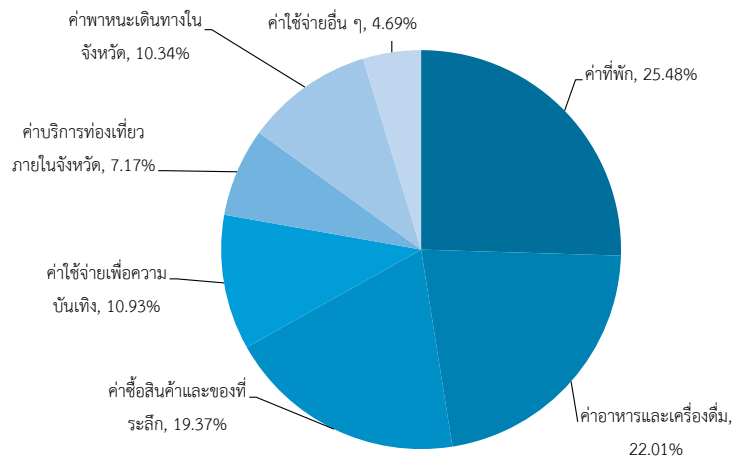
แผนภาพที่ 51: การใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน) ในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2554–2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, พฤศจิกายน 2559

หากวิเคราะห์แยกตามหมวดหมู่ จะสังเกตได้ว่าหมวดค่าที่พักจะเป็นหมวดที่มีการใช้จ่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.48 รองลงมา คือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 22.01) และค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (ร้อยละ 19.37) ซึ่งถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการท่องเที่ยวในต่างจังหวัด

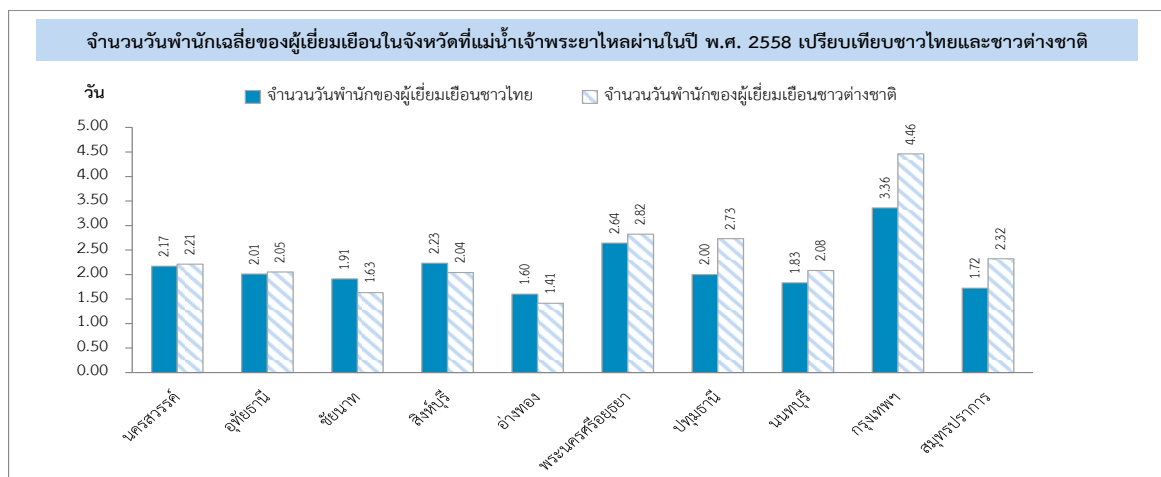
แผนภาพที่ 52: ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน) ในแต่ละหมวดของผู้เยี่ยมชมในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน พ.ศ. 2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, พฤศจิกายน 2559

ในส่วนของการเปรียบเทียบจำนวนวันพำนักระหว่างผู้เยี่ยมชมชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปี พ.ศ. 2558 จะสามารถบอกได้ว่าผู้เยี่ยมชมชาวไทยและชาวต่างชาติมีจำนวนวันพำนักระหว่างใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่อยู่ที่ประมาณ 1-3 วัน ยกเว้นในบางจังหวัด เช่น อุดรธานี หนองบัวลำภู และสมุทรปราการ ที่ผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติมีวันพำนักระหว่างสูงกว่าอย่างเห็นได้ชัด

แผนภาพที่ 53: จำนวนวันพำนักระหว่างผู้เยี่ยมชมในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปี พ.ศ. 2558 เปรียบเทียบชาวไทยและชาวต่างชาติ

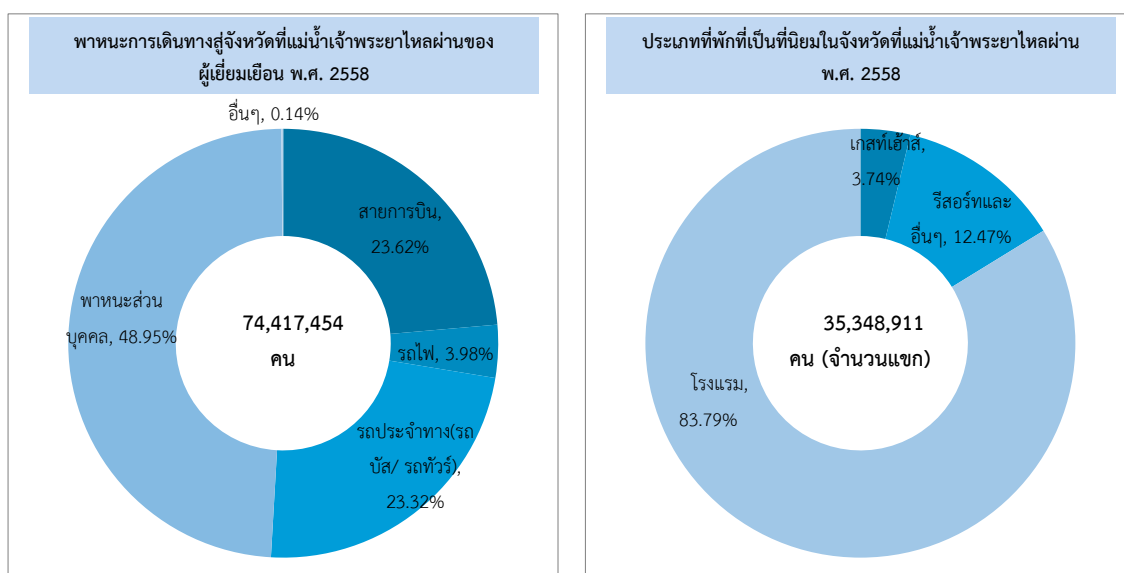


ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, พฤศจิกายน 2559

ในด้านการเดินทางมาสู่จังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปี พ.ศ. 2558 สามารถสรุปได้ว่า พาหนะส่วนบุคคลเป็นการเดินทางที่มีการใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.95 และรองลงมา คือ สายการบิน (ร้อยละ 23.62) และรถประจำทาง (ร้อยละ 23.32) อย่างไรก็ตาม สายการบินได้รับความนิยมมากจากกรุงเทพฯ เป็นหลัก ซึ่งถ้าไม่รวมกรุงเทพฯ จะพบว่ารถประจำทาง(รถบัส/รถทัวร์) เป็นการเดินทางที่ได้รับความนิยมรองลงมา

ในด้านประเภทที่พักที่เป็นที่นิยมในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านในปีพ.ศ. 2558 จะพบว่าโรงแรมเป็นประเภทที่พักที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 83.79 และรองลงมา คือรีสอร์ทและอื่นๆ (ร้อยละ 12.47) และเกสต์เฮ้าส์ (ร้อยละ 3.74) เป็นประเภทสุดท้าย โดยทุกจังหวัดโรงแรมจะได้รับความนิยมมากกว่าประเภทอื่นๆ ยกเว้นจังหวัดชัยนาทที่ประเภทที่พักแบบโรงแรมได้รับความนิยมน้อยกว่า

แผนภาพที่ 54: พาหนะการเดินทางสู่จังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านของผู้เยี่ยมเยือน พ.ศ. 2558 (ซ้าย) และประเภทที่พักที่เป็นที่นิยมในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน พ.ศ. 2558 (ขวา)



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, พฤศจิกายน 2559

7.2 ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน

1) ภัยทางธรรมชาติ: ภัยแล้งและการขาดแคลนน้ำ

ภัยแล้ง คือ ภัยที่เกิดจากการขาดแคลนน้ำในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นระยะเวลานาน จนก่อให้เกิดความแห้งแล้งและส่งผลกระทบต่อชุมชน เช่น ผลกระทบต่อการเป็นอยู่และการทำการเกษตร ประเทศไทยประสบกับปัญหาภัยแล้งมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและแม่น้ำเจ้าพระยาก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน โดยภัยแล้งนั้นเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอแล้วและเป็นปัญหาต่อเนื่องต่อประเทศไทย

แผนภาพที่ 55: ภัยแล้งในจังหวัดอ่างทอง



ประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้งซึ่งผลกระทบมีความรุนแรงขึ้นในแต่ละปี เหตุผลหนึ่งที่เกิดภัยดังกล่าวเนื่องจากการสร้างระบบเขื่อน คลอง และระบบชลประทานของประเทศไทย ซึ่งทำให้เกษตรกรเกิดความเคยชินกับการที่มีน้ำใช้ตลอดทั้งปีแล้วจึงเลือกที่จะปลูกพันธุ์พืชโดยเฉพาะพันธุ์ข้าวที่มีอัตราการให้ผลผลิตสูงแต่มีวัฏจักรการเติบโตที่สั้น ซึ่งจะหมายถึงการปลูกผลผลิตได้จำนวนรอบมากขึ้น กล่าวคือแนวโน้มการพัฒนาการเกษตรในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาปรากฏว่าผลผลิตด้านการเกษตรได้ขยายตัวในอัตราค่อนข้างสูงมาก คือ เฉลี่ยเพิ่มขึ้นได้ในอัตราถึงร้อยละ 5 ต่อปี เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวการเกษตรของโลกที่เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2.5 ถึง 2.8 ต่อปีเท่านั้น⁹⁹ ซึ่งหมายความว่าเกษตรกรไทยมีความต้องการทรัพยากรน้ำมากขึ้น

ความต้องการน้ำในประเทศสูงขึ้นมากโดยในช่วงปี พ.ศ. 2523 ประเทศไทยมีน้ำไม่มากพอจากระบบชลประทานเพื่อใช้เกื้อหนุนน้ำจากฝนที่ตกลงมา จึงทำให้เกิดความขัดแย้งในกลุ่มเกษตรกรที่มีพื้นที่ทางการเกษตรใกล้เคียงกับคลองหรือระบบชลประทานกับกลุ่มที่อยู่ไกลกว่าและมีการขาดน้ำอย่างรุนแรง

แผนภาพที่ 56: เกษตรกรผู้ประสบภัยแล้งอย่างรุนแรง โดยที่ไม่สามารถทำการเพาะปลูกได้ในพื้นที่ดังกล่าว

⁹⁹ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (n.d.). บทที่ 2: แผนการปรับโครงสร้างการเกษตร การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. เรียกใช้เมื่อ 21 เมษายน 2558 จาก www.nesdb.go.th/portals/0/news/plan/p5/M3_2.doc



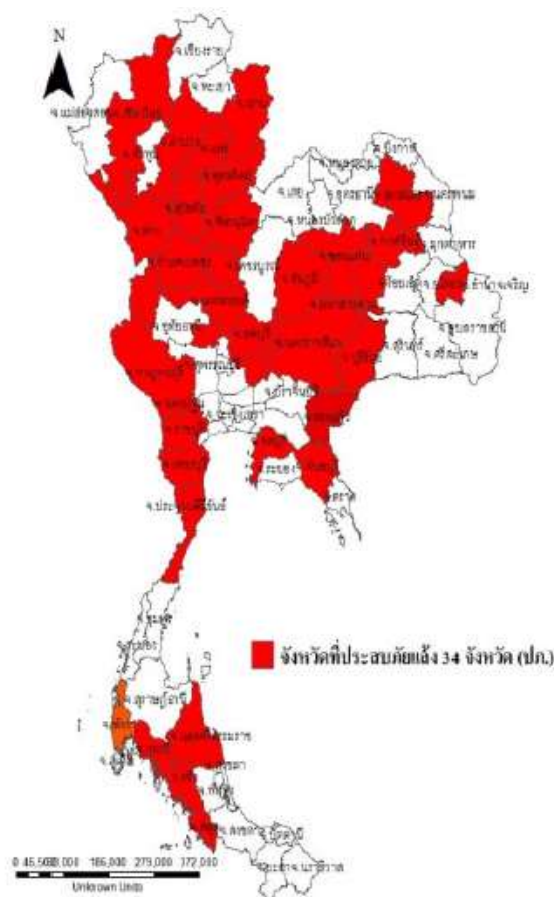
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ภัยแล้งได้กลายเป็นปัญหาหลักของประเทศ โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2537 รัฐบาลไทยได้ประกาศเตือนเกษตรกรให้พร้อมรับกับภัยแล้งอย่างสาหัส คือ ระบบชลประทานได้แห้งขอดอย่างรุนแรง และได้เตือนประชากรในกรุงเทพฯ ว่ารัฐบาลจำเป็นต้องมีมาตรการการแบ่งปันน้ำ ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประวัติศาสตร์ไทยในอดีต นอกเหนือจากนี้ ในปีดังกล่าวระดับน้ำในเขื่อนภูมิพลและเขื่อนสิริกิติ์ได้ลดลงมาอยู่ในระดับที่ต่ำมาก ถึงขั้นที่ระบบการผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยน้ำไม่สามารถใช้งานได้ และจำเป็นต้องหยุดการผลิตไฟฟ้า ส่งผลให้รัฐบาลไทยต้องหันกลับมาใช้การผลิตไฟฟ้าด้วยถ่านหินและก๊าซธรรมชาติ เพื่อเป็นการบรรเทาปัญหาภัยแล้ง รัฐบาลไทยได้ประกาศห้ามเกษตรกรปลูกพืชผลรอบที่สองของปี และมีความคิดริเริ่มในการเก็บภาษีการใช้น้ำกับประชากร

เพื่อเป็นการแก้ปัญหาชลประทานในประเทศไทย และป้องกันการภัยแล้งอย่างรุนแรงในอนาคต รัฐบาลไทยได้ตัดสินใจสร้างเขื่อนและที่เก็บน้ำเพิ่มมากขึ้นเพื่อเก็บสะสมน้ำฝนในหน้ามรสุมเพื่อนำมาใช้งานในหน้าแล้ง และอีกวิธีหนึ่งคือการผันน้ำจากแม่น้ำโขงลงมาเข้าสู่ระบบชลประทานของประเทศไทย ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีประสบกับการต่อต้านจากประเทศอื่นๆ ที่ใช้ประโยชน์จากแม่น้ำโขง และเกิดความขัดแย้งขึ้นระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ เช่น ประเทศลาว กัมพูชา และเวียดนาม ซึ่งการแก้ปัญหาในรูปแบบนี้ประเทศจีนได้เริ่มทำไปก่อนหน้าแล้วและส่งผลในด้านลบต่อประเทศต่างๆ ในแถบนี้

ในปัจจุบัน จากรายงานสถานการณ์น้ำ ณ วันที่ 21 เมษายน 2558 โดยศูนย์ป้องกันวิกฤตน้ำ กรมทรัพยากรน้ำ ได้มีการประกาศเขตภัยพิบัติแล้งฉุกเฉินแล้ว 34 จังหวัด และนายจตุพร บุรุษพัฒน์ อธิบดีกรม

ทรัพยากรน้ำ ได้อธิบายว่าประเทศไทยอาจจะร้อนขึ้นอีกในหลายจังหวัด และภัยแล้งนี้จะสร้างความเสียหายให้เกิดขึ้นกับพื้นที่การเกษตร ชีวิต และทรัพยากรสินได้ ซึ่งปี พ.ศ. 2558 ถือว่าเป็นปีที่แล้งมากที่สุดในรอบ 15 ปี¹⁰⁰

แผนภาพที่ 57: แผนที่แสดงจังหวัดที่ประสบภัยแล้ง ณ วันที่ 21 เมษายน 2558



ที่มา: ศูนย์ป้องกันวิกฤตน้ำ, 21 เมษายน 2558

นอกเหนือจากนี้ สำหรับน้ำที่ไม่ได้ใช้ในภาคการเกษตร ตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา น้ำดื่มได้ถูกสูบขึ้นมาจากบ่อใต้บาดาลในกรุงเทพฯ ซึ่งในช่วงเวลานั้นระดับน้ำอยู่ในระยะ 12 เมตรใต้พื้นผิว และถือเป็นแหล่งทรัพยากรน้ำสะอาดที่สำคัญซึ่งทำให้คนในภาคกลางมีน้ำดื่มน้ำใช้ตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไป และเมืองมีขนาดใหญ่ขึ้น กรุงเทพฯ และบริเวณลุ่มมีการใช้น้ำในปริมาณที่มากขึ้นในแต่ละปี และมีการขุดน้ำและบ่อมากขึ้น ซึ่งหมายถึงการหมุนเวียนน้ำในธรรมชาติไม่เพียงพอต่อความต้องการน้ำในขณะนั้น รวมทั้งการใช้น้ำอย่างหนักโดยภาคอุตสาหกรรมต่างๆ จึงทำให้น้ำในแหล่งน้ำใต้ดินมีปริมาณน้อยลงอย่างต่อเนื่อง โดยเหตุการณ์เหล่านี้ส่งผลให้ในช่วงปี พ.ศ. 2473-2553 ชั้นพื้นดินของกรุงเทพฯ มีการยุบตัวลงไปถึง 1.7 เมตร

¹⁰⁰ ศูนย์ป้องกันวิกฤตน้ำ กรมทรัพยากรน้ำ. (21 เมษายน 2558). รายงานสถานการณ์น้ำ. เรียกใช้เมื่อ 21 เมษายน 2558 จาก http://www.dwr.go.th/contents/files/statuswater/statuswater_th-21042015-100115-50516.pdf

อย่างไรก็ตาม การใช้น้ำในรูปแบบนี้ยังจำเป็นที่จะต้องมีการใช้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนั่นหมายความว่าน้ำยังต้องถูกสูบขึ้นมาจากชั้นใต้ดิน โดยในปัจจุบันระดับน้ำอยู่ในระยะ 100-600 เมตรใต้พื้นผิวซึ่งถือว่าเป็นระยะที่ลึกลงไปมากเมื่อเปรียบเทียบกับในตอนเริ่มแรก

ในด้านการเปลี่ยนแปลงไปของธรรมชาติ ภาวะโลกร้อน (Global warming) มีส่วนในการทำให้ระดับของน้ำทะเลในอ่าวไทยสูงขึ้น 1-1.5 เมตรจากในอดีต 100 ปีที่ผ่านมา โดยในช่วงทศวรรษที่ 21 การเพิ่มระดับน้ำทะเลจากภาวะโลกร้อนเมื่อรวมกับการทรุดตัวของแผ่นดินในภาคกลาง อาจจะทำให้กรุงเทพฯ จมอยู่ใต้น้ำก็เป็นได้ในอนาคต ดังนั้น เพื่อเป็นมาตรการป้องกันและชะลอการเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว ในช่วงที่มีฝนมรสุม ประเทศไทยจึงทำการรักษาน้ำผิวดินแล้วสูบกลับลงไปในหลุมที่เจาะขึ้นไปในชั้นหินอุ้มน้ำเพื่อเป็นการรักษาระดับน้ำใต้พื้นดิน จากการศึกษาคาดว่า การรักษาน้ำในรูปแบบนี้จะสามารถช่วยในการทำให้ระดับน้ำใต้ดินฟื้นคืนประมาณ 24 เมตรทุกๆ สองปี¹⁰¹

โดยเหตุการณ์และปรากฏการณ์ที่กล่าวมาในด้านบนล้วนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปได้ยากขึ้น เช่น การที่ไม่สามารถล่องเรือไปในแม่น้ำเจ้าพระยาได้ โดยเฉพาะเรือท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ในบางเวลาหรือในบางพื้นที่เนื่องจากน้ำที่ลดลงอย่างมากจากความแห้งแล้ง และความเสื่อมโทรมทางภูมิศาสตร์ที่ทำให้การท่องเที่ยวมีอุปสรรคและข้อจำกัดมากขึ้น

2) ภัยทางธรรมชาติ: อุทกภัยและปัญหาน้ำท่วม

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แม่น้ำเจ้าพระยาประสบกับภัยทางธรรมชาติหลากหลายรูปแบบ นอกจากภัยแล้งที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอแล้วและเป็นปัญหาต่อเนื่องต่อประเทศไทย พื้นที่เขตแม่น้ำเจ้าพระยายังประสบกับอุทกภัยเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมเป็นประจำตั้งแต่ก่อนปี พ.ศ. 2485 และในปีนั้นก็มีน้ำท่วมใหญ่อีกครั้งหนึ่ง (ก่อนที่จะมีการก่อสร้างเขื่อนขนาดใหญ่คือเขื่อนภูมิพลและเขื่อนสิริกิติ์) และในยุคหลังปี พ.ศ. 2485 ก็ยังคงมีน้ำท่วมอยู่บ้างในบางปี เช่น น้ำท่วมครั้งใหญ่ พ.ศ. 2526 (พายุเฮอริเบิร์ดและพายุคิม) พ.ศ. 2538 (พายุโอลิส) และมหาอุทกภัย พ.ศ. 2554 (พายุโนกเตน)¹⁰² โดยสาเหตุหลักส่วนใหญ่เกิดจากพายุที่ส่งผลให้เกิดฝนตกหนักจนเขื่อนและอ่างเก็บน้ำที่รองรับปริมาณน้ำฝนรับไม่ไหว น้ำเหนือไหลบ่า และน้ำทะเลหนุนจากอ่าวไทย และ

¹⁰¹ Evans, A. (2009). *River of Life River of Kings*. Retrieved April 17, 2015, from Rivers of the World:

http://totallythames.org/images/uploads/documents/River%20of%20the%20World%20Info%20Packs/Chao_Phraya_River_Thailand.pdf

¹⁰² ย้อนอดีตน้ำท่วม พ.ศ.2485 เด็กสนุก ผู้ใหญ่ทุกข์ใจ. (5 กรกฎาคม 2548). เรียกใช้เมื่อ 20 เมษายน 2558 จาก ASTV ผู้จัดการออนไลน์: <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9480000089456>

เนื่องจากภาคกลางของประเทศไทยมีลักษณะภูมิประเทศเป็นแอ่งและมีพื้นที่ต่ำจึงทำให้บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาและภาคกลางของประเทศไทยมีน้ำท่วมบ่อยครั้งและมีความเสี่ยงในการประสบอุทกภัยสูงในอนาคต

แผนภาพที่ 58: น้ำท่วมใหญ่ปี พ.ศ. 2485 ทำให้ประชาชนต่างต่างออกมาพายเรือกันอย่างคึกคักที่บริเวณลานพระบรมรูปทรงม้า (รูปที่หนึ่ง) เหตุการณ์น้ำท่วมกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2526 (รูปที่สอง) เหตุการณ์น้ำท่วมกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2538 (รูปที่สาม)



โดยเฉพาะมหาอุทกภัยในปี พ.ศ. 2554 (เริ่มตั้งแต่ปลายเดือนกรกฎาคมและสิ้นสุดเมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2555) ซึ่งสร้างความเสียหายให้กับประเทศเป็นจำนวนเงินมหาศาล ธนาคารโลก¹⁰³ (World

¹⁰³ World Bank. (2011, December 13). The World Bank Supports Thailand's Post-Floods Recovery Effort. Retrieved April 20, 2015, from <http://www.worldbank.org/en/news/feature/2011/12/13/world-bank-supports-thailands-post-floods-recovery-effort>

Bank) ได้คาดการณ์ความเสียหายต่อเศรษฐกิจประเทศไทยว่าเป็นจำนวนเงิน 1,425 พันล้านบาท (45.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2554 โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือภาคกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing sector) ที่คิดเป็นเงิน 1,007 พันล้านบาท (32 พันล้านเหรียญสหรัฐ) เนื่องจากการฐานการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ ในภาคกลางได้รับผลกระทบอย่างหนัก ผลกระทบรองลงมาคือกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ถูกประเมินว่าเกิดการสูญเสียประมาณ 95 พันล้านบาท (3 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ซึ่งเกิดจากการสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน และการสูญเสียความเชื่อมั่นในประเทศไทยอีกด้วย นอกเหนือจากนี้ ภาคการเกษตรได้รับผลกระทบจากการสูญเสียผลิตผลทางการเกษตร (40 พันล้านบาท) และภาคอสังหาริมทรัพย์ได้รับความสูญเสียหลักคือต่อบ้าน สิ่งปลูกสร้าง และทรัพย์สิน (84 พันล้านบาท) ซึ่งเมื่อรวมกับประชากรที่ได้รับผลกระทบกว่า 13 ล้านคน ใน 65 จังหวัด ผู้เสียชีวิตมากกว่า 680 ราย¹⁰⁴ อุทกภัยครั้งนี้ถูกกล่าวขานว่าเป็น "อุทกภัยครั้งร้ายแรงที่สุดทั้งในแง่ของปริมาณน้ำและจำนวนผู้ได้รับผลกระทบ"¹⁰⁵

แผนภาพที่ 59: แผนที่แสดงพื้นที่และจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากมหาอุทกภัย ณ วันที่ 10 ตุลาคม 2554 โดยที่สีแดงแสดงให้เห็นถึงพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุด และสีอื่นๆ รองลงมา



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเพื่อการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย, 20 เมษายน 2558

¹⁰⁴ World Bank. (2012). Thai Flood 2011 Overview: Rapid Assessment for Resilient Recovery and Reconstruction Planning. Retrieved April 20, 2015, from http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSPContentServer/WDSP/IB/2012/06/12/000356161_20120612014615/Rendered/PDF/698220WP0v10P106011020120Box370022B.pdf

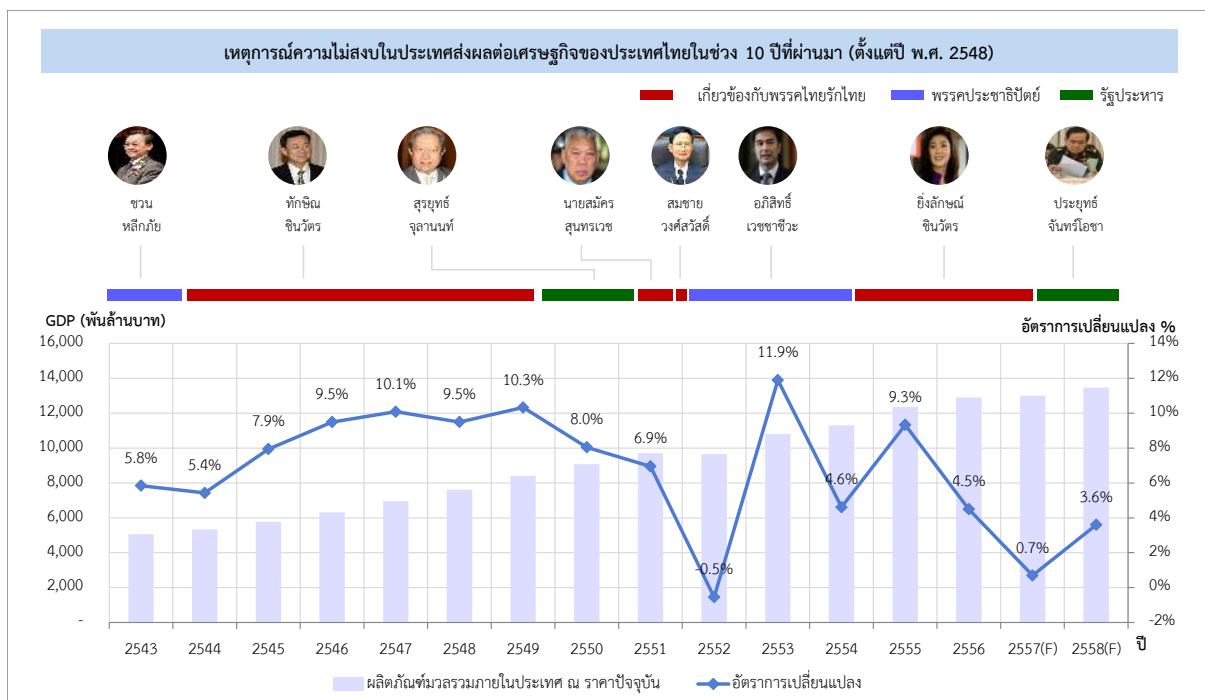
¹⁰⁵ Skulpichetrat, J., Thul, P. C., & Raybould, A. (2011, October 4). *Thai floods kill 224, inundate World Heritage Site*. Retrieved April 20, 2015, from Reuters: <http://www.reuters.com/article/2011/10/04/uk-thailand-flooding-idUSLNE79301K20111004>

ดังนั้น ในช่วงที่เกิดภัยน้ำท่วม นอกจากจะเกิดความสูญเสียและเสียหายต่อบุคคลและทรัพย์สินแล้วยังทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความวาดระแวงในการตัดสินใจมาเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยาด้วยทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

3) ปัญหาจากความไม่สงบทางการเมืองและการใช้กฎอัยการศึก

เนื่องจากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีความไม่สงบในประเทศโดยเฉพาะจากความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยในภาพรวมดังแสดงในแผนภาพที่ 60 แล้ว ยังทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างชาติเกิดความหวาดระแวงในการมาเที่ยวในประเทศไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวในไทยก็ตัดสินใจลดการท่องเที่ยวลงเนื่องจากไม่มั่นใจในภาวะเศรษฐกิจรวมถึงความปลอดภัย ส่งผลให้ภาพรวมการท่องเที่ยวภายในประเทศชะลอตัว ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากสถิติของกรมการท่องเที่ยวพบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2552 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนมีอัตราการเติบโตที่ลดลงร้อยละ 0.92 ในปี พ.ศ. 2551 และลดลงอีกถึงร้อยละ 12.29 ในปีถัดมา

แผนภาพที่ 60: เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548)¹⁰⁶



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย และการคาดการณ์โดย Asian Development Bank, 22 เมษายน 2558

¹⁰⁶ ข้อมูลในปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2558 เป็นการคาดการณ์การเติบโตโดย Asian Development Bank เนื่องจากข้อมูลอย่างเป็นทางการของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยธนาคารแห่งประเทศไทยยังไม่ได้มีการตีพิมพ์. อ้างอิงจากการสืบค้นข้อมูล ณ วันที่ 22 เมษายน 2558 จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=409&language=eng>

ในปัจจุบัน การประกาศการใช้กฎอัยการศึกทั่วราชอาณาจักร ตั้งแต่วันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึงการประกาศยกเลิก ณ วันที่ 1 เมษายน 2558 และการใช้มาตรา 44 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) ในการควบคุมแทนกฎอัยการศึก มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยเช่นกัน โดยเฉพาะการขาดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในเรื่องของความปลอดภัย (รวมถึงปัญหาเกี่ยวกับการประกันภัย) จากนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป¹⁰⁷ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนตัดสินใจเดินทางไปประเทศอื่นแทน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวใน กรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดอื่นๆ ที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านได้รับผลกระทบเช่นกัน

4) ความร่วมมือของชุมชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ยั่งยืนและสมบูรณ์จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ เช่น การพัฒนาตลาดน้ำจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนของผู้ประกอบการพ่อค้าแม่ค้าในพื้นที่ในการนำผลิตภัณฑ์ของตนมาขายเพื่อให้ตลาดน้ำดังกล่าวมีร้านขายของ ร้านอาหาร มีการรักษาความสะอาดและเป็นจุดสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ชุมชนบางชุมชนยังไม่สามารถเข้าถึงนโยบายของรัฐและงบประมาณสนับสนุนโครงการ รวมทั้งแหล่งเงินทุนเพื่อริเริ่มพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ หรือบางชุมชนมีความขัดแย้งกับโครงการของภาครัฐ ไม่ยอมรับกฎระเบียบบางอย่างของระบบราชการ ที่ทำให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้า ติดขัดไม่สามารถดำเนินงานได้ หรือส่งผลต่อระบบนิเวศและสภาพแวดล้อม โดยเหตุผลหลักส่วนใหญ่จะเกิดจากการที่ชุมชนขาดความรู้ ความเข้าใจในหลักการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชายฝั่งทะเล ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายที่จะต้องทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ

ตัวอย่างกรณีศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา (ตลาดน้ำอัมพวาตั้งอยู่ในคลองอัมพวา แม่น้ำแม่กลอง) แสดงให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำร่วมกันโดยหลายฝ่ายโดยเฉพาะความร่วมมือของชุมชน จากการศึกษาโดย Vajirakachorn และ Nepal¹⁰⁸ สรุปได้ว่า

¹⁰⁷ Tisdall, S. (2015, April 2). *Thailand – time for the west to get tough on Prayuth Chan-ocha*. Retrieved April 23, 2015, from The Guardian: <http://www.theguardian.com/world/2015/apr/02/thailand-west-get-tough-prayuth-chan-ocha-junta-bangkok>

¹⁰⁸ Vajirakachorn, T., & Nepal, S. K. (2014). Local perspectives of community-based tourism: case study from Thailand's Amphawa Floating Market. *International Journal of Tourism Anthropology*, 3(4), 342 - 356.

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism) จะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก คือ ความสนใจต่อเศรษฐกิจโดยชุมชนและผู้อยู่อาศัย และความสนใจในการร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และเมื่อการพัฒนาเกิดขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น ผู้คนภายนอกหันมาให้ความสนใจมากขึ้น และผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจตัดสินใจมาทำธุรกิจในพื้นที่มากขึ้นเป็นผลสืบเนื่องไป ถึงกระนั้น ชุมชนต้องร่วมกันดูแลพื้นที่ประกอบธุรกิจของตนเองเพื่อป้องกันการทำลายธรรมชาติและมลพิษต่างๆ เพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แผนภาพที่ 61: การประสบความสำเร็จของตลาดน้ำอัมพวา ดังแสดงให้เห็นในรูปก่อน (บน) และหลัง (ล่าง)



ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ดีจำเป็นจะต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย กล่าวคือ ภาครัฐต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนและเอกชนผู้ทำธุรกิจ โดยนโยบายต่างๆ ควรได้รับความยอมรับจากชุมชน และต้องทำให้แน่ใจว่าชุมชนท้องถิ่นเข้าใจถึงความสำคัญของการพัฒนาดังกล่าวและทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงความรู้และงบประมาณได้

5) อุปสรรคในการพัฒนาตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาที่มุ่งเน้นไปในเชิงพาณิชย์มากเกินไปอาจจะทำรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการจำนวนมากและเร็ว แต่ก็เป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ด้วยกระแสการท่องเที่ยวตลาดทางน้ำที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้แนวทางการพัฒนาที่ริเริ่มโดยชุมชนเปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นไปในเชิงพาณิชย์มากกว่า การอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น และเมื่อแหล่งท่องเที่ยวได้รับความสนใจมากขึ้น นักลงทุนต่างถิ่นก็อาจจะเข้ามาลงทุนเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดปัญหาตามมามากมาย เช่น การบุกรุกพื้นที่สาธารณะ ราคาค่าบริการที่แพง ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ความขัดแย้งทางธุรกิจ และบางพื้นที่เริ่มปรากฏความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการใหม่กับชุมชน ซึ่งทำให้ความสามัคคีของคนในชุมชนลดน้อยลงและวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ดั้งเดิม และสุขสงบถูกรบกวนจากนักท่องเที่ยว เป็นต้น¹⁰⁹

นอกเหนือจากนี้ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตั้งแต่ในอดีตเป็นระยะเวลานานอาจมีปัญหาด้านการรองรับนักท่องเที่ยวได้ กล่าวคือ ด้วยข้อจำกัดของพื้นที่ตลาดน้ำหรือตลาดเก่า ทำให้เกิดปัญหาการจราจรหนาแน่นทั้งทางบกและทางน้ำ ผู้ประกอบการฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือช่วงเทศกาล ความเสี่ยงต่ออัคคีภัย โดยทั้งหลายเหล่านี้นำมาสู่ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องสุขา ที่จอดรถ และป้ายบอกทาง หรือระดับของสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ได้มาตรฐานและไม่เหมาะกับการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก หรือสมัยใหม่

ในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางโดยเรือตลอดลำน้ำแม่น้ำเจ้าพระยานั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากร่องน้ำที่อาจจะตื้นเกินไปและไม่ได้รับการขุดเป็นประจำหรือสภาพภูมิศาสตร์ที่ทำให้เรือท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางผ่านได้ ผักตบชวามีจำนวนมากและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วขวางกั้นทางเดินเรือ ประกอบกับปรากฏการณ์น้ำขึ้นน้ำลง หรือการที่ไม่มีท่าที่ได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวให้เรือเทียบ ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำทั้งสิ้น

6) อุปสรรคในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ

การเดินทางตามแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งสายนั้นเป็นไปได้ด้วยหลายประการ เช่น จากผักตบชวาที่ขวางทางน้ำ ปรากฏการณ์น้ำขึ้นน้ำลง หรือทางเดินน้ำที่ถูกขวางด้วยสาเหตุต่างๆ นอกเหนือจากนี้ อีกสาเหตุหนึ่งที่สำคัญคือ ความลึกของน้ำที่ทำให้เรือท่องเที่ยวขนาดใหญ่ไม่สามารถล่องผ่านได้ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่

¹⁰⁹ สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2551). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. เรียกใช้เมื่อ 23 เมษายน 2558 จาก <http://www.cbt-i.org/2012/travel.php>

ขีดขวางการพัฒนาการล่องเรือตามแม่น้ำเจ้าพระยา ในปัจจุบันการล่องเรือสามารถทำได้จากปากแม่น้ำใน จังหวัดสมุทรปราการไปถึงเพียงอำเภอบางปะอินจังหวัดอ่างทอง ด้วยระยะทางประมาณ 180 กิโลเมตร เนื่องจาก ความลึกของน้ำที่ทำให้เรือขนาดใหญ่ไม่สามารถเดินทางตามแม่น้ำได้ อย่างไรก็ตาม ทางภาครัฐมีความ พยายามในการสร้างเขื่อนยกระดับน้ำเพื่อให้สามารถการเดินทางนั้นเป็นไปได้ คือ การเพิ่มค่าความลึกน้ำต่ำสุด เพื่อการเดินเรือให้เรือกินน้ำลึกไม่เกิน 5 เมตร สามารถแล่นใช้งานได้ตลอดทั้งปีตั้งแต่ปากแม่น้ำเจ้าพระยา จนถึงจังหวัดนครสวรรค์ และให้เรือกินน้ำลึกไม่เกิน 3 เมตรต่อเนื่องไปตามแม่น้ำน่านจนถึงอำเภอดงเจริญ จังหวัดพิจิตร รวมระยะทางตามลำน้ำทั้งสิ้นประมาณ 477 กิโลเมตร¹¹⁰ เพื่อประโยชน์ทั้งในการขนส่งสินค้า และการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าเรือจะสามารถล่องได้ถึงจังหวัดอ่างทอง การพัฒนาท่องเที่ยวตามแม่น้ำ เจ้าพระยาโดยส่วนมากจะเป็นการล่องถึงเพียงจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากกรุงเทพฯ โดยมีการค้างคืน ซึ่ง การล่องในรูปแบบดังกล่าวก็ยังไม่ได้รับความนิยมมากเท่ากับการไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรถทัวร์แล้ว กลับโดยเรือจากจังหวัดนนทบุรีไปกรุงเทพฯ ภายในวันเดียว หรือการทานอาหารค่ำบนเรือที่ล่องตามแม่น้ำ เจ้าพระยาในกรุงเทพฯ

¹¹⁰ กรมเจ้าท่า (2556). งานสำรวจออกแบบรายละเอียดและศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมในรายละเอียดโครงการก่อสร้างเขื่อนยกระดับใน

แม่น้ำเจ้าพระยาและน่านเพื่อการเดินเรือ. เรียกใช้เมื่อ 18 พฤษภาคม 2558 จาก

<http://www.navidam.com/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3/%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3.html>

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ การท่องเที่ยวในเขตเมือง และพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาเพื่อเป็นการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา รวมถึงศึกษาสถานการณ์ของแต่ละจังหวัดทั้ง 10 จังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน จากนั้นจึงทำการคัดเลือกจังหวัดที่มีศักยภาพโดดเด่นมากที่สุด 5 จังหวัด แล้วจึงศึกษาแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่มีการท่องเที่ยวทั้ง 11 เส้นทาง เพื่อเป็นการทำความเข้าใจศักยภาพพื้นที่อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์ในส่วนถัดไป โดยการศึกษาได้แบ่งออกมาเป็นบทดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 8 วิธีดำเนินการวิจัย

ส่วนที่ 9 วิธีการคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวหลักในพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

ส่วนที่ 8 วิธีดำเนินการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนำมาสู่กระบวนการหรือขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาที่เหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสำรวจประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้เชี่ยวชาญและผู้เกี่ยวข้อง และการออกแบบสำรวจสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นแบบสำรวจที่มีโครงสร้าง และคำถามที่ให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผสมผสานกับการเก็บข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่เป้าหมาย การจัดเก็บข้อมูลทั้งข้อมูลในเชิงปริมาณ (Quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) จะช่วยให้ข้อมูลที่จัดเก็บมามีความสมบูรณ์และครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ โดยกระบวนการหรือขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาที่กำหนดขึ้นเป็นขั้นตอนการศึกษาที่เหมาะสมกับการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

8.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ด้วยวัตถุประสงค์หลักของการการศึกษาและพัฒนายุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มพื้นที่หลัก 2 พื้นที่ ได้แก่ กลุ่มเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า และกลุ่มลำน้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขา คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและ/หรือปฐมภูมิที่ครอบคลุมหัวข้อดังต่อไปนี้

- การท่องเที่ยวของโลกและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง
- การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน
- ประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย
- สถานการณ์การท่องเที่ยวทางน้ำในภาพรวม
- สถานการณ์การท่องเที่ยวที่สำคัญในแต่ละกลุ่มจังหวัดเป้าหมาย
- การศึกษาข้อมูลกลุ่มพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักและลำน้ำสาขาหลัก

ในการดำเนินงานระยะที่ 1 คณะผู้วิจัยจะทำการกำหนดพื้นที่ลำน้ำสาขาของแม่น้ำเจ้าพระยาที่จะทำการศึกษาเชิงลึกโดยการเปรียบเทียบข้อมูลด้านต่างๆและให้คะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละลำน้ำ เพื่อสรุปขอบเขตที่ชัดเจนของการศึกษากลุ่มพื้นที่เป้าหมายในเชิงลึก

เมื่อถึงระยะที่ 2 ในส่วนของการเก็บข้อมูลปฐมภูมินั้น คณะผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการเดินทางเข้าไปในพื้นที่เป้าหมาย และทำการสำรวจพื้นที่/แหล่งท่องเที่ยว โดยร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่และเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึกและถ่ายภาพ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะมีการสัมภาษณ์เชิงลึก และ/หรือประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการจัดสนทนาสรุปผลขั้นต้น และสนทนารับฟังความคิดเห็น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 8: การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนา

หัวเรื่อง	สัมภาษณ์เชิงลึก/ Focus Group	สนทนา
ประชากรเป้าหมาย	- ภาครัฐ - ภาคเอกชน - ภาคชุมชนท้องถิ่น - ภาควิชาการ	- ภาครัฐ - ภาคเอกชน - ภาคชุมชนท้องถิ่น - ภาควิชาการ
กลุ่มตัวอย่าง	ไม่น้อยกว่า 15 ตัวอย่างอันรวมถึง ภาครัฐ (ไม่น้อยกว่า 3) อาทิเช่น - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ภาคเอกชน (ไม่น้อยกว่า 5) อาทิเช่น - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สมาคมโรงแรมไทย - สมาคมสปาไทย - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับภาคหรือจังหวัด - ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน ภาควิชาการ (ไม่น้อยกว่า 2) อาทิเช่น - คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ - Department of Tourism, College of Innovation มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ชุมชนท้องถิ่น (อย่างน้อย 1 ชุมชนต่อกลุ่ม	ประมาณ 30 คน ภาครัฐ อาทิเช่น - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ภาคเอกชน อาทิเช่น - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สมาคมโรงแรมไทย - สมาคมสปาไทย - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับภาคหรือจังหวัด - ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน ภาควิชาการ อาทิเช่น - คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ - Department of Tourism, College of Innovation มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ชุมชนท้องถิ่น

หัวเรื่อง	สัมภาษณ์เชิงลึก/ Focus Group	สัมภาษณ์
	พื้นที่)	
เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย	- Diamond Model - SWOT Analysis - Gap Analysis	เก็บประเด็นจากการสัมภาษณ์
การเก็บ รวบรวม ข้อมูล	ใช้การสัมภาษณ์หรือ Focus Group	
การวิเคราะห์ และแปลผล ข้อมูล	ใช้การวิเคราะห์ตามในรายละเอียดในหัวข้อ 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	การวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อปรับปรุงงานวิจัยจากการสัมภาษณ์รับฟังความคิดเห็น

8.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในกรอบการวิเคราะห์การท่องเที่ยวทางน้ำ 2 พื้นที่ในโครงการนี้ คณะผู้วิจัยจะทำการศึกษาอุปสงค์ โดยวิเคราะห์ลักษณะนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศในด้านต่างๆ เช่น ทางด้านโครงสร้าง ลักษณะการกระจายตัว รายได้ ระยะเวลาพำนักร และทัศนคติ เพื่อให้ทราบลักษณะนักท่องเที่ยวในประเทศ ว่ามาจากที่ใด มีความชอบอะไรหรือมีสาเหตุใดในการมาเที่ยว มีลักษณะการใช้จ่ายอย่างไร รวมถึงศึกษาแนวโน้มและกระแสการท่องเที่ยวในสากล รวมถึงการศึกษา Megatrend นโยบายและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในภูมิภาคอาเซียน การท่องเที่ยวทางน้ำ การท่องเที่ยวเรือสำราญ และกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จจากต่างประเทศ

ในส่วนอุปทานนั้น คณะผู้วิจัยจะทำการศึกษาภาพรวมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ทั้งในด้านระบบผลิตภัณฑ์ การตลาด การประชาสัมพันธ์ โครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากร และบุคลากร รวมทั้งความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงกับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอื่นทั้งในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยจะศึกษาปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ตัวอย่างจากแผนการพัฒนา 8 คลัสเตอร์ของประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย เป็นต้น

ต่อจากนั้น คณะผู้วิจัยจะนำปัจจัยหลักของอุปสงค์ และจุดเด่นทางด้านอุปทาน มาสร้างอิม และระบุปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ของอิมการท่องเที่ยวของ 2 พื้นที่ รวมทั้งวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค ทั้งทางด้านอุปสงค์ อุปทาน และปัจจัยสนับสนุนของทั้ง 2 พื้นที่ ในการวิเคราะห์ Gap Analysis เพื่อระบุประเด็นทางยุทธศาสตร์เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของทั้ง 2 พื้นที่ต่อไป

ตารางที่ 9: ทฤษฎีหรือกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์

ทฤษฎี/กรอบแนวคิด	วัตถุประสงค์	ขั้นตอนที่ใช้ในโครงการ
Value Chain Analysis	เพื่อเป็นกรอบการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ในอุตสาหกรรม	ขั้นตอนที่ 2
Diamond Model	เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มพื้นที่ที่สนใจ	ขั้นตอนที่ 2
Gap Analysis	เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังจากอุปสงค์ ในอุปทานและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ที่สนใจ	ขั้นตอนที่ 3
SWOT Analysis	เพื่อเป็นกรอบการพิจารณาปัจจัยภายในและภายนอกของกลุ่มพื้นที่เพื่อนำมาพัฒนายุทธศาสตร์กลุ่มพื้นที่	ขั้นตอนที่ 3
Prioritization Ranking	เพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นยุทธศาสตร์	ขั้นตอนที่ 3

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Diamond Model

Diamond Model เป็นกรอบแนวคิด หรือ ตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ หรือ คลัสเตอร์ ในระดับประเทศที่ถูกคิดค้นโดย Michael E. Porter ที่ได้เขียนหนังสือชื่อ Competitive Advantage of Nations ในปี 2533 (ค.ศ. 1990) โดยเป็นการพิจารณาและประเมินสภาวะการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้านที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งจะสามารถนำไปเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจนั้นๆ ในท้ายที่สุด ว่าสภาวะการณ์เหล่านั้นมีลักษณะที่จะเป็นการเอื้อหรือจะเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภาพของธุรกิจในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นๆ หรือไม่ อย่างไร และมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงการวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐที่จะมีผลต่อปัจจัยแวดล้อมต่างๆทั้ง 4 ด้านนั้นด้วย ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย

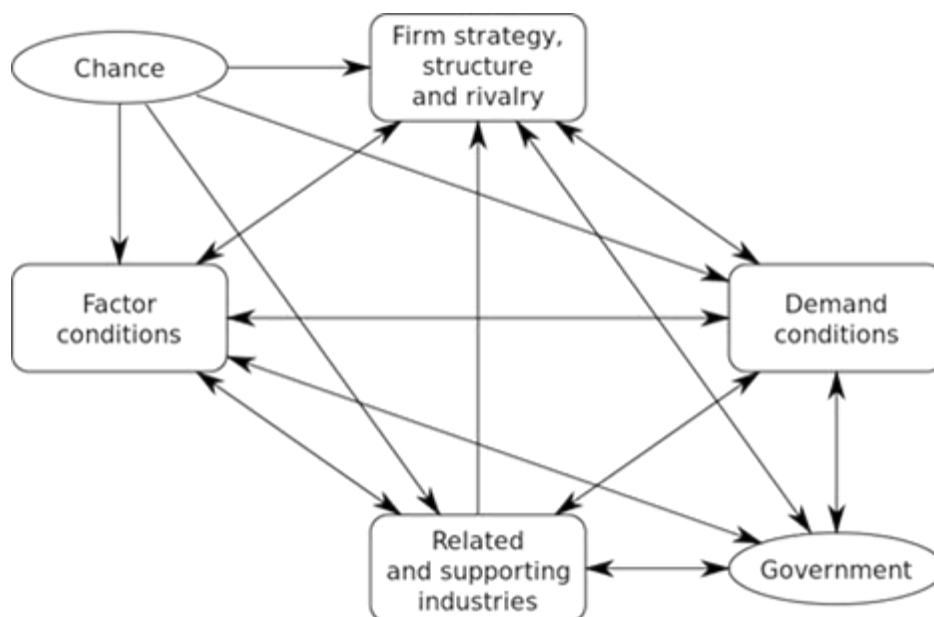
เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions) ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แหล่งเงินทุน ฯลฯ ที่จะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ได้แก่ ทศนคติและรสนิยมของผู้บริโภค ระดับความพึงพอใจและความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการของบริษัท ลักษณะและโครงสร้างการแบ่งส่วนการตลาดสำหรับสินค้าและบริการของบริษัท ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละส่วนการตลาด เป็นที่คาดเดาได้ในระดับใด ฯลฯ

บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context) ได้แก่ ลักษณะและบรรยากาศของการแข่งขันทางธุรกิจ กลไกการตลาด ฯลฯ ที่จะมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) ได้แก่ การมีอยู่ของกิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันในสายของห่วงโซ่อุปทานมีความครบถ้วนมากน้อยเพียงใด และมีระดับของความสัมพันธ์ร่วมมือระหว่างกันเพียงใด เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ระหว่างกัน การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์/ตลาดร่วมกัน ฯลฯ

แผนภาพที่ 62: ตัวอย่างองค์ประกอบ DIAMOND MODEL



คณะผู้วิจัยจะใช้ Diamond Model ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน 2 พื้นที่ที่กำหนดเพื่อพิจารณาศักยภาพในการพัฒนาพื้นที่โดยพิจารณาจากปัจจัยหลักทั้ง 4 ด้านในพื้นที่ดังกล่าว

SWOT Analysis¹¹¹

SWOT เป็นคำย่อมาจาก Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจ ใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ จากปัจจัยสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังมีรายละเอียดดังนี้

Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึงความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี หรือจุดที่สามารถแข่งขันได้ของอุตสาหกรรม เช่น คุณภาพวัตถุดิบ ทักษะของพนักงาน เป็นต้น

Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึงสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและ/หรือด้อยความสามารถซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือการดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี อันเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในหลายๆ ด้าน เช่น ต้นทุนการผลิต คุณภาพของสินค้า เป็นต้น

Opportunities คือ โอกาส หมายถึงปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร เช่น การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล ซึ่งอาจพาลิสถานการณ์ทางการตลาดให้กับสินค้าได้ เป็นต้น

Threats คือ อุปสรรค หมายถึงปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร รวมถึงการออกกฎหมายทางกฎหมายของทางราชการ ซึ่งอาจเป็นกรอบหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจให้เกิดขึ้นได้ เป็นต้น

เนื่องจากจุดแข็งและจุดอ่อนเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ จึงสามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ได้ ส่วนปัจจัยภายนอกประกอบด้วยโอกาสและอุปสรรค เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงไม่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ได้

คณะผู้วิจัยจะใช้กรอบแนววิเคราะห์ SWOT หลังจากได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่างๆของแต่ละกลุ่มพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ของแต่ละพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มพื้นที่ต่อไป

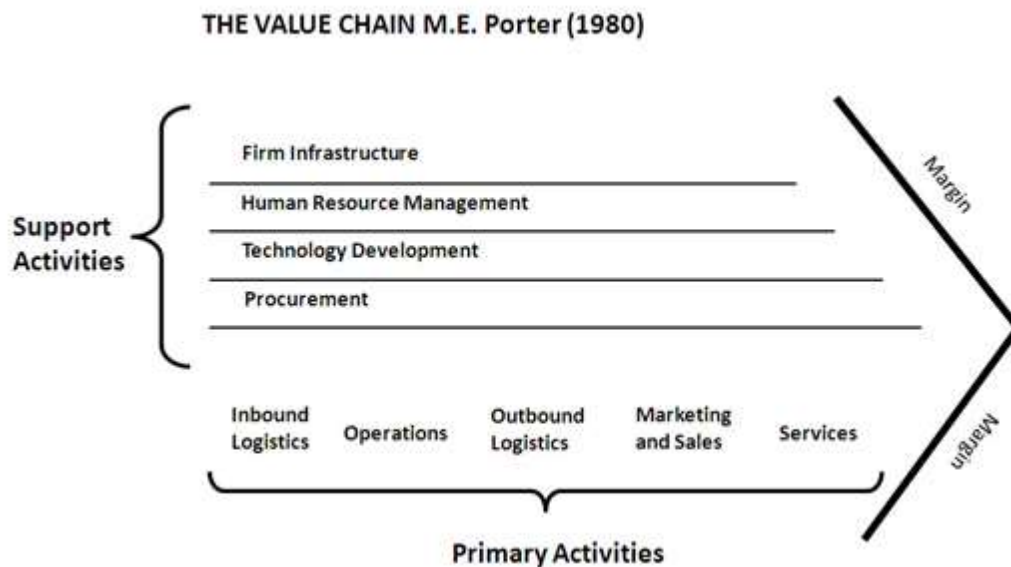
¹¹¹ Albert S. Humphrey คือนักธุรกิจและที่ปรึกษาด้านการจัดการที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการจัดการองค์กร การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม และเป็นผู้คิดค้นการวิเคราะห์ SWOT

ตารางที่ 10: ตัวอย่างการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths) – ภายใน	จุดอ่อน (Weaknesses) – ภายใน
- ความสามารถในการจัดการที่ดี - ความได้เปรียบในการแข่งขัน - ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก - ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท - ข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุน / ราคา - สถานะทางการเงินมั่นคง - ความสามารถทางการผลิต - ทำเล ที่ตั้งได้เปรียบ - ความก้าวหน้าในการวิจัย / พัฒนา - การกำหนดราคาเป็นไปตามกลไกการตลาด - กำลังการผลิตเพียงพอต่อความต้องการ	- บุคลากรไม่มีประสิทธิภาพ - การพัฒนาสินค้าต่ำ / โรงงานล้าสมัย - สายผลิตภัณฑ์แคบ - ต้นทุนการดำเนินงานสูง - สถานะทางการเงินไม่ดี - ขาดความชำนาญด้านการตลาด - เครือข่ายการจัดจำหน่ายอ่อนแอ - ขาดการเอาใจใส่ด้านวิจัย - ราคาสินค้าสูงกว่าระดับความต้องการ - สินค้าของบริษัทสามารถทดแทนด้วยสินค้าของคู่แข่งในอนาคต
โอกาส (Opportunities) – ภายนอก	อุปสรรค (Threats) – ภายนอก
- ภาวะเศรษฐกิจเอื้ออำนวย - นโยบายรัฐบาลส่งเสริม - ข้อกำหนดทางการค้าสากลเกื้อหนุน - พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง - กระแสการรักษาสิ่งแวดล้อม - ธุรกิจคู่แข่งมีปัญหา - แนวโน้มสัดส่วนประชากรเปลี่ยน - ทักษะคน / ความเชื่อเปลี่ยน - แหล่งวัตถุดิบ / supplier ดี - อุปสงค์ของตลาดมีจำนวนมาก	- อุปสรรคจากภาวะเศรษฐกิจ / ข้อกำหนดทางกฎหมาย - ปัญหาจากกติกการค้าทั่วโลก - ผู้บริโภคหันเหความสนใจ - ขัดต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม - คู่แข่งมีมากและแข็งแกร่ง - กลุ่มประชากรเป้าหมายลดลง - ทักษะคนใหม่เป็นอุปสรรค - แหล่งวัตถุดิบ / Supplier มีปัญหา - มีสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ - แรงกดดันจากลูกค้า

Value Chain Analysis

แผนภาพที่ 63: กรอบแนวคิดของ VALUE CHAIN



การวิเคราะห์หรือความเข้าใจใน Value Chain หรือห่วงโซ่คุณค่า จะช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้วิสาหกิจสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร โดยคุณค่าที่วิสาหกิจสร้างขึ้นสามารถวัดได้ โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทมากน้อยเพียงใด

แนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของบริษัท

กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

Inbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ

Operations กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า เป็นขั้นตอนการผลิต

Outbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า

Marketing and Sales กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ

Customer Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย

ส่วนกิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหา input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก

Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

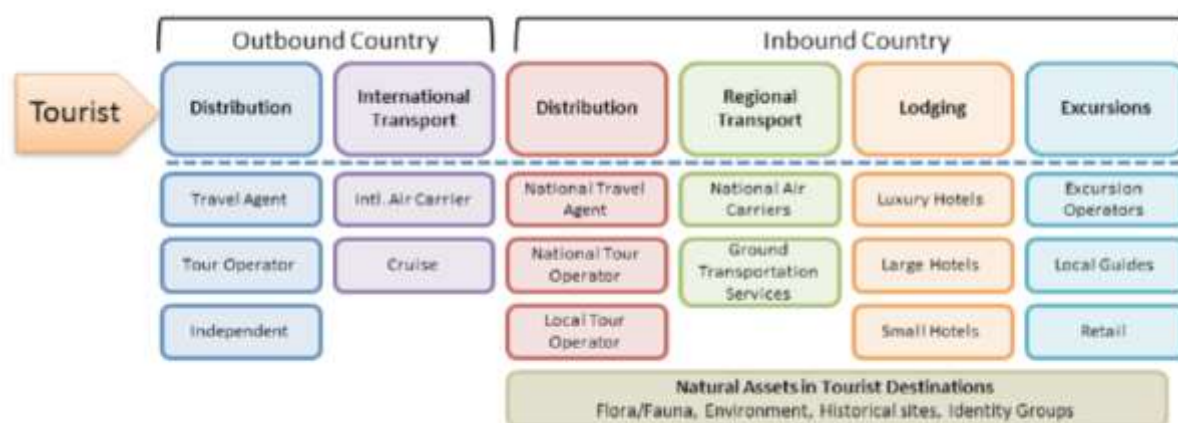
Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหา และคัดเลือก ประเมินผล พัฒนาฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงาน Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

กิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม ได้แก่ โครงสร้างองค์กร (Firm Infrastructure) ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) และการจัดหา (Procurement) นอกจากกิจกรรมสนับสนุน จะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีก

โดยทั่วไป ห่วงโซ่คุณค่ามีไว้เพื่อสำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน แต่ในบริบทนี้ คณะผู้วิจัยจะใช้เป็นกรอบการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้มั่นใจว่าได้นำความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมเข้ามาพิจารณาได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

แผนภาพที่ 64: ตัวอย่าง VALUE CHAIN ANALYSIS ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



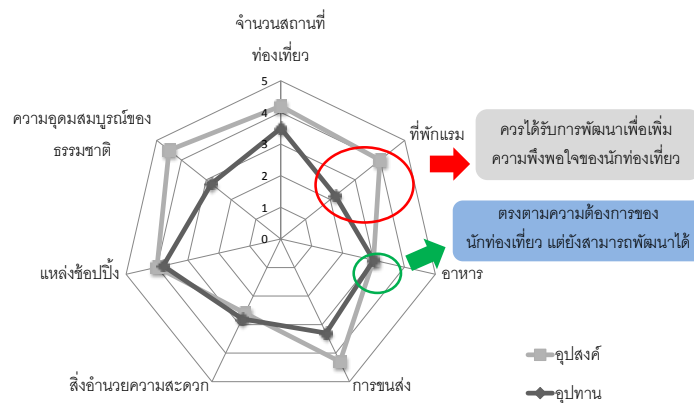
Gap Analysis

Gap Analysis หรือการวิเคราะห์ช่องว่าง เป็นการรายงานสรุปสถานะของวิสาหกิจที่เน้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและการให้บริการในปัจจุบันว่าในทางปฏิบัติที่เป็นอยู่จริง ยังมีกิจกรรมหรืองานใดที่อาจเป็นช่องว่างหรือเป็นส่วนที่ยังไม่มี เมื่อเทียบกับมาตรฐานที่พึงปฏิบัติที่ดี ซึ่งอาจจะเรียกเป็น Best Practice หรือความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยอาจเป็นการประเมินอย่างเป็นอิสระโดยบุคคลภายนอก หรือสายงานอื่นที่ไม่ใช่เป็นผู้ปฏิบัติงาน หรืออาจใช้วิธีการที่เรียกว่า CSA (Control Self Assessment) ที่ปฏิบัติโดยหน่วยงานภายในองค์กรนั้นๆ เอง ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) จะนำมาเพื่อทำแผนดำเนินการ (Action Plan) เพื่อลดช่องว่างที่มีอยู่เพื่อก้าวสู่ระดับการบริหารที่ดีขึ้น

ผู้วิจัยจะใช้ Radar Chart ในการแสดงความแตกต่างสำหรับปัจจัยที่มีจำนวนมากกว่า 3 ปัจจัยขึ้นไป ในงานนี้เพื่อแสดงการเปรียบเทียบระหว่างอุปสงค์ (ความต้องการ) และอุปทาน (สิ่งที่มีอยู่) ในแต่ละกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวที่สนใจ โดยมีการแปลงการแสดงผลจากเชิงคุณภาพ เป็นเชิงปริมาณ เพื่อแสดงว่าแต่ละปัจจัยอุปสงค์ และ อุปทาน มีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ ยังสามารถแสดงด้วยภาพได้ว่า ปัจจัยใดมีอุปสงค์สูงสุด หรืออุปทานมากที่สุด ดังแสดงไว้ในแผนภาพด้านล่าง

แผนภาพที่ 65: ตัวอย่างการวิเคราะห์ GAP ANALYSIS ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)

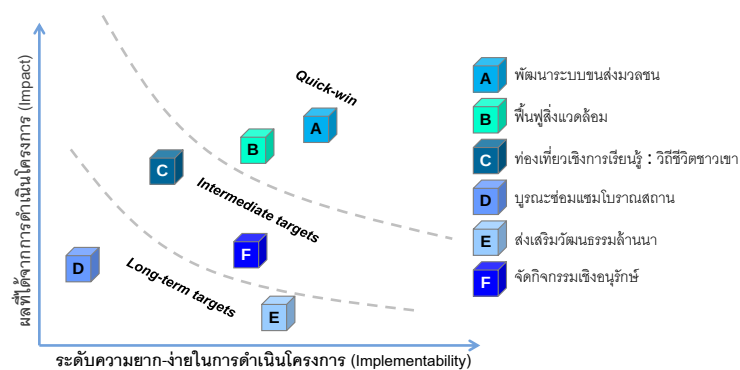


Prioritization Ranking

ผู้วิจัยจะแสดงผลด้วยกราฟ ที่มี 2 แกน อันได้แก่ผลกระทบ (Impact) และ ระดับความยากง่ายในการนำมาปฏิบัติ (Ease of Implementation) โดยนำเอาประเด็นยุทธศาสตร์มาจัดลำดับความสำคัญที่แปลงผลเชิงคุณภาพมาเป็นเชิงปริมาณในลักษณะการจัดลำดับ (Ranking Order) เพื่อความสะดวกในการอ่านผล โดยที่ประเด็นยุทธศาสตร์ที่มีความง่ายในการนำมาปฏิบัติและมีผลกระทบสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญ สูงจะอยู่ทางด้านบน-ขวา ของแผนภาพ

แผนภาพที่ 66: ตัวอย่างแผนภาพแสดงความสำคัญของประเด็นยุทธศาสตร์

การระบุประเด็นยุทธศาสตร์



8.3 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด

ตารางที่ 11: สรุปผลผลิต และตัวชี้วัด

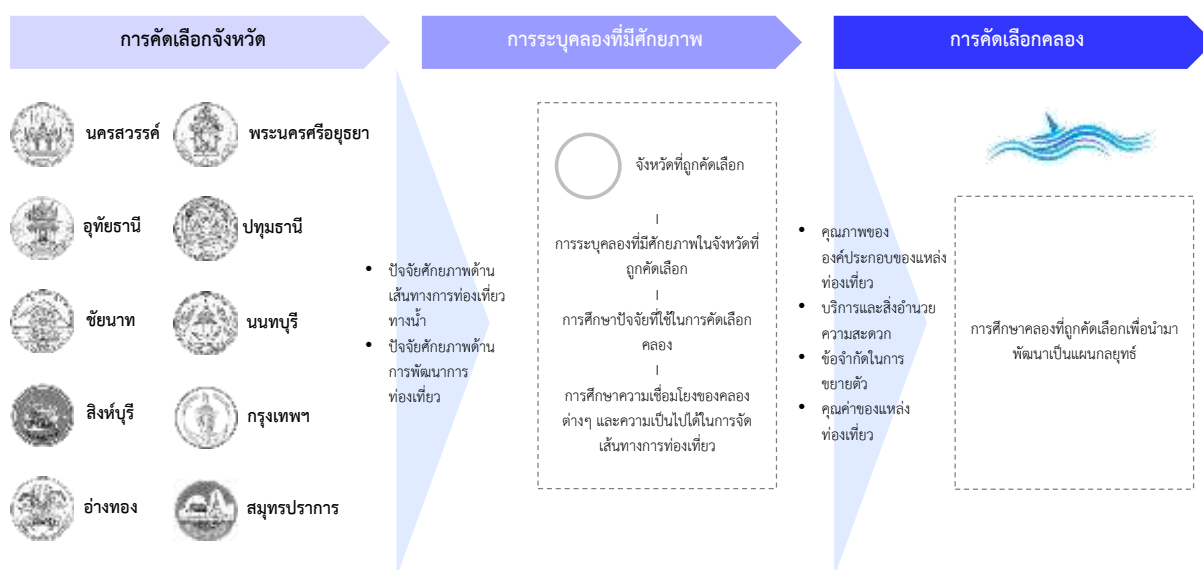
ผลผลิต	ตัวชี้วัด	
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
■ ผลการศึกษาประเด็นทางยุทธศาสตร์ การพัฒนาภูมิพื้นที่ ความพร้อม และสอดคล้องกับตลาด และความต้องการ ■ ผลการคัดเลือกผู้นำสาขาหลักที่จะลงรายละเอียดในการพัฒนา ■ ผลการศึกษาเจาะลึกสถานภาพและแนวโน้มตลาดของ 2 พื้นที่กลุ่มท่องเที่ยวหลักที่ได้รับการคัดเลือก ■ การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นยุทธศาสตร์และโครงการ ■ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่แสดง Position ของเกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า และลำน้ำเจ้าพระยา ที่มีการผลักดันด้วยกลไกการขับเคลื่อนในพื้นที่ มีกลยุทธ์ทางการตลาด และมีความเชื่อมโยงกับ Cluster อื่นๆในประเทศ และการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีการพิจารณาถึงด้านอุปสงค์ อุปทาน และปัจจัยสนับสนุนในการท่องเที่ยว มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาทุนมนุษย์ ซึ่งพัฒนาขึ้นมาโดยมีส่วนร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และชุมชนท้องถิ่น	■ ประเด็นทางยุทธศาสตร์ทั้งหมด 8 พื้นที่ ครอบคลุมพื้นที่ 61 จังหวัด ■ กลุ่มพื้นที่หลัก 2 พื้นที่ ■ การลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก/ Focus Group กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน 2 พื้นที่หลัก ■ การจัดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของ 2 กลุ่มพื้นที่ ■ ผลสรุปและแนวทางการปรับปรุงยุทธศาสตร์การพัฒนา 2 กลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยว	■ ความเห็นพ้องต้องกันในแผนยุทธศาสตร์โดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำไปดำเนินการด้านการลงทุนและปฏิบัติการจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการทำ Strategy Roadmap (Roadmap ทำให้เกิดความประหยัดในการลงทุนของประเทศในองค์กรร่วมโดยลดการลงทุนซ้ำซ้อนจากหน่วยงานต่างๆ ในภาครัฐและเอกชน) นอกจากนี้การทำ Roadmaps ยังก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการวางแผนการดำเนินงานโดยการสร้างความเชื่อมโยงข้อมูลทางการตลาดเข้ากันกับการตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรในการให้บริการการท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวม และยังช่วยในการลำดับความสำคัญ (Prioritization) ของการลงทุนต่างๆที่จำเป็น ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิผลในการใช้ทรัพยากร)

