

การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ และโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์

ณ โรงแรม เซ็นทาราคอนเวนชันเซ็นเตอร์ อุดรธานี

วันที่ 22 ธันวาคม 2565



ขอบเขตของการ นำเสนอ

01

ลักษณะทางกายภาพของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

02

วัตถุประสงค์ของการบรรยายและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

03

ฐานทรัพยากรเดิมในพื้นที่ลุ่มน้ำโขงของประเทศไทย

04

อุปสงค์/อุปทาน และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว STP

05

ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดของสภาพพื้นที่

06

ทิศทางการพัฒนาและการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจและโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

07

โมเดลการพัฒนาและโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

08

บทบาทของนักโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Logistics)

09

บทสรุป

10

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

01

ลักษณะทางกายภาพของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ภาพรวมของพื้นที่

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงมีความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงของไทย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV)

โครงการ GMS เป็นความร่วมมือของ 6 ประเทศ คือ ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีน (ยูนนาน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยมีธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB: Asian Development Bank) เป็นผู้ให้การสนับสนุนหลัก

กลุ่มประเทศ GMS มีพื้นที่รวมกันประมาณ 2 ล้าน 3 แสน ตารางกิโลเมตร และมีประชากรรวมกันประมาณ 250 ล้านคน และอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ

นับตั้งแต่ GMS ถูกก่อตั้งมานานกว่า 20 ปี เห็นถึง การก้าวกระโดดทางเศรษฐกิจของประเทศ สมาชิกหลายประเทศ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยเกือบร้อยละ 8 ต่อปีตลอดในช่วง 10 ปีแรกของการรวมกลุ่ม GMS และยังขยายตัวในอัตราที่สูงขึ้นในช่วง 10 ปีถัดมา (ต.ย. มณฑลกลวงสีและยูนนาน รายได้ต่อหัวเฉลี่ยของทั้งอนุภูมิภาคเพิ่มขึ้นจากรายได้ต่อหัวที่อยู่ในช่วง 63 US\$ ในเมียนมาร์ถึง 1,894 US\$ หรือในไทย ในปี 2535 เพิ่มขึ้นเป็น 832 US\$ ในเมียนมาร์ถึง 5,394 US\$ ใน ไทย ในปี 2564

ทั้งยังทำให้ระดับความยากจนของประเทศสมาชิกในภาพรวมลดลง เช่น ในกัมพูชา ลดลงจากร้อยละ 45 ของประชากรทั้งหมด ในปี 2535 เป็นร้อยละ 23 ในปี 2564 หรือประเทศไทย ลดลงจากร้อยละ 9 เป็นต่ำกว่าร้อยละ 1 ซึ่งมีแนวโน้มการลดลงของระดับความยากจนอย่างมีนัยสำคัญ

ขณะที่ แนวโน้มการเปิดประเทศของประเทศสมาชิก GMS ยังสะท้อนให้เห็นได้จากอัตราการขยายตัวของการค้าระหว่างกันใน GMS ซึ่งมีอัตราเฉลี่ยร้อยละ 22 ต่อปีในช่วงปี 2543-2562 ในอัตราเฉลี่ย ร้อยละ 17.17 ต่อปี สำหรับการส่งออก และร้อยละ 16.29 ต่อปีสำหรับการนำเข้า

อย่างไรก็ดีสัดส่วนการค้าระหว่างกันใน GMS ต่อการค้ารวมของประเทศ GMS ยังอยู่ในระดับต่ำ คือ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.31 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 6.14 ในปี 2562 แสดงให้เห็นว่า ประเทศสมาชิก GMS ยังมีพื้นที่อีกมากที่จะเพิ่มพูนการค้าระหว่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีความสะดวกในการเดินทางไปมา จากการที่มีชายแดนติดต่อกัน ผ่านการเชื่อมโยงทาง ถนนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่

➤ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานถือเป็นโครงการหลักภายใต้แผนงานของ GMS ซึ่งมีความก้าวหน้ามากที่สุด ทำให้เราได้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้น ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยมีเส้นทาง ถนนสายหลัก หรือที่เราเรียกกันโดยทั่วไปว่า แนวระเบียงเศรษฐกิจ (Economic Corridors) 3 เส้นทาง คือ แนว ตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor: NSEC) และด้านใต้ (Southern Economic Corridor: SEC) ซึ่งในขณะนี้ได้มีการก่อสร้างเกือบสมบูรณ์แล้ว โดยในระยะต่อไป ประเทศสมาชิก GMS จะต้องขยายการเชื่อมโยงผ่านการสร้าง ถนนระยะที่สอง ขณะเดียวกันยังได้มีการ จัดทำแผนงานการอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งและการค้า

➤ ด้านการท่องเที่ยว ที่ผ่านมา ประเทศสมาชิก GMS ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของ GMS ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของโลก

➤ นับจากนี้ไป แผนงานด้าน การท่องเที่ยวของ GMS จะเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นเครื่องมือในการลดความ ยากจน (pro-poor tourism) ผ่านการพัฒนาแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงหลายประเทศ ทั้งยังมุ่งเน้นการพัฒนา ด้านการตลาดและสินค้าการท่องเที่ยว การเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ มรดกทางนิเวศน์และวัฒนธรรม และการขยายการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปยังชุมชนท้องถิ่น

➤ อนาคตสำหรับ GMS ผลจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกในปี 2551 และ 2565 ทำให้ความไม่แน่นอนเป็นสิ่งที่เราต้องยอมรับ แม้ว่าปัจจุบัน เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวดีขึ้น อย่างช้าๆ และปัจจัยหลักที่จะกำหนดอนาคตทั้งในระดับโลก ภูมิภาค อนุภูมิภาค และ ประเทศ เริ่มปรากฏให้เราเห็นชัดเจนขึ้น

ทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่

➤ **ทั้งนี้กรอบยุทธศาสตร์และแผนงานโครงการของ GMS ในช่วงทศวรรษหน้า จะมุ่งเน้นเรื่องดังต่อไปนี้**

- **การพัฒนาแนวระเบียงเศรษฐกิจหลัก** ให้มีขอบเขตที่กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์การลงทุนและการพัฒนาเมืองที่เหมาะสม เพื่อพัฒนา **ขั้วความเจริญ (growth poles)** บนแนว ระเบียงเศรษฐกิจ และเพิ่มความเชื่อมโยงภายในประเทศระหว่างพื้นที่ในชนบทกับศูนย์กลางทางการค้า รวมถึง **ท่าเรือ**
- **การเสริมสร้างความเชื่อมโยงด้านการขนส่ง โดยเฉพาะถนน และทางรถไฟ** เพื่อสนับสนุนให้ประเทศ สมาชิก GMS มีความได้เปรียบในการแข่งขันและได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างที่กำลังเกิดขึ้นใน ภูมิภาคเอเชีย
- **การพัฒนาวิธีการร่วมกันในการจัดหาพลังงานที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ**
- **การปรับปรุงความเชื่อมโยงด้านการสื่อสารโทรคมนาคมและการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ใน** ประเทศสมาชิก GMS
- **การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง** เพื่อให้เป็นจุดหมาย ของการท่องเที่ยวเดี่ยว (single destination)

➤ **กรอบยุทธศาสตร์ใหม่มุ่งกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการจัดการกับโอกาสและความท้าทายที่** กลุ่มประเทศ GMS กำลังเผชิญอยู่ขณะนี้ยังคงสามารถรักษาเป้าหมายการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การลดความยากจน และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

➤ **เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง เช่น** เลย์ นครพนม หนองคาย บึงกาฬ มุกดาหาร อุดรธานี เป็นต้น

ทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่



เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง ครอบคลุม 5 จังหวัด โดยแต่ละจังหวัดมี การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาจังหวัด ได้แก่

