



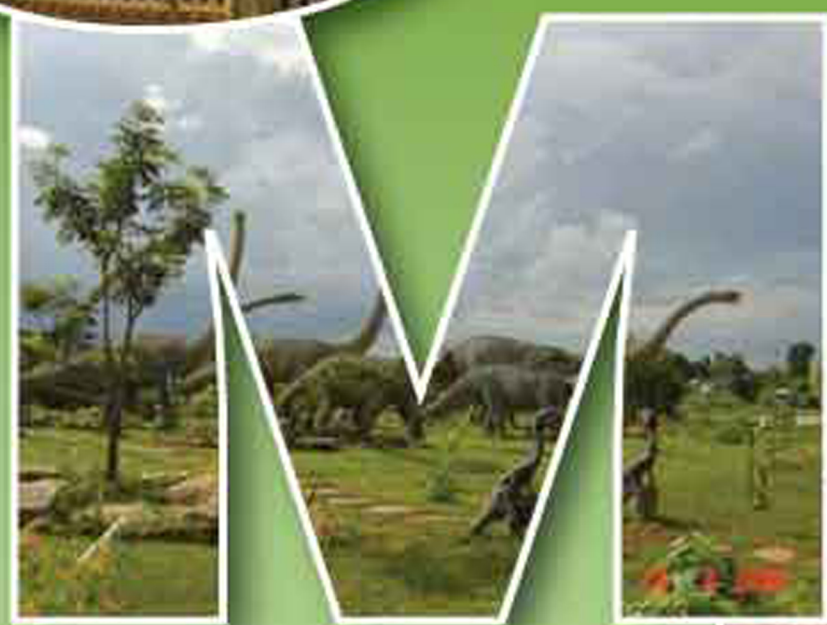
Cluster SMEs



รายงานการศึกษา

เครือข่ายวิสาหกิจ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม
จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร
และกาฬสินธุ์



สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551



สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์	1-11
	<ul style="list-style-type: none">■ ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์■ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว เชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์■ โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์	1 5 11
บทที่ 2	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์	12-13
บทที่ 3	แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์	14-36
	<ul style="list-style-type: none">■ รายละเอียดโครงการของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์■ ตารางโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและกลาง (จังหวัดอุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย สกลนคร นครพนม มุกดาหาร กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม)	16 36

บทที่ 1

เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

1. ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

ภาพรวมผล การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มจังหวัดเพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาวิสาหกิจ การท่องเที่ยวเชิง นิเวศวัฒนธรรม โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนรวมทั้งผู้ประกอบการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการค้าชายแดน ซึ่งมีข้อสรุปการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด ได้ดังนี้

จุดแข็ง (S: Strength) ได้แก่

- มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมาก
- มีจุดผ่านแดนเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูง เนื่องจากค่าครองชีพต่ำ
- มีวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
- มีหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม คณะกรรมการหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม
- มีสินค้าพื้นเมืองที่หลากหลาย
- มีเส้นทางเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านหลายเส้นทาง
- ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- มีท่าอากาศยาน 2 แห่ง
- Tourism value added
- มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ได้รับความร่วมมือจากประเทศเพื่อนบ้าน
- มีความปลอดภัยสูง
- ทิวทัศน์ชายฝั่งโขงที่สวยงาม
- ภูมิอากาศเอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว
- การส่งเสริมความรู้ให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร
- การจัดการท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาเชิงนิเวศ

จุดอ่อน (W: Weaknesses) ได้แก่

- ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทางการท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดขาดการเชื่อมโยงและมีระยะทางไกล
- มีมัคคุเทศก์ที่ได้รับการรับรองจำนวนน้อย
- การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ขาดทิศทางและนโยบายการพัฒนาที่ชัดเจน
- National Geographic story
- การติดต่อสื่อสาร การคมนาคม ที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง
- ยังไม่มีการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามบ้านเรื่อ(อุตสาหกรรมได้ถูก)
- บุคลากรที่จบการศึกษาทางด้านการท่องเที่ยวแล้วมุ่งไปทำงานต่างถิ่น
- แหล่งท่องเที่ยวกระจุกตัวที่บางแห่ง
- ขาดการสร้างความสะดวกต่าง (Boutique Hotel)
- ค่าราคากันเองในกลุ่มธุรกิจ
- จำนวนเที่ยวบินน้อย (จังหวัดนครพนมมีเที่ยวบิน จำนวน 8 เที่ยวบินต่อสัปดาห์)
- สายการบิน กับ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวยังไม่ร่วมมือกันทางด้าน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
- ไม่การนำไปปฏิบัติการต่อหลังจากที่ได้ผลสรุปในแต่ละครั้ง
- พนักงานลาออกทำงานต่างถิ่นเนื่องจากผลต่างของค่าตอบแทน
- มีปัญหาการคมนาคมไม่สะดวก
- ขาดเส้นทางท่องเที่ยวและเรื่องภาษา
- การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
- ไม่มีการพัฒนาด้านเบื้องหลังของเรื่องราวอารยธรรม
- สายการบินที่ให้บริการมีน้อย (1 สายการบิน)
- Tourism value added
- ไม่มีการคมนาคมทางด้านทางรถไฟ
- ขาดทรัพยากรบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญทางด้าน โบราณสถาน และ โบราณวัตถุ
- ขาดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น ประเพณีท้องถิ่น ล่องเรือ ล่องแก่ง แคมป์ปิ้ง
- ขาดการ Road Show
- ผู้ประกอบการขาดการทำกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง
- การร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังไม่ไปในทิศทางเดียวกัน
- ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวก
- ช่วงระยะเวลาในการท่องเที่ยวสั้น เป็นฤดูกาล

- การให้สินเชื่อในแต่ละโครงการมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่มีการลงทุนสูง