ส่วนที่ 9 วิธีการคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

จังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านมีทั้งหมด 10 จังหวัด คือ จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพฯ และสมุทรปราการ อย่างไรก็ตาม ศักยภาพการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดนั้นไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกจังหวัดที่มีศักยภาพที่โดดเด่น โดยการวิเคราะห์ถึงปัจจัยด้านศักยภาพด้านเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ และปัจจัยศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

หลังจากที่ได้ทำการกำหนดจังหวัดเป็นอันเสร็จสิ้น ผู้วิจัยทำการศึกษาแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาในจังหวัดที่คัดเลือกเพื่อระบุลำน้ำที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางน้ำ และทำการคัดเลือกลำน้ำต่างๆ ที่ผู้วิจัยมีความเห็นว่ามีศักยภาพสูงสุดในการนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ในขั้นตอนถัดไป ซึ่งกระบวนการดังกล่าวสามารถสรุปได้ในแผนภาพที่ 67

แผนภาพที่ 67: การทำการคัดเลือกจังหวัดเพื่อระบุคลองที่มีศักยภาพและคัดเลือกคลองที่มีศักยภาพสำหรับการพัฒนา

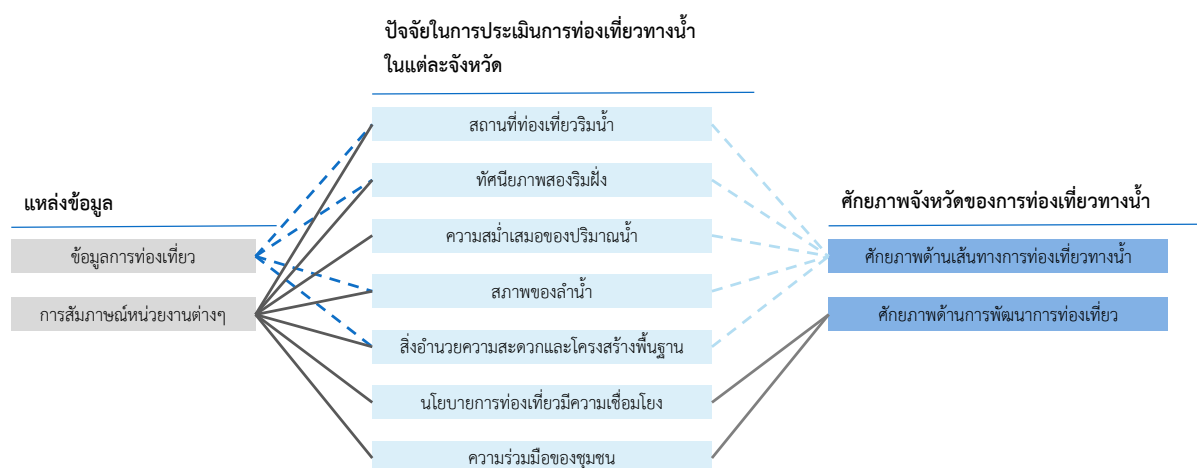


9.1 ปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัด

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากข้อมูลการท่องเที่ยวต่างๆ ในแต่ละจังหวัด และข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยจากข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางน้ำ คือ 1) สถานที่ท่องเที่ยวริมน้ำ 2) ทัศนียภาพสองริมฝั่ง 3) สภาพของลำน้ำ 4) สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน 5) โปรแกรมการท่องเที่ยวทางน้ำที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางน้ำที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งสิ้น

นอกเหนือจากนี้ จากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์หน่วยงานต่างๆ ในแต่ละจังหวัด ผู้วิจัยได้ยืนยันถึงความสำคัญของปัจจัยในเบื้องต้น และสามารถสรุปปัจจัยที่สำคัญในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำในอนาคต คือ 1) นโยบายการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางน้ำ 2) ความสม่ำเสมอของปริมาณน้ำ และ 3) ความร่วมมือของชุมชน โดยปัจจัยทั้งหมดสามารถสรุปได้ตามแผนภาพที่ 68

แผนภาพที่ 68: การสรุปปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัดสำหรับการท่องเที่ยวทางน้ำ



ผู้วิจัยจึงได้สรุปเกณฑ์ในการคัดเลือกแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ของประเภทของศักยภาพตามการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำในแต่ละจังหวัด คือ การท่องเที่ยวทางน้ำที่มีอยู่ในปัจจุบันหรือศักยภาพด้านเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ และการท่องเที่ยวทางน้ำที่สามารถเป็นไปได้หรือศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งทั้งสองปัจจัยสามารถแบ่งออกได้เป็นปัจจัยย่อยตามตารางที่ 23 ซึ่งการให้คะแนนจะให้ตามการวิเคราะห์โดยมีเกณฑ์ในแต่ละระดับดังที่อยู่ในตารางดังกล่าว ซึ่งการให้คะแนนจะเป็นในรูปแบบศักยภาพสูง (3 คะแนน) กลาง (2 คะแนน) และต่ำ (1 คะแนน) หลังจากทำการประเมินโดยการให้คะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำคะแนนศักยภาพแต่ละจังหวัดมาหาค่าเฉลี่ย และจัดอันดับต่อไป

ตารางที่ 12: ปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัด

ปัจจัยในการพิจารณา	ศักยภาพสูง (3)	ศักยภาพปานกลาง (2)	ศักยภาพต่ำ (1)
หมวดที่ 1: ศักยภาพด้านเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ			
สถานที่ท่องเที่ยวริมน้ำ	แหล่งท่องเที่ยวอยู่ริมฝั่งแม่น้ำ มีความโดดเด่น สวยงาม ค่อนข้างมีความสมบูรณ์	แหล่งท่องเที่ยวอยู่ใกล้แม่น้ำ สภาพปานกลาง	แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลจากแม่น้ำ สภาพเสื่อมโทรม
ทัศนียภาพสองริมฝั่ง	ภูมิทัศน์สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดตา มีการจัดแสดงแสงสี	บางส่วนมีภูมิทัศน์สวยงาม แต่บางส่วนยังไม่เรียบร้อย หรือสกปรก	สกปรก เสื่อมโทรม ไม่น่าดู มีตลิ่งกัดเซาะขรุขระ บังทัศนียภาพ
ความสม่ำเสมอของปริมาณน้ำ	มีน้ำตลอดปี สามารถล่องได้ตลอดสาย	ปริมาณน้ำไม่สม่ำเสมอ อาจมีส่วนที่ล่องได้และล่องไม่ได้ในบางช่วงเวลา	ปริมาณน้ำไม่สม่ำเสมอ บางช่วงมีน้ำแห้งทำให้ล่องเรือไม่ได้ตลอดสาย และมีสะพานเตี้ยครอบลำน้ำทำให้เรือไม่สามารถผ่านได้
สภาพของลำน้ำ (ผักตบชวา ขยะ สี กลิ่น)	สะอาด ได้มาตรฐานแหล่งน้ำอยู่ในประเภทที่ 1-2 ผักตบชวาน้อย	คุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์พอใช้ มาตรฐานแหล่งน้ำอยู่ในประเภทที่ 3	สภาพน้ำเน่าเสีย มีกลิ่นเหม็น มาตรฐานแหล่งน้ำอยู่ในประเภทที่ 4 มีผักตบชวาหนาแน่น และมีขยะมูลฝอย
สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน	มีท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ร้านค้า อยู่ในสภาพดี	มีท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในสภาพดีพอใช้ ยังต้องปรับปรุงบางส่วน	ไม่มีท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ หรือ มีสภาพทรุดโทรม ต้องได้รับการฟื้นฟู
โปรแกรมการท่องเที่ยวทางน้ำที่มีอยู่ในปัจจุบัน	มีโปรแกรมการท่องเที่ยวทางน้ำอยู่ในปัจจุบัน มีผู้ประกอบการเรือหลายราย	เคยมีโปรแกรมการท่องเที่ยวทางน้ำในอดีต มีจำนวนผู้ประกอบการเรือน้อยราย	ไม่มีโปรแกรมการท่องเที่ยว ไม่มีผู้ประกอบการเรือ

ปัจจัยในการพิจารณา	ศักยภาพสูง (3)	ศักยภาพปานกลาง (2)	ศักยภาพต่ำ (1)
หมวดที่ 2: ศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว			
นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ	ผลักดันการท่องเที่ยวทางน้ำเป็นหลัก หรือมีการวางนโยบายในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ	ไม่ได้ผลักดันด้านการท่องเที่ยวทางน้ำเป็นหลักแต่มีนโยบายการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำบ้าง หรือเคยมีการศึกษาในอดีต	ไม่มีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ
ความร่วมมือของชุมชน	ชุมชนให้ความร่วมมืออย่างดี มีการดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การทำโฮมสเตย์ เรือนำเที่ยว มัคคุเทศก์นำเที่ยว การนำเสนอวิถีชีวิตชุมชน พร้อมที่จะสนับสนุนนโยบาย	ชุมชนสนใจและ/หรือให้ความร่วมมือเมื่อได้รับการร้องขอ	ชุมชนไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่ให้ความสนใจในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

9.2 ปัจจัยในการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

จากการศึกษาปัจจัยในการคัดเลือกคลัสเตอร์ทั้ง 8 คลัสเตอร์ คณะผู้วิจัยพบว่าสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีการกำหนดปัจจัยไว้ 8 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) มีเอกลักษณ์โดดเด่น ทรงคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น สะท้อนถึงวิถีชีวิตและความดั้งเดิมของท้องถิ่นและแหล่งท้องถิ่นนั้นๆ
- 2) มีกิจกรรมท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว
- 3) เส้นทางคมนาคมสะดวก มีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน
- 4) มีความปลอดภัยสูง มีความปลอดภัยในการเดินทาง พานักท่องเที่ยว มีระบบการป้องกันและมาตรการเยียวยาผู้ประสบเหตุ
- 5) เป็นที่ต้องการ สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวในตลาดโลก สอดคล้องกับกระแสการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ กลุ่มท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ กลุ่มสนใจสุขภาพ กลุ่มรักสิ่งสิ่งแวดล้อม
- 6) ค่าครองชีพไม่สูง มีความคุ้มค่า ค่าใช้จ่ายสะท้อนคุณค่าและมูลค่าที่แท้จริง
- 7) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและต้อนรับนักท่องเที่ยว ความเป็นมิตร
- 8) มีการบริหารจัดการที่ดี การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพขององค์กรปกครองท้องถิ่น เครือข่ายชุมชนมีความเข้มแข็ง

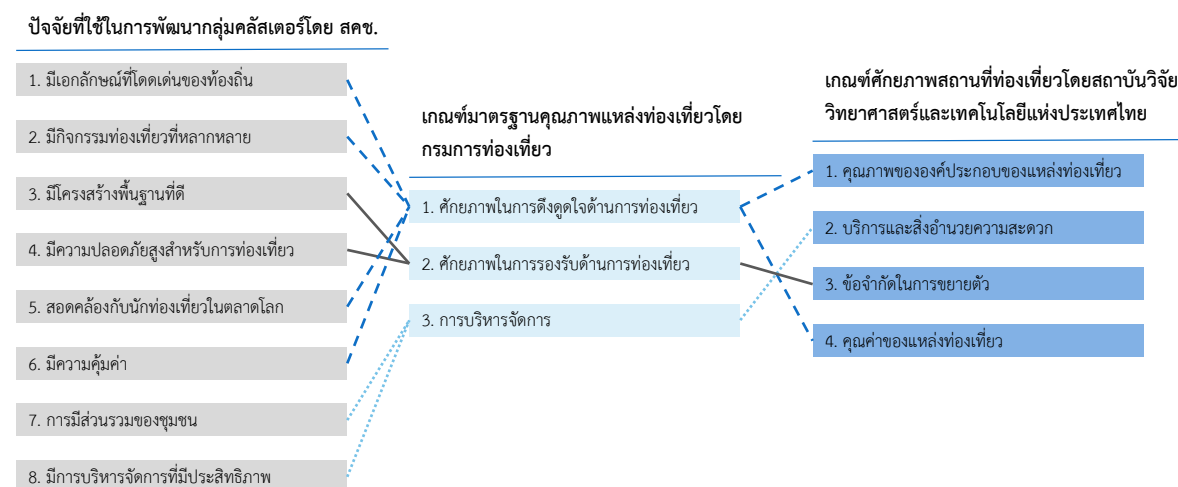
คณะผู้วิจัยได้นำปัจจัยในด้านบนเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยกรมการท่องเที่ยวซึ่งทำการประเมินแหล่งท่องเที่ยวในประเภทต่างๆ โดยเลือกเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวหลักที่อยู่ตามริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่เป็นประเพณีวัดและโบราณสถานเป็นส่วนมาก ประกอบกับมีตลาดน้ำวิถีชีวิตชุมชน โดยองค์ประกอบที่กรมการท่องเที่ยวใช้เป็นกรอบแนวคิด คือ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว 3) การบริหารจัดการ

อย่างไรก็ดี เพื่อให้ปัจจัยที่ใช้สำหรับการประเมินศักยภาพลำน้ำมีความเหมาะสมในการใช้งาน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกณฑ์ในการวิเคราะห์ บทบาท สถานะภาพ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวริมน้ำ

โดยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย จากการศึกษาในปี พ.ศ. 2533 เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำประเภทแม่น้ำลำคลอง: การศึกษาเฉพาะด้าน”¹¹² ซึ่งมีการใช้งานในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาในงานวิทยานิพนธ์ของนายศรายุทธ ผลโพธิ์ เรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ: กรณีศึกษาเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาระหว่างกรุงเทพมหานครถึงพระนครศรีอยุธยา”¹¹³ โดยแบ่งปัจจัยออกเป็นหมวดดังต่อไปนี้ 1) คุณภาพของภูมิทัศน์ คุณภาพขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 2) บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ข้อจำกัดในการขยายตัว และ 4) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการสรุปปัจจัยที่ใช้ในการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาโดยมีความเชื่อมโยงต่อยังปัจจัยที่ สคช. ใช้ในการจัดกลุ่มคลัสเตอร์ของประเทศไทย และเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยกรมการท่องเที่ยว โดยจัดกลุ่มในรูปแบบเกณฑ์การประเมินแหล่งท่องเที่ยวริมน้ำโดยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย และทำการปรับปรุงให้เข้ากับการประเมินแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา ดังแผนภาพที่ 69

แผนภาพที่ 69: การสรุปปัจจัยในการคัดเลือกลำน้ำสำหรับการพัฒนากลยุทธ์



ปัจจัยในการประเมินศักยภาพลำน้ำสำหรับการพัฒนากลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็นปัจจัยย่อยตามตารางที่ 13 โดยการให้คะแนนจะให้ตามการวิเคราะห์โดยมีเกณฑ์ในแต่ละระดับดังที่อยู่ในตารางดังกล่าว โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าปัจจัยที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยใช้ในการพิจารณา

¹¹² สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2533). การศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำประเภทแม่น้ำลำคลอง: การศึกษาเฉพาะด้าน. กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจเทคโนโลยี, สาขาวิจัยอุตสาหกรรม การก่อสร้างและสาขาวิจัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร.

¹¹³ ศรายุทธ ผลโพธิ์ (2549). การพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ: กรณีศึกษาเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาระหว่างกรุงเทพมหานครถึงพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (พืชสวน). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการประเมินศักยภาพของลำน้ำเพื่อที่จะจัดทำแผนพัฒนากลยุทธ์ต่อไป โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงหลักเกณฑ์ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นสำหรับการประเมินศักยภาพของลำน้ำ

โดยการให้คะแนนจะเป็นในรูปแบบศักยภาพสูง (3 คะแนน) กลาง (2 คะแนน) และต่ำ (1 คะแนน) หลังจากทำการประเมินโดยการให้คะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำคะแนนศักยภาพแต่ละจังหวัดมาหาค่าเฉลี่ย และจัดอันดับต่อไป

ตารางที่ 13: ปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัดพื้นที่ลำน้ำสาขา

ปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัดพื้นที่ลำน้ำสาขา	ศักยภาพสูง (3)	ศักยภาพกลาง (2)	ศักยภาพต่ำ (1)
หมวดที่ 1: คุณภาพของภูมิทัศน์และองค์ประกอบของการท่องเที่ยว			
1. ธรรมชาติ (ทำเลที่ตั้ง สภาพภูมิประเทศ พืชพรรณ)	ธรรมชาติอยู่ในสภาพดี สวยงามหลากหลาย	ธรรมชาติสมบูรณ์ปานกลาง	ธรรมชาติเสื่อมโทรม
2. มนุษย์สร้างขึ้น (สถาปัตยกรรม การใช้พื้นที่ คุณภาพสภาพแวดล้อม)	ดีทั้ง 3 ด้าน	ดี 2 ด้าน ปานกลาง-ต่ำ 1 ด้าน หรือปานกลางทั้ง 3 ด้าน	ไม่ดี ไม่น่าดู
3. สภาพลำน้ำ (วัชพืช ขยะ สี กลิ่น)	สะอาด ผักตบชวา น้อย ไม่มีขยะมูลฝอย	คุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์พอใช้ มีขยะมูลฝอยหรือผักตบชวบ้าง	สภาพน้ำเน่าเสีย มีกลิ่นเหม็น มีผักตบชวาหนาแน่น และมีขยะมูลฝอย
4. การใช้ที่ดินโดยรอบ (เสริม/ทำลายคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว)	เสริมให้แหล่งเด่นขึ้น	ปานกลาง	ทำลายคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว
หมวดที่ 2: บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก			
1. ท่าเรือ ที่จอดเรือ ที่จอดรถ	สภาพดี อำนาจความสะดวกดี	สภาพค่อนข้างดี อำนาจความสะดวกปานกลาง	มีอยู่เพียงชั่วคราว ไม่เพียงพอ
2. การคมนาคม การเข้าถึง	มีเรือโดยสารผ่าน มีถนนเข้าถึงแหล่ง	มีเฉพาะเรือท่องเที่ยว เรือเหมา มีถนนเข้าถึงแหล่ง	ไม่มีเรือบริการถึงแหล่งท่องเที่ยว แต่ถนนเข้าถึง
3. การให้บริการ	มีครบทั้ง 3 อย่าง	มีครบ 2 อย่าง	มีเพียง 1 อย่าง

ปัจจัยในการคัดเลือกจังหวัด พื้นที่ลุ่มน้ำสาขา	ศักยภาพสูง (3)	ศักยภาพกลาง (2)	ศักยภาพต่ำ (1)
(ร้านค้า ร้านอาหาร สุขา)			
4. ความปลอดภัย	โอกาสที่จะเกิด อันตรายมีน้อย มี การดูแลความ ปลอดภัย	มีอันตรายมาก แต่มีการ ดูแลความปลอดภัย	มีความเสี่ยงสูง และ ยังไม่มีมีการดูแลความ ปลอดภัย
หมวดที่ 3: ข้อจำกัดในการขยายตัว			
1. ความสามารถในการรองรับการ ท่องเที่ยว	มีขนาดพื้นที่สำหรับ การขยายตัวได้มาก	มีข้อจำกัดของการ ขยายตัวพื้นที่ในระดับ ปานกลาง	ไม่สามารถขยายตัวได้ อีก
2. ความไวต่อผลกระทบจากการ ท่องเที่ยว	มีผลกระทบเชิงบวก หรือมีผลกระทบใน เชิงลบน้อย	มีผลกระทบเชิงลบปาน กลาง	มีผลกระทบเชิงลบ มาก
หมวดที่ 4 : คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว			
1. ความสำคัญทางประวัติศาสตร์	มีความสำคัญ ระดับประเทศ หรือ ภาค	มีความสำคัญปานกลาง ในระดับจังหวัด	มีความสำคัญระดับ ท้องถิ่น อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน
2. ลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ของ แหล่ง	ลักษณะเด่นชัดแห่ง เดียวในประเทศ/ภาค	เด่นเป็นที่รู้จักในระดับ จังหวัด	เป็นลักษณะสากล ทั่วไป
3. ความเชื่อมโยง (การเดินทาง การจัดรูปแบบการ ท่องเที่ยว)	มีความเป็นไปได้สูง ในการเชื่อมโยงกับ แหล่งท่องเที่ยวอื่น	มีความเป็นไปได้ปาน กลางในการเชื่อมโยงกับ แหล่งท่องเที่ยวอื่น	มีความเป็นไปได้น้อย ในการเชื่อมโยงกับ แหล่งท่องเที่ยวอื่น
4. ความยากง่ายในการลงทุน ส่งเสริม	ใช้เงินลงทุนต่ำ ต้องการการจัดการ เล็กน้อย ความ เป็นไปได้สูง	ต้องใช้เงินลงทุนสูง ต้องการการจัดการมาก ความเป็นไปได้ปาน กลาง	ต้องใช้เงินลงทุนสูง มากในการจัดการ มี ความเป็นไปได้ต่ำ
5. โครงการในการพัฒนาแก้ไข ปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อการ ท่องเที่ยว	มีโครงการและเริ่ม ดำเนินการไปแล้ว	มีโครงการเสนออยู่ใน แผนแต่ยังไม่มีเริ่ม ดำเนินการปฏิบัติ	ยังเป็นเพียงแนวคิด หรือยังไม่มีแผนเลย

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์คลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยว ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์พื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา โดยพิจารณาถึงประเด็นต่างๆ ของพื้นที่อุปสงค์การท่องเที่ยว แล้วใช้การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ โครงสร้างคลัสเตอร์และห่วงโซ่มูลค่า รวมถึงการใช้ SWOT Analysis เพื่อใช้ในการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และการวางตำแหน่งโดยผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ โดยการวิเคราะห์นี้เกิดขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ โดยการวิเคราะห์พื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขามีประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ส่วนที่ 10 การคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวหลักและประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

ส่วนที่ 11 ผลการศึกษาจากการลงพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

ส่วนที่ 12 การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา

ส่วนที่ 13 โครงสร้างคลัสเตอร์การท่องเที่ยว (Cluster Mapping) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

ส่วนที่ 14 การวิเคราะห์การท่องเที่ยวของพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ถูกคัดเลือก

ส่วนที่ 10 การคัดเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวหลักและการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

10.1 การวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด

จากปัจจัยในการวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดในด้านบน ผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพของแต่ละจังหวัดโดยการให้คะแนน และมีผลคะแนนเฉลี่ยและการจัดอันดับเป็นไปตามแผนภาพที่ 70

แผนภาพที่ 70: การคัดเลือกจังหวัดเพื่อการท่องเที่ยวทางน้ำ

	ศักยภาพด้านเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ						ศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ		คะแนนเฉลี่ย	อันดับ
	สถานที่ท่องเที่ยวริมน้ำ	ทัศนียภาพสองริมฝั่ง	ความสม่ำเสมอของปริมาณน้ำ	สภาพของลำน้ำ	สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน	โปรแกรมการท่องเที่ยวทางน้ำที่มีอยู่ในปัจจุบัน	นโยบายการท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางน้ำ	ความร่วมมือของชุมชน		
นครสวรรค์	1	1	2	3	1	1	2	2	1.6	7
อุทัยธานี	1	1	1	3	1	1	1	1	1.3	10
ชัยนาท	2	2	3	3	1	2	2	2	2.1	6
สิงห์บุรี	1	1	1	3	1	1	1	3	1.5	8
อ่างทอง	1	1	1	3	1	1	2	1	1.4	9
อยุธยา	3	3	3	2	2	3	3	3	2.8	1
ปทุมธานี	2	2	3	2	2	2	3	3	2.4	4
นนทบุรี	3	2	3	2	3	3	2	2	2.5	2
กรุงเทพฯ	3	2	3	1	3	3	3	2	2.5	2
สมุทรปราการ	3	2	3	1	2	2	3	2	2.3	5

จังหวัดที่ได้รับการประเมินว่ามีศักยภาพมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ พระนครศรีอยุธยา กรุงเทพฯ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการตามลำดับ หรือจังหวัดในกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง โดยจังหวัดที่ถูกตัดออกส่วนใหญ่จะมีปัญหาหรืออุปสรรคหลักเกี่ยวกับเส้นทางการเดินเรือท่องเที่ยวหรือสภาพสองริมฝั่งที่ไม่เอื้ออำนวย อีกทั้งการที่จังหวัดนั้นไม่มีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำที่แน่นอนหรือมีแนวทางการพัฒนาในด้านอื่นที่ไม่ได้มุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวทางน้ำก็เป็นส่วนในการพิจารณาศักยภาพด้วย

จังหวัดนครสวรรค์และอุทัยธานีประสบปัญหาด้านสภาพสองริมฝั่งที่มีตลิ่งกันน้ำท่วมบดบังทัศนียภาพและทำให้การสร้างท่าเรือมีความยากลำบาก และไม่มีการประดับไฟตกแต่งเล่นสีเพื่อความสวยงามของสองริมฝั่งเหมือนกับจังหวัดอื่นๆ เช่น กรุงเทพฯ นนทบุรี และพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสิงห์บุรีและอ่างทองมีระดับน้ำที่ไม่มั่นคงและสภาพลำน้ำที่ไม่เหมาะสมต่อการล่องเรือ จึงเน้นการท่องเที่ยวโดยรถยนต์ที่มีอยู่ ซึ่งการท่องเที่ยวหลักเป็นตามวัดและโบราณสถาน และจังหวัดชัยนาทที่ถึงแม้ว่าจะมีนโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวทางน้ำ แต่สถานที่ท่องเที่ยวโดดเด่นส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ริมฝั่ง

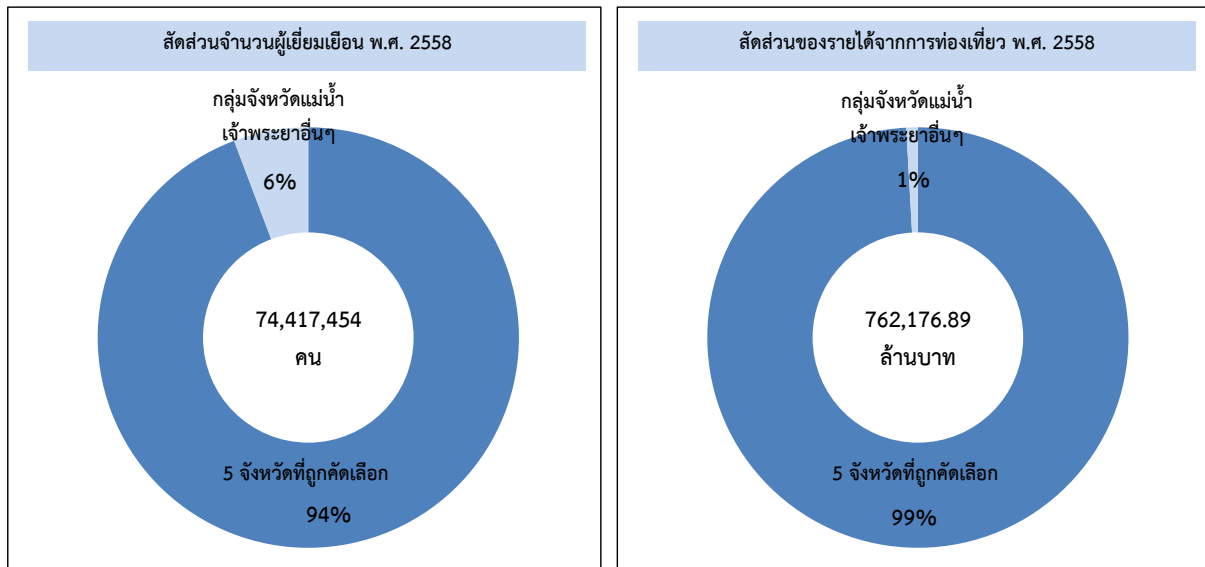
ในทางตรงกันข้าม จังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกล้วนมีศักยภาพสูงในด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำ มีสภาพลำน้ำและสองริมฝั่งที่สามารถล่องได้ในระดับที่ดี มีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำที่ดี รวมทั้งการที่มีโปรแกรมการท่องเที่ยวทางน้ำปรากฏเด่นชัด เช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นนทบุรี และกรุงเทพฯ หรือมีศักยภาพที่สามารถพัฒนาส่งเสริมได้ เช่น จังหวัดปทุมธานีและสมุทรปราการ

กลุ่มจังหวัดแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95.29 และ 99.30 ตามลำดับเมื่อเทียบกับจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้ทั้ง 10 จังหวัด โดยเป็นสัดส่วนที่คงที่มาตั้งแต่ในอดีตระหว่างปี พ.ศ. 2550-2556

จากการประเมินดังกล่าว พื้นที่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา สามารถแบ่งออกเป็น 2 พื้นที่ ดังต่อไปนี้

การแบ่งพื้นที่	พื้นที่จังหวัด	ศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	แผนยุทธศาสตร์
พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขา ตอนบน	นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง	ปานกลางถึงต่ำ	แผนยุทธศาสตร์ระยะยาว
พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขา ตอนล่าง	อยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพฯ สมุทรปราการ	สูง	แผนยุทธศาสตร์ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

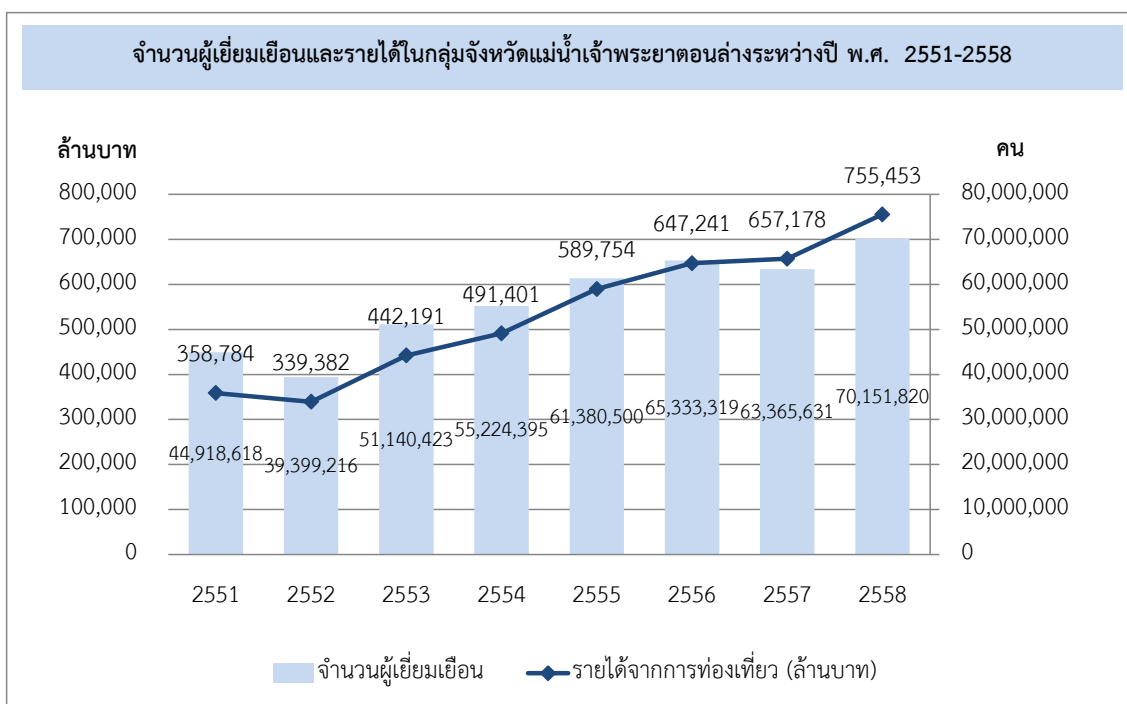
แผนภาพที่ 71: สัดส่วนเปรียบเทียบจำนวนผู้เยี่ยมเยือน และ รายได้จากการท่องเที่ยวของ 5 จังหวัดที่ถูกคัดเลือก เมื่อเทียบกับ 10 จังหวัด



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

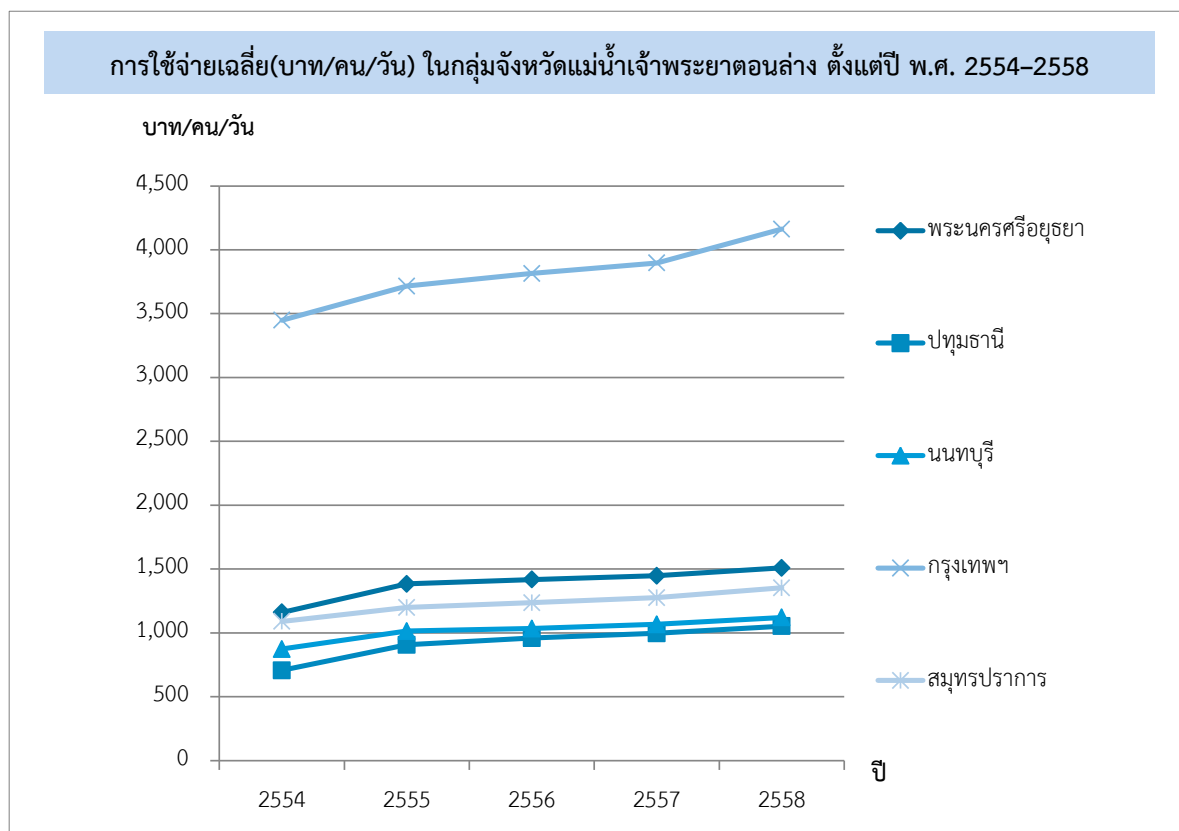
นอกเหนือจากนี้ กลุ่มจังหวัดแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างนั้นมีฐานนักท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีปริมาณนักท่องเที่ยวที่สูงที่สุดในประเทศ โดยเฉพาะกรุงเทพฯ โดยจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้ใน 5 จังหวัดแสดงในแผนภาพที่ 93 รวมถึงเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพการใช้จ่ายสูง และมีคุณภาพ คือ มีการใช้จ่ายเฉลี่ยสูงตามแผนภาพที่ 94

แผนภาพที่ 72: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้ในกลุ่มจังหวัดแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างระหว่างปี พ.ศ. 2551-2558



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 73: การใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน) ในกลุ่มจังหวัดแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554–2558

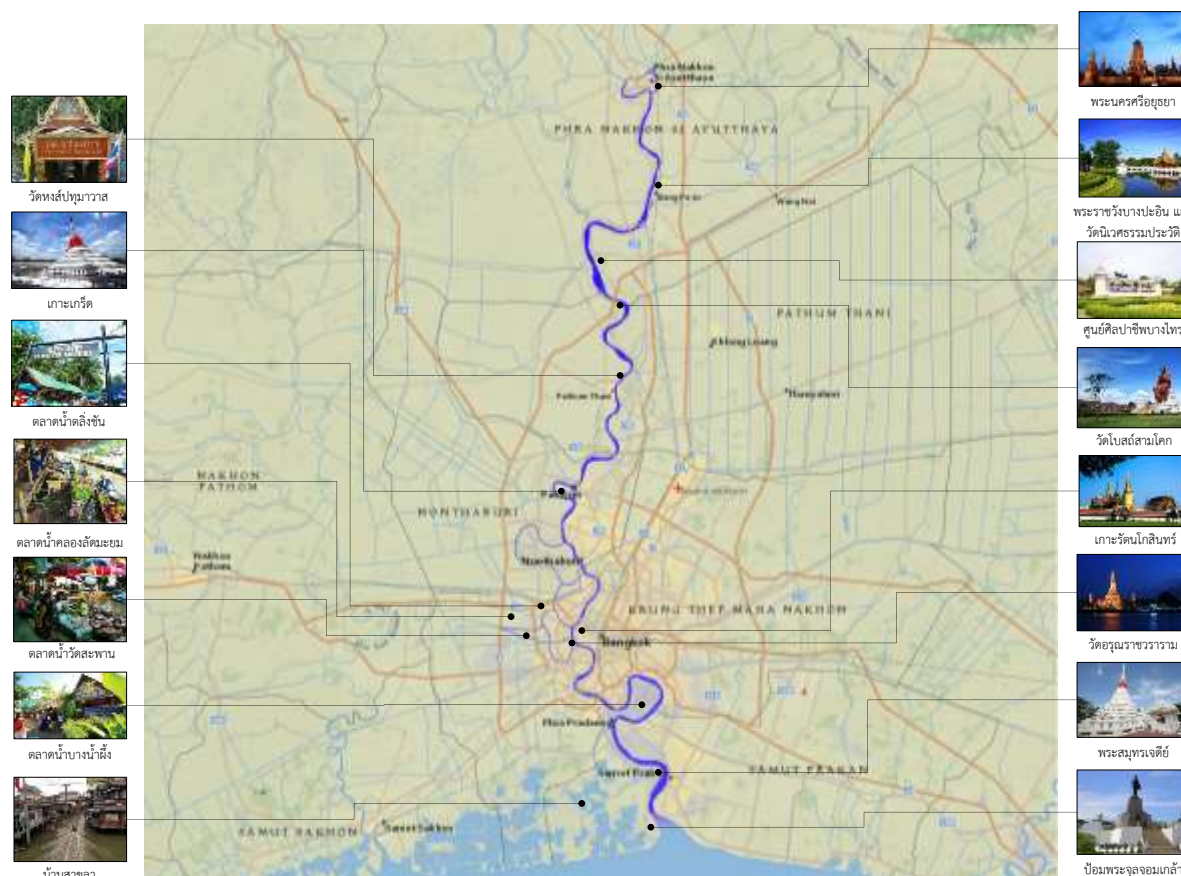


ที่มา: กรมการท้องถิ่น

10.2 แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาในจังหวัดที่ถูกคัดเลือก

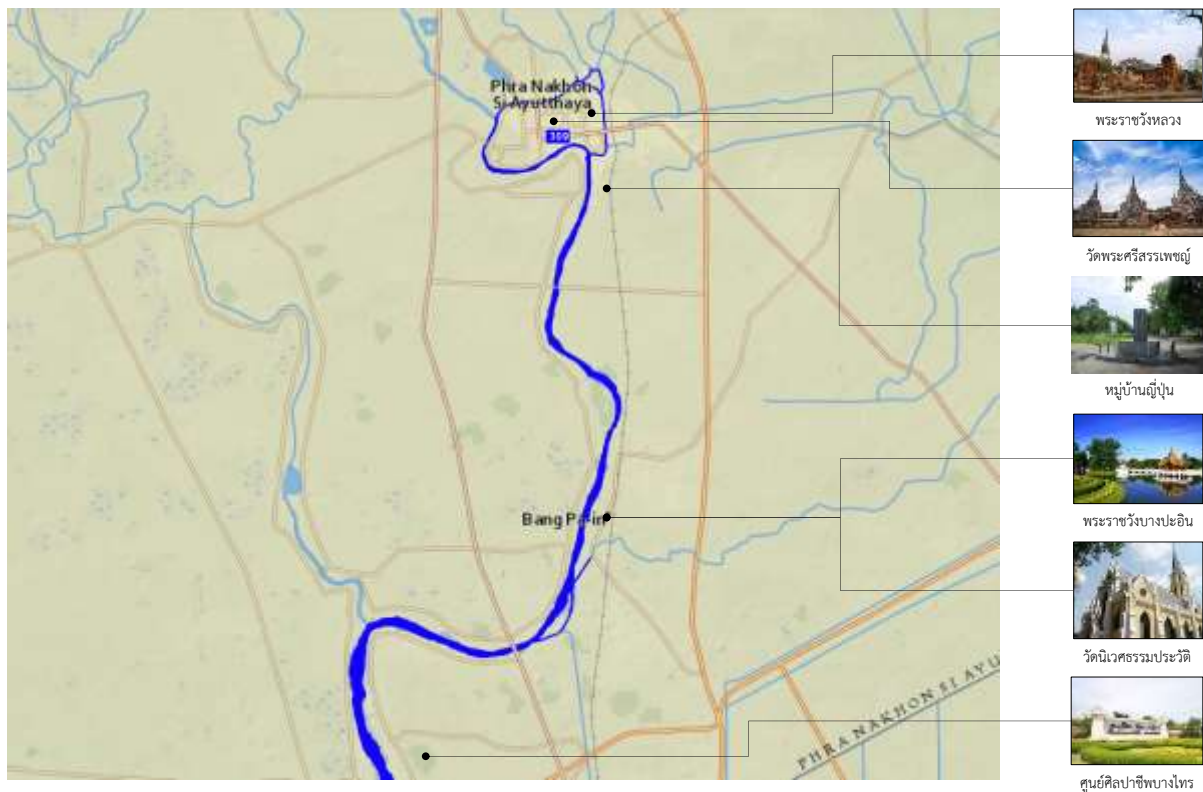
คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและกำหนดพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่มีศักยภาพในแต่ละจังหวัดโดยทำการเลือกลำน้ำที่มีการท่องเที่ยวที่เด่นชัด มีโปรแกรมการท่องเที่ยว และมีสถานที่ท่องเที่ยวอยู่สองริมฝั่งที่จะทำให้การล่องเรือชมมีความสวยงามน่าประทับใจ โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามแหล่งข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยวและสื่อการท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงการสัมภาษณ์หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานใหญ่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพื้นที่ที่ครอบคลุมจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน กรมการท่องเที่ยว และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำแต่ละจังหวัด ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเส้นทางการท่องเที่ยวหรือกลุ่มการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดที่ได้ถูกคัดเลือกมาโดยมีทั้งหมด 11 เส้นทางดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 74: แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ถูกคัดเลือก



1) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แผนภาพที่ 75: แม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



แผนภาพที่ 76: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในเขตเกาะเมือง (อำเภอพระนครศรีอยุธยา)



พระราชวังหลวง



วัดพระศรีสรรเพชญ์



หมู่บ้านญี่ปุ่น

- เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเมือง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ซึ่งล้อมรอบด้วยแม่น้ำสามสายคือแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำลพบุรี และแม่น้ำป่าสัก โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย เช่น พระราชวังหลวงหรือพระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา

วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารพระมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญ
เชิงวรวิหาร ป้อมเพชร หมู่บ้านญี่ปุ่น เป็นต้น

แผนภาพที่ 77: : ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอบางปะอิน-บางไทร



พระราชวังบางปะอิน



วัดนิเวศธรรมประวัติ



ศูนย์ศิลปาชีบบางไทร

- เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (บางปะอิน-บางไทร) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นคือพระราชวังบางปะอิน และวัดนิเวศธรรมประวัติ ซึ่งตั้งอยู่บนเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตรงข้ามกับพระราชวังบางปะอิน และถ้าลงมาข้างล่างตามแม่น้ำเจ้าพระยาจะมีศูนย์ศิลปาชีบบางไทร ซึ่งโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งโดยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เพื่อเป็นศูนย์ศิลปาชีพที่มุ่งฝึกอาชีพเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ

2) จังหวัดปทุมธานี

แผนภาพที่ 78: แม่น้ำเจ้าพระยาของจังหวัดปทุมธานี



แผนภาพที่ 79: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาจังหวัดปทุมธานี



- เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี สองริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดที่หนาแน่น และโบราณสถานมากมาย เช่น วัดชินวรารามวรวิหาร วัดสิงห์และโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง วัดไผ่ล้อม วัดเจติยทอง วัดหงษ์ปทุมवास วัดศาลเจ้า วัดมะขาม วัดศาลาแดงเหนือ และยังมีตลาดริมน้ำวัดศาลเจ้า ซึ่งเป็นตลาดเล็กๆ แต่มีคนต่อแถวเพื่อซื้อของทานอยู่มาก และยังสามารถให้อาหารปลา หรือไหว้ขอพรเจ้าพ่อวัดศาลเจ้าได้

3) จังหวัดนนทบุรี

แผนภาพที่ 80: แม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนของจังหวัดนนทบุรี



แผนภาพที่ 81: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาจังหวัดนนทบุรี



ศาลากลางหลังเก่า ทำนายนนท์



วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร



อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก

- เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนนนทบุรีรวมถึงย่านทำนายนนท์ จังหวัดนนทบุรี สองข้างทางของแม่น้ำเจ้าพระยาในจังหวัดนนทบุรีมีวัดและโบราณสถานอยู่มากมาย เช่น วัดเขมาภิรตารามวรวิหาร วัดสังฆทาน วัดโชติการาม วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก วัดตำหนักใต้ วัดชมภูเวก วัดสวนทิพย์ วัดกุฎี ซึ่งแต่ละวัดก็มีความโดดเด่นแตกต่างกันไป

- ย่านทำนํ้านนท์ เป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมของผู้คนมากมายในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยเป็นทั้งต้นสายและปลายทางของการคมนาคมทางบกและทางน้ำ และยังมีสถานที่ที่น่าสนใจอีกมากมาย เช่น ศาลากลางหลังเก่าหรือศูนย์ราชการหลังเก่า พิพิธภัณฑ์นนทบุรี หอนาฬิกา ทำนํ้านนทบุรี วัดบางขวาง ศาลเจ้าแม่ทับทิม และตลาดทำนํ้านนทบุรี ซึ่งเป็นจุดรวบรวมของกินมากมายนานาชนิด ทั้งของสด ของแห้ง ของคาว และของหวาน

แผนภาพที่ 82: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด



พระเจดีย์เอียงและวัดปรมย์ยิกาวาส



ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม



กวานอาม่าน

- เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเกร็ด) จังหวัดนนทบุรี หรือเกาะเกร็ดแหล่งดินเผา เป็นแหล่งชุมชนคนมอญที่มีชื่อเสียงในเรื่องของเครื่องปั้นดินเผา และประเพณีวัฒนธรรมแบบพื้นบ้านดั้งเดิม สถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัดปรมย์ยิกาวาส (พระเจดีย์เอียง) พิพิธภัณฑ์วัดปรมย์ยิกาวาสและหอไทยนิทัศน์เครื่องปั้นดินเผา (จัดแสดงวัตถุต่างๆ เช่น พระพิมพ์ เครื่องแก้ว เครื่องถ้วยชาม) ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม วัดเสาธงทอง วัดไผ่ล้อม วัดฉิมพลี สุทธาวาส กวานอาม่าน (เป็นศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านชาวมอญและพิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา) และคลองขนมหวาน (หรือคลองบางบัวทอง)

แผนภาพที่ 83: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกรวย-คลองบางคูเวียง



บ้านเรือนไม้ริมฝั่งคลอง



สวนแบบดั้งเดิมของชาวเมืองนนท์



ตลาดน้ำวัดตะเคียน

- เส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกรวย-คลองบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี เป็นคลองที่เชื่อมต่อกัน ซึ่งเคยเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า ก่อนที่จะถูกตัดและมีสภาพเป็นลำน้ำสาขาในปัจจุบัน ซึ่งตามแนวทางคลองนั้นมีชุมชนอยู่มากมาย รวมถึงมีส่วนแบบดั้งเดิมของชาวเมืองนนท์ ศูนย์แปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรกรกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางรักน้อย ชุมชนบางใหญ่ ย่านบ้านสวนริมน้ำ วัดโพธิ์บางโอ และเรือนปั้นหยาริมคลองบางกรวย และต่อออกมาคือคลองบางคูเวียง ซึ่งมีตลาดน้ำบางคูเวียงอยู่ตรงปากคลองเชื่อมกับคลองอ้อมน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียนที่อยู่ใกล้กัน ซึ่งชาวบ้านจะนำสินค้าบรรทุกเรือมาค้าขายกันที่นี่ และยังมีอาหารและสินค้าอื่นๆ อีกด้วย

4) กรุงเทพมหานคร

แผนภาพที่ 84: แม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนของกรุงเทพมหานคร



แผนภาพที่ 85: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยากรุงเทพมหานคร



พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว



เอเชียทีค เดอะริเวอร์ฟรอนท์



วัดยานนาวา

- เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยารวมถึงกรุงรัตนโกสินทร์ กรุงเทพฯ ในส่วนของกรุงเทพฯ นั้น สองริมฝั่งรายล้อมไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย เช่น สะพานพระราม 8 สะพานพระพุทธยอดฟ้าและพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 1 Asiatique The Riverfront สะพานพระราม 9 หรือสะพานแขวน และสะพานภูมิพลหรือสะพานวงแหวนอุตสาหกรรม วัดบুদ্ধโคโล วัดราชสิงขร วัดยานนาวา วัดราชาธิวาส และวัดเทวราชกุญชรวร
- กรุงรัตนโกสินทร์ แบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก คือ เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน และเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นนอก
 - สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นมากมาย เช่น ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร กระทรวงกลาโหม กระทรวงมหาดไทย วัดราชประดิษฐ์สถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม มิวเซียมสยามหรือพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ ทำเรือทำเทียน ทำเรือทำช้าง ทำเรือทำพระจันทร์ วัดโพธิ์ (วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร) สวนสราญรมย์ พระราชวังสราญรมย์ พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว (วัดพระศรีรัตนศาสดาราม) วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ราชวรมหาวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร โรงละครแห่งชาติ สวนสันติชัยปราการ ป้อมพระสุเมรุ วัดบางลำพู (วัดสังเวชฯ) วัดทองปู้ (วัดชนะสงครามฯ) ตลาดบางลำพู และอื่นๆ อีกมากมาย
 - ฝั่งตรงข้ามกรุงรัตนโกสินทร์ก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความงดงาม เช่น วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร วัดกัลยาณมิตร และวัดระฆัง

แผนภาพที่ 86: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวเส้นทางเขตบางกอกน้อยและเขตบางกอกใหญ่



วัดนายโรง



วัดปากน้ำ



บ้านศิลป์

- **เส้นทางเขตบางกอกน้อย-บางกอกใหญ่ (คลองบางกอกน้อย-คลองชักพระ-คลองบางกอกใหญ่) กรุงเทพฯ** เส้นทางจะรวมถึงคลองบางกอกน้อย คลองชักพระ และคลองบางกอกใหญ่ (หรือคลองบางหลวง) สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น
 - คลองบางกอกน้อย : วัดชลอ วัดพิบูลทอง วัดสุวรรณคีรี วัดอมรินทร์าราม วัดนายโรง วัดภาวนาภิรตาราม และพิพิธภัณฑ์เรือพระราชพิธี
 - คลองชักพระ : วัดปากน้ำ วัดนวลนรดิศ วัดคูหาสวรรค์
 - คลองบางกอกใหญ่ : วัดโมลีโลกยาราม วัดกัลยาณมิตร วัดหงส์รัตนาราม มัสยิดต้นสน บ้านศิลป์ ชุมชนริมคลองบางหลวง ร้านหนังสือปิ่นโต ร้านขายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และร้านบ้านของเล่น

แผนภาพที่ 87: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวเส้นทาง เขตตลิ่งชัน



ตลาดน้ำตลิ่งชัน



ตลาดน้ำคลองลัดมะยม

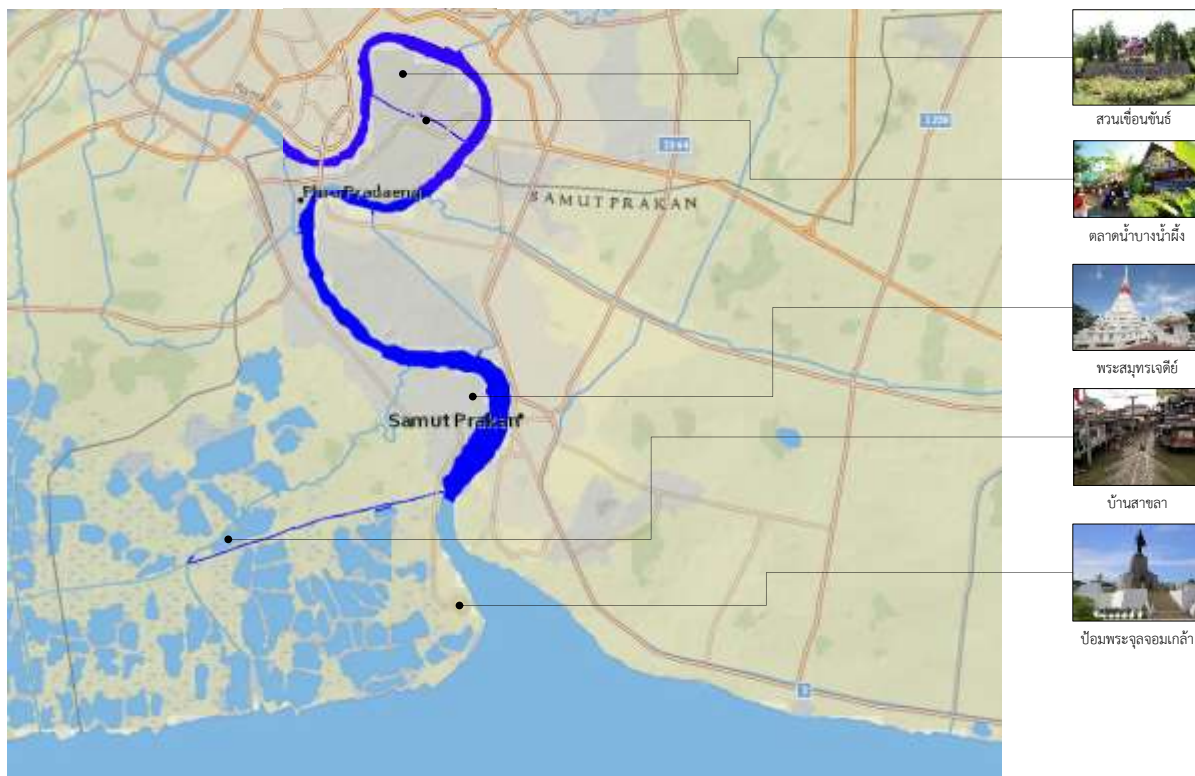


ตลาดน้ำวัดสะพาน

- **เส้นทางเขต 5 ตลาดน้ำ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ** เชื่อมกันตามคลองต่างๆ คือ ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน (คลองวัดตลิ่งชัน-เชื่อมมาจากคลองชักพระ) ตลาดน้ำตลิ่งชัน (คลองชักพระ) ตลาดน้ำวัดจำปา (คลองบ้านไทร) ตลาดน้ำคลองลัดมะยม (คลองลัดมะยม) และตลาดน้ำวัดสะพาน (คลองบางน้อย)

5) จังหวัดสมุทรปราการ

แผนภาพที่ 88: แม่น้ำเจ้าพระยาของจังหวัดสมุทรปราการ



แผนภาพที่ 89: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาจังหวัดสมุทรปราการ



- เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ในเขตพื้นที่สมุทรปราการมีสถานที่ท่องเที่ยวริมฝั่งที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์หลายแหล่ง เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ทวารวดี (ป้อมพระจุลจอมเกล้าฯ) พระสมุทรเจดีย์ และเกาะผีเสื้อสมุทร อีกทั้งแหล่งชุมชนบ้านสาขลา ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ริมทะเลปากอ่าวและสามารถเที่ยวปายาเล่นในพื้นที่นั้นได้ด้วย รวมถึงยังเป็นทางออกสู่อ่าวไทยและการท่องเที่ยวทางทะเลอีกด้วย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวตามชายหาด เช่น สถานตากอากาศบางปู

แผนภาพที่ 90: ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวเส้นทางคลองบางน้ำผึ้ง



ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง



เส้นทางปั่นจักรยาน



Bangkok Tree House

- เส้นทางคลองบางน้ำผึ้งในส่วนคู้บางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในคู้บางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มีตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นตลาดทางเดินขนานไปกับคลองยาวกว่า 2 กิโลเมตร มีการจำหน่ายอาหาร ต้นไม้ ปลาสวยงาม และผลิตผลของชาวบ้าน รวมถึงเป็นศูนย์รวมสินค้า OTOP นอกเหนือจากนี้ ยังมีที่พัก Bangkok Tree House บ้านรูป ที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเรียนทำอาหาร ผ้ามัดย้อม และทำรูป รวมถึงเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย ชมธรรมชาติที่สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ และเดินชมหิ่งห้อยที่สวนป่าลำพูและหิ่งห้อย และชมฟาร์มเห็ด ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยจักรยานได้

10.3 การประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาในเส้นทางที่ได้มีการศึกษา โดยหลังจากประเมินคะแนนตามเกณฑ์ข้างต้นเป็นอันเสร็จสิ้น คณะผู้วิจัยสามารถทำการจัดกลุ่มลำน้ำที่มี ศักยภาพสูง ปานกลาง และต่ำโดยดูตามคะแนนที่นำมารวมกันของแต่ละเส้นทาง โดยมีการจัดกลุ่มดังนี้ แหล่ง ท้องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง คือ มีคะแนนอยู่ในช่วง 36-45 คะแนน แหล่งท้องเที่ยวที่มีศักยภาพปานกลาง คือ มี คะแนนอยู่ในช่วง 31-35 คะแนน และแหล่งท้องเที่ยวที่มีศักยภาพต่ำ คือ มีคะแนนอยู่ในช่วง 24-30 คะแนน

หลังจากการให้คะแนน คณะผู้วิจัยสามารถสรุปคะแนนของแต่ละเส้นทางได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 14: คะแนนจากการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

	1.ภูมิทัศน์และองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว				2. บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก				3. ข้อจำกัดในการขยายตัว		4. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว					คะแนนรวม	อันดับ	ศักยภาพ
	ธรรมชาติ	มนุษย์สร้างขึ้น	สภาพลำน้ำ	การใช้ที่ดินโดยรอบ	ท่าเรือ ที่จอดเรือ ที่จอดรถ	การคมนาคม การเข้าถึง	การให้บริการ	ความปลอดภัย	ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว	ความไวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว	ความสำคัญทางประวัติศาสตร์	ลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ของแหล่ง	ความเชื่อมโยง	ความยากในการลงทุน - ส่งเสริม	โครงการในการพัฒนาแก้ไขปัญหาค่าจะส่งผลกระทบแก่การ			
อยุธยา																		
1. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเมือง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	3	3	2	2	1	2	3	2	3	1	3	3	3	2	3	36	4	สูง
2. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (บางปะอิน-บางไทร) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	42	1	สูง
ปทุมธานี																		
3. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	1	32	6	กลาง
นนทบุรี																		
4. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนนนทบุรีรวมถึงย่านท่าน้ำนนท์ จังหวัดนนทบุรี	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	3	1	2	1	31	7	กลาง
5. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเกร็ด) จังหวัดนนทบุรี	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	39	3	สูง
6. เส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกวย-คลองบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	27	10	ต่ำ
กรุงเทพฯ																		
7. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยารวมถึงกรุงรัตนโกสินทร์ กรุงเทพฯ	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	41	2	สูง
8. เส้นทางเขตบางกอกน้อย-บางกอกใหญ่ (คลองบางกอกน้อย-คลองชักพระ-คลองบางกอกใหญ่) กรุงเทพฯ	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	1	1	31	7	กลาง
9. เส้นทาง 5 ตลาดน้ำ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ	1	1	2	1	2	2	3	3	1	3	1	2	2	1	2	27	10	ต่ำ
สมุทรปราการ																		
10. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ	3	2	2	2	1	1	3	3	2	2	2	3	1	2	2	31	7	กลาง
11. เส้นทางคลองบางน้ำผึ้งในส่วนฝั่งบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ	3	3	2	3	2	1	3	2	3	3	1	2	2	3	2	35	5	กลาง

จากตารางคะแนนจากการประเมินศักยภาพแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา คณะผู้วิจัยสามารถสรุปลำน้ำออกมาได้เป็น 3 ศักยภาพ คือ ศักยภาพสูง ศักยภาพปานกลาง และศักยภาพต่ำ

เส้นทางที่มีศักยภาพสูง

เส้นทางที่มีศักยภาพสูง มีทั้งหมด 4 เส้นทาง คือ 1. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเมือง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (บางปะอิน-บางไทร) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเกร็ด) จังหวัดนนทบุรี 4. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยารวมถึงกรุงรัตนโกสินทร์ กรุงเทพฯ

จากการวิเคราะห์จะสังเกตได้ว่า เส้นทางที่มีศักยภาพสูงนั้นล้วนเป็นเส้นทางที่เป็นแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งสิ้นที่ไหลผ่านแต่ละจังหวัด อีกทั้งเส้นทางหรือแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นมีการท่องเที่ยวอยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และเป็นที่รู้จักโดยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และหากดูในด้านศักยภาพการท่องเที่ยว นอกจากเส้นทางดังกล่าวจะมีภูมิทัศน์และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสมบูรณ์ มีความพร้อมทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เส้นทางเหล่านี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทั้งในด้านประวัติศาสตร์ และเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น พระราชวังและวัดโบราณในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือพระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดารามในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

เส้นทางที่มีศักยภาพปานกลาง

เส้นทางที่มีศักยภาพปานกลาง มีทั้งหมด 5 เส้นทางและเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คือ 1. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 2. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนนนทบุรีรวมถึงย่านท่าบ้านนท์ จังหวัดนนทบุรี 3. เส้นทางเขตบางกอกน้อย-บางกอกใหญ่ (คลองบางกอกน้อย-คลองชักพระ-คลองบางกอกใหญ่) กรุงเทพฯ 4. เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 5. เส้นทางคลองบางน้ำผึ้งในส่วนคู้บางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

เส้นทางที่มีศักยภาพปานกลางจะกระจายตัวอยู่ในแต่ละจังหวัด เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นเส้นทางที่มีความโดดเด่นรองลงมาจากเส้นทางหลักในกลุ่มศักยภาพสูง ซึ่งเหตุผลหลักที่เส้นทางดังกล่าวมีศักยภาพปานกลางเนื่องมาจากการที่ยังไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นหรือมีความสำคัญ และยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้ง เส้นทางเหล่านี้ยังไม่มีบริการการท่องเที่ยวทางน้ำที่เด่นชัดและยังขาดการประชาสัมพันธ์เป็นที่รู้จัก

เส้นทางที่มีศักยภาพต่ำ

เส้นทางที่มีศักยภาพต่ำ มีทั้งหมด 2 เส้นทาง คือ 1. เส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกรวย-คลองบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี 2. เส้นทาง 5 ตลาดน้ำ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ

จากการวิเคราะห์จะพบว่า เส้นทางทั้งสองเส้นทางเป็นเขตชุมชนที่มีการอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งด้วยสาเหตุนี้จึงทำให้การท่องเที่ยวจะเน้นไปที่วิถีชีวิตชุมชนริมน้ำและตลาดน้ำโดยที่ยังไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งเนื่องจากเป็นเขตชุมชนจึงทำให้สภาพลำน้ำมีความสกปรกและเน่าเสียไม่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวขาดความสนใจและไม่นิยมมาเที่ยวในเส้นทางดังกล่าว และเนื่องด้วยการเป็นแหล่งชุมชนจึงทำให้การลงทุนพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นไปได้ลำบาก รวมถึงการซื้อที่ดินโดยหมู่บ้านและนายทุนต่างๆ จึงทำให้การท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงจากการทำลายธรรมชาติสภาพแวดล้อมและทำให้ความสำคัญและความน่าสนใจของการท่องเที่ยวทางน้ำลดลง

ส่วนที่ 11 ผลการศึกษาจากการลงพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

11.1 ประเด็นค้นพบสำคัญจากการสัมภาษณ์

คณะวิจัยได้เข้าสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ สมาคม และชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา โดยมีรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ดังภาคผนวก

ในการเข้าสัมภาษณ์ คณะวิจัยได้กำหนดประเด็นการสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมถึงด้านอุปสงค์และอุปทานของพื้นที่ เพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์ตามกรอบการวิเคราะห์ต่างๆ และกำหนดออกมาเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ที่มีความสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในความเป็นจริงมากที่สุด โดยมีหัวข้อดังนี้

- ลักษณะการท่องเที่ยว
- ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมของพื้นที่
- เอกลักษณ์ที่เป็นที่รู้จัก/ มีศักยภาพจะเป็นของพื้นที่
- สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน
- แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว
- การเติบโตของด้านอุปสงค์ในอดีต
- แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต
- การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่นๆ ทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน
- การแข่งขัน
- ความพร้อมของปัจจัยสนับสนุน
- สิ่งที่ต้องการแก้ไข ปัญหา และอุปสรรค
- การมีส่วนร่วมของชุมชน
- การตลาด ทั้งที่มีและที่ควรจะเป็น
- ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่มีแนวโน้มจะมีในอนาคต

สรุปสาระสำคัญการสำรวจพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น

เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเมือง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลักษณะการท่องเที่ยว

- เรียนรู้ประวัติศาสตร์ เทียวชมวัดและโบราณสถาน

ผลิตภัณฑ์

- ปลาตะเพียนโบราณ เรือจำลองแกะสลักไม้

เอกลักษณ์

- UNESCO World Heritage Site เมืองหลวงเก่าของประเทศไทย

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- อยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โด่งดังและมีความพร้อมในด้านสาธารณูปโภคค่อนข้างดี แต่การท่องเที่ยวทางเรือยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากยังมีการประชาสัมพันธ์ไม่มาก และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวอยุธยาแบบเที่ยววันเดียว และส่วนใหญ่นิยมมาทางรถยนต์
- สถานศึกษานิยมจัดทัศนศึกษามายังเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ สมัยกรุงศรีอยุธยาและความเป็นมาของประเทศไทย

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- รอบเกาะเมือง ประกอบไปด้วย แม่น้ำแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก และแม่น้ำลพบุรี
- โดยริมแม่น้ำแม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำป่าสักมีโบราณสถานที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย เช่น พระราชวังหลวงหรือพระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารพระมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร ป้อมเพชร หมู่บ้านนานาชาติ
- การล่องเรือในแม่น้ำลพบุรี นักท่องเที่ยวจะสามารถชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- มีการเติบโตในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว แต่รายได้อาจไม่ได้เพิ่มมากขึ้นเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน
- นักท่องเที่ยวที่มาอยุธยา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวไทย ส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวชมวัด ไหว้พระ และเป็นแบบเที่ยววันเดียว ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นกลุ่ม Backpack ซึ่งไม่ได้มีรายได้สูง จึงทำให้การใช้จ่ายเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- การท่องเที่ยวในเกาะเมืองมีศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนยังไม่ได้ให้ความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเกาะเมืองมากนัก

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่นทั้งในไทยและอาเซียน

- อาจเชื่อมโยงได้โดยธำมรงค์ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน เช่น การเชื่อมโยงเมืองหลวงเก่าของประเทศไทย หรือการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กับประเทศอื่นๆ ในแถบอาเซียน

การแข่งขัน

- มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ในด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก
- สำหรับการท่องเที่ยวทางเรือ ผู้ประกอบการได้มีการจัดตั้งชมรมเรือท่องเที่ยวอยุธยา การแข่งขันจึงอาจยังไม่สูงมากนัก

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- ป้ายแสดงเกาะเมืองและสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะเมืองติดตั้งไว้ตามสถานที่ต่างๆ รอบเกาะ
- สถานที่ท่องเที่ยวหลักมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- มีร้านค้าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยว

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- ท่าเรือยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น บางท่าไม่สามารถปรับระดับตามน้ำได้จึงทำให้การท่องเที่ยวทางเรือมีอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง และบางท่าต้องได้รับการซ่อมแซม
- ป้ายบอกทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ยังไม่ชัดเจน
- ควรมีการทำป้ายบอกเล่าเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ของอยุธยา เช่น ป้ายที่สถานที่สำคัญบางแห่งเป็นป้ายที่ทำขึ้นโดยบริษัทเอกชน โดยผสมการเล่าเรื่องราวพร้อมกับโลโก้และสีเพื่อการโฆษณาแบรนด์ของตน
- บางช่วงของแม่น้ำทั้ง 3 สาย มีผักตบชวาค่อนข้างเยอะ อาจทำให้เรือเล็กไม่สามารถเทียบท่าจอดเรือได้ และบางช่วงเวลาเรือขนาดกลางขึ้นไปอาจมีปัญหาในการล่องเรือเข้าแม่น้ำลพบุรีในช่วงน้ำลง
- ควรปรับปรุงภูมิทัศน์และทัศนียภาพของสถานที่ริมฝั่งแม่น้ำลพบุรี เพื่อพัฒนาเส้นทางล่องเรือชมวิถีชีวิตชุมชน
- สถานที่บางแห่งอาจดูกรังด้วยป้ายหรือร่มโฆษณา
- ควรมีการบริหารจัดการรักษาความสะอาด

- จำเป็นต้องมีการจัดการจราจรทางเรือในอนาคตระหว่างการเดินทางขนส่งสินค้า การคมนาคมสัญจร การล่องเรือท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- มีการรวมกลุ่มของชุมชนตามท่าเรือ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้เรือท่องเที่ยวมาจอดที่ท่าของตน เช่นท่าวัดท่าการ้อง ท่าวัดพนัญเชิงวรวิหาร

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- เว็บไซต์ โบรชัวร์ งานท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ในปัจจุบัน อยู่ยอากำลังส่งเสริมให้หมู่บ้านนานาชาติเป็นอีกสถานที่ท่องเที่ยวหลักที่สามารถเดินทางมาได้ทั้งทางรถและทางเรือ
- อยู่ยอากำลังก่อสร้างท่าเรือสาธารณะ เพื่อให้มีบริการเรือวิ่งรอบเกาะเหมือนกับในเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนกรุงเทพฯ ที่มีการใช้โดยสารประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถขึ้นเรือเที่ยวเองได้ในบริเวณเมือง

เอกลักษณ์

- UNESCO World Heritage Site เมืองหลวงเก่าของประเทศไทย

เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (บางปะอิน-บางไทร) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลักษณะการท่องเที่ยว

- เที่ยวชมโบราณสถาน เช่น พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร
- ศูนย์ศิลปาชีบบางไทร

ผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์ศิลปาชีบจากงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ เช่น การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยพืช การแกะสลัก การจักสาน การทำตุ๊กตา การทำดอกไม้ประดิษฐ์ การทำเครื่องเรือน การทอผ้า ผลิตภัณฑ์จากผ้า การย้อมสี ช่างเชื่อม และเครื่องเคลือบดินเผา

เอกลักษณ์

- พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร ศูนย์ศิลปาชีบบางไทร

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคณะจากหน่วยงานภาครัฐต่างๆ กลุ่มสถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียนและมหาวิทยาลัย ที่มาทัศนศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือหมู่คณะที่จัดมาเป็นความสนใจพิเศษบ้าง
- ในอดีต เคยมีการใช้รถไฟขนาดเล็กในการวิ่งรอบศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร เพื่อเป็นการบริการนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันได้หยุดการให้บริการแล้ว
- ในช่วงที่มีการจัดกิจกรรม โดยเฉพาะเทศกาลลอยกระทง ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและเข้าร่วมกิจกรรมลอยกระทงมาก โดยเจ้าหน้าที่ประมาณว่าอาจมีมากถึง 1,000,000 คนต่อครั้ง

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

อำเภอบางปะอินมีสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นคือ พระราชวังบางปะอิน และวัดนิเวศธรรมประวัติ ซึ่งเป็นวัดพุทธแต่สร้างตามศิลปะตะวันตก โดยตั้งอยู่บนเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตรงข้ามกับพระราชวังบางปะอิน และถ้าลงมาข้างล่างตามแม่น้ำเจ้าพระยาในอำเภอบางไทรจะมีศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร ซึ่งโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งโดยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เพื่อเป็นศูนย์ศิลปาชีพที่มุ่งฝึกอาชีพเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ

- พระราชวังบางปะอิน
 - เป็นพระราชวังโบราณตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สร้างขึ้นโดยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง เนื่องจากเป็นที่ประสูติของพระองค์และใช้เป็นสถานที่ที่ทรงใช้ประทับแรมของพระมหากษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา ปัจจุบัน พระราชวังบางปะอินอยู่ในความดูแลของสำนักพระราชวัง และยังใช้เป็นสถานที่แปรพระราชฐานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ แต่ได้เปิดให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเข้าชมได้โดยไม่ต้องแต่งกายให้สุภาพ
 - สถานที่ท่องเที่ยว เช่น เขตพระราชฐานชั้นนอก : หอเหมมณเฑียรเทวราชหรือศาลพระเจ้าปราสาททอง พระที่นั่งไอศวรรย์ทิพยอาสน์ พระที่นั่งวโรภาสพินิจ และเขตพระราชฐานชั้นใน : พระที่นั่งอุทยานภูมิเสถียร หอวิทูรทัศนา พระที่นั่งเวหาศน์จำรูญ เป็นต้น
- วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร
 - เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรวิหาร สร้างขึ้นโดยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเลียนแบบโบสถ์ฝรั่ง เป็นศิลปะแบบกอธิค

(Gothic) เพื่อทรงใช้เป็นสถานที่สำหรับบำเพ็ญพระราชกุศล เมื่อเสด็จฯ แปรพระราชฐานมาประทับที่พระราชวังบางปะอิน

- ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร
 - ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเนื้อที่ประมาณ 1,000 ไร่ เป็นแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญาทางด้านศิลปหัตถกรรมของไทย โดยมุ่งเน้นการฝึกอาชีพให้แก่เกษตรกร เพื่อเป็นรายได้พิเศษจากช่วงที่ว่างจากงานเกษตรกรรม
 - สถานที่ท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ ส่วนที่อยู่ใต้การดูแลของศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร เช่น ศาลาพระมิ่งขวัญ หมู่บ้านศิลปาชีพ อาคารฝึกอบรมศิลปาชีพ พระตำหนัก และส่วนที่เป็นความร่วมมือจากองค์กรภายนอก เช่น วัดปลา (โดยกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) สวนนก (โดยมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์) และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)
- นอกจากการเดินชมศึกษาความรู้ส่วนต่างๆ ของศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรแล้ว ทางศูนย์ฯ มีการจัดฝึกอบรมทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวเพื่อเป็นการฝึกและส่งเสริมอาชีพด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของคนไทย นอกเหนือจากนี้ ทางศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (ศ.ศ.ป.) มีการจัดนิทรรศการและ Workshop อยู่เป็นประจำเพื่อเชิญชวนผู้มีความสนใจเข้ามาลองฝึกหัดด้านศิลปะและความสนใจต่างๆ

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- การท่องเที่ยวในเส้นทางนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในอดีตที่ผ่านมาในช่วงเมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้ว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการเจริญเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในบริเวณโดยรอบและในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอื่นๆ จึงทำให้ได้รับความนิยมลดลง
- อย่างไรก็ตาม ในช่วงเทศกาลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังได้รับความนิยมอยู่มาก

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- ในช่วงที่ผ่านมานักท่องเที่ยวลดลงมาก เมื่อเทียบกับในอดีต โดยมีการคาดการณ์ว่าปริมาณนักท่องเที่ยวน่าจะทรงตัวอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับปัจจุบันสืบเนื่องไปในอนาคต
- ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวหลักคือ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและกลุ่มสถาบันการศึกษาที่มาเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวชาวไทยอื่นๆ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็มีบ้าง
- อย่างไรก็ตาม การเปิด AEC อาจจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศใกล้เคียง

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่นทั้งในไทยและอาเซียน

- ในปัจจุบัน ยังไม่มีการส่งเสริมความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นทั้งในไทยหรือในต่างประเทศ โดยนักท่องเที่ยวที่เที่ยว One Day Trip ส่วนใหญ่จะเลือกมาที่อำเภอบางปะอินและอำเภอบางไทรภายในวันเดียว อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวที่มาค้างคืนอาจจะเลือกที่จะเที่ยวทั้งในส่วนของอำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางปะอิน และอำเภอบางไทร
- การเปิด AEC คาดว่าจะนำนักท่องเที่ยวเข้ามาได้เพิ่มมากขึ้นจากการเดินทางระหว่างประเทศที่สะดวกมากขึ้น และการเป็นที่รู้จักโดยชาวต่างชาติ รวมถึงต้องทำการส่งเสริมการตลาดหรือโปรโมทมากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักโดยชาวต่างชาติ

การแข่งขัน

- ไม่มี

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นทั้ง 3 แหล่งในเส้นทางนี้ คือ พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร และศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร ได้รับการดูแลอย่างดีโดยภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นสถานที่ที่สำคัญของประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวจึงได้รับการดูแลให้ดูดีอย่างสม่ำเสมอ
- สถานที่ท่องเที่ยวหลักมีความพร้อมในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาด
- ถึงขณะนี้จำนวนเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว
- เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน และเสื่อมโทรมไปตามกาลเวลา แต่ก็ยังได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดีอย่างสม่ำเสมอ

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- กระเช้าลอยฟ้าข้ามฟากจากที่จอดรถพระราชวังบางปะอินไปยังวัดนิเวศธรรมประวัติอาจต้องได้รับการซ่อมแซม และพัฒนาระบบมาตรฐานความปลอดภัยในการใช้งาน
- ท่าเรืออาจต้องได้รับการตรวจสอบมาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นจากทางเรือในส่วน of วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหารและพระราชวังบางปะอิน ในส่วนของศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร มีท่าเรือที่ใหญ่โตสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในปริมาณมาก แต่ในปัจจุบันไม่มีการใช้งานเป็นประจำ จะมีใช้เฉพาะช่วงการจัดงานต่างๆ โดยเฉพาะเทศกาลลอยกระทง
- มีขยะบ้างตามทางเดิน

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- ชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงให้ความร่วมมือในการทำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมต่างๆ มาขายในศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จำพวกดอกไม้ประดิษฐ์และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร มีการแบ่งกำไรให้เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในพื้นที่

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- ในปัจจุบันมีการใช้แผ่นพับในการให้ข้อมูล รวมถึงเป็นแผนที่อธิบายสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในบริเวณของตน
- เว็บไซต์ เช่น www.bangsaiarts.org สำหรับศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร และ <http://www.sacict.net/scripts/startpage.php> สำหรับศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ และยังมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ในการสื่อสารถึงผู้ที่มีความสนใจให้มาเข้าร่วมกิจกรรม Workshop ต่างๆ
- ทางศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศมีการสร้าง Application เพื่อเป็นการโปรโมทกิจกรรมต่างๆ โดยใช้ชื่อว่า SACICT ที่เป็นตัวย่อมาจากชื่อภาษาอังกฤษของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ คือ The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ในอดีต เคยมีการล่องเรือมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในส่วนนี้บ้าง อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน การล่องเรือมาเที่ยวได้หยุดการให้บริการแล้วเนื่องจากความนิยมที่ลดลงและการที่สองข้างริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไม่มีทัศนียภาพที่สวยงาม ไม่มีกิจกรรมบนเรือและใช้เวลานานในการเดินทาง นักท่องเที่ยวจึงเกิดความเบื่อหน่ายและไม่มาซ้ำอีก ถึงกระนั้น บริษัทต่างชาติมีการจัดการล่องเรือมาศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร เพื่อการท่องเที่ยวบ้าง โดยจะต้องทำการขออนุญาตที่ศูนย์ฯ ก่อน
- ในปัจจุบัน ยังไม่มีการทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำ เนื่องจากไม่มีความต้องการโดยนักท่องเที่ยว และยังไม่มีการส่งเสริมจากภาครัฐ

เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

ลักษณะการท่องเที่ยว

- วัด

ผลิตภัณฑ์

- พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร

เอกลักษณ์

- วัดวาอาราม โบราณสถาน

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- ในปัจจุบัน กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่เป็นการทำบุญ ไหว้พระ เลี้ยงปลา และรับประทานอาหารแบบไปเช้าเย็นกลับ ซึ่งค่อนข้างเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่อาจกล่าวได้ว่าพื้นที่ดังกล่าวเป็นเพียงทางผ่านไปยังจังหวัดอื่นๆ ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น ออยุธยา
- สำหรับการท่องเที่ยวทางเรื่อนั้นไม่ค่อยได้รับความนิยม เนื่องจากการเดินทางโดยทางรถยนต์มีความสะดวกสบายและประหยัดเวลากว่า แต่บางครั้งก็มีการเหมาเรือเพื่อทำกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดในเส้นทางนี้

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- ตลาดริมน้ำวัดศาลเจ้า เป็นตลาดเล็กๆ มีร้านค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านขายอาหาร เช่น ร้านกวยเตี๋ยว ห่อหมกตาเรศ หอยครก ก๋วยเตี๋ยวโบราณ ข้าวแช่โบราณ ขนมเบื้องโบราณ ลูกตาลลอยแก้ว น้ำตาลสด ขนมไทยต่างๆ นอกจากตลาดแล้ว นักท่องเที่ยวยังสามารถให้อาหารปลาหรือไหว้พระขอพร เจ้าพ่อวัดศาลเจ้า โดยเจ้าพ่อวัดศาลเจ้าแห่งนี้ ประดิษฐานอยู่ภายในวิหารแบบจีนสูง 3 ชั้น ตั้งอยู่ริมน้ำถัดจากตลาดไปเล็กน้อย
- ศาลากลางจังหวัดปทุมธานีหลังเก่า
- วัดโบสถ์ อ. สามโคก เป็นวัดเก่าโบราณสมัยกรุงศรีอยุธยา มีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อเหลือ ถือเป็นพระคู่บ้านคู่เมืองของเมืองปทุมธานี วัดโบสถ์มีรูปปั้นเหมือน ของสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) เทศนาธรรมองค์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งมีความสูงถึง 28 เมตร ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวนิยมไปกราบไหว้กันเป็นจำนวนมาก
- วัดไผ่ล้อม ในอดีต เป็นแหล่งตุนกปากห่างที่ได้รับความนิยมทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ได้รับการประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า แต่ในปัจจุบัน เนื่องจากมีการก่อสร้างเขื่อนบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ส่งผลให้นักปากห่างไม่สามารถหาอาหารในบริเวณดังกล่าวได้อีกต่อไป จึงทำให้ฝูงนกอพยพไปที่อื่นในที่สุด
- วัดหงส์ปทุมवास เป็นวัดที่อยู่คู่กับชุมชนชาวมอญมายาวนาน ห่างจากศาลากลางหลังเก่าจังหวัดปทุมธานี ประมาณ 50 เมตร มีระเบียงทำน้ำขนาดใหญ่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถให้อาหารปลาใน

บริเวณที่จัดไว้อย่างปลอดภัยเป็นแนวยาว

ริมแม่น้ำ

- โบราณสถานเตาโอ่งอ่าง เป็นบริเวณที่ผู้คนพบซากเตาเผาโบราณ ที่เรียกว่าโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง ซึ่งถือเป็นหลักฐานของการตั้งชุมชนมอญที่อพยพมาจากเมืองมะตะมะสมัยแรกในบริเวณนี้ ตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์ในยุคลาย

กรุงศรีอยุธยา

- Wave Side Restaurant & Resort ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในช่วงที่มีความกว้างมาก ซึ่งเหมาะกับการทำกิจกรรมทางน้ำหลายประเภท โดยเฉพาะการเล่น Jet Ski Wake board และการจัดการแข่งขันไตรกีฬา ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าริสอร์ทนี้เป็นผู้ให้บริการลักษณะนี้เป็นรายแรกในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยในปัจจุบัน มีผู้ประกอบการรายอื่นๆ ซึ่งได้เริ่มให้บริการในลักษณะเดียวกันในพื้นที่ดังกล่าว

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นช่วงที่เกิดเหตุการณ์ทางการเมืองในปี พ.ศ. 2557 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงในภาพรวม
- สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ บริเวณดังกล่าวอาจยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จะมีในส่วนของวัดโบสถ์ อ. สามโคก ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติแวะเวียนมาเป็นบางครั้งบางคราว เนื่องจากสามารถจัดเป็นทางผ่านไปยังศูนย์ศิลปาชีพบางไทร
- ในอดีต มีการล่องเรือของโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ผ่านบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาช่วงจังหวัดปทุมธานี เพื่อไปยังศูนย์ศิลปาชีพบางไทร แต่ไม่มีการแวะพักในช่วงจังหวัดปทุมธานี

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- การท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมีศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่นทั้งในไทยและอาเซียน

- อาจเชื่อมโยงกับกลุ่มการท่องเที่ยวเมืองในเขตปริมณฑล

การแข่งขัน

- ไม่มีการท่องเที่ยวทางน้ำอย่างเป็นทางการเป็นกิจจะลักษณะในพื้นที่ในปัจจุบัน แต่บางครั้งก็มีการเหมาเรือมาจากพื้นที่อื่นเพื่อทำกิจกรรมไหว้พระ 9 วัดในพื้นที่ดังกล่าว การแข่งขันจึงอยู่ในระดับต่ำ

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- การมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัดที่มีความเก่าแก่ เป็นจำนวนมาก
- ท่าเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นทางผ่านไปยังจังหวัดท่องเที่ยวหลักโดยเฉพาะจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- ควรมีการปรับปรุงป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวทางน้ำ
- ปริมาณผักตบชวาในแม่น้ำเจ้าพระยาอาจเพิ่มมากขึ้นจนไม่สามารถแล่นเรือ หรือทำกิจกรรมทางน้ำ เช่น การเล่น Jet Ski ได้
- อาจต้องมีการเพิ่มบุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษตามแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหาร

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- การมีส่วนร่วมของชุมชนยังค่อนข้างน้อย แต่หากมีการสื่อสารให้เห็นถึงประโยชน์ที่สมาชิกชุมชนจะได้รับจากการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน จะสามารถกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้
- อาจต้องมีการขอความร่วมมือจากผู้อยู่อาศัยริมฝั่งช่วยกันดูแลหน้าบ้านให้มีความเป็นระเบียบสวยงาม

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- ปัจจุบัน สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งในพื้นที่มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ โดยเฉพาะการออกรายการโทรทัศน์และการลงข้อมูลในหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต ยกตัวอย่างเช่น ร้านกุยช่ายเจ็มล ซึ่งถือเป็นจุดขายของตลาดริมน้ำ วัดศาลเจ้า

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ในปัจจุบัน ไม่มีการท่องเที่ยวทางน้ำมากนัก แต่มีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทางบก เช่น การแข่งเรือยาวประจำปี โดยทาง อบจ. ปทุมธานี

เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนนนทบุรีรวมถึงย่านท่าน้ำนนท์ จังหวัดนนทบุรี

ลักษณะการท่องเที่ยว

- วัด วิถีชีวิต และตลาดท่าน้ำ

ผลิตภัณฑ์

- อาหาร

เอกลักษณ์

- สภาพภูมิทัศน์สองริมฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น บ้านเรือนของชาวบ้าน วัดวาอาราม โบราณสถาน สวนสาธารณะ ศาลากลางหลังเก่า และย่านทำนํ้านนท์ที่เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างการคมนาคมทางบกและทางน้ำ

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- ประชาชนใช้แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นทางการเดินทางไปสถานที่ต่างๆ ทั้งขึ้นเหนือไปเที่ยวเกาะเกร็ดและลงใต้เพื่อเข้ากรุงเทพฯ โดยทั้งสองฝั่งมีวัดและโบราณสถานมากมาย อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ในการเดินทางไปแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าการใช้เรือ โดยหากจะท่องเที่ยวทางเรือจะต้องเหมาเรือที่ทำนํ้านนท์ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- สองข้างทางของแม่น้ำเจ้าพระยาในจังหวัดนนทบุรีมีวัดและโบราณสถานอยู่มากมาย เช่น วัดเขมาภิรตารามวรวิหาร วัดสังฆทาน วัดโชติการาม วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร วัดตำหนักใต้ วัดชมพูเวก สวนทิพย์ วัดกุฎี ซึ่งแต่ละวัดก็มีความโดดเด่นแตกต่างกันไป และยังมีอุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก ซึ่งกรมธนารักษ์เป็นผู้จัดสร้างขึ้นด้วยงบประมาณ 900 ล้านบาท เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี และเพื่อเป็นที่พักผ่อนของประชาชน
- ย่านทำนํ้านนท์ เป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมของผู้คนมากมายในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยเป็นทั้งต้นสายและปลายทางของการคมนาคมทางบกและทางน้ำ และยังมีสถานที่ที่น่าสนใจอีกมากมาย เช่น ศาลากลางหลังเก่าหรือศูนย์ราชการหลังเก่า พิพิธภัณฑ์นนทบุรี หอนาฬิกา ทำนํ้านนทบุรี วัดบางขวาง ศาลเจ้าแม่ทับทิม และตลาดทำนํ้านนทบุรี ซึ่งเป็นจุดรวบรวมของกินมากมายนานาชนิด ทั้งของสด ของแห้ง ของคาว และของหวาน

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- เนื่องจากแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนนนทบุรีถูกใช้เป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำเพื่อเข้าและออกจากกรุงเทพฯ เส้นทางนี้จึงมีการใช้งานทุกวันตั้งแต่เช้าจรดเย็น โดยทำนํ้านนท์เป็นจุดเชื่อมต่อของการเดินทางทั้งทางบกและทางเรือ
- นักท่องเที่ยวมีน้อยเนื่องจากยังไม่เป็นที่รู้จักและถูกบดบังโดยการท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไม่น่าจะเพิ่มขึ้นมาก แต่เส้นทางนี้ยังคงถูกใช้เพื่อการเดินทางมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหลังจากที่มีการสร้างรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายที่จะมาเชื่อมสถานีสะพานพระนั่งเกล้ากับท่าเรือสะพานพระนั่งเกล้าที่จะสร้างขึ้นใหม่ทั้งคู่ ซึ่งการเชื่อมโยงดังกล่าวอาจทำให้นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีมากขึ้น

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่นทั้งในไทยและอาเซียน

- ในปัจจุบัน ยังไม่มี แม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนนนทบุรีสามารถเป็นตัวเชื่อมต่อการเดินทางทางน้ำใน แม่น้ำเจ้าพระยาไปสู่จังหวัดอื่นๆ ได้

การแข่งขัน

- เนื่องจากเส้นทางดังกล่าวยังไม่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว จึงทำให้มีผู้บริการน้อย และยังไม่มีการจัดการบริการการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ โดยส่วนใหญ่เป็นการเหมาเรือไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจะเป็นในส่วนของการเล่นเรือไปเกาะเกร็ดมากกว่าที่จะเป็นการล่องเรือตามแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนของจังหวัดนนทบุรี

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- มีร้านค้าบริการแก่นักท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยว เช่น อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและความสะอาดดี

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- ไม่มีป้ายบอกทิศทางและที่ตั้งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ชัดเจน รวมถึงไม่มีป้ายในภาษาต่างประเทศ
- ควรมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และควบคุมความปลอดภัยบนเรือ เช่น เสื้อชูชีพ และท่าเรือที่ขึ้นลงได้ลำบากและความอันตราย โดยเฉพาะเรือขนาดเล็ก
- ห้องน้ำสาธารณะมีน้อยและสภาพทรุดโทรม โดยเฉพาะห้องน้ำในวัดต่างๆ
- แม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนของนนทบุรีสกปรกน้อยกว่าในส่วนของกรุงเทพฯ แต่ยังมีขยะและผักตบชวาบ้าง
- ผู้ประกอบการตั้งร้านค้าบนทางเดินทำให้การเดินทางทำเป็นไปด้วยความยากลำบากเสี่ยงต่ออันตรายบนถนน ควรมีการจัดระเบียบการตั้งร้านค้าในพื้นที่สาธารณะ
- เนื่องจากเป็นย่านชุมชนมาตั้งแต่สมัยโบราณ ระบบการดูแลความสะอาดจึงไม่เพียงพอ และผู้ประกอบการทิ้งขยะของตนลงบนพื้นถนนและท่อน้ำทิ้ง

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- ชุมชนทำนํ้านนท์ดูแลโดยเทศบาลนครนนทบุรี

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- ยังไม่มีการตลาดอย่างเป็นรูปแบบ
- การให้บริการการล่องเรือในจังหวัดนนทบุรี มีการโปรโมทไว้ตามเว็บไซต์ของบริษัทล่องเรือและเว็บไซต์การท่องเที่ยวต่างๆ แต่ยังไม่ได้รับความนิยม

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางนํ้าปัจจุบัน

- เนื่องจากการเดินทางในแม่น้ำเจ้าพระยาในจังหวัดนนทบุรีเป็นของผู้โดยสารประจำวันมากกว่าที่จะเป็นการใช้งานโดยนักท่องเที่ยว จึงทำให้ไม่มียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางนํ้าในปัจจุบัน

เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเกร็ด) จังหวัดนนทบุรี

ลักษณะการท่องเที่ยว

- ธรรมชาติ วัด วัฒนธรรมชาวมอญ เรียนรู้ภูมิปัญญา ชีวีกรยาน

ผลิตภัณฑ์

- เครื่องปั้นดินเผาแกะสลัก ทอดมันหน่อกล้วย ขนมไทยโบราณ ข้าวแช่

เอกลักษณ์

- เครื่องปั้นดินเผาแกะสลัก เจดีย์เอียง ชุมชนที่เข้มแข็ง พื้นที่สีเขียว

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- เกาะเกร็ดสามารถเที่ยวได้ทุกวัน โดยจะมีการล่องเรือรอบเกาะเกร็ดเพียงครั้งเดียวตอน 13:00 ในวันธรรมดา และทั้งวันในวันเสาร์และอาทิตย์ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่เดินทางมาจากต่างจังหวัด
- ในวันหยุดร้านค้าและร้านอาหารจะเปิดมากกว่า (ผู้คนบนเกาะเกร็ดไปทำงานในเมืองในวันธรรมดา)
- เกาะเกร็ดยังมีหลายส่วนที่ยังไม่ได้เปิดสำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสวนและป่าไม้ตรงกลางของเกาะ
- เกาะเกร็ดสามารถเดินท่องเที่ยวในบางส่วนแต่ในเส้นทางที่เป็นสวนและป่าไม้ต้องใช้จักรยานยนต์และจักรยานในการเที่ยว

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- เกาะเกร็ดมีชื่อเสียงในเรื่องของเครื่องปั้นดินเผา และประเพณีวัฒนธรรมแบบพื้นบ้านดั้งเดิม

- สถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัดปรมัยยิกาวาส (พระเจดีย์เอียง) พิพิธภัณฑ์วัดปรมัยยิกาวาสและหอไทยนิทัศน์เครื่องปั้นดินเผา (จัดแสดงวัตถุต่างๆ เช่น พระพิมพ์ เครื่องแก้ว เครื่องถ้วยชาม) ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม วัดเสาธงทอง วัดไผ่ล้อม วัดฉิมพลีสุทธาวาส กวานอาม่าน (เป็นศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านชาวมอญและพิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา) คลองขนมหวาน (ในช่วงนี้เนื่องจากน้ำล้นจึงไม่สามารถเข้าไปในคลองได้) อีกทั้ง นักท่องเที่ยวยังสามารถทดลองทำเครื่องปั้นดินเผาได้ในวันหยุด

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- เกาะเกร็ดเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากในช่วงเทศกาลสงกรานต์ แต่ในภาพรวม เกาะเกร็ดมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างต่อเนื่องทั้งชาวไทย เอเชีย และตะวันตก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจัดกลุ่มทัวร์มา ถึงแม้ว่าเกาะเกร็ดอาจประสบปัญหาจากน้ำท่วมในแต่ละปี แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่ยังเข้ามาท่องเที่ยวอยู่

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- คาดว่าจะเติบโตขึ้นอีกถ้ามีการทำโปรโมทกับนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนในจังหวัดนนทบุรีหรือจังหวัดใกล้เคียงยังไม่ให้ความสนใจในการมาเที่ยวที่เกาะเกร็ด

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่น ทั้งในไทยและอาเซียน

- การเชื่อมโยงวัฒนธรรมมอญ
- อาจเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ

การแข่งขัน

- พ่อค้าแม่ค้าเป็นคนในชุมชนทั้งหมด โดยทำการค้าขายมาประมาณ 40 ปีตั้งแต่ตลาดเปิด
- ผลิตภัณฑ์ที่ขายส่วนใหญ่จะไม่ซ้ำกันเพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันด้านราคา ยกเว้นสินค้าบางประเภท เช่น อาหารและน้ำดื่ม

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- มีร้านค้าบริการแก่นักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะมีตามจุดต่างๆ มากพอสมควร โดยส่วนใหญ่อยู่ในสภาพที่ดี
- ป้ายบอกทางมีพอสมควร
- ในสมัยก่อนเกาะเกร็ดมีปัญหาด้านขยะในปริมาณมาก แต่หลังจากการรณรงค์ปริมาณขยะได้ลดลงไปมากโดยมีการจัดเตรียมถังขยะไว้ตลอดเส้นทางรอบเกาะ

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- เกาะเกร็ดเผชิญกับน้ำท่วมทุกปีในช่วงเดือนกันยายน ตุลาคมหรือพฤศจิกายน ประมาณ 1-2 เดือน
- ป้ายบอกทางและสถานที่ยังไม่มีการแปลเป็นภาษาต่างประเทศ

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- ชุมชนมีความแข็งแรง มีการประชุมร่วมกันตลอด และตัดสินใจตามเสียงส่วนมาก
- ชุมชนมีความกระตือรือร้นในการหาความรู้เพิ่มเติมโดยเฉพาะด้านภาษา และมีความยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว
- ถึงแม้เกาะเกร็ดจะมีน้ำท่วมทุกปีแต่ผู้คนส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ย้ายที่อยู่
- ไม่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น แต่สามารถติดต่อกับทางโรงเรียนเพื่อขอมัคคุเทศก์เยาวชนได้

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- เว็บไซต์
- ป้ายตามท่าเรือสำคัญในกรุงเทพฯ และนนทบุรี เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเกาะเกร็ดทั้งแบบเหมาลำและเป็นรอบ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ไม่มี

เส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกรวย-คลองบางคูเวียง จังหวัด

นนทบุรี

ลักษณะการท่องเที่ยว

- วิถีชีวิต

ผลิตภัณฑ์

- ผลไม้นนทบุรี (อย่างไรก็ดี หลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ปี พ.ศ. 2554 สวนผลไม้ถูกทำลายไปเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสวนทุเรียนอันมีชื่อของจังหวัดนนทบุรี) - ทุเรียนเมืองนนท์ถือเป็นทุเรียนที่มีรสชาติดีที่สุด เป็นทุเรียนที่มีชื่อเสียงมานานจากความอุดมสมบูรณ์ของดินจากปากแม่น้ำเจ้าพระยาราคาขายอยู่ที่ลูกละ 15,000 บาทขึ้นไป และต้องสั่งจองก่อนล่วงหน้า

เอกลักษณ์

- บ้านเรือนของชาวบ้านสองริมฝั่ง

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวตามคลองในจังหวัดนนทบุรีเป็นการจ้างเหมาลำเท่านั้น (ประมาณ 1,500-5,000 ต่อลำต่อวัน) โดยคนขับเรือสามารถพานักท่องเที่ยวล่องไปตามคลองและแวะตามจุดที่น่าสนใจ ซึ่งส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่จ้างเหมาลำเป็นชาวต่างชาติ ชาวไทยจะเดินทางโดยรถยนต์มากกว่า
- ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีนักท่องเที่ยวค่อนข้างมากในวันเสาร์และอาทิตย์ อย่างไรก็ตาม หลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมในปี พ.ศ. 2554 สถานที่ท่องเที่ยวบางส่วน เช่น สวนแบบดั้งเดิมของชาวเมืองนนท์ และบ้านเรือนบางส่วนได้รับความเสียหาย

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- เนื่องจากเส้นทางเป็นคลองที่เชื่อมต่อกัน โดยคลองมีขนาดค่อนข้างใหญ่ เนื่องจากเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า โดยตามแนวทางคลองมีชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวอยู่มากมาย เช่น ชุมชนบางใหญ่ วัดโพธิ์บางโอ และเรือนปั้นหยาริมคลองบางกรวย คลองบางคูเวียงมีตลาดน้ำวัดตะเคียนซึ่งชาวบ้านนำสินค้าบรรทุกเรือมาค้าขายกัน รวมถึงอาหารและสินค้าอื่นๆ

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- มีการเติบโตไม่มากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวทางเรือในเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพฯ มากกว่า ประกอบกับการล่องเรือท่องเที่ยวเส้นทางอ้อมนนท์ ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักและถูกใช้เป็นเส้นทางสัญจรสำหรับผู้คนในชุมชนมากกว่า

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- คาดว่าจะเติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะจากกลุ่มชาวต่างชาติที่หันมาให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เป็นการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมดั้งเดิมและชุมชนมากขึ้น

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่น ทั้งในไทยและอาเซียน

- อาจเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองในเขตปริมณฑล

การแข่งขัน

- ไม่มีการรวมตัวของคนขับเรือในรูปแบบสมาคม และผู้ประกอบการเรือในเส้นทางนี้ไม่ต้อนรับผู้ประกอบการรายใหม่
- ตลาดน้ำวัดตะเคียนดูแลโดยวัดตะเคียน ซึ่งเป็นผู้ให้เช่าสถานที่สำหรับร้านค้า

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- มีร้านค้าบริการแก่นักท่องเที่ยวแต่จำนวนไม่มาก
- แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่สะอาดสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- ห้องน้ำสาธารณะมีจำนวนเพียงพอ แต่ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการดูแลให้สะอาดพร้อมใช้งาน
- ไม่มีจุดบริการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- ไม่มีป้ายบอกทิศทางและที่ตั้งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ชัดเจน รวมถึงไม่มีป้ายในภาษาต่างประเทศ
- ไม่มีเสื้อชูชีพบริการบนเรือ และท่าเรือขึ้นลงได้ลำบากและมีความอันตราย โดยเฉพาะเรือขนาดเล็ก
- สภาพแวดล้อมในคลองสกปรก มีขยะและผักตบชวามากพอสมควรแต่ส่วนมากไม่ขัดขวางการเดินเรือ สภาพสองริมฝั่งคลองมีสภาพพอใช้ เสื่อมโทรมตามกาลเวลาและจากน้ำท่วม และมีขยะกองอยู่ในบางจุดที่ไม่ใช่ที่ทิ้งขยะ

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- ไม่มีการรวมกลุ่มชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตามลำคลอง
- คลองแต่ละส่วนดูแลโดยองค์การบริหารส่วนตำบลของแต่ละพื้นที่
- การปรับปรุงภูมิทัศน์ของสองริมฝั่งแม่น้ำขึ้นกับเจ้าของพื้นที่นั้นๆ โดยไม่มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อพัฒนาไปในรูปแบบเดียวกัน แต่เนื่องจากบ้านเรือนสองริมฝั่งคลองมีมาตั้งแต่สมัยโบราณจึงทำให้มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- ป้ายโฆษณาที่ทำนานนท์ และการบอกเล่าต่อตามเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ไม่มี

เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยารวมถึงกรุงรัตนโกสินทร์ กรุงเทพฯ

ลักษณะการท่องเที่ยว

- วัด ประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน

ผลิตภัณฑ์

- สินค้าที่ระลึกของประเทศไทย เช่น สบู่และไม้แกะสลัก ตุ๊กตาช้าง ผ้าไหม เป็นต้น

เอกลักษณ์

- ประวัติศาสตร์ของประเทศไทย เส้นทางคมนาคมทางน้ำหลักของประเทศ

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- แม่น้ำเจ้าพระยาในเส้นทางกรุงเทพฯ มีนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี และเป็นเส้นทางเพื่อการคมนาคมสำหรับประชาชนทั่วไป การท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 2 ธิม คือนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวศูนย์การค้าที่ต้องการทำเรือที่มีความทันสมัย เช่น Asiatique ท้ามหาราช และท่ายอดพิมาน และนักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวรูปแบบวิถีชีวิตชุมชน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนมากและมาจากหลายเชื้อชาติ
- ในวันเสาร์-อาทิตย์ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในเส้นทางกรุงรัตนโกสินทร์และวัดที่ได้รับความนิยมสูงจะมีนักท่องเที่ยวหนาแน่นตลอดทั้งวัน

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- ในกรุงเทพฯ สองริมฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยารายล้อมไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย เช่น สะพานพระราม 8 สะพานพระพุทธยอดฟ้าและพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 1 Asiatique The Riverfront สะพานพระราม 9 หรือสะพานแขวน และสะพานภูมิพลหรือสะพานวงแหวนอุตสาหกรรม วัดบวรนิเวศ วัดราชสิงขร วัดยานนาวา วัดราชาธิวาส และวัดเทวราชกุญชร
- อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวในส่วนของกรุงรัตนโกสินทร์ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีความสำคัญมากมาย เช่น พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว วัดมหาธาตุฯ วัดโพธิ์ โรงละครแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ป้อมพระสุเมรุ สวนสันติชัยปราการ เป็นต้น

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นหนึ่งในทางท่องเที่ยวที่สำคัญของชาวต่างชาติ
- จำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเป็นกลุ่มทัวร์ใหญ่ อย่างไรก็ตาม ชาวจีนเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายซื้อสินค้าที่ระลึกค่อนข้างน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับชาวตะวันตก

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- คาดว่าจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ด้วยเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะในฝั่งของยุโรปและจีนมีการชะลอตัวลง จึงมีการคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวอาจจะเพิ่มขึ้นไม่มากนัก

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่น ทั้งในไทยและอาเซียน

- ไม่มีแนวความคิดด้านการสร้างความเชื่อมโยงต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นหรือสถานที่อื่นๆ หากจะเชื่อมโยงกับอ่าวไทยก็ติดข้อจำกัดการขออนุญาตออกปากอ่าวและขนาดของเรือสำหรับล่องในแม่น้ำกับในทะเลมีลักษณะและขนาดที่แตกต่างกัน
- การเชื่อมโยงโดยการเดินทางเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยรอบ เช่นจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการมีความเป็นไปได้
- การเชื่อมโยงกับประเทศอื่นในแถบอาเซียนมีความเป็นไปได้ด้วยการเดินทางทางอากาศกับต่างประเทศ และยังมีเรือ Cruise ที่มาจากทางประเทศสิงคโปร์หรือเวียดนามที่จะมาจอดที่ท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบังเพื่อเข้ามาเที่ยวในกรุงเทพฯ

การแข่งขัน

- ไม่มีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการรายย่อย
- การจัดตั้งสมาคมเป็นของเอกชนรายใหญ่
- ร้านขายของที่ระลึกมีการแข่งขันค่อนข้างมาก
- ไม่มีแนวความคิดด้านการสร้างความเชื่อมโยงต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นหรือสถานที่อื่นๆ ในปัจจุบัน

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติและมีความสำคัญต่อประเทศ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่นี้จึงได้รับความนิยมนิยมสูงมาก

- สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสะอาดและได้รับการดูแลรักษาที่ดี โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวของเอกชน
- มีร้านค้าบริการแก่นักท่องเที่ยว
- สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการดูแลรักษาอย่างดีเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และที่เป็นของเอกชน อย่างไรก็ตามทางเดินมาท่าเรือและที่ตัวทำเองนั้นบางส่วนยังไม่สะอาดเท่าที่ควร

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- ท่าเรือสาทรที่เป็นจุดศูนย์รวมการเดินทางทั้งจาก BTS ถนน และทางเรือ ไม่มีข้อมูลการท่องเที่ยวทางเรือที่ชัดเจนให้แก่ชาวต่างชาติ โดยส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชนมาเรียกนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งอาจจะให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว
- ห้องน้ำสาธารณะมีปริมาณไม่เพียงพอในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมากและไม่ค่อยได้รับการดูแลรักษาความสะอาดอย่างทั่วถึง และบางที่ต้องเสียเงินค่าใช้บริการ
- สภาพแวดล้อมในแม่น้ำเจ้าพระยาค่อนข้างสกปรก โดยเฉพาะในเขตที่มีชุมชนอาศัยอยู่หนาแน่น
- ไม่มีป้ายบอกทิศทางและที่ตั้งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ชัดเจน รวมถึงไม่มีป้ายในภาษาต่างประเทศ
- กลุ่มมิชชันนารีที่ลากลวงนักท่องเที่ยวต่างชาติสร้างความเสียหายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น การลากลวงนักท่องเที่ยวว่าวัดพระแก้วปิด แล้วลวงพานักท่องเที่ยวไปเที่ยวตามร้านค้าที่ขายของราคาเกินจริง
- ท่าบางท่ามีความเสื่อมโทรมตามกาลเวลาควรจะตรวจสอบและปรับปรุงให้ได้มาตรฐานและปลอดภัยอยู่เสมอ

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- มีการรวมตัวของชุมชนบ้างของผู้คนที่อยู่บริเวณท่า แต่ไม่มีการรวมกลุ่มของชุมชนทั้งเส้นทาง

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- เว็บไซต์ โบรชัวร์

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวและการโดยสารทางน้ำโดยบริษัทเอกชนซึ่งเป็นผู้ให้บริการเรือในแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น การพัฒนาใช้บัตรเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ในการจ่ายค่าโดยสาร การพัฒนาใช้เรือรุ่นใหม่ที่มีความทันสมัยมากขึ้น เป็นต้น

- ทางสำนักงานกรุงเทพมหานครมีความพยายามในการสร้างการท่องเที่ยวทางน้ำให้ได้รับความนิยมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวที่ใช้เรือส่วนใหญ่มาอยู่กับกลุ่มทัวร์ ได้รับคำแนะนำมาจากโรงแรมหรือผู้อื่น หรือเป็นผู้ที่มีความสนใจในด้านนี้

เส้นทางเขตบางกอกน้อย-บางกอกใหญ่ (คลองบางกอกน้อย-คลองชักพระ-คลองบางกอกใหญ่) กรุงเทพฯ

ลักษณะการท่องเที่ยว

- วัด วิถีชุมชน

ผลิตภัณฑ์

- ซาลาเปา ขนมจีนน้ำยา

เอกลักษณ์

- วัดเก่าแก่สมัยรัชกาลที่ 3 ต้นไม้หายากกว่า 50 ชนิด

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเป็นการเหมาเรือเพื่อสำรวจลำคลองและสามารถแวะตามจุดต่างๆ ตามที่นักท่องเที่ยวเลือก เช่น พิพิธภัณฑ์เรือพระราชพิธี บ้านศิลปิน หรือวัดต่างๆ โดยราคาอยู่ที่ประมาณ 1,200-3,000 (นักท่องเที่ยวต่างชาติราคาจะสูงกว่าชาวไทย) โดยแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวก็มีประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ เนื่องจากการเดินทางทางเรือมีแต่แบบเหมาลำ ไม่มีเรือทัวร์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวจีนที่ทางบริษัททัวร์จัดเป็นโปรแกรมมาให้เที่ยวในประเทศไทย แต่ในปัจจุบัน เส้นทางบางเส้นทางถูกปิดเนื่องจากการซ่อมแซมเขื่อนบางส่วนทำให้เรือเข้าไม่ได้ ส่วนนักท่องเที่ยวตะวันตกนิยมเที่ยวแบบเรือเหมาลำ

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- เขตบางกอกน้อยและเขตบางกอกใหญ่ เส้นทางจะรวมถึงคลองบางกอกน้อย คลองชักพระ และคลองบางกอกใหญ่ (หรือคลองบางหลวง) และยังสามารถล่องผ่านคลองมอญได้ด้วย สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น
 - คลองบางกอกน้อย : วัดชลอ วัดพิบูลทอง วัดสุวรรณคีรี วัดอมรินทราราม วัดนายโรง วัดภวนาภิรตาราม และพิพิธภัณฑ์เรือพระราชพิธี
 - คลองชักพระ : วัดปากน้ำ วัดนวลนรดิศ วัดกุหาสวรรค์

- คลองบางกอกใหญ่ : วัดโมลีโลกยาราม วัดกัลยาณมิตร วัดหงส์รัตนาราม มัสยิดต้นสน บ้านศิลปิน
ชุมชนริมคลองบางหลวง ร้านหนังสือปิ่นโต ร้านขายสินค้าโอท็อป ตลาดน้ำคลองบางหลวง

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น การมาเที่ยวกับกลุ่มทัวร์โดย
นักท่องเที่ยวชาวจีน

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- คาดว่าจะขยายตัวขึ้นอีก

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่น ทั้งในไทยและอาเซียน

- ไม่มี

การแข่งขัน

- นักท่องเที่ยวสามารถเหมาเรือมาล่องในคลองต่างๆ ได้ โดยมีทั้งเรือท้องถิ่นและเรือจากเขตอื่น
- ผู้ประกอบการบริษัท มิตรเจ้าพระยา จำกัด ให้บริการเรือเหมาสำหรับทัวร์จากประเทศจีน โดยทัวร์
ต่างๆ จะมีมัคคุเทศก์เป็นของตัวเองอยู่แล้ว
- ในอดีตท่าช้างจะมีนักท่องเที่ยวหลายรูปแบบ แต่ในปัจจุบันท่าช้างเปลี่ยนมาต้อนรับนักท่องเที่ยวจีน
มากขึ้น โดยแม่ค้าพ่อค้าสามารถสื่อสารภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวได้ดี
- ตลาดน้ำวัดกำแพงได้สร้างความร่วมมือกับตลาดน้ำตลิ่งชันและตลาดน้ำวัดจำปาเพื่อส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- ชุมชนมีความปลอดภัย ช่วยกันสอดส่องดูแล
- ตลาดน้ำคลองบางหลวงกำลังถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นที่พักผ่อนแก่นักท่องเที่ยว

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- เรือเหมาไม่มีเสื้อชูชีพ
- ห้องน้ำสาธารณะยังมีไม่มากพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ร้านค้าและบริการมีบ้างแต่อาจจะยังไม่
เพียงพอ
- ลำคลองมีสภาพสกปรกในช่วงคลองที่มีชุมชนอยู่หนาแน่น โดยมีขยะและผักตบชวาลอยอยู่ทั่วไป

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- เส้นทางนี้ผ่านหลายชุมชน โดยชุมชนต่างๆ จะมีการประชุมกันบ้างเป็นครั้งคราว แต่การดูแลและการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะทำกันในชุมชน
- หากจะมีการก่อสร้างสถานที่ขนาดใหญ่จะมีการทำประชาคม เช่น การสร้างตลาดน้ำ
- แนวทางการพัฒนาเน้นการประชาสัมพันธ์
- ไม่เน้นการรับผู้ประกอบการภายนอกเข้ามาในชุมชนของตน โดยมีความต้องการที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าเป็นตลาดริมน้ำขายของ

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- โบรชัวร์โฆษณาของผู้ประกอบการเรือ และเว็บไซต์การท่องเที่ยวต่างๆ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ไม่มี

เส้นทาง 5 ตลาดน้ำ เขตตลิ่งชัน คือ ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดจำปา ตลาดน้ำคลองลัดมะยม และตลาดน้ำวัดสะพาน กรุงเทพฯ

ลักษณะการท่องเที่ยว

- ตลาดน้ำ

ผลิตภัณฑ์

- อาหาร เช่น ปลาเผา

เอกลักษณ์

- มีตลาดน้ำ 5 แห่งในพื้นที่ใกล้เคียงกัน

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- จุดสนใจหลักของตลาดน้ำส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มร้านอาหาร ซึ่งแต่ละตลาดมีร้านที่ขึ้นชื่อและโดดเด่นอยู่ นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกจะเน้นการเดินสำรวจ แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยและเอเชียจะเน้นรับประทานอาหาร อย่างไรก็ตาม ของที่ระลึกจะไม่ค่อยได้รับความสนใจมากเท่าที่ควร

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- ตลาดน้ำในเขตตลิ่งชันมีถึง 5 ตลาดน้ำด้วยกัน แต่ตลาดน้ำที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม และตลาดน้ำวัดสะพาน โดยประชาคมตลิ่งชันได้มีการจัดการล่องเรือถึง

กัน (99 บาท 3 ตลาดน้ำ) และผู้ประกอบการที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม (60 บาท 2 ตลาดน้ำ) แต่ตลาดน้ำวัดจำปาและตลาดน้ำวัดดลิ่งชั้นมีขนาดเล็ก และไม่ได้รับความนิยมเท่าตลาดอื่นๆ

- กิจกรรมหลัก คือ การล่องเรือไหว้พระ ให้อาหารปลา และจับจ่ายใช้สอยที่ตลาด

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต (อธิบาย)

- การเติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเห็นได้จากการขยายตัวของพื้นที่ตลาด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น
- ตลาดน้ำส่วนใหญ่จะเน้นการขายของบริโภค เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้บรรยากาศของการนั่งรับประทานอาหารริมคลอง อย่างไรก็ดี ตลาดน้ำที่มีขนาดใหญ่ เช่น ตลาดน้ำคลองลัดมะยม มีการขายของที่หลากหลาย รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภค ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และอื่นๆ

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะไม่เติบโตมากนัก เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ของตลาด และเส้นทางการล่องเรือ

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่น ทั้งในไทยและอาเซียน

- อาจเชื่อมโยงภายในคลัสเตอร์เดียวกัน คือไปถึงกรุงเทพฯ นนทบุรี และเกาะเกร็ด แต่การเดินทางทางเรืออาจใช้เวลานาน

การแข่งขัน

- มีการรวมตัวของผู้ประกอบการของแต่ละตลาดน้ำ แต่ทั้ง 5 ตลาดน้ำนั้นไม่มีการประสานงาน เพื่อพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันในรูปแบบคลัสเตอร์

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- มีร้านค้าบริการแก่นักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะมีจำนวนเพียงพอ และมีจุดบริการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวด้วย

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- จุดให้ข้อมูล Kiosk ส่วนใหญ่ใช้งานไม่ได้
- ไม่มีป้ายบอกทิศทางและที่ตั้งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ชัดเจน รวมถึงไม่มีป้ายในภาษาต่างประเทศ
- การนั่งเรือไม่มีเสื้อชูชีพบริการ และไม่มีการให้คำแนะนำการล่องเรือที่ครบถ้วนทั้งในภาษาไทยและต่างประเทศ

- การนั่งเรือไม่มีการประเมินจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอนว่าเรือสามารถรองรับได้มากน้อยเพียงใด รวมถึงท่าเรือขึ้นลงได้ลำบากและบางครั้งมีความอันตราย
- ผู้นำเที่ยวบางครั้งใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่คล่อง จึงอาจทำให้เกิดการสื่อสารที่ผิดพลาดได้
- สภาพแวดล้อมในลำคลองสกปรก มีขยะมูลฝอยและมีผักตบชวามาก
- ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพบ้านเรือนสองริมฝั่ง โดยยังติดข้อจำกัดที่แต่ละพื้นที่มีเจ้าของแตกต่างกัน และไม่มีผู้ที่สามารถดูแลได้ทั้งหมด
- หมู่บ้านจัดสรรริมฝั่งก่อสร้างกำแพงสูง โดยไม่มีการเว้นระยะริมฝั่ง เนื่องจากยังไม่มีระเบียบที่ชัดเจน รวมถึงการทิ้งขยะลงในลำคลอง โดยเฉพาะหิน ดินทราย
- เชื้อโรคและประตูกันน้ำของสำนักงานเขตไม่ได้รับการระดับน้ำให้เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวล่องเรือ ตลอดเวลา

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- ในแต่ละตลาดน้ำมีการจัดกลุ่มรวมตัวกันเองของชุมชน โดยกลุ่มหลักคือของตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งเป็นสองตลาดที่มีขนาดใหญ่ แต่ตลาดอื่นขาดการสนับสนุนโดยชุมชน เนื่องจากมีขนาดเล็ก และพื้นที่บางส่วนถูกซื้อไปทำเป็นหมู่บ้านจัดสรร
- การจัดภูมิทัศน์สองริมฝั่งขึ้นกับเจ้าของพื้นที่นั้นๆ ไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาไปในรูปแบบเดียวกัน จึงทำให้ทัศนียภาพไม่กลมกลืนและไม่มีเอกลักษณ์

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- เว็บไซต์ โบรชัวร์โฆษณาของผู้ประกอบการเรือ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- มีการให้บริการการล่องเรือเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่เดียวกัน และยังมีการพัฒนาการล่องเรือไปเส้นทางคลองบางกอกใหญ่ เพื่อไปบ้านศิลปินจากตลาดน้ำตลิ่งชัน
- มีการล่องเรือจากพื้นที่อื่นๆ มาตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำคลองลัดมะยม เช่น จากท่าเรือสาทร

เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

ลักษณะการท่องเที่ยว

- ประวัติศาสตร์ วิถีชุมชน

ผลิตภัณฑ์

- กุ้งเหี้ยด อาหารทะเล

เอกลักษณ์

- สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ไทยและกองทัพไทย

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักสำหรับคนไทย แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมาก โดยส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบเข้าไป เย็นกลับมาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น กรุงเทพฯ นนทบุรี และปทุมธานี ในรูปแบบครอบครัวและเพื่อน
- นักท่องเที่ยวต่างชาติมีบ้าง

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- สถานที่ท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนสมุทรปราการมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ทหารเรือ (ป้อมพระจุลจอมเกล้าฯ) พระสมุทรเจดีย์
- อีกทั้งแหล่งชุมชนบ้านสาขลา ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่วัฒนธรมทะเลปากอ่าวและสามารถเที่ยวปายายเล่นในพื้นที่นั้นได้ด้วย
- ยังเป็นทางออกสู่อ่าวไทยและการท่องเที่ยวทางทะเล โดยมีแหล่งท่องเที่ยวปากน้ำ เช่น สถานตากอากาศบางปูที่ผู้คนนิยมมาทานอาหารและดูบรรยากาศทะเลและอ่าวไทย
- ฟาร์มจระเข้ โดยมีทัวร์นักท่องเที่ยวจีนมาเป็นประจำ
- วัดสาขลามีสื่อเสียงและมีนักท่องเที่ยวมาเยอะ โดยเฉพาะในวันเสาร์และอาทิตย์ ซึ่งส่วนใหญ่มาเพื่อมาทำบุญ ไหว้พระ เนื่องจากทางวัดสาขามีการจัดห้องบูชาและทางเดินที่สวยงาม น่าสนใจ และแปลกใหม่

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- ยังไม่ได้รับความนิยมมากนักทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- การเติบโตทรงตัวอย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- คาดว่าการเติบโตยังเป็นแบบจำกัด แต่มีความพยายามในการพัฒนาตลาดบ้านสาขลาให้มีความเป็นระเบียบและมีร้านค้ามากขึ้น เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจมากขึ้น

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่น ทั้งในไทยและอาเซียน

- ไม่มี

การแข่งขัน

- ไม่มี

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- ป้อมพระจุลจอมเกล้าฯ และพระสมุทรเจดีย์ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี เนื่องจากมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ไทยและมีผู้คนมาเคารพสักการบูชา และยังเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสมุทรปราการด้วย
- มีร้านค้าบริการทั่วไป เนื่องจากเป็นแหล่งชุมชนของผู้คนในจังหวัดสมุทรปราการ
- ห้องน้ำสาธารณะมีบริการตามทาง แต่มีค่าใช้จ่ายประมาณ 3 บาทต่อคน

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- ป้อมพระจุลจอมเกล้าฯ เดินทางไปลำบาก ถ้าไม่ได้ใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือรถ Taxi เนื่องจากการเดินเข้าไปข้างในจากจุดตรวจมีระยะทางไกล และมีรถเมล์ประจำทางวิ่งเข้ามาบ้างไม่บ่อย

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- ชุมชนบ้านสาขลามีการรวมตัวกันดี และมีความพยายามในการพัฒนาตลาดของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
- แหล่งท่องเที่ยวอื่นของจังหวัดสมุทรปราการยังไม่มี การรวมตัวของเจ้าของพื้นที่เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสมุทรปราการเป็นที่รู้จักโดยคนไทย จึงทำให้การตลาดไม่โดดเด่นมากนัก
- การตลาดควรเน้นการมาทำกิจกรรมริมน้ำ เป็นแบบ One Day Trip เช่น การพาครอบครัวมานั่งทานอาหารพร้อมกับชมบรรยากาศริมแม่น้ำเจ้าพระยาและอ่าวไทย

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ไม่มี

เส้นทางคลองบางน้ำผึ้งในส่วนคู้บางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ลักษณะการท่องเที่ยว

- ธรรมชาติ ตลาดน้ำ ชี่จักรยาน วิถีชีวิต เรียนรู้ภูมิปัญญา

ผลิตภัณฑ์

- รูปสมุนไพรร

เอกลักษณ์

- สิ่งแวดล้อมสมบูรณ์ ใกล้กรุงเทพฯ ติดแม่น้ำเจ้าพระยา เหมาะแก่การพักผ่อน

สถานการณ์การท่องเที่ยว

- ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเด่นของคู้บางกระเจ้า โดยตลาดเปิดเฉพาะวันเสาร์ – อาทิตย์ มีบรรยากาศคึกคัก ผู้คนมาเที่ยวรับประทานอาหารและจับจ่ายซื้อของอย่างหนาแน่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย
- อย่างไรก็ดี คู้บางกระเจ้าค่อนข้างเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในบรรดานักชี่จักรยาน สามารถเดินทางมาทางเรือ โดยเข้าจอดได้ถึง 3 ท่า เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติสูง สามารถชี่จักรยานได้รอบ ระยะทางประมาณ 30 กิโลเมตร มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย แต่ไม่ได้ถูกประชาสัมพันธ์ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทั้งพื้นที่ร่วมกัน และสถานที่บางแห่ง เช่น วัดประมาณ 10 วัด ก็ไม่ได้ถูกพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

แหล่ง/กิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว

- คู้บางกระเจ้ามีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นตลาดทางเดินขนานไปกับคลองยาวกว่า 2 กิโลเมตร มีการจำหน่ายอาหาร ต้นไม้ ปลายสวยงาม และผลิตผลของชาวบ้าน รวมถึงเป็นศูนย์รวมสินค้า OTOP
- นอกเหนือจากนี้ ยังมีที่พัก Bangkok Tree House บ้านรูป ที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ทำอาหาร ผ้ามัดย้อม และทำรูป รวมถึงเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย ชมธรรมชาติที่สวนศรีนครเขื่อนขันธ์ และเดินชมหิงห้อยที่สวนปาล์มและหิงห้อย และชมฟาร์มเห็ด

การเติบโตด้านอุปสงค์ในอดีต

- การเติบโตดี แต่ระยะ 1 – 2 ปีหลังจากจบเขาไปบ้าง เนื่องจากปัจจัยเศรษฐกิจของประเทศ

แนวโน้มการเติบโตด้านอุปสงค์ในอนาคต

- คาดว่านักท่องเที่ยวจะขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ๆ อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มีกิจกรรมหลากหลาย และธรรมชาติยังสมบูรณ์อยู่

การเชื่อมโยงกับ Cluster อื่น ทั้งในไทยและอาเซียน

- ไม่มี

การแข่งขัน

- ผู้ประกอบการหลายรายได้สร้างความร่วมมือกัน โดยจะแนะนำนักท่องเที่ยวให้ไปใช้บริการของกัน และกัน เช่น Bangkok Tree House บ้านรูป ฟาร์มเห็ด
- แต่ผู้ประกอบการเช่าจักรยาน จะเป็นการแข่งขันระหว่างกันมากกว่า

ความพร้อมปัจจัยสนับสนุน

- ถนนในปัจจุบันค่อนข้างเล็ก รองรับได้แต่มอเตอร์ไซค์และจักรยาน หากพื้นที่ที่จะขยายตัว ถนนอาจจะต้องถูกขยายมาเป็น 4 เมตร เพื่อการขนส่งที่สะดวกมากขึ้น แต่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- มีภาครัฐที่ท้องถิ่นคอยรองรับนักท่องเที่ยว

สิ่งที่ต้องการแก้ไข/ปัญหา/อุปสรรค

- ป้ายบอกทางไม่ชัดเจนและไม่เพียงพอ รวมถึงไม่มีภาษาต่างประเทศ
- ที่จอดรถไม่เพียงพอ
- ทำเลียบทางเก่าและทรุดโทรม
- ควรปรับปรุงเรื่องการจัดการเก็บขยะในพื้นที่
- ภาครัฐก็ยังต้องได้รับการฝึกอบรมเรื่องภาษา
- ควรกำหนดเวลาที่ชัดเจนในการให้เช่าจักรยานเพื่อควบคุมดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชน

- ชุมชนไม่ได้มีความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ในเรื่องการท่องเที่ยวเท่าไรนัก โดยส่วนมากการพัฒนาเป็นนโยบายมาจาก อบต. มากกว่า
- ชุมชนไม่ได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยว
- ชุมชนสามารถเสนอความคิด และขอสิ่งอำนวยความสะดวกได้ แต่ระยะเวลาในการอนุมัติจะขึ้นอยู่กับภาครัฐ

การตลาด (ที่มีและที่ควรเป็น)

- เว็บไซต์ ป้ายโฆษณา แต่ส่วนมากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางน้ำปัจจุบัน

- ไม่มี

11.2 ประเด็นพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา – issue based

1) กิจกรรมการท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และหลายจังหวัดที่แต่เดิมเคยมีชุมชนที่ใช้ชีวิตคู่กับแม่น้ำเจ้าพระยา หรือที่มีโบราณสถานและวัดวาอาราม ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำ ต่างก็ให้การส่งเสริมให้แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นๆ และแนวทางหนึ่งในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวและสร้างการรวมตัวกันของชุมชน คือการจัดกิจกรรมริมแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อให้แม่น้ำกลับมามีชีวิตชีวา

กรุงเทพมหานครมีการจัดกิจกรรมประจำปีที่เป็นที่โด่งดัง เป็นหนึ่งในสถานที่หลักในการจัดงาน คือ งานลอยกระทง ซึ่งบริเวณของการจัดงานคือบริเวณสะพานพระราม 8 โดยในงานมีการแสดงแสง สี เสียง เกี่ยวกับประเพณีลอยกระทงในรูปแบบของการพ็อนรำต่างๆ เช่น ในชุดมหัศจรรย์ลอยกระทง 4 ภาค มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย เช่น การแสดงจำอวดหน้าม่าน การแสดงหุ่นละครเล็ก หุ่นคน การแสดงโปงลาง ลำตัด มีกิจกรรมการประกวดกระทง กิจกรรมนิทรรศการสาธิตศิลปหัตถกรรมไทย สาธิตการประดิษฐ์ใบตองแบบต่างๆ และการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน 50 เขตทั่วกรุงเทพฯ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างโดยภาคเอกชน เช่น Asiatique The Riverfront และผู้ให้บริการการล่องเรือพร้อมอาหารค่ำ หรือดินเนอร์ครูซที่ต่างจัดงานลอยกระทงในคืนเดียวกัน

นอกจากนี้ ชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีโอกาสได้เห็นกระบวนการพยุหยาตราที่จะถูกจัดขึ้นอย่างยิ่งใหญ่ในพิธีสำคัญต่างๆ เช่น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จไปทอดผ้าพระกฐิน ณ วัดอรุณราชวราราม การฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี กาญจนภิเษก และพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ

แผนภาพที่ 91: งานลอยกระทงประจำปี และขบวนพยุหยาตราทางชลมารค



งานลอยกระทงประจำปี สะพานพระราม 8



ขบวนพยุหยาตราทางชลมารค

จังหวัดอื่นๆ ที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านก็มีการจัดงานและกิจกรรมมากมาย เพื่ออนุรักษ์ประเพณีดั้งเดิมที่เกิดขึ้นริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา จังหวัดปทุมธานีจะจัดประเพณีตักบาตรพระร้อยซึ่งเป็นงานบุญใหญ่ของจังหวัด โดยมีการนิมนต์พระสงฆ์จำนวน 100 รูป มารับบิณฑบาตทางเรือ มีลักษณะคล้ายการตักบาตรเทโวโรหณะ ซึ่งจะมีเฉพาะในวัดใหญ่ๆ ในงานประเพณีนี้ ประชาชนจะนั่งคอยใส่บาตรพระเรียงรายอยู่ริมตลิ่งตามแนวแม่น้ำเจ้าพระยา และงานประเพณีรำพาข้าวสาร ซึ่งเป็นประเพณีของชาวมอญ เป็นการลงเรือบอกบุญ ขอรับบริจาคข้าวสารและสิ่งของต่างๆ ด้วยการร้องรำพา ด้วยถ้อยคำ สำเนียงภาษาที่ไพเราะเสนาะต่อผู้ฟังที่ได้ยิน โดยในงานประเพณีดังกล่าว ประชาชนได้เข้าร่วม ออกมาตักบาตรและบริจาคข้าวสารและสิ่งของมากมาย

แผนภาพที่ 92: โครงการอนุรักษ์ประเพณีรำพาข้าวสาร และตักบาตรพระร้อยทางเรือของจังหวัดปทุมธานี



โครงการอนุรักษ์ประเพณีรำพาข้าวสาร



ตักบาตรพระร้อยทางเรือ

จังหวัดนนทบุรีก็มีการจัดงานประเพณีตักบาตรทางน้ำ ซึ่งเป็นประเพณีของชาวมอญในเทศกาลออกพรรษา โดยจัดขึ้นที่อำเภอปากเกร็ด เทศบาลนครปากเกร็ด ชาวมอญจะตกแต่งเรือสำหรับให้พระภิกษุสงฆ์และลูกศิษย์จากวัดต่างๆ พายออกไปรับบิณฑบาตตามบ้านริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีเหล่าฝีพายที่จะร้องลำนำน้าขับกล่อมดังไปทั่วท้องน้ำ สนุกสนานครึกครื้น มีการประกวดตกแต่งเรือสวยงาม จัดสถานที่ฝั่งแม่น้ำ

เจ้าพระยาบริเวณท่าหน้าปากเกร็ด ท่าเรือวัดปรมี วัดเกาะพญาเจ่ง วัดเตย ท่าเรือลพชัย ให้ประชาชนได้ใช้บาตรในเทศกาลออกพรรษา รวมถึงมีการแสดงวัฒนธรรมไทย – มอญ เพื่อเป็นการส่งเสริมประเพณีท้องถิ่นของชาวไทยมอญอีกด้วย

แผนภาพที่ 93: ประเพณีตักบาตรทางน้ำของชาวมอญในเทศกาลออกพรรษาของจังหวัดนนทบุรี



นอกเหนือจากงานประเพณีและกิจกรรมแล้ว ทางกรุงเทพมหานครก็ได้ส่งเสริมให้ผู้คนสามารถใช้เวลาพักผ่อนได้ในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดยมีสวนสาธารณะ 3 แห่งหลักที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา คือ สวนหลวงพระราม 8 สวนสันติชัยปราการ และสวนนาคราภิรมย์ โดนสวนสาธารณะทั้ง 3 แห่งได้ถูกตกแต่งอย่างสวยงาม มองเห็นสถาปัตยกรรมที่สวยงามของวัดอรุณ ป้อมพระสุเมรุ สะพานพระราม 8 เป็นต้น

แผนภาพที่ 94: สวนสาธารณะสองริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจให้กับผู้คน



สวนหลวงพระราม 8



สวนสันติชัยปราการ



สวนนาคราภิรมย์

2) โครงการพัฒนาพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา

ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นที่รู้จักกันในนามของสถานที่ตั้งวัดวาอารามหลวง ท่าเรือขนส่ง และคลังสินค้า ที่เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ที่โรงแรมริมแม่น้ำมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการใช้พื้นที่ริมแม่น้ำมากขึ้น ประกอบกับโครงการ Asiatique ที่เปิดในปี พ.ศ.2555 ซึ่งกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวโด่งดังของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงนำมาสู่การพลิกหน้าประวัติศาสตร์ใหม่ของแม่น้ำเจ้าพระยาและการพัฒนาพื้นที่อสังหาริมทรัพย์ใหม่ๆ มากมาย

ในปัจจุบัน โครงการที่มีความโดดเด่นและอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการก่อสร้างหรือสร้างเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คือ โครงการศูนย์การค้าและที่พักอาศัยขนาดใหญ่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ โครงการ Asiatique 1 (มูลค่า 7,000 ล้านบาท) โครงการ Asiatique 2 (มูลค่า 2,000-3,000 ล้านบาท) โครงการ Icon Siam (มูลค่า 50,000 ล้านบาท) โครงการ Yodpiman Riverwalk (มูลค่า 1,500 ล้านบาท) และโครงการ The Landmark Waterfront (มูลค่า 29,000 ล้านบาท) และยังมีโครงการแก้ปัญหาการติดขัดของกรุงเทพมหานคร คือ การสร้างสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา 4 โครงการ คือ โครงการสะพานราชวงศ์-ท่าดินแดง โครงการสะพานลาดหญ้า-มหาพฤฒาราม โครงการสะพานถนนจันทน์-เจริญนคร และโครงการสะพานพระราม 2