- จังหวัดเลย กำหนดยุทธศาสตร์ด้าน การท่องเที่ยว คือ “การพัฒนาศักยภาพทรัพยากร **ทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน**”
- จังหวัดนครพนม กำหนด ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว คือ “การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็น **ศูนย์กลางการท่องเที่ยว ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง**”
- จังหวัดมุกดาหาร กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว คือ “การพัฒนาการ ท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน”
- จังหวัดหนองคายกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว คือ “ยกระดับ มาตรฐานการท่องเที่ยว และการ **บริการมุ่งสู่ประชาคมอาเซียน**”
- จังหวัดบึงกาฬ กำหนดยุทธศาสตร์ด้าน การท่องเที่ยว คือ “พัฒนาการท่องเที่ยว การ **จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม**อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

สถิตินักท่องเที่ยว 6 ประเทศกลุ่มแม่น้ำโขง สร้างรายได้กว่า 5 หมื่นล้าน ไทยติดท็อป 5 ประเทศต้นทางยอดนิยม

- 01** แอร์บีแอนด์บี (Airbnb) แพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์ ได้ออกมาระบุถึงการเดินทางท่องเที่ยวมายังภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งประกอบด้วยประเทศกัมพูชา จีน ลาว พม่า ไทย และเวียดนาม มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
- 02** ในปี 2562 มีนักท่องเที่ยว 5 ล้านคน เดินทางมายังภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง คิดเป็นการเติบโต 147% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา
- 03** นักท่องเที่ยวเหล่านี้ทำให้มีเงินทุนเวียนในระบบเศรษฐกิจทั้งสิ้นรวม 51,700 ล้านบาท สร้างประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจด้านงานบริการและธุรกิจท้องถิ่นจำนวนมากในภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง
- 04** ขณะเดียวกัน ภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงมีผู้ใช้ Airbnb จำนวนมาก โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า 7 ล้านคน จากภูมิภาคนี้เดินทางไปท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางอื่นๆ ผ่าน Airbnb
- 05** “ภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงเป็นภูมิภาคที่เติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งของ Airbnb จากนักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่และท้าทายเพิ่มขึ้น สำหรับประเทศไทย เชียงใหม่ เป็นตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย และเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก

อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง



02

วัตถุประสงค์ของการบรรยายและ
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

วัตถุประสงค์ของการบรรยายและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ



วัตถุประสงค์ของการบรรยาย

- เพื่อสำรวจโอกาส ปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัดของการพัฒนาการท่องเที่ยวและระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- เพื่อวิเคราะห์อุปสงค์ และอุปทานของนักท่องเที่ยว และวิเคราะห์พฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวรวมทั้ง ระบบการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- เพื่อพัฒนา/แบบจำลองโมเดลการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจและพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายการท่องเที่ยวเมืองเอกและเมืองรองในพื้นที่อนุภาคลุ่มน้ำโขง
- ส่งเสริมและพัฒนา รวมทั้งช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจในพื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- ช่วยในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในเรื่องความสะอาด สดวก ปลอดภัยและเชื่อถือได้ และมีค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผล

การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง



การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

1. การชะลอตัวทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. การหาจุดขายหรือแม่เหล็กในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
3. การกำหนดอุปสงค์ อุปทานของนักท่องเที่ยว
4. การทำแผนการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรม/ไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยว
5. การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้น
6. ความเชื่อมโยงกันของแหล่งท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค
7. วัตถุประสงค์และรูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น
8. การท่องเที่ยวส่วนบุคคลขยายตัวมากขึ้น
9. การพัฒนาและสร้างเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์ใหม่ๆ
10. การพัฒนามาตรฐานสากลของบริการท่องเที่ยวในภูมิภาค

03

ฐานทรัพยากรเดิมในพื้นที่ลุ่มน้ำโขง ของประเทศไทย

ฐานทรัพยากรเดิมในพื้นที่ลุ่มน้ำโขงของประเทศไทย

- แม่น้ำโขง
- อุทยาน สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural Tourism) – ไหลเรือไฟ เบิ่งน้ำโขง บุญพระธาตุ เช่น เลยนครพนม เป็นต้น
- การท่องเที่ยวด้านกีฬา (Sport Tourism) เช่น เลย หนองคาย บึงกาฬ เป็นต้น
- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) e.g. Spa หรือแพทย์ทางเลือก สมุนไพร เช่น เลย อุตรธานี เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)
- วิถีชีวิตชุมชนลุ่มน้ำโขง (Rural Tourism)
- ท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism)
- กิจกรรมการท่องเที่ยวเทศกาลอาหารหรือประเพณี (Event & Gastronomic Tourism)

ฐานทรัพยากรเดิมในพื้นที่ลุ่มน้ำโขงของประเทศไทย

ฐานทรัพยากรเดิม (Initial Costs & Benefits)

1. แม่น้ำโขง
2. อุทยาน สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural Tourism) – ไหลเรือไฟ เบิ่งน้ำโขง บูชาพระธาตุ เช่น เลย นครพนม เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวด้านกีฬา (Sport Tourism) เช่น เลย หนองคาย บึงกาฬ เป็นต้น
5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) e.g. Spa หรือแพทย์ทางเลือก สมุนไพร เช่น เลย อุตรธานี เป็นต้น
6. แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)
7. วิถีชีวิตชุมชนลุ่มน้ำโขง (Rural Tourism)
8. ท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism)
9. กิจกรรมการท่องเที่ยวเทศกาลอาหารหรือประเพณี (Event & Gastronomic Tourism)



การก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Hub of GMS)

รัฐบาลไทยมีนโยบายผลักดัน จังหวัดอุดรธานี ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Hub of GMS) ภายใต้ 5 เส้นทางโลจิสติกส์ สร้างประโยชน์ สร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น ประเด็นสำคัญ ได้แก่

- (1) **ระบบการขนส่งและโลจิสติกส์** โดยเฉพาะโครงการรถไฟความเร็วสูงกรุงเทพ - หนองคาย และการเตรียมความพร้อมรองรับโครงข่ายการขนส่งระหว่างจีน - ลาว - ไทย
- (2) **ทิศทางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว** โดยการเปิดประเทศเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวแบบ New Normal โดยในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีได้รับการกำหนดเป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว (พื้นที่สีฟ้า) ภายใต้โครงการ “อุดร พลัส โมเดล”
- (3) **การเตรียมความพร้อมของจังหวัดอุดรธานีในการเป็นเจ้าภาพการจัดมหกรรมพืชสวนโลก 2026** (พ.ศ. 2569) ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2569 ถึง 14 มีนาคม 2570 ณ พื้นที่ชุ่มน้ำหนองแด ตำบลกุดสระ อำเภอเมืองอุดรธานี และ
- (4) **ความร่วมมือในการผลักดันและรวมตัวกันสร้างเครือข่ายธุรกิจ** รวมถึงการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงหลังสถานการณ์โควิด - 19



การกำหนดยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่

➤ การกำหนดยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่

เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายที่มีความผูกพันกันผ่านแม่น้ำโขง เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นจุดกระจายการท่องเที่ยว (Tourism Distributor) เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) และเป็นสถานที่จัดการประชุมสัมมนาของหน่วยงานภายในประเทศและต่างประเทศ

➤ รูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวโดยใช้ทัศนียภาพของแม่น้ำโขงและวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเป็นสิ่งดึงดูดใจ ร่วมกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
2. ใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำเสนอประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยปรับใช้วิถีชีวิตที่แตกต่างหลากหลายที่ประกอบขึ้นเป็นภูมิสังคมโดยมีแม่น้ำโขงเป็นทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
3. กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เช่น
 - 3.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจากต่างประเทศ เน้นการใช้ทัศนียภาพของแม่น้ำโขงและวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงเป็นสิ่งดึงดูดใจ ร่วมกับกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม โดยมีนครพนม มุกดาหารเป็นจุดหลัก หรือ
 - 3.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) เพื่อการจับจ่ายใช้สอยเป็นหลัก โดยมี หนองคาย มุกดาหารเป็นจุดหลัก หรือ
 - 3.3 กลุ่มที่เน้นกิจกรรมกลางแจ้ง ใช้พื้นที่นันทนาการ ของอุทยานเป็นจุดมุ่งหมายของกิจกรรมเชิงกีฬาและนันทนาการ
 - 3.4 กลุ่มที่เป็นกลุ่มธุรกิจ โดยมีหนองคาย มุกดาหาร เป็นจุดหลัก เชื่อมโยงกับท่าอากาศยานอุดรธานี มีศูนย์ประชุม โรงแรมและสถาบันการศึกษาเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ หรือ MICE แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ
4. ยกระดับจากการท่องเที่ยวที่มุ่งจุดหมายปลายทาง (Tourism Destination) เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นการส่งต่อ (Distributor) โดยมีหนองคาย นครพนม มุกดาหารเป็นประตู (Gateway) เชื่อมต่อกับอุดรธานีและ สปป. ลาว