โอกาส (O: Opportunity) ได้แก่

- รัฐบาลมีนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีเป้าหมายการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว
- การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หลักของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด
- มีหน่วยงาน ททท. ที่ให้การสนับสนุนในพื้นที่
- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์
- การพัฒนาทางการวิจัยในแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องราวที่มาที่ไปโดยอ้างอิงจากหลักฟิสิกส์
- การเพาะเลี้ยงปลาเพาะส่งออกไปยังยุโรป
- การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในฤดูน้ำหลาก
- นโยบายการเปิดประเทศและการเชื่อมความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน
- การกระจายอำนาจการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น
- มีสถาบันการศึกษาให้การสนับสนุนด้านวิชาการ
- ยกระดับทางการแพทย์ให้เป็นระดับมาตรฐาน
- การพัฒนาทางการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีความชำนาญด้านแหล่งท่องเที่ยว
- มีทุนการศึกษาพัฒนามนุษย์ให้กับนักศึกษาแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ
- การกลับมาของกลุ่มผู้อพยพ ไทย-เวียดนาม
- เส้นทางหมายเลข 12 เชื่อมต่อไปลาว และเวียดนาม
- เชื่อน้ำทิพย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในลาว
- ระยะทางจากไทยไปยังชายฝั่งทะเลประเทศเวียดนามประมาณ 300 กิโลเมตร
- เส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน
- การใช้สายการบินเป็นตัวประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
- การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการ
- จัดสัมมนาทางด้านดาราศาสตร์ โหราศาสตร์ และ โบราณคดี ระดับชาติ/ระดับโลก ในวันสำคัญทางดาราศาสตร์และวิทยาศาสตร์
- มีโครงการศึกษาการสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 3
- การสร้างสวนปลาบึก ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี
- การส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มแม่น้ำโขง
- นโยบายของ SMEs Bank ในการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวทางน้ำ

- SMEs Bank มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่มีการลงทุนสูงโดยให้อัตราดอกเบี้ย%

อุปสรรค (T: Threats) ได้แก่

- การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน ไม่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว
- สภาพการณ์แข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน
- พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการแบ่งความรับผิดชอบของภาครัฐหลายหน่วยงาน ซึ่งขาดความคล่องตัวในการพัฒนา
- การจัดสรรเรื่องงบประมาณท้องถิ่น
- ปัญหาเรื่อง การเมือง การปกครองระหว่างประเทศ
- ระบบคมนาคมขนส่งยังไม่สะดวกเท่าที่ควร
- มีภาวะการณ์แข่งขันสูงทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- ปัญหาด้านเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศลาว
- ค่านิยมด้านการท่องเที่ยวตามสถานที่ที่มีชื่อเสียง
- การได้เปรียบทางการลงทุนของประเทศเพื่อนบ้าน
- การได้เปรียบทางด้านความหลากหลายของภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน
- เวียดนามมีลักษณะการท่องเที่ยวเชิงรุกมากกว่าประเทศไทย
- การโฆษณาการท่องเที่ยวของต่างประเทศมากกว่า
- ความเชื่อทางการได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างประเทศไทย-ลาว
- ในส่วนของจังหวัดได้รับระยะเวลาในการพัฒนาการแปรรูปการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาอันสั้นไม่สามารถที่จะพัฒนาได้อย่างเต็มที่

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม เครื่องข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวเชิง นิเวศวัฒนธรรมจังหวัด สกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มจังหวัด โดยใช้โมเดลรูปเพชร (Diamond Model) ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ของผลการวิเคราะห์กับแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม ได้ผลสรุปดังนี้

1) เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต

■ จุดแข็ง

- มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมาก
- มีจุดผ่านแดนเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน
- มีวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
- มีหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม คณะกรรมการหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม

- มีสินค้าพื้นเมืองที่หลากหลาย
- มีเส้นทางเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านหลายเส้นทาง
- ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- มีท่าอากาศยาน 2 แห่ง
- Tourism value added
- มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ได้รับความร่วมมือจากประเทศเพื่อนบ้าน
- สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยสูง
- ทิวทัศน์ชายฝั่งโขงที่สวยงาม
- ภูมิอากาศเอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว

■ จุดอ่อน

- ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทางการท่องเที่ยว
- มีมัคคุเทศก์ที่ได้รับการรับรองจำนวนน้อย
- National Geographic story
- การติดต่อสื่อสาร การคมนาคม ที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง
- ยังไม่มีการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามบ้านเรือน

(อุตสาหกรรมใต้ถุน)

- จำนวนเที่ยวบินน้อย (จังหวัดนครพนมมีเที่ยวบิน จำนวน 8 เที่ยวบินต่อสัปดาห์)
 - สายการบิน กับ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวยังไม่ร่วมมือกันทางด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
 - มีปัญหาการคมนาคมไม่สะดวก
 - ขาดเส้นทางท่องเที่ยวและเรื่องภาษา
 - ไม่มีการพัฒนาด้านเบื้องหลังของเรื่องราวอารยธรรม
 - สายการบินที่ให้บริการมีน้อย (1 สายการบิน)
 - Tourism value added
 - ไม่มีการคมนาคมทางด้านทางรถไฟ
 - ขาดทรัพยากรบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านโบราณสถาน และโบราณวัตถุ
 - ช่วงระยะเวลาในการท่องเที่ยวสั้น เป็นฤดูกาล
 - การให้สินเชื่อในแต่ละโครงการมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่มีการลงทุนสูง
- โอกาส
- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์
 - การพัฒนาทางการวิจัยในแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องราวที่มาที่ไปโดยอ้างอิงจากหลักฟิสิกส์
- การเพาะเลี้ยงปลาเพาะส่งออกไปยังยุโรป
 - การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในฤดูน้ำหลาก
 - ยกกระดับด้านการแพทย์ให้เป็นระดับมาตรฐาน
 - การพัฒนาทางการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีความชำนาญด้านแหล่งท่องเที่ยว
- มีทุนการศึกษาพัฒนามนุษย์ให้กับนักศึกษาแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ
 - เส้นทางหมายเลข 12 เชื่อมต่อไปลาว และเวียดนาม
 - เชื่อน้ำเทินเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในลาว
 - ระยะทางจากไทยไปยังชายฝั่งทะเลประเทศเวียดนามประมาณ 300 กิโลเมตร
- เส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน
 - มีโครงการศึกษาการสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 3