แผนภาพที่ 95: โครงการพัฒนาพื้นที่ตามแนวแม่น้ำเจ้าพระยา



มากไปกว่านั้น โครงการหนึ่งที่ทางกรุงเทพมหานครพยายามผลักดัน คือ การยกแม่น้ำเจ้าพระยาให้เป็นมรดกแห่งชาติและมรดกโลกสืบเนื่องต่อไป โดยมอบหมายให้สำนักผังเมืองไปศึกษาแนวทางการปรับปรุงพื้นที่พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดยเริ่มตั้งแต่ริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา จากสะพานปฐมบรมราชานุสรณ์ถึงท่าวาสุกรี ด้วยเหตุผลเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมควรค่าแก่การอนุรักษ์¹¹⁴

นอกเหนือจากนี้ คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้อนุมัติการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งระยะเวลา 8 ปี (พ.ศ. 2558-2565) วงเงิน 2.4 ล้านล้านบาทเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งหนึ่งในแผนงาน คือ แผนงานการพัฒนาโครงข่ายขนส่งสาธารณะเพื่อแก้ไขปัญหาจราจรในกรุงเทพและปริมณฑล มีการพิจารณาความเป็นไปได้ในการพัฒนาถนนเลียบริมแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตกรุงเทพมหานคร¹¹⁵

ในภาพรวม สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ได้มีการศึกษาแผนแม่บทโครงการศึกษาความเหมาะสมทางเศรษฐกิจ วิศวกรรม และสิ่งแวดล้อม ถนนเลียบริมแม่น้ำเจ้าพระยาระยะทาง 140 กิโลเมตร แบ่งเป็นฝั่งละ 70 กิโลเมตร¹¹⁶ นอกเหนือจากการศึกษาของ สนช. ทางรัฐบาลไทยก็มีแนวความคิดโครงการพัฒนาพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อเป็นทางจักรยานและคนเดินทั้งสองฝั่งของแม่น้ำเป็นความยาวฝั่งละ 7 กิโลเมตร ในระยะแรก คือ จากสะพานพระราม 7 ไปจนถึงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า งบประมาณ 14,000 ล้านบาท และระยะที่สองอีกฝั่งละ 7 กิโลเมตร รวมทั้งสิ้น 28 กิโลเมตร (กิโลเมตรละ 1,000 ล้านบาท)¹¹⁷

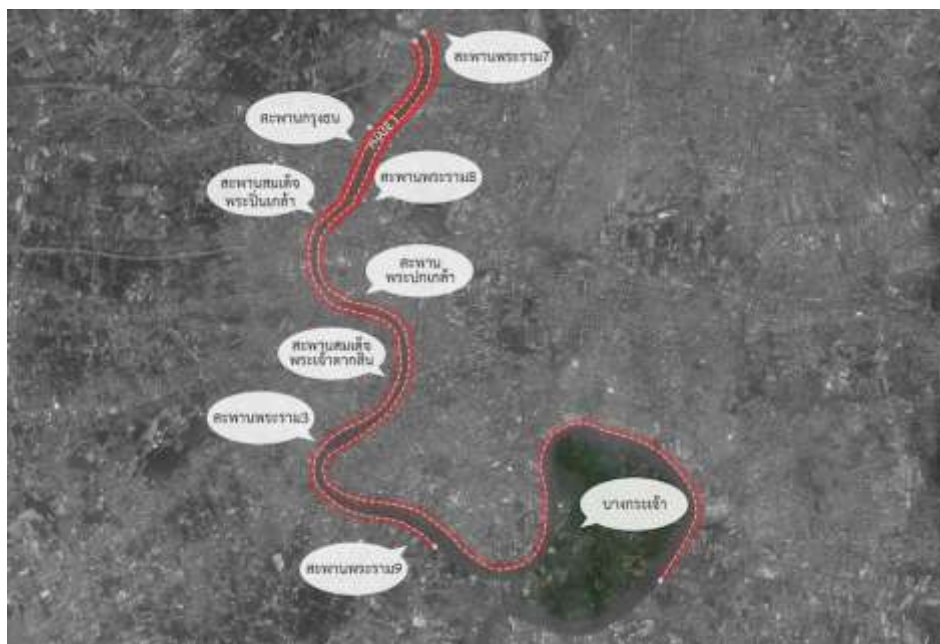
¹¹⁴ “รายงานวันจันทร์”-ร่วมทำแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นมรดกชาติ เน้นวัฒนธรรมควบคู่นิเวศฯ. (25 พฤษภาคม 2558). เรียกใช้เมื่อ 13 สิงหาคม 2558 จาก ไทยรัฐออนไลน์: <http://www.thairath.co.th/content/500894>

¹¹⁵ รัฐบาลไทย. (2557). กระทรวงคมนาคมดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของไทย พ.ศ. 2558 - 2565. เรียกใช้เมื่อ 11 สิงหาคม 2557 จาก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี : http://www.thaigov.go.th/index.php?option=com_k2&view=item&id=91180:%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%A1%E0%B8%94%E0%B8%B3%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%

¹¹⁶ ทำทางริมน้ำเจ้าพระยา 140 กม. (26 กรกฎาคม 2558). เรียกใช้เมื่อ 11 สิงหาคม 2558 จาก เดลินิวส์: <http://www.dailynews.co.th/bangkok/337414>

¹¹⁷ รายงาน-โครงการพัฒนาพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา. (10 กรกฎาคม 2558). เรียกใช้เมื่อ 11 สิงหาคม 2558 จาก ครอบครัว 3: <http://www.krobkruakao.com/%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1/131860/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99-%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%A1%E0%B9%88>

แผนภาพที่ 96: โครงการการทำทางเลียบบแม่น้ำเจ้าพระยาในเฟสแรกตั้งแต่สะพานพระราม 7 ถึงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า และในเฟสถัดไปจนถึงบางกระเจ้า



อย่างไรก็ดี แนวความคิดดังกล่าวได้รับกระแสตอบโต้จากหลายฝ่าย โดยกลุ่มหลักเป็นการรวมตัวกันเป็นภาคี คือ ภาคพัฒนาพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา (พพพ.) ประกอบด้วย สถาบันการศึกษาด้านการผังเมือง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเครือข่ายสถาปนิก นักสิ่งแวดล้อม และชุมชน ได้แก่ มูลนิธิโลกสีเขียว สยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมอิโคโมสไทย เครือข่ายศิลปวัฒนธรรมริมแม่น้ำเจ้าพระยา ศูนย์ข้อมูลประวัติศาสตร์ธนบุรี และเครือข่ายภาคประชาชนที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งขอให้รัฐบาลทบทวนโครงการพัฒนาริมแม่น้ำเจ้าพระยา ระยะที่ 1 ระยะทาง 14 กิโลเมตร โดยคำนวณรูปแบบโครงการพัฒนาริมแม่น้ำเจ้าพระยา ระยะที่ 1 โดยมีความเห็นว่ารัฐควรทบทวนศึกษารายละเอียดให้รอบคอบก่อนดำเนินการ เนื่องจากหากเร่งดำเนินการจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและวิถีชีวิตชุมชน¹¹⁸

อีกทั้งทางสมาคมสถาปนิกผังเมืองไทยได้มีข้อโต้แย้งกับโครงการในเรื่องของการเข้าถึงและการได้ประโยชน์จากโครงการ การควบคุมดูแลเส้นทางปั่นจักรยาน มลภาวะใต้ทางเลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา การ

%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A2%E0%B8%B2.html

¹¹⁸ นักวิชาการด้านผังเมืองจี้รัฐบาลทบทวน "รูปแบบ" โครงการพัฒนาริมแม่น้ำเจ้าพระยา. (22 พฤษภาคม 2558). เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2558 จาก สำนักข่าวอิศรา: http://www.isranews.org/thaireform-other-news/item/38734-river_38734.html

ควบคุมดูแลความปลอดภัย การรูก้าเข้าไปในแม่น้ำเจ้าพระยา และการป้องกันน้ำท่วม¹¹⁹ อีกทั้งยังขาดความชัดเจนในเรื่องของความเหมาะสมในรูปแบบโครงการ การมีส่วนร่วมของประชาชน และการศึกษาวิเคราะห์ด้านอื่นๆ เป็นต้น

3) สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสื่อความหมาย

เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ที่จอดรถ ร้านอาหาร เป็นสิ่งจำเป็นที่ควรได้รับการปรับปรุงซ่อมแซมให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเยี่ยมชมแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้ง คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกยังสะท้อนไปถึงภาพลักษณ์ของสถานที่ จังหวัด และประเทศไทย

สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ควรได้รับการตรวจสอบความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ โดยควรมีการระบุชัดเจนถึงการตรวจสอบ ปริมาณสูงสุดในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น กระเช้าข้ามแม่น้ำจากพระราชวังบางปะอิน ไปยังวัดนิเวศธรรมประวัติ

แผนภาพที่ 97: กระเช้าข้ามน้ำไปยังวัดนิเวศธรรมประวัติ



นอกเหนือจากนี้ จากการลงพื้นที่ คณะผู้วิจัยได้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่มีนักท่องเที่ยวผ่านไปมาจำนวนมาก ยังไม่มีจุดให้ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว ในขณะที่หลายจุดที่ได้มีการตั้ง Tourism Information Kiosk ไว้ แต่ไม่สามารถใช้งานได้

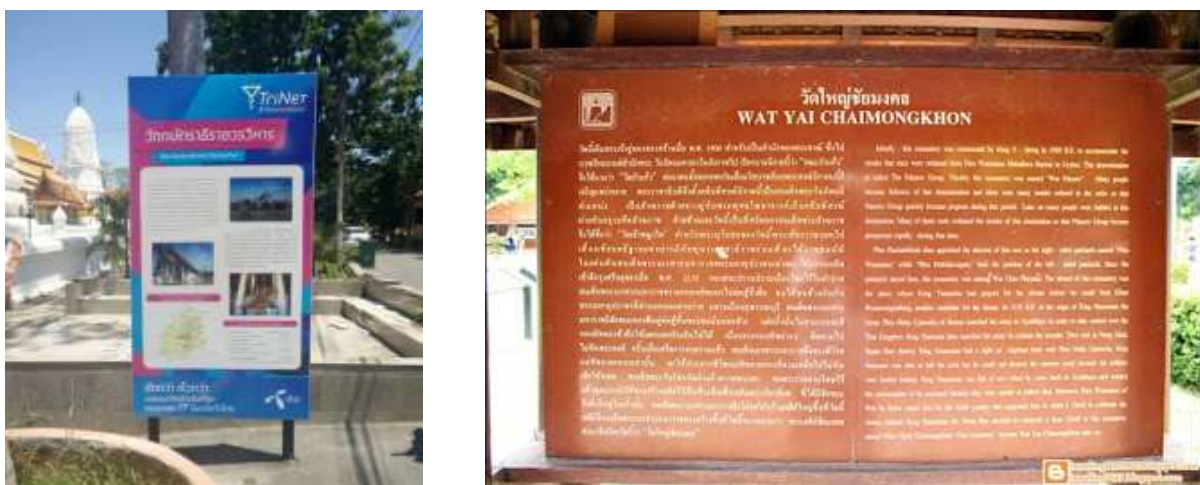
¹¹⁹ วิชัย ดันตราธิวุฒิ. (พฤษภาคม-กรกฎาคม 2558). อย่าด่วนสร้างทางเลียบแม่น้ำเจ้าพระยา! จดหมายข่าวสมาคมสถาปนิกผังเมืองไทย, 1(4), 1-5.

แผนภาพที่ 98: จุดบริการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว (ซ้าย) และ Kiosk (ขวา)



สถานที่ท่องเที่ยวริมน้ำหลายแห่ง ทั้งในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและริมคลองที่ยังขาดระบบสื่อความหมายที่ชัดเจน เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ และป้ายบอกเล่าประวัติของสถานที่นั้นๆ โดยบางแห่ง ป้ายบอกเล่าประวัติของสถานที่ได้ถูกสร้างขึ้นอย่างดี ผสมผสานเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบของป้าย ในขณะที่ บางแห่งกลับใช้ป้ายที่ถูกทำขึ้นโดยบริษัทเอกชน จึงเป็นป้ายที่ไม่ได้แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่ แต่กลับแสดงสัญลักษณ์ของบริษัทอย่างชัดเจน

แผนภาพที่ 99: ป้ายหน้าวัดกษัตราธิราชวรวิหาร (ซ้าย) และป้ายหน้าวัดใหญ่ชัยมงคล (ขวา) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



นอกเหนือจากนี้ ท่าเรือบางแห่งซึ่งเป็นศูนย์กลางและจุดเชื่อมต่อการเดินทางยังขาดป้ายแสดงสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางที่ชัดเจน เช่น ท่าเรือสาทร ถึงแม้ว่าจะมีจุดบริการนักท่องเที่ยวอยู่ด้านบนสถานีรถไฟฟ้า แต่ในบริเวณท่าเรือ ไม่มีป้ายที่ชัดเจน เพื่อแสดงการขึ้นเรือไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ก่อให้เกิดความยากลำบากในการท่องเที่ยว โดยยังขาดข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4) การทำลายคุณค่าการท่องเที่ยวและทัศนียภาพสองริมฝั่งลำน้ำ

ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource) ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและคลอง คือ โบราณสถาน วัดวาอาราม วัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมต่างๆ และวิถีชีวิตชุมชน แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว มีความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งสามารถสร้างจุดขายให้แก่พื้นที่ อย่างไรก็ตาม ทัศนียภาพและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาส่วนใหญ่ เน้นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี มีแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่มากมายตลอดริมฝั่งแม่น้ำ โดยบางช่วงของแม่น้ำ เป็นที่อยู่อาศัยของชุมชนแต่ดั้งเดิม ซึ่งก็เป็นการผสมผสานความหลากหลายของทัศนียภาพริมฝั่งได้ดี อย่างไรก็ตาม บางช่วงกลับมีสิ่งก่อสร้างที่กำลังผูกพัน หรือถูกสร้างมาโดยไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบต่อทัศนียภาพโดยรวมของแม่น้ำเจ้าพระยา

แผนภาพที่ 100: สภาพริมคลองบางกอกใหญ่



ในขณะที่ลำคลอง เช่น คลองบางกอกใหญ่ เน้นการท่องเที่ยววิถีชุมชน แต่อาจไม่ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เด่นชัด จึงยังไม่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในลำคลองที่ชัดเจน ชุมชนในพื้นที่อยู่อาศัยริมคลองเป็นปกติ จึงทำให้ทัศนียภาพของสองริมฝั่งคลองอาจดูกรังรังไปบ้าง เช่น บางส่วนมีการตากเสื้อผ้าแขวนร่วม หรือมีป้ายโฆษณาไว้ไม่เป็นระเบียบ บางส่วนจัดให้บริเวณที่ติดคลองเป็นหลังบ้านจึงมีการทิ้งขยะและก้นกำแพงสูง จึงทำให้การล่องเรือเพื่อชมวิถีชีวิตในลำคลองไม่น่าดูเท่าที่ควร นอกจากนี้ บ้านจัดสรรบางส่วนยังก่อสร้างกำแพงสูงและไม่มีการเว้นระยะริมฝั่ง

อีกหนึ่งสิ่งก่อสร้างที่มีผลกระทบต่อทัศนียภาพของสองริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา รวมถึงความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม คือ แนวตลิ่งริมแม่น้ำ ซึ่งในปัจจุบัน แนวตลิ่งได้ถูกสร้างขึ้นโดยทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จึงอาจไม่มีแนวทางการก่อสร้างที่ชัดเจน ซึ่งส่งผลให้ทัศนียภาพอาจดูไม่น่ามองตลอดริมฝั่ง อีกทั้งแนวตลิ่งในบางพื้นที่เกิดการทรุดตัวจากปริมาณน้ำที่ลดลงในหน้าแล้งและไม่ได้รับการซ่อมแซม ในขณะล่องเรือจึงสามารถเห็นตลิ่งที่ทรุดโทรม และแนวดินและบ้านเรือนที่พังทลายเคลื่อนตัวลงมาสู่แม่น้ำ



ดั่งริมแม่น้ำเจ้าพระยา

5) การรักษาความสะอาดและผักตบชวา

สภาพแวดล้อมที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาหรือลำคลอง คือความสะอาด และคุณภาพของน้ำ เนื่องจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว ต้องการเน้นจุดเด่นที่แม่น้ำลำคลอง เพื่อนำเสนอ การท่องเที่ยวที่จะให้ประสบการณ์และวิวทิวทัศน์ที่แตกต่าง อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน คุณภาพน้ำของแม่น้ำ เจ้าพระยายังไม่ใสสะอาด หากเปรียบเทียบกับแม่น้ำที่โด่งดังระดับโลก เช่น แม่น้ำ Thames ของอังกฤษหรือ แม่น้ำ Seine ของฝรั่งเศส เนื่องจากแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแม่น้ำใหญ่ ขยะและสิ่งปฏิกูลต่างๆ จะติดอยู่ริมตลิ่ง หรือจมหายไป ไม่ได้มีให้เห็นชัดเจนเหมือนกับลำคลอง ซึ่งมีขนาดเล็กและเป็นเขตชุมชน สิ่งสกปรกเหล่านี้เป็น การทำลายทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และความน่าสนใจลดลง

คุณภาพของน้ำและสิ่งแวดล้อมที่ลดลงเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุ เช่น ปริมาณผักตบชวาที่ เจริญเติบโตและมีความหนาแน่นมาก สิ่งสกปรกในแม่น้ำเจ้าพระยา และมลพิษต่างๆ จากการท่องเที่ยวและ อุตสาหกรรม ทั้งหมดล้วนมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน

ปัญหาผักตบชวาในแม่น้ำเจ้าพระยาที่นับวันจะมีปริมาณมากขึ้น นอกจากจะเป็นปัญหาด้าน สิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นอุปสรรคต่อการเดินเรือ เนื่องจากเรือจะไปติดกอผักตบชวา ทั้งเรือของชาวบ้านใน ท้องถิ่น และเรือขนาดใหญ่ที่ใช้ขนส่งสินค้าเพื่อการพาณิชย์ รวมถึงกลายเป็นอุปสรรคในการล่องเรือท่องเที่ยว ประกอบกับสภาพแม่น้ำในบางตอน เช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และปรากฏการณ์น้ำขึ้นน้ำลง ทำให้การ ล่องเรือในแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งสายนั้นเป็นไปได้ไม่ได้ โดยประเทศไทยก็ได้มีความพยายามในการจัดการกับ ผักตบชวาตาม พระราชบัญญัติสำหรับกำจัดผักตบชวา พ.ศ. 2456 และการขอความร่วมมือในการกำจัด ผักตบชวาต่างๆ แต่ก็ยังไม่สัมฤทธิ์ผลตามความต้องการ

แผนภาพที่ 101: ผักตบชวาที่เจริญเติบโตมากในแม่น้ำเจ้าพระยาก่อให้เกิดปัญหาต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ช่วง
อำเภอเมืองปทุมธานี



นอกเหนือจากผักตบชวาแล้ว ขยะและสิ่งปฏิกูลก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของ
การท่องเที่ยวในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เนื่องจากเป็นต้นเหตุของการเสียทัศนียภาพ เกิดปัญหาน้ำเน่าส่งกลิ่น
รบกวนแก่นักท่องเที่ยว

กรมควบคุมมลพิษได้มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยา ในปี พ.ศ. 2549 โดยแบ่ง
ออกเป็น 3 ตอน คือ

- แม่น้ำเจ้าพระยาตอนบน ตั้งแต่ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ลงมาถึงป้อมเพชร
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมระยะทาง 237 กิโลเมตร
- แม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง ตั้งแต่ป้อมเพชร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถึงศาลากลาง
จังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า) รวมระยะทาง 80 กิโลเมตร
- แม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง ตั้งแต่ ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า) ถึงปากแม่น้ำ
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ รวมระยะทาง 55 กิโลเมตร

จากการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งน้ำใน 3 ตอน กรมมลพิษสรุปออกมาว่า แม่น้ำเจ้าพระยา
ตอนบนและกลางมีคุณภาพพอใช้ แต่คุณภาพแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างอยู่ในเกณฑ์เสื่อมโทรม และมีของเสีย
ถูกระบายลงสู่แม่น้ำมากที่สุด

ตารางที่ 15: มาตรฐานคุณภาพน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยา¹²⁰

บริเวณ แม่น้ำ เจ้าพระยา	มาตรฐาน แหล่งน้ำ	ค่าออกซิเจน ละลาย (DO)	ปริมาณความ สกปรกในรูป บีโอดี (BOD)	ปริมาณ แบคทีเรียกลุ่มฟี คอลโคลิฟอร์ม (FCB)	หมายเหตุ
ตอนบน	ประเภทที่ 2	> 6.0 mg/L	< 1.5 mg/L	< 1,000 หน่วย	มีคุณภาพน้ำโดยรวมไม่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานแหล่งน้ำผิวดินประเภทที่ 2 หรือเกณฑ์ดี แต่มีคุณภาพน้ำลดต่ำลงไปอยู่ในเกณฑ์พอใช้ โดยปัญหาคุณภาพน้ำ ได้แก่ การปนเปื้อนของแบคทีเรียกลุ่มโคลิฟอร์มทั้งหมด และกลุ่มฟีคอลโคลิฟอร์ม
ตอนกลาง	ประเภทที่ 3	> 4.0 mg/L	< 2.0 mg/L	< 20,000 หน่วย	มีคุณภาพน้ำโดยรวมอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ซึ่งได้ตามเกณฑ์มาตรฐานแหล่งน้ำผิวดินที่กำหนด แต่มีบางช่วงที่คุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์เสื่อมโทรม ปัญหาคุณภาพน้ำ ได้แก่ การปนเปื้อนของแบคทีเรียกลุ่มโคลิฟอร์มทั้งหมด และกลุ่มฟีคอลโคลิฟอร์ม
ตอนล่าง	ประเภทที่ 4	> 2.0 mg/L	< 4.0 mg/L	-	มีคุณภาพน้ำโดยรวมอยู่ในเกณฑ์เสื่อมโทรม ปัญหาคุณภาพน้ำ ได้แก่ การปนเปื้อนของแบคทีเรียกลุ่มโคลิฟอร์มทั้งหมด และกลุ่มฟีคอลโคลิฟอร์มสูง

ที่มา: กรมควบคุมมลพิษ, ข้อมูลล่าสุดเมื่อ พ.ศ. 2549, 23 เมษายน 2558

กรมควบคุมมลพิษ¹²¹ ได้กล่าวถึงสาเหตุของความเสื่อมโทรมของแม่น้ำเจ้าพระยาที่น่าจะมาจาก 2 สาเหตุหลัก คือ น้ำเสียจากการระบายน้ำทั้งจากชุมชนและตลาดริมน้ำ และน้ำเสียจากการระบายน้ำทั้งจากโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีแหล่งกำเนิดมลพิษสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำแม่น้ำเจ้าพระยา 4 แหล่งคือ ชุมชน โรงงานอุตสาหกรรม การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และฟาร์มสุกร ซึ่งทำให้เกิดน้ำเสียรวมทั้งหมดประมาณ 4.8 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน คิดเป็นปริมาณความสกปรกในรูปบีโอดี (BOD Loading) ทั้งสิ้นประมาณ 369,422 กิโลกรัมต่อวัน โดยมาจากชุมชนร้อยละ 70.51 โรงงานอุตสาหกรรมร้อยละ 17.58 เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำร้อยละ 8.68 และฟาร์มสุกรร้อยละ 3.24

¹²⁰ DO = Dissolved Oxygen (ปริมาณของออกซิเจนที่ละลายในน้ำ)

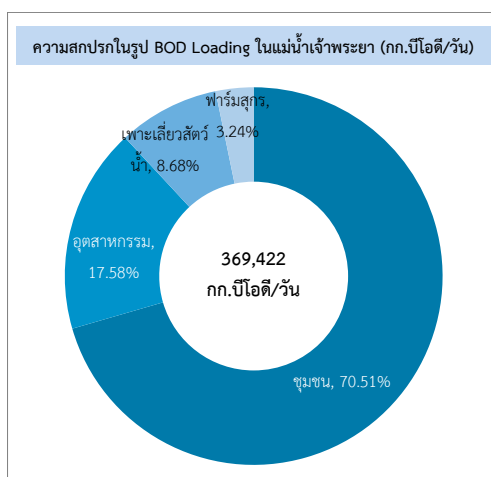
BOD = Biochemical Oxygen Demand (ค่าปริมาณความสกปรกของน้ำเสีย)

FCB = Fecal Coliform Bacteria (ปริมาณเชื้อฟีคอลโคลิฟอร์มแบคทีเรีย)

¹²¹ กรมควบคุมมลพิษ. (23 เมษายน 2558). *สถานการณ์คุณภาพน้ำแม่น้ำเจ้าพระยา*. เรียกใช้เมื่อ 23 เมษายน 2558 จาก

http://www.pcd.go.th/info_serv/water_Chaopraya50.cfm

แผนภาพที่ 102: ความสกปรกในรูปบีโอดี (BOD LOADING) ในแม่น้ำเจ้าพระยา (กก.บีโอดี/วัน)



สำหรับแนวโน้มในอนาคต ด้วยอัตราการเจริญเติบโตของประชากรและการประกอบกิจการทั้งจากภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม หากไม่มีการดำเนินการเพื่อลดและควบคุมปริมาณของเสียที่จะระบายลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยา คุณภาพน้ำในแม่น้ำจะเสื่อมโทรมลงไปกว่าในปัจจุบัน โดยเฉพาะแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง

แผนภาพที่ 103: แหล่งกำเนิดมลพิษแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น ชุมชน โรงงานอุตสาหกรรม และฟาร์มปศุสัตว์



นอกเหนือจากนี้ การล่องเรือ ไม่ว่าจะเป็นสำหรับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรม หรือพาณิชย์อาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถสร้างความเสียหายให้กับสิ่งแวดล้อมและผู้อยู่อาศัย เช่น ขยะและสิ่งปฏิกูลที่ถูกทิ้งลงในน้ำโดยผู้โดยสาร มลพิษทางเสียงจากเสียงเครื่องยนต์ของเรือหางยาว มลพิษทางอากาศจากควันดำที่ออกมาจากเรือ การทำลายพื้นที่ริมฝั่งจากคลื่นกระทบที่รุนแรงจากการล่องเรือเร็วหรือเรือลำใหญ่

6) มาตรฐานท่าเรือและการใช้งานที่สะดวก

ท่าเรือและโป๊ะตามแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นหน้าที่รับผิดชอบโดยกรมเจ้าท่า ซึ่งมีหน้าที่ในการบำรุงซ่อมแซมตรวจสอบท่าเรือต่างๆ ให้มีมาตรฐานอยู่เสมอ เพื่อสร้างความปลอดภัยในการรองรับผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว กรมเจ้าท่าได้กำหนดหลักเกณฑ์เพื่อพัฒนาท่าเรือและโป๊ะเรือให้ได้มาตรฐาน ซึ่งการออกแบบท่าเรือนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณของผู้ใช้ในแต่ละจุด

ท่าเรือขนาดใหญ่ เช่น ท่าเรือพระปิ่นเกล้า ท่าเรือพระราม 7 และท่าเรือนนทบุรี (พิบูลสงคราม 3) ถือเป็นจุดที่มีการใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากเป็นทั้งท่าเรือข้ามฟาก ท่าเรือด่วน และท่าเรือหางยาว ดังนั้น

ท่าเรือต้องมีขนาดใหญ่สามารถรองรับผู้โดยสารได้มากกว่า 60 คน และต้องใช้โป๊ะเรือ 2 อันต่อกัน เพื่อให้เรือโดยสารเทียบท่าเป็นจุดขึ้นและลง รวมถึงทางขึ้นลงจะแยกออกจากกัน

แผนภาพที่ 104: ท่าเรือนนทบุรี ท่าเรือพระปิ่นเกล้า และท่าเรือพระราม 7



ท่าเรือนนทบุรี (พิบูลสงคราม 3)



ท่าเรือพระปิ่นเกล้า



ท่าเรือพระราม 7

โดยมาตรฐานของโป๊ะเรือ คือ จะต้องมียูทิดกับเสา เพื่อป้องกันการพลิกคว่ำในกรณีน้ำหนักวิ่งไปด้านใดด้านหนึ่ง ไม่มีหลังคาคลุม ต้องมีป้ายมาตรฐานติดตั้งที่โป๊ะเพื่อบอกจำนวนผู้โดยสารที่สามารถรองรับได้ มีชูชีพติดตั้งอยู่บนโป๊ะอย่างน้อย 4 พวง โดยหนึ่งพวงต้องมีเชือกยาวเพื่อโยนช่วยเหลือผู้พลัดตกจากโป๊ะได้ และมีเส้นทึบสีเหลืองบริเวณหน้าโป๊ะเพื่อกำหนดเป็นเขตยืนรอเรือหลังเส้น อีกทั้ง ท่าเรือต้องสามารถขึ้นลงตามระดับน้ำได้เฉพาะในแนวตั้งหรือแนวขึ้นและลงเพียงเท่านั้น เพื่อป้องกันการเลื่อนของโป๊ะทำให้เกิดอันตรายได้¹²²

ในด้านการซ่อมบำรุงรักษา เพื่อให้โป๊ะเทียบเรือมีสภาพพร้อมใช้งานและความปลอดภัย โดยขึ้นส่วนประกอบของโป๊ะต้องมีประสิทธิภาพเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) 224 พ.ศ. 2533 เรื่อง “ท่อคอนกรีตไม่เสริมเหล็กสำหรับงานระบายน้ำ” เช่น ลวดเชื่อม ใช้ลวดเชื่อมชนิดเหล็กกล้าเหนียว ซึ่งมีเปลือกหุ้มสำหรับใช้เชื่อมด้วยประกายไฟฟ้า เหล็ก ต้องผ่านการทดสอบการดัดโค้งเย็นและขึ้นทดสอบต้องไม่มีรอยแตกร้าว ลูกกล้อบังคับโป๊ะ ใช้วัสดุหล่อหรือกลึงสำเร็จรูปจำพวกซูเปอร์ลินอลตราไฮด์ (สีขาวขุ่น) มีคุณสมบัติที่หนาแน่นของโมเลกุลสูง มีความทนทานต่อการสึกหรอ แรงกระแทกและเสียดสี คอนกรีตรอกเสาเข็มเหล็กเป็นปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ประเภทที่ 1¹²³

¹²² กรมเจ้าท่ายืนยันพัฒนาท่าเรือตามมาตรฐาน-เชื่อมการสัญจร. (26 กุมภาพันธ์ 2558). เรียกใช้เมื่อ 7 สิงหาคม 2558 จาก องค์การ

กระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส :

<http://news.thaipbs.or.th/content/%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B7%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B>

¹²³ "กรมเจ้าท่า" ลุยซ่อมโป๊ะแม่น้ำเจ้าพระยา. (15 มกราคม 2558). เรียกใช้เมื่อ 7 สิงหาคม 2558 จาก เดลินิวส์:

<http://www.dailynews.co.th/economic/294193>

อย่างไรก็ดี ท่าเรือบางท่ายังไม่มีมาตรฐานที่ดีพอ โดยเฉพาะในต่างจังหวัด และตามลำคลอง เช่น ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ท่าเรือหมู่บ้านนานาชาติไม่สามารถขึ้นลงได้อย่างสะดวก เนื่องจากโป๊ะเรือไม่สามารถขยับขึ้นลงตามระดับตามน้ำ ทำให้ผู้โดยสารไม่สามารถขึ้นจากเรือได้ จึงเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ท่าเรือตามคลองต่างๆ ยังไม่เหมาะสมต่อการใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ท่าเรือวัดตะเคียน คลองบางคูเวียง หรือท่าเรือวัดกาญจนสิงหาสน์ คลองชักพระ ที่ท่าเรือมีขนาดเล็กและไม่สามารถเข้าถึงได้ง่าย รวมถึงการขึ้นลงเป็นไปได้อย่างลำบากอาจเกิดอันตรายได้ เป็นต้น

แผนภาพที่ 105: ท่าเรือในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่ปรับระดับน้ำทำให้ไม่สามารถขึ้นลงได้



ท่าเรือหมู่บ้านฮอลันดา



ท่าเรือหมู่บ้านโปรตุเกส



ท่าเรือวัดกษัตราธิราชวรวิหาร

แผนภาพที่ 106: ท่าเรือในส่วนของคลองที่ขึ้นลงได้ลำบาก



ท่าเรือวัดตะเคียน



ท่าเรือกาญจนสิงหาสน์

นอกเหนือจากนี้ เพื่อรองรับเทศกาลลอยกระทง ทาง กทม. ได้ทำการสำรวจท่าเรือต่างๆ ในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความพร้อมในการใช้ท่าเรือเพื่อทำกิจกรรมลอยกระทง และพบว่า โปะและท่าเรือที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองสายต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 283 ท่า พบว่ามีสภาพไม่พร้อมใช้งาน 21 ท่า ประกอบด้วย โปะและท่าเรือในแม่น้ำเจ้าพระยา 4 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือสวัสดิ์ ถ.ทรงสวัสดิ์ เขตสัมพันธวงศ์ ท่าเรือวัดแจ้งร้อน 1 เขตราชบุรีบูรณะ ท่าเรือวัดอรุณฯ 2 เขตบางกอกใหญ่ และท่าเรือห้วยหลี่ เขตคลองสาน ในส่วนของคลองสายต่างๆ 17 แห่ง ได้แก่ เขตจอมทอง ท่าเรือท่าคลองหอนาฬิกาดาวคะนอง เขตตลิ่งชัน ท่าเรือวัดไถ่เตี้ย และท่าเรือวัดตลิ่งชัน เขตบางขุนเทียน ท่าเรือวัดลูกวัว ท่าเรือวัดประชานิยม ท่าเรือเฉลิมชัยพัฒนา ท่าเรือวัดหัวกระบือ ท่าเรือวัดหลวงพ่อบ้า ท่าเรือวัดเลา และท่าเรือวัดแสงดำ เขตคันนายาว

ท่าเรือท่าคลองระหัด และเขตบางกอกใหญ่ ท่าเรือบริเวณหน้าวัดโมลีโลกยาราม ท่าเรือสมชาย ท่าเรือสะพานเจริญพาศน์ ท่าเรือรัชดาภิเษก ท่าเรือวัดเครือวัลย์ 1 และท่าเรือวัดเครือวัลย์ 2¹²⁴

7) การเชื่อมต่อการขนส่งสาธารณะ

องค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ราบรื่นและสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว คือ การเดินทางที่สามารถเชื่อมต่อระหว่างระบบขนส่งสาธารณะต่างๆ เช่น การเชื่อมเรือกับรถไฟฟ้า รถโดยสารสาธารณะ และรถโดยสารประจำทาง ซึ่งในปัจจุบันท่าเรือหลายแห่งไม่มีระบบขนส่งสาธารณะทางบกที่มาเชื่อมต่ออย่างมีประสิทธิภาพกับพื้นที่หลังท่าเรือ และยังไม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีพอ เช่น ช่องทางเดินที่เล็กแคบ ไฟฟ้าแสงสว่างไม่เพียงพอ ระยะทางระหว่างท่าเรือกับรถโดยสารไกล เป็นต้น

ในปัจจุบัน การเชื่อมต่อระหว่างท่าเรือโดยสารและสถานีรถไฟฟ้ามีอยู่เพียงแห่งเดียว คือ ท่าเรือสาทรที่เชื่อมกับรถไฟฟ้า BTS สายสีเขียว ซึ่งในปัจจุบันมีความหนาแน่นมากที่สุด และรองลงมาคือ ท่าเรื่อนนทบุรี (พิบูลสงคราม 3) ที่เป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางทางบกและทางน้ำในจังหวัดนนทบุรีเพียงแห่งเดียวเช่นกัน ดังนั้น การเชื่อมต่อระหว่างระบบขนส่งสาธารณะยังมีอยู่อย่างจำกัด อีกทั้ง ท่าเรือบางแห่งยังขาดโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น หรืออยู่ในสภาพที่ไม่สามารถใช้งานได้

จากแผนปฏิบัติการแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการขนส่งทางน้ำ โดยกรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม¹²⁵ ระบุว่าปัจจุบันในแม่น้ำเจ้าพระยา ระหว่างท่าเรือปากเกร็ด จ. นนทบุรี ถึงท่าเรือสาทร กทม. มีท่าเรือโดยสารให้บริการ จำนวน 34 ท่าเรือ และในอนาคตจะก่อสร้างท่าเรือที่สะพานพระนั่งเกล้าเพื่อเชื่อมต่อบรรณรถไฟฟ้าสายสีม่วง รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 35 ท่า แบ่งออกเป็น 3 ขนาด คือ ท่าเรือขนาดใหญ่ (13 ท่า) กลาง (5 ท่า) เล็ก (17 ท่า) โดยหลักเกณฑ์การแบ่งคือ

1) ท่าเรือโดยสารขนาดใหญ่ มีพื้นที่อาคารพักผู้โดยสารประมาณ มากกว่า 250 ตร.ม. มีผู้โดยสารที่ใช้บริการในอาคารพักผู้โดยสารต่อช่วงเวลาหนึ่งประมาณ 50-150 คน

2) ท่าเรือโดยสารขนาดกลาง มีพื้นที่อาคารพักผู้โดยสารประมาณ ระหว่าง 150-250 ตร.ม. มีผู้โดยสารที่ใช้บริการในอาคารพักผู้โดยสารต่อช่วงเวลาหนึ่งประมาณ 35-50 คน

¹²⁴ ประกาศห้ามใช้ 21 ท่าเรือ เจ้าพระยา 4 คลอง 17-กม.ห้ามโคมลอยฝ่าฝืนทั้งจำทั้งปรับ. (31 ตุลาคม 2557). เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2558 จาก ไทยรัฐออนไลน์: <http://www.thairath.co.th/content/460346>

¹²⁵ กรมเจ้าท่า. (ตุลาคม 2557). แผนปฏิบัติการแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการขนส่งทางน้ำ. เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2558 จาก <http://www.md.go.th/intranet/index.php/2014-02-07-01-35-09/-action-plan-944-action-plan-1/file>

3) ท่าเรือโดยสารขนาดเล็ก มีพื้นที่อาคารพักผู้โดยสารประมาณ ไม่เกิน 150 ตร.ม. มีผู้โดยสารที่ใช้บริการในอาคารพักผู้โดยสารต่อช่วงเวลาหนึ่งประมาณ 20 คน

โดยกรมเจ้าท่าได้ทำการสรุปท่าเรือโดยสาร การเชื่อมต่อ และการพัฒนาไว้ในตารางในด้านล่าง

แผนภาพที่ 107: ภาพโครงการการสร้างจุดเชื่อมต่อระหว่างสถานีรถไฟฟ้าและสถานีเรือสะพานพระนั่งเกล้า



ที่มา: แผนปฏิบัติการแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการขนส่งทางน้ำ กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม

แผนภาพที่ 108: ท่าเรือโดยสารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและการเชื่อมต่อระบบขนส่งสาธารณะ

ลำดับ	ท่าเรือ (เรียงจากเหนือไปใต้)	ขนาด (Size)	จำนวน ผู้โดยสาร (คน)*	เชื่อมต่อ รถไฟฟ้า	เชื่อมต่อรถ โดยสาร ประจำทาง	ท่าเรือที่มี โครงการพัฒนา เป็นสถานีเรือ	หมายเหตุ
1	ท่าเรือปากเกร็ด (ฝั่งตะวันออก)	L	-		/		ท่าเรือของ เทศบาล นครปาก เกร็ด
2	ท่าเรือวัดกลางเกร็ด	S	-		-		
3	ท่าเรือกระทรวงพาณิชย์	S	-		-		
4	ท่าเรือพระนั่งเกล้า (ฝั่งพระนคร) (ท่าอนาคต)	L	-	สายสีม่วง	/		อยู่ในแผน ก่อสร้าง ของ รฟม.
5	ท่าเรือนนทบุรี (พิบูลสงคราม 3)	M	11,735		/	จ. นนทบุรี/จท. อยู่ระหว่างการ ดำเนินการปี 2557 (จะแล้ว เสร็จ 2557)	
6	ท่าเรือพระราม 5 (ฝั่งตะวันตก)	M	-		/		
7	ท่าเรือวัดเขยีน	S	-		-		
8	ท่าเรือวัดตึก	S	-		-		

ลำดับ	ท่าเรือ (เรียงจากเหนือไปใต้)	ขนาด (Size)	จำนวน ผู้โดยสาร (คน)*	เชื่อมต่อ รถไฟฟ้า	เชื่อมต่อรถ โดยสาร ประจำทาง	ท่าเรือที่มี โครงการพัฒนา เป็นสถานีเรือ	หมายเหตุ
9	ท่าเรือวัดเขมา	S	-		/		
10	ท่าเรือพิบูลสงคราม 1	S	-		/		
11	ท่าเรือพระราม 7 (ฝั่งตะวันตก)	L	3,461	สายสีแดง	/	จท. ปรับปรุง โครงการพื้นฐาน แล้วเสร็จในปี 2557	
12	ท่าเรือวัดสร้อยทอง	S			-		
13	ท่าเรือบางโพ	L	2,000	สถานีน้ำ เงิน	-	อยู่ในแผน ก่อสร้าง ของรฟม.	อยู่ในแผน ก่อสร้าง ของ รฟม.
14	ท่าเรือเกียกกาย	L	2,055		-		
15	ท่าเรือเขียวไข่กา	S	-		-		
16	ท่าเรือกรมชลประทาน	S	-		/		
17	ท่าเรือพายัพ	M	2,060		/		
18	ท่าเรือวัดเทพากร	S	-		-		
19	ท่าเรือวัดเทพนารี	S	-		-		
20	ท่าเรือสะพานกรุงธน (ฝั่งตะวันตก)	L	2,222		/		
21	ท่าเรือเทเวศร์	L	2,222		-	จท. ปรับปรุง โครงการพื้นฐาน แล้วเสร็จในปี 2553	
22	ท่าเรือพระราม 8	S	-		-		
23	ท่าเรือพระอาทิตย์	S	3,457		/		ท่าเรือ เอกชน
24	ท่าเรือพระปิ่นเกล้า	L	3,491		/	จท. ปรับปรุง โครงการพื้นฐาน แล้วเสร็จในปี 2553	
25	ท่าเรือรถไฟ	S	-		-		
26	ท่าเรือพรานนก	M	4,615		-	จท. มีแผน ดำเนินการใน ปีงบประมาณ	

ลำดับ	ท่าเรือ (เรียงจากเหนือไปใต้)	ขนาด (Size)	จำนวน ผู้โดยสาร (คน)*	เชื่อมต่อ รถไฟฟ้า	เชื่อมต่อรถ โดยสาร ประจำทาง	ท่าเรือที่มี โครงการพัฒนา เป็นสถานีเรือ	หมายเหตุ
						58-59	
27	ท่าเรือท่าช้าง	L	3,182		/		
28	ท่าเรือท่าเตียน	M	3,140		/		ท่าเรือ เอกชน
29	ท่าเรือราชินี	L	66	สายสีน้ำ เงิน	/		
30	ท่าเรือราชวงศ์	L	4,504		/	จท. มีแผน ดำเนินการใน ปีงบประมาณ 58-59	
31	ท่าเรือกรมเจ้าท่า	S	-		-		
32	ท่าเรือสี่พระยา	L	2,821		/	จท. มีแผน ดำเนินการใน ปีงบประมาณ 58-59	
33	ท่าเรือวัดม่วงแค	S	-		-		
34	ท่าเรือโอเรียนเต็ล	S	-		/		
35	ท่าเรือสาทร	L	11,795	สายสีเขียว	/	จท. มีแผน ดำเนินการใน ปีงบประมาณ 58-59	BTS

*จำนวนผู้โดยสารเป็นการระบุโดยกรมเจ้าท่า โดยท่าที่มีการระบุ “-” หมายถึงท่าที่ไม่ได้มีการแสดงข้อมูลไว้

นอกเหนือจากนี้ กรมเจ้าท่ามีโครงการในการพัฒนาระดับท่าเรือโดยสารสาธารณะ เป็นจำนวน 9 ท่าในระยะแรก โดยพัฒนาจากท่าเทียบเรือ (Boat Pier) เป็นสถานีเรือ (Boat Station) เพื่อให้มีมาตรฐานความปลอดภัยและมีความสะดวกสบายต่อผู้โดยสาร เช่นเดียวกับสถานีขนส่งอื่น เช่น สถานีรถไฟฟ้า ดังที่ได้แสดงในตารางข้างต้น

ในส่วนของสถานีสะพานตากสินเป็นสถานีที่ตั้งใจสร้างเป็นสถานีชั่วคราวมาตั้งแต่แรกจึงมีแผนในการดำเนินการทุบทิ้งในภายหลัง เนื่องจากสถานีสะพานตากสินไม่ใช่สถานีปลายทางอีกต่อไป ซึ่งในปัจจุบันมีส่วนต่อขยายออกไปสิ้นสุดที่บางหว้า อีกทั้งสถานีนี้ไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับผู้โดยสารในปริมาณมาก

เนื่องจากมีเพียงخانชาลาเดียว ดังนั้น ตามแผนคือทาง กทม. จะทำการทุบสถานีดังกล่าวทิ้งแล้วทำการเชื่อมต่อมาท่าเรือสาทรโดยทำทางเดินจากสถานีสุรศักดิ์แทน¹²⁶

อย่างไรก็ดี แนวความคิดดังกล่าวก็ได้รับแรงต่อต้านอย่างหนักทั้งจากผู้โดยสารระบบขนส่งสาธารณะ ผู้ประกอบการโรงแรมธุรกิจริมแม่น้ำเจ้าพระยา ผู้ได้ผลประโยชน์ และชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบ ดังนั้น กรมทางหลวงชนบท (ทช.) ได้เสนอ 4 แนวทาง ได้แก่¹²⁷

- (1) ทุบสะพานและขยายขอบสะพานด้านข้าง ซึ่งจะต้องมีการเพิ่มต่อม่อสะพานขึ้นมาใหม่เพื่อ ความแข็งแรงของสะพาน
- (2) หากไม่ต้องการทุบขอบสะพานจะต้องย้ายสถานีไปอยู่ตรงบริเวณกลางสะพานที่มีพื้นที่ กว้างกว่าบริเวณดินสะพานที่สถานีอยู่เดิม ซึ่งทางวิศวกรรมอาจสามารถทำได้แต่ติดปัญหา ที่ว่าอาจต้องมีการปิดการเดินรถไปยังฝั่งธนบุรีเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 7 เดือนแน่นอน ก็ จะทำให้ประชาชนเดือดร้อนอย่างมาก 3
- (3) ทุบสถานีตากสินแล้วทำทางเลื่อนตามแผนเดิม ระยะทางประมาณ 700 เมตร
- (4) คงสภาพเช่นเดิมไว้โดยไม่ต้องดำเนินการใดๆ ทั้งสิ้น แต่ก็จะกระทบกับการเดินรถที่ต้อง หยุดรถสับหลักต่อไปในอนาคต

หลังจากที่ทางสำนักการจราจรและขนส่ง (สจส.) กทม. ได้ทำการศึกษาทั้ง 4 ทางเลือกจึงสรุปว่า ทางเลือกที่ 3 น่าจะเป็นไปได้มากที่สุด ซึ่งการสร้างทางเลื่อนอัตโนมัติ จะใช้เวลาประมาณ 9 เดือน ส่วนการรื้อ ตัวสถานีจะใช้เวลาประมาณ 6 เดือน¹²⁸ โดยได้มอบหมายให้ บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด เป็นผู้ดำเนินการ

¹²⁶ ทุ่ม 600 ล้าน! แก่บีทีเอส หันสถานี “สะพานตากสิน” คุ่มสำหรับใคร? (23 ธันวาคม 2557). เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2558 จาก ASTV ผู้จัดการรายวัน: <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9570000147490>

¹²⁷ กทม. เล็งทุบบีทีเอสสถานีตากสิน. (16 ตุลาคม 2557). เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2558 จาก กรุงเทพธุรกิจออนไลน์: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/611603>

¹²⁸ กทม. เล็งทุบบีทีเอสสถานีตากสิน. (16 ตุลาคม 2557). เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2558 จาก กรุงเทพธุรกิจออนไลน์: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/611603>

แผนภาพที่ 109: แผนที่โครงข่ายเส้นทางระบบรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและการเชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยา



ที่มา: คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: <http://www.pe.eng.ku.ac.th/files/semimar/2011/Group6/plans.html>

อย่างไรก็ดี การพัฒนาพื้นที่หลังท่าเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงของระบบขนส่งสาธารณะหรือเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบ Park and Ride นั้น ยังจำเป็นจะต้องทำให้พื้นที่มีความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง แต่เนื่องจากพื้นที่หลังท่าเรืออยู่ในความดูแลของหลายหน่วยงาน เช่น กรุงเทพมหานคร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรมทางหลวง กรมทางหลวงชนบท สำนักงานทรัพย์สินฯ กรมเจ้าท่า กรมธนารักษ์ เป็นต้น และระบบเชื่อมต่อการขนส่งมีหน่วยงานภาครัฐกำกับดูแลหลายหน่วยงาน เช่น สำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กรมการขนส่งทางบก องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) และ ตำรวจจราจร ดังนั้น การสร้างแผนแบบบูรณาการจึงเป็นไปได้ยาก การท่องเที่ยวโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะจึงยังถูกจำกัดอยู่ตามบริการการขนส่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน

แผนภาพที่ 110: แผนที่การเดินทางเรือแม่น้ำเจ้าพระยาและท่าต่างๆ



ที่มา: บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด: <http://www.chaophrayaexpressboat.com/th/services/index.aspx#routemap>

8) การหลอกลวงนักท่องเที่ยวโดยกลุ่มมิจฉาชีพ

การหลอกลวงนักท่องเที่ยวสามารถพบได้ทั่วไปตามสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมมาก เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือวัดพระแก้ว และวัดโพธิ์ และส่วนใหญ่ มักเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากมีปัญหาด้านการสื่อสารหรือไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายประเทศไทย ซึ่งการหลอกลวงนักท่องเที่ยวนั้น สร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของประเทศ และทำให้นักท่องเที่ยวอาจตัดสินใจไม่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก

การหลอกลวงนักท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ เช่น การทำให้เข้าใจผิดว่าการบริการที่ให้ไม่มีค่าใช้จ่าย แล้วคิดค่าใช้จ่ายราคาแพง หรือการหลอกให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปอีกที่หนึ่ง ซึ่งเป็นร้านค้าที่ร่วมมือกันในการหลอกลวงขายของแพงให้กับนักท่องเที่ยว โดยทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ทำการสรุปการหลอกลวงนักท่องเที่ยวบริเวณสนามหลวงไว้ว่ามี 3 ประเภท คือ (1) โกดังเถื่อนที่หลอกลวงนักท่องเที่ยวให้ข้อมูลผิดๆ และหลอกไปลงเรือราคาแพง (2) รถสามล้อ รถแท็กซี่ หลอกไปซื้อสินค้าและอาหารราคาแพง และ (3) ผู้ค้ายึดเยียดสิ่งของ เช่น สร้อย หมวก อาหารนก ให้กับนักท่องเที่ยว

โดยตัวอย่างของการหลอกลวงนักท่องเที่ยว คือ มิจฉาชีพที่เป็นคนขับรถสามล้อจะใช้วิธีรับเรา ชักจูงให้คำแนะนำ รวมทั้งให้ข้อมูลที่ผิดไปจากสภาพความเป็นจริง สร้างความเข้าใจผิดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เวลาเปิด-ปิดของวัดพระแก้ว หรือยกเหตุผลให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าไม่สามารถเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวที่อื่นกับทางกลุ่มมิจฉาชีพ เช่น พานักท่องเที่ยวไปร้านขายของที่ระลึก ร้านจิวเวลรี่ ร้านตัดเสื้อ ซึ่งเป็นร้านที่จะให้ค่าคอมมิชชั่นค่อนข้างสูงแก่ผู้ที่เป็นพาма บางร้านสูงถึงร้อยละ 30 เช่น ผัดผักบุ้งอาจมีราคาสูงถึงจานละ 1,000 บาท¹²⁹

แผนภาพที่ 111: มิจฉาชีพหลอกลวงนักท่องเที่ยวให้อาหารนกบริเวณวัดพระแก้วและสนามหลวง



¹²⁹ จัปโซเฟอร์สามล้อแสบหลอกลวงนักท่องเที่ยว. (21 พฤษภาคม 2558). เรียกใช้เมื่อ 7 สิงหาคม 2558 จาก เดลินิวส์:

<http://www.dailynews.co.th/crime/322793>

อีกกรณีหนึ่ง คือ ในพื้นที่ๆ มีนกพิราบอยู่มาก มีจิ้งจอกจะเข้ามาประชิดตัวนักท่องเที่ยวและยื่นอาหารนกให้ หลอกให้นักท่องเที่ยวคิดว่าไม่มีค่าใช้จ่าย จนนักท่องเที่ยวให้อาหารนกเสร็จ มีจิ้งจอกจะเข้ามาเรียกเก็บเงินค่าอาหารนกทันที ในราคาสูง จากถุงละ 50 บาท ถึงในราคาหลักร้อย¹³⁰

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ตร.) กล่าวว่านักท่องเที่ยวที่ถูกหลอกลวงสามารถแจ้งตำรวจท่องเที่ยวได้ทันทีที่หมายเลข 1155 ตลอด 24 ชั่วโมง นอกเหนือจากนี้ ทางสถานที่ท่องเที่ยวเองก็ได้มีมาตรการในการป้องกันการหลอกลวงนักท่องเที่ยว เช่น ที่วัดพระแก้วมีเสียงตามสายเตือนนักท่องเที่ยวว่าวัดพระแก้วเปิดบริการทุกวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่ถูกหลอกลวงด้วยข้อมูลที่เป็นเท็จ

9) ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวทางน้ำ

ในปัจจุบัน การใส่เสื้อชูชีพเป็นเพียงการขอความร่วมมือกับผู้โดยสาร ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่บังคับใช้โดยกรมเจ้าท่า 3 ฉบับ คือ พ.ร.บ. การเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2456 พ.ร.บ. เรือไทย พ.ศ. 2481 และ พ.ร.บ. ป้องกันเรือโดนกัน พ.ศ. 2522 ซึ่งมีส่วนในการทำให้การเดินทางทางเรือปลอดภัยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการใช้ชูชีพเป็นการขอความร่วมมือ ไม่ใช่การบังคับใช้ จึงทำให้ผู้ประกอบการเรือบางส่วนไม่มีการเตรียมความพร้อมในด้านเสื้อชูชีพให้กับผู้โดยสาร หรือมีเสื้อชูชีพแต่ไม่มีการแนะนำสถานที่เก็บเสื้อชูชีพหรืออุปกรณ์การช่วยชีวิต และไม่มีการอธิบายการใช้อุปกรณ์ต่างๆ อย่างถูกต้องและชัดเจน โดยเฉพาะเรือหางยาว เหมาลำที่ล่องตามลำคลองต่างๆ จะไม่มีการบริการเสื้อชูชีพหรืออุปกรณ์ชูชีพใดๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การล่องเรือในคลองอัมรินทร์หรือคลองบางกอกน้อย-บางกอกใหญ่

แผนภาพที่ 112: การเก็บอุปกรณ์เสื้อชูชีพและอุปกรณ์ชูชีพบนเรือด่วนเจ้าพระยาสำหรับผู้โดยสาร



¹³⁰ พังระวัง ! แก๊งยึดอาหารนก-หลอกลวงนักท่องเที่ยว แถววัดพระแก้ว ทำเสียภาพลักษณ์ประเทศ. (7 สิงหาคม 2558). เรียกใช้เมื่อ 7 สิงหาคม 2558 จาก กระปุก ทราเวล: <http://travel.kapook.com/view126178.html>

ในด้านมาตรฐานเสื้อชูชีพเอง กรมเจ้าท่าได้มีการใช้ประกาศกรมเจ้าท่าที่ 257/2557 เรื่อง แนวทางปฏิบัติเพื่อการรองรับมาตรฐานเสื้อชูชีพสำหรับการขนส่งทางน้ำ ในการควบคุมดูแลมาตรฐานเสื้อชูชีพ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อคนประจำเรือและคนโดยสารมากขึ้นและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น มาตรฐานด้านแรงลอยตัว สี และการทำด้วยวัสดุที่ไม่ไวไฟ เป็นต้น โดยเสื้อชูชีพที่ได้รับการอนุมัติมาตรฐาน ต้องมีฉลากดังตัวอย่างในด้านล่าง

แผนภาพที่ 113: ตัวอย่างเสื้อชูชีพที่ได้รับการอนุมัติผ่านมาตรฐานจากกรมเจ้าท่า

เสื้อชูชีพ	
เรือเดินทะเล/เรือลำน้ำ	
เลขที่อนุมัติกรมเจ้าท่า :	
ผู้ผลิต :	
รุ่น :	
หมายเลขผลิตภัณฑ์ :	
วันที่ผลิต :	

อย่างไรก็ดี ด้านการปรับปรุงมาตรการความปลอดภัย กรมเจ้าท่ากำลังแก้ไขกฎหมายและเตรียมออกประกาศบังคับด้านความปลอดภัยในการเดินทางทางเรือ โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ สำหรับผู้โดยสารที่ใช้เรือสาธารณะในทะเลหรือเรือหางยาวในแม่น้ำ ต้องสวมเสื้อชูชีพขณะโดยสารทุกครั้งตลอดการเดินทาง ไม่เช่นนั้นจะไม่อนุญาตให้ออกเดินเรือ รวมถึงมีบทลงโทษแก่ผู้ประกอบการ สำหรับเรือโดยสารอื่น เช่น เรือด่วนคลองแสนแสบ เรือด่วนเจ้าพระยา เรือภัตตาคารล่องแม่น้ำ ไม่มีกฎบังคับใช้ แต่บนเรือทุกลำต้องมีอุปกรณ์ชูชีพ เช่น แผ่นโฟมลอยน้ำ หรือเสื้อชูชีพจัดไว้เพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสาร¹³¹

10) การรูกำลังพื้นที่สาธารณะ

การรูกำลังพื้นที่สาธารณะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การรูกำลังลงในแม่น้ำหรือลำคลองทำให้สภาพแวดล้อมเสียหาย และการรูกำลังบนทางเท้าที่ทำให้การสัญจรเป็นไปได้ลำบาก

ด้วยแนวโน้มการเติบโตของประชากร การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม การรูกำลังพื้นที่สาธารณะลงในแม่น้ำเจ้าพระยาก็เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก โดยเฉพาะการก่อสร้างเติมแต่งที่ไม่ได้รับอนุญาตที่ยื่นลงไปใ้แม่น้ำ โดยการรูกำลังเหล่านี้สามารถสร้างผลกระทบต่อการไหลของน้ำในแม่น้ำและระบบนิเวศของแหล่งน้ำ

¹³¹ แก่กฎหมายบังคับผู้โดยสารใส่ชูชีพ. (21 เมษายน 2558). เรียกใช้เมื่อ 7 สิงหาคม 2558 จาก ไทยรัฐออนไลน์ :

<http://www.thairath.co.th/content/494113>

เช่น การสร้างเสาลงไปในแม่น้ำก็จะทำให้น้ำไหลได้ช้าลง และอาจส่งผลกระทบต่อสัตว์สัตว์น้ำที่อาศัยอยู่ในบริเวณดังกล่าว

แผนภาพที่ 114: การก่อสร้างที่รูกล้าลงไปในแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้สภาพแวดล้อมของแม่น้ำเสื่อมลง และยังเป็นการทำลายธรรมชาติด้วย



นอกจากการรูกล้าแม่น้ำเจ้าพระยา คลองต่างๆ ก็ถูกรูกล้าเช่นกัน ซึ่งการรูกล้าลำคลองถือเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมายาวนานและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสาเหตุหลักเกิดจากผู้ที่ทำหน้าที่จัดการหลักนั้นปล่อยปละละเลย ซึ่งตามกฎหมายกรมโยธาธิการและผังเมืองกำหนดไว้ว่า บ้านเรือนริมคลองจะต้องมีการเว้นระยะถอยร่น 6 เมตรขึ้นไปจากคลองกรณีคลองกว้างเกิน 10 เมตร หรือ 3 เมตรหากคลองกว้างไม่ถึง 10 เมตร โดยหากฝ่าฝืน ถือเป็นความผิดตามกฎหมายต้องทำการรื้อถอนออกไป แต่ในปัจจุบัน บ้านเรือนที่รูกล้าคลองกลับมีเลขที่บ้าน มีน้ำประปาและไฟฟ้าใช้อย่างสะดวก จากการสำรวจพบว่า บ้านเรือนประชาชนจำนวนกว่า 23,500 หลังคาเรือน หรือประชากรประมาณกว่า 100,000 คน มีการรูกล้าที่สาธารณะ โดยเฉพาะในคลองเปรมประชากร คลองบางเขน คลองลาดพร้าวคลองสอง คลองสามวา คลองลาดบัวขาว คลองพระยาราชมนตรี คลองบางซื่อ คลองประเวศบุรีรมย์ และคลองพระโขนง โดยการรูกล้าต่างๆ มีผลต่อการระบายน้ำอย่างมาก ทั้งนี้ ภาครัฐจะต้องปรับปรุงแก้ไข พระราชบัญญัติทะเบียนราษฎร พ.ศ. 2534 ซึ่งจากเดิมไม่ได้กำหนดระยะเวลาในการออกเลขที่บ้านชั่วคราว ให้มีระยะเวลาจำกัด¹³² ทั่วทั้งกรุงเทพฯ

นอกเหนือจากนี้ ผู้อยู่อาศัย ผู้ประกอบการโดยเฉพาะร้านอาหาร และโรงงานต่างๆ ที่รูกล้าลงไปในแม่น้ำลำคลองหรืออยู่ติดกับแม่น้ำลำคลองอาจมีการปล่อยขยะและของเสียลงไปในน้ำเช่นเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญเคยประมาณการว่าในปี พ.ศ. 2551 ประมาณร้อยละ 2 ของผู้อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ ได้รับการเชื่อมต่อกับ

¹³² “เริ่มปฏิบัติการ บ้านรูกล้าคูคลอง ‘ไล่ รื้อ’ 2 หมื่นหลัง เห็นผลใน 10 ปี” บทความเมื่อ 7 กรกฎาคม 2557 โดยเดลินิวส์, 23 เมษายน

ระบบบำบัดน้ำเสียอย่างเต็มรูปแบบ¹³³ ดังนั้น ในกรณีที่บ้านหรือสถานประกอบการอยู่ติดหรืออยู่บนน้ำจะทำการถ่ายของเสียลงในน้ำโดยไม่ได้ทำการบำบัดใดๆ

การรูล้ำประเภทที่สองคือการกีดขวางทางเท้าที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้สัญจรไปมา โดยการตั้งร้านขายของ ร้านอาหาร หรือ การประกอบการต่างๆ ซึ่งในบางกรณีทำให้นักท่องเที่ยวต้องลงมาเดินบนถนน เสี่ยงต่ออันตรายทั้งทรัพย์สินและบุคคล อีกทั้ง ในเขตที่เป็นชุมชนแออัด ไม่มีการจัดการเปิดร้านค้าให้เป็นระเบียบ ยังมีความเสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัยและผู้คนที่อยู่ในบริเวณดังกล่าวจะไม่สามารถหาทางออกได้อย่างทันเวลา เช่น ในกรุงรัตนโกสินทร์บนทางเท้าในบริเวณโดยรอบและตามท่าเรือ เช่น ท่าช้าง ร้านค้าและผู้ประกอบการทำการเปิดร้านบนทางเท้า โดยเฉพาะร้านพระเครื่อง และร้านทำฟันปลอม ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินลงบนถนน ซึ่งเป็นการเสี่ยงอันตราย

แผนภาพที่ 115: การใช้ทางเท้าเป็นที่ขายของ ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเดินที่น้อยลง



¹³³ Evans, A. (2009). *River of Life River of Kings*. Retrieved April 17, 2015, from Rivers of the World:

http://totallythames.org/images/uploads/documents/River%20of%20the%20World%20Info%20Packs/Chao_Phaya_River_Thailand.pdf

ส่วนที่ 12 การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา

คณะวิจัยได้ดำเนินการสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative Survey) ด้วยแบบสอบถามแบบเผชิญหน้า (Face – to – Face) เพื่อสำรวจอุปสงค์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา โดยการศึกษาลักษณะโครงสร้างของนักท่องเที่ยว พฤติกรรม ทศนคติและความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย

ระเบียบวิธีวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่เป้าหมายในการสำรวจไว้ทั้ง 11 ลำน้ำในกลุ่ม 5 จังหวัดทางตอนล่างของแม่น้ำเจ้าพระยา ตามที่ผ่านการคัดเลือกและประเมินศักยภาพในบทก่อนหน้า ซึ่งคณะวิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ที่กำหนด (Cluster) เส้นทางลำน้ำละ 50 คน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 550 ตัวอย่างสำหรับคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา

ทั้งนี้ในการกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละเส้นทางลำน้ำ แต่เนื่องจากไม่เคยมีการจัดเก็บสัดส่วนดังกล่าวมาก่อน คณะผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 4-5 รายในพื้นที่เกี่ยวกับสัดส่วนของนักท่องเที่ยวไทยต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติของแต่ละเส้นทางลำน้ำ โดยสรุปผลการสำรวจสัดส่วนนักท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทางลำน้ำเพื่อกำหนดโควตาจำนวนนักท่องเที่ยวดังแสดงในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 16: การกำหนดโควตาในกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง

โค้ด	เส้นทางลำน้ำ	จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง	สัดส่วน	
R1	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเมือง)	อยุธยา	50	ไทย	50%
				ต่างชาติ	50%
R2	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (บางปะอิน-บางไทร)	อยุธยา	50	ไทย	70%
				ต่างชาติ	30%
R3	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนปทุมธานี	ปทุมธานี	50	ไทย	70%
				ต่างชาติ	30%
R4	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนนนทบุรี และย่านท่าน้ำนนท์	นนทบุรี	50	ไทย	70%
				ต่างชาติ	30%
R5	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเกร็ด)	นนทบุรี	50	ไทย	72%
				ต่างชาติ	28%
R6	เส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกรวย-คลองบางคูเวียง	นนทบุรี	50	ไทย	68%
				ต่างชาติ	32%
R7	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนกรุงเทพฯ รวมถึงกรุงรัตนโกสินทร์	กรุงเทพฯ	50	ไทย	36%
				ต่างชาติ	64%
R8	เส้นทางคลองบางกอกน้อย-บางกอกใหญ่	กรุงเทพฯ	50	ไทย	60%
				ต่างชาติ	40%
R9	เส้นทางคลองในเขตตลิ่งชัน 5 ตลาดน้ำ	กรุงเทพฯ	50	ไทย	62%
				ต่างชาติ	38%
R10	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในส่วนสมุทรปราการ	สมุทรปราการ	50	ไทย	100%
				ต่างชาติ	0%
R11	เส้นทางคลองบางน้ำผึ้ง บางกระเจ้า	สมุทรปราการ	50	ไทย	70%
				ต่างชาติ	30%

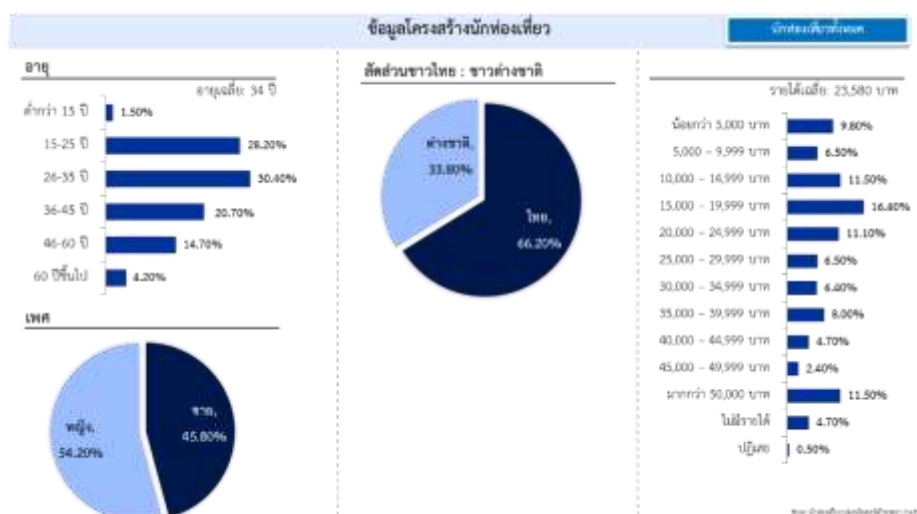
ที่มา: การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่และการสำรวจของคณะผู้วิจัย

ภายหลังจากการออกแบบสอบถามทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและสรุปสัดส่วนนักท่องเที่ยวไทย:ต่างชาติแล้วเสร็จ คณะผู้วิจัยได้มีการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถามแบบเผชิญหน้าในช่วงระหว่างวันที่ 6 – 21 กรกฎาคม 2558 และนำมาจัดประมวลสรุปผลการสำรวจวิจัยอุปสงค์การท่องเที่ยวของคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาทั้งในภาพรวม และจำแนกตามแต่ละเส้นทางลำน้ำ ดังจะนำเสนอออกเป็น 4 ส่วนสำคัญ ดังนี้ 1) ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว 3) ทักษะคตินักท่องเที่ยว 4) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยจะได้นำเสนอต่อไปนี้

1) ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวหลักของคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็น 2 เท่าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้วยสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 66.20 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 33.80 นักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี และกระจายสัดส่วนอยู่ในทุกกลุ่มรายได้ โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 23,580 บาท