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพและบทบาทเชิงพื้นที่

- ใช้การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง เพื่อสร้างคุณค่า (Value Creation) ทางการท่องเที่ยว โดยเพิ่มจำนวนวันพำนักรในพื้นที่และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
- พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้วยการใช้แม่น้ำโขง เพื่อเชื่อมกับ สปป.ลาว โดยเฉพาะการพัฒนากิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์
- การพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มในประเทศและกลุ่มเพื่อนบ้าน (CLMV)
- ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมและความร่วมมือและการ Synergy ของภาครัฐและภาคเอกชน และภาคชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ
- ยกระดับจากการท่องเที่ยวที่มุ่งจุดหมายปลายทาง (Tourism Destination) มาเป็นจุดกระจายหรือส่งต่อ (Tourism Distributor) เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสำหรับประเทศเพื่อนบ้าน

Basic Questions for tourism logistics

Where to Go?

How to Get There?

Where to Stay?

Where to Eat

What to See



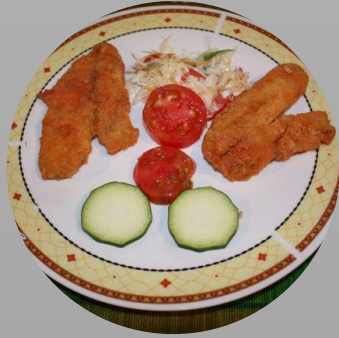
A simplified Tourism Value Chain

สำหรับสินค้า เมื่อมีอุปสงค์ การวางแผนและการตกลงซื้อขายแล้วเสร็จ กิจกรรมโลจิสติกส์จะเริ่มดำเนินการ



Accommodation

Hotels/Lodges/camps/etc.



Food & Beverages

Restaurants,

Markets, Wholesalers, retailers

Producers, farmers



Souvenirs

Souvenir shops, markets,
sellers

Craftsmen, local
producers



Transportation

Regional & Local

Bus, taxi, car rental, etc.



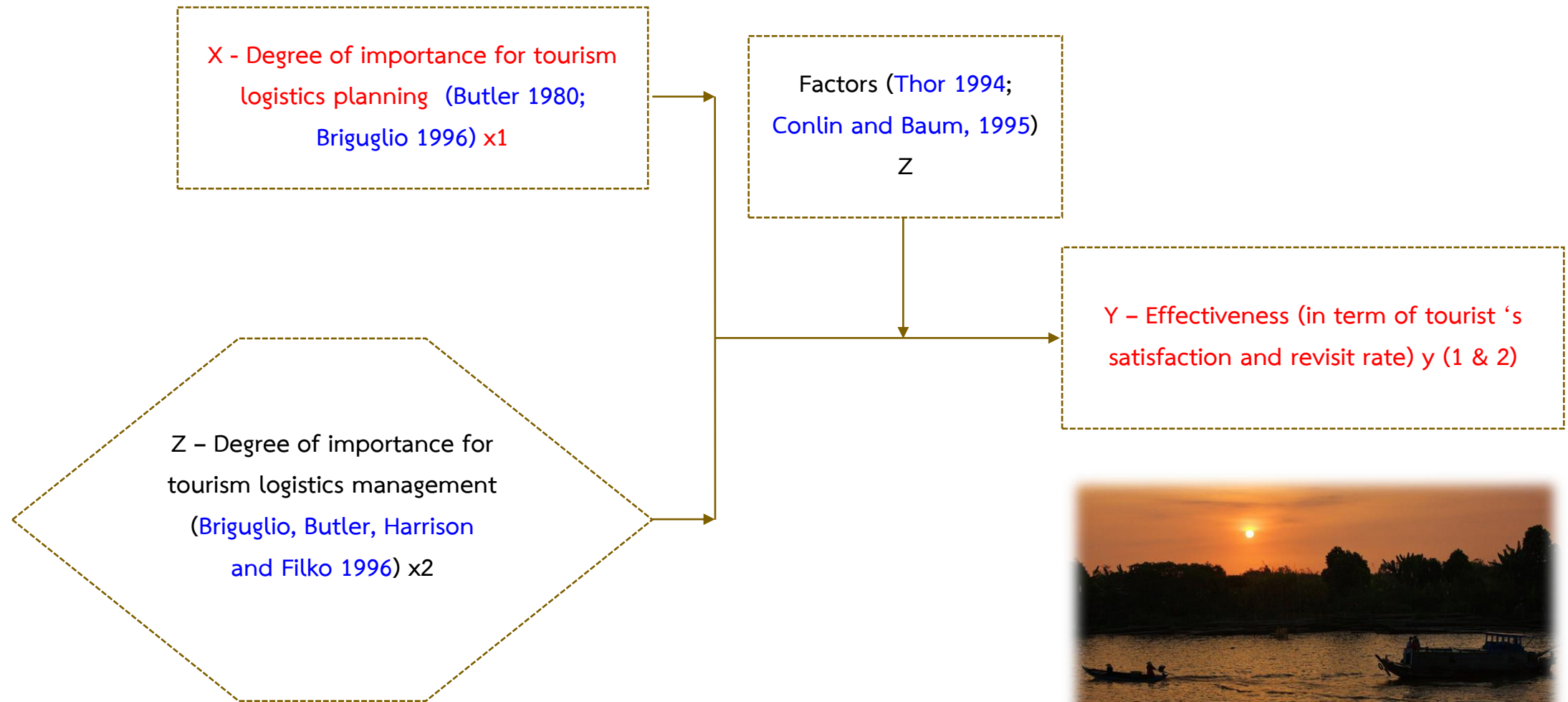
Excursions

Guides, tour operators,
travel agencies, etc.



สำหรับการท่องเที่ยว เมื่อ นักท่องเที่ยวมีอุปสงค์หรือความต้องการท่องเที่ยวแล้ว กิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวจะเป็นตัวขับเคลื่อน