- การสร้างสวนปลาบึก ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี

- **อุปสรรค**

- การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน ไม่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว
- ระบบคมนาคมขนส่งยังไม่สะดวกเท่าที่ควร
- ค่านิยมด้านการท่องเที่ยวตามสถานที่ที่มีชื่อเสียง
- การได้เปรียบทางด้านความหลากหลายของภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน

2) **เงื่อนไขอุปสงค์**

- **โอกาส**

- การกลับมาของกลุ่มผู้อพยพ ไทย-เวียดนาม

- **อุปสรรค**

- ปัญหาด้านเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศไทย

3) **บริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจ**

- **จุดแข็ง**

- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูง เนื่องจากค่าครองชีพต่ำ
- Tourism value added
- การจัดล่องแก่งทัศนศึกษาเชิงนิเวศ

- **จุดอ่อน**

- การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ขาดทิศทางและนโยบาย

การพัฒนาที่ชัดเจน

- บุคลากรที่จบการศึกษาทางการท่องเที่ยวแล้วมุ่งไปทำงานต่างถิ่น
- แหล่งท่องเที่ยวกระจุกตัวที่บางแห่ง
- ขาดการสร้างความแตกต่าง (Boutique Hotel)
- ตั้ดราคาตัวเองในกลุ่มธุรกิจ
- พนักงานลาออกไปทำงานต่างถิ่นเนื่องจากผลต่างของค่าตอบแทน
- การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
- ขาดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น ประเพณีท้องถิ่น ล่องเรือ ล่องแก่ง

แคมป์ปิ้ง

- ขาดการ Road Show
- ผู้ประกอบการขาดการทำกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง
- การร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังไม่ไปในทิศทางเดียวกัน

■ โอกาส

- การเพาะเลี้ยงปลาเพาะส่งออกไปยังยุโรป
- การใช้สายการบินเป็นตัวประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
- การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการ

■ อุปสรรค

- ภาวะการแข่งขันสูงทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ประเทศเพื่อนบ้าน)
- ความเชื่อทางด้านการได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างประเทศไทย-ลาว

4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน (Government, Related and support Industry)

■ จุดแข็ง

- ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยสูง
- การส่งเสริมความรู้ให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร

■ จุดอ่อน

- แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดขาดการเชื่อมโยงและมีระยะทางไกล
- การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
- การร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังไม่ไปในทิศทางเดียวกัน
- ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวก

■ โอกาส

- รัฐบาลมีนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีเป้าหมายการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หลักของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด
- มีหน่วยงาน ททท. ที่ให้การสนับสนุนในพื้นที่
- การเพาะเลี้ยงปลาเพาะส่งออกไปยังยุโรป
- ยกระดับทางการแพทย์ให้เป็นระดับมาตรฐาน
- นโยบายการเปิดประเทศและการเชื่อมความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน
- การกระจายอำนาจการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น
- มีสถาบันการศึกษาให้การสนับสนุนด้านวิชาการ
- มีทุนการศึกษาพัฒนามนุษย์ให้กับนักศึกษาแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ
- การใช้สายการบินเป็นตัวประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
- จัดสัมมนาทางด้านดาราศาสตร์ โหราศาสตร์ และ โบราณคดี ระดับชาติ/

ระดับโลกในวันสำคัญทางดาราศาสตร์และวิทยาศาสตร์

- การส่งเสริมธุรกิจการล่องเรือในกลุ่มแม่น้ำโขง
- นโยบายของ SMEs Bank ในการส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยวทางน้ำ
- SMEs Bank มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่มีการลงทุนสูงโดยให้อัตรา

ดอกเบี้ย 6%

■ **อุปสรรค**

- พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีการแบ่งความรับผิดชอบของภาครัฐหลายหน่วยงาน
ซึ่งขาดความคล่องตัวในการพัฒนา

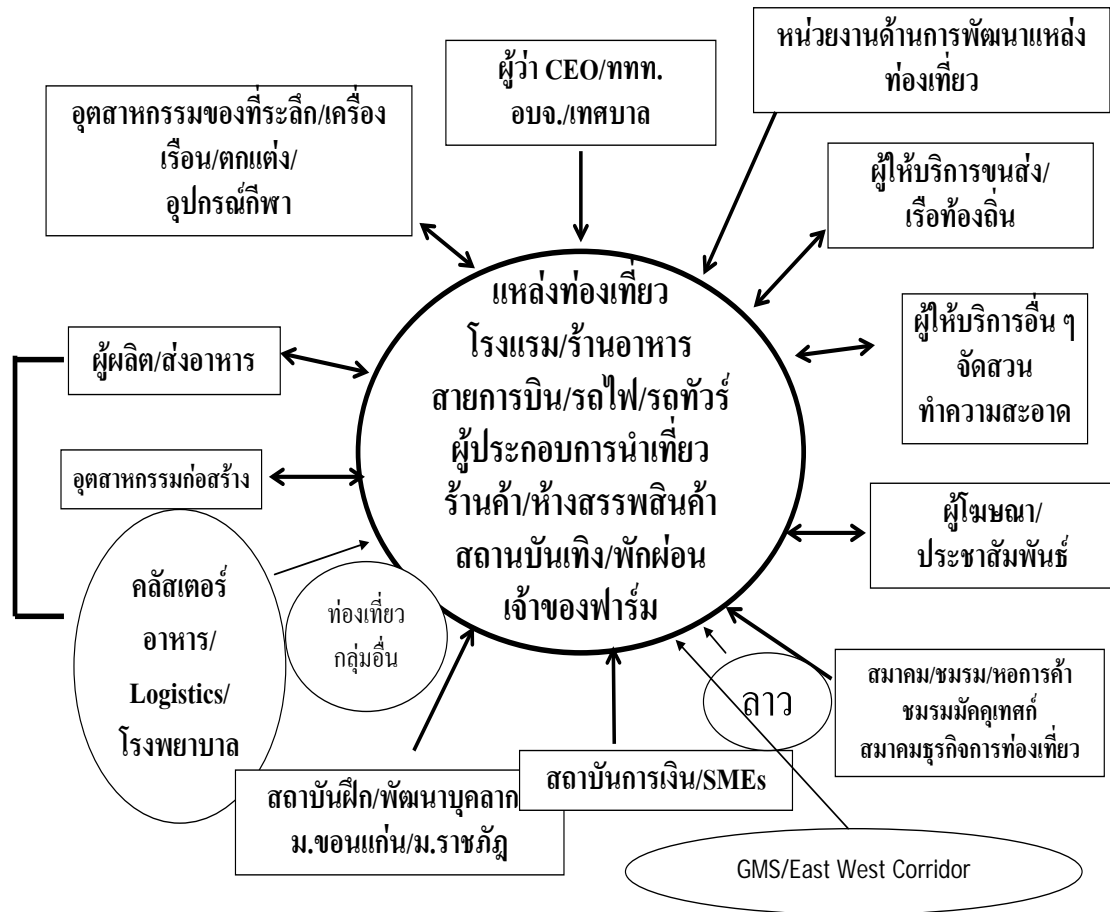
- การจัดสรรเรื่องงบประมาณท้องถิ่น
- ปัญหาเรื่อง การเมือง การปกครองระหว่างประเทศ
- การได้เปรียบทางด้านการลงทุนของประเทศเพื่อนบ้าน
- เวียดนามมีลักษณะการท่องเที่ยวเชิงรุกมากกว่าประเทศไทย
- การโฆษณาการท่องเที่ยวของต่างประเทศมากกว่า
- ในส่วนของจังหวัดได้รับระยะเวลาในการพัฒนาการแปรรูปการท่องเที่ยว