แผนภาพที่ 116: ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยวในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาทั้งหมด



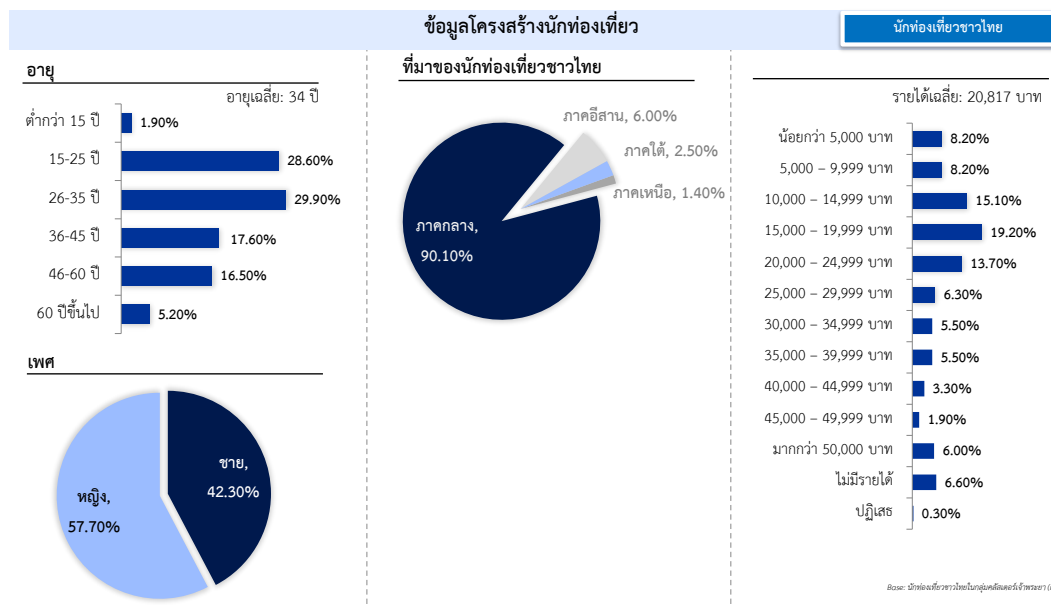
ที่มา: ผลการสำรวนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาจำแนกตามแต่ละเส้นทางลำน้ำ พบว่า เส้นทางเจ้าพระยาในส่วนกรุงเทพ ถือเป็นจุดขายสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากที่สุดในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาทั้งหมด เนื่องจากเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลางการเดินทาง อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่วิจิตรสวยงาม ทรงคุณค่า ประวัติศาสตร์ และเป็นเอกลักษณ์ของชาติ เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระราชวัง วัดอรุณราชวราราม เป็นต้น โดยมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ร้อยละ 72) ต่อกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 32) สูงกว่าเส้นทางอื่นๆ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ ในการเปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทางลำน้ำต่างๆ ยังพบว่า อายุเฉลี่ยของทุกเส้นทางอยู่ในช่วงระหว่าง 33-35 ปี เนื่องจากผู้ที่นิยมท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาจะเป็นกลุ่มวัยทำงาน 26-35 ปี รองลงมาคือกลุ่มวัยรุ่น 15-25 ปี ที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวตลาดน้ำ วัดวาอาราม และเดินสายไหว้พระ มีข้อสังเกตอย่างหนึ่งว่าเส้นทางที่อายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่ำกว่าเส้นทางลำน้ำอื่นๆ คือ เส้นทางคู้บางกระเจ้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอายุนักท่องเที่ยวอยู่ที่ 29 ปี โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมเที่ยวที่เส้นทางคู้บางกระเจ้า มักเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ไปปั่นจักรยานเที่ยวเล่นในพื้นที่คู้บางกระเจ้า

นักท่องเที่ยวชาวไทย: ภาพรวมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยาส่วนใหญ่มาจากภาคกลาง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน คือ 26-35 ปี และช่วง 15-25 ปี โดยเป็นกลุ่มที่มีรายได้ในช่วง 15,000-19,999 บาท มากที่สุด

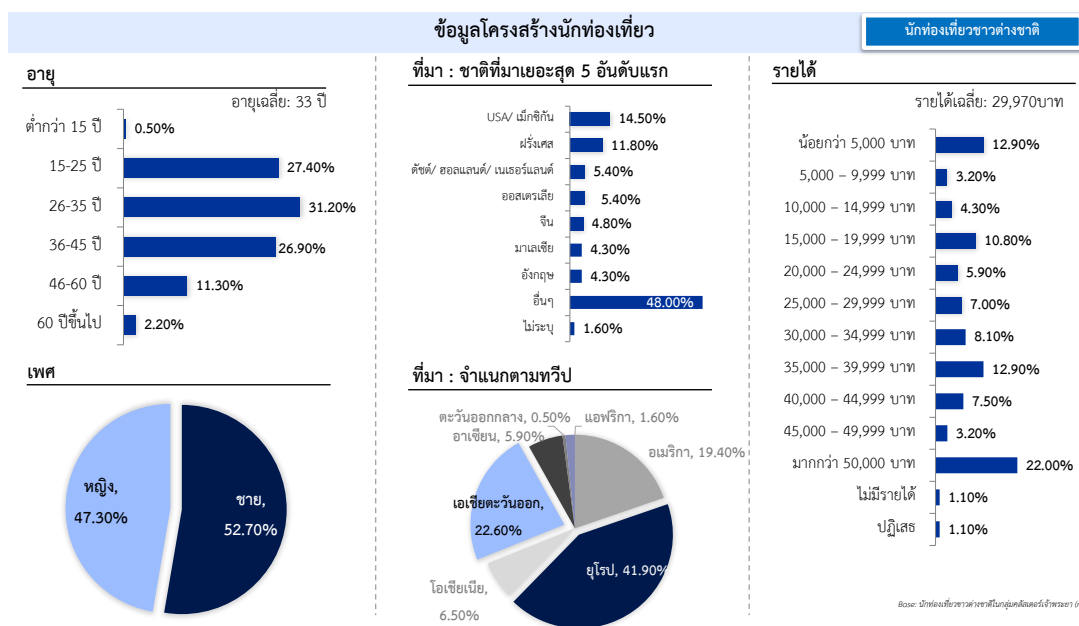
แผนภาพที่ 117: ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



ที่มา: ผลการสำรวนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ: ภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา ส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป โดย 4 ชาติหลักที่มีนักท่องเที่ยวมามากที่สุด ได้แก่ 1) อเมริกาน/เม็กซิกัน (ร้อยละ 14.50) 2) ฝรั่งเศส ร้อยละ 11.80) 3) เนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 5.40) และ 4) ออสเตรีย (ร้อยละ 5.40) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 33 ปี โดยมากอยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ ประมาณร้อยละ 29,970 บาท/เดือน และร้อยละ 22 เป็นผู้ที่มีรายได้สูงมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

แผนภาพที่ 118: ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



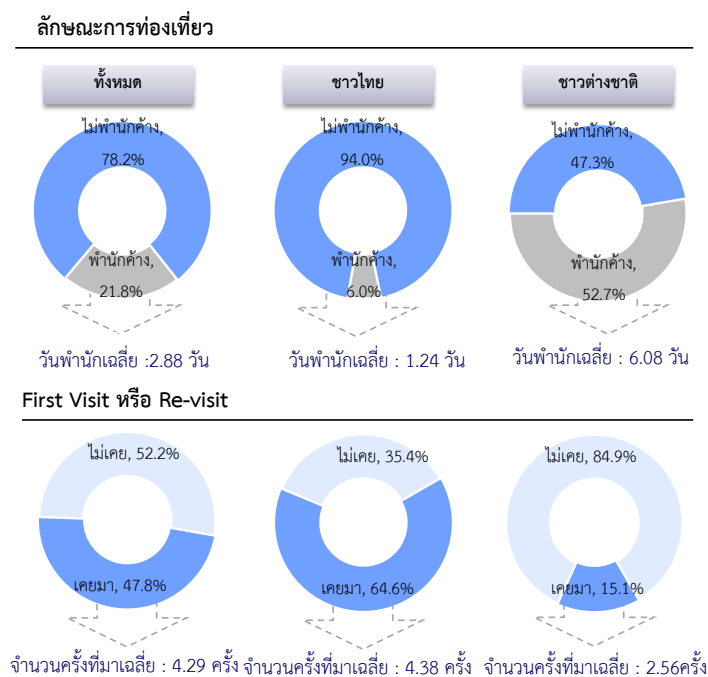
ที่มา: ผลการสำรวนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ลักษณะการท่องเที่ยว:

- นักท่องเที่ยวที่เดินเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.2) เป็นนักท่องเที่ยว คือมาเที่ยวแบบไป-กลับ ไม่ค้างพักรแรม โดยมีระยะเวลาพำนัเฉลี่ย 3 วัน โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 94 มาเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาแบบวันเดียว (One Day Trip) ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งกลุ่มที่พำนัและไม่พำนัค้างมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน
- นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าเฉลี่ยจำนวนวันพำนัอยู่ที่ 1 วัน ต่ำกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งมีค่าเฉลี่ยจำนวนวันพำนัอยู่ที่ 6 วัน

แผนภาพที่ 119: พฤติกรรมลักษณะการพักค้างของนักท่องเที่ยวในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



ที่มา: ผลการสำรวนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

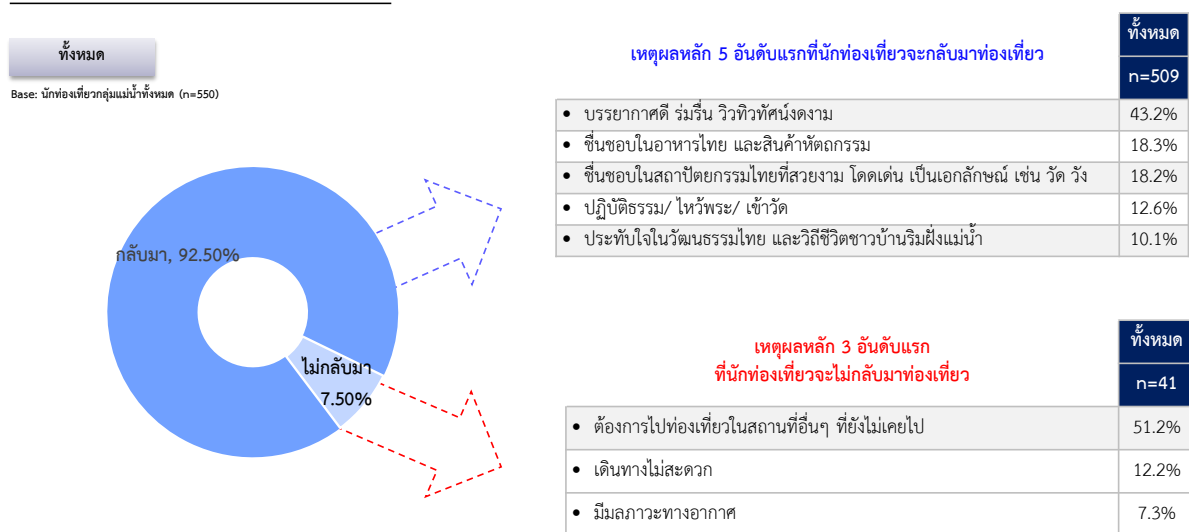
First Visit หรือ Re-visit:

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาแบ่งเป็นประเภทนักท่องเที่ยวกลุ่ม First-visit มากกว่ากลุ่ม Re-visit ด้วยอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 52.2 ต่อ ร้อยละ 47.8 ตามลำดับ โดยจากแผนภาพข้างต้น จะเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลับมาเที่ยวซ้ำอยู่บ่อยครั้งในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา

- เมื่อสอบถามว่านักท่องเที่ยวสนใจอยากกลับมาเที่ยวในคลัสเตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยาอีกหรือไม่ พบว่า นักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 92.5) มีความคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวตามเส้นทางแม่น้ำและลำน้ำเจ้าพระยาอีก เนื่องจากชื่นชอบบรรยากาศ วิถีทัศน์ที่สวยงาม อาหารไทย และสถาปัตยกรรมไทย สำหรับกลุ่มที่ไม่อยากกลับมาอีกนั้น ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการต้องการไปท่องเที่ยวในสถานที่อื่นๆ ที่ยังไม่เคยไปมากกว่า และบางส่วนมีข้อคิดเห็นว่าการเดินทางไม่ค่อยสะดวก

แผนภาพที่ 120: ความสนใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา

ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่



ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

เหตุผลหลักในการเดินทางท่องเที่ยว

- แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวพื้นที่คลัสเตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยาให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีทัศน์ (ร้อยละ 47.2) รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม (ร้อยละ 23.9) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น บ้านเรือน (ร้อยละ 16.0) และตลาดน้ำ (ร้อยละ 12.9)
- บรรยากาศของเส้นทางลำน้ำและแหล่งท่องเที่ยวเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการล่องเรือชมสองริมฝั่งที่มีการประดับประดาไฟตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ร่วมกับการรับประทานอาหารมื้อเย็น หรือ การล่องเรือเที่ยววัดริมฝั่งและการเที่ยวตลาดน้ำ

- นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า มีเหตุผลที่แตกต่างกัน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการมาท่องเที่ยวเพื่อการไหว้พระ ทำบุญ หรือปฏิบัติธรรม ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจเกี่ยวกับการเที่ยวชมวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพของชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำ

แผนภาพที่ 121: เหตุผลในการมาเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา

เหตุผลที่มาเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา (n=550)		
ชาวไทย (n=364)	เหตุผล	สัดส่วน
	1. ปฏิบัติธรรม/ ไหว้พระ/ เข้าวัด	24.5%
	2. บรรยากาศสวยงาม/ ริมริมน้ำ/ อากาศดี/ ไร่นาเขียว	23.6%
	3. อาหารไทยอร่อย/ ราคาสมเหตุสมผล/ ของขายเยอะ/ ผลไม้สดและอร่อย/ มีสินค้าหัตถกรรมขาย	19.8%
	4. ความงามของสถาปัตยกรรมโบราณ วัดและพระราชวัง เรือนไทยโบราณ	11.8%
ชาวต่างชาติ (n=186)	เหตุผล	สัดส่วน
	1. บรรยากาศสวยงาม/ ริมริมน้ำ/ อากาศดี/ ไร่นาเขียว	21.0%
	2. อาหารไทยอร่อย/ ราคาสมเหตุสมผล/ ของขายเยอะ/ ผลไม้สดและอร่อย/ มีสินค้าหัตถกรรมขาย	19.9%
	3. ความงามของสถาปัตยกรรมโบราณ วัดและพระราชวัง เรือนไทยโบราณ	19.4%
	4. วิถีชีวิตชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำ/ วัฒนธรรมริมฝั่งแม่น้ำ	10.2%

ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

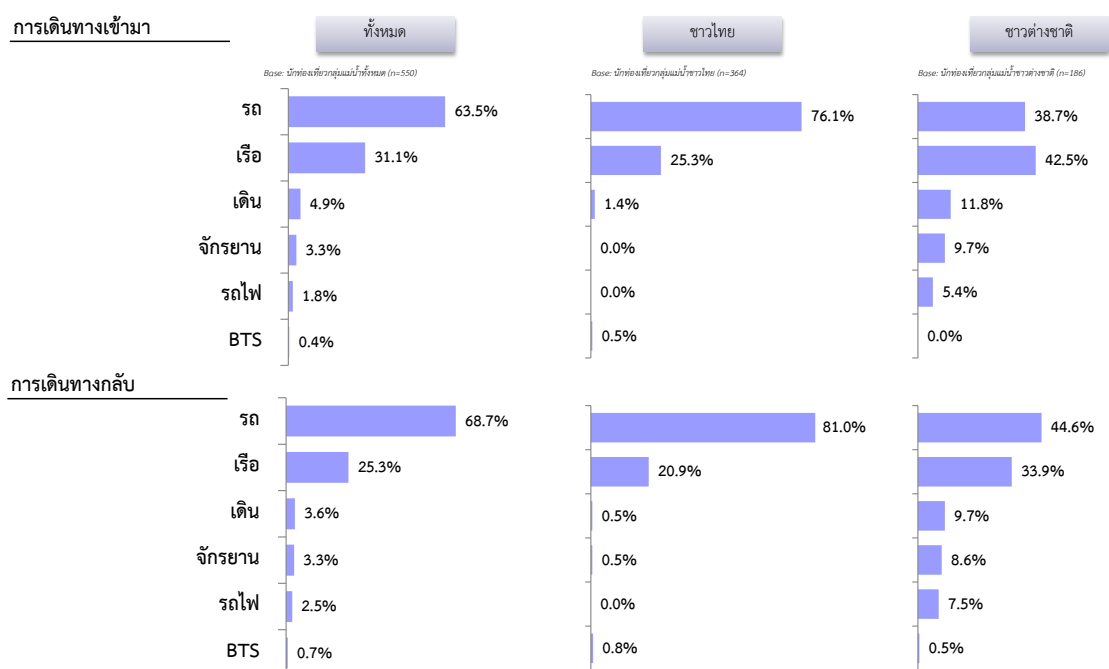
ปัจจัยที่สนใจและความสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว

- จากผลการจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยาโดยภาพรวม พบว่ามี 5 ปัจจัยหลักประการ ได้แก่
 - 1) ความสวยงามสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
 - 2) ปัจจัยด้านภูมิทัศน์และทัศนียภาพ
 - 3) เอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะของพื้นที่
 - 4) อาหารอร่อย
 - 5) ความเป็นมิตรของผู้คนท้องถิ่น
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติสอดคล้องตามภาพรวมของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยคำนึงถึงเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้าอีกด้วย

การเดินทาง:

- โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวร้อยละ 63.5 เดินทางท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาด้วยรถส่วนตัวเป็นหลัก เนื่องจากสะดวก สบายและใช้เวลาน้อยกว่าพาหนะอื่นๆ รองลงมาคือ การเดินทางทางเรือ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรูปแบบการเดินทางที่ค่อนข้างหลากหลายกว่าคนไทย โดยมีสัดส่วนการใช้เรือสูงกว่าคนไทย และยังมีการเดินสำรวจ และการปั่นจักรยาน
- เส้นทางที่มีการใช้เรือมากกว่ารถ คือ เส้นทาง R7: แม่น้ำเจ้าพระยา-ส่วนกรุงเทพฯ กับ เส้นทาง R5: เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเกร็ด)
- ส่วนในเส้นทาง R1: เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเมือง) และ R11: เส้นทางคลองบางน้ำผึ้ง บางกระเจ้า จะเป็นเส้นทางที่มีกิจกรรมการปั่นจักรยานเที่ยว

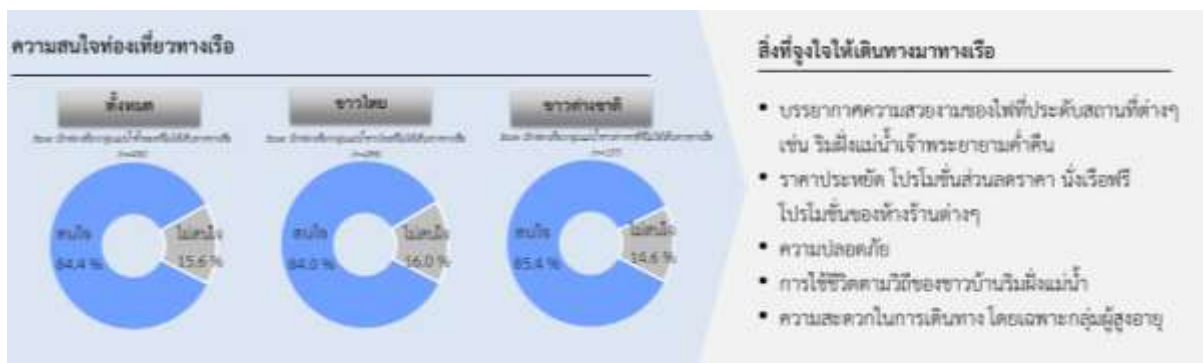
แผนภาพที่ 122: พาหนะการเดินทางมาท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

- เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เดินทางโดยทางเรือในครั้งนี้นำเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสนใจท่องเที่ยวทางเรือ พบว่า แท้จริงแล้วนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจที่จะท่องเที่ยวโดยทางเรือด้วยเช่นกัน โดยมีความเห็นว่า บรรยากาศและความสวยงามของการประดับไฟริมฝั่งแม่น้ำ รวมถึงการจัดโปรโมชั่นราคาประหยัด เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกเดินทางโดยทางเรือมากยิ่งขึ้น เป็นลำดับต้น

แผนภาพที่ 123: ความสนใจการท่องเที่ยวทางเรือในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา

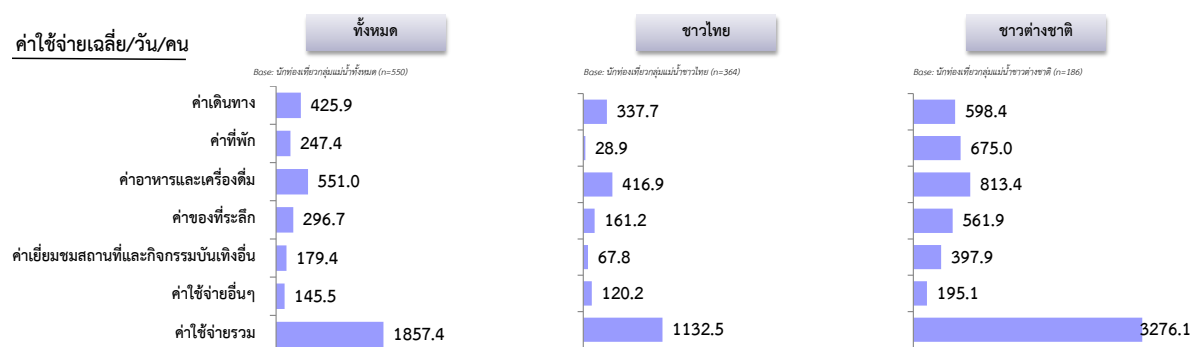


ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

ค่าใช้จ่าย:

- โดยรวมแล้วค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของการเดินทางในครั้งนี้นักท่องเที่ยวทั้งหมดอยู่ที่ประมาณ 1,857.40 บาท โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ที่ 1,132.50 บาทโดยเฉลี่ย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่ามาก อยู่ที่ 3,276.10 บาท เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายค่าที่พัก
- ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม มากที่สุด นอกจากนั้นในบรรดาเส้นทางที่ทำการสำรวจทั้งหมด เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (กรุงเทพฯ) เป็นเส้นทางที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยโดยรวมสูงที่สุดอยู่ที่ประมาณ 3,254.60 บาท

แผนภาพที่ 124: ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแบ่งตามหมวดของนักท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



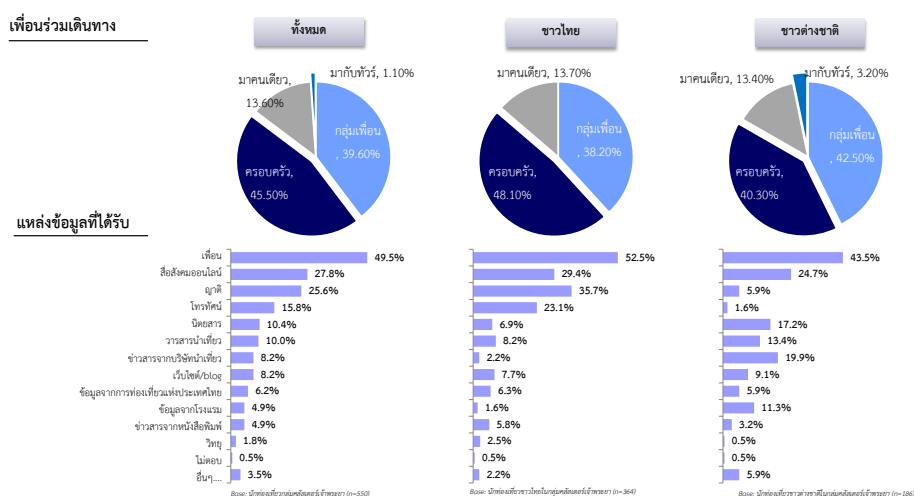
ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

เพื่อนร่วมเดินทางและแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว:

- นักท่องเที่ยวในกลุ่มคลัสเตอร์เจ้าพระยาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 45.5) เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มครอบครัวและญาติ โดยกว่าครึ่งมักได้รับทราบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยาจากการแนะนำของเพื่อนหรือคนในครอบครัว โดยสื่อสังคมออนไลน์ก็เป็นอีกแหล่งข้อมูลที่สำคัญรองลงมา

- ข้อสังเกตที่น่าสนใจอย่างหนึ่ง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสารและวารสารนำเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างชัดเจน
- เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเส้นทางลำน้ำทั้ง 11 เส้นทาง พบว่า R7: เจ้าพระยาในสวนกรุงเทพฯ เป็นเส้นทางที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมากับทัวร์มากที่สุด (ร้อยละ 10) โดยนอกจากจะได้รับข้อมูลจากเพื่อนเป็นส่วนมาก (ร้อยละ 48) แล้ว มากถึงร้อยละ 26 ได้รับข่าวสารมาจากนิตยสาร
- R10: เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในส่วนสมุทรปราการ เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวร้อยละ 76 นิยมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับเส้นทางลำน้ำอื่นๆ ขณะที่ R11: เส้นทางคลองบางน้ำผึ้ง บางกระเจ้า เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวร้อยละ 54 นิยมเดินทางกับเพื่อนมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับเส้นทางลำน้ำอื่นๆ

แผนภาพที่ 125: เพื่อนร่วมเดินทางและแหล่งข้อมูลการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



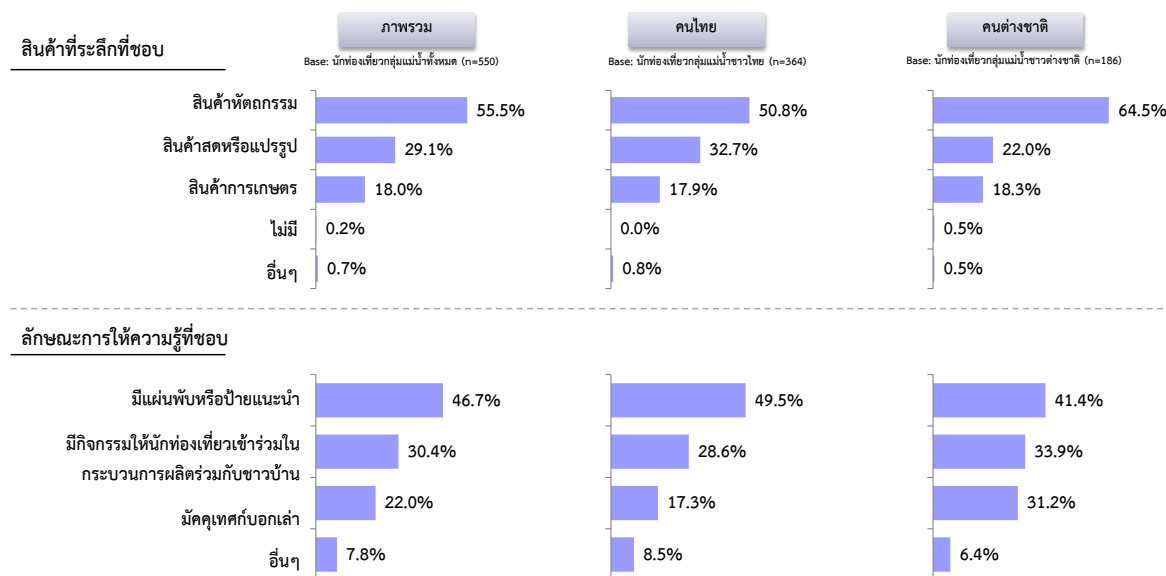
ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

สินค้าที่ระลึกที่เป็นที่นิยม:

- สินค้าหัตถกรรมเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวกว่าครึ่ง (ร้อยละ 55.5) ชื่นชอบมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติ รองลงมาคือสินค้าสดหรือแปรรูป โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจในสินค้าหมวดนี้มากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ

- เส้นทาง R9: เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (บางปะอิน-บางไทร) เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 80 ให้ความสนใจสินค้าหัตถกรรม สูงกว่าเส้นทางอื่นๆ อย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นเส้นทางที่มีศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมไปเยี่ยมชมศิลปะการถักทอและงานหัตถกรรมชั้นสูงของประเทศ สินค้าหัตถกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อ เช่น กระเป๋าจักสาน ผ้าไหม ฯลฯ

แผนภาพที่ 126: สินค้าของที่ระลึกและระบบสื่อความหมายซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



ที่มา: ผลการสำรวนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

ระบบการสื่อความหมายในพื้นที่ท่องเที่ยว:

- สื่อความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของแผ่นพับหรือป้ายแนะนำได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 46.7) รองลงมา คือ การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำ (ร้อยละ 30.4) โดยจากการสำรวจพบว่า R11: เส้นทางคลองบางน้ำผึ้ง บางกระเจ้า เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวสนใจกิจกรรมการมีส่วนร่วมมากที่สุด เช่น กิจกรรมการทำรูปหอม กิจกรรมการทำผ้ามัดย้อม

ความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวต่างประเทศ:

- อาจพอมีความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวคลัสเตอร์นี้กับพื้นที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศ เนื่องจากยังมีนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 45 เดินทางเชื่อมโยงไปยังเส้นทางการเดินทางไปประเทศอื่นๆ โดยประเทศที่ถูกพูดถึงมากที่สุดว่าจะเป็นประเทศที่

เดินทางต่อไปต่อ ส่วนใหญ่จะเป็นประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย กัมพูชา ลาว จีน เวียดนาม เป็นต้น

ความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ

- นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละครึ่งไม่ได้วางแผนไปเที่ยวจังหวัดอื่นๆ ใดๆก็ดี จังหวัดที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดใน การเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ พัทยา ชลบุรี เชียงใหม่ และประจวบคีรีขันธ์ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้นมีเส้นทางการเดินทางเชื่อมต่อกับจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ ของไทย เช่น เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และอยุธยา โดยการ จัดเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าว คำนึงถึงความสะดวกในการเดินทางระหว่างกัน

แผนภาพที่ 127: เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับต่างประเทศและภายในประเทศของคลัสเตอร์พื้นที่ริมเจ้าพระยา

เจ้าพระยา

เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับต่างประเทศ
คลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา (เฉพาะคนต่างชาติ)

ประเทศที่ไปมาก่อนหน้านี้	สัดส่วน	ประเทศที่จะไปหลังจากนี้	สัดส่วน
ไม่ได้ไปทีไ่ดมาก่อน	58.1%	ไม่ได้จะไปทีไ่ดต่อ	69.4%
1. มาเลเซีย	5.6%	1. กัมพูชา	6.4%
2. จีน	3.6%	2. ลาว	2.9%
3. เกาหลี	2.7%	3. เวียดนาม	1.6%
4. ลาว	2.4%	4. สิงคโปร์	1.3%
5. กัมพูชา	2.3%	5. ญี่ปุ่น	1.2%
6. ญี่ปุ่น	2.1%	6. จีน	1.1%
7. เวียดนาม	1.1%	7. เกาหลี	1.0%
8. ตุโบ	1.1%	8. มาเลเซีย	0.9%
9. สิงคโปร์	0.9%	9. พม่า	0.6%
10. อินเดีย	0.9%	10. ออสเตรเลีย	0.6%
11. อินโดนีเซีย	0.7%	อื่นๆ	13.0%
อื่นๆ	18.5%		

เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในประเทศ
คลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา

	จังหวัดที่ไปก่อนหน้านี้	สัดส่วน	จังหวัดที่ไปหลังจากนี้	สัดส่วน
ชาวไทย	ไม่ได้ไปทีไ่ดมาก่อน	59.6%	ไม่ได้จะไปทีไ่ดต่อ	71.7%
	1. ชลบุรี	4.8%	1. ชลบุรี	4.4%
	2. เชียงใหม่	3.3%	2. เชียงใหม่	3.1%
	3. กาญจนบุรี	2.4%	3. ระยอง	2.7%
	4. ประจวบคีรีขันธ์	3.0%	4. อยุธยา	2.5%
	5. กทม.	1.6%	5. ประจวบคีรีขันธ์	1.3%
	6. นครปฐม	1.1%	6. เพชรบูรณ์	1.3%
	7. จันทบุรี	0.8%	7. ราชบุรี	1.1%
ชาวต่างชาติ	อื่นๆ	24.9%	อื่นๆ	13.0%
	ไม่ได้ไปทีไ่ดมาก่อน	49.5%	ไม่ได้จะไปทีไ่ดต่อ	47.3%
	1. กทม.	10.8%	1. เชียงใหม่	16.7%
	2. เชียงใหม่	9.6%	2. ภูเก็ต	9.1%
	3. ภูเก็ต/ ปัตตอง	5.4%	3. อยุธยา	4.3%
	4. สุราษฎร์ธานี-เกาะสมุย	4.9%	4. สุราษฎร์ธานี	3.8%
	5. ชลบุรี-พัทยา	4.3%	5. พัทยา	3.3%
	อื่นๆ	15.5%	อื่นๆ	15.50%

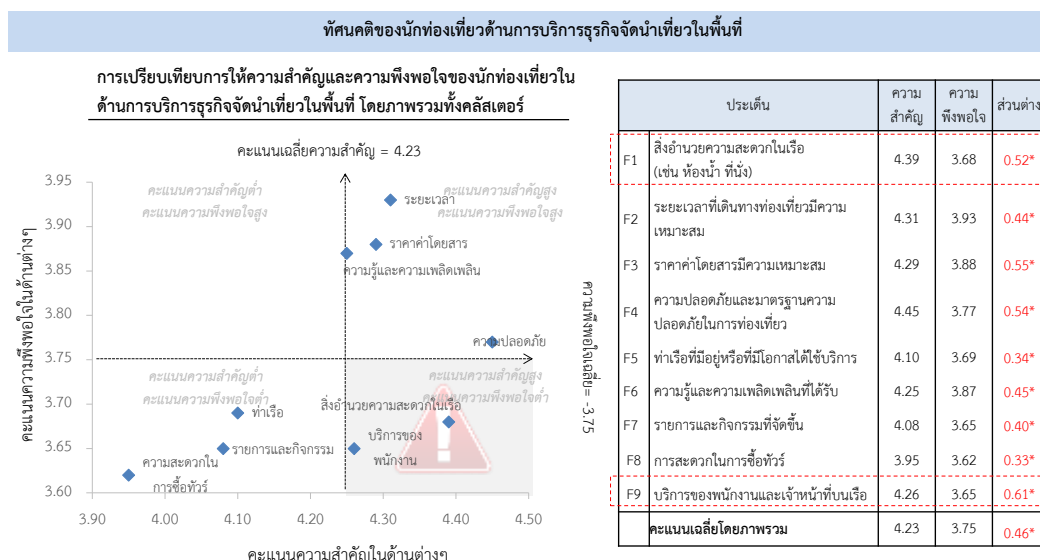
ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

3) ทศนคติของนักท่องเที่ยว

ทศนคติต่อบริการธุรกิจจันทน์เที่ยวในพื้นที่

- ประเด็นที่นักท่องเที่ยวโดยรวมให้ความสำคัญมากที่สุด คือ 1) ความปลอดภัย 2) สิ่งอำนวยความสะดวกบนเรือ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ 3) ระยะเวลาในการเดินทาง
- นักท่องเที่ยวโดยมากมีความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ อยู่ในเกณฑ์ดี อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำกว่าประเด็นอื่นๆ ได้แก่ 1) บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่บนเรือ 2) รายการกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 3) ความสะดวกในการสั่งซื้อแพคเกจหรือทัวร์ต่างๆ
- จากการสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวในด้านการบริการธุรกิจจันทน์เที่ยวในพื้นที่คลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา พบว่าธุรกิจการจันทน์เที่ยวควรได้รับการปรับปรุงในทุกๆ ด้าน โดยประเด็นเร่งด่วนซึ่ง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญค่อนข้างมาก แต่ยังมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่างๆ จึงจะต้องมีการปรับปรุงก่อน คือ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกบนเรือ 2) บริการของพนักงาน เจ้าหน้าที่บนเรือ

แผนภาพที่ 128: การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการบริการธุรกิจจันทน์เที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา

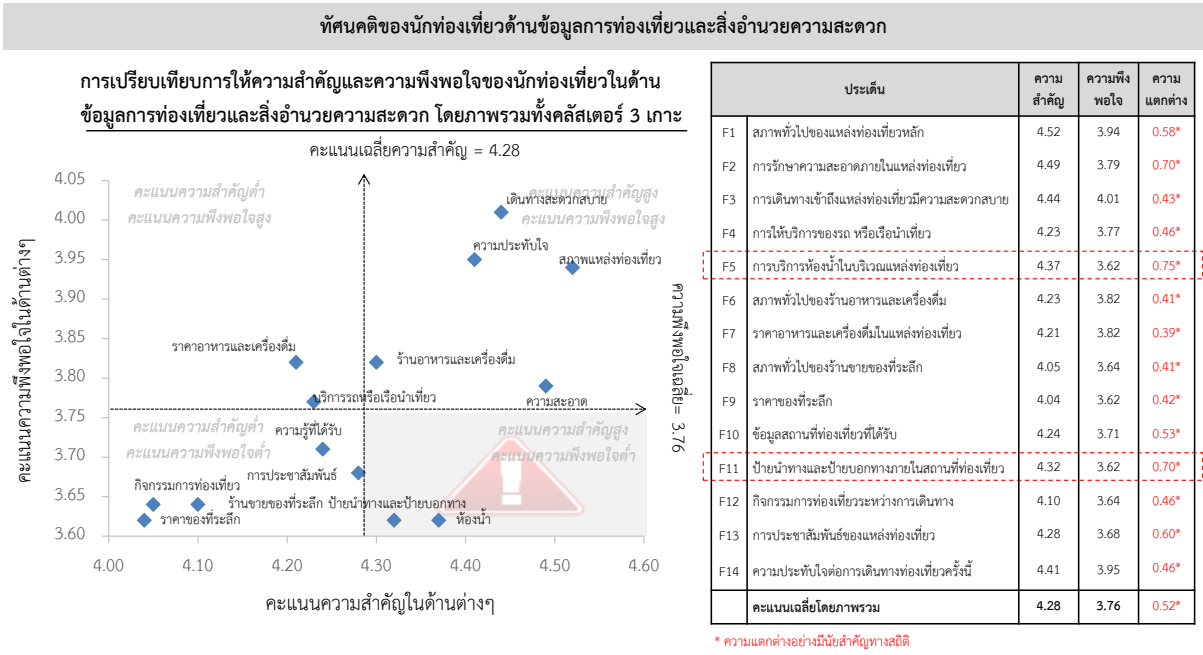


ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

ทัศนคติต่อข้อมูลการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม

- ประเด็นที่นักท่องเที่ยวโดยรวมให้ความสำคัญมากที่สุด 1) สภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวหลัก 2) การรักษาความสะอาดภายในแหล่งท่องเที่ยว 3) ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจสูง อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำกว่าประเด็นอื่นๆ ได้แก่ 1) การบริการห้องน้ำในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 2) ป้ายนำทางและป้ายบอกทางภายในสถานที่ท่องเที่ยว 3) ราคาของที่ระลึก
- จากการสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวในด้านการข้อมูลการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา พบว่าควรได้รับการปรับปรุงในทุกๆ ด้าน โดยประเด็นเร่งด่วนซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญค่อนข้างมาก แต่ยังมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่างๆ จึงจะต้องมีการปรับปรุงก่อน ได้แก่ 1) การให้บริการห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว และ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และ 2) ป้ายแนะนำและป้ายบอกทางภายในสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ 2 ประเด็นข้างต้น ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าเป็นจะต้องมีการปรับปรุงเพิ่มเติมในด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

แผนภาพที่ 129: การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านข้อมูลการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



ที่มา: ผลการสำรวนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

จุดขายที่น่าสนใจ

- ลักษณะโดดเด่นและจุดขายที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจสำหรับการมาท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา คือเพื่อต้องการคู่วิถีชีวิตและวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมโบราณ และบรรยากาศริมฝั่งน้ำ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตริมน้ำ เทียวตลาดน้ำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจกับสถาปัตยกรรมที่สวยงามริมฝั่งน้ำมากกว่า

จุดอ่อนที่ควรปรับปรุงและข้อเสนอแนะ

- จุดที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงมากที่สุด คือ ขยะและความสะอาดของแม่น้ำ นอกจากนี้ บางส่วนยังมีข้อคิดเห็นว่า ควรมีปรับปรุงภูมิทัศน์และประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น

แผนภาพที่ 130: สรุปจุดขาย สิ่งที่ต้องปรับปรุงและข้อเสนอแนะสำหรับแต่ละเส้นทางลำน้ำ

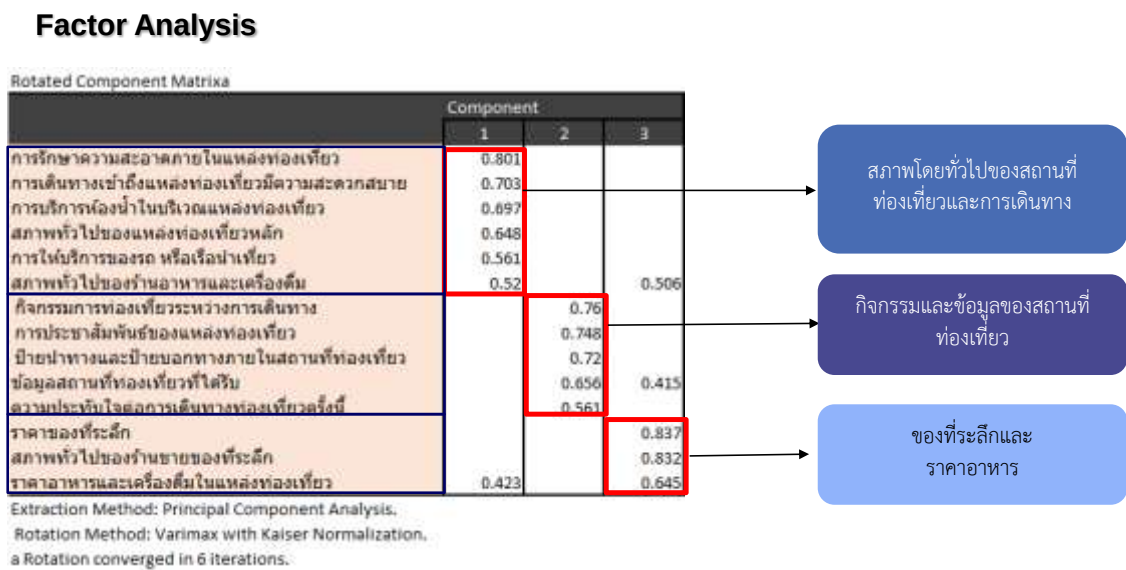
โค้ด	เส้นทางลำน้ำ	จุดขายที่สนใจ	สิ่งที่ควรปรับปรุง	ข้อเสนอแนะ
R1	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเมือง)	• ดุสตาปัตยกรรมโบราณ/ วัดสวย/ เรือนไทยโบราณ/ พระราชวังสวย/ ลวดลายที่วาดบนผนังสวย	• โดยรวมไม่พบข้อควรปรับปรุงอย่างเด่นชัด แต่สามารถปรับปรุงภูมิทัศน์และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นได้	• ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์/ แผนที่/ ป้าย/ จุดบริการนักท่องเที่ยว • ควรเพิ่มการรักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและพื้นที่ท่องเที่ยว 2 ริมน้ำ
R2	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (บางปะอิน-บางไทร)	• ดุสตาปัตยกรรมโบราณ/ วัดสวย/ เรือนไทยโบราณ/ พระราชวังสวย/ ลวดลายที่วาดบนผนังสวย	• ความปลอดภัยของการเดินทางโดยเรือ	• ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์/ แผนที่/ ป้าย/ จุดบริการนักท่องเที่ยว
R3	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในสวนปทุมธานี	• ดุสตาปัตยกรรมโบราณ/ วัดสวย/ เรือนไทยโบราณ/ พระราชวังสวย/ ลวดลายที่วาดบนผนังสวย	• ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ผ่านสื่อ ต่างๆ ให้มากขึ้น	• ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์/ แผนที่/ ป้าย/ จุดบริการนักท่องเที่ยว
R4	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในสวนทูลกระหม่อม และย่านท่าช้าง	• ดุสตาปัตยกรรมบ้านริมฝั่งแม่น้ำ/ วัดธรรม	• ความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและสถานที่ท่องเที่ยว	• ควรเพิ่มการรักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและพื้นที่ท่องเที่ยว 2 ริมน้ำ
R5	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา (เกาะเกร็ด)	• ดุสตาปัตยกรรมบ้านริมฝั่งแม่น้ำ/ วัดธรรม	• ความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและสถานที่ท่องเที่ยว	• ควรเพิ่มการรักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและพื้นที่ท่องเที่ยว 2 ริมน้ำ • ควรปรับปรุงภูมิทัศน์
R6	เส้นทางคลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกอกใหญ่-คลองบางคูเวียง	• ดุสตาปัตยกรรมบ้านริมฝั่งแม่น้ำ/ วัดธรรม	• ความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและสถานที่ท่องเที่ยว	• ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์/ แผนที่/ ป้าย/ จุดบริการนักท่องเที่ยว
R7	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในส่วนกรุงเทพ	• ดุสตาปัตยกรรมโบราณ/ วัดสวย/ เรือนไทยโบราณ/ พระราชวังสวย/ ลวดลายที่วาดบนผนังสวย	• ความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและสถานที่ท่องเที่ยว	• ควรเพิ่มการรักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและพื้นที่ท่องเที่ยว 2 ริมน้ำ • ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์/ แผนที่/ ป้าย/ จุดบริการนักท่องเที่ยว
R8	เส้นทางคลองบางกอกน้อย-บางกอกใหญ่	• ดุสตาปัตยกรรมบ้านริมฝั่งแม่น้ำ/ วัดธรรม	• ความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและสถานที่ท่องเที่ยว	• ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์/ แผนที่/ ป้าย/ จุดบริการนักท่องเที่ยว
R9	เส้นทางคลองในเขตตลิ่งชัน 5 ตลาดน้ำ	• อาหารไทยอร่อย/ ราคาสมเหตุสมผล/ ของขายเยอะ/ ผลไม้สดและอร่อย/ มีสินค้าหัตถกรรมขาย	• พื้นที่ริมคลองสกปรก มีขยะมาก • ความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและสถานที่ท่องเที่ยว	• ควรปรับปรุงภูมิทัศน์
R10	เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในส่วนสมุทรปราการ	• บรรยากาศสวยงาม/ รมรื่น/ อากาศดี/ ไร่นา	• ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ผ่านสื่อ ต่างๆ ให้มากขึ้น	• มีรถ/ เรือนำเที่ยวรอบๆ ป้อมพระจุล/ เพิ่มเส้นทางท่องเที่ยว
R11	เส้นทางคลองบางน้ำผึ้ง บางกระเจ้า	• บรรยากาศสวยงาม/ รมรื่น/ อากาศดี/ ไร่นา	• ความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและสถานที่ท่องเที่ยว	• ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์/ แผนที่/ ป้าย/ จุดบริการนักท่องเที่ยว

ที่มา: ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

4) Factor Analysis

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลเชิงสถิติด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มประเภทนักท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา ตามการให้ความสำคัญในด้านข้อมูลการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งประกอบด้วย 3 กลุ่ม Factor หลัก คือ 1) สภาพโดยทั่วไปของสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง 2) กิจกรรมและข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว 3) ของที่ระลึกและราคาอาหาร

แผนภาพที่ 131: การวิเคราะห์ FACTOR ANALYSIS เพื่อแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



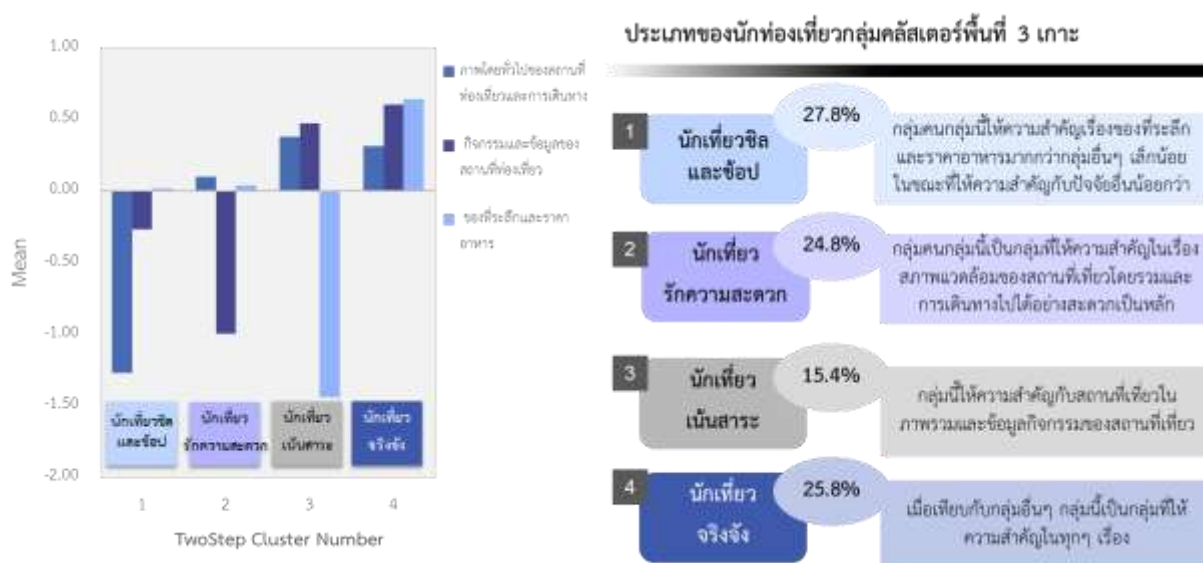
ที่มา: การวิเคราะห์ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

โดยจากทั้ง 4 Factors ที่ได้มาจากการหาความสัมพันธ์ของประเด็นต่างๆ สามารถนำมาประมวลผลทางสถิติอีกขั้นต้นด้วย Cluster Analysis ทำให้เราสามารถเห็น Pattern และแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) นักเที่ยวชิลและช้อปปิ้ง (ร้อยละ 27.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด) กลุ่มคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญเรื่องของที่ระลึกและราคาอาหารมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เล็กน้อยในขณะที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นน้อยกว่า
- 2) นักเที่ยวรักความสะดวก (ร้อยละ 24.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด) ให้ความสำคัญในเรื่องสภาพแวดล้อมของสถานที่เที่ยวโดยรวมและการเดินทางไปได้สะดวกเป็นหลัก
- 3) นักเที่ยวเน้นสาระ (ร้อยละ 15.4 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด) เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสถานที่เที่ยวในภาพรวมและข้อมูลกิจกรรมของสถานที่เที่ยว

4) นักเที่ยวจริงจัง (ร้อยละ 25.8) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญในทุกๆ เรื่อง ทุกๆ ปัจจัย

แผนภาพที่ 132: การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา



ที่มา: การวิเคราะห์ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

ประเด็นข้อสังเกตที่น่าสนใจ

- กลุ่มนักท่องเที่ยวจริงจังส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงและพบได้มากที่สุด ใน R11: เส้นทางเจ้าพระยา ส่วนสมุทรปราการ ขณะที่นักท่องเที่ยวผู้รักความสะดวกสบาย จะกระจายตัวเที่ยวในทุกๆ เส้นทางด้วยสัดส่วนใกล้เคียงกัน
- ขณะที่นักท่องเที่ยวเน้นสาระมีอายุและรายได้เฉลี่ยที่สูงกว่าอีก 3 กลุ่ม โดยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไปท่องเที่ยวมากที่สุด ใน R7: เส้นทางเจ้าพระยาในส่วนปทุมธานี
- นักท่องเที่ยวชิลและช้อปปิ้งจะพบได้มากกว่าใน R2: ลำน้ำคลองบางกอกน้อย บางกอกใหญ่ คลองชักพระและคลองมอญ

แผนภาพที่ 133: การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา

ประเภทนักท่องเที่ยว	จุดขายที่สนใจ	สิ่งที่ควรปรับปรุง	ข้อเสนอแนะ
นักท่องเที่ยวชิลช้อปปิ้ง	• ดูวิถีชีวิตชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำ/ วัฒนธรรมริมฝั่งแม่น้ำ	• ความสะอาดสวยงามของแม่น้ำ	ปรับปรุงด้านความสะอาด
นักท่องเที่ยวรักความสะดวก		• พื้นที่และสภาพแวดล้อม	เพิ่มการประชาสัมพันธ์/แผนที่/ป้าย/และจุดบริการนักท่องเที่ยว
นักเที่ยวนั่งสาระ	• ดูสถาปัตยกรรมที่สวยงาม เป็นเอกลักษณ์ มีความเก่าแก่ เช่น วัด เรือนไทยโบราณ พระราชวัง	• ปรับปรุงภูมิทัศน์	
นักเที่ยวจริงจัง	• ดูวิถีชีวิตชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำ/ วัฒนธรรมริมฝั่งแม่น้ำ	• ความสะอาดสวยงามของแม่น้ำ	ปรับปรุงด้านความสะอาด
		• พื้นที่และสภาพแวดล้อม	
		• ระบบสื่อความหมาย แผ่นพับ หรือ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ยังน้อยเกินไป	

ที่มา: การวิเคราะห์ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาโดยคณะผู้วิจัย

จากผลการสำรวจข้างต้นทำให้คณะผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญ ซึ่งสามารถช่วยให้การกำหนดทิศทางการพัฒนาคัลสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยาต่างๆ ได้โดยการมุ่งนำเสนอเอกลักษณ์ของชาติไทยผ่านทางสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมอันทรงคุณค่าและวิถีชีวิตของชาวไทยริมฝั่งแม่น้ำที่มีการพัฒนามาตั้งแต่อดีตและยังคงดำเนินเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันข้ามผ่านกาลเวลา เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะช่วยนำเสนอและต่อยอดอัตลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวในคัลสเตอร์พื้นที่เจ้าพระยาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิยมไปวัดไหว้พระทำบุญและปฏิบัติธรรม เนื่องจากมีวัดอยู่ริมฝั่งแม่น้ำจำนวนมาก นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมกลับมาท่องเที่ยวอยู่บ่อยครั้ง ดังนั้น จึงควรมีการอนุรักษ์และฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดวาอารามให้สะอาด สวยงาม มีห้องน้ำและสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย ควบคู่ไปกับ การพัฒนาและประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้มากขึ้น โดยอาจมีการฟื้นฟูประเพณีทางศาสนาที่เริ่มห่างหายไป เช่น การตักบาตรข้าวสาร การตักบาตรดอกไม้ และวันสำคัญทางศาสนา เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกทางหนึ่งด้วย จากการที่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสนใจกลับมาท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาอยู่หลายครั้ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงต้องมีการจัดโปรโมชั่นและส่งเสริมการตลาดร่วมกันเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวส่วนมากในคัลสเตอร์นี้จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่คัลสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สำคัญที่จะผลักดันให้เกิดขึ้น เพราะถือเป็นสิ่งที่พลาดไม่ได้สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากคัลสเตอร์พื้นที่เจ้าพระยาครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญ การเดินทาง ศูนย์รวมความบันเทิงต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ แหล่งช้อปปิ้งต่างๆ รวมถึงเมืองหลวงเก่าของไทย เช่น พระนครศรีอยุธยา มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามทางวัฒนธรรมและทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ความเป็นไทยที่งดงาม ถ้านักท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทมีโอกาสมาท่องเที่ยวในคัลสเตอร์นี้จะได้เห็นทั้งวิถีชีวิตคนเมืองและวิถีชีวิตริมฝั่งน้ำที่มีความหลากหลายและสวยงามซ่อนอยู่ในทุกแห่ง

อย่างไรก็ตาม จุดอ่อนที่สำคัญของการท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา คือ การเดินทางที่ยังไม่ค่อยสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางด้วยเรือโดยสาร เนื่องจากมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก เช่น เวลาการเปิด-ปิด ประตูน้ำ ทำเรือช้าๆ ทำให้ควบคุมเวลาและวางแผนการท่องเที่ยวได้ยาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อย ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สนใจท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา ดังนั้นสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในจังหวัดที่อยู่ในคัลสเตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยาต้องมีการวางแผนร่วมกันและจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำ ประกอบกับการชี้แจงให้ผู้ประกอบการเรือ เพื่อ

ร่วมกันให้ข้อมูลและนำเสนอแผนการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจะต้องมีการจัดทำเว็บไซต์กลางแบบเบ็ดเสร็จ (Chao Praya Agoda) ที่ให้ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว แผนที่ และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เวลาเปิด-ปิด ร้านอาหารแนะนำ ที่พัก ตลอดจนบริการเรือ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อตั๋วและวางแผนการเดินทางได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น เป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงข้อมูลที่ครบถ้วนจากการใช้อินเทอร์เน็ต

ถึงแม้ปัจจุบันการเดินทางในคลาสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยทางรถยนต์ แต่การท่องเที่ยวทางเรือถือเป็นเอกลักษณ์ของคลัสเตอร์นี้ที่ควรรักษาไว้และเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการเรือให้สามารถประกอบกิจการได้ จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสนใจการท่องเที่ยวทางเรือ เพราะขึ้นขอบในบรรยากาศและความสวยงามของการประดับไฟริมน้ำ แต่มีความกังวลในเรื่องความปลอดภัย เวลาที่ใช้ในการเดินทางและมลภาวะ ดังนั้น กรมเจ้าท่า ตำรวจน้ำต้องเข้ามากำกับดูแลเข้มงวดมากขึ้น ผู้ประกอบการเรือมีการพัฒนาปรับปรุงบริการการเดินทางเรือให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การพัฒนาเครื่องยนต์เรือให้มีประสิทธิภาพและไม่ปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นสาระความรู้ นอกจากนี้การจัดการแสดงแสงสีเสียงจะต้องมีการจัดสรรงบประมาณหรืออาจขอการระดมทุน เพื่อให้การแสดงสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง หรือมีช่วงเวลาฤดูกาลท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of scale) เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาอีกครั้ง

ด้านสินค้าของที่ระลึกหรือของฝากต่างๆซึ่งได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำพวกสินค้าแปรรูป ผลิตภัณฑ์ชุมชน หัตถกรรมพื้นบ้านต่างๆ ควรมีการออกแบบให้มีรูปลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและทันสมัยมากขึ้น เป็นการสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาชุมชนและแรงงานจังหวัด ควรเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมและผลักดันกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้

ในด้านการพัฒนาปรับปรุงการสื่อสาร มีการพัฒนาระบบสื่อความหมายที่ได้มาตรฐานและมีเอกลักษณ์ รวมถึงป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายที่ทำการแปลเป็นภาษาต่างประเทศ มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและเข้าถึงวัฒนธรรมไทยผ่านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ซึ่งได้รับความสนใจค่อนข้างมากจากนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับการเติบโตของอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์โดยการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว เช่น โรงเรียนสอนทำอาหารไทย โรงเรียนสอนมวยไทย การสอนนวดแผนไทย การทำผ้ามัดย้อม หรือการทำงานหัตถกรรมภูมิปัญญาชาวบ้าน จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักนานขึ้นและมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

คณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลจากการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยาข้างต้น เห็นถึงช่องทางการพัฒนาคลัสเตอร์และความต้องการของตลาดที่มีประโยชน์อย่างมากในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาคลัสเตอร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมศักยภาพของภาคเอกชนและการยกระดับคุณภาพทรัพยากรบุคคล ด้านการส่งเสริมการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์และด้านการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในและนอกคลัสเตอร์ จึงนำไปสู่การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ในด้านต่างๆเพื่อเป็นแนวทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 13 โครงสร้างคลัสเตอร์การท่องเที่ยว (Cluster Mapping) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

จากข้อมูลการศึกษาห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ของพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขาที่ได้รับการคัดเลือก พบว่า ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ของระบบการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าว ประกอบด้วยเครือข่ายดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ

1) หน่วยงานหลักและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

- i. ผู้ว่าราชการจังหวัด
- ii. องค์การบริหารส่วนจังหวัด
- iii. สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด
- iv. เทศบาล
- v. องค์การบริหารส่วนตำบล
- vi. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
- vii. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- viii. ดำรวจท่องเที่ยว
- ix. ตำรวจภูธร
- x. สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ ฯลฯ
 - i. กรมศิลปากร: อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- 3) หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ
 - i. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
 - ii. สำนักงานแรงงานจังหวัด
 - iii. สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด
 - iv. สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด
 - v. กรมโยธาธิการและผังเมือง
 - vi. กรมเจ้าท่า

2. ผู้ประกอบการหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

- 1) ธุรกิจโรงแรมที่พัก
 - i. กลุ่มธุรกิจโรงแรมรีสอร์ทในเครือของคนไทยและในเครือของชาวต่างชาติ
 - ii. กลุ่มผู้ให้บริการที่พักประเภทอื่นๆเช่น เกสเฮ้าส์ อพาร์ทเมนต์โฮมสเตย์
 - iii. กลุ่มนักลงทุนและพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
- 2) กลุ่มผู้ประกอบการนำเที่ยว
 - i. ตัวแทนท่องเที่ยว
 - ii. บริษัทนำเที่ยว
 - iii. บริษัทเรือ
 - iv. มัคคุเทศก์
- 3) ผู้ประกอบการร้านอาหาร
- 4) ผู้ประกอบการธุรกิจ MICE
- 5) อุตสาหกรรมขนส่งและการเดินทางทางบก
- 6) แหล่ง Shopping เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาด
- 7) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น
- 8) ผู้ประกอบธุรกิจขายของที่ระลึกและของฝาก
- 9) ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 10) โรงพยาบาลและสถานพยาบาล

11) กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน

12) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

3. ผู้ผลิตและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

1) ผู้ผลิตสินค้าของที่ระลึกและของฝาก

i. เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ตกแต่ง เครื่องปั้นดินเผา

ii. ขนมไทย

iii. อื่นๆ

2) ผู้ผลิตอาหาร (Food Suppliers)

i. เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรเป็นวัตถุดิบให้กับร้านอาหาร โรงแรม และการผลิตเครื่องดื่ม

ii. ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อื่นๆ

3) อุตสาหกรรมการก่อสร้าง

4. ผู้ประกอบการในภาคบริการ

1) การบริการขนส่งของท้องถิ่น (Local Transport Service)

i. รถโดยสารสาธารณะ

ii. รถแท็กซี่รถตุ๊กตุ๊กสองแถวรถสามล้อและรถจักรยานให้เช่า

iii. ผู้ประกอบการเรือ

2) การบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

i. ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางเช่นร้านอาหารร้านขายของที่ระลึก บริการนวดแผนโบราณ

ii. บริการซักรีดทำความสะอาดทำสวน

iii. บริการซ่อมรถเรือ

iv. เครือข่ายชุมชนวิสาหกิจในภาคบริการ

v. อื่นๆ

3) สื่อสารมวลชนและโฆษณา

i. หนังสือพิมพ์และสำนักพิมพ์ต่างๆ

ii. สถานีวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่

5. สถาบันฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยวและบริการ

- i. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ii. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- iii. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- iv. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- v. สถาบันราชภัฏนครสวรรค์
- vi. สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- vii. สถาบันราชภัฏจันทรเกษม
- viii. สถาบันราชภัฏธนบุรี
- ix. สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
- x. สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา
- xi. สถาบันราชภัฏพระนคร
- xii. สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- xiii. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสுகี
- xiv. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพัฒนวิทยาการพระนคร
- xv. วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ

6. สมาคม ตัวแทนผู้ประกอบการ และภาคประชาคม

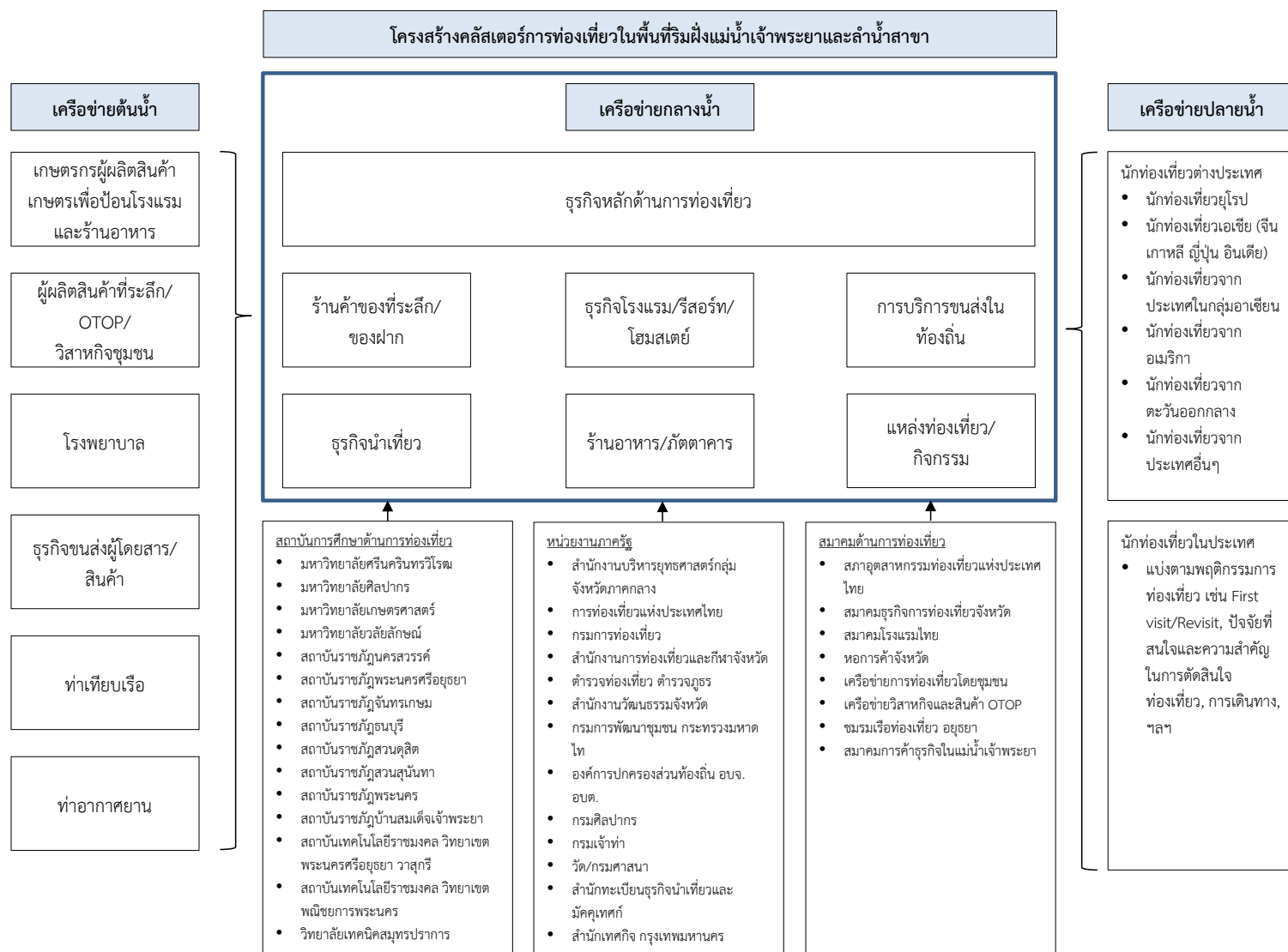
- i. สมาคมการค้าธุรกิจแม่ค้าเจ้าพระยา
- ii. สมาคมเรือไทย
- iii. สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัด/สมาพันธ์/สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- iv. ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว
- v. สมาคมแม่ค้าเทศก์อาชีพ
- vi. หอการค้าจังหวัด
- vii. ชมรมร้านอาหาร
- viii. สมาคมโรงแรม
- ix. กลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน
- x. กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจและสินค้า
- xi. ชมรมผู้ประกอบการอื่นๆ

แผนที่โครงข่ายระบบห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวของเขตพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขาในแต่ละจังหวัดมีลักษณะคล้ายกันและเชื่อมโยงกันในระบบ ทั้งนี้เนื่องจากมีทรัพยากรและทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายคล้ายกัน กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวซึ่งมีจุดขาย ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเฉพาะ วัดวาอาราม โบราณสถาน และวิถีชีวิตริมน้ำ เป็นหลัก โครงข่ายห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ได้รับการคัดเลือกจึงสามารถนำเสนอได้ตั้งแผนภาพในหน้าถัดไป

นอกเหนือจากนี้ จากโครงข่ายห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ได้รับการคัดเลือก ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าการท่องเที่ยวตามกรอบแนวความคิดของ Michael E. Porter ซึ่งมีองค์ประกอบ คือ โครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยง การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาตลาดและการประชาสัมพันธ์

คณะผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและกลุ่มลำน้ำสาขา เนื่องจากห่วงโซ่มูลค่าของทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างกัน ในขณะเดียวกัน คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่มูลค่าและจากการลงพื้นที่ คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าในรูปแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเพื่อหารูปแบบของห่วงโซ่มูลค่าที่ควรจะเป็น ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) ในส่วนถัดไป

แผนภาพที่ 134: โครงสร้างแผนที่คลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา



ส่วนที่ 14 การวิเคราะห์การท่องเที่ยวของพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ถูกคัดเลือก