Theoretical Framework of the study

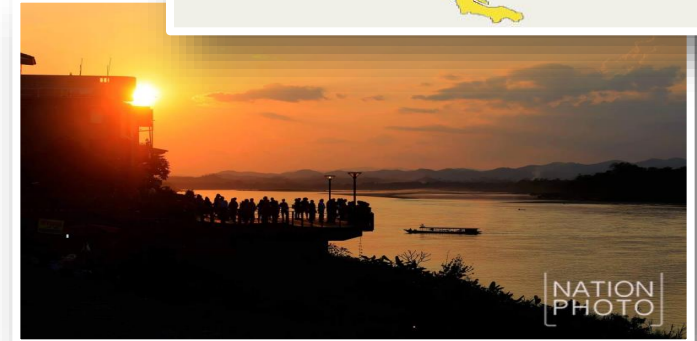
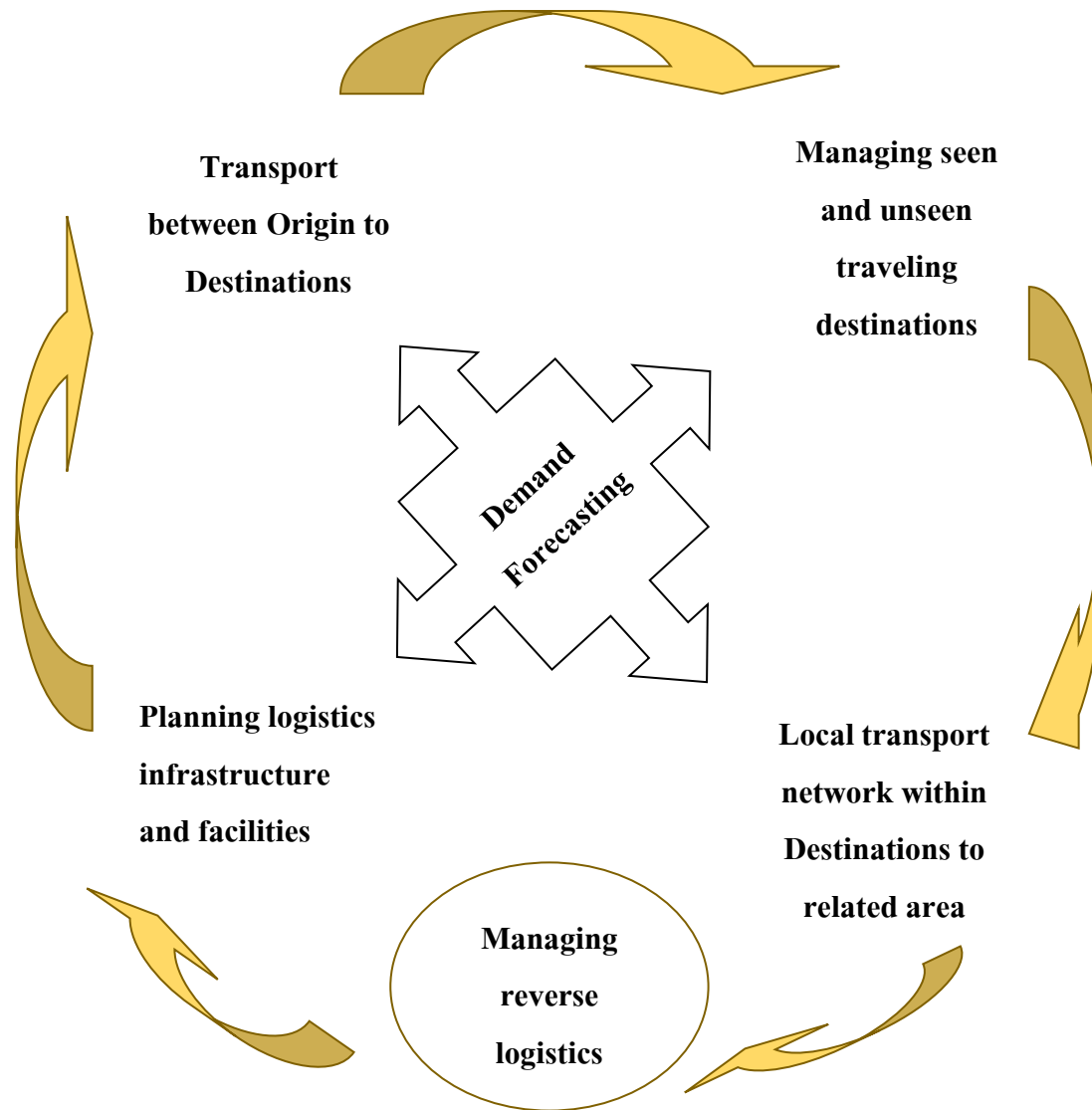


องค์ประกอบของระบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

- อุปสงค์การขนส่ง (Demand)
- ท่าขนส่ง (Nodes)
- เส้นทาง (Routes)
- ยานพาหนะ (Vehicle)
- พลังงาน (Energy)
- ผู้ประกอบการขนส่ง (Transporters)
- ผู้จัดระเบียบการขนส่ง (Regulator)



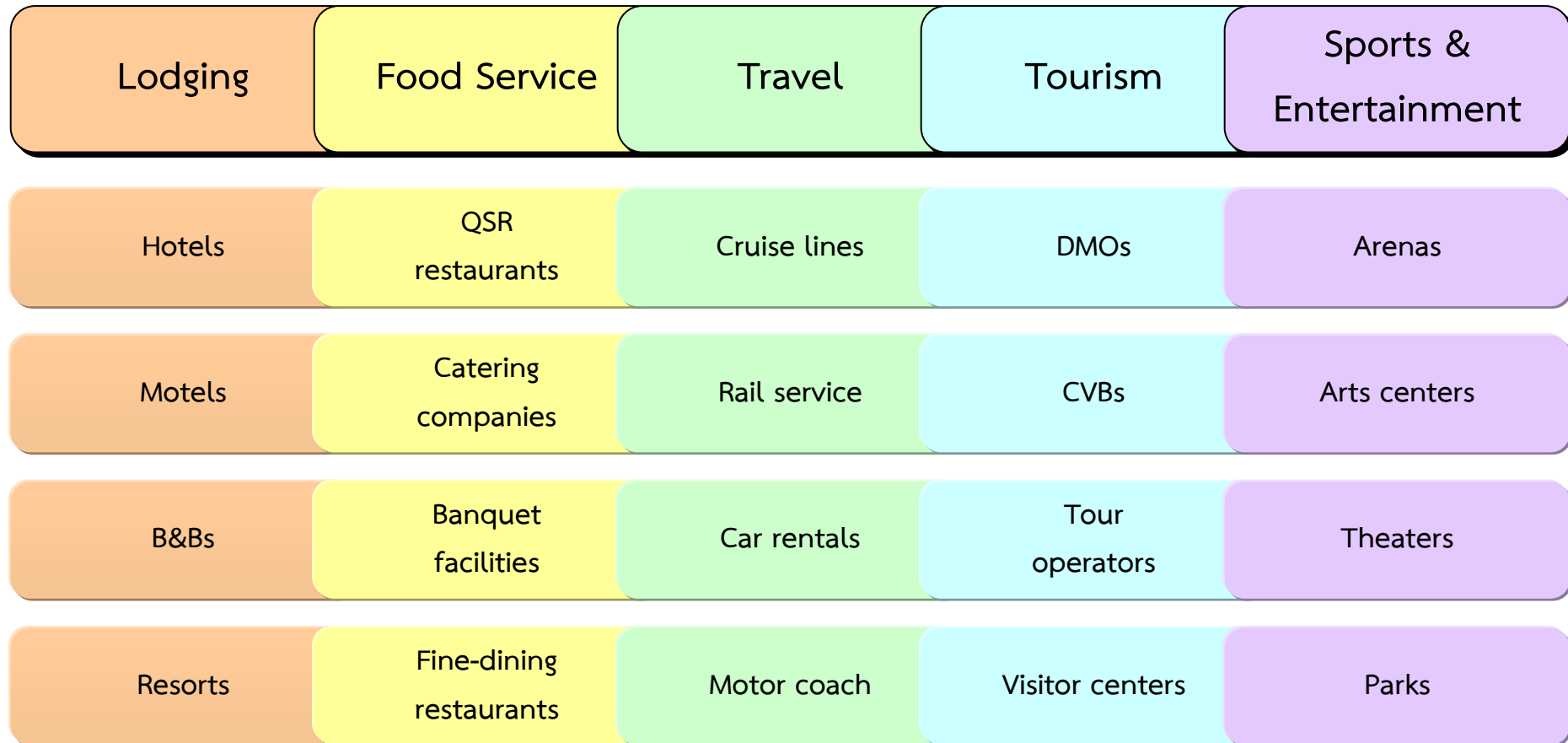
Relationships between activities in tourism logistics