ในช่วงระยะเวลาอันสั้นไม่สามารถที่จะพัฒนาได้อย่างเต็มที่

การวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจตามโมเดลรูปเพชร (Diamond Analysis)



3. โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์



บทที่ 2

แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด



2. แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์



บทที่ 3

แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

วิสัยทัศน์

มุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ที่สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของพื้นที่

พันธกิจ

สร้างเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม ที่สอดคล้องกับศักยภาพของกลุ่มจังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร กาฬสินธุ์ หรือ “สนุก” โดยมุ่งเน้นการทำงานเชิงบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

ประเด็นยุทธศาสตร์

ในการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ คณะที่ปรึกษาได้วิเคราะห์ภายใต้โมเดลรูปเพชร (Diamond Model) โดยเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549) ยุทธศาสตร์ตามแผนการบริหารงานราชการของกลุ่มจังหวัด ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ (พ.ศ. 2547-2551) ซึ่งประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ดังนี้

เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต

ประเด็นยุทธศาสตร์: เพิ่มศักยภาพและมูลค่าของแหล่งท่องเที่ยว

เงื่อนไขด้านอุปสงค์

ประเด็นยุทธศาสตร์: พัฒนาการบริการด้านการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน

ประเด็นยุทธศาสตร์: พัฒนาการบริการด้านการท่องเที่ยว

บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์

ประเด็นยุทธศาสตร์: เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

หมายเหตุ : การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในด้านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน ชนเผ่าต่างๆ ชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยา และสังคมวิทยาของชนเผ่าต่าง ๆ หรือเพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มชุมชน ชนเผ่าต่างๆ

จากการวิเคราะห์และกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ วัฒนธรรม ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการ
ท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจ มีกลยุทธ์
ดังนี้

กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม

- กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาและยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว
- กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาและยกระดับการบริการด้านการท่องเที่ยว
- กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการค้าอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยว

**แผนงาน /โครงการภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ
วัฒนธรรม**

- กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาและยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว
 - 1. พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน
- กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาและยกระดับการบริการด้านการท่องเที่ยว
 - 1. พัฒนาและยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
 - 2. พัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว
- กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการค้าอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
 - 1. พัฒนาคุณภาพสินค้าพื้นเมือง
 - 2. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวและการค้าในอนุภูมิภาค
ลุ่มน้ำโขง
 - 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน
- กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว
 - 1. จัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาค
 - 2. การจัดทำศูนย์ข้อมูล/website การท่องเที่ยว
 - 3. จัดทำแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์

รายละเอียดโครงการของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม
จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาและยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
3. ชื่อโครงการ การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน
4. หลักการและเหตุผล

กลุ่มจังหวัดมุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติจำนวนมาก โดยเฉพาะวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น จังหวัดนครพนม มี หมู่บ้านเรณูนคร หมู่บ้านกุศลิน หมู่บ้านท่าเรือ หมู่บ้านทันสมัย พระธาตุพนม พระธาตุมหาชัย รอยพระพุทธบาท เวินปลา ประเพณีไหลเรือไฟ งานนมัสการพระธาตุพนม จังหวัดมุกดาหาร อุทยานแห่งชาติมุกดาหาร อุทยานแห่งชาติภูสระดอกบัว ภูผาแต้ม ศาลเจ้าพ่อเจ้าฟ้าเมือง ศาลเจ้าแม่สองนางพี่น้อง วัดศรีมงคลใต้ ประเพณีงานรวมเผ่าไทยมุกดาหาร มะขามหวานชายโขง ตลาดสินค้าชายแดน จังหวัดสกลนคร มีศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร ศูนย์วัฒนธรรมไทโส่ ประติมากรรมหนองหารหลวง ศูนย์ศิลปชีพบ้านจาร์ อ.บ้านม่วง ศูนย์ศิลปชีพกุดนาขาม อ. เจริญศิลป์ วัดป่าสุทธาวาส พระธาตุเชิงชุม พระธาตุภูเพ็ก พระธาตุศรีมงคล พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต พระอาจารย์ฝั้น อาจาโร พระอาจารย์วัน อุตตโม และหลวงปู่หลุย จันทสาโร ภูผายล งานประเพณีออกพรรษา แห่ปราสาทผึ้งและแข่งเรือยาวชิงถ้วยพระราชทานฯ จังหวัดกาฬสินธุ์ มีศูนย์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์ วัดกลาง พระธาตุยาคู วัดโพธิ์ชัยเสมาราม พุทธสถานภูป้อ พระพุทธไสยาสน์ ภูคำว ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ไบเสมาหน้ าวีหารวัดศรีบุญเรือง เมืองฟ้าแดดสูงยาง ภูนางฟ้า ภูผายล พระธาตุยาคู ภูผาผึ้ง พุทธสถานภูสิงห์ วัดป่ามัญฉิมาวาส ถ้ำฝามือแดง อนุสาวรีย์พระยาชัยสุนทร (ท้าวโสมพะมิตร) ไคโนเสาร์สัตว์โลกล้านปีรอยเท้าไดโนเสาร์ อนุสรณ์สถานผู้ล่่วงลับภูพาน และงานนมกรรมโปงลาง แพรวา และกาชาดจังหวัดกาฬสินธุ์ จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวหรือสถานที่จัดประเพณีต่างๆ มีปัญหาทรุดโทรม ขาดความสวยงาม สะดวกสบายที่จะเป็นแหล่งดึงดูดความสนใจได้ และจากการรวมความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มข้าราชการที่เกี่ยวข้อง เสนอโครงการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงสถานที่