14.1 การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

จากการทำการทบทวนวรรณกรรม การลงพื้นที่สำรวจ และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือ Diamond Model ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าว โดยการประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาตามแนวความคิดของ Michael E. Porter เพื่อให้ทราบถึงประเด็นแวดล้อมและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีองค์ประกอบในการประเมิน คือ

1. สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ
2. สภาพอุปสงค์ในประเทศ
3. โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม
4. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ
5. รัฐบาล
6. ผลกระทบภายนอก

1. สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ

ด้านสภาพปัจจัยการผลิตในประเทศของคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาประกอบด้วย จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง อยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพฯ และสมุทรปราการ มีศักยภาพที่สำคัญคือ

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในรูปแบบต่างๆที่มีความโดดเด่นแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ โดยจังหวัดที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวคือจังหวัดอยุธยาซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเช่นอุทยานประวัติศาสตร์และวัดต่างๆในบริเวณเกาะเมือง พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศธรรมประวัติ และศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดปทุมธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญโดยส่วนใหญ่จะเป็นวัดและโบราณสถานเช่น วัดชินวรารามวรวิหาร วัดสิงห์และโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง วัดไผ่ล้อม วัดเจดีย์ทอง วัดหงษ์ป

ทิวาส วัดศาลเจ้า วัดมะขาม วัดศาลาแดงเหนือ เป็นต้น จังหวัดนนทบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเช่น เกาะเกร็ด ท่าฉันทน์ เป็นต้น กรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ห้างสรรพสินค้าแหล่งนันทนาการ เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดพระแก้ว วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร และ Asiatique The Riverfront เป็นต้น จังหวัดสมุทรปราการมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเช่น อุทยานประวัติศาสตร์ทวารวดี (ป้อมพระจุลจอมเกล้าฯ) พระสมุทรเจดีย์ คลองบางน้ำผึ้ง เป็นต้น

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ภายในคลัสเตอร์นี้มีระบบโครงสร้างการคมนาคมทางบกที่ครอบคลุมและสะดวกในการเดินทางเชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆ แต่จำเป็นต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านท่าเรือ การจัดทำป้ายบอกทาง และอำนวยความสะดวกสบายที่เพียงพอสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ส่วนการเดินทางเชื่อมต่อกันทางเรือระหว่างจังหวัดส่วนใหญ่เป็นเพื่อการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มหรือท่องเที่ยวตามลำน้ำสาขา

ด้านบุคลากรในคลัสเตอร์นี้ในบางจังหวัดยังขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพโดยเฉพาะไกด์ท้องถิ่นที่สามารถให้ข้อมูลแบบเจาะลึกในแต่ละพื้นที่นั้นๆได้อย่างครบถ้วน ควรมีการพัฒนาฝีมือแรงงานด้านการท่องเที่ยวให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทักษะที่เป็นมืออาชีพและส่งเสริมทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศเพิ่มเติม

ด้านความปลอดภัยเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะตัดสินใจมาท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ แต่ยังมีข่าวหรืออุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ มีกลุ่มมิจฉาชีพที่หลอกลวงหรือทำร้ายนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้นจึงต้องมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแลในเรื่องนี้เพื่อแก้ปัญหา และคอยกำกับดูแล ให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

สำหรับคลัสเตอร์พื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขานี้สามารถแบ่งพื้นที่และการเชื่อมโยงการพัฒนาเครือข่ายได้เป็น 2 กลุ่มตามศักยภาพของจังหวัด คือ กลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสูง(กลุ่มจังหวัดพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขาตอนล่าง) ประกอบด้วยจังหวัด อุดรธานี ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพฯ และสมุทรปราการ กลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวปานกลางถึงต่ำ(กลุ่มจังหวัดพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขาตอนบน) ประกอบด้วยจังหวัด นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรีและอ่างทอง จะเห็นได้ว่าการมุ่งหมายที่จะเชื่อมโยงคลัสเตอร์จังหวัดเหล่านี้ในระบบห่วงโซ่อุปทานให้มีการพัฒนาแบบบูรณาการตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทางจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2. สภาวะอุปสงค์ในประเทศ

ด้านสภาวะอุปสงค์ในประเทศของคลัสเตอร์นี้ส่วนใหญ่จะมาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากทั้งซีกโลกตะวันตกและซีกโลกตะวันออก รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยสามารถแสดงออกเป็น 4 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1.) ข้อมูลโครงสร้างนักท่องเที่ยว - จากผลการสำรวจพบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวหลักของคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็น 2 เท่าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 66.20 และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 33.80 และพบว่า เส้นทางท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยาในส่วนกรุงเทพ เป็นจุดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ในคลัสเตอร์ เนื่องจากเป็นเมืองหลวง ศูนย์กลางการเดินทางและมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่สวยงามและทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระราชวัง วัดอรุณราชวราราม เป็นต้น โดยมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ร้อยละ 72) ต่อกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 32) ซึ่งมีอัตราสูงกว่าพื้นที่อื่นๆในคลัสเตอร์ที่ส่วนใหญ่จะนักท่องเที่ยวจะเป็นคนไทย

2.) พฤติกรรมการท่องเที่ยว - ลักษณะนักท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.2) เป็นนักท่องเที่ยวแบบไป-กลับ ไม่ค้างพักรแรม กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 94 มาเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาแบบวันเดียว (One Day Trip) ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งกลุ่มที่พำนักรและไม่พำนักรค้างมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะนักท่องเที่ยวแบบ First Visit หรือ Re-visit จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม First-visit มากกว่ากลุ่ม Re-visit ด้วยอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 52.2 ต่อ ร้อยละ 47.8 ตามลำดับ นอกจากนั้นยังพบว่านักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 92.5) มีความคิดที่จะกลับมาท่องเที่ยวตามเส้นทางแม่น้ำและลำน้ำเจ้าพระยาอีกครั้ง เนื่องจากชื่นชอบบรรยากาศ วิถีชีวิตที่สวยงาม อาหารไทย และสถาปัตยกรรมไทย สำหรับกลุ่มที่ไม่อยากกลับมาอีกนั้น ส่วนใหญ่มีสาเหตุที่จะต้องไปท่องเที่ยวในสถานที่อื่นๆ ที่ยังไม่เคยไปและบางส่วนเห็นว่าการเดินทางยังไม่ค่อยสะดวก

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติวิถีชีวิต (ร้อยละ 47.2) รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม (ร้อยละ 23.9) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น บ้านเรือน (ร้อยละ 16.0) และตลาดน้ำ (ร้อยละ 12.9) โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติชอบการล่องเรือชมริมฝั่งแม่น้ำพร้อมรับประทานอาหารเย็นและเที่ยวชมวิถีชีวิตริมน้ำ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวเพื่อการไหว้พระ ทำบุญ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในกลุ่มคลัสเตอร์นี้พบว่า 5 ปัจจัยหลักคือ 1. ความสวยงามสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว 2. ปัจจัยด้านภูมิทัศน์และทัศนียภาพ 3. เอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะของพื้นที่ 4. อาหารอร่อย 5. ความเป็นมิตรของผู้คนท้องถิ่น ในส่วนของการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลักเนื่องจากมีความสะดวกสบายกว่าพาหนะอื่นๆ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีสัดส่วนการเดินทางทางเรือที่สูงกว่าคนไทย และยังมีการเดินสำรวจรวมถึงการปั่นจักรยาน

3.) ทัศนคติของนักท่องเที่ยว

ด้านทัศนคติต่อการบริการธุรกิจท่องเที่ยวพบว่าประเด็นที่นักท่องเที่ยวโดยรวมให้ความสำคัญมากที่สุด คือ 1. ความปลอดภัย 2. สิ่งอำนวยความสะดวกบนเรือ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ 3. ระยะเวลาในการเดินทาง โดยมีประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำกว่าประเด็นอื่นๆคือ การบริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่บนเรือ โปรแกรมรายการกิจกรรมการท่องเที่ยว และความสะดวกในการสั่งซื้อแพคเกจหรือทัวร์ต่างๆ

ส่วนทัศนคติต่อข้อมูลการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมพบว่าประเด็นที่นักท่องเที่ยวโดยรวมให้ความสำคัญมากที่สุดคือ 1. สภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว 2. การรักษาความสะอาดภายในแหล่งท่องเที่ยว 3. ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำกว่าประเด็นอื่นๆคือ 1. การบริการห้องน้ำในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 2. ป้ายนำทางและป้ายบอกทางภายในสถานที่ท่องเที่ยว 3. ราคาของที่ระลึก

3. โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม

นโยบายและยุทธศาสตร์ในระดับจังหวัดของคลัสเตอร์นี้ต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และ ต่างก็มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาจังหวัดโดยในแต่ละจังหวัดจะเน้นในจุดเด่นของจังหวัดนั้นๆ เช่น กรุงเทพฯ จะเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและการเป็นเมืองที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Green) อยู่ยุทธศาสตร์สู่การเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่น่าท่องเที่ยวระดับสากล เป็นต้น

ในส่วนของผู้ประกอบการในเส้นทางท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขามีหลายประเภทด้วยกันทั้งผู้ประกอบการด้านคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการนำเที่ยว ด้านโรงแรมที่พัก และด้านอื่นๆ ในแต่ละสาขามีการแข่งขันในระดับที่แตกต่างกันตามปริมาณความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยในธุรกิจนำเที่ยวทางเรือในระยะสั้นตามเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตกรุงเทพฯ มีผู้ประกอบการจำนวนมากในอุตสาหกรรมส่งผลให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ค่อนข้างรุนแรง มีการจัดทำโปรโมชั่นและสร้างแพคเกจนำเที่ยวจำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่สำหรับการล่องเรือสำราญตามแม่น้ำเจ้าพระยาจะมี

ผู้ประกอบการจำนวนน้อยรายเพียงไม่กี่บริษัทเพราะมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ค่อนข้างสูง โดยส่วนมากจะเป็นร้านอาหารริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีชื่อเสียงหรือโรงแรมชั้นนำที่จัดเรือรองรับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว นอกจากนั้นในส่วนของการล่องเรือสำราญแบบค้างคืนมักจะเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สูงอายุและมีผู้ประกอบการที่ดำเนินการโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเรือโรงแรมที่มีเรือสำราญนำเที่ยวเป็นของตัวเอง

ตามเส้นทางท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขามีความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในภาพรวมแล้วจะมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติแต่เมื่อพิจารณาเป็นจังหวัดจะพบว่าในบริเวณกรุงเทพฯ มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สูงและสามารถสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการต่างๆในบริเวณพื้นที่ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น

4. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

หน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัดตามเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายและให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแง่ของนโยบายและการปฏิบัติแต่ยังขาดการประสานงานกันในกลุ่มเครือข่ายที่ทำหน้าที่ เน้นการบริหารจัดการตามแต่ละจังหวัดและยังขาดการบูรณาการในระดับเชิงพื้นที่ทำให้ขาดความเชื่อมโยงและขาดการสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับทุกฝ่าย นอกจากนั้นในส่วนของผู้ประกอบการยังไม่มีมีการรวมกลุ่มที่ชัดเจนทำให้ขาดอำนาจในการต่อรอง

ดังนั้นการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์จะมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐกับภาครัฐ ภาคเอกชนกับภาคเอกชน ภาครัฐกับภาคเอกชน จะต้องมีการประสานงานกันแบบบูรณาการในระดับเพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ให้มีความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับสูงและนำไปสู่การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาด้านต่างๆต่อไป

5. รัฐบาล

ในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยมีความไม่สงบทางการเมืองในประเทศส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนั้นยังทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความหวาดระแวงในการมาเที่ยวในประเทศไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยลดการท่องเที่ยวลงเนื่องจากไม่มั่นใจในสถานะเศรษฐกิจและความปลอดภัย ส่งผลให้ภาพรวมการท่องเที่ยวภายในประเทศชะลอตัวและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในภาคส่วนของการทำแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่คลัสเตอร์ดังกล่าว และการสนับสนุนการท่องเที่ยวทางแม่น้ำยังไม่มีแผนพัฒนาพื้นที่ที่ชัดเจน โดยมีส่วนที่สามารถส่งเสริมพัฒนาได้ในอนาคตคือเขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลางซึ่งถูกกล่าวไว้ในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ยุทธศาสตร์ที่ 2 “การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว – กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่” ซึ่งเป็นการเตรียมพร้อมพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการพัฒนาสินค้า บริการท่องเที่ยว ตามศักยภาพของแหล่งพื้นที่นั้นๆ ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดสิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและ นนทบุรี นอกจากนั้นยังมีการกระจายอำนาจไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีอำนาจในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่มีอิสระมากขึ้นแต่การบริหารจัดการงบประมาณยังเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนต่อไป

นอกจากภาครัฐแล้วหน่วยงานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวในประเทศอย่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการส่งเสริมด้านการตลาดในจังหวัดต่างๆอยู่เป็นระยะ ทั้งการจัดโครงการท่องเที่ยวตามกลุ่มจังหวัดต่างๆ การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวตามงานเทศกาลที่มีชื่อเสียงในแต่ละจังหวัด เป็นต้น

6. ผลกระทบภายนอก

การท่องเที่ยวแบบ Experience based หรือการท่องเที่ยวเชิงค้นหาประสบการณ์ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่สามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ๆให้กับนักท่องเที่ยวโดยกิจกรรมส่วนใหญ่จะเน้นการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น กิจกรรมด้านงานศิลปะ งานหัตถกรรม หรือการทำอาหารท้องถิ่นของชุมชน นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้ท่องเที่ยวแล้วยังได้เผยแพร่ขนบธรรมเนียม ศิลปะวัฒนธรรมไทยอีกด้วย

นอกจากนี้ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมากระแสการท่องเที่ยวแนว Green Tourism ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ลักษณะของการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้หันมาทำกิจกรรมใหม่ๆ นี้ เช่น การปั่นจักรยานชมธรรมชาติ การล่องเรือตามลำน้ำชมธรรมชาติ เป็นต้น นอกจากนั้นการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังเป็นการสร้างจิตสำนึกรักษ์ธรรมชาติให้กับนักท่องเที่ยวทุกคน

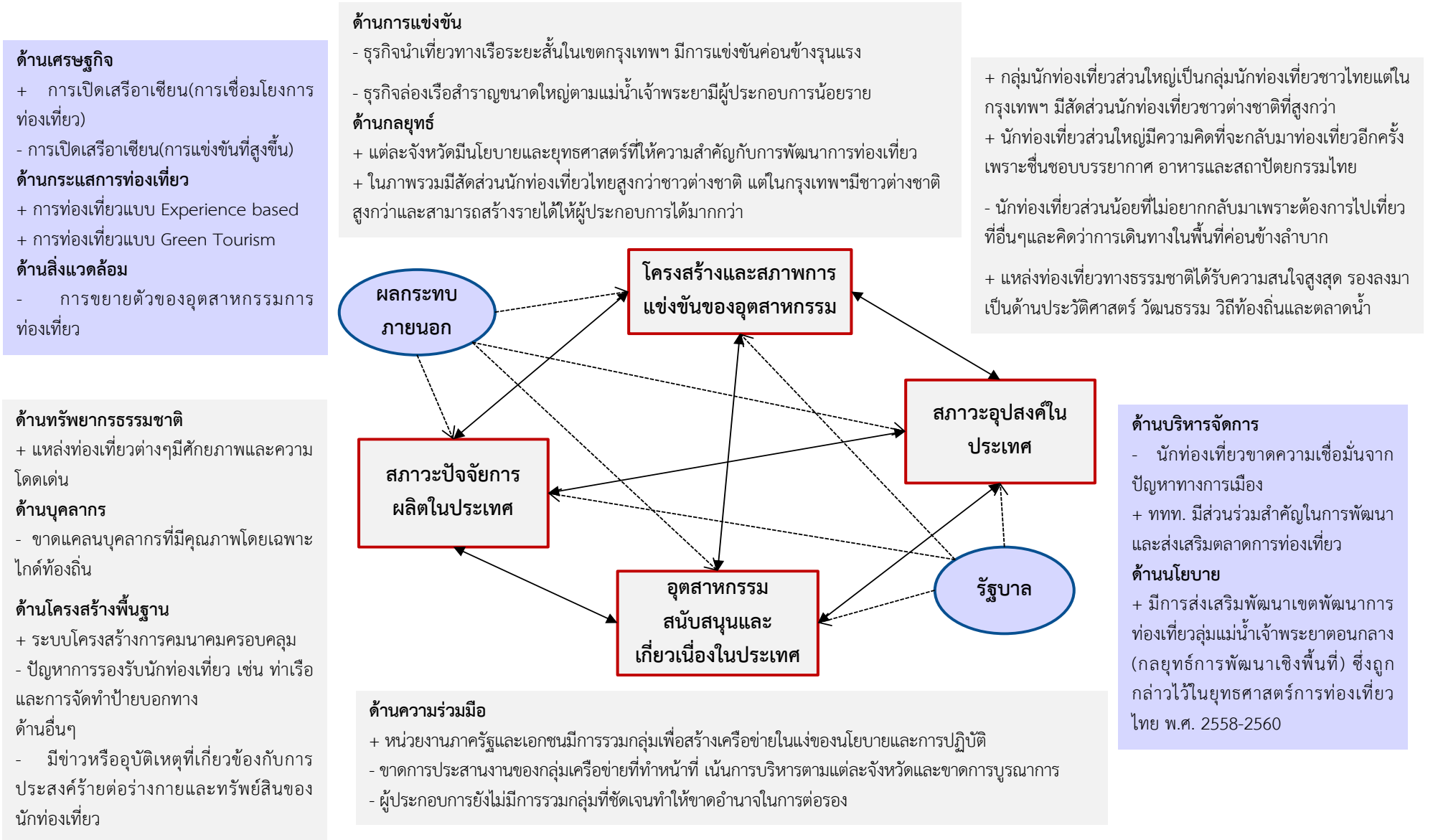
สภาพสิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งผลกระทบที่ต้องนำมาไตร่ตรองเพราะถ้าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวที่เกินขีดความสามารถที่จะรองรับได้ ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอาจได้รับความเสียหายจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบต้องเข้ามามีส่วนร่วมสำคัญในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การเปิดเสรีอาเซียนทางด้านการค้า การลงทุนส่งผลต่อด้านการท่องเที่ยวในหลายๆด้าน มีความเป็นไปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะได้รับประโยชน์จากการที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง

ในภูมิภาคนี้ได้สะดวกมากขึ้นอีกทั้งการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในรูปแบบแม่น้ำกับประเทศอื่นๆในภูมิภาคอาเซียนแต่ในทางตรงข้ามการเปิดเสรีอาเซียนอาจทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นจากประเทศในภูมิภาคในด้านการท่องเที่ยวทางน้ำได้เช่นกัน

ดังนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Diamond Model) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา โดยหัวข้อที่มีสัญลักษณ์ “+” คือ ส่วนที่มีผลกระทบด้านบวกและดีต่อธุรกิจ และหัวข้อที่มีสัญลักษณ์ “-” คือ ส่วนที่มีผลกระทบด้านลบและส่งผลไม่ดีต่อธุรกิจ ดังแผนภาพในด้านล่าง

แผนภาพที่ 135: การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (DIAMOND MODEL) พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสา



14.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) ด้านการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) ด้านการท่องเที่ยวแบ่งเป็นในส่วนของแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา เนื่องจากสภาพแวดล้อมของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและกลุ่มลำน้ำสาขามีความแตกต่างกันจึงสมควรที่จะมีการวิเคราะห์ที่แยกออกจากกัน โดยการวิเคราะห์ SWOT จะแบ่งออกเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกด้านการท่องเที่ยว (SWOT Analysis) ของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

จุดแข็ง	โอกาส
1. แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความโดดเด่นเป็นที่รู้จักดีทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ มีความสำคัญระดับประเทศ 2. ภาครัฐให้ความสำคัญสนับสนุนในการโปรโมตและจัดงานบนเรือ 3. สิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างดี มีโครงสร้างพื้นฐานพร้อม 4. สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย 5. มีการร่วมกลุ่มของภาคเอกชน มีภาคเอกชนเข้ามาลงทุนมูลค่าสูง 6. เส้นทางลำน้ำค่อนข้างกว้างจึงรองรับจำนวนเรือและนักท่องเที่ยวได้มาก 7. สามารถเที่ยวได้ทั้งกลางวันและกลางคืน 8. สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อีกมาก มีความไวต่อผลกระทบการท่องเที่ยวน้อย	1. มีความสนใจด้านการท่องเที่ยวทางน้ำมากขึ้น 2. ความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวภายในกลุ่มเจ้าพระยาด้วยกัน เนื่องจากเจ้าพระยามีหลายจังหวัด 3. ใช้เม็ดเงินลงทุนน้อย เพราะค่อนข้างมีความพร้อมมากอยู่แล้ว 4. รัฐบาลมีโครงการพัฒนาพื้นที่สาธารณะริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาตั้งแต่สะพานพระปิ่นเกล้าถึงสะพานพระราม 7 5. การเปิดเสรีอาเซียนส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ได้ง่ายขึ้น
จุดอ่อน	อุปสรรค
1. ท่าเรือส่วนใหญ่มีการปรับปรุงแล้ว แต่บางส่วนต้องมีการปรับปรุงให้มีคุณภาพมาตรฐานที่ดีขึ้น 2. ท่าเรือมีเจ้าของทั้งที่เป็นเอกชน กรมเจ้าท่า และสำนักทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ทำให้การ	1. การยกเลิกสถานีรถไฟฟ้ามหานคร จะทำให้การเชื่อมโยงการเดินทางทางเรือและเส้นทางการเข้าเมืองยุ่งยากมากขึ้น 2. การเปิดเสรีอาเซียนอาจทำให้มีการแข่งขันมาก

พัฒนาพื้นที่ท่าเรือมีความลำบากในการประสานงาน	ยังขึ้นในด้านการท่องเที่ยวทางน้ำ จากประเทศเพื่อนบ้าน
3. เป็นเส้นทางเรือขนส่งสินค้า และขาดการจัดการจราจรทางน้ำ ซึ่งอาจทำให้เกิดอันตรายได้	3. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เปลี่ยนไป ทำให้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของแม่น้ำเจ้าพระยาลดลง เช่น ตลิ่งทรุด
4. ยังขาดระบบเชื่อมโยงการเดินทางทางเรือและระบบการขนส่งสาธารณะอื่นๆ	

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกด้านการท่องเที่ยว (SWOT Analysis) ของกลุ่มลำนํ้าสาขา

จุดแข็ง	โอกาส
1. ชุมชนสองฝั่งที่เป็นบ้านเรือนเก่า ทรงไทย สวยงามและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างสำหรับนักท่องเที่ยว 2. มีการรวมตัวของชุมชน 3. มีวิถีชุมชนริมน้ำ เช่น การพายเรือ การหาปลา 4. คลองบางน้ำผึ้ง มีพื้นที่สีเขียวที่ยังค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ เดินทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร มีเส้นทางปั่นจักรยานสำรวจธรรมชาติ	1. มีความสนใจด้านการท่องเที่ยวแบบเน้นการเรียนรู้วิถีที่แตกต่าง (Experience-based) 2. สามารถสอดแทรกกิจกรรมของคนท้องถิ่นเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมได้ สอดคล้องกับธีมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน
จุดอ่อน	อุปสรรค
1. โครงสร้างพื้นฐานยังขาดความพร้อม เช่น ท่าเรือ 2. ยังไม่มีเรือโดยสาร ต้องใช้เรือเหมาซึ่งมีราคาสูง และเดินทางขึ้นลงท่าไม่ค่อยสะดวก 3. ต้องปรับปรุงความปลอดภัยบนเรือ เช่น เพิ่มเสื้อชูชีพ 4. มีระบบการสื่อความหมาย ส่วนใหญ่ผู้นำเที่ยวคือ คนขับเรือซึ่งอาจไม่ได้ให้ข้อมูลประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากนัก 5. ลำน้ำและพื้นที่สองริมฝั่งไม่ค่อยสะอาด เพราะลำน้ำมีลักษณะคดเคี้ยว ทำให้มีผักตบชวาและขยะ	1. การเติบโตของหมู่บ้านจัดสรรริมลำน้ำ ก่อสร้างโดยไม่เว้นระยะจาก 2 ริมคลอง บดบังทัศนียภาพสองริมฝั่ง 2. ยังไม่มีกฎหมายควบคุมการก่อสร้างและการครอบครองพื้นที่โดนดที่ติดกับคลองที่ยังไม่มีการประกาศเป็นคลองสาธารณะ ซึ่งอาจทำให้ในอนาคตอาจเกิดปัญหาการสร้างที่ดินกั้นคลอง 3. แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้โดยรถยนต์ อีกทั้งการเข้าถึงทางเรือต้องใช้เวลานานและลำบาก ดังนั้นการมาทางเรือจึงไม่ได้รับความ

6. การเปิดปิดประตูน้ำ ทำให้ไม่สามารถท่องเที่ยวได้ ตลอดเวลา และใช้เวลานาน 7. รongรับนักท่องเที่ยวทางเรือได้น้อยเพราะ ข้อจำกัดของพื้นที่	นิยม

14.3 การวางตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ได้รับการคัดเลือก

ในการวางตำแหน่ง (Positioning) ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่ได้รับการคัดเลือกนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาเส้นทางการเดินทางและจุดเด่นของแต่ละเส้นทางเพื่อทำการกำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและกลุ่มลำน้ำสาขา โดยมีประเด็นในการกำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยว คือ

ประเด็นในการกำหนด Positioning กลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

1. แหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นวัด วัง และมีประวัติศาสตร์โดดเด่นที่ Hard Side
2. ได้รับการสนับสนุนประชาสัมพันธ์มานาน
3. มีการลงทุนและจัดกิจกรรมของภาคเอกชนโดยเฉพาะช่วงเทศกาลลอยกระทงและสงกรานต์
4. มีเรือหลากหลายรูปแบบ
5. ทำเรืออำนวยความสะดวกปานกลาง ได้มาตรฐานแต่ต้องมีการปรับปรุงท่าเรือเก่าที่ทรุดโทรม
6. อุปสรรคในการเข้ามาแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะที่ดินริมน้ำมีราคาแพง และเจ้าของเดิมถือครองมานาน

ประเด็นในการกำหนด Positioning กลุ่มลำน้ำสาขา

1. เป็นเส้นทางการสัญจรของชุมชน ริมสองฝั่งเป็นบ้านเรือนของชุมชน บางเส้นทางมีบ้านเรือนไทย บางเส้นทางมีเรือนปั้นหยา แต่ไม่ได้มีการรักษาทัศนียภาพโดยตลอด
2. เส้นทางส่วนใหญ่ชุกชุมขายที่ตลาดน้ำ ตลาดริมน้ำและวัดของชุมชน
3. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการเรื่อนำเที่ยวและผู้ประกอบการขายของ
4. ลำน้ำแคบ จึงมีเรือขนาดเล็ก เช่น เรือหางยาว
5. มีประตูกั้นน้ำ ทำให้จัดการการท่องเที่ยวได้ยาก

คณะผู้วิจัยได้ทำการกำหนดตำแหน่งการท่องเที่ยวกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและกลุ่มลำน้ำสาขาดังแผนภาพในด้านล่าง คือ สำหรับกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตำแหน่งคือ “ความงามแห่งชาติ ประวัติศาสตร์ วัด วัง” และสำหรับกลุ่มลำน้ำสาขา คือ “สนุก สบาย สไตล์คนไทย เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น”

แผนภาพที่ 136: การกำหนดตำแหน่งของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและกลุ่มลำน้ำสาขา

เส้นทางการเดินทางและจุดเด่น					ประเด็นในการกำหนด Positioning	
แม่น้ำเจ้าพระยา : ความงามแห่งชาติ ประวัติศาสตร์ วัด วัง					กลุ่มแม่น้ำ	
1 แม่น้ำเจ้าพระยากรุงเทพและกรุงรัตนโกสินทร์ 2 แม่น้ำเจ้าพระยาอยุธยา (เกาะเมือง) 3 แม่น้ำเจ้าพระยาอยุธยา (บางปะอิน) 4 แม่น้ำเจ้าพระยานนทบุรี (เกาะเกร็ด) 5 แม่น้ำเจ้าพระยานนทบุรีและย่านท่าฉนวน 6 แม่น้ำเจ้าพระยาสมุทรปราการ 7 แม่น้ำเจ้าพระยาปทุมธานี	วัด/ประวัติศาสตร์	วิถีชุมชน	ธรรมชาติ	กิจกรรม/เทศกาล	• แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นวัด วัง และมีประวัติศาสตร์โดดเด่นที่ Hard Side • ได้รับการสนับสนุนประชาสัมพันธ์มานาน • มีการลงทุนและจัดกิจกรรมของภาคเอกชน โดยเฉพาะช่วงเทศกาลลอยกระทงและสงกรานต์ • มีเรือหลากหลายรูปแบบ • ทำเรืออำนวยความสะดวกปานกลาง ได้มาตรฐาน แต่ต้องมีการปรับปรุงท่าเรือเก่าที่ทรุดโทรม • Barrier to Entry ค่อนข้างสูง เพราะที่ดินริมแม่น้ำมีราคาแพง และเจ้าของเดิมถือครองมานาน	
	✓	✓		✓		
	✓					
	✓			✓		
	✓	✓	✓	✓		
	✓					
	✓					
ลำคลองสาขา : สนุก สบาย สไตล์คนไทย เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น					กลุ่มลำน้ำสาขา	
1 คลองอ้อมนนท์-คลองอ้อมน้อย-คลองบางกรวย-คลองบางคูเวียง 2 คลองบางกอกน้อยและคลองบางกอกใหญ่ 3 คลองเขตดลิ่งชัน 4 คลองบางน้ำผึ้ง	วัด/ประวัติศาสตร์	วิถีชุมชน	ธรรมชาติ	กิจกรรม/เทศกาล	• เป็นเส้นทางสัญจรของชุมชน ริมสองฝั่งเป็นบ้านเรือนของชุมชน บางเส้นทางมีบ้านเรือนไทย บางเส้นทางมีเรือนปั้นหยา แต่ไม่ได้รับการรักษาทัศนียภาพโดยตลอด • เส้นทางส่วนใหญ่จุดขายที่ตลาดน้ำ ตลาดริมน้ำ และวัดของชุมชน • ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการเรือท่องเที่ยวและผู้ประกอบการขายของ • ลำน้ำแคบ จึงมีเรือขนาดเล็ก เช่น เรือหางยาว • มีประตูกั้นน้ำ ทำให้จัดการการท่องเที่ยวได้ยาก	
	✓	✓				
	✓	✓				
		✓				
		✓	✓			

ในภาพรวมกลุ่มคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาสามารถถูกจัดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “ชื่นชมปราสาทพระราชวัง วัดวาอาราม ตี๋มดำประวัติศาสตร์ชาติ สัมผัสและเรียนรู้วิถีวิถีไทย” ซึ่งเป็นการสังเคราะห์ตำแหน่งของคลัสเตอร์ผ่านการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยว ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ห่วงโซ่มูลค่า และสภาพแวดล้อม ซึ่งการกำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของกลุ่มคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาจะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการพื้นที่ต่อไป

14.4 การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ตามห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain)

กลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

องค์ประกอบห่วงโซ่มูลค่า	ที่เป็นอยู่ (As is)	ที่ควรจะเป็นหรือมีเพิ่ม (To be)
การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว	- กลุ่มที่มีศักยภาพสูงมีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการเรือ - ในด้านชุมชน มีการรวมตัวอย่างชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยวที่แบ่งเป็นพื้นที่เดียวกัน เช่น เกาะเกร็ด - เนื่องจากเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ จึงสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น - หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมค่อนข้างมากในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว - เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลกระทบการบริหารจัดการขยะจึงตามมา - ปัจจุบันเอกชนเป็นผู้มีบทบาทหลักในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว	ชุมชนโดยรอบควรมีการจัดแคมเปญเพื่อรณรงค์การรักษาความสะอาดและการปรับภูมิทัศน์
ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว	- แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม - มีกิจกรรมงานประเพณีสำคัญ เช่น งานสงกรานต์ งานลอยกระทง งานประเพณีแข่งเรือยาว - สามารถท่องเที่ยวได้โดยการล่องเรือรอบและแวะตามสถานที่ต่างๆ ริมน้ำ โดยเรือโดยสาร - ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ มีป้ายหรือโบรชัวร์อธิบายเรื่องราวและประวัติศาสตร์ - แหล่งท่องเที่ยวที่มีชุมชนชัดเจน มีการชู	- พัฒนาระบบการสื่อความหมายบนเรือท่องเที่ยว โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น Application Guide - พัฒนาเรือท่องเที่ยวที่สวยงามคงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวที่รักความสบายและกลุ่มที่ชอบเสพบรรยากาศ - เพิ่มเติมกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น

องค์ประกอบห่วงโซ่มูลค่า	ที่เป็นอยู่ (As is)	ที่ควรจะเป็นหรือมีเพิ่ม (To be)
	เอกลักษณ์และมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมเพื่อเรียนรู้ เช่น เกษะเกร็ด มีกิจกรรมปั่นเครื่องปั้นดินเผา	การทำอาหาร การเย็บปักถักร้อย นวด หรือ ศิลปะ
การพัฒนาตลาดและการประชาสัมพันธ์	- กรุงเทพฯ จังหวัดนนทบุรี และพระนครศรีอยุธยา เป็นไฮไลต์ของการมาเที่ยวประเทศไทย และผู้ประกอบการทัวร์เป็นจำนวนมากให้บริการล่องเรือในเส้นทางดังกล่าว จึงมีการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมาก ทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติ - จังหวัดปทุมธานีและทำนายนนท์ ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์และการตลาดมากนัก - มีการโปรโมตการล่องแม่น้ำในงานท่องเที่ยวและขายพวงในแพคเกจของเอเจนซีทัวร์ต่างๆ - มีการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยาในสื่อออนไลน์	พัฒนาเว็บไซต์กลางที่แนะนำเส้นทางและบริการต่างๆ ในเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจแม่น้ำเจ้าพระยา
โครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	- พื้นที่ส่วนใหญ่มีความพร้อมของท่าเรือ ที่จอดรถ ร้านค้า ห้องน้ำ เนื่องจากถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวมานาน - แหล่งท่องเที่ยวมีถนนเข้าถึง ผู้คนจำนวนมากจึงเดินทางโดยรถยนต์มากกว่าเส้นทางน้ำ - มีป้ายบอกทางและป้ายอธิบายประวัติความเป็นมาของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว - ท่าเรือสาทร ซึ่งเชื่อมกับเส้นทางรถไฟฟ้า ยังไม่มีป้ายบอกเส้นทางล่องเรือเที่ยวให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ	- ท่าเรือควรมีการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย - การปรับปรุงสร้างท่าเรือใหม่โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อให้ขัดแย้งกับ Theme ของพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก - ท่าเรือจุดเชื่อมโยงกับการคมนาคมด้านอื่นต้องมีป้ายเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถวางแผนการเดินทาง

องค์ประกอบห่วงโซ่มูลค่า	ที่เป็นอยู่ (As is)	ที่ควรจะเป็นหรือมีเพิ่ม (To be)
		ได้ด้วยตนเอง
การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร	- มีมัคคุเทศก์ค่อนข้างพร้อม ทั้งบนเรือ และในแหล่งท่องเที่ยว - ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวบางราย ไม่มีจรรยาบรรณในการทำธุรกิจ หลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว - ผู้ให้บริการเรือโดยสารเจ้าหลัก มีเจ้าหน้าที่เพียงพอและมีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ	- สร้างความตระหนักและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมาตรฐานอัตราค่าบริการ เวลาเปิดปิดของสถานที่ - กำหนดระเบียบลงโทษการกระทำที่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวที่เข้มงวด - อบรมทักษะภาษาต่างประเทศให้แก่มัคคุเทศก์
การสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยง	- มีความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวภายในกลุ่มคลัสเตอร์ลำน้ำเจ้าพระยา คือ การล่องเรือเที่ยวตั้งแต่กรุงเทพฯ นนทบุรี และอยุธยา แต่ปัจจุบันไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก - เนื่องจากใช้เวลานานและสองข้างทางไม่ค่อยมีสิ่งที่น่าสนใจ	มีความเป็นไปได้ในการผูกเรื่องราวประวัติศาสตร์กรุงเก่าในแต่ละยุคสมัย สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของพื้นที่

กลุ่มลำน้ำสาขา

องค์ประกอบห่วงโซ่มูลค่า	ที่เป็นอยู่ (As is)	ที่ควรจะเป็นหรือมีเพิ่ม (To be)
การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว	- ชุมชนภายใต้การจัดการของ อบต. เป็นหน่วยหลักในการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวในลำคลอง - ชุมชนที่มีความตื่นตัวในการจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น ชุมชนบางน้ำผึ้งในเส้นทางคลองบางน้ำผึ้ง ชุมชนกำแพงทองพัฒนา โดยเฉพาะการตลาด และการพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางให้เป็นแหล่งพักผ่อนและท่องเที่ยว - บางชุมชนได้รับการสนับสนุนจากภาคการศึกษาและมหาวิทยาลัยในการปรับปรุงภูมิทัศน์ แต่จำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน - ยังขาดการจัดเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว - การเปิด-ปิดประตูน้ำมีผลอย่างยิ่งต่อการจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ	- อบต. และ อบจ. มีการผลักดันด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น โดยรับฟังความเห็นของชุมชน การประชาคม - จัดแคมเปญเพื่อรณรงค์การรักษาความสะอาดและการปรับปรุงภูมิทัศน์
ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว	- นำเสนอคุณค่าด้านวิถีชีวิตชุมชน - กลุ่มลำคลองที่มีศักยภาพสูงและระดับปานกลาง มีความโดดเด่น และได้รับความนิยมจากการนำเสนอ Workshop กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ สอดแทรกการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การสอนพับท่อน้ำกาก สอนทำรูปหอม ทำผ้ามัดย้อม - บางอย่างมีการศักยภาพในการท่องเที่ยวได้เพิ่มเติมแต่ยังไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ เช่น คลองบางกอกใหญ่ - การท่องเที่ยวทางน้ำ ปัจจุบันมีเพียงเรือเช่าเหมาลำ ยังไม่มีเรือโดยสาร	- พัฒนากิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพิ่มเติม เช่น การแกะสลัก - สร้างกฎข้อบังคับมาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวดแก่เรือโดยสาร

องค์ประกอบห่วงโซ่มูลค่า	ที่เป็นอยู่ (As is)	ที่ควรจะเป็นหรือมีเพิ่ม (To be)
	บริการเรือนำเที่ยวยังไม่มีมาตรฐานความปลอดภัยบนเรือ เช่น เสื้อชูชีพ จำนวนผู้โดยสาร	
การพัฒนาตลาดและการประชาสัมพันธ์	- คลองบางกอกน้อยนักท่องเที่ยวรู้จักเส้นทางการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ และการค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง หรือ รู้จักจากผู้ประกอบการที่ทำเรือ - คลองบางกอกใหญ่ เดินทางโดยง่ายจากแม่น้ำเจ้าพระยา จึงมีการประชาสัมพันธ์โดยผู้ประกอบการเรือ พ่วงไปกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - คลองบางน้ำผึ้ง และคลองตลิ่งชัน เน้นการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ ไม่ได้มีการรวมตัวกันกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ - คลองอ้อมนนท์ เป็นคลองที่รู้จักกันในพื้นที่ ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวมากนัก	การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละจุดในชุมชน และประชาสัมพันธ์ร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น
โครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	- ภูมิทัศน์สองริมฝั่งไม่สวยงาม มีการทิ้งขยะจากบ้านเรือน - เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าถึงด้วยเส้นทางรถยนต์ได้สะดวกกว่า นักท่องเที่ยวจึงนิยมท่องเที่ยวทางรถมากกว่าทางน้ำ - ยังไม่ค่อยมีป้ายบอกทางและป้ายอธิบายประวัติความเป็นมาของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว และมีเพียงภาษาไทย	- ควรมีการเพิ่มป้ายบอกทางและป้ายอธิบายประวัติความเป็นมาของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว และป้ายภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นๆ - มีการตรวจสอบท่าเรือให้ได้มาตรฐาน และมีเอกลักษณ์ของความเป็นวิถีชุมชน
การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร	ไม่ค่อยมีมัคคุเทศก์ หรือ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการนำเที่ยวมากนัก	อบรมทักษะภาษาให้แก่มัคคุเทศก์ท้องถิ่น

องค์ประกอบห่วงโซ่มูลค่า	ที่เป็นอยู่ (As is)	ที่ควรจะเป็นหรือมีเพิ่ม (To be)
	• ปัจจุบันคนขับเรืออาจมีบทบาทบ้างในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่เรือล่องผ่าน แต่ไม่ได้มีการเล่าถึงประวัติ ที่มา และยังไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างชาติได้ดีนัก • ควรมีการเพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์และฝึกอบรมทักษะภาษา รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับชุมชนและภูมิปัญญาของท้องถิ่น เพื่อให้สามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	โดยการสนับสนุนจากภาคการศึกษา เช่น คณะครุศาสตร์ และคณะอักษรศาสตร์ เป็นต้น
การสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยง	• มีการร่วมมือกันของตลาดน้ำบางแห่ง เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชันและคลองบางหลวง • การล่องคลองค่อนข้างใช้เวลานาน และไม่สะดวกสบายสำหรับผู้สูงอายุ หรือ ผู้พิการ จึงมีความเป็นไปได้น้อยในการเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ	• แต่ละชุมชนควรมีการหารือและวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน โดยหาจุดเด่นของแต่ละชุมชนที่ไม่ทับซ้อนกับชุมชนอื่น ซึ่งภาครัฐหรือภาคเอกชนควรเข้ามาเป็นผู้กระตุ้นและจุดประกาย

บทที่ 5

แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริม แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานคร และสมุทรปราการ คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินและคัดเลือกจังหวัดที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวที่โดดเด่น จำนวน 5 จังหวัด คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานคร และสมุทรปราการ โดยสามารถสรุปเส้นทางการท่องเที่ยวออกมาเป็น 11 เส้นทางที่มีความโดดเด่น โดยแต่ละเส้นทางมีศักยภาพที่แตกต่างกันตามการวิเคราะห์ในส่วนก่อนหน้า

คณะผู้วิจัยจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขามาตามบท ต่อไปนี้

ส่วนที่ 15 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

ส่วนที่ 15 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

15.1 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา ปี พ.ศ. 2561-2565 (ค.ศ. 2018-2022) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ มาตรการ ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงานโครงการและกิจกรรมการดำเนินงานตามแผน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วิสัยทัศน์

“แม่น้ำเจ้าพระยา ทรงคุณค่าประวัติศาสตร์ สมบัติของชาติ เอกลักษณ์และวิถีชีวิตไทย ริมฝั่งข้ามผ่านกาลเวลา เชื่อมโยงอาเซียน อย่างยั่งยืน”

คำอธิบายวิสัยทัศน์: พัฒนาให้พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำกลับมามีชีวิตชีวา มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สนุกสนานและเดินทางได้สะดวกสบาย โดยมุ่งเน้นเส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าเสนอคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมของชาติที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ประกอบกับวิถีชีวิตของชาวบ้านบน 2 ริมฝั่ง ที่พัฒนามาอย่างยาวนานผ่านยุคสมัยกรุงศรีอยุธยาและรัตนโกสินทร์ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดในการมาเยือนประเทศไทย

พันธกิจการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย พื้นฟูสถาปัตยกรรม สมบัติของชาติ เพื่อให้คงอยู่สืบไปในอนาคต และคงอัตลักษณ์ความเป็นไทยให้อยู่คู่กับสายน้ำเจ้าพระยา
2. พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและจุดพักผ่อนหย่อนใจของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้คนในชุมชน โดยการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ และการปรับปรุงภูมิทัศน์ของทั้ง 2 ริมฝั่งเจ้าพระยา

4. สร้างระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน คำนึงถึงการรักษาสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน พัฒนาทุนมนุษย์ให้มี ศักยภาพและมาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวและเป็นเจ้าภาพที่ดี
5. ส่งเสริมการขยายตลาดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยว คุณภาพที่มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความสนใจทางด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
6. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เป้าประสงค์

5. เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มจังหวัดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและกระจายรายได้สู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง
6. พัฒนาทัศนียภาพ ภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมของริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาให้สวยงาม น่าชม เป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นจุดพักผ่อนหย่อนใจของชุมชน และสามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัด
7. รักษาเอกลักษณ์และสืบทอดศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาให้คงอยู่
8. พัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา ให้สามารถขยายการพัฒนาให้ครอบคลุมทั้ง 10 จังหวัดในช่วง 10 ปีข้างหน้า

มาตรการ

มาตรการ หมายถึง ช่วงเวลาของการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ การพัฒนาการท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา ตลอดจนระยะเวลาที่ต้องการให้ เห็นผลลัพธ์ของการดำเนินงาน โดยกำหนดมาตรการออกเป็น 3 ระยะ ภายใน 5 ปี คือ ระหว่างปี 2561-2565

มาตรการระยะสั้น คือ ดำเนินการระหว่างปี 2561-2562 (ค.ศ. 2018-2019)

มาตรการระยะกลาง คือ ดำเนินการระหว่างปี 2563-2564 (ค.ศ. 2020-2021)

มาตรการระยะยาว คือ ดำเนินการระหว่างปี 2561-2565 (ค.ศ. 2018-2022)

ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนแบบประชารัฐในทุกภาคีที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองให้เป็นที่น่าจดจำ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในและนอกคลัสเตอร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตผู้คนในอาเซียน

ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัด และโครงการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนแบบประชารัฐในทุกภาคีที่เกี่ยวข้อง

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. เกิดการบริหารจัดการคลัสเตอร์ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรมของคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา
2. นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการเป็นคลัสเตอร์ของพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาทลอดจนความเป็นไปได้ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกันกับจังหวัดอื่นๆ ในคลัสเตอร์
3. ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนรวมในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและส่งผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนน้อย
4. ร้อยละ 85 ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการพัฒนา
5. ภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามีผลประกอบการดีขึ้น
6. การรวมกลุ่มของภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อยกระดับมาตรฐานบริการ หรือพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน
7. เกิดการจัดหลักสูตรฝึกอบรม/เวิร์คช็อปสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
8. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยามีฝีมือในการให้บริการการท่องเที่ยว มีทักษะภาษาและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและประวัติศาสตร์ของกลุ่มน้ำเจ้าพระยา สามารถถ่ายทอดและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้
9. เกิดการจัดหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 1.1 สร้างระบบการทำงานร่วมกันในคลัสเตอร์ให้มีความเข้มแข็ง
- กลยุทธ์ที่ 1.2 สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา
- กลยุทธ์ที่ 1.3 กำหนดมาตรฐานและสร้างมาตรการทางสังคม วัฒนธรรม และกฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาผลกระทบเชิงลบทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา
- กลยุทธ์ที่ 1.4 ส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากภาครัฐและภาคเอกชน
- กลยุทธ์ที่ 1.5 Business Alliances การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของกลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน
- กลยุทธ์ที่ 1.6 เสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการภาคเอกชน
- กลยุทธ์ที่ 1.7 พัฒนาทักษะภาษาและความรู้ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์

ตารางที่ 17: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนแบบประชารัฐในทุกภาคที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์ 12 แผนงาน 28 โครงการ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลไกการ ขับเคลื่อนแบบประชารัฐ ในทุกภาคที่เกี่ยวข้อง	กลยุทธ์ที่ 1.1 สร้างระบบ การทำงานร่วมกันใน คลัสเตอร์ให้มีความ เข้มแข็ง	1. การสร้างกลไกการ ทำงานร่วมกันของ คณะกรรมการพัฒนา ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา	1. การจัดตั้ง คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา 2. จำนวนเครือข่าย คลัสเตอร์การ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยาที่มีการ ทำงานร่วมกัน 1 เครือข่าย 3. จำนวนครั้งของการ ประชุมของเครือข่าย การท่องเที่ยวไม่น้อย กว่า 4 ครั้งต่อปี	1. โครงการการจัดตั้ง คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อ เป็นตัวขับเคลื่อน พัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยวในพื้นที่ และเชื่อมโยงการ ทำงานและความ เข้าใจระหว่างผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียต่างๆ	• สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด (หน่วยงานหลัก) • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ที่ปรึกษา) • สมาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น (คณะกรรมการ) • สถานศึกษา • สมิติจังหวัด • สำนักงานวัฒนธรรม ประจำจังหวัด • หอการค้าไทยและสภา หอการค้าแห่งประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
					ไทย *เน้นการทำงานที่ ชัดเจน ต่อเนื่องและไม่ทับซ้อน
		2. การสร้างฐานข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวและ สถิติการท่องเที่ยว	1. ฐานข้อมูลครอบคลุม แหล่งท่องเที่ยวตาม เส้นทางท่องเที่ยว ริมแม่น้ำเจ้าพระยาไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85 2. มีการค้นพบเส้นทาง การท่องเที่ยวใหม่ ตามแนวแม่น้ำ เจ้าพระยาและลำน้ำ สาขาไม่น้อยกว่า 10 เส้นทาง 3. สามารถนำฐานข้อมูล มาวิเคราะห์และ ประยุกต์ใช้งานเพื่อ การบริหาร จัดการได้	2. โครงการเก็บสถิติ เส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงความปลอดภัย ของการเดินเรือและ เพิ่มเติมข้อมูลให้กับ นักท่องเที่ยว	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด - คณะกรรมการ สนับสนุนกำกับและ ติดตามการจัดทำสถิติ นักท่องเที่ยวและรายได้ ด้านการท่องเที่ยว - สถิติจังหวัด - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น (ติดตามผลอย่าง ต่อเนื่อง) - หอการค้าไทยและสภา หอการค้าแห่งประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
					ไทย
	กลยุทธ์ที่ 1.2 สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ร่วมกัน	3. การสร้างและพัฒนา กลไกการทำงาน คลัสเตอร์แม่น้ำ เจ้าพระยา โดยชุมชน และองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	1. เครือข่าย คลัสเตอร์การ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยาที่มีการ ทำงานร่วมกัน 1 เครือข่าย 2. ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามี ส่วนรวมในการ พัฒนาการท่องเที่ยว ให้เกิดความยั่งยืน และส่งผลกระทบเชิง ลบต่อชุมชนน้อย 3. จำนวนชุมชนที่เข้า ร่วมโครงการ พัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชน (CBT) 4. จำนวนองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น	3. โครงการสร้างและ พัฒนากลไกการ ทำงานคลัสเตอร์ แม่น้ำเจ้าพระยาโดย ชุมชนและองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา - เครือข่ายการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - ชุมชนคลองบางลำพู - ชุมชนเกาะเกร็ดและทำ น้านนท์ - ชุมชนวัดศาลเจ้า,ศาลา กลางเก่า,วัดสำแล,วัด โบสถ์,วัดศาลาแดงเหนือ ในจังหวัดปทุมธานี - ชุมชนบริเวณ บางไทร, บางปะอิน และเกาะเมือง - สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภา

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			ที่เข้าอบรม 5. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมการพัฒนาไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 6. จำนวนคนที่เข้าร่วมเป็นตำรวจอาสาสมัครอาสาสมัครด้านการท่องเที่ยว อาสาสมัครเพื่อสนับสนุนตำรวจท่องเที่ยว และอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยทางน้ำไม่น้อยกว่า 200 คนในคลัสเตอร์		หอการค้าแห่งประเทศไทย
				4. โครงการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการ	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - สถาบันการศึกษา

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				การท่องเที่ยวและ การพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวให้กับ องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น	• สมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • สมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด • หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
				5. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)	• องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น • สถาบันการศึกษา(กศน.) • สำนักงานวัฒนธรรมประจำจังหวัด • สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ (เน้นการฝึกอบรม) • สมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
				6. โครงการสำรวจ	• องค์กรปกครองส่วน

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				อาสาสมัครดูแลรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนของตนเอง และพัฒนาอาสาสมัครด้านการท่องเที่ยว อาสาสมัครเพื่อสนับสนุนตำรวจท่องเที่ยว และอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยทางน้ำ	ท้องถิ่น • สถานีตำรวจ(ตำรวจน้ำ, ตำรวจท่องเที่ยว) • อปพร. • กรมเจ้าท่า • สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	กลยุทธ์ที่ 1.3 กำหนดมาตรฐานและสร้างมาตรการทางสังคม วัฒนธรรม และกฎหมาย เพื่อแก้ไขปัญหาผลกระทบเชิงลบทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	4. การพัฒนามาตรฐานจิตสำนึก และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. มีการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ดีในพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา 3. จำนวนผู้ประกอบการ	7. โครงการกำหนดมาตรฐานและแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ดี (Good Business Practice) โดยผู้ประกอบการในแม่น้ำเจ้าพระยาและเครือข่าย รวมถึงการกำหนดบทลงโทษที่	• สมาคม/ชมรมผู้ประกอบการในพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			ที่เข้าร่วมโครงการ รางวัลผู้ประกอบการ ดีเด่นตามแนวทางการ ดำเนินการไม่น้อยกว่า 30 รายต่อปี 4. จำนวนมัคคุเทศก์ใน โครงการการเป็นผู้นำ การท่องเที่ยวที่ดีไม่ น้อยกว่า 15 รายต่อ ปี	ชัดเจนในการกำกับ ดูแล	- ตัวแทนชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา - กรมเจ้าท่า - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
				8. โครงการกวดขันและเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจตราการประกอบธุรกิจเรือ	- กรมเจ้าท่า - ตำรวจน้ำ - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
				9. โครงการสร้างจิตสำนึกมัคคุเทศก์ใน	สมาคม/ชมรมมัคคุเทศก์ในพื้นที่

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				การเป็นผู้นำการ ท่องเที่ยวที่ดี	แม่ข่ายเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - สถานศึกษา
		5. การสร้างจิตสำนึก การมีส่วนร่วมและ การเป็นเจ้าของ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมแม่น้ำ เจ้าพระยา	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มา ท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า ร้อยละ 85 2. ชุมชนที่เข้าร่วม โครงการสร้าง จิตสำนึกในการเป็น เจ้าบ้านที่ดีไม่น้อย กว่า 15 ชุมชนต่อปี 3. ความพึงพอใจของ ผู้เข้าร่วมโครงการไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85 4. ชุมชนมีความรู้สึกถึง การมีส่วนร่วมและ	10. โครงการรางวัลชุมชน ดีเด่น	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น - สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจังหวัด - ประชาสัมพันธ์ จังหวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			เป็นเจ้าของ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมแม่น้ำ เจ้าพระยาร่วมกัน		
				11. โครงการสร้าง จิตสำนึกในการเป็น เจ้าบ้านที่ดี และการ เป็นเจ้าของ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมแม่น้ำ เจ้าพระยาร่วมกัน	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น • สถาบันการศึกษาใน พื้นที่ • สมาคม/ชมรม มัคคุเทศก์ในพื้นที่ แม่น้ำเจ้าพระยา • สมาคม/ชมรม ผู้ประกอบการใน พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา • ประชาสัมพันธ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
					จังหวัด
		6. การพัฒนามาตรการและกฎหมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น	1. ชุมชนและผู้ประกอบการเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำเจ้าพระยาและพื้นที่โดยรอบ 2. มีการดำเนินโครงการ “รักษ์เจ้าพระยา” อย่างต่อเนื่องทุกปี 3. ขยะและสิ่งสกปรกลดลงร้อยละ 70 ในพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา โดยเฉพาะในเขตชุมชนและท่าเรือ 4. ฝักตบขवालดลงร้อยละ 50 ในพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำ	12. โครงการอบรมกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำเจ้าพระยาและพื้นที่โดยรอบเพื่อนำมาใช้ในการลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น	- สถาบันการศึกษาในพื้นที่ - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - ตำรวจท่องเที่ยว - ตำรวจน้ำ - กรมเจ้าท่า

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			สาขา		
				13. โครงการ “ผักตบชวา สร้างรายได้” เพื่อให้ ประชาชนร่วมมือกัน เก็บผักตบชวาใน พื้นที่ของตน โดย ภาครัฐกำหนด ระยะเวลาในการมอบ รางวัลแก่ผู้นำ ผักตบชวามาขายและ สามารถนำไปแปรรูป	- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - พัฒนาชุมชน - แรงงานจังหวัด
	กลยุทธ์ที่ 1.4 ส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากภาครัฐและภาคเอกชน	7. สนับสนุนและส่งเสริมกิจการ การค้าและการลงทุนของประกอบการของผู้ประกอบการภาคเอกชน	1. ผู้ประกอบการภาคเอกชนมีผลประกอบการที่ดีขึ้น 2. เกิดการจัดกิจกรรมงานสัมมนาของภาครัฐ/งานประเพณีระดับจังหวัดในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา 2-3	14. โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรมประเพณี/งานสัมมนาของภาครัฐหรือภาคเอกชนในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา หรือบนเรือล่องแม่น้ำ	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของแต่ละจังหวัด - กรมเจ้าท่า

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			ครั้งต่อปี 3. เกิดการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยามากขึ้น	เจ้าพระยา	- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือเทศบาล - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
				15. โครงการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชน เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสถานที่พัก/ธุรกิจการล่องเรือ/การขนส่ง	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
		8. ส่งเสริมกิจการ การค้าของ ผู้ประกอบการ รายย่อยและกิจการ เพื่อสังคม (Social Enterprise) รุ่นใหม่ ในด้านการท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. มีผู้ประกอบการธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวใน พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ใน ปีแรก 3. บริการของกลุ่ม กิจการเพื่อสังคม ครอบคลุมแหล่ง ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ เจ้าพระยาอย่างน้อย 10 แห่ง	16. โครงการส่งเสริมการ จัดตั้งวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ด้านการท่องเที่ยว	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทยของแต่ละ จังหวัด - สำนักงานส่งเสริม กิจการเพื่อสังคม แห่งชาติ - สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย - หอการค้าไทยและ สภาหอการค้าแห่ง ประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				17. โครงการส่งเสริม กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ด้านการท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทยของแต่ละ จังหวัด - สำนักงานส่งเสริม กิจการเพื่อสังคม แห่งชาติ - สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย - หอการค้าไทยและ สภาหอการค้าแห่ง ประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ 1.5 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของกลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน (Business Alliances)	9. การผลักดันและส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการภาคเอกชน	1. เกิดเครือข่ายความร่วมมือไม่น้อยกว่า 4 เครือข่ายใน 2 ปี 2. เครือข่ายมีการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างน้อย 2 กิจกรรม	18. โครงการส่งเสริมการสร้างธัม จัด Event หรืองานสัมมนาเพื่อทำการตลาดร่วมกัน	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - เครือข่ายผู้ประกอบการภาคเอกชน - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
				19. โครงการการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดร่วมกัน	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
					และกีฬาจังหวัด • เครือข่ายผู้ประกอบการภาคเอกชน • สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
	กลยุทธ์ที่ 1.6 เสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการภาคเอกชน	10. เพิ่มศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ	1. เกิดการจัดหลักสูตรฝึกอบรม/เวิร์คช็อปสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง/ปี 2. ผู้ประกอบการมีผล	20. โครงการจัดหลักสูตรฝึกอบรมเพิ่มความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การใช้นวัตกรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การเข้าถึงทุน	• คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • สถาบันการศึกษา • สำนักงานส่งเสริม

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			การดำเนินงานดีขึ้น ร้อยละ 20		วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม • สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย • หอการค้าไทยและ สภาหอการค้าแห่ง ประเทศไทย
				21. โครงการคลินิกให้ คำปรึกษาแก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยว	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • สถาบันการศึกษา • สำนักงานส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ 1.7 พัฒนาทักษะภาษาและความรู้ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์	11. สนับสนุนการผลิตและการพัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่นมัคคุเทศก์อาสาและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	1. จำนวนมัคคุเทศก์อาสาและมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวหรือจุดท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 2. ชุมชนตื่นตัวและมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน 3. ผู้ประกอบการมีผลการดำเนินงานดีขึ้นร้อยละ 20	22. โครงการหน่วยบริการมัคคุเทศก์อาสาพาทัวร์	• สำนักทะเบียนและธุรกิจนำเที่ยวกรมการท่องเที่ยว • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น • ชุมชน • สถาบันการศึกษา • ผู้ประกอบการภาคเอกชน
				23. โครงการจัดกิจกรรม Tourism Consulting Project ให้กับชุมชนโดยสถาบันศึกษาด้านการท่องเที่ยว	• สำนักทะเบียนและธุรกิจนำเที่ยวกรมการท่องเที่ยว • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
					- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - ชุมชน - สถาบันการศึกษา - ผู้ประกอบการภาคเอกชน - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
		12. ฝึกอบรมและเสริมสร้างทักษะให้แก่มัคคุเทศก์ท้องถิ่น มัคคุเทศก์อาสาและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	1. จำนวนสถาบันศึกษาด้านการท่องเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการมัคคุเทศก์อาสาไม่น้อยกว่า 3 แห่ง 2. สถิติการใช้บริการมัคคุเทศก์เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ใน 2 ปีแรกของโครงการ	24. โครงการจัดหลักสูตรฝึกอบรมทักษะทางด้านภาษา ให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ท้องถิ่นและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - สถาบันการศึกษา - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			3. หลักสูตรฝึกอบรม ภาษา/ทักษะการนำ เที่ยว/ความรู้ ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมไม่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี 4. สารสนเทศ/เทป บันทึก/สื่อสิ่งพิมพ์ รวบรวมเรื่องราว ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของพื้นที่ ริมฝั่งเจ้าพระยา		ชุมชน
				25. โครงการพัฒนาการ สื่อสารให้กับกลุ่ม สามล้อ/ ผู้ประกอบการเรื่อนำ เที่ยว/รถท้องถิ่นเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์พื้นที่ริม	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - สถาบันการศึกษา - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				ฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา	ผู้ประกอบการในพื้นที่ • ชุมชน
				26. โครงการจัดกิจกรรมเวิร์คช็อป (Workshop) การเป็นผู้นำเที่ยวที่ดี และทักษะการนำเที่ยวให้สนุก และน่าประทับใจ	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • สถาบันการศึกษา • องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น • ชุมชน • สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
				27. โครงการจัดหลักสูตรให้ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวให้แก่บุคลากรด้านการ	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • สถาบันการศึกษา • องค์กรปกครองส่วน

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				ท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ท้องถิ่น และชุมชนใน แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	ท้องถิ่น • ชุมชน
				28. โครงการ เวิร์คช็อป Workshop การสร้าง บันทึกร่องรอย ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้ำค่าของ ชุมชน	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - สถาบันการศึกษา - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น - ชุมชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. ร้อยละ 85 ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขามีความพึงพอใจ
2. นักท่องเที่ยวคุณภาพมีจำนวนมากขึ้น
3. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
4. พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยามีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการคมนาคมโดยเฉพาะทางน้ำ และระบบสาธารณูปโภคที่ดีได้มาตรฐานพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว
5. พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยามีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนที่มากขึ้น

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 2.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
- กลยุทธ์ที่ 2.2 การพัฒนาการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- กลยุทธ์ที่ 2.3 การพัฒนาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- กลยุทธ์ที่ 2.4 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัย

ตารางที่ 18: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ 6 แผนงาน 20 โครงการ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐานสากล	กลยุทธ์ที่ 2.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ (Logistic) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. นักท่องเที่ยวคุณภาพมีจำนวนมากขึ้น 3. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 4. จำนวนโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการคมนาคมโดยเฉพาะทางน้ำ และระบบสาธารณูปโภคที่ได้มาตรฐานพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว	1. โครงการทางจักรยาน เลียบแม่น้ำเจ้าพระยา	- กรุงเทพมหานคร - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร
				2. โครงการเพิ่มไฟและ	คณะกรรมการ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				แสงสว่างตามแหล่ง ท่องเที่ยว และ เส้นทางการท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์	พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • องค์การปกครองส่วน ท้องถิ่น • กรมทางหลวง • กรมทางหลวงชนบท
				3. โครงการพัฒนาระบบ สื่อความหมายที่ได้ มาตรฐานและมี เอกลักษณ์ รวมถึง ป้ายบอกทางและ ป้ายสื่อความหมายที่ ทำการแปลเป็น ภาษาต่างประเทศ เพื่อนักท่องเที่ยว ต่างชาติ	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • กรมทางหลวง • กรมทางหลวงชนบท • องค์การปกครองส่วน ท้องถิ่น
				4. โครงการพัฒนาพื้นที่ หลังท่าเรือให้สามารถ	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				รองรับการเชื่อมต่อรูปแบบการเดินทางอื่นๆ เช่น Park-and-ride หรือ Kiss-and-ride และสามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะต่างๆ	แม่น้ำเจ้าพระยา • กรมเจ้าท่า • กรมธนารักษ์ • สำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร • กรมการขนส่งทางบก
		2. การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพเพิ่มขึ้น 3. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 4. จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว 5. จำนวนจุดบริการ	5. โครงการปรับปรุงและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะผู้สูงอายุและผู้พิการ ภายใต้แนวคิด “อารยสถาปัตย์”	• คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา • องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			นักท่องเที่ยว จุด ช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น		
				6. โครงการปรับปรุง และเพิ่มเติมจุด บริการนักท่องเที่ยว เพื่อรองรับทั้งชาว ไทยและชาวต่างชาติ เช่น จุด ประชาสัมพันธ์ Kiosk และศูนย์ข้อมูล ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์ ข้อมูลท่องเที่ยว บริเวณท่าเรือสาทร	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
				7. โครงการเพิ่มการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัด สมุทรปราการ เช่น ป้อมพระจุลฯ และ	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				บ้านสาขลา เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถ เข้าและออกจาก แหล่งท่องเที่ยวได้ สะดวก	ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสมุทรปราการ
	กลยุทธ์ที่ 2.2 การ พัฒนาการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อการ ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	3. การยกระดับการ บริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในพื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยาและลำน้ำ สาขา	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. ปริมาณขยะลดลง ร้อยละ 70 ในพื้นที่ แม่น้ำเจ้าพระยาและ ลำน้ำสาขา 3. น้ำเสียและมลพิษใน พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขาลดลง ร้อยละ 70	8. โครงการเก็บขยะและ ทำความสะอาด เพื่อ รักษาสิ่งแวดล้อมใน แม่น้ำเจ้าพระยา ลำ น้ำสาขา และบริเวณ พื้นที่โดยรอบ	องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น
				9. โครงการชุดลอก แม่น้ำเจ้าพระยาและ ลำคลอง โดยเฉพาะ	องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				บริเวณท่าเรือแม่น้ำ เจ้าพระยาและย่าน ชุมชนคลองบางกอก น้อยและคลอง บางกอกใหญ่ เพื่อลด อุปสรรคในการ เดินเรือ และเพิ่ม ความปลอดภัย	กรมเจ้าท่า
				10. โครงการยกระดับ คุณภาพของระบบ การจัดขยะ น้ำเสีย และมลพิษในพื้นที่ แม่น้ำเจ้าพระยาและ ลำน้ำสาขา	- คณะกรรมการ สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ - กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา - กระทรวงสาธารณสุข - กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม
				11. โครงการศึกษาวิจัย ป้องกันและแก้ไข	คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				ปัญหาการกัดเซาะ ตลิ่งริมฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยาและลำน้ำ สาขา โดยเฉพาะใน พื้นที่กรุงเทพฯ และ จังหวัดนนทบุรี	แม่น้ำเจ้าพระยา - คณะกรรมการ สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ - กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม - สถาบันการศึกษา วิศวกรรมและ สิ่งแวดล้อม
				12. โครงการกวดขัน กฎหมายควบคุม ความเร็วเรือ เพื่อเพิ่ม ความปลอดภัยและ ลดคลื่นกระทบฝั่งที่ จะทำลายพื้นที่ริมฝั่ง	กรมเจ้าท่า
				13. โครงการตรวจตรา การก่อสร้างหมู่บ้าน จัดสรรริมแม่น้ำ	องค์การบริหารส่วน จังหวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				เจ้าพระยา คลอง บางกอกน้อย และ คลองบางกอกใหญ่ เพื่อลดควบคุมการทิ้ง ขยะและหินดินทราย ลงไปแม่น้ำและลำ คลอง	
	กลยุทธ์ที่ 2.3 การพัฒนา ด้านความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว	4. การพัฒนาด้านความ ปลอดภัยของ ผู้โดยสารที่เดินทาง โดยเรือ	1. อัตราการเกิด อุบัติเหตุตลกร้อยละ 70 2. ท่าเรือได้รับการ ปรับปรุงและพัฒนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของท่าเรือ ทั้งหมด 3. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85	14. โครงการ “ท่าเรือ ปลอดภัย ใส่ใจ ผู้โดยสาร” เป็นการ พัฒนาท่าเรือให้มี ความปลอดภัย ได้ มาตรฐาน และ สามารถรองรับ นักท่องเที่ยวที่มาก ขึ้น	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - กรมเจ้าท่า - เอกชนผู้ได้สัมปทาน ท่าเรือ - ผู้ประกอบการเรือ
				15. โครงการ “รักชีวิตใส่	กรมเจ้าท่า