Lesson for Tourism Logistics Implications



Tourism Industry Segments

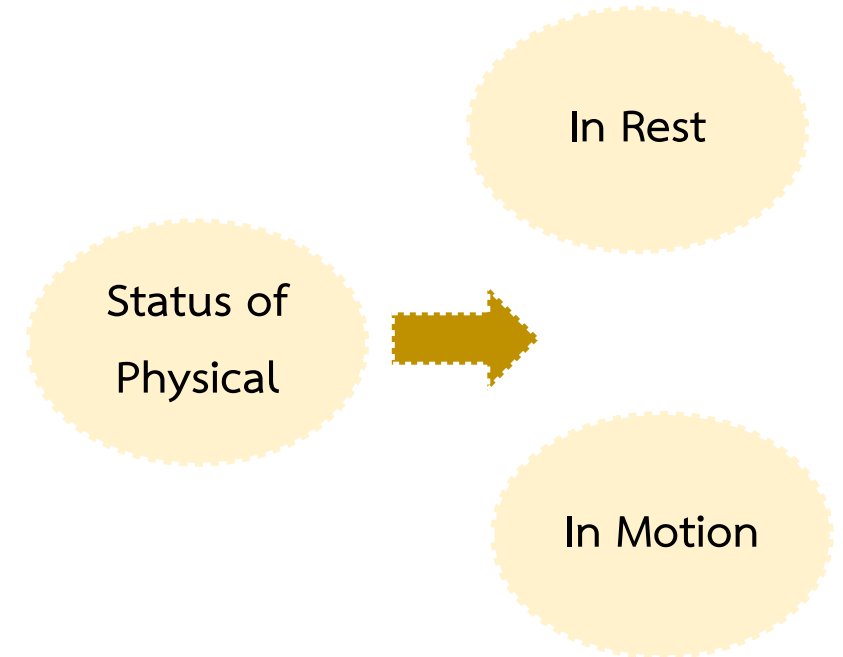
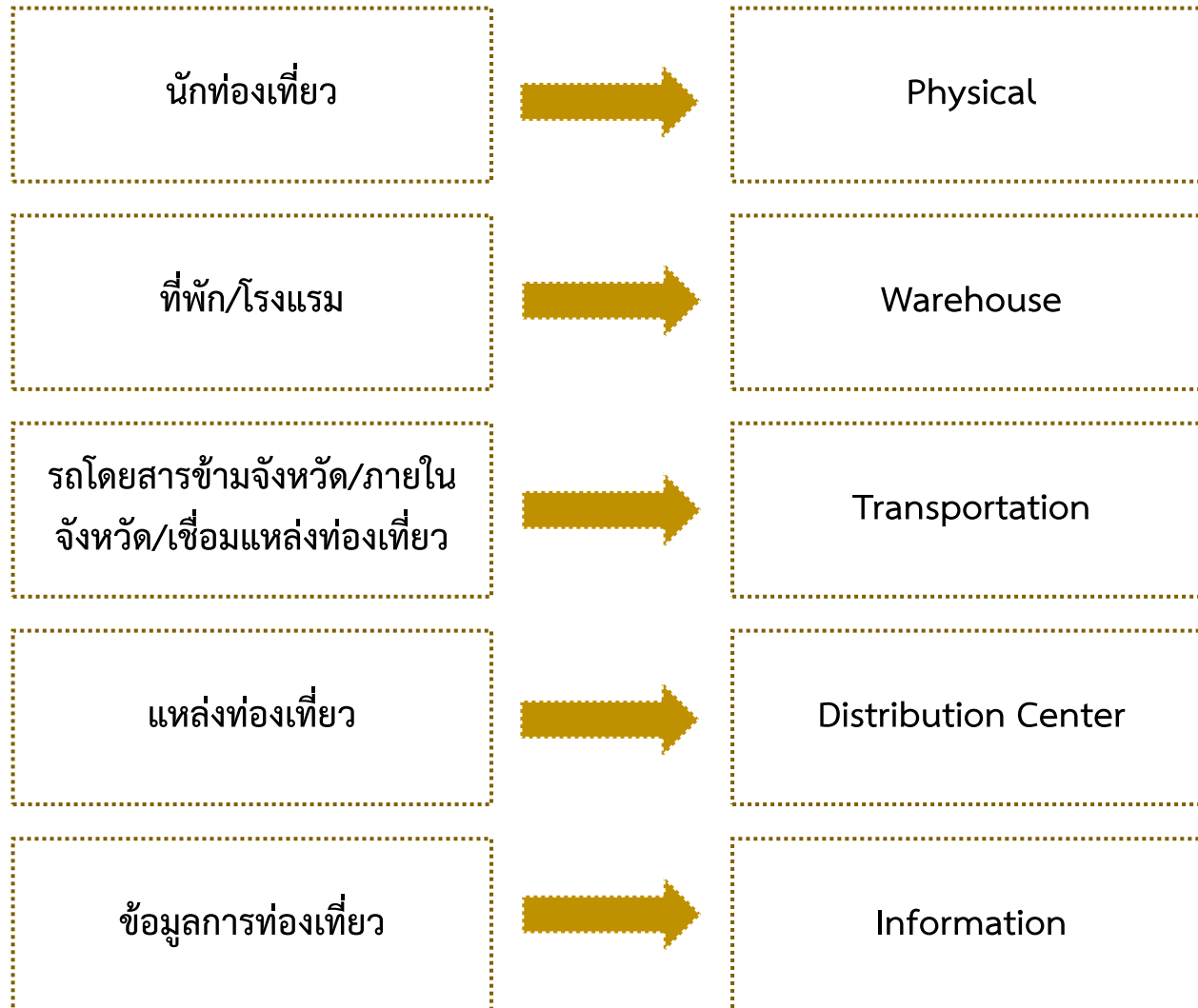


Section 1.1

04

โมเดลการพัฒนาและโลจิสติกส์
เพื่อการท่องเที่ยวออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ความเข้าใจศัพท์ของ Tourism + Logistics