ท่องเที่ยว พัฒนาความสะอาดและมีข้อมูลประวัติของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เป็น
ฐานความรู้และสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว

5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านความสะอาด สิ่งแวดล้อม ที่สวยงาม ให้ได้
มาตรฐาน

5.2 เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด

5.3 จัดทำเรื่องราวประวัติของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเพื่อเป็นฐานข้อมูล แหล่ง
ความรู้และเรียนรู้ให้กับสาธารณะ

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการปรับปรุงอย่างน้อยจังหวัดละ 1 แห่ง รวมเป็นจำนวน 4 แห่ง

6.2 มีการสำรวจสถานที่ที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 โครงการ/จังหวัด รวมเป็น
4 โครงการ

6.3 เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งจะเพิ่มรายได้/เศรษฐกิจของจังหวัด

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับการเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

จังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงอย่างน้อย จังหวัดละ 1 แห่ง

จำนวนแหล่งโครงการสำรวจศักยภาพอย่างน้อย จังหวัดละ 1 โครงการ

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือน

11. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สถาบันการศึกษา

สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย

หอการค้าจังหวัดหนองคาย

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาล / อบต.)

13. การดำเนินงาน

13.1 สำรวจศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว

13.2 รวบรวมข้อมูลเรื่องราวและประวัติของสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งต่างๆ

13.3 คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา

13.4 ดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่คัดเลือกแล้ว

13.5 จัดทำฐานข้อมูล แหล่งเรียนรู้ให้แก่สาธารณะชน

14. งบประมาณ

6,800,000 บาท

-	ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว 4 แห่ง	6,000,000 บาท
-	โครงการสำรวจศักยภาพสถานที่ท่องเที่ยว 4 โครงการ	800,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาและยกระดับการบริการด้านท่องเที่ยว

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
3. ชื่อโครงการ พัฒนาและยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
4. หลักการและเหตุผล

การพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่ใช่แต่จะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจ ปัจจัยสำคัญที่ต้องควบคู่ กับสถานที่ท่องเที่ยวคือการบริการด้านการท่องเที่ยว ทั้งด้านข้อมูล ข่าวสารและด้านสนับสนุนการท่องเที่ยว อันได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ในกลุ่มจังหวัดนี้ มีโรงแรมระดับ 3-4 ดาว อย่างน้อย จังหวัดละ 1 แห่ง ในทำนองเดียวกัน ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงประจำจังหวัด อย่างน้อยจังหวัดละ 2-3 แห่ง แต่ปัญหาการบริการ ณ แหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยวเหล่านี้ อาจยังไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งปัญหาที่พบไม่ใช่แต่เพียงมาตรฐานการให้บริการ ยังขาดทักษะในการสื่อสารทางภาษาโดยเฉพาะภาษาต่างประเทศ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องมีการพัฒนาและยกระดับการบริการ ท่องเที่ยว โดยพัฒนาและเพิ่มการส่งเสริมสนับสนุนร้านอาหารที่มีชื่อเสียง การเพิ่มมาตรฐานการบริการของ พนักงานโรงแรม พนักงานร้านอาหาร และการสร้างและพัฒนาแหล่งแหล่งบริการข้อมูล ทางด้านการท่องเที่ยว

5. วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดย

- 5.1 สร้างและพัฒนาแหล่งบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
- 5.2 ยกระดับการบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 แหล่งบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวซึ่งกระจายอยู่ตามแหล่งสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว (โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า เป็นต้น)
- 6.2 การบริการของแหล่งสนับสนุน (โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า) ได้มาตรฐาน
- 6.3 การประชาสัมพันธ์แหล่งบริการที่มีชื่อเสียง เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ร้านขายสินค้า เป็นต้น

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การบริหารจัดการความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้

- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรับรองเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

จังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

9.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการบริการด้านการท่องเที่ยวไปตามแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยวต่างๆ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า อย่างน้อย 10 แหล่ง/จังหวัด

9.2 การฝึกอบรมการให้บริการ ได้แก่ พนักงาน โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า อย่างน้อย 1 โครงการ/จังหวัด

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือน

11. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประชาสัมพันธ์จังหวัด

ศูนย์การท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด

13. การดำเนินการ

13.1 จัดทำข้อมูลบริการการท่องเที่ยวของทั้ง 4 จังหวัด โดยให้จังหวัดหนึ่ง เป็นหน่วยงานด้านบริการ ในลักษณะแผ่นพับ โปสเตอร์ หรือสื่อต่างๆ ตามความเหมาะสม

13.2 กระจายแผ่นพับ โปสเตอร์ หรือสื่อต่างๆ ไปยัง แหล่งสนับสนุน ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า เป็นต้น

13.3 ฝึกอบรมการให้บริการแก่พนักงาน โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า

13.4 สร้างแรงจูงใจส่งเสริมสนับสนุนร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัด

14. งบประมาณ 1,000,000 บาท

ทำข้อมูลการท่องเที่ยว 600,000 บาท

ทำการอบรมการให้บริการ 100,000 บาท/จังหวัด

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาและยกระดับการบริการด้านท่องเที่ยว