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				ชูชีพ” เป็นการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์การใส่เสื้อชูชีพของผู้โดยสารทางเรือ	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา
		5. การพัฒนาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว	1. อัตราการเกิดอุบัติเหตุลดลงร้อยละ 70 2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85	16. โครงการติดตั้ง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเสี่ยง เพื่อเป็นการสอดส่องดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
				17. โครงการจัดตั้งระบบศูนย์บัญชาการและระบบจัดการเหตุฉุกเฉิน เพื่ออำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวในกรณีที่มีเหตุร้ายเกิดขึ้น	- องค์การบริหารส่วนจังหวัด - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				18. โครงการตรวจตรา มิชชันไปตามสถานที่ ท่องเที่ยว เพื่อลดการ หลอกลวงและการ เอารัดเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว	ตำรวจท่องเที่ยว
	กลยุทธ์ที่ 2.4 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัย	6. การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกและส่งเสริมการท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	19. โครงการจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและ กิจกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
				20. โครงการพัฒนาแอปพลิเคชันและ QR Code ตามท่าเรือและสถานที่ท่องเที่ยว	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				ต่างๆ เพื่อให้บริการ ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ทั้งเกี่ยวกับราคาการ ให้บริการ และข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยว	ประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในคลาสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองให้เป็นที่น่าจดจำ

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไทย
2. รูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลายเป็นที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้น
3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
4. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
5. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 3.1 บูรณะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ และปรับปรุงภูมิทัศน์ทัศนียภาพของพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาให้มีความสวยงาม
- กลยุทธ์ที่ 3.2 สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจของแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว
- กลยุทธ์ที่ 3.3 ส่งเสริมการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างเอกลักษณ์และรายได้ให้แก่พื้นที่
- กลยุทธ์ที่ 3.4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 19: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองให้เป็นที่น่าจดจำ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ 9 แผนงาน 22 โครงการ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองให้เป็นที่น่าจดจำ	กลยุทธ์ที่ 3.1 บูรณะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ และปรับปรุงภูมิทัศน์ทัศนียภาพ ของพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขาให้มีความสวยงาม น่าชม	1. การปรับปรุง บูรณะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาหลัก	1. การออกสำรวจตลอดเส้นทางริมแม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขาหลัก 2. แผนงานปรับปรุงฟื้นฟู แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาหลัก	1. โครงการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญตลอดริมแม่น้ำเจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลัก	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - ชมรมและสมาคมที่เกี่ยวข้อง - กรมเจ้าท่า - กรมศิลปากร
				2. โครงการบูรณะวัด	สำนักงานการ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				และโบราณสถานที่ เสื่อมโทรม	ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • กรมศิลปากร
		2. การปรับปรุง ทัศนียภาพของพื้นที่ ริมฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยาและคลอง สำคัญในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ให้สวยงาม น่ามอง	1. การออกสำรวจตลอด เส้นทางริมแม่น้ำ เจ้าพระยา และลำน้ำ สาขาหลัก 2. แผนงานการปรับปรุง ทัศนียภาพพื้นที่ริมฝั่ง แม่น้ำเจ้าพระยาและ ลำน้ำสาขาหลัก	3. โครงการสำรวจพื้นที่ ศึกษาความเป็นไปได้ ในการปรับปรุงทัศน โดยการปลูกต้นไม้ใน พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลัก	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • ชมรมและสมาคมที่ เกี่ยวข้อง
				4. โครงการปรับปรุง เขื่อนกั้นน้ำท่วมใน กรุงเทพฯ และ จังหวัดนนทบุรี โดย การออกแบบให้มี ความกลมกลืนกับ สภาพแวดล้อมและมี	• องค์การบริหารส่วน จังหวัด • สถาบันการศึกษา

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				ความสวยงาม	
				5. โครงการจัดระเบียบ ความเรียบร้อยริมฝั่ง คลองบางกอกน้อย บางกอกใหญ่	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - สำนักงาน กรุงเทพมหานคร - กองการท่องเที่ยว
				6. โครงการประดับไฟ ตามแหล่งท่องเที่ยว หลักของเกาะเมือง จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา
		3. การตกแต่งเรือให้มี ความสวยงาม เสริมสร้างทัศนียภาพ ของแม่น้ำเจ้าพระยา	1. เรือที่นำมาล่องใน แม่น้ำเจ้าพระยาได้รับ การตกแต่งให้มีความ สวยงาม พร้อมทั้ง สอดแทรกเอกลักษณ์ ความเป็นไทย	7. โครงการตกแต่งเรือที่ ล่องในแม่น้ำ เจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลัก	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - กองการท่องเที่ยว - ผู้ประกอบการเรือ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
	กลยุทธ์ที่ 3.2 สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ เพื่อให้ สอดคล้องกับความสนใจ ของแต่ละกลุ่ม นักท่องเที่ยว	4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวใหม่ ทั้ง ในเชิงสร้างสรรค์ เชิง ผจญภัย เชิงสุขภาพ	1. เกิดการพัฒนา ผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ เชิง ผจญภัย เชิงสุขภาพ 2. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 3. นักท่องเที่ยวคุณภาพ มีจำนวนมากขึ้น 4. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 5. ระยะเวลาพำนักรของ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	8. โครงการพัฒนา เส้นทางท่องเที่ยว ในธีมต่างๆ เช่น ประวัติศาสตร์ วรรณคดี อาหาร	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • ผู้ประกอบการเรือ • ชุมชน
				9. โครงการสร้าง กิจกรรมและจุดแวะ พักตามท่าเรือใน จังหวัดนนทบุรีและ ปทุมธานี เพื่อสร้าง	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนนทบุรี และ จังหวัดปทุมธานี • ชุมชนในพื้นที่

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				เส้นทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ น่าสนใจให้แก่ นักท่องเที่ยว	
				10. โครงการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว พร้อมเสิร์ฟอาหาร ชาววังและมีเรื่องเล่า ถึงประวัติของอาหาร และวิถีชีวิต	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - ผู้ประกอบการเรือ
				11. โครงการพัฒนา ผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวในรูปแบบ Voluntourism	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
		5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเรือแบบค้างคืน (Overnight Cruise)	1. นักท่องเที่ยวคุณภาพมีจำนวนมากขึ้น 2. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 3. ระยะเวลาพำนักรของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85	12. โครงการพัฒนาจุดจอดเรือค้างคืนที่มีความปลอดภัย เงียบสงบ และเป็นส่วนตัว	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
				13. โครงการพัฒนากิจกรรมยามเช้าที่จุดจอดเรือค้างคืนที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่	- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - ชุมชน
				14. โครงการจัดหาและสร้างความร่วมมือ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				ระหว่าง ผู้ประกอบการสินค้า อุปโภคบริโภค ท้องถิ่นและ ผู้ประกอบการเรือ แบบค้างคืน เพื่อ ส่งเสริมการสร้าง รายได้แก่ชุมชน ท้องถิ่น และลดภาระ การขนส่งปิโตรเลียมเรือ	- ชุมชน - ผู้ประกอบการเรือ - สมาคม/ชมรมที่เกี่ยวข้อง
		6. การส่งเสริมให้พื้นที่ สวนสาธารณะริม แม่น้ำเจ้าพระยาเป็น สถานที่ทำกิจกรรม และพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อให้ผู้คนใช้เวลา มากขึ้นในบริเวณนี้	1. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 2. ระยะเวลาพำนักรของ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	15. โครงการส่งเสริม การจัดกิจกรรมใน พื้นที่สวนสาธารณะ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
				16. โครงการจัดเทศกาล ขนบธรรมเนียม	สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				ประเพณีไทยในพื้นที่ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ใน 5 จังหวัดหลัก	จังหวัด • คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • ชุมชน
	กลยุทธ์ที่ 3.3 ส่งเสริมการ พัฒนาและสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อ สร้างเอกลักษณ์และ รายได้ให้แก่พื้นที่	7. การส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มี คุณภาพ สามารถ สร้างเอกลักษณ์และ รายได้ให้แก่พื้นที่	1. พื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยามี ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แสดงภาพลักษณ์ของ สถานที่/ พื้นที่อย่าง ชัดเจน 2. ผลิตภัณฑ์สามารถ สร้างรายได้ให้แก่ผู้คน ในพื้นที่มากขึ้น	17. โครงการจัดตั้งกลุ่ม งานเพื่อออกแบบ ผลิตภัณฑ์ชุมชน หัตถกรรมพื้นบ้านให้ มีรูปแบบ ภาพลักษณ์ ที่มีเอกลักษณ์และ ทันสมัย	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • ผู้ประกอบการธุรกิจขาย ของที่ระลึกและของ ฝาก • ชุมชน
	กลยุทธ์ที่ 3.4 ส่งเสริมการ พัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่	8. การพัฒนาการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	1. แหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดหลัก และ	18. โครงการตรวจสอบ มาตรฐานการบริหาร	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
	ริมแม่น้ำเจ้าพระยาอย่าง ยั่งยืน	ในพื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยาให้มี มาตรฐาน	5 จังหวัดรอง มีการ บริหารจัดการตาม มาตรฐาน	จัดการสถานที่ ท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดหลัก	แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
				19. โครงการตรวจสอบ มาตรฐานการบริหาร จัดการสถานที่ ท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดรอง	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
				20. โครงการตรวจ ประเมินและรับรอง สถานประกอบการที่ มีการบริหารจัดการ ได้มาตรฐาน	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
		9. การส่งเสริมให้ ผู้ประกอบการเรือ	1. ผู้ประกอบการใช้เรือ ที่ช่วยลดมลพิษทาง	21. โครงการวิจัย ออกแบบเรือและ	• กรมเจ้าท่า • สถาบันการศึกษา

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
		ดำเนินงานบริการโดยคำนึงถึงการท่องเที่ยวและการรักษาสีงแวดล้อม	เสียงและทางอากาศ 2. ผู้ประกอบการใช้เรือที่เหมาะสมกับสภาพการเดินเรือของลำน้ำ	เครื่องยนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่ก่อให้เกิดมลพิษ	ผู้ประกอบการเรือ
				22. โครงการควบคุมราคาการให้บริการเรือโดยสารและเรือเหมาเพื่อให้เกิดราคาและการบริการที่ยุติธรรมต่อทั้งนักท่องเที่ยวตัวแทนจำหน่ายตั๋วและผู้เดินเรือ	- กรมเจ้าท่า - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. จำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพมีมากขึ้น
2. นักท่องเที่ยวให้ความสนใจการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์มากขึ้น
3. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นและมีการกระจายรายได้ตามจังหวัดต่างๆ ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
4. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนและกลุ่มอาชีพต่างๆ
5. มีการจัดแคมเปญการตลาดและการประชาสัมพันธ์ร่วมกันของจังหวัดต่างๆ ในคลัสเตอร์
6. รักษาและสืบทอดประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชาติตามเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 4.1 ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม “แกะรอยประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมไทยริมสายน้ำ” สำหรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ
- กลยุทธ์ที่ 4.2 ผลักดันการจัดงานและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมประเพณีริมน้ำที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ ให้เป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมการตลาดแบบเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ของคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน กลุ่มสุขภาพและสปา กลุ่ม MICE
- กลยุทธ์ที่ 4.4 การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำตลาด 3.0 (Value-Driven Marketing) ในการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว

ตารางที่ 20: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ 10 แผนงาน 17 โครงการ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว	กลยุทธ์ที่ 4.1 ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม “แกะรอยประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมไทยริมสายน้ำ” สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย	1. ทำการตลาด เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของชาติ เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. รายได้การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่มขึ้น 3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญเชิงประวัติศาสตร์มากขึ้น	1. โครงการสนับสนุนการสร้างหนังสือ/ละครด้วยการนำเสนอจุดเด่นของพื้นที่และประวัติศาสตร์ริมฝั่งเจ้าพระยา ข้ามผ่านกาลเวลาในแต่ละยุคสมัย และกำหนดมาตรการสนับสนุน เช่น การลดภาษีการทำหนังสือ การให้ทุนหรือการจัดประกวด	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด - ภาคเอกชนในพื้นที่ - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่ง

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
					ประเทศไทย
				2. โครงการจัดแสดงแสง สีเสียง (Light and Sound) ในแต่ละ พื้นที่จังหวัดริมแม่น้ำ เจ้าพระยา เช่น งาน แสดงแสงสีเสียง ประวัติศาสตร์ ร.ศ. 112 จังหวัด สมุทรปราการ งาน แสดงแสงสีเสียง ประวัติศาสตร์ชาว มอญ จังหวัดนนทบุรี และงานแสดงแสงสี เสียง หมู่บ้านญี่ปุ่น โปรตุเกส และ ฮอลันดา จังหวัด อยุธยา	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย - ที่ทำการปกครอง จังหวัด - กทม. - สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัด - กรมการศาสนา
	กลยุทธ์ที่ 4.2 ผลักดันการ	2. ส่งเสริมการจัดงาน	1. ความพึงพอใจของ	3. โครงการจัดทำปฏิทิน	คณะกรรมการพัฒนา

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
	จัดงานและการ ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ประเพณีรินน้ำที่สวงาม และเป็นเอกลักษณ์ ให้ เป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียง ระดับประเทศ	และการ ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม งาน ประเพณีรินน้ำ เจ้าพระยา เพื่อให้มี ชื่อเสียง ระดับประเทศ	นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. รายได้การท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์ริมฝั่ง เจ้าพระยาเพิ่มขึ้น 3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่ เข้าชมงานเทศกาล ประเพณี อนุรักษ์และสืบทอด ประเพณีและ วัฒนธรรม	ประจำปีกิจกรรมงาน ประเพณีรินน้ำของ แต่ละจังหวัดริมฝั่ง แม่น้ำเจ้าพระยา	เขตพื้นที่ท่องเที่ยวริม ฝั่งเจ้าพระยา • การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย • สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย
				4. โครงการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวทางเรือ และคลัสเตอร์ริม แม่น้ำเจ้าพระยาและ ลำน้ำสาขาที่ สนามบิน เพื่อเพิ่ม การรับรู้แก่	• การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				นักท่องเที่ยว	
		3. ส่งเสริมการฟื้นฟู ประเพณี และการจัด Theme Festival ภายใต้คอนเซ็ปความ เป็นไทย (Thainess)	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่ เข้าชมงานเทศกาล ประเพณี 3. อนุรักษ์และสืบทอด ประเพณีและ วัฒนธรรม	5. โครงการส่งเสริมการ จัดงานประเพณีและ การประชาสัมพันธ์วิธี ประเพณีที่น่าสนใจ ของแต่ละพื้นที่ เช่น ประเพณีตักบาตร รำพาข้าวสาร จังหวัดปทุมธานี และ ประเพณีการแห่เทียน พรรษาทางน้ำ จังหวัดอยุธยา	- สำนักงานการการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี - การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย จังหวัด ปทุมธานี - สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น - ชุมชน
				6. โครงการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์การ แข่งขันเรือยาวใน จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดชัยนาท	- สำนักงานการการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครสวรรค์ และ จังหวัดชัยนาท - การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทยจ.

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
					นครสวรรค์และ จ. ชัยนาท องค์การบริหารส่วน จ.นครสวรรค์และ จ. ชัยนาท
				7. โครงการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ ประเพณีแห่ผ้าห่ม องค์พระสมุทฺรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ	- สำนักงานการการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสมุทรปราการ - การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย จังหวัดสมุทรปราการ - องค์การบริหารส่วน จังหวัดสมุทรปราการ
	กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริม การตลาดแบบเจาะกลุ่ม ตลาดเฉพาะ (Niche Market) ของ คลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่ง	4. ส่งเสริมการผลิตและ เผยแพร่สื่อสาร สนเทศเพื่อ ประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวเชิงค้นหา	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่ เข้าไปท่องเที่ยวใน	8. โครงการประกวด และเผยแพร่สารคดี ท่องเที่ยว “ลองทำ ดู/live like a local”	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
	เจ้าพระยา ได้แก่ กลุ่ม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่ม เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน กลุ่ม สุขภาพและสปา กลุ่ม MICE	ประสบการณ์ (Experienced- based Tourism)	ชุมชน/กลุ่มวิชาชีพ ชุมชนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 30	ประชาสัมพันธ์กลุ่ม อาชีพ งานศิลปะ งาน หัตถกรรม หรือการ ทำอาหารท้องถิ่นของ ชุมชนในคลัสเตอร์ พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	10 จังหวัด - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของ - สำนักงานวัฒนธรรม - องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น - ชุมชน
		5. รวบรวมและ ประชาสัมพันธ์ข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวเชิง ค้นหาประสบการณ์ และกลุ่มวิชาชีพ ชุมชนในคลัสเตอร์ พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. รายได้การท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์ริมฝั่ง เจ้าพระยาเพิ่มสูงขึ้น 3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่ เข้าไปท่องเที่ยวใน ชุมชน/กลุ่มวิชาชีพ ชุมชนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 30	9. โครงการ ประชาสัมพันธ์ แนะนำข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงค้นหา ประสบการณ์ เช่น โรงเรียนสอน ทำอาหารไทย มวย ไทย รำไทย นวดแผน ไทย ที่เป็นจุดขาย ของแต่ละพื้นที่ ในคลัสเตอร์ริมฝั่ง	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดริมฝั่ง 10 จังหวัด - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			4. ชุมชน/กลุ่มวิชาชีพมี รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มเติม	เจ้าพระยา	
				10. โครงการ ประชาสัมพันธ์กลุ่ม อาชีพกึ่งเหยียด บ้าน สาขลา จังหวัด สมุทรปราการ	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัด • องค์การปกครองส่วน ท้องถิ่น • ชุมชนท้องถิ่น
				11. โครงการจัดกิจกรรม งานท่องเที่ยว Sweets in Koh- Kred Pottery โปรโมชั่นทำ	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนนทบุรี • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				กิจกรรมขนมหวาน แบบไทยดั้งเดิมและ การทำ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด จังหวัด นนทบุรี	- สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดนนทบุรี - อบต. เกาะเกร็ด - ชุมชนเกาะเกร็ด
		6. รวบรวมและ ประชาสัมพันธ์ข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว สำหรับผู้รักการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กีฬาและนันทนาการ ในคลัสเตอร์พื้นที่ริม ฝั่งเจ้าพระยา	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวซ้ำในพื้นที่ ริมฝั่งเจ้าพระยา 3. รายได้การท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์ริมฝั่ง เจ้าพระยาเพิ่มสูงขึ้น	12. โครงการจัดทำ Bike Guide Along ChaoPraya Riverside : แผนที่ เส้นทางปั่นจักรยาน ในจังหวัดริมฝั่ง เจ้าพระยาและจุดเช่า จักรยานสำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มรัก สุขภาพ	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นหรือเทศบาล อบจ. หรือ อบต.
				13. โครงการส่งเสริมการ จัดกิจกรรมการ แข่งขันกีฬาระดับ	สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				สากลริมฝั่งเจ้าพระยา และกีฬาทางน้ำ เช่น มาราธอน ปั่น จักรยาน และเจ็ตสกี เช่น โครงการเรือยาว มาราธอน 10 จังหวัด ระดับอาเซียน และ โครงการ 2 น่องท่อง 5 จังหวัดริม เจ้าพระยา	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของ - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบจ. หรือ อบต.
	กลยุทธ์ที่ 4.4 การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำตลาด 3.0 (Value-Driven Marketing) ในการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว	7. รวบรวมข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่เจ้าพระยาเพื่อเป็นฐานข้อมูลกลางเพื่อนำไปใช้ในช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา 3. รายได้การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่มสูงขึ้น	14. โครงการจัดประกวดวิดีโอและแผนการท่องเที่ยวและ กิจกรรมการท่องเที่ยวในเส้นทางเจ้าพระยาหรือลำน้ำสาขา หรือชุมชนพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา (Green Ranger	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - องค์กรปกครองส่วน

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
				Model)	ท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบจ. หรือ อบต. • อาจารย์ร่วมกับ สถาบันการศึกษา หรือกิจการเพื่อสังคม ด้านการท่องเที่ยว
		8. เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวคลัสเตอร์ พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา ขยายต่อสู่ นักท่องเที่ยวในวง กว้างในรูปแบบ Interactive Website	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวชมในพื้นที่ ริมฝั่งเจ้าพระยา 3. รายได้การท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์ริมฝั่ง เจ้าพระยาเพิ่มสูงขึ้น	15. โครงการจัดทำ Interactive Website/ แอปพลิเคชันของ คลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา แนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว แบ่งส่วนสำหรับ นักท่องเที่ยวแต่ละ กลุ่ม	• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของ • ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน/กิจการ เพื่อสังคมในพื้นที่
		9. ส่งเสริมการ แลกเปลี่ยน ประสบการณ์การ	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85	16. โครงการการสร้าง Tourism Blogger หรือการจัดทำรีวิว	• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
		ท่องเที่ยวในรูปแบบ ของการบอกปากต่อ ปาก	2. จำนวนนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวซ้ำในพื้นที่ ริมฝั่งเจ้าพระยา 3. รายได้การท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์ริมฝั่ง เจ้าพระยาเพิ่มสูงขึ้น	การท่องเที่ยวใน คลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา ทั้งแบบ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและ ภาษาจีน	ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน/กิจการ เพื่อสังคมในพื้นที่
		10. เพิ่มช่องทางการจัด จำหน่ายสินค้าและ บริการการท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์พื้นที่ เจ้าพระยาผ่าน เทคโนโลยีสารสนเทศ และช่องทางปกติ	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวซ้ำในพื้นที่ ริมฝั่งเจ้าพระยา 3. รายได้การท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์ริมฝั่ง เจ้าพระยาเพิ่มสูงขึ้น	17. โครงการขยายช่อง ทางการขาย ผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวผ่านทาง ช่องทางปกติ เช่น ตัวแทนจำหน่าย บริเวณถนนข้าวสาร และสนามบิน รวมทั้ง ออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ต่างๆของ ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบจ. หรือ อบต. - ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5

เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในและนอกคลัสเตอร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตผู้คนในอาเซียน

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ไม่น้อยกว่า 2 เครือข่ายต่อปี
2. เครือข่ายมีการจัดกิจกรรมร่วมกัน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาให้เป็นที่รู้จักและโด่งดังมากขึ้น
3. เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับคลัสเตอร์อื่น
4. มีการวางแผนงานการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและแหล่งท่องเที่ยวอื่นในภูมิภาคอาเซียน

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 5.1 เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์เดียวกัน ให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกัน
- กลยุทธ์ที่ 5.2 เชื่อมโยงคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับคลัสเตอร์อื่น
- กลยุทธ์ที่ 5.3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

ตารางที่ 21: ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน ตัวชี้วัดของแผนงาน/โครงการ และผู้รับผิดชอบ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในและนอกคลัสเตอร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตผู้คนในอาเซียน

ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ 5 แผนงาน 10 โครงการ

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้ง ในและนอกคลัสเตอร์ ทั้ง ในประเทศและ ต่างประเทศ ผ่าน ประวัติศาสตร์และวิถีชีวิต ผู้คนในอาเซียน	กลยุทธ์ที่ 5.1 เชื่อมโยง แหล่งท่องเที่ยว ภายในคลัสเตอร์เดียวกัน ให้สามารถเดินทาง ท่องเที่ยวระหว่างกัน	1. การพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวริม แม่น้ำเจ้าพระยาให้ เชื่อมต่อกับแหล่ง ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ เดียวกัน	1. นักท่องเที่ยวสามารถ เดินทางระหว่างแหล่ง ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ เดียวกันได้อย่าง สะดวกโดยมีเส้นทาง แนะนำที่ชัดเจน	1. โครงการพัฒนา เส้นทางเดินทาง ท่องเที่ยวจากพื้นที่ริม ฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไป ยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ในคลัสเตอร์ ใน 5 จังหวัดหลัก	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 5 จังหวัด หลัก - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
				2. โครงการจัดเส้นทาง ไหว้พระเชื่อมโยง 5 จังหวัดหลัก	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
				3. โครงการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวโดยการปั่น จักรยาน	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด

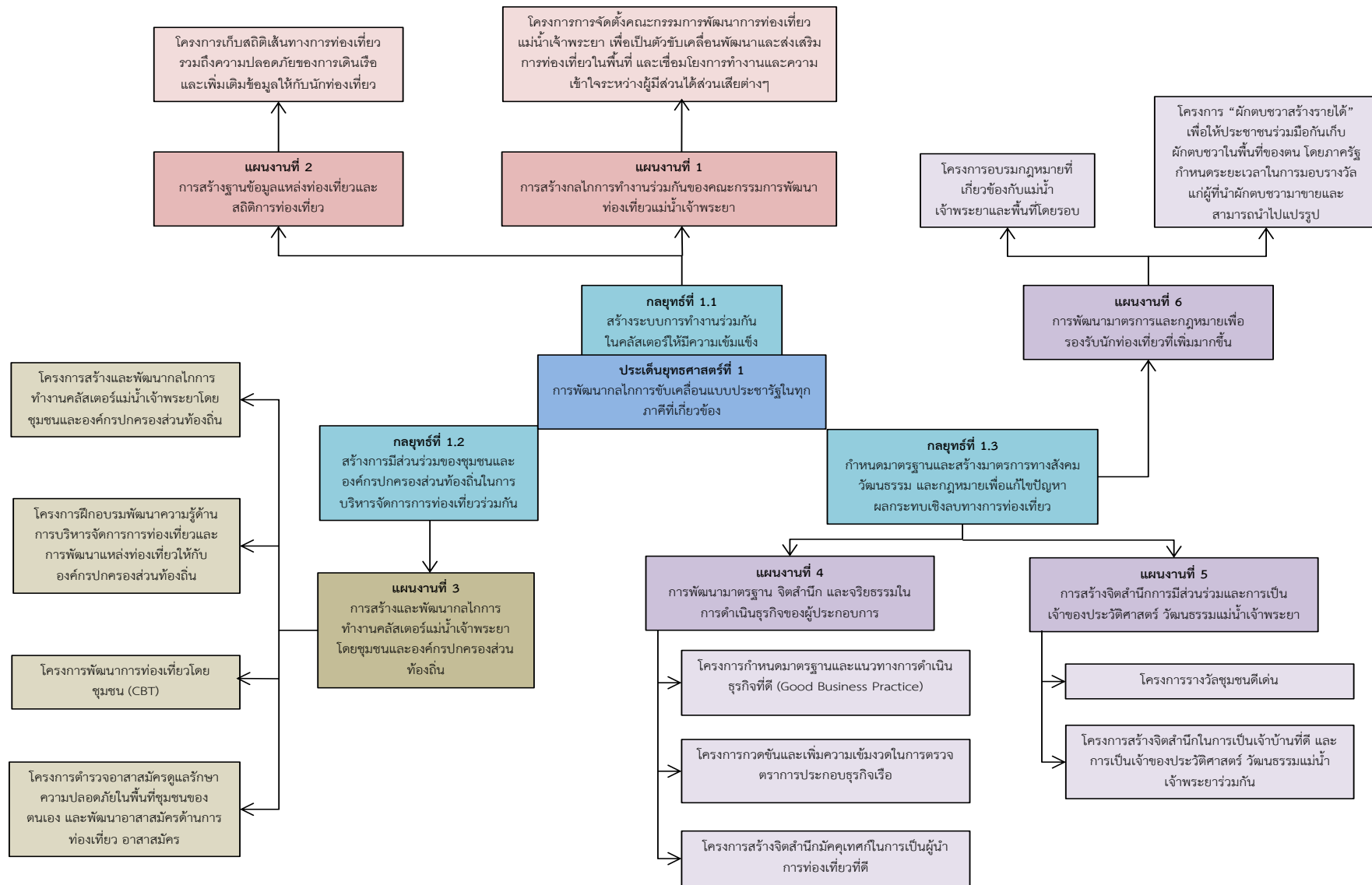
ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
					- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - องค์การบริหารส่วนจังหวัด
				4. โครงการพัฒนาเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวจากพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นในคลัสเตอร์ ใน 5 จังหวัดรอง	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 5 จังหวัดหลัก - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
		2. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์เดียวกันเป็นไปได้อย่างสะดวก	1. นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยเรือโดยมีตัวร่วมให้บริการ 2. นักท่องเที่ยวสามารถขี่จักรยานท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนด	5. โครงการพัฒนาระบบตัวร่วม เชื่อมโยงการเดินทางโดยเรือ	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา 5 จังหวัดหลัก - สมาคมเรือท่องเที่ยว

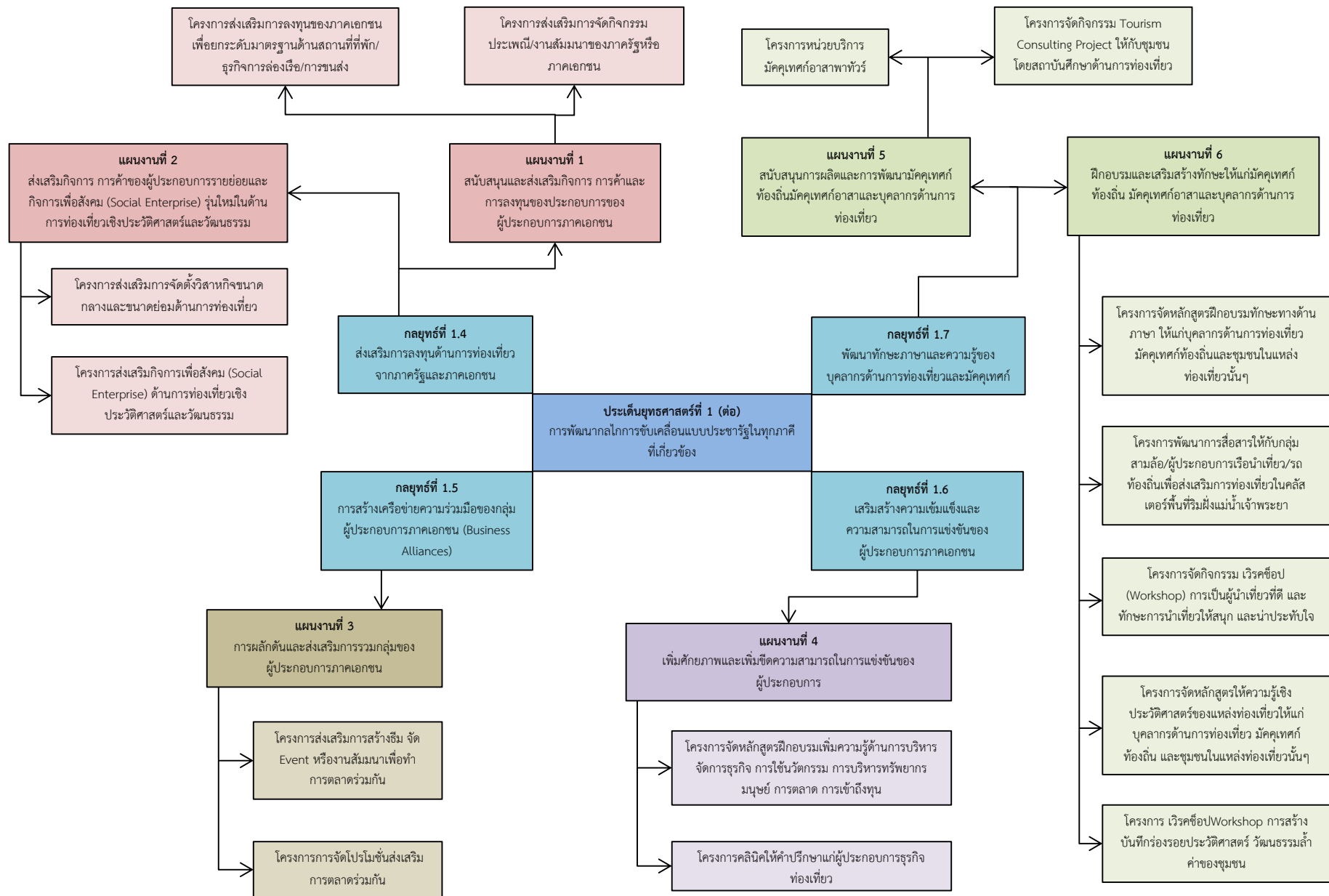
ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
		3. การสร้างเครือข่าย ของผู้มีส่วนได้ส่วน เสียในการท่องเที่ยว ของคลัสเตอร์ ท่องเที่ยวริมแม่น้ำ เจ้าพระยา	1. ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชน และชมรมที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวริม พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา ได้มีการจัดประชุม ร่วม ในการหารือถึง แนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยว ของคลัสเตอร์	6. โครงการเชื่อมโยงการ ท่องเที่ยว 10 จังหวัด ที่แม่น้ำเจ้าพระยา ไหลผ่าน	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา 10 จังหวัด • คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • สมาคม/ ชมรมที่ เกี่ยวข้อง • เอกชนผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรม / สายการบิน บิน
	กลยุทธ์ที่ 5.2 เชื่อมโยง คลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยากับคลัสเตอร์ อื่น	4. การสร้างเครือข่าย ความร่วมมือของ ชุมชนในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน	1. การจัดประชุมหารือ แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นระหว่าง ชุมชน เกี่ยวกับการ พัฒนาผลิตภัณฑ์	7. โครงการเชื่อมโยง วัฒนธรรมและภูมิ ปัญญาชาวบ้านของ จังหวัดจากคลัสเตอร์ ต่างๆ	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • ชุมชน • กรมสรรพากร

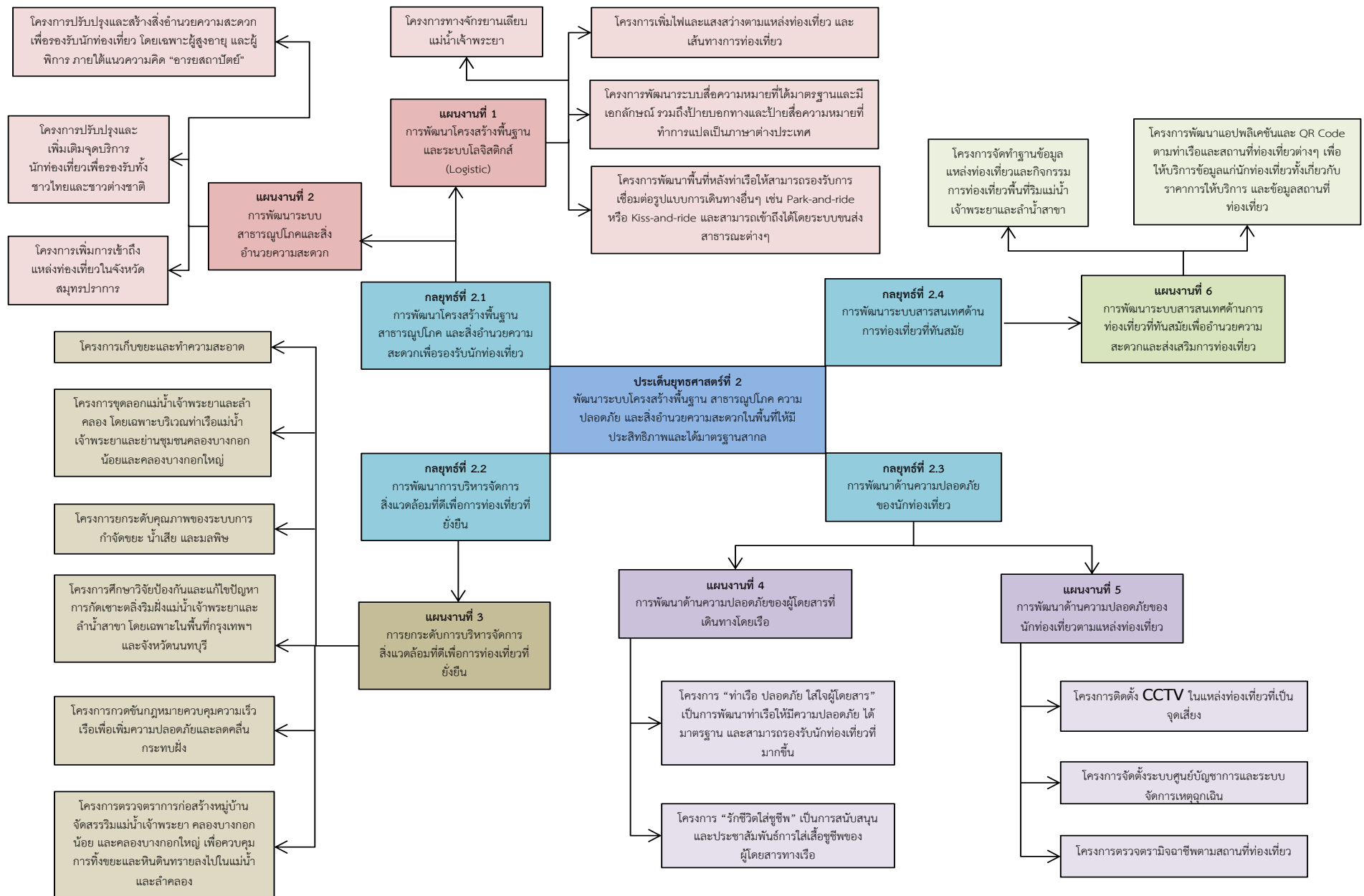
ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
			ท้องถิ่นให้ได้คุณภาพ และมาตรฐาน		เอกชนเช่น ผู้ประกอบการ โรงแรม/สายการบิน ฯลฯ
				8. โครงการพัฒนา เส้นทางไหว้พระ	สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 10 จังหวัด
				9. โครงการพัฒนา เส้นทางตามรอย ประวัติศาสตร์	สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด 10 จังหวัด
	กลยุทธ์ที่ 5.3 เชื่อมโยง การท่องเที่ยวพื้นที่ริม แม่น้ำเจ้าพระยากับการ ท่องเที่ยวในภูมิภาค อาเซียน	5. การสร้างการ เชื่อมโยงแหล่ง ท่องเที่ยว / แนว ทางการท่องเที่ยว ระหว่างคลัสเตอร์ พื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยากับ ประเทศในภูมิภาค	1. การหารือ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นในเรื่องการ เชื่อมโยงในกลุ่ม ประเทศอาเซียน 2. แนวทางการเชื่อมโยง พื้นที่คลัสเตอร์ริม แม่น้ำเจ้าพระยากับ	10. โครงการเชื่อมโยงการ ท่องเที่ยวริมเมือง หลวง เมือง ประวัติศาสตร์กับ เมืองอื่นๆ ในภูมิภาค อาเซียน	- กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

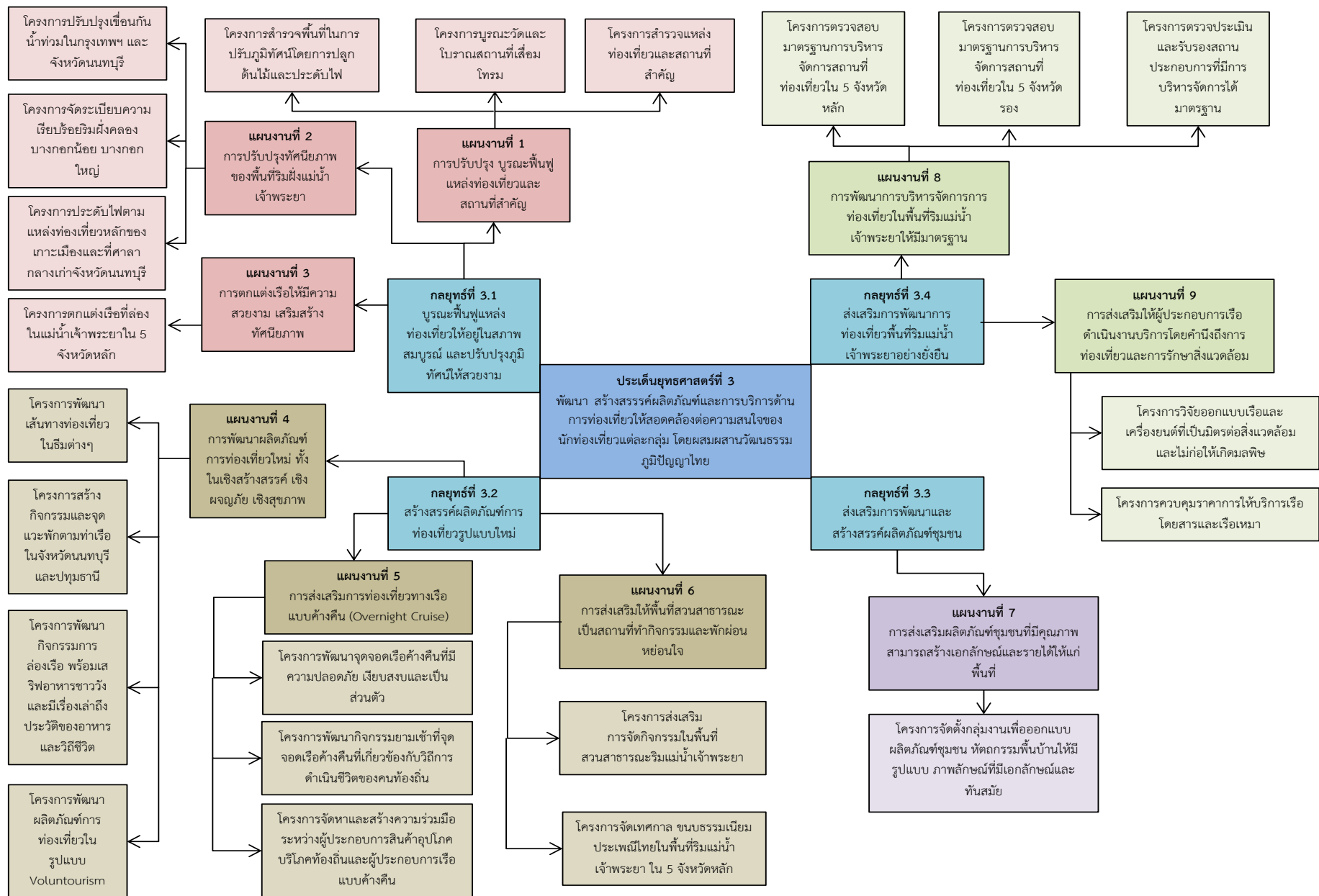
ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวชี้วัดแผนงาน/ โครงการ	โครงการ	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
		อาเซียน	แหล่งท่องเที่ยว/ เมืองของประเทศใน ภูมิภาคอาเซียน		

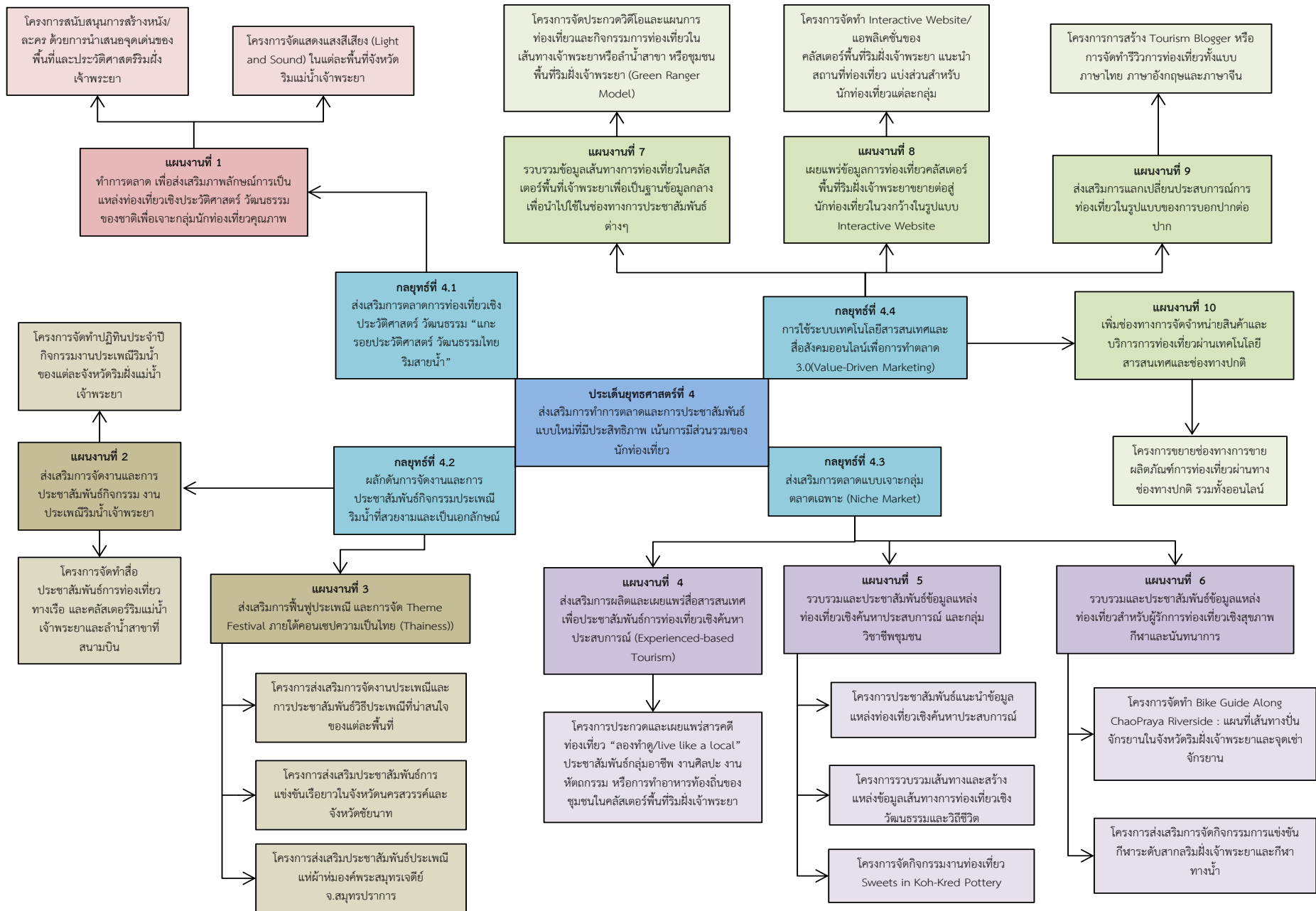
แผนผังยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

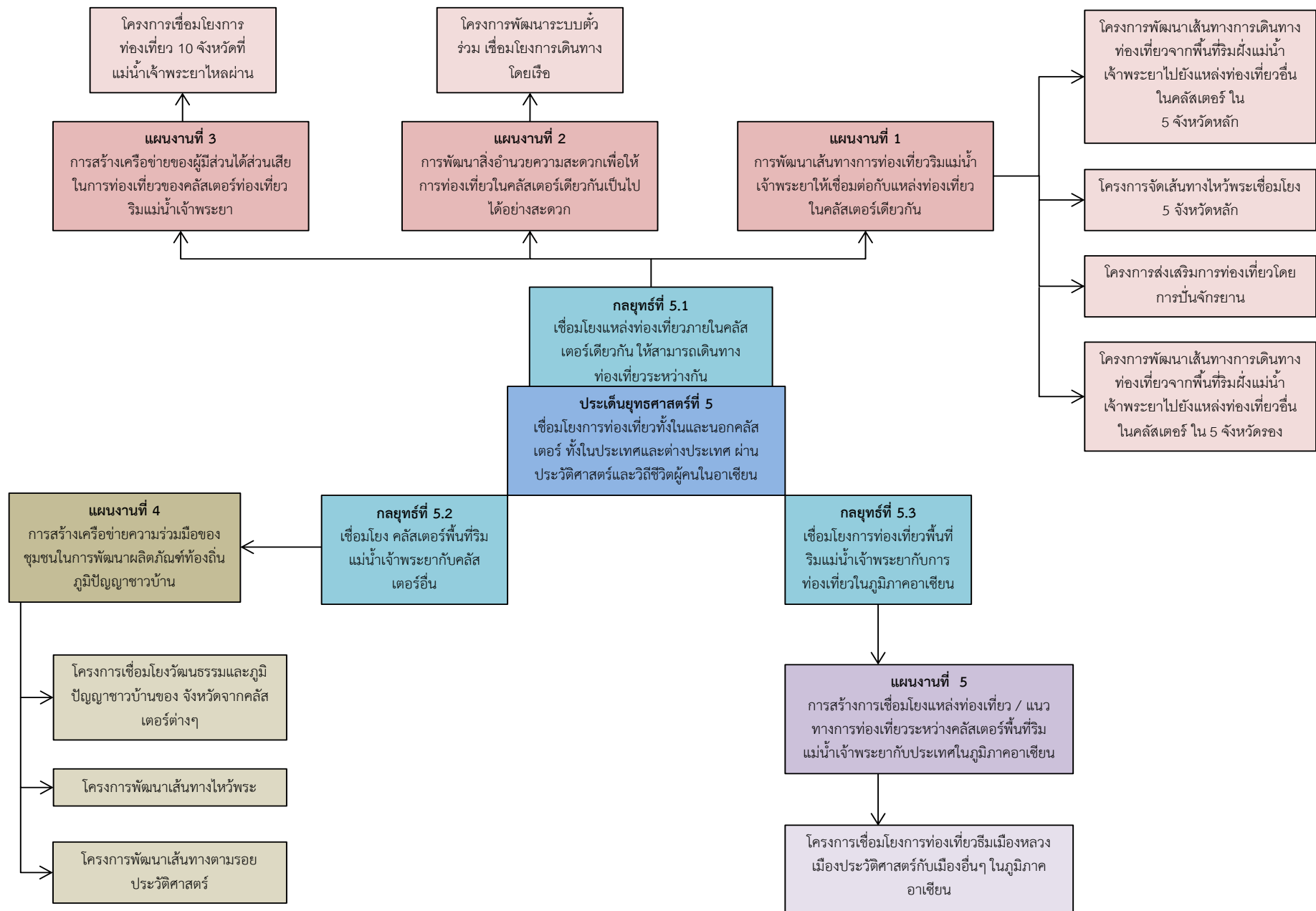












15.2 รายละเอียดแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

การพัฒนากลไกการขับเคลื่อนแบบประชารัฐในทุกภาคีที่เกี่ยวข้อง

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. เกิดการบริหารจัดการคลัสเตอร์ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรมของคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา
2. นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการเป็นคลัสเตอร์ของพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาลงตลอดจนความเป็นไปได้ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกันกับจังหวัดอื่นๆ ในคลัสเตอร์
3. ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนรวมในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและส่งผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนน้อย
4. ร้อยละ 85 ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากการพัฒนา
5. ภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามีผลประกอบการดีขึ้น
6. การรวมกลุ่มของภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจการที่เกี่ยวข้องในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อยกระดับมาตรฐานบริการ หรือพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน
7. เกิดการจัดหลักสูตรฝึกอบรม/เวิร์คช็อปสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
8. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยามีฝีมือในการให้บริการการท่องเที่ยว มีทักษะภาษาและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและประวัติศาสตร์ของกลุ่มน้ำเจ้าพระยา สามารถถ่ายทอดและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้
9. เกิดการจัดหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 1.1 สร้างระบบการทำงานร่วมกันในคลัสเตอร์ให้มีความเข้มแข็ง
- กลยุทธ์ที่ 1.2 สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา
- กลยุทธ์ที่ 1.3 กำหนดมาตรฐานและสร้างมาตรการทางสังคม วัฒนธรรม และกฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาผลกระทบเชิงลบทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา
- กลยุทธ์ที่ 1.4 ส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากภาครัฐและภาคเอกชน
- กลยุทธ์ที่ 1.5 Business Alliances การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของกลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน
- กลยุทธ์ที่ 1.6 เสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการภาคเอกชน
- กลยุทธ์ที่ 1.7 พัฒนาทักษะภาษาและความรู้ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
กลยุทธ์ที่ 1.1 สร้างระบบการทำงานร่วมกันในคลัสเตอร์ให้มีความเข้มแข็ง									
แผนงานที่ 1 การสร้างกลไกการทำงานร่วมกันของคณะกรรมการพัฒนาท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา									
1.	โครงการการจัดตั้ง คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา เพื่อ เป็นตัวขับเคลื่อน พัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยวใน พื้นที่ และ เชื่อมโยงการ ทำงานและความ เข้าใจระหว่างผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย ต่างๆ	เพื่อพัฒนาหน่วยงาน กลางที่มีศักยภาพใน การผลักดันและ ขับเคลื่อนการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา	1. การจัดตั้ง คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา 2. จำนวน เครือข่าย คลัสเตอร์การ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยาที่มีการ ทำงานร่วมกัน 1 เครือข่าย 3. จำนวนครั้งของ การประชุมของ เครือข่ายการ	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	เกิดหน่วยงาน กลางที่มีเอกภาพ ในการทำงาน สามารถเป็น ตัวกลางในการ ขับเคลื่อนพัฒนา และส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในพื้นที่ และเชื่อมโยงการ ทำงานและความ เข้าใจระหว่างผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย ต่างๆ โดย หน่วยงานดังกล่าว จะต้องยุติข้อ	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด (หน่วยงาน หลัก) - การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย (ที่ ปรึกษา) - สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น (คณะกรรมการ) - สถานศึกษา - สถิติจังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			ท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 4 ครั้งต่อปี				ขัดแย้งและ ผลักดันให้เกิดการ หาทางออก รวมกันได้ในพื้นที่		- สำนักงานวัฒนธรรมประจำจังหวัด - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย *เน้นการทำงานที่ชัดเจน ต่อเนื่องและไม่ทับซ้อน
แผนงานที่ 2 การสร้างฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสถิติการท่องเที่ยว									
2.	โครงการเก็บสถิติเส้นทางการท่องเที่ยวรวมถึงความปลอดภัยของการเดินเรือและเพิ่มเติมข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว	เพื่อเก็บข้อมูลสำคัญทางสถิติต่างๆและเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่	1. ฐานข้อมูลครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. มีการค้นพบเส้นทางการ	1.5 ล้าน	1.5 ล้าน	1.5 ล้าน	นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาในการประกอบการตัดสินใจและนำไปใช้งานใน	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ.	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - คณะกรรมการสนับสนุนกำกับและติดตามการจัดทำสถิติ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ จะได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			ห้องเที่ยวใหม่ตาม แนวแม่น้ำ เจ้าพระยาและลำ น้ำสาขาไม่น้อย กว่า 10 เส้นทาง 3. สามารถนำ ฐานข้อมูลมา วิเคราะห์และ ประยุกต์ใช้งาน เพื่อการการ บริหารจัดการได้				ด้านอื่นๆได้	2561-2565	นักท่องเที่ยวและ รายได้ด้านการ ท่องเที่ยว • สถิติจังหวัด • องค์การปกครองส่วน ท้องถิ่น (ติดตามผล อย่าง ต่อเนื่อง) • หอการค้าไทยและ สภาหอการค้าแห่ง ประเทศไทย
กลยุทธ์ที่ 1.2 สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาร่วมกัน									
แผนงานที่ 3 การสร้างและพัฒนากลไกการทำงานคลัสเตอร์แม่น้ำเจ้าพระยา โดยชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น									
3.	โครงการสร้าง และพัฒนากลไก การทำงานคลัส เตอร์แม่น้ำ เจ้าพระยาโดย	เพื่อพัฒนา เครือข่ายคลัสเตอร์ การท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยาให้มี ประสิทธิภาพในการ	1.เครือข่ายคลัส เตอร์การท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยาที่ มีการทำงาน ร่วมกัน 1	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	เครือข่ายคลัส เตอร์มี ประสิทธิภาพใน การพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวและ	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • เครือข่ายการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ชุมชนและองค์กร ปกครองส่วน ท้องถิ่น	พัฒนาการท่องเที่ยว มากขึ้น	เครือข่าย				ผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ในชุมชนมีส่วน ร่วมในการพัฒนา มากขึ้น	พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	เจ้าพระยา • ชุมชนคลองบางลำพู • ชุมชนเกาะเกร็ด และทำนายนนท์ • ชุมชนวัดศาลเจ้า ,ศาลากลางเก่า,วัดสำ แล,วัดโบสถ์,วัดศาลา แดงเหนือ ในจังหวัด ปทุมธานี • ชุมชนบริเวณ บาง ไทร,บางปะอิน และ เกาะเมือง • สมาคมอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย • หอการค้าไทยและ สภาหอการค้าแห่ง ประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
4.	โครงการฝึกอบรม พัฒนาความรู้ด้าน การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวและ การพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวให้กับ องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	เพื่อให้บุคลากรใน องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นมีความรู้ ความสามารถในด้าน การบริหารและ พัฒนาการท่องเที่ยว	1. ชุมชนท้องถิ่น เข้ามามีส่วนรวม ในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวให้เกิด ความยั่งยืนและ ส่งผลกระทบเชิง ลบต่อชุมชนน้อย	20 ล้าน	20 ล้าน	20 ล้าน	บุคลากรในองค์กร ปกครองส่วน ท้องถิ่นมีความรู้ที่ ได้จากการ ฝึกอบรมไปพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว มากขึ้น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - สถาบันการศึกษา - สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย - สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจังหวัด - หอการค้าไทยและ สภาหอการค้าแห่ง ประเทศไทย
5.	โครงการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวโดย ชุมชน (CBT)	เพื่อให้ชุมชนในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการ พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว	1. จำนวนชุมชนที่ เข้าร่วมโครงการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวโดย ชุมชน (CBT) 2. จำนวนองค์กร	75 ล้าน	75 ล้าน	75 ล้าน	ชุมชนในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว สามารถพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวได้ ดียิ่งขึ้น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-	- องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น - สถาบันการศึกษา (กศน.) - สำนักงานวัฒนธรรม ประจำจังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			ปกครองส่วน ท้องถิ่นที่เข้าอบรม					2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สมาคมมัคคุเทศก์ อาชีพ(เน้นการ ฝึกอบรม) • สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย
6.	โครงการสำรวจ อาสาสมัครดูแล รักษาความ ปลอดภัยในพื้นที่ ชุมชนของตนเอง และพัฒนา อาสาสมัครด้าน การท่องเที่ยว อาสาสมัครเพื่อ สนับสนุนสำรวจ ท่องเที่ยว และ อาสาสมัครรักษา	เพื่อพัฒนาบุคลากร และเสริมสร้างความ ปลอดภัยให้กับพื้นที่ ชุมชน	1. จำนวนคนที่เข้า ร่วมเป็นสำรวจ อาสาสมัคร อาสาสมัครด้าน การท่องเที่ยว อาสาสมัครเพื่อ สนับสนุนสำรวจ ท่องเที่ยว และ อาสาสมัครรักษา ความปลอดภัย ทางน้ำไม่น้อยกว่า 200 คนในคลัส	2 ล้าน	2 ล้าน	2 ล้าน	พื้นที่ชุมชนมีความ ปลอดภัยและ เสริมสร้างความ มั่นใจให้กับนัก ท่องเที่ยวได้	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น • สถานีตำรวจ (ตำรวจน้ำ,ตำรวจ ท่องเที่ยว) • อปพร. • กรมเจ้าท่า • สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ความปลอดภัย ทางน้ำ		เตอร						
กลยุทธ์ที่ 1.3 กำหนดมาตรฐานและสร้างมาตรการทางสังคม วัฒนธรรม และกฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาผลกระทบเชิงลบทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและ ลำน้ำสาขา									
แผนงานที่ 4 การพัฒนามาตรฐาน จิตสำนึก และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ									
7.	โครงการกำหนด มาตรฐานและแนว ทางการดำเนิน ธุรกิจที่ดี (Good Business Practice) โดย ผู้ประกอบการใน แม่น้ำเจ้าพระยา และเครือข่าย รวมถึงการกำหนด บทลงโทษที่ชัดเจน ในการกำกับดูแล	เพื่อจัดระเบียบเป็น แนวทางปฏิบัติให้กับ ผู้ประกอบการ ดำเนินธุรกิจไปใน แนวทางที่ดีรวมถึง นักท่องเที่ยวไม่ถูก เอารัดเอาเปรียบจาก ผู้ประกอบการ	1. ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85 2. มีการกำหนด แนวทางการ ดำเนินธุรกิจที่ดีใน พื้นที่แม่น้ำ เจ้าพระยา 3.จำนวน ผู้ประกอบการที่ เข้าร่วมโครงการ	50 ล้าน	50 ล้าน	50 ล้าน	นักท่องเที่ยวมี ความพึงพอใจ รวมถึง ผู้ประกอบการ และภาคเอกชนให้ ความร่วมมือใน การพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว มากขึ้น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สมาคม/ชมรม ผู้ประกอบการใน พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น • ตัวแทนชุมชนที่อยู่ ในพื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยาและลำน้ำ สาขา • กรมเจ้าท่า

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			รางวัล ผู้ประกอบการ ดีเด่นตามแนว ทางการ ดำเนินการไม่น้อย กว่า 30 รายต่อปี						• สมาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย • หอการค้าไทยและ สภาหอการค้าแห่ง ประเทศไทย
8.	โครงการกวดขัน และเพิ่มความ เข้มงวดในการ ตรวจตราการ ประกอบธุรกิจเรือ	เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการ เฝ้าระวังและลด ปัญหาการประกอบ ธุรกิจเรือแบบผิด กฎหมาย	1.ผู้ประกอบการ ธุรกิจเรือมีความ รับผิดชอบต่อและ ดำเนินธุรกิจอย่าง ถูกต้องตาม กฎหมาย	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	นักท่องเที่ยว รวมถึงชาวบ้านใน ชุมชนแหล่ง ท่องเที่ยวไม่ถูกเอา เปรียบจากธุรกิจ เรือที่ผิดกฎหมาย	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• กรมเจ้าท่า • ตำรวจน้ำ • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
9.	โครงการสร้าง จิตสำนึก	ปลูกฝังจิตสำนึกการ เป็นเจ้าบ้านที่ดี เพิ่ม	1. จำนวน มัคคุเทศก์ใน	50 ล้าน	50 ล้าน	50 ล้าน	ปัญหาการ หลอกลวง	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ.	• สมาคม/ชมรม มัคคุเทศก์ในพื้นที่

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	มัคคุเทศก์ในการ เป็นผู้นำการ ท่องเที่ยวที่ดี	จำนวนมัคคุเทศก์ คุณภาพ และลด ปัญหามัคคุเทศก์ เถื่อน	โครงการการเป็น ผู้นำการท่องเที่ยว ที่ดีไม่น้อยกว่า 15 รายต่อปี				นักท่องเที่ยว และ ปัญหามัคคุเทศก์ เถื่อนมีจำนวน ลดลง	2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • สถานศึกษา
แผนงานที่ 5 การสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมและการเป็นเจ้าของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมแม่น้ำเจ้าพระยา									
10.	โครงการรางวัล ชุมชนดีเด่น	เพื่อสร้างแรงจูงใจ ให้กับชุมชนในการ พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	นักท่องเที่ยวมี ความพึงพอใจและ ชุมชนสามารถ สร้างจิตสำนึกใน การเป็นเจ้าบ้านที่ ดี	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย • องค์การปกครองส่วน ท้องถิ่น • สภาอุตสาหกรรม

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	ท่องเที่ยวจังหวัด
11.	โครงการสร้าง จิตสำนึกในการ เป็นเจ้าบ้านที่ดี และการเป็น เจ้าของ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมแม่น้ำ เจ้าพระยาร่วมกัน	เพื่อเสริมสร้าง จิตสำนึกและคุณค่า ของวัฒนธรรม ท้องถิ่น	1.ชุมชนที่เข้าร่วม โครงการสร้าง จิตสำนึกในการ เป็นเจ้าบ้านที่ดีไม่ น้อยกว่า 15 ชุมชนต่อปี 2. ความพึงพอใจของ ผู้เข้าร่วมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 3. ชุมชนมี ความรู้สึกถึงการมี ส่วนร่วมและเป็น เจ้าของ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมแม่น้ำ	15 ล้าน	15 ล้าน	15 ล้าน	คนในชุมชน ตระหนักถึงการ เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีความรู้สึกถึงการ มีส่วนร่วมและการ เป็นเจ้าของ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมแม่น้ำ เจ้าพระยาร่วมกัน	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด - องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น - สถาบันการศึกษาใน พื้นที่ - สมาคม/ชมรม มัคคุเทศก์ในพื้นที่ แม่น้ำเจ้าพระยา - สมาคม/ชมรม ผู้ประกอบการใน พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา - ประชาสัมพันธ์ จังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			เจ้าพระยาร่วมกัน						
แผนงานที่ 6 การพัฒนามาตรการและกฎหมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น									
12.	โครงการอบรม กฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับแม่น้ำ เจ้าพระยาและ พื้นที่โดยรอบเพื่อ นำมาใช้ในการลด ผลกระทบเชิงลบ จากการท่องเที่ยว ที่เพิ่มมากขึ้น	เพื่อเสริมสร้าง ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมาย ให้กับผู้ประกอบการ ในพื้นที่	1. ชุมชนและ ผู้ประกอบการ เข้าใจในกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับ แม่น้ำเจ้าพระยา และพื้นที่โดยรอบ 2. มีการดำเนิน โครงการ “รักษ์ เจ้าพระยา” อย่าง ต่อเนื่องทุกปี	20 ล้าน	20 ล้าน	20 ล้าน	ชุมชนและ ผู้ประกอบการใน พื้นที่มีความรู้ ความเข้าใจ กฎหมายที่ เกี่ยวข้องมากขึ้น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สถาบันการศึกษาในพื้นที่ • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น • ตำรวจท่องเที่ยว • ตำรวจน้ำ • กรมเจ้าท่า
13.	โครงการ “ผักตบชวาสร้าง รายได้” เพื่อให้ ประชาชนร่วมมือ กันเก็บผักตบชวา ในพื้นที่ของตน	เพื่อลดจำนวน ผักตบชวาในพื้นที่ และสามารถแปลง เป็นรายได้สู่สังคม	ผักตบชวาลดลง ร้อยละ 50 ใน พื้นที่แม่น้ำ เจ้าพระยาและลำ น้ำสาขา	20 ล้าน	20 ล้าน	20 ล้าน	จำนวนผักตบชวา ในพื้นที่มีจำนวน ลดลงรวมถึง ชาวบ้านมีรายได้ที่ สูงขึ้นจากการแปร รูปผักตบชวา	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-	• องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น • พัฒนาชุมชน • แรงงานจังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ จะได้รับ/ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	โดยภาครัฐกำหนด ระยะเวลาในการ มอบรางวัลแก่ผู้ที่ นำผักตบชวามา ขายและสามารถ นำไปแปรรูป							2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
กลยุทธ์ที่ 1.4 ส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวจากภาครัฐและภาคเอกชน									
แผนงานที่ 7 สนับสนุนและส่งเสริมกิจการ การค้าและการลงทุนของประกอบการของผู้ประกอบการภาคเอกชน									
14.	โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรมประเพณี/งานสัมมนาของผู้ประกอบการท้องถิ่น	เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นใน	เกิดการจัดกิจกรรมงานสัมมนาของภาครัฐ/งานประเพณีระดับจังหวัดในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาจำนวนไม่น้อยกว่า 2	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีรายได้ที่สูงขึ้นจากการส่งเสริมการค้าการลงทุน	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ.	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ภาครัฐหรือภาคเอกชนในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาหรือบนเรือล่องแม่น้ำเจ้าพระยา	พื้นที่นั้นๆ	ครั้งต่อปี					2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	ของแต่ละจังหวัด • กรมเจ้าท่า • องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือเทศบาล • สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
15.	โครงการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนเพื่อยกระดับ	เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสถานที่ที่พัก/ธุรกิจการล่องเรือ/การ	ภาคเอกชนมีการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยามากขึ้น	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	มาตรฐานด้านสถานที่ที่พัก/ธุรกิจการล่องเรือ/การขนส่ง มีมาตรฐานในระดับที่สูงขึ้น	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ.	• คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา • สภา

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	มาตรฐานด้านสถานที่ที่พัก/ธุรกิจการล่องเรือ/การขนส่ง	ขนส่ง						2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
แผนงานที่ 8 ส่งเสริมกิจการ การค้าของผู้ประกอบการรายย่อยและกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) รุ่นใหม่ในด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม									
16.	โครงการส่งเสริมการจัดตั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว	เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการจัดตั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว	มีผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ในปีแรก	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ขยายตัว	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของแต่ละจังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
									- สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
17.	โครงการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ด้านการ	เพื่อส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในการพัฒนาการ	การบริการของกลุ่มกิจการเพื่อสังคมครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวในคลัสเตอร์เจ้าพระยาอย่างน้อย 10 แห่ง	6 ล้าน	6 ล้าน	6 ล้าน	กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) มีจำนวนมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ขยายตัว และนำไปสู่พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม						☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	กีฬาจังหวัด • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของแต่ละจังหวัด • สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ • สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
กลยุทธ์ที่ 1.5 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของกลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน (Business Alliances)									
แผนงานที่ 9 การผลักดันและส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการภาคเอกชน									