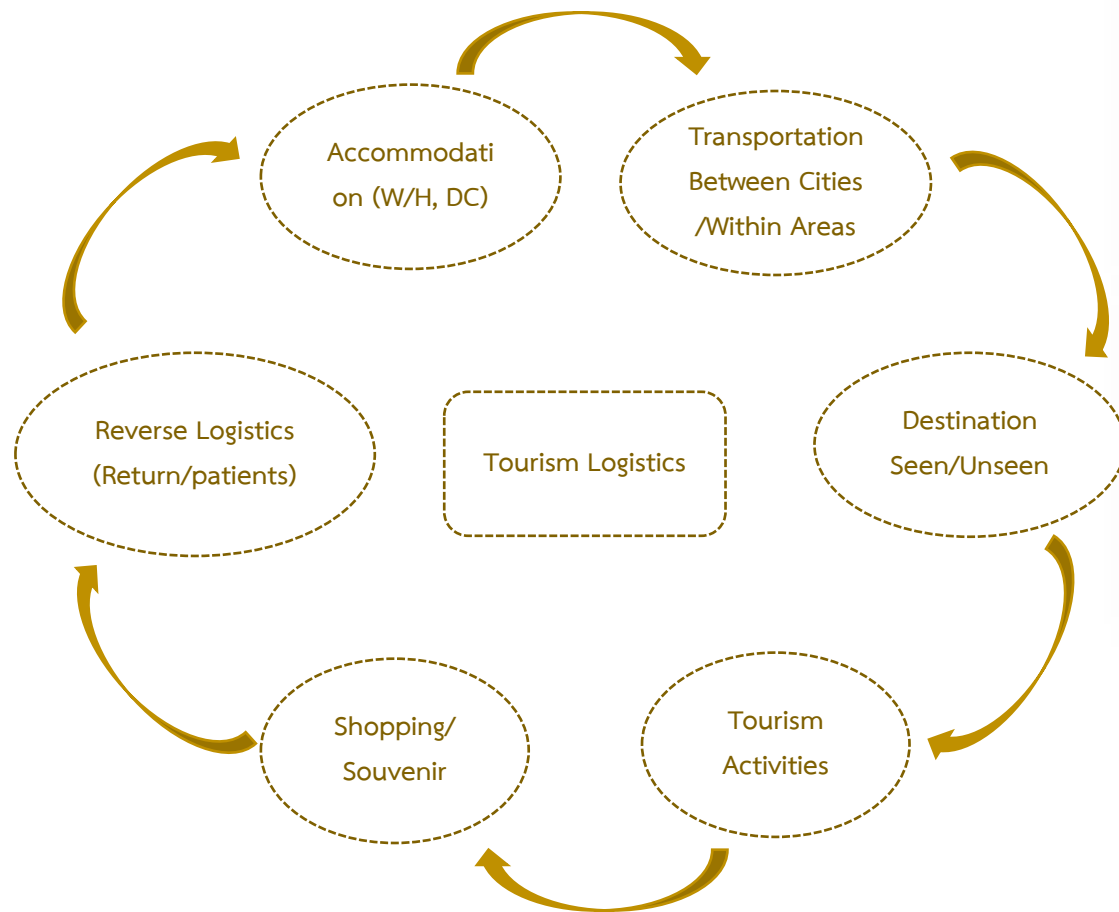


การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

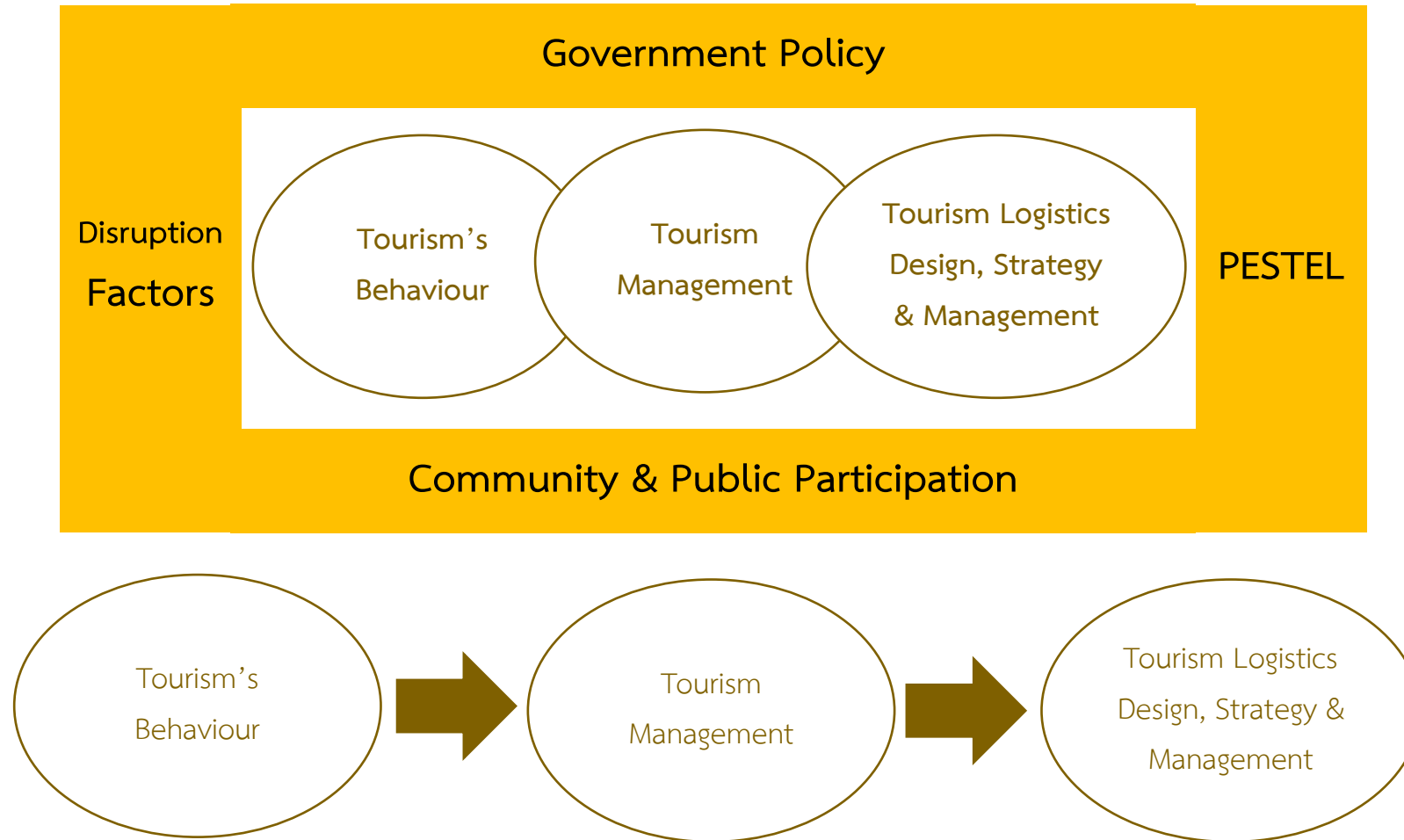
ประเด็นด้านกิจกรรมการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว 7 กิจกรรมหลัก ซึ่งประกอบด้วย

- | | | | |
|----|--------------------------------|----|---------------------------------------|
| 01 | กิจกรรมด้านสถานที่ท่องเที่ยว | 05 | กิจกรรมด้านความปลอดภัย |
| 02 | กิจกรรมด้านการคมนาคมขนส่ง | 06 | กิจกรรมด้านโครงสร้างพื้นฐาน |
| 03 | กิจกรรมด้านที่พักแรม | 07 | กิจกรรมด้านข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ |
| 04 | กิจกรรมด้านอาหารและเครื่องดื่ม | 08 | กิจกรรมด้าน Reverse Logistics |