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
3. ชื่อโครงการ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
4. หลักการและเหตุผล

ในการพัฒนาและยกระดับบริการด้านการท่องเที่ยว นั้น สิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไปคือการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ที่เป็นบุคลากรหลักในการที่จะให้การบริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ถ้ามัคคุเทศก์มีความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เป็นอย่างดีจะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้การให้บริการของมัคคุเทศก์ในการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวทั้งด้านกิจกรรมการเที่ยว ซึ่งต้องคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้ สิ่งจำเป็นที่ ต้องพัฒนาไว้เพื่อเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี โบราณคดี ในกลุ่มจังหวัด ดังนั้น โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ และการพัฒนาตำราเรียนสำหรับมัคคุเทศก์หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องด้าน การท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง และถ่ายทอดความรู้ได้

5. วัตถุประสงค์

- 5.1 เพื่อพัฒนาหลักสูตร/ฝึกอบรมมัคคุเทศก์ที่เหมาะสมกับพื้นที่
- 5.2 เพื่อจัดทำตำราเรียนที่อ้างอิงถึงประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี โบราณคดี ประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว
- 5.3 เพื่อสร้างองค์ความรู้ ได้แก่ ผู้ประกบ อบรมธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ด้านข้อมูลการท่องเที่ยว

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 หลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ที่เหมาะสมกับพื้นที่
- 6.2 พัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ในพื้นที่
- 6.3 ตำราเรียนที่มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ทั้งประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี โบราณคดี ประวัติศาสตร์
- 6.4 องค์ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว
จังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- 9.1 หลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ อย่างน้อย 1 หลักสูตร/จังหวัด
- 9.2 การฝึกอบรมมัคคุเทศก์ อย่างน้อย 1 โครงการ/จังหวัด
- 9.3 ตำราเรียนเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีข้อมูลเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 เล่ม/หลักสูตร
- 9.4 การถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 โครงการ/จังหวัด

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือน

11. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประชาสัมพันธ์จังหวัด

ศูนย์การท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด

13. การดำเนินการ

- 13.1 จัดทำหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ที่เหมาะสมกับพื้นที่
- 13.2 จัดทำตำราเรียนที่สอดคล้องกับหลักสูตรฝึกอบรมและมีข้อมูลด้านประวัติ วัฒนธรรม ประเพณี โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ของแหล่งท่องเที่ยว
- 13.3 จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์
- 13.4 จัดสัมมนาเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทท่องเที่ยว ร้านขายสินค้า เป็นต้น

14. งบประมาณ

1,000,000 บาท โดยแบ่งเป็น

- หลักสูตร/ตำราเรียน ประมาณ 400,000 บาท
- ฝึกอบรมมัคคุเทศก์ 100,000 บาท/จังหวัด
- สัมมนาผู้ประกอบการ 50,000 บาท/จังหวัด

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการค้าอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
3. ชื่อโครงการ พัฒนาคุณภาพสินค้าพื้นเมือง
4. หลักการและเหตุผล

เนื่องจากกลุ่มจังหวัดนี้มี 2 จังหวัด ได้แก่ มุกดาหารและนครพนม ซึ่งมีอาณาเขตติดกับประเทศลาว โดยมีลำน้ำโขงเป็นแม่น้ำระหว่าง 2 ประเทศ จะมีตลาดที่มีสินค้าทั้งจากประเทศลาวและสินค้าพื้นเมืองของกลุ่มจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดลูกค้าได้ปริมาณพอควร โดยเฉพาะตลาดริมโขงมุกดาหาร อย่างไรก็ตามเพื่อการสนับสนุนการผลิตสินค้าพื้นเมืองของกลุ่มจังหวัดให้สามารถแข่งขันได้ จะต้องมีการจัดทำมาตรฐานสินค้าและพัฒนาคุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันด้านเศรษฐกิจตลอดจนการพัฒนาสินค้าพื้นเมืองของกลุ่มจังหวัดอีกด้วย

5. วัตถุประสงค์

- 5.1 เพื่อจัดทำมาตรฐานสินค้าพื้นเมือง
- 5.2 เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมให้สินค้ามีคุณภาพมาตรฐาน

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 สินค้าพื้นเมืองที่มีมาตรฐาน
- 6.2 ยกระดับการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของพื้นที่
- 6.3 รายได้ของกลุ่มจังหวัดเพิ่มขึ้นเนื่องจากการขายสินค้าได้มากขึ้น

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การจัดการความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรับรองเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

จังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

9.1 มาตรฐานสินค้าอย่างน้อย 2 ประเภท/จังหวัด (เช่น อาหารพื้นเมือง ผ้าทอพื้นเมือง เป็นต้น)

9.2 กิจกรรมส่งเสริมให้ผลิตสินค้ามีคุณภาพมาตรฐาน อย่างน้อย 1 โครงการ/จังหวัด

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือนหน่วยงานที่รับผิดชอบ

11.

พาณิชย์จังหวัด

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หอการค้าจังหวัด

อุตสาหกรรมจังหวัด

13. การดำเนินการ

13.1 พัฒนาและจัดทำมาตรฐานสินค้าโดยพิจารณาสินค้าพื้นเมืองที่เด่นของจังหวัด เช่น ผ้าทอพื้นเมือง อาหารพื้นเมือง เป็นต้น

13.2 พิจารณาด้านการบริการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหอการค้าจังหวัด เป็นต้น

13.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานที่พัฒนาขึ้น โดย

- จัดสัมมนาแก่ผู้ประกอบการเพื่อขอความร่วมมือ ความเห็นในการพัฒนาสินค้าพื้นเมืองให้ได้มาตรฐาน
- การศึกษาดูงานการผลิตสินค้าพื้นเมืองที่ได้มาตรฐาน จังหวัดใกล้เคียง หรือจังหวัดของภูมิภาคอื่นๆ เป็นต้น

14. งบประมาณ

500,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการค้าอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
3. ชื่อโครงการ การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวและการค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
4. หลักการและเหตุผล