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
18.	โครงการส่งเสริมการสร้างริม จัด Event หรือ งานสัมมนา เพื่อทำการตลาดร่วมกัน	เพื่อเสริมสร้างรูปแบบด้านการท่องเที่ยวและทำการตลาดร่วมกัน	เกิดเครือข่ายความร่วมมือไม่น้อยกว่า 4 เครือข่ายใน 2 ปี	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	มีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวที่แน่นแฟ้นและพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวร่วมกัน	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - เครือข่ายผู้ประกอบการภาคเอกชน - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
19.	โครงการการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดร่วมกัน	เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยว	เครือข่ายมีการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างน้อย 2 กิจกรรม	8 ล้าน	8 ล้าน	8 ล้าน	เครือข่ายผู้ประกอบการมีผลกำไรจากกิจกรรมดังกล่าวเพิ่มขึ้น	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - เครือข่ายผู้ประกอบการภาคเอกชน - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
กลยุทธ์ที่ 1.6 เสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการภาคเอกชน									
แผนงานที่ 10 เพิ่มศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ									
20.	โครงการจัดหลักสูตรฝึกอบรมเพิ่มความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจการใช้ นวัตกรรม การบริหาร ทรัพยากร มนุษย์ การตลาด การเข้าถึงทุน	เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน	1. เกิดการจัดหลักสูตรฝึกอบรม/เวิร์คช็อปสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง/ปี	5 ล้านบาท	5 ล้านบาท	5 ล้านบาท	ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันและมีผลการดำเนินงานดีขึ้น	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • สถาบันการศึกษา • สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม • สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่ง

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
									ประเทศไทย • หอการค้าไทย และสภา หอการค้าแห่ง ประเทศไทย
21.	โครงการ คลินิกให้ คำปรึกษาแก่ ผู้ประกอบการ ธุรกิจ ท่องเที่ยว	เพื่อเป็นศูนย์ ช่วยเหลือให้ คำปรึกษากับ ผู้ประกอบการ ธุรกิจ ท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการมีผลการ ดำเนินงานดีขึ้นร้อยละ 20	3 ล้าน	3 ล้าน	3 ล้าน	ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมี ข้อมูลและคำแนะนำในการ พัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวพื้นที่ริม ฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด สถาบันการศึกษา - สำนักงาน ส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและ ขนาดย่อม
กลยุทธ์ที่ 1.7 พัฒนาทักษะภาษาและความรู้ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์									

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
แผนงานที่ 11 สนับสนุนการผลิตและการพัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่นมัคคุเทศก์อาสาและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว									
22.	โครงการหน่วยบริการมัคคุเทศก์อาสาพาทัวร์	เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	1. จำนวนมัคคุเทศก์อาสาและมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในแต่ละเส้นทางการท่องเที่ยวหรือจุดท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3 ล้าน	3 ล้าน	3 ล้าน	มัคคุเทศก์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและสร้างประโยชน์ต่างๆให้การท่องเที่ยว	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สำนักทะเบียนและธุรกิจนำเที่ยวกรมการท่องเที่ยว • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น • ชุมชน • สถาบันการศึกษา • ผู้ประกอบการภาคเอกชน
23.	โครงการจัดกิจกรรม Tourism Consulting	เพื่อพัฒนาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวที่	1. ชุมชนตื่นตัวและมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน	3 ล้าน	3 ล้าน	3 ล้าน	ชุมชนสามารถใช้ความรู้จากกิจกรรมดังกล่าวในการปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ	• สำนักทะเบียนและธุรกิจนำเที่ยวกรมการท่องเที่ยว • สำนักงานการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	Project ให้กับชุมชน โดยสถาบัน ศึกษาด้านการ ท่องเที่ยว	สำคัญให้กับ ชุมชน	2. ผู้ประกอบการมีผล การดำเนินงานดีขึ้นร้อยละ 20					ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	ท่องเที่ยว และ กีฬาจังหวัด • องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น • ชุมชน • สถาบัน การ ศึกษา • ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน • สภา อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย • หอการค้าไทย และสภา หอการค้าแห่ง ประเทศไทย
แผนงานที่ 12 ฝึกอบรมและเสริมสร้างทักษะให้แก่ภาคีเครือข่าย นักธุรกิจอาสาและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว									

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
24.	โครงการจัดหลักสูตรฝึกอบรมทักษะทางด้านภาษาให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมัคคุเทศก์ท้องถิ่นและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาทักษะทางด้านภาษาให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	1. จำนวนสถาบันศึกษาด้านการท่องเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการมัคคุเทศก์อาสาไม่น้อยกว่า 3 แห่ง 2. สถิติการใช้บริการมัคคุเทศก์เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ใน 2 ปีแรกของโครงการ 3. หลักสูตรฝึกอบรมภาษา/ทักษะการนำเที่ยว/ความรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไม่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี	3 ล้าน	3 ล้าน	3 ล้าน	บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีทักษะทางด้านภาษาที่ดีขึ้น	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - สถาบันการศึกษา - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - ชุมชน
25.	โครงการพัฒนาการสื่อสารให้กับกลุ่ม	เพื่อเสริมสร้างพัฒนาทักษะทางการสื่อสารและ	1. สถิติการใช้บริการผู้ประกอบการท้องถิ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ใน 2 ปีแรกของโครงการ	3 ล้าน	3 ล้าน	3 ล้าน	บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีทักษะทางการสื่อสารและภาษาที่ดีขึ้น	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - สถาบันการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	สามล้อ/ ผู้ประกอบการ เรือนำเที่ยว/ รถท้องถิ่นเพื่อ ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว ในคลัสเตอร์ พื้นที่ริมฝั่ง แม่น้ำ เจ้าพระยา	ภาษาให้กับ บุคลากรด้าน การท่องเที่ยว	2. หลักสูตรฝึกอบรม ภาษา/ทักษะการนำ เที่ยว/ความรู้ ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมไม่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี					ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	ศึกษา • องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการใน พื้นที่ • ชุมชน
26.	โครงการจัด กิจกรรม เวิร์คช็อป (Workshop) การเป็นผู้นำ เที่ยวที่ดี และ ทักษะการนำ เที่ยวให้สนุก	เพื่อเสริมสร้าง พัฒนาทักษะ ทางด้านการ เป็นผู้นำเที่ยว ที่ดี และ ทักษะการนำ เที่ยวให้สนุก ให้กับบุคลากร	1. สถิติการใช้บริการ ผู้ประกอบการท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ใน 2 ปีแรกของโครงการ 2. หลักสูตรฝึกอบรม ภาษา/ทักษะการนำ เที่ยว/ความรู้ ประวัติศาสตร์และ	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมี ทักษะทางด้านการเป็นผู้นำเที่ยว ที่ดีและทักษะการนำเที่ยวให้ สนุกมากขึ้น	☒ มาตรการระยะ สั้น พ.ศ. 2561- 2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ.	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด • สถาบัน การศึกษา • องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น • ชุมชน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	และนำ ประทับใจ	ด้านการ ท่องเที่ยว	วัฒนธรรมไม่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี					2561-2565	• สภา อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย
27.	โครงการจัด หลักสูตรให้ ความรู้เชิง ประวัติศาสตร์ ของแหล่ง ท่องเที่ยว ให้แก่บุคลากร ด้านการ ท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ท้องถิ่น และ ชุมชนใน แหล่ง ท่องเที่ยวนั้นๆ	เพื่อเสริมสร้าง ความรู้เชิง ประวัติศาสตร์ ให้กับบุคลากร ด้านการ ท่องเที่ยว	1. สถิติการใช้บริการ ผู้ประกอบการท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ใน 2 ปีแรกของโครงการ 2. หลักสูตรฝึกอบรม ภาษา/ทักษะการนำ เที่ยว/ความรู้ ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมไม่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี	2 ล้าน	2 ล้าน	2 ล้าน	บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมี ทักษะความรู้เชิงประวัติศาสตร์ มากขึ้น	☒ มาตรการระยะ สั้น พ.ศ. 2561- 2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด • สถาบันการศึกษา • องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น • ชุมชน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
28.	โครงการ เวิร์คช็อป Workshop การสร้าง บันทึก ร่องรอย ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้ำ ค่าของชุมชน	เพื่อเสริมสร้าง ความรู้เชิง ประวัติศาสตร์ และการสร้าง บันทึก ร่องรอย ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้ำ ค่าของชุมชน ให้กับบุคลากร ด้านการ ท่องเที่ยว	สารสนเทศ/เทปบันทึก/ สื่อสิ่งพิมพ์รวบรวม เรื่องราวประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของพื้นที่ ริมฝั่งเจ้าพระยา	2 ล้าน	2 ล้าน	2 ล้าน	บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมี ทักษะความรู้เชิงประวัติศาสตร์ และการสร้างบันทึกร่องรอย ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้ำค่า ของชุมชนและสามารถนำไปผลิต สื่อประเภทต่างๆได้มากขึ้น	☒ มาตรการระยะ สั้น พ.ศ. 2561- 2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวพื้นที่ริม ฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด - สถาบันการศึกษา - องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น - ชุมชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

- 1.ร้อยละ 85 ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขามีความพึงพอใจ
- 2.นักท่องเที่ยวคุณภาพมีจำนวนมากขึ้น
- 3.รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 4.พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยามีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการคมนาคมโดยเฉพาะทางน้ำ และระบบสาธารณูปโภคที่ดีได้มาตรฐานพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว
- 5.พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยามีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวในจำนวนมากขึ้น

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 2.1	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 2.2	การพัฒนาการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
กลยุทธ์ที่ 2.3	การพัฒนาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 2.4	พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
กลยุทธ์ที่ 2.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว									
แผนงานที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ (Logistic) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ									
1.	โครงการทางจักรยานเลียบริมแม่น้ำเจ้าพระยา	เพื่อเพิ่มทางเลือกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้กระแสของการขี่จักรยานและการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. นักท่องเที่ยวคุณภาพมีจำนวนมากขึ้น 3. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	40 ล้าน	-	-	1. มีจำนวนนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากขึ้น 2. ชุมชนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวดังกล่าว 3. ระบบโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- กรุงเทพมหานคร - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร
2.	โครงการเพิ่มไฟและแสงสว่างตามแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์	เพื่อเพิ่มทัศนวิสัยและความปลอดภัยของเส้นทางท่องเที่ยวในคลัส	จำนวนโครงสร้างพื้นฐาน ระบบไฟฟ้าที่ได้	-	100 ล้าน	-	เส้นทางท่องเที่ยวในคลัสเตอร์มีแสงสว่างที่เพียงพอต่อความต้องการและมีความ	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - องค์กรปกครองส่วน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
		เตอร์	มาตรฐานพร้อม รองรับนัก ท่องเที่ยว				ปลอดภัย	ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	ท้องถิ่น • กรมทางหลวง • กรมทางหลวง ชนบท
3.	โครงการพัฒนาระบบสื่อ ความหมายที่ได้มาตรฐาน และมีเอกลักษณ์ รวมถึง ป้ายบอกทางและป้ายสื่อ ความหมายที่ทำการแปล เป็นภาษาต่างประเทศเพื่อ นักท่องเที่ยวต่างชาติ	เพื่อเพิ่มช่อง ทางการสื่อสารและ อำนวยความสะดวก สะดวกในการ สื่อสารกับ นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	จำนวน โครงสร้าง พื้นฐานระบบ การสื่อสารที่ได้ มาตรฐานพร้อม รองรับนัก ท่องเที่ยว	50 ล้าน	-	-	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติสามารถ ท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ ถูกต้องตามเส้นทางที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยว	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • กรมทางหลวง • กรมทางหลวง ชนบท • องค์การปกครองส่วน ท้องถิ่น
4.	โครงการพัฒนาพื้นที่หลัง	เพื่อพัฒนาพื้นที่ให้	จำนวน	70	70	-	พื้นที่หลังท่าเรือมีการใช้	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ.	• คณะกรรมการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ทำเรือให้สามารถรองรับการ เชื่อมต่อรูปแบบการเดินทาง อื่นๆ เช่น Park-and-ride หรือ Kiss-and-ride และ สามารถเข้าถึงได้โดยระบบ ขนส่งสาธารณะต่างๆ	รองรับกับระบบ การขนส่งอื่นๆ รวมถึงเพิ่ม ทางเลือกในการ เดินทาง	โครงสร้าง พื้นฐานระบบ การขนส่งได้ มาตรฐานพร้อม รองรับนัก ท่องเที่ยว	ล้าน	ล้าน		ประโยชน์เพิ่มเติมจาก การพัฒนาพื้นที่	2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • กรมเจ้าท่า • กรมธนารักษ์ • สำนักนโยบายและ แผนการขนส่งและ จราจร • กรมการขนส่งทาง บก
แผนงานที่ 2 การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ									
5.	โครงการปรับปรุงและสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อ รองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้สูงอายุ และผู้ พิการ ภายใต้แนวคิด “อารยสถาปัตย์”	เพื่ออำนวยความสะดวก ให้กับ นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุและคน พิการ	1. ความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยวไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวน นักท่องเที่ยว คุณภาพเพิ่มขึ้น	-	45 ล้าน	-	นักท่องเที่ยวมีความพึง พอใจต่อสถานที่ ท่องเที่ยว	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ.	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • องค์การปกครองส่วน ท้องถิ่น

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			3. รายได้จาก การท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น					2561-2565	
6.	โครงการปรับปรุงและ เพิ่มเติมจุดบริการ นักท่องเที่ยวเพื่อรองรับทั้ง ชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น จุดประชาสัมพันธ์ Kiosk และศูนย์ข้อมูล ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์ข้อมูล ท่องเที่ยวบริเวณท่าเรือ สาทร	เพื่อเสริมสร้างช่อง ทางการเข้าถึง ข้อมูลการท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยว ชาวไทยและ ต่างชาติ	จำนวนจุด บริการนัก ท่องเที่ยวจุด ช่วยเหลือนัก ท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น	-	60 ล้าน	-	นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างชาติมีความพึง พอใจและสามารถเข้าถึง ข้อมูลการท่องเที่ยว ต่างๆได้อย่างสะดวก	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
7.	โครงการเพิ่มการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สมุทรปราการ เช่น ป้อม พระจุลฯ และบ้านสาขลา	เพื่อประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยว อื่นๆในจังหวัด สมุทรปราการ	จำนวนสิ่ง อำนวยความสะดวก ที่พร้อม รองรับนัก	-	65 ล้าน	-	สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆใน จังหวัดสมุทรปราการ เป็นที่รู้จักแพร่หลายใน กลุ่มนักท่องเที่ยว	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - สำนักงานการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวสามารถ เข้าและออกจากแหล่ง ท่องเที่ยวได้สะดวก		ท่องเที่ยว					ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2563-2564	ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสมุทรปราการ
กลยุทธ์ที่ 2.2 การพัฒนาการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน									
แผนงานที่ 3 การยกระดับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขา									
8.	โครงการเก็บขยะและทำ ความสะอาด เพื่อรักษา สิ่งแวดล้อมในแม่น้ำ เจ้าพระยา ลำน้ำสาขา และ บริเวณพื้นที่โดยรอบ	เพื่อเสริมสร้างจิต สำนึกต่อสังคม และลดขยะในพื้นที่ ท่องเที่ยว	1. ความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยวไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85 2. ปริมาณขยะ ลดลงร้อยละ 70 ในพื้นที่แม่น้ำ เจ้าพระยาและ ลำน้ำสาขา	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา มีมลพิษทางน้ำลดลง	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
9.	โครงการขุดลอกแม่น้ำ เจ้าพระยาและลำคลอง โดยเฉพาะบริเวณท่าเรือ แม่น้ำเจ้าพระยาและย่าน ชุมชนคลองบางกอกน้อย และคลองบางกอกใหญ่ เพื่อ ลดอุปสรรคในการเดินเรือ และเพิ่มความปลอดภัย	เพื่อลดปัญหาการ ตื้นเขิน ของคลอง และการจราจร ทางน้ำสะดวกขึ้น	ปัญหาความการ ตื้นเขินลดลง และการ คมนาคม ปลอดภัยขึ้น	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	อำนวยความสะดวกและ เพิ่มความปลอดภัยใน การเดินเรือ	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น - กรมเจ้าท่า
10.	โครงการยกระดับคุณภาพ ของระบบการกำจัดขยะ น้ำ เสีย และมลพิษในพื้นที่ แม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำ สาขา	เพื่อลดปัญหาการ จัดการของเสียใน พื้นที่แม่น้ำ เจ้าพระยาและลำ น้ำสาขาให้มี ประสิทธิภาพ	น้ำเสียและ มลพิษในพื้นที่ แม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขา ลดลงร้อยละ 70	50 ล้าน	50 ล้าน	50 ล้าน	พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขามี สภาพแวดล้อมที่ดี และ ปราศจากมลพิษ	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ - กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา - กระทรวง สาธารณสุข - กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
									และสิ่งแวดล้อม
11.	โครงการศึกษาวิจัยป้องกัน และแก้ไขปัญหาการกัด เซาะตลิ่งริมฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยาและลำน้ำสาขา โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และจังหวัดนนทบุรี	เพื่อแก้ไขปัญหา การกัดเซาะตลิ่งริม ฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขา	ปัญหาการกัด เซาะตลิ่งริมฝั่ง แม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขา ลดลง	-	300 ล้าน	-	การลดลงของปัญหาการ กัดเซาะตลิ่งริมฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยาและลำน้ำ สาขาในพื้นที่กรุงเทพฯ และจังหวัดนนทบุรี รวมถึงสามารถพัฒนา พื้นที่ให้รองรับกับปัญหา ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ได้	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - คณะกรรมการ สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ - กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม - สถาบันการศึกษา วิศวกรรมและ สิ่งแวดล้อม
12.	โครงการกวดขันกฎหมาย ควบคุมความเร็วเรือเพื่อ เพิ่มความปลอดภัยและลด คลื่นกระแทกฝั่งที่จะทำลาย พื้นที่ริมฝั่ง	เพื่อลดปัญหาคลิ้น กระแทกฝั่งและ ควบคุมความเร็ว เรือให้อยู่ในระดับที่ เหมาะสม	ปัญหาคลิ้น กระแทกฝั่งและ การทำลายพื้นที่ ริมฝั่งลดลง	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	ปัญหาคลิ้นกระแทกฝั่งที่ จะทำลายพื้นที่ริมฝั่ง ลดลง	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564	กรมเจ้าท่า

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	
13.	โครงการตรวจตราการ ก่อสร้างหมู่บ้านจัดสรรริม แม่น้ำเจ้าพระยา คลอง บางกอกน้อย และคลอง บางกอกใหญ่ เพื่อควบคุม การทิ้งขยะและหินดินทราย ลงไปในแม่น้ำและลำคลอง	เพื่อแก้ไขปัญหา การทิ้งขยะและหิน ดินทรายที่ไม่ ถูกต้องจากการ ก่อสร้างหมู่บ้าน จัดสรรริมแม่น้ำ เจ้าพระยา	ปัญหาการทิ้ง ขยะและหินดิน ทรายลงไปใน แม่น้ำและลำ คลองลดลง	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	สามารถควบคุมปัญหา การทิ้งขยะและหินดิน ทรายที่ไม่ถูกต้องจาก การก่อสร้างหมู่บ้าน จัดสรรริมแม่น้ำ เจ้าพระยา	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	องค์การบริหาร ส่วนจังหวัด
กลยุทธ์ที่ 2.3 การพัฒนาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว									
แผนงานที่ 4 การพัฒนาด้านความปลอดภัยของผู้โดยสารที่เดินทางโดยเรือ									
14.	โครงการ “ทำเรือ ปลอดภัย ใส่ใจผู้โดยสาร” เป็นการ พัฒนาทำเรือให้มีความ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน และ	เพื่อเสริมสร้างความ ปลอดภัยและความ พึงพอใจให้กับ นักท่องเที่ยว	1. อัตราการเกิด อุบัติเหตุลดลง ร้อยละ 70 2. ทำเรือได้รับ	30 ล้าน	30 ล้าน	30 ล้าน	อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับ นักท่องเที่ยวมีจำนวน ลดลง	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - กรมเจ้าท่า

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	สามารถรองรับนักท่องเที่ยว ที่มากขึ้น		การปรับปรุง และพัฒนาไม่ น้อยกว่าร้อยละ 70 ของท่าเรือ ทั้งหมด 3. ความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยวไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85					พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- เอกชนผู้ได้ สัมปทานท่าเรือ - ผู้ประกอบการเรือ
15.	โครงการ “รักชีวิตใส่ชูชีพ” เป็นการสนับสนุนและ ประชาสัมพันธ์การใส่เสื้อชู ชีพของผู้โดยสารทางเรือ	เพื่อให้นักท่องเที่ยว ตระหนักและให้ ความสำคัญกับการ ใส่เสื้อชูชีพ	อัตราการเกิด อุบัติเหตุลดลง ร้อยละ 70	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ สวมเสื้อชูชีพและ ตระหนักถึงความ ปลอดภัยมากขึ้น	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง	- กรมเจ้าท่า - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	
แผนงานที่ 5 การพัฒนาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว									
16.	โครงการติดตั้ง CCTV ใน แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุด เสี่ยง เพื่อเป็นการสอดส่อง ดูแลความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว	เพื่อป้องกันปัญหา อาชญากรรมและ สอดส่องความ ปลอดภัยให้กับ นักท่องเที่ยว	1. อัตราการเกิด อุบัติเหตุลดลง ร้อยละ 70 2. ความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยวไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85	50 ล้าน	50 ล้าน	50 ล้าน	จำนวนอุบัติเหตุของ นักท่องเที่ยวมีจำนวน ลดลง	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา - องค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น
17.	โครงการจัดตั้งระบบศูนย์ บัญชาการและระบบจัดการ เหตุฉุกเฉิน เพื่ออำนวยความสะดวกและให้ความ	เพื่อรองรับและ อำนวยความสะดวก ให้กับ นักท่องเที่ยวใน	1.นักท่องเที่ยว ได้รับการอำนวยความสะดวกใน กรณีฉุกเฉิน	-	35 ล้าน	-	สามารถแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าและจัดการ บริหารในกรณีฉุกเฉินได้ อย่างเหมาะสม	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง	- องค์การบริหารส่วน จังหวัด - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวใน กรณีที่มีเหตุร้ายเกิดขึ้น	กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	2. ความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยวไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85					พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	จังหวัด
18.	โครงการตรวจตรามิจฉาชีพ ตามสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อ ลดการหลอกลวงและการ เอารัดเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว	เพื่อลดปัญหา นักท่องเที่ยวถูกเอา รัดเอาเปรียบจาก มิจฉาชีพ	อัตราการเกิด อุบัติเหตุลดลง ร้อยละ 70	20 ล้าน	20 ล้าน	20 ล้าน	นักท่องเที่ยวมีความพึง พอใจต่อโครงการและมี มิจฉาชีพลดลง	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• ดำรวจท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 2.4 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัย									
แผนงานที่ 6 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกและส่งเสริมการท่องเที่ยว									
19.	โครงการจัดทำฐานข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวและ	เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล ให้กับนักท่องเที่ยว	1. ความพึง พอใจของ	24 ล้าน	24 ล้าน	24 ล้าน	นักท่องเที่ยวหรือบุคคล ที่สนใจสามารถนำข้อมูล	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ.	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะ ได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	กิจกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่ ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำ น้ำสาขา	หรือบุคคลที่สนใจ	นักท่องเที่ยวไม่ น้อยกว่าร้อยละ 85 2. รายได้จาก การท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น				จากฐานข้อมูลไปใช้ ประโยชน์ได้อย่าง เหมาะสม	2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	แม่น้ำเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด • การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย
20.	โครงการพัฒนาแอปพลิเคชันและ QR Code ตาม ท่าเรือและสถานที่ท่องเที่ยว ต่างๆ เพื่อให้บริการข้อมูล แก่นักท่องเที่ยวทั้งเกี่ยวกับ ราคาการให้บริการ และ ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	เพื่อพัฒนาช่อง ทางการสื่อสารและ อำนวยความสะดวก สะดวกในการให้ ข้อมูลกับ นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว เข้าถึงข้อมูลได้ สะดวกมากขึ้น	30 ล้าน	30 ล้าน	30 ล้าน	นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ สามารถเข้าถึงข้อมูลการ ท่องเที่ยวด้านต่างๆได้ อย่างสะดวกสบายมาก ขึ้น	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยว แม่น้ำเจ้าพระยา • การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองให้เป็นที่น่าจดจำ

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไทย
2. รูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลายเป็นที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้น
3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
4. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
5. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 3.1 บูรณาการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ และปรับปรุงภูมิทัศน์ทัศนียภาพของพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาให้มีความสวยงาม
- กลยุทธ์ที่ 3.2 สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจของแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว
- กลยุทธ์ที่ 3.3 ส่งเสริมการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างเอกลักษณ์และรายได้ให้แก่พื้นที่
- กลยุทธ์ที่ 3.4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาอย่างยั่งยืน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
กลยุทธ์ที่ 3.1 บูรณะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ และปรับปรุงภูมิทัศน์ ทักษิณภาพ ของพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และลำน้ำสาขาให้มีความสวยงาม น่าชม									
แผนงานที่ 1 การปรับปรุง บูรณะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาหลัก									
1.	โครงการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญตลอดริมแม่น้ำเจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลัก	เพื่อค้นหาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆตลอดริมแม่น้ำเจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลักและปรับปรุงฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิม	1. การออกสำรวจตลอดเส้นทางริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาหลัก	5 ล้านบาท	5 ล้านบาท	5 ล้านบาท	แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญมีนักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - ชมรมและสมาคมที่เกี่ยวข้อง - กรมเจ้าท่า - กรมศิลปากร
2.	โครงการบูรณะวัดและโบราณ	เพื่อปรับปรุงบูรณะวัดให้อยู่ใน	แผนงานปรับปรุงฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	30 ล้านบาท	30 ล้านบาท	30 ล้านบาท	วัดและบริเวณใกล้เคียงมีสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์พร้อม	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ.	สำนักงานการท่องเที่ยวและ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	สถานที่เสื่อมโทรม	สภาพที่สมบูรณ์	และสถานที่สำคัญในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาหลัก				รองรับนักท่องเที่ยว	2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☒ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	กีฬาจังหวัด • กรมศิลปากร
แผนงานที่ 2 การปรับปรุงทัศนียภาพของพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองสำคัญในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ให้สวยงาม น่ามอง									
3.	โครงการสำรวจพื้นที่ศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงทัศนียภาพโดยการปลูกต้นไม้และประดับไฟในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลัก	เพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์และเพิ่มพื้นที่สีเขียวในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลัก	1. การออกสำรวจตลอดเส้นทางริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาหลัก 2. แผนงานการปรับปรุงทัศนียภาพพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาหลัก	50 ล้าน	50 ล้าน	50 ล้าน	พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลักมีทัศนียภาพที่สวยงามดึงดูดนักท่องเที่ยว	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ.	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา • ชมรมและสมาคมที่

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								2561-2565	เกี่ยวข้อง
4.	โครงการปรับปรุง เขื่อนกันน้ำท่วมใน กรุงเทพฯ และ จังหวัดนนทบุรี โดยการออกแบบ ให้มีความ กลมกลืนกับ สภาพแวดล้อม และมีความ สวยงาม	เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมในเขต กรุงเทพฯ และ นนทบุรี	แผนงานการปรับปรุง เขื่อนกันน้ำท่วมใน กรุงเทพฯ และ จังหวัดนนทบุรี	-	-	25 ล้าน	เขื่อนสามารถป้องกันน้ำท่วม ในกรุงเทพฯ และจังหวัด นนทบุรีได้	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- องค์การบริหารส่วนจังหวัด - สถาบันการศึกษา
5.	โครงการจัด ระเบียบความ เรียบร้อยริมฝั่ง คลองบางกอก น้อย บางกอก ใหญ่	เพื่อจัดระเบียบ และทำให้บริเวณ ริมฝั่งคลอง บางกอกน้อย บางกอกใหญ่มี ความเรียบร้อย มากขึ้น	แผนงานการจัด ระเบียบความ เรียบร้อยริมฝั่งคลอง บางกอกน้อย บางกอกใหญ่	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	บริเวณริมฝั่งคลองบางกอก น้อย บางกอกใหญ่มี ทัศนียภาพที่สวยงามดึงดูด นักท่องเที่ยว	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - สำนักงานกรุงเทพมหานคร - กองการท่องเที่ยว

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								☒ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	
6.	โครงการระดับไฟตามแหล่งท่องเที่ยวหลักของเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และที่ศาลากลางเก่าจังหวัดนนทบุรี	เพื่อสร้างความสวยงามในยามค่ำคืนให้กับบริเวณเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	แผนงานการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวหลักของเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	มีนักท่องเที่ยวสนใจและมาท่องเที่ยวชมแสงไฟในยามค่ำคืน	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
แผนงานที่ 3 การตกแต่งเรือให้มีความสวยงาม เสริมสร้างทัศนียภาพของแม่น้ำเจ้าพระยา									
7.	โครงการตกแต่งเรือที่ล่องในแม่น้ำเจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลัก	เพื่อสร้างความสวยงามในยามค่ำคืนให้กับเรือที่ล่องในแม่น้ำ	1. เรือที่นำมาล่องในแม่น้ำเจ้าพระยา ได้รับการตกแต่งให้มีความสวยงาม พร้อม	5 แสน	5 แสน	5 แสน	มีนักท่องเที่ยวสนใจและท่องเที่ยวโดยการล่องเรือในยามค่ำคืน	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ	คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
		เจ้าพระยาใน 5 จังหวัดหลัก	ทั้งสวดแทรก เอกลักษณ์ความเป็นไทย					ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• กองการท่องเที่ยว • ผู้ประกอบการเรือ
กลยุทธ์ที่ 3.2 สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจของแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว									
แผนงานที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ ทั้งในเชิงสร้างสรรค์ เชิงผจญภัย เชิงสุขภาพ									
8.	โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในธีมต่างๆ เช่น ประวัติศาสตร์ วรรณคดี อาหาร	เพื่อพัฒนาและขยายรูปแบบการท่องเที่ยว	1. เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เชิงผจญภัย เชิงสุขภาพ 2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 3. นักท่องเที่ยวคุณภาพมีจำนวนมาก	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	มีการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☒ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย • คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา • ผู้ประกอบการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			ขึ้น 4. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 5. ระยะเวลาพำนักร ของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น						เรือ • ชุมชน
9.	โครงการสร้าง กิจกรรมและจุด แวะพักตามท่าเรือ ในจังหวัดนนทบุรี และปทุมธานี เพื่อ สร้างเส้นทางทาง ล่องเรือและ กิจกรรมที่น่าสนใจ ให้นักท่องเที่ยว	เพื่อสร้างเส้นทาง รวมถึงกิจกรรม ใหม่ๆให้กับ นักท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. นักท่องเที่ยว คุณภาพมีจำนวนมา งขึ้น 3. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 4. ระยะเวลาพำนักร ของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	ท่าเรือในจังหวัดนนทบุรีและ ปทุมธานีสามารถเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวใหม่ๆได้	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด นนทบุรี และ จังหวัดปทุมธานี • ชุมชนในพื้นที่
10.	โครงการพัฒนา	เพื่อเสริมสร้างการ	1. ความพึงพอใจของ	1 ล้าน	1 ล้าน	1 ล้าน	นักท่องเที่ยวมีความรู้เพิ่มเติม	☒ มาตรการ	• คณะกรรมการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	กิจกรรมการ ล่องเรือ พร้อม เสิร์ฟอาหารชาว วังและมีเรื่องเล่า ถึงประวัติของ อาหารและวิถีชีวิต	ให้ความรู้และ คุณค่า ประกอบการ ท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. นักท่องเที่ยว คุณภาพมีจำนวนมากขึ้น 3. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 4. ระยะเวลาพำนักร ของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น				และเข้าใจวัฒนธรรมไทยจาก การท่องเที่ยว	ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา • ผู้ประกอบการ เรือ
11.	โครงการพัฒนา ผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวใน รูปแบบ Voluntourism	เพื่อเสริมสร้างให้ คนในชุมชนหันมา เป็นเจ้าบ้านที่ดี สำหรับ นักท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. นักท่องเที่ยว คุณภาพมีจำนวนมากขึ้น 3. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	1 ล้าน	1 ล้าน	1 ล้าน	มีอาสาสมัครที่สามารถพา ท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน ได้มากขึ้น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ	• คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด • การท่องเที่ยว

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			4. ระยะเวลาพำนักร ของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น					ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	แห่งประเทศไทย
แผนงานที่ 5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเรือแบบค้างคืน (Overnight Cruise)									
12.	โครงการพัฒนาจุด จอดเรือค้างคืนที่มี ความปลอดภัย เพียงพอ และ เป็นส่วนตัว	เพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยวใน รูปแบบใหม่ๆ	1. นักท่องเที่ยว คุณภาพมีจำนวนมา กขึ้น 2. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 3. ระยะเวลาพำนักร ของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 4. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	มีจุดจอดเรือที่ปลอดภัยและ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ อย่างเหมาะสม	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด • องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น
13.	โครงการพัฒนา กิจกรรมยามเช้าที่ จุดจอดเรือค้างคืน	เพื่อค้นหา กิจกรรมใหม่ ๆให้กับนักท่องเที่ยว	1. นักท่องเที่ยว คุณภาพมีจำนวนมา กขึ้น	5 แสน	5 แสน	5 แสน	นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ต่อประสบการณ์ใหม่ๆในการ ท่องเที่ยว	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562	• องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น • ชุมชน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ที่เกี่ยวข้องกับวิถี การดำเนินชีวิต ของคนท้องถิ่น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ สัมผัสกับ ประสบการณ์ใหม่		2. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 3. ระยะเวลาพำนักร ของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 4. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85					☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	
14.	โครงการจัดหา และสร้างความ ร่วมมือระหว่าง ผู้ประกอบการ สินค้าอุปโภค บริโภคท้องถิ่น และ ผู้ประกอบการเรือ แบบค้างคืน เพื่อ ส่งเสริมการสร้าง	เพื่อสร้างรายได้ ให้กับ ผู้ประกอบการใน ท้องถิ่น	รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	5 แสน	5 แสน	5 แสน	ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีรายได้ เพิ่มขึ้นจากการค้าขาย	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - ชุมชน - ผู้ประกอบการเรือ - สมาคม/ชมรมที่เกี่ยวข้อง

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	รายได้แก่ชุมชน ท้องถิ่น และลด ภาระการขนส่ง เสบียงบนเรือ								
แผนงานที่ 6 การส่งเสริมให้พื้นที่สวนสาธารณะริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นสถานที่ทำกิจกรรมและพักผ่อนหย่อนใจเพื่อให้ผู้คนใช้เวลามากขึ้นในบริเวณนี้									
15.	โครงการส่งเสริม การจัดกิจกรรมใน พื้นที่ สวนสาธารณะริม แม่น้ำเจ้าพระยา	เพื่อส่งเสริมการ จัดกิจกรรมใหม่ๆ ในพื้นที่ สวนสาธารณะริม แม่น้ำเจ้าพระยา	1. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 2. ระยะเวลาพำนัก ของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น	5 แสน	5 แสน	5 แสน	นักท่องเที่ยวหรือประชากร บริเวณใกล้เคียงสามารถใช้ พื้นที่สวนสาธารณะริมแม่น้ำ เจ้าพระยาในการทำกิจกรรม ต่างๆ	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด
16.	โครงการจัด เทศกาล ขนบธรรมเนียม	เพื่อเสริมสร้าง จิตสำนึกถึงความเป็นไทยและ	1. รายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 2. ระยะเวลาพำนัก	2 ล้าน	2 ล้าน	2 ล้าน	นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจถึง ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของ ไทย	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562	สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ประเพณีไทยใน พื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยา ใน 5 จังหวัดหลัก	เผยแพร่ไปสู่สังคม โลก	ของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น					☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา - การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย - ชุมชน
กลยุทธ์ที่ 3.3 ส่งเสริมการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างเอกลักษณ์และรายได้ให้แก่พื้นที่									
แผนงานที่ 7 การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพ สามารถสร้างเอกลักษณ์และรายได้ให้แก่พื้นที่									
17.	โครงการจัดตั้ง กลุ่มงานเพื่อ ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ชุมชน หัตถกรรมพื้นบ้าน ให้มีรูปแบบ ภาพลักษณ์ที่มี เอกลักษณ์และ ทันสมัย	เพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ให้มีมูลค่าและ สร้างรายได้ให้กับ ชุมชน	1. พื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยามี ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แสดงภาพลักษณ์ของ สถานที่/ พื้นที่อย่าง ชัดเจน 2. ผลิตภัณฑ์สามารถ สร้างรายได้ให้แก่ ผู้คนในพื้นที่มากขึ้น	2 ล้าน	2 ล้าน	2 ล้าน	คนในชุมชนมีรายได้ที่สูงขึ้น จากการค้าขายผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☒ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ.	- คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา - ผู้ประกอบการ ธุรกิจขายของที่ ระลึกและของ ฝาก - ชุมชน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								2561-2565	
กลยุทธ์ที่ 3.4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาอย่างยั่งยืน									
แผนงานที่ 8 การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาให้มีมาตรฐาน									
18.	โครงการ ตรวจสอบ มาตรฐานการ บริหารจัดการ สถานที่ท่องเที่ยว ใน 5 จังหวัดหลัก	เพื่อรักษาและ ปรับปรุงมาตรฐาน การบริหารจัดการ ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ เหมาะสม	1. แหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดหลัก มีการบริหารจัดการ ตามมาตรฐาน	2 ล้าน	2 ล้าน	2 ล้าน	สถานที่ท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด หลักมีมาตรฐานการบริหาร จัดการที่ดี	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563- 2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด
19.	โครงการ ตรวจสอบ มาตรฐานการ บริหารจัดการ สถานที่ท่องเที่ยว	เพื่อรักษาและ ปรับปรุงมาตรฐาน การบริหารจัดการ ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ เหมาะสม	แหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัดรอง มีการ บริหารจัดการตาม มาตรฐาน	3 ล้าน	3 ล้าน	3 ล้าน	สถานที่ท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด รองมีมาตรฐานการบริหาร จัดการที่ดี	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง	- คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา - สำนักงานการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ใน 5 จังหวัดรอง							พ.ศ. 2563-2564 ☒ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
20.	โครงการตรวจประเมินและรับรองสถานประกอบการที่มีมาตรฐาน การบริหารจัดการได้มาตรฐาน	เพื่อรับรองสถานประกอบการที่มีมาตรฐาน การบริหารจัดการได้มาตรฐาน	แหล่งท่องเที่ยว มีการบริหารจัดการตามมาตรฐาน	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	มีสถานประกอบการที่ได้มาตรฐานเพิ่มมากขึ้น	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☒ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว • สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
แผนงานที่ 9 การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเรือดำเนินงานบริการโดยคำนึงถึงการท่องเที่ยวและการรักษาสิ่งแวดล้อม									
21.	โครงการวิจัยออกแบบเรือและ	เพื่อพัฒนาปรับปรุงและ	1. ผู้ประกอบการใช้เรือที่ช่วยลดมลพิษ	6 ล้าน	6 ล้าน	6 ล้าน	สภาพแวดล้อมในพื้นที่มีมลพิษลดลง	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ.	• กรมเจ้าท่า สถาบันการศึกษา

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	เครื่องยนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่ก่อให้เกิดมลพิษ	รณรงค์ให้ผู้ประกอบการหันมาใช้เรือและเครื่องยนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่ก่อให้เกิดมลพิษ	ทางเสียงและทางอากาศ					2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☒ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• ผู้ประกอบการเรือ
22.	โครงการควบคุมราคาการให้บริการเรือโดยสารและเรือเหมา เพื่อให้เกิดราคาและการบริการที่ยุติธรรมต่อนักท่องเที่ยวตัวแทนจำหน่ายตั๋ว และผู้เดินเรือ	เพื่อควบคุมราคาและการบริการเรือให้เกิดความเป็นธรรม ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้เดินเรือ	ผู้ประกอบการใช้เรือที่เหมาะสมกับสภาพการเดินทางเรือของลำน้ำ	-	-	1 ล้าน	นักท่องเที่ยวและผู้เดินเรือมีความพึงพอใจในราคาและการบริการเรือกันทั้งสองฝ่าย	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• กรมเจ้าท่า • กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. จำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพมีมากขึ้น
2. นักท่องเที่ยวให้ความสนใจการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์มากขึ้น
3. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นและมีการกระจายรายได้ตามจังหวัดต่างๆ ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
4. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนและกลุ่มอาชีพต่างๆ
5. มีการจัดแคมเปญการตลาดและการประชาสัมพันธ์ร่วมกันของจังหวัดต่างๆ ในคลัสเตอร์
6. รักษาและสืบทอดประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชาติตามเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 4.1 ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม “แกะรอยประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมไทยริมสายน้ำ” สำหรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ
- กลยุทธ์ที่ 4.2 ผลักดันการจัดงานและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมประเพณีริมน้ำที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ ให้เป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมการตลาดแบบเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ของคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน กลุ่มสุขภาพและสปา กลุ่ม MICE
- กลยุทธ์ที่ 4.4 การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำตลาด 3.0(Value-Driven Marketing) ในการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
กลยุทธ์ที่ 4.1 ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม “แกะรอยประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมไทยริมสายน้ำ” สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและ นักท่องเที่ยวไทย									
แผนงานที่ 1 ทำการตลาด เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของชาติเพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ									
1.	โครงการ สนับสนุนการ สร้างหนังสือ/ละคร ด้วยการนำเสนอ จุดเด่นของพื้นที่ และ ประวัติศาสตร์ริม ฝั่งเจ้าพระยา ข้ามผ่านกาลเวลา ในแต่ละยุคสมัย และกำหนด มาตรการ สนับสนุน เช่น	เพื่อให้พื้นที่ ท่องเที่ยวเป็นที่ รู้จักผ่าน ภาพยนตร์ ศิลปะการแสดง หรือละคร	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. รายได้การ ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ ริมฝั่งเจ้าพระยา เพิ่มขึ้น 3. จำนวน นักท่องเที่ยวที่เข้าชม แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เชิงประวัติศาสตร์มาก ขึ้น	20 ล้าน	20 ล้าน	20 ล้าน	นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักและมี ความสนใจในการท่องเที่ยว พื้นที่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยามากขึ้น ผู้ประกอบการในท้องถิ่นมี รายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวพื้นที่ริม ฝั่งเจ้าพระยา • การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด • สำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัด • สภา อุตสาหกรรม

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	การลดภาษีการ ทำหนังสือ การให้ ทุน หรือการจัด ประกวด								ท่องเที่ยวจังหวัด • ภาคเอกชนใน พื้นที่ • สภา อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย
2.	โครงการจัดแสดง แสงสีเสียง (Light and Sound) ใน แต่ละพื้นที่ จังหวัดริมแม่น้ำ เจ้าพระยา เช่น งานแสดงแสงสี เสียง ประวัติศาสตร์ ร. ศ. 112 จังหวัด สมุทรปราการ	เพื่อนำเสนอ กิจกรรมที่ น่าสนใจและ สามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวใน พื้นที่	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. รายได้การ ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ ริมฝั่งเจ้าพระยา เพิ่มขึ้น 3. จำนวน นักท่องเที่ยวที่เข้าชม แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เชิงประวัติศาสตร์มาก	-	125 ล้าน	-	นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างชาติมีความสนใจการ ท่องเที่ยวในจังหวัดพื้นที่ริม แม่น้ำเจ้าพระยาเพิ่มขึ้น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด • การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย • ที่ทำการ ปกครองจังหวัด • กทม. • สำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัด • กรมการศาสนา

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	งานแสดงแสงสีเสียงประวัติศาสตร์ชาวมอญ จังหวัดนนทบุรี และงานแสดงแสงสีเสียงหมู่บ้านญี่ปุ่นโปรตุเกส และฮอลันดา จังหวัดอยุธยา		ขึ้น						
กลยุทธ์ที่ 4.2 ผลักดันการจัดงานและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมประเพณีริมน้ำที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ ให้เป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ									
แผนงานที่ 2 ส่งเสริมการจัดงานและการประชาสัมพันธ์กิจกรรม งานประเพณีริมน้ำเจ้าพระยา เพื่อให้มีชื่อเสียงระดับประเทศ									
3.	โครงการจัดทำปฏิทินประจำปีกิจกรรมงานประเพณีริมน้ำของแต่ละจังหวัดริมฝั่งแม่น้ำ	เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดริมฝั่ง	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. รายได้การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยา	20 ล้าน	20 ล้าน	20 ล้าน	นักท่องเที่ยวจัดตารางเวลาสำหรับการท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และจังหวัดใกล้เคียงได้เหมาะสม	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564	- คณะกรรมการพัฒนาเขตพื้นที่ท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	เจ้าพระยา	แม่น้ำเจ้าพระยาได้ตลอดทั้งปีและเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆในพื้นที่	เพิ่มขึ้น 3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมงานเทศกาลประเพณีอนุรักษ์และสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรม					☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• กทม. • สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4.	โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางเรือ และคลัสเตอร์ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขาที่สนามบิน เพื่อเพิ่มการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว	เพื่อประชาสัมพันธ์และเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทาง	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. รายได้การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่มขึ้น 3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมงานเทศกาลประเพณีอนุรักษ์และสืบทอด	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	นักท่องเที่ยวรับรู้การท่องเที่ยวทางเรือและคลัสเตอร์ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและลำน้ำสาขามากขึ้น	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			ประเพณีและวัฒนธรรม						
แผนงานที่ 3 ส่งเสริมการฟื้นฟูประเพณี และการจัด Theme Festival ภายใต้คอนเซ็ปความเป็นไทย (Thainess)									
5.	โครงการส่งเสริมการจัดงานประเพณีและการประชาสัมพันธ์วิธีประเพณีที่น่าสนใจของแต่ละพื้นที่ เช่น ประเพณีตักบาตรรำพาข้าวสาร จังหวัดปทุมธานี และประเพณีการแห่เทียนพรรษาทางน้ำ จังหวัดอยุธยา	เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดปทุมธานี	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมงานเทศกาลประเพณี 3. อนุรักษ์และสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรม	-	10 ล้าน	-	ประเพณีท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์ และเป็นที่รู้จักและมีความน่าสนใจในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แห่งประเทศไทย จังหวัดปทุมธานี - สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น - ชุมชน
6.	โครงการส่งเสริม	เพื่อ	1. ความพึงพอใจของ	-	2 ล้าน	-	ประเพณีท้องถิ่นได้รับการ	☐ มาตรการ	• สำนักงานการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ประชาสัมพันธ์การแข่งขันเรือยาวในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดชัยนาท	ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดชัยนาท	นักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมงานเทศกาลประเพณี 3. อนุรักษ์และสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรม				อนุรักษ์ และเป็นที่รู้จักและมีความน่าสนใจในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ	ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดชัยนาท • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจ.นครสวรรค์และ จ.ชัยนาท • องค์การบริหารส่วน จ.นครสวรรค์และ จ.ชัยนาท
7.	โครงการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ประเพณีแห่ผ้าห่มองค์พระสมุทระเจติย์ จ.สมุทรปราการ	เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมงานเทศกาลประเพณี	-	2 ล้าน	-	ประเพณีท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์ และเป็นที่รู้จักและมีความน่าสนใจในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ	☐ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564	• สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
		สมุทรปราการ	3. อนุรักษ์และสืบ ทอดประเพณีและ วัฒนธรรม					☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	จังหวัด สมุทรปราการ • องค์การบริหาร ส่วนจังหวัด สมุทรปราการ
กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมการตลาดแบบเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ของคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน กลุ่มสุขภาพและสปา กลุ่ม MICE									
แผนงานที่ 4 ส่งเสริมการผลิตและเผยแพร่สื่อสารสนเทศเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงค้นหาประสบการณ์ (Experienced-based Tourism)									
8.	โครงการประกวด และเผยแพร่สาร คดีท่องเที่ยว “ลองทำดู/live like a local” ประชาสัมพันธ์ กลุ่มอาชีพ งาน ศิลปะ งาน หัตถกรรม หรือ การทำอาหาร	เพื่อส่งเสริม การ ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว แบบท้องถิ่น ให้กับ นักท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวน นักท่องเที่ยวที่เข้าไป ท่องเที่ยวในชุมชน/ กลุ่มวิชาชีพชุมชนเพิ่ม สูงขึ้นร้อยละ 30	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	นักท่องเที่ยวมีรูปแบบใหม่ๆ ใน การท่องเที่ยวและหันไป ท่องเที่ยวในรูปแบบการ ท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นมาก ขึ้น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวพื้นที่ริม ฝั่งเจ้าพระยา • สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬา 10 จังหวัด • การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย ของ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ท้องถิ่นของชุมชน ในคริสต์เตอร์พื้นที่ ริมฝั่งเจ้าพระยา								- สำนักงานวัฒนธรรม - องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น - ชุมชน
แผนงานที่ 5 รวบรวมและประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงค้นหาประสบการณ์ และกลุ่มวิชาชีพชุมชนในคริสต์เตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา									
9.	โครงการประชาสัมพันธ์แนะนำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงค้นหาประสบการณ์ เช่น โรงเรียนสอนทำอาหารไทย มวยไทย รำไทย นวดแผนไทย ที่เป็นจุดขายของ	เพื่อใช้เอกลักษณ์ของไทยในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงค้นหาประสบการณ์	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. รายได้การท่องเที่ยวในคริสต์เตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่มขึ้น 3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวในชุมชน/กลุ่มวิชาชีพชุมชนเพิ่ม	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	นักท่องเที่ยวกลุ่มที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงค้นหาประสบการณ์ มีความสนใจในการกิจกรรมต่างๆ และเพิ่มความหลากหลายในการท่องเที่ยวในพื้นที่คริสต์เตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยา	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดริมฝั่ง 10 จังหวัด - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	แต่ละพื้นที่ ในคลัสเตอร์ริมฝั่ง เจ้าพระยา		สูงขึ้นร้อยละ 30 4. ชุมชน/กลุ่มวิชาชีพ มีรายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มเติม						
10.	โครงการรวบรวม เส้นทางและสร้าง แหล่งข้อมูล เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมและวิถี ชีวิต โดยขอความ ร่วมมือจาก ผู้ประกอบการ ท้องถิ่นในแต่ละ พื้นที่	เพื่อ ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริม การท่องเที่ยว เชิงในคลัสเตอร์ พื้นที่ริมแม่น้ำ เจ้าพระยา	1.จำนวนนักท่องเที่ยว ที่เข้าไปท่องเที่ยวใน ชุมชน/กลุ่มวิชาชีพ ชุมชนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 30 2. ชุมชน/กลุ่มวิชาชีพ มีรายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มเติม	2 ล้าน	-	-	นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงค้นหา ประสบการณ์ได้ง่ายขึ้น และ ชุมชนในพื้นที่มีรายได้มากขึ้น จากการจัดกิจกรรมและขาย ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด - การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย - สำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัด - องค์กร ปกครองส่วน ท้องถิ่น - ชุมชนท้องถิ่น
11.	โครงการจัด กิจกรรมงาน ท่องเที่ยว	เพื่อ ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริม	1.จำนวนนักท่องเที่ยว ที่เข้าไปท่องเที่ยวใน ชุมชน/กลุ่มวิชาชีพ	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ ในการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็น	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562	สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	Sweets in Koh-Kred Pottery โปรโมตการทำ กิจกรรมขนม หวานแบบไทย ดั้งเดิมและการทำ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด จังหวัด นนทบุรี	การท่องเที่ยว เชิงท้องถิ่นใน จังหวัด สมุทรปราการ	ชุมชนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 30 2. ชุมชน/กลุ่มวิชาชีพ มีรายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มเติม				ที่รู้จักในวงกว้างขึ้น	☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	นนทบุรี • การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย • สำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัด นนทบุรี • อบต. เกาะ เกร็ด • ชุมชนเกาะ เกร็ด
แผนงานที่ 6 รวบรวมและประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้รักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กีฬาและนันทนาการในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา									
12.	โครงการจัดทำ Bike Guide Along ChaoPraya Riverside : แผน ที่เส้นทางปั่น จักรยานใน	เพื่อเพิ่ม ช่องทาง ประชาสัมพันธ์ และรูปแบบ การท่องเที่ยว ใหม่ๆ	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ซ้ำในพื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	มีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มคนรัก สุขภาพหันมาท่องเที่ยวใน รูปแบบนี้มากขึ้น	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬา • การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย • องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่นหรือ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	จังหวัดริมฝั่ง เจ้าพระยาและจุด เข้าจักรยาน สำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่ม รักสุขภาพ		3. รายได้การ ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่ม สูงขึ้น					ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	เทศบาล อบจ. หรือ อบต.
13.	โครงการส่งเสริม การจัดกิจกรรม การแข่งขันกีฬา ระดับสากลริมฝั่ง เจ้าพระยาและ กีฬาทางน้ำ เช่น มาราธอน ปั่น จักรยาน และเจ็ต สกี เช่น โครงการ เรือยาวมาราธอน 10 จังหวัด ระดับ อาเซียน และ	เพื่อส่งเสริม นักท่องเที่ยว และประชาชน ในบริเวณ ใกล้เคียงหันมา ท่องเที่ยวใน บริเวณดังกล่าว มากขึ้น	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ซ้ำในพื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา 3. รายได้การ ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่ม สูงขึ้น	60 ล้าน	-	-	เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้าง ความน่าสนใจในพื้นที่ท่องเที่ยว ริมแม่น้ำเจ้าพระยา แก่กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรม กีฬา รวมทั้งมีการถ่ายทอด กิจกรรมดังกล่าวผ่านสื่อหลาย แขนง	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬา • การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย ของ • องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบจ. หรือ อบต.

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	โครงการ 2 น่อง ทอง 5 จังหวัดริม เจ้าพระยา								
กลยุทธ์ที่ 4.4 การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำตลาด 3.0 (Value-Driven Marketing) ในการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว									
แผนงานที่ 7 รวบรวมข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่เจ้าพระยาเพื่อเป็นฐานข้อมูลกลางเพื่อนำไปใช้ในช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ									
14.	โครงการจัด ประกวดวิดีโอ และแผนการ ท่องเที่ยวและ กิจกรรมการ ท่องเที่ยวใน เส้นทาง เจ้าพระยาหรือลำ น้ำสาขา หรือ ชุมชนพื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา (Green Ranger	เพื่อ ประชาสัมพันธ์ และนำเสนอ การท่องเที่ยว ในมุมมองใหม่ๆ ให้กับ นักท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ซ้ำในพื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา 3. รายได้การ ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่ม สูงขึ้น	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจาก การนำเสนอและหันมาสนใจ การท่องเที่ยวในเส้นทาง เจ้าพระยาหรือลำน้ำสาขา หรือ ชุมชนพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา	☐ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☒ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบจ.

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	Model)								หรือ อบต. • อาจร่วมกับ สถาบันการศึกษา หรือกิจการเพื่อ สังคมด้านการ ท่องเที่ยว
แผนงานที่ 8 เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาขยายต่อนักท่องเที่ยวในวงกว้างในรูปแบบ Interactive Website									
15.	โครงการจัดทำ Interactive Website/ แอปพลิเคชันของ คลัสเตอร์พื้นที่ริม ฝั่งเจ้าพระยา แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยว แบ่ง ส่วนสำหรับ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม	เพื่อ ประชาสัมพันธ์ และนำเสนอ การท่องเที่ยว ในมุมมองใหม่ๆ ให้กับ นักท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไม่น้อย กว่าร้อยละ 85 2. จำนวน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว เข้าในพื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา 3. รายได้ การ ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่ม สูงขึ้น	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง ข้อมูลและหันมาสนใจการ ท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	• การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย ของ • ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน/ กิจการเพื่อสังคม ในพื้นที่

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
แผนงานที่ 9 ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของการบอกปากต่อปาก									
16.	โครงการการสร้าง Tourism Blogger หรือการจัดทำรีวิวการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา ทั้งแบบภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน	เพื่อสร้างข้อมูลประกอบการตัดสินใจให้กับนักท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำในพื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยา 3. รายได้การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่มสูงขึ้น	5 ล้าน	-	-	นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านรีวิว ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งเจ้าพระยาเป็นที่รู้จักมากขึ้น	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - ผู้ประกอบการภาคเอกชน/กิจการเพื่อสังคมในพื้นที่
แผนงานที่ 10 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่เจ้าพระยาผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและช่องทางปกติ									
17.	โครงการขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผ่านทางช่องทางปกติ เช่น	เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายบริการและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงบริการและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาได้ง่ายขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการท้องถิ่น	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ.	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	ตัวแทนจำหน่าย บริเวณถนน ข้าวสาร และ สนามบิน รวมทั้ง ออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ต่างๆของ ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน	ในคลัสเตอร์ พื้นที่ริมฝั่ง แม่น้ำ เจ้าพระยา	ซ้ำในพื้นที่ริมฝั่ง เจ้าพระยา 3. รายได้การ ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ ริมฝั่งเจ้าพระยาเพิ่ม สูงขึ้น				มีช่องทางในการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการเพิ่มเติม	2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบจ. หรือ อบต. - ผู้ประกอบการภาคเอกชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5

เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งในและนอกคลัสเตอร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตผู้คนในอาเซียน

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์

1. เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ไม่น้อยกว่า 2 เครือข่ายต่อปี
2. เครือข่ายมีการจัดกิจกรรมร่วมกัน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาให้เป็นที่รู้จักและโด่งดังมากขึ้น
3. เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับคลัสเตอร์อื่น
4. มีการวางแผนงานการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและแหล่งท่องเที่ยวอื่นในภูมิภาคอาเซียน

กลยุทธ์

- กลยุทธ์ที่ 5.1 เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์เดียวกันให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกัน
- กลยุทธ์ที่ 5.2 เชื่อมโยงคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับคลัสเตอร์อื่น
- กลยุทธ์ที่ 5.3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
กลยุทธ์ที่ 5.1 เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์เดียวกัน ให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกัน									
แผนงานที่ 1 การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยาให้เชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวในคลัสเตอร์เดียวกัน									
1.	โครงการพัฒนาเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวจากพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นในคลัสเตอร์ใน 5 จังหวัดหลัก	มีเส้นทางการท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ใน 5 จังหวัดหลัก	1. นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในคลัสเตอร์เดียวกันได้อย่างสะดวกโดยมีเส้นทางแนะนำที่ชัดเจน 2. มีการบริหารจัดการการจราจรทางน้ำระหว่างการเดินทางเรือเชิงพาณิชย์และเชิงท่องเที่ยว	50 ล้าน	50 ล้าน	50 ล้าน	นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นในคลัสเตอร์ 5 จังหวัดหลักอย่างสะดวกสบายขึ้น	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 5 จังหวัดหลัก - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2.	โครงการจัดเส้นทางไหว้พระเชื่อมโยง	เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริม	นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในคลัสเตอร์	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมได้สะดวก รวมถึงชุมชนในบริเวณวัดมี	โครงการความร่วมมือการลง	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	5 จังหวัดหลัก	การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	เดียวกันได้อย่าง สะดวกโดยมีเส้นทาง แนะนำที่ชัดเจน				รายได้เพิ่มขึ้น	รายละเอียด การปฏิบัติใน แต่ละเรื่องราว การเดินทาง ที่ ละจังหวัด ให้มี	การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย
3.	โครงการ ส่งเสริมการ ท่องเที่ยวโดย การบิน จักรยาน	เพื่อใช้การบิน จักรยานใน การสร้าง ประสบการณ์ การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวสามารถ ท่องเที่ยวระหว่าง แหล่งท่องเที่ยวในคลัส เตอร์เดียวกันได้โดย การบินจักรยาน	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	นักท่องเที่ยวสามารถเลือก สัมผัสประสบการณ์การ ท่องเที่ยวมากขึ้น	ความ หลากหลายน่า ประทับใจ รวมทั้งระบุ ผลิตภัณฑ์ และบริการใน แต่ละพื้นที่	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด - การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย - องค์การบริหาร ส่วนจังหวัด
4.	โครงการ พัฒนา เส้นทาง การเดินทาง ท่องเที่ยวจาก พื้นที่ริมฝั่ง	เพื่อขยายเส้น ทางการ ท่องเที่ยวและ อำนวยความสะดวก สะดวกให้กับ นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวสามารถ เดินทางระหว่างแหล่ง ท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ เดียวกันได้อย่าง สะดวกโดยมีเส้นทาง แนะนำที่ชัดเจน	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ริมฝั่ง แม่น้ำเจ้าพระยาและในคลัส เตอร์ 5 จังหวัดรองมีจำนวนนัก ท่องเที่ยวมากขึ้น	การเชื่อมต่อ ของการขนส่ง (รถ ราง เรือ จักรยาน ฯลฯ) พร้อมทั้ง วิธีการตลาด	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด 5 จังหวัดหลัก - การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	แม่น้ำ เจ้าพระยาไป ยังแหล่ง ท่องเที่ยวอื่น ในคลัสเตอร์ ใน 5 จังหวัด รอง							และ กลุ่มเป้าหมาย โดยให้เอกชนมี ส่วนร่วม • สร้างแรงจูงใจ ในการเชื่อมโยง อาทิ การทำ Passport การ ท่องเที่ยวที่ รับรองโดยแต่ ละจุด ท่องเที่ยวของ แต่ละจังหวัด ที่มีการรวม กิจกรรมการ ท่องเที่ยว ให้มี การสะสมได้ และสามารถ	• กรมสรรพากร • เอกชนเช่น ผู้ประกอบการ โรงแรม/ สายการบิน บิน ฯลฯ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								นำไปลดหย่อน ภาษีได้ สะสม ไมล์ หรือ นำไปลดหย่อน ค่าที่พัก ฯลฯ	
แผนงานที่ 2 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้การท่องเที่ยวในคลัสเตอร์เดียวกันเป็นไปได้อย่างสะดวก									
5.	โครงการ พัฒนาระบบ ตัวร่วม เชื่อมโยงการ เดินทางโดย เรือ	เพื่อพัฒนา ระบบตัวร่วม และอำนวยความสะดวก ด้านการ เดินทางให้กับ นักท่องเที่ยว	1. นักท่องเที่ยว สามารถเดินทางโดย เรือโดยมีตัวร่วม ให้บริการ	3 ล้าน	3 ล้าน	3 ล้าน	นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ จากการใช้ตัวร่วมมากขึ้น	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565 ผลักดันให้เกิด โครงการ	- คณะกรรมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวแม่น้ำ เจ้าพระยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬา 5 จังหวัด หลัก - สมาคมเรือ ท่องเที่ยว

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								ท่องเที่ยวทางน้ำ ระหว่างจังหวัด ในคลัสเตอร์ เช่น มีการเชื่อมโยง ทางบกและทาง น้ำ โดยมีความ เชื่อมโยงระหว่าง โหมดการ เดินทาง	
แผนงานที่ 3 การสร้างเครือข่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยา									
6.	โครงการ เชื่อมโยงการ ท่องเที่ยว 10 จังหวัดที่ แม่น้ำ เจ้าพระยา ไหลผ่าน	เพื่อพัฒนา และส่งเสริม การท่องเที่ยว ร่วมกัน ใน 10 จังหวัดที่แม่น้ำ เจ้าพระยาไหล ผ่าน	1. ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชน และชมรมที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวริม พื้นที่แม่น้ำเจ้าพระยา ได้มีการจัดประชุมร่วม ในการหารือถึงแนว ทางการพัฒนาการ	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	นักท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้นรวมถึงชุมชน โดยรอบมีรายได้ที่สูงขึ้น	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ.	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา 10 จังหวัด - คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยา - สมาคม/ ชมรม

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
			ท่องเที่ยวของคลัสเตอร์					2561-2565 โครงการมีการสร้าง Package ที่ร้อยเรียง Menu ย่อย และให้ชุมชน หรือ เอกชนนำเสนอ (รวมการท่องเที่ยวเชิง กิจกรรม และ ผลิตภัณฑ์) เพื่อคัดเลือก โครงการที่ได้เข้าร่วม โดยมี แรงจูงใจให้กับ นักท่องเที่ยว เช่น มีการสะสม	ที่เกี่ยวข้อง • เอกชน ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรม / สายการบิน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								แต่มี เพื่อรับของ รางวัลเกี่ยวกับ การท่องเที่ยว เป็นต้น หรืออาจสร้าง เป็นปฏิทินการ ท่องเที่ยวเพื่อให้ เกิดมีการกลับมา ท่องเที่ยวซ้ำ ในคลัสเตอร์	
กลยุทธ์ที่ 5.2 เชื่อมโยง คลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับคลัสเตอร์อื่น									
แผนงานที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นภูมิปัญญาชาวบ้าน									
7.	โครงการ เชื่อมโยง วัฒนธรรม และภูมิ ปัญญา ชาวบ้านของ	เพื่อพัฒนา เครือข่าย ความร่วมมือ ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ภูมิ ปัญญาท้องถิ่น	1. การจัดประชุม หารือ แลกเปลี่ยน ความรู้ ความคิดเห็น ระหว่างชุมชน เกี่ยวกับการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้	10 ล้าน	10 ล้าน	10 ล้าน	ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนา ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและสร้าง รายได้ให้กับคนในชุมชนมากขึ้น	☒ มาตรการ ระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการ ระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - ชุมชน

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
	จังหวัด จากคลัสเตอร์ ต่างๆ	ต่างๆ	ได้คุณภาพและ มาตรฐาน					☐ มาตรการ ระยะยาว พ.ศ. 2561-2565	
8.	โครงการ พัฒนา เส้นทางไหว้ พระ	เพื่อ ประชาสัมพันธ์ และอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	นักท่องเที่ยวสามารถ เดินทางระหว่างแหล่ง ท่องเที่ยวที่เหมือนกัน ในคลัสเตอร์เดียวกัน ได้อย่างสะดวกโดยมี เส้นทางแนะนำที่ ชัดเจน	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยว ในแหล่งวัฒนธรรมได้สะดวก รวมถึงชุมชนในบริเวณวัดมี รายได้เพิ่มขึ้น		• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด 10 จังหวัด
9.	โครงการ พัฒนา เส้นทางตาม รอย ประวัติศาสตร์	เพื่อ ประชาสัมพันธ์ และอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยว เชิง ประวัติศาสตร์	นักท่องเที่ยวสามารถ เดินทางระหว่างแหล่ง ท่องเที่ยวที่เหมือนกัน ในคลัสเตอร์เดียวกัน ได้อย่างสะดวกโดยมี เส้นทางแนะนำที่ ชัดเจน	5 ล้าน	5 ล้าน	5 ล้าน	นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยว ในแหล่งประวัติศาสตร์ได้ สะดวก รวมถึงชุมชนในบริเวณ ใกล้เคียงมีรายได้เพิ่มขึ้น	อาจนำเสนอเป็น การเก็บแต้ม คะแนนสะสม เช่นกัน อาทิ มี การซื้อผ้าไหมที่	• สำนักงานการ ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด 10 จังหวัด

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								จังหวัดในภาคอีสาน และ เครื่องเงินใน ภาคเหนือ หรือ OTOP ใน จังหวัดต่างๆ รวมทั้งบริการ ด้านอาหาร สถานที่ (รวม MICE) หรือ โรงแรม ทั้งนี้ยัง เป็นการจูงใจให้ ผู้ประกอบการ นำเสนอสิ่งที่ดี ที่สุดเพื่อได้เข้า ร่วมโครงการ สะสมแต้ม	
กลยุทธ์ที่ 5.3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน									

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
แผนงานที่ 5 การสร้างการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว / แนวทางการท่องเที่ยวระหว่างคลัสเตอร์พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับประเทศในภูมิภาคอาเซียน									
10.	โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวริมเมืองหลวงเมืองประวัติศาสตร์กับเมืองอื่นๆในภูมิภาคอาเซียน	เพื่อส่งเสริมและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในประเทศรวมถึงภายในภูมิภาคอาเซียน	1. การหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องการเชื่อมโยงในกลุ่มประเทศอาเซียน 2. แนวทางการเชื่อมโยงพื้นที่คลัสเตอร์ริมแม่น้ำเจ้าพระยากับแหล่งท่องเที่ยว/ เมืองของประเทศในภูมิภาคอาเซียน	20 ล้าน	20 ล้าน	20 ล้าน	นักท่องเที่ยวมีแบบแผนเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีขอบเขตกว้างขึ้น รวมถึงการกระจายรายได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆในภูมิภาค	☒ มาตรการระยะสั้น พ.ศ. 2561-2562 ☐ มาตรการระยะกลาง พ.ศ. 2563-2564 ☐ มาตรการระยะยาว พ.ศ. 2561-2565 • โครงการมีการสร้างเรื่องราวการท่องเที่ยว	• กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา • การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								ทางประวัติศาสตร์ที่มีการเชื่อมโยงกันในความสัมพันธ์ในแง่ต่างๆ ทั้งสังคมการเมือง เศรษฐกิจ การค้า และวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ที่มีกับประเทศไทยในคริสต์เดอ์นี้ที่ยังหลงเหลืออยู่หรือสร้างขึ้นมา	

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของ โครงการ)	งบประมาณและที่มา			ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
				2561 (บาท)	2562 (บาท)	2563 (บาท)			
								ใหม่ โดยมีการไหลเวียนของเรื่องราวไปในจังหวัดต่างๆ • มีการส่งเสริมการแสดงสินค้า และการประชุม (MICE) • มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งนี้ให้มีการประสานและเชิญแต่ละประเทศใน AEC เข้ามาหารือร่วมกัน	