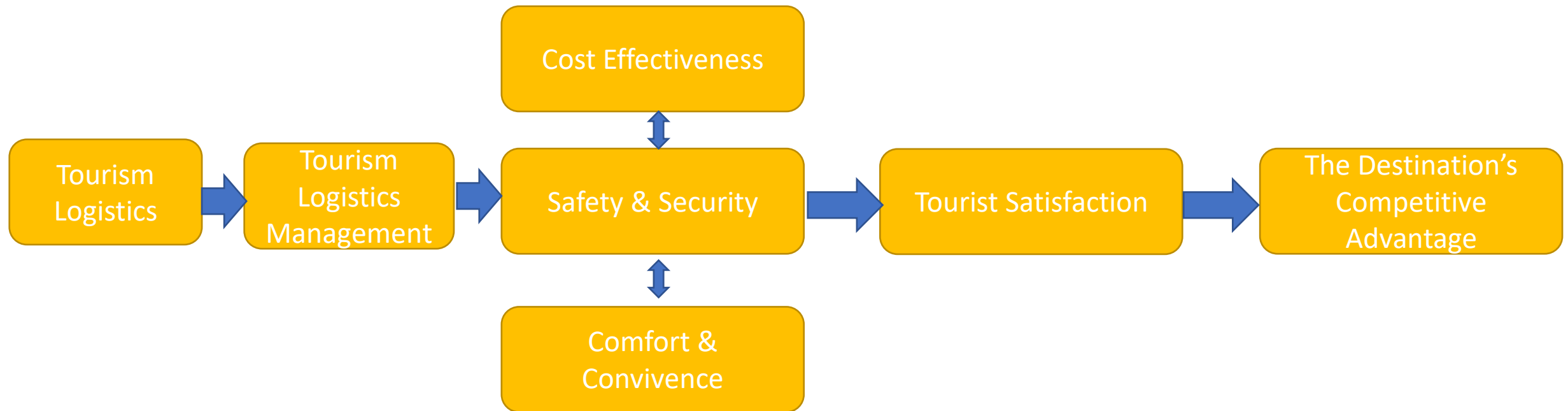
Tourism Logistics Components



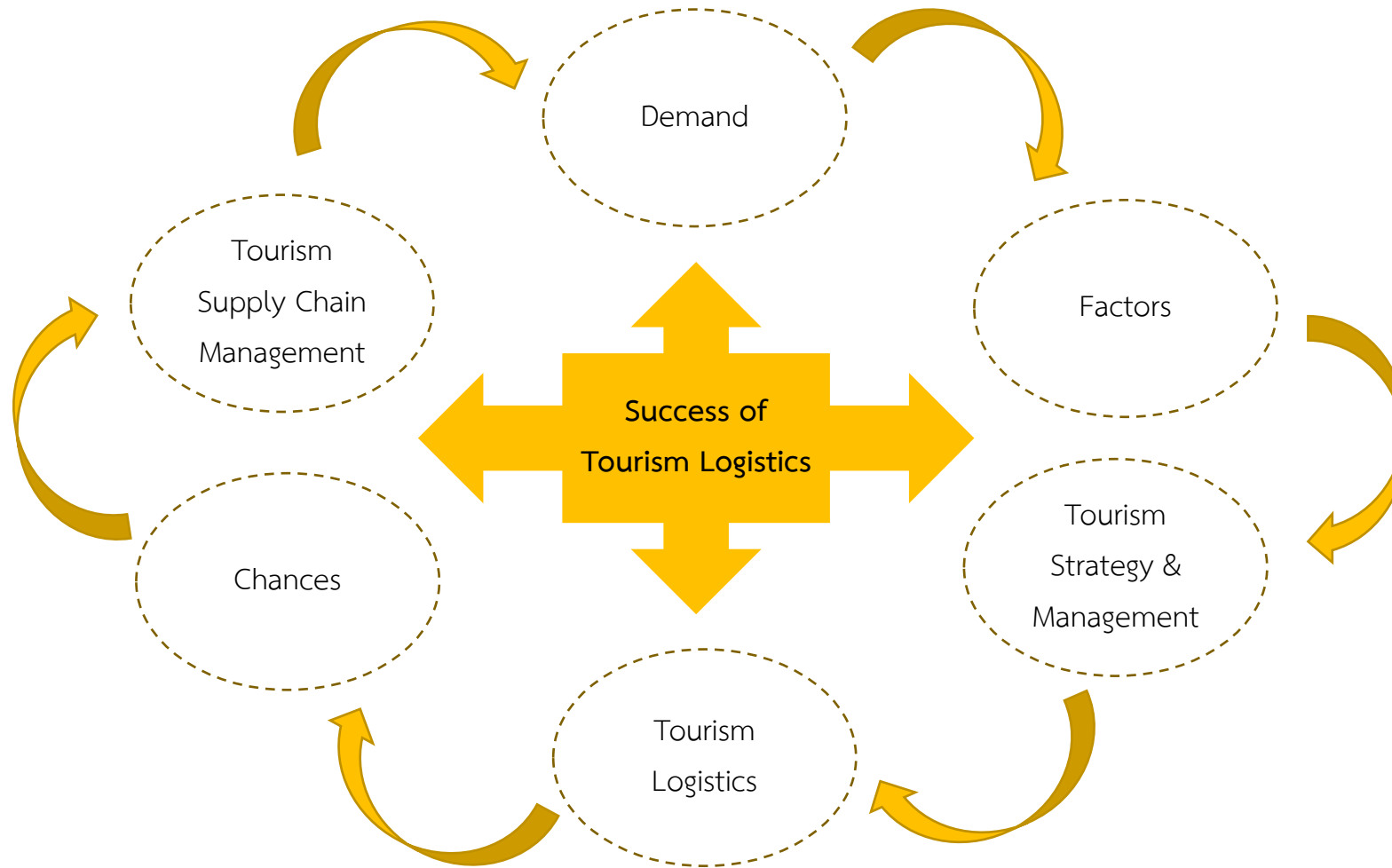
Tourism Logistics Analysis for GMS

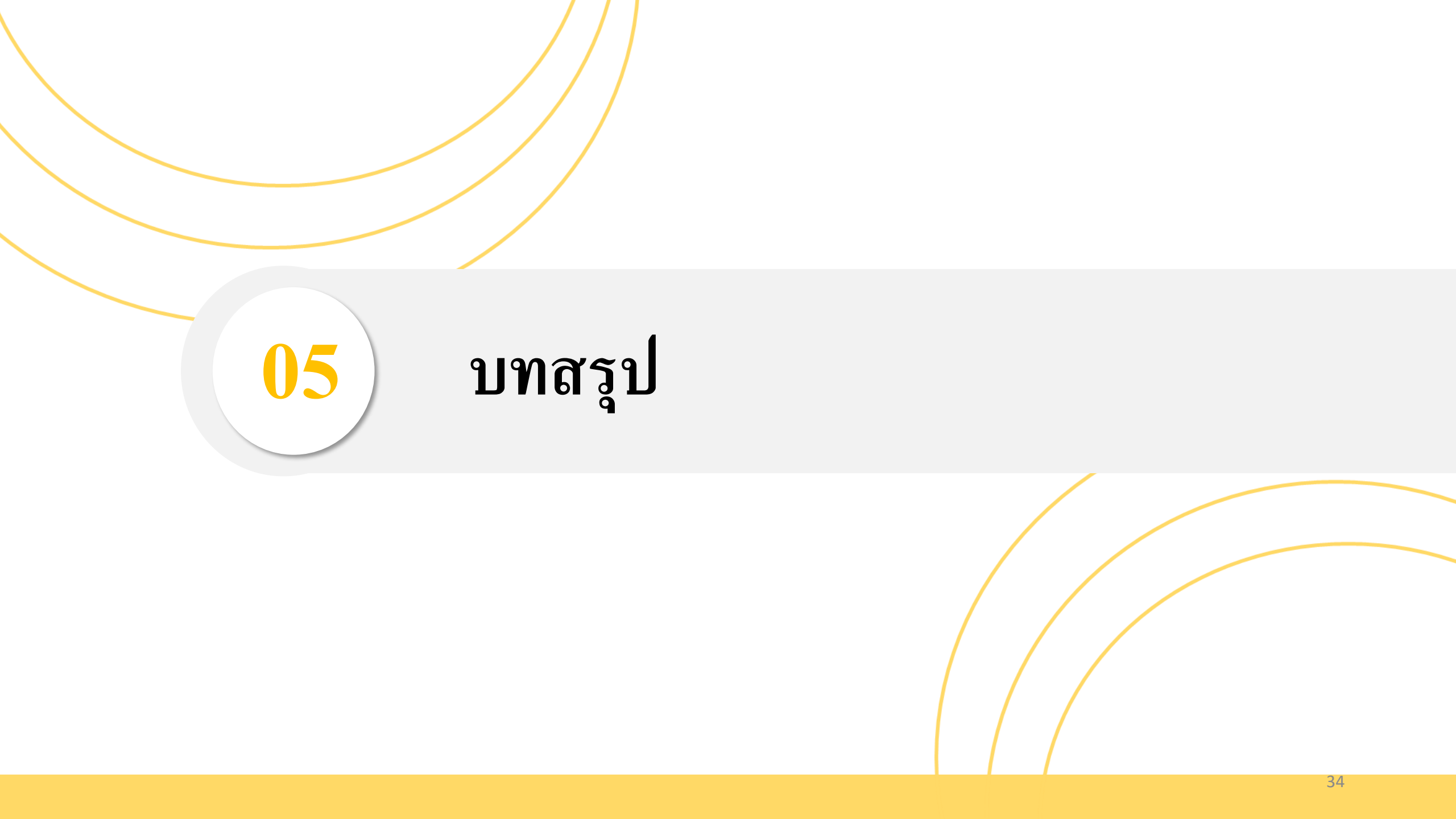


Tourism Logistics Model



Success Model of Tourism Logistics in GMS





05

บทสรุป

บทสรุป

- 01 หาตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ของพื้นที่ และพื้นที่เชื่อมโยง หาจุดขายและวางตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยว
- 02 ควรนำผลการศึกษาวางแผนและพยากรณ์อุปสงค์การท่องเที่ยวและโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงมาใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณากำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป
- 03 วิเคราะห์ต้นทุนที่เรามีอยู่ (Factors) และสิ่งที่ขาดและต้องเติมเต็ม
- 04 ควรสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว
- 05 ควรกำหนด Tourism Logistics Strategy & Management แหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งรองอย่างสอดคล้อง กลมกล่อมและมีประสิทธิภาพ
- 06 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการรักษาสีงแวดล้อมในพื้นที่การท่องเที่ยวและโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ ควรส่งเสริมชักนำให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว
- 07 ควรมีการกำหนดมาตรฐานของคุณภาพบริการในการบริการด้านต่าง ๆ ในระบบขนส่งและโลจิสติกส์ของพื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ควรมีการกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการกระจายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- 08 วางแผนการบริหารโลจิสติกส์ย้อนกลับสำหรับ นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่บาดเจ็บหรือป่วยฉุกเฉิน ขยะจากการท่องเที่ยว

การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ
และโลจิสติกส์ เพื่อการท่องเที่ยว
อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

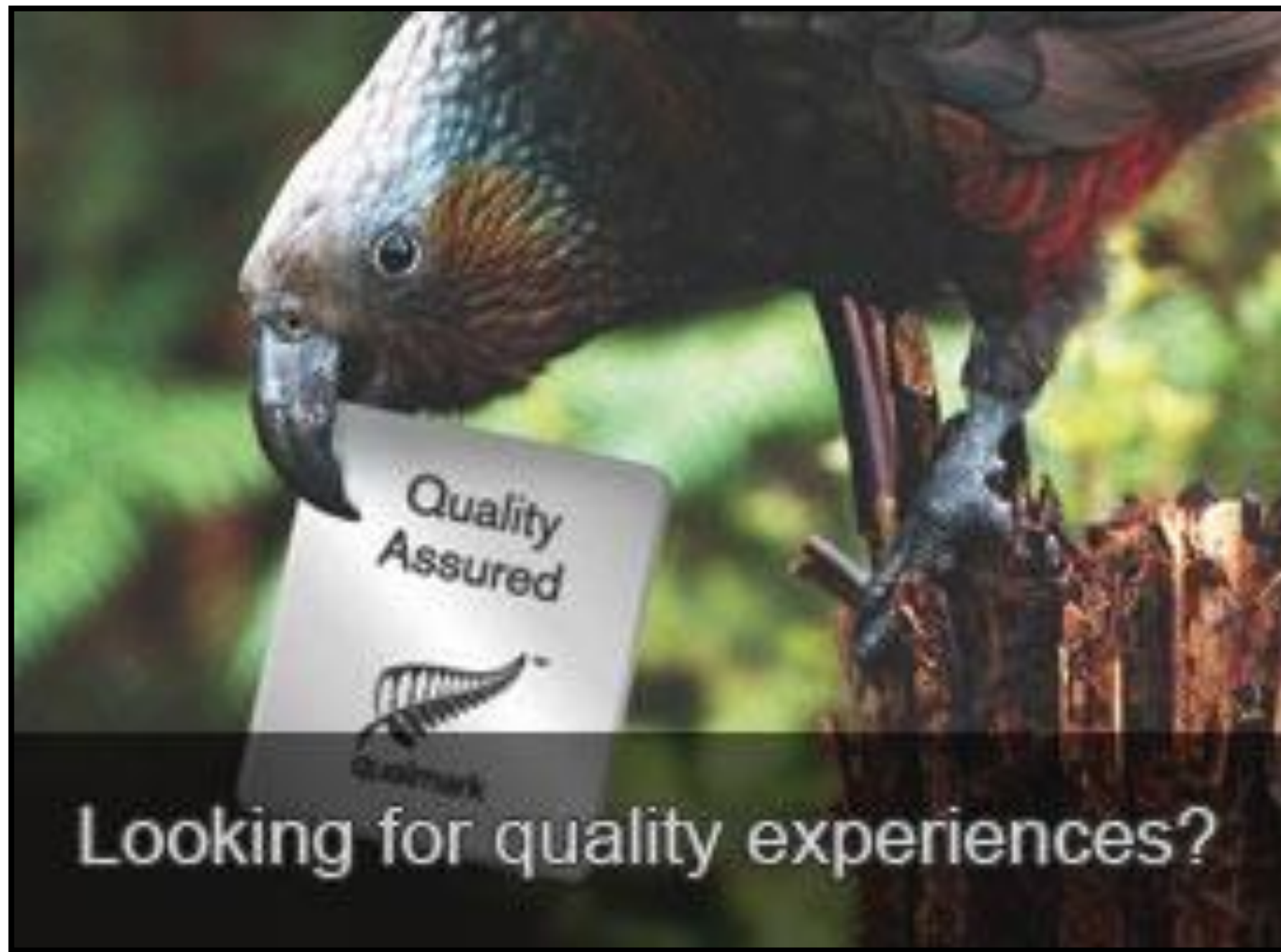


คำถาม????
หรือ
ข้อเสนอแนะ!!!!



ขอขอบคุณผู้เข้าร่วมรับฟังทุกท่าน

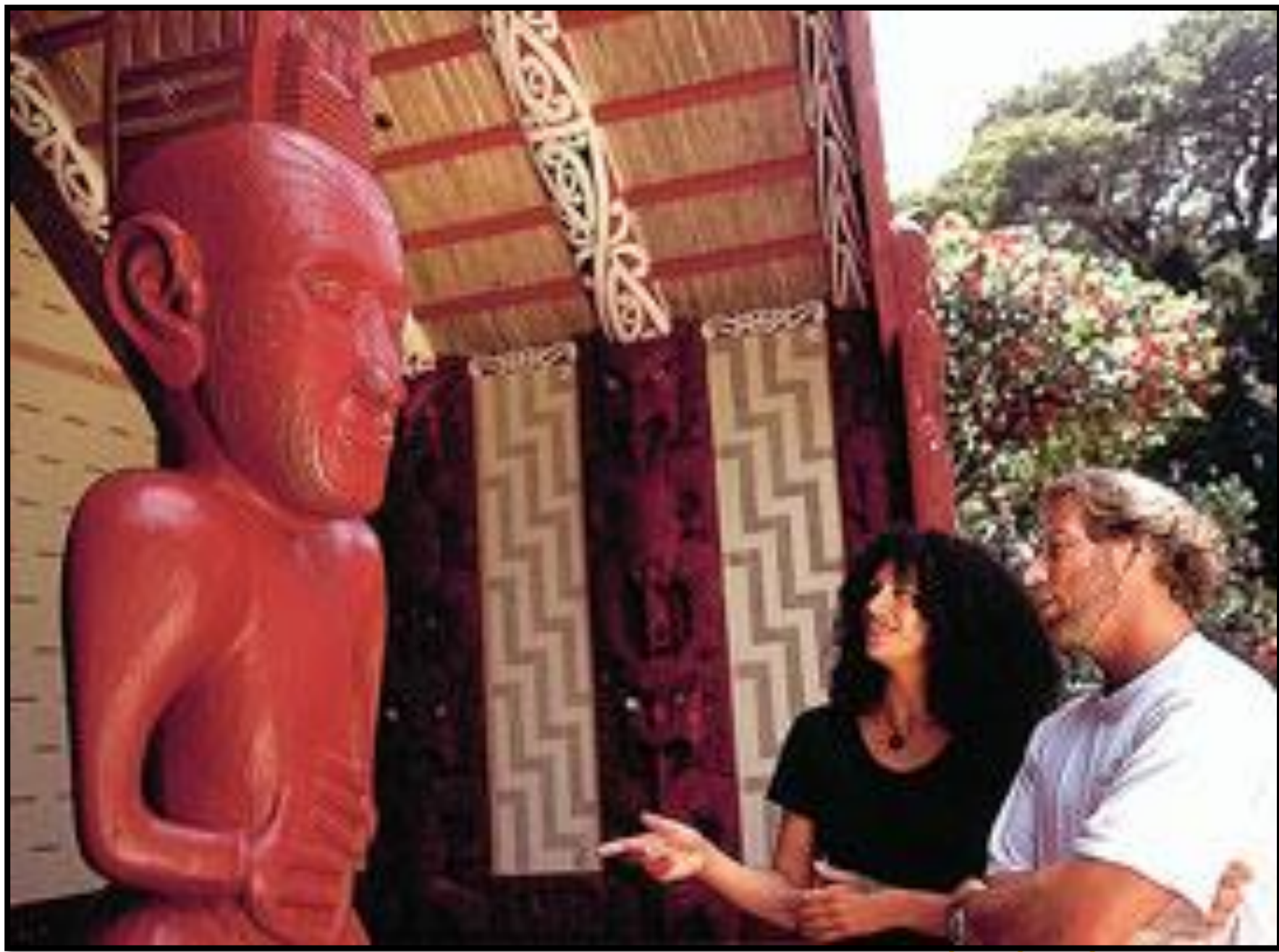




Looking for quality experiences?















Existing Licence Holder





Join Qualmark



Your journey starts
beneath southern skies