จากข้อได้เปรียบของกลุ่มจังหวัดที่มีจังหวัดมุกดาหารและนครพนมที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศลาว โดยมีแม่น้ำโขงกั้นระหว่าง 2 ฝั่ง จึงทำให้มีการค้าระหว่างประเทศขึ้น ซึ่งไม่เฉพาะแต่การค้าขายระหว่างประเทศ ยังมีการท่องเที่ยวที่เป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่มีจุดขาย โดยเป็นการเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการข้ามไปเที่ยวประเทศลาวเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามจะต้องมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวและด้านการค้าด้วย โดยมีการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวและการค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งจะต้องมีการจัดตั้งจุดผ่อนปรนสถานความสัมพันธ์เครือข่ายความร่วมมือการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่ส่งเสริมและรองรับการคมนาคมที่ขยายตัวขึ้น (สะพานข้ามแม่น้ำที่ มุกดาหาร และนครพนม) สร้าง Duty Free ในเขตกลุ่ม **สนุก** (ที่ มุกดาหาร และ นครพนม) และการพัฒนาการบริการเรือข้ามฟาก

5. วัตถุประสงค์
 - 5.1 เพื่อสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวและการค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยเฉพาะกับประเทศลาว
 - 5.2 เพื่อจัดตั้งสิ่งบริการสนับสนุนการค้าและการท่องเที่ยว ได้แก่ จุดผ่อนปรน ตลาดสินค้าปลอดภาษี การบริการเรือข้ามฟาก เป็นต้น
 - 5.3 เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและรองรับการคมนาคมที่ขยายตัวขึ้น
6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ
 - 6.1 เครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวและการค้าในรูปของกลุ่มน้ำโขง
 - 6.2 การจัดตั้งส่วนบริการสนับสนุนการท่องเที่ยวและการค้า ได้แก่ จุดผ่อนปรน ตลาดสินค้าปลอดภาษี เป็นต้น
 - 6.3 เส้นทางส่งเสริมการท่องเที่ยวและรองรับการคมนาคม

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว
จังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

9. ตัวชี้วัด

- 9.1 การจัดตั้งตลาดสินค้าปลอดภาษีอย่างน้อย 1 แห่ง (มุกดาหาร หรือ นครพนม)
- 9.2 การจัดตั้งจุดผ่อนปรนสานความสัมพันธ์เครือข่ายความร่วมมือการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อย่างน้อย 1 แห่ง (มุกดาหาร หรือ นครพนม)

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือน

11. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

พาณิชย์จังหวัด

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หอการค้าจังหวัด /อุตสาหกรรมจังหวัด/ททท./กรมทางหลวง

13. การดำเนินการ

- 13.1 ประชุมปรึกษาหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาการจัดตั้งส่วนสนับสนุน ได้แก่ ตลาดสินค้าปลอดภาษี จุดผ่อนปรน บริการเรือข้ามฟาก เส้นทางส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 13.2 ศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการจัดตั้งส่วนสนับสนุนดังกล่าว

14. งบประมาณ

3,000,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการค้าอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม
3. ชื่อโครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน
4. หลักการและเหตุผล

จากข้อได้เปรียบของกลุ่มจังหวัดนี้ที่มี 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดนครพนม ที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศลาวซึ่งจะเป็นการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และจากจุดแข็งของกลุ่มจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่หลายแห่ง และประเทศลาวเองก็มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่จำนวนไม่น้อยเช่นกัน ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดโดยมีจุดผ่านแดนที่ จังหวัดมุกดาหาร หรือนครพนม เชื่อมโยงไปยังประเทศลาว จะเป็นจุดขายการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงควรให้มีการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับประเทศลาว ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ของทั้ง 2 ประเทศ ตลอดจนเป็นการสร้างสัมพันธอันดีของประเทศอีกด้วย

5. วัตถุประสงค์
 - 5.1 เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับประเทศลาว
 - 5.2 จัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของเส้นทางเชื่อมโยง
6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ
 - 6.1 เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับเทศกาล
 - 6.2 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้ง 2 ประเทศ
 - 6.3 การประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว
7. ประเด็นยุทธศาสตร์
 1. การขจัดความยากจน
 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ

9. การรับรองเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

จังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

9. ตัวชี้วัด

9.1 เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพร้อมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ในรูปแบบที่ท่องเที่ยวและคู่มือการท่องเที่ยว อย่างน้อย 100 ชุด สำหรับการประชาสัมพันธ์

9.2 ระบบข้อมูลเพื่อส่งเสริมกับแผนการตลาด (ซึ่งจะอยู่ใน website ของกลยุทธ์ที่ 4)

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือน

11. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หอการค้าจังหวัด

ประชาสัมพันธ์จังหวัด

กรมททางหลวง

13. การดำเนินการ

13.1 ประชุมปรึกษาหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

13.2 ประสานติดต่อรวบรวมข้อมูลจากประเทศลาว

13.3 จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวตลอดจนบันทึกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งควรใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์และจัดทำในรูปแบบแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว คู่มือการท่องเที่ยว ตลอดจนจัดทำ website ที่จะจัดทำข้อมูลในแผนการตลาด

14. งบประมาณ

1,000,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
3. ชื่อโครงการ การจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
4. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงซึ่งเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัดดังกล่าวยังไม่มีการจัดทำแผนการตลาดที่เด่นชัด และกลุ่มนักท่องเที่ยวยังไม่แพร่หลาย และการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละเทศกาลยังขาดซึ่งประสิทธิภาพและความสามารถ แผนการตลาดเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น โครงการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาค จึงควรมีการวิจัยด้านการตลาด เพื่อหาทิศทาง และข้อมูล โดยมีนักการตลาดมืออาชีพเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำแผนการตลาดท่องเที่ยวใน กลุ่มอนุภูมิภาค เพื่อที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละเทศกาล และสร้างตัวเลือกเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันในเรื่องการท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดและจังหวัดได้เป็นอย่างดี

5. วัตถุประสงค์

- 5.1 เพื่อจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- 5.2 เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในแต่ละเทศกาล

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 มีแผนการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงอย่างชัดเจน
- 6.2 มีเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละเทศกาล

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การจัดการความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรับรองเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

จังหวัด ด้านการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้ ตลอดจนการ
ต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

9.1 แผนการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงแบบครบวงจร 1 แผน

9.2 เส้นทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในรูปแบบที่ คู่มือการท่องเที่ยว

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือน

11. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ททท.

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัด

ประชาสัมพันธ์จังหวัด

หอการค้า

13. การดำเนินการ

13.1 จัดจ้างคณะศึกษาหรือที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแผนวิจัยการตลาด

13.2 ดำเนินการวิจัยตลาดโดยกลุ่มศึกษา โดยมีที่ปรึกษามืออาชีพ

13.3 จัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

13.4 จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายโดยใช้ระบบสารสนเทศ

ภูมิศาสตร์ GIS พร้อมข้อมูลการการท่องเที่ยวและผลิตเส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ
เช่น แผนที่ คู่มือ CD-ROM เป็นต้น พร้อมทั้ง website เพื่อประชาสัมพันธ์

14. งบประมาณ

2,000,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
3. ชื่อโครงการ การจัดทำศูนย์ข้อมูล/website การท่องเที่ยว
4. หลักการและเหตุผล

การจัดทำการสำรวจและรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาค แล้วจัดทำฐานข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงไปทุกภาคส่วน มีส่วนช่วยให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการตัดสินใจเลือกเส้นทางการท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวเมื่อมีรายละเอียดการท่องเที่ยว เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร สถานีตำรวจ สถานพยาบาล สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ โดยมีศูนย์บริการข้อมูล (Call Center) ในแต่ละเขตจังหวัดที่ง่ายต่อการติดต่อสอบถาม และมีการปรับปรุงฐานข้อมูลเป็นประจำ ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด จะเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมการตลาดได้เป็นอย่างดี

5. วัตถุประสงค์
 - 5.1 เพื่อจัดทำศูนย์ข้อมูล
 - 5.2 เพื่อจัดทำ Web site ข้อมูลการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
 - 5.3 เพื่อส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว
6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ
 - 6.1 มีศูนย์ข้อมูลสำหรับบริการนักท่องเที่ยว
 - 6.2 มี Web site ข้อมูลการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาค
 - 6.3 ส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ
7. ประเด็นยุทธศาสตร์
 1. การจัดความยากจน
 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
 9. การรับรองเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

จังหวัด ด้านการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

9.1 ศูนย์ข้อมูล อย่างน้อย 1 ศูนย์หลักที่ จังหวัดนครพนม หรือ จังหวัดมุกดาหาร และมี ศูนย์เครือข่ายแต่ละจังหวัด

9.2 website ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำแต่ละจังหวัด

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือน

11. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ททท.

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัด

ประชาสัมพันธ์จังหวัด

หอการค้า

13. การดำเนินการ

13.1 จัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาหรือสถาบันการศึกษาเพื่อจัดทำศูนย์ข้อมูลหลักและ ศูนย์เครือข่าย

13.2 จัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อทำ website ของแต่ละจังหวัด โดยมีการเชื่อมโยงกัน

13.3 การทำข้อมูลให้ทันสมัย (update) ตลอดเวลา

14. งบประมาณ

2,000,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
3. ชื่อโครงการ จัดทำแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ
4. หลักการและเหตุผล

การจัดทำแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ นั้นจำเป็นจะต้องพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการ ให้มีวิสัยทัศน์ที่ตรงกัน เพื่อกำหนดทิศทางในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยโครงการนี้จะจัดการประชุมสัมมนาระดับนานาชาติ (International Conference) ซึ่งเน้นเรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human resource) องค์กรความรู้ (Knowledge) และสร้างเรื่องราว (story behind) ของสินค้าพื้นเมือง และการจัดทำ Road Show ในนิทรรศการต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ

5. วัตถุประสงค์

- 5.1 เพื่อจัดทำแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งใน และต่างประเทศ
- 5.2 เพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการให้มีความรู้ ทักษะ แนวโน้มของตลาด เพิ่มขึ้น

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 มีแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคอย่างชัดเจน
- 6.2 กลุ่มผู้ประกอบการมีความรู้ความสามารถที่จะพัฒนากิจการ การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การจัดการความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรับรองเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด

กลุ่มจังหวัด ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

จังหวัด ด้านการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้

9. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

9.1 แผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในประเทศและต่างประเทศ อย่างน้อย 1 แผน

9.2 สร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการเรื่องการตลาดและบริการ อย่างน้อย 1 โครงการ/
จังหวัด

10. ระยะเวลาดำเนินงาน

12 เดือน

11. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

12. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัด

ประชาสัมพันธ์จังหวัด

13. การดำเนินการ

13.1 จัดจ้างมืออาชีพในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ

13.2 ดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

13.3 การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กลุ่มผู้ประกอบการเพื่อสามารถพัฒนาการกิจการการ
ท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

14. งบประมาณ

1,000,000 บาท

7. ตารางโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและกลาง
(จังหวัดอุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย สกลนคร นครพนม มุกดาหาร กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม)

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ
1. เพิ่มศักยภาพและมูลค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาและยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว	1. พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน (โครงการระยะยาว)
2. พัฒนารับรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาและยกระดับการบริการด้านการท่องเที่ยว	1. พัฒนาและยกระดับการบริการการท่องเที่ยว (โครงการระยะสั้น) 2. พัฒนาคู่มือการท่องเที่ยว (โครงการนำร่อง)
3. พัฒนารายได้จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม	กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการค้าอนุภูมิภาคผู้นำโขง	1. พัฒนาคุณภาพสินค้าพื้นเมือง (โครงการระยะยาว) 2. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวและการค้าในอนุภูมิภาคผู้นำโขง (โครงการระยะยาว) 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน (โครงการนำร่อง)
	กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว	1. จัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาค (โครงการระยะยาว) 2. การจัดทำศูนย์ข้อมูล/website การท่องเที่ยว (โครงการระยะยาว) 3. จัดทำแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (โครงการระยะสั้น)

เครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือบนและกลาง

Cluster **SMEs**