

ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว
ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

เรื่อง แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
(พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๙ แห่งพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา โดยอนุมัติคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จึงออกประกาศกำหนด แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า “ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เรื่อง แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)”

ข้อ ๒ แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรม ล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ให้เป็นไปตามท้ายประกาศนี้

ข้อ ๓ ให้หน่วยงานของรัฐที่อยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ดำเนินการ บริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนา การท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

ข้อ ๔ ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พิจารณาให้การสนับสนุนตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๕ ให้คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรม ล้านนา ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

ข้อ ๖ การใช้บังคับกฎหมายภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ พัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ท้ายประกาศนี้ โดยให้คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ดำเนินการประสานงานให้สอดคล้องกัน

ข้อ ๗ ประกาศนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๗ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖

นิรัตน์ พงษ์สิทธิถาวร

ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่

ประธานกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว

ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว
ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
(พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)



คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว
ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
(จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลำปาง ลำพูน)

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร.....	ก
บทที่ ๑.....	๑
หลักการ แนวคิดและกระบวนการจัดทำแผน.....	๑
๑.๑ ความเป็นมาของการทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยว.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการจัดทำและทบทวนแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	๒
๑.๓ กระบวนการ ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	๒
๑.๔ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	๓
๑.๕ สรุปผลการดำเนินงานของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา.....	๗
บทที่ ๒.....	๑๐
สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว.....	๑๐
๒.๑ สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว.....	๑๐
๒.๒ Tourism Profile ของนักท่องเที่ยว.....	๒๒
๒.๓ เป้าหมายเชิงนโยบายของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว.....	๒๔
๒.๔ ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ.....	๒๗
บทที่ ๓.....	๓๑
ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา.....	๓๑
๓.๑ วิสัยทัศน์.....	๓๑
๓.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์.....	๓๑
๓.๓ เป้าประสงค์.....	๓๑
๓.๔ ตัวชี้วัด.....	๓๑
๓.๕ ค่าเป้าหมาย (ระยะ ๕ ปี).....	๓๒
๓.๖ กลยุทธ์.....	๓๒
บทที่ ๔.....	๓๗
แผนงาน / โครงการ.....	๓๗

บทที่ ๕	๔๘
แนวทางการบริหารและขับเคลื่อนเขตพัฒนาการท่องเที่ยว	๔๘
๕.๑ การจัดโครงสร้างองค์กรเพื่อประสานนโยบาย และบูรณาการดำเนินการ	๔๘
๕.๒ แนวทางการแปลงแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ.....	๔๙
๕.๓ รูปแบบและระยะเวลาในการทบทวน ติดตาม และประเมินผล.....	๕๐
ภาคผนวก	๕๓
คำอธิบายตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย.....	๕๓
บัญชีโครงการ.....	๕๔

บทสรุปผู้บริหาร

การท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยรักษาเสถียรภาพและเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงเวลาหลายทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเป็นการผลิตภาคบริการที่หลายประเทศใช้เป็นยุทธศาสตร์หลักในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ในด้านสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและสืบทอดวัฒนธรรม เกิดการรับรู้คุณค่าของวัฒนธรรมประเพณีประจำถิ่นของตน เพื่อสืบทอดและอนุรักษ์รวมถึงเผยแพร่แก่ผู้ที่มาเยือน ในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ช่วยสร้างเสถียรภาพในการดำรงชีพแก่ประชาชน ส่งเสริมการมรดกภาพชีวิตที่ดี ซึ่งต่อยอดไปจนถึงรายได้ของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงานในธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจจากการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น

ด้วยความสำคัญและอรรถประโยชน์รอบด้านของการท่องเที่ยว ประเทศไทยจึงมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้โดดเด่นและเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมากขึ้น คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จึงได้นำเสนอแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้เป็นกลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาบนพื้นฐานของศักยภาพและความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มพื้นที่ ที่เป็นความต้องการและความพร้อมของชุมชน โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายร่วมกัน จึงได้จัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง ๑๕ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองนโยบายข้างต้น

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา เป็นกลุ่มคลัสเตอร์ในภาคเหนือตอนบนที่มีสภาพพื้นที่เป็นภูเขา สภาพอากาศค่อนข้างเย็นเกือบตลอดทั้งปี มีอัตลักษณ์ความเป็นล้านนาที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน วัฒนธรรม ธรรมชาติ และวิถีชีวิต ที่น่าสนใจดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวปีละหลายล้านคน ทั้งนี้ เพื่อให้การท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ หลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID – 19) เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน และแข่งขันได้ในตลาดโลก จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และสอดคล้องกับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ซึ่งแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีวิสัยทัศน์ “**เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของอาเซียน**” โดยมีเป้าประสงค์ ดังนี้

๑) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเลือกมาเยี่ยมเยือนเป็นอันดับแรก

๒) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย มีมาตรฐานการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

๓) ส่งเสริมนวัตกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

๔) พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา

๕) ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนาที่ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและมีความปลอดภัย เพื่อให้แผนปฏิบัติการเป็นไปตามเป้าหมาย ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการขับเคลื่อนแผนไว้ ๔ ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ : พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation) ของการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ยกระดับธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และบุคลากรทางการท่องเที่ยว ให้มีประสิทธิภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา เพื่อยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

โดยมีแผนงาน/โครงการที่บรรจุอยู่ในแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ทั้งสิ้นจำนวน ๔๔ โครงการ รวม ๒,๗๘๔ ล้านบาท ซึ่งการขับเคลื่อนแผน ต้องมีการบูรณาการร่วมกับภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ประชาชน ในพื้นที่ทั้ง ๕ จังหวัด เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความพร้อม สร้างความยั่งยืนใน ด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเกิดการกระจายรายได้พัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

บทที่ ๑

หลักการ แนวคิดและกระบวนการจัดทำแผน

๑.๑ ความเป็นมาของการทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา ๑๐ (๕) กำหนดให้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการหรือจัดให้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งที่ผ่านมามีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ดำเนินการประกาศเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ๑๕ เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชายฝั่งอ่าวไทย เขตพัฒนาการท่องเที่ยวผืนป่ามรดกโลกดงพญาเย็น-เขาใหญ๋ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวธรณีวิทยาถิ่นอีสาน เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมชายแดนใต้

พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา ๑๙ กำหนดให้คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เสนอคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเพื่อพิจารณาอนุมัติและประกาศในราชกิจจานุเบกษา เพื่อให้หน่วยงานของรัฐที่อยู่ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนที่รับผิดชอบของหน่วยงาน ให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ให้มีความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายร่วมกัน บนพื้นฐานของศักยภาพและความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ รวมถึงความต้องการของชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวหลัก-เมืองรอง เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตและส่งเสริมการสร้างความร่วมมือในการผลิตสินค้าและส่งเสริมกิจกรรมและการแลกเปลี่ยน องค์ความรู้และทรัพยากรระหว่างกัน โดยกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล แผนระดับต่าง ๆ ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดและกลุ่มจังหวัด รวมถึงกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวด้วย เพื่อพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาได้จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ขึ้น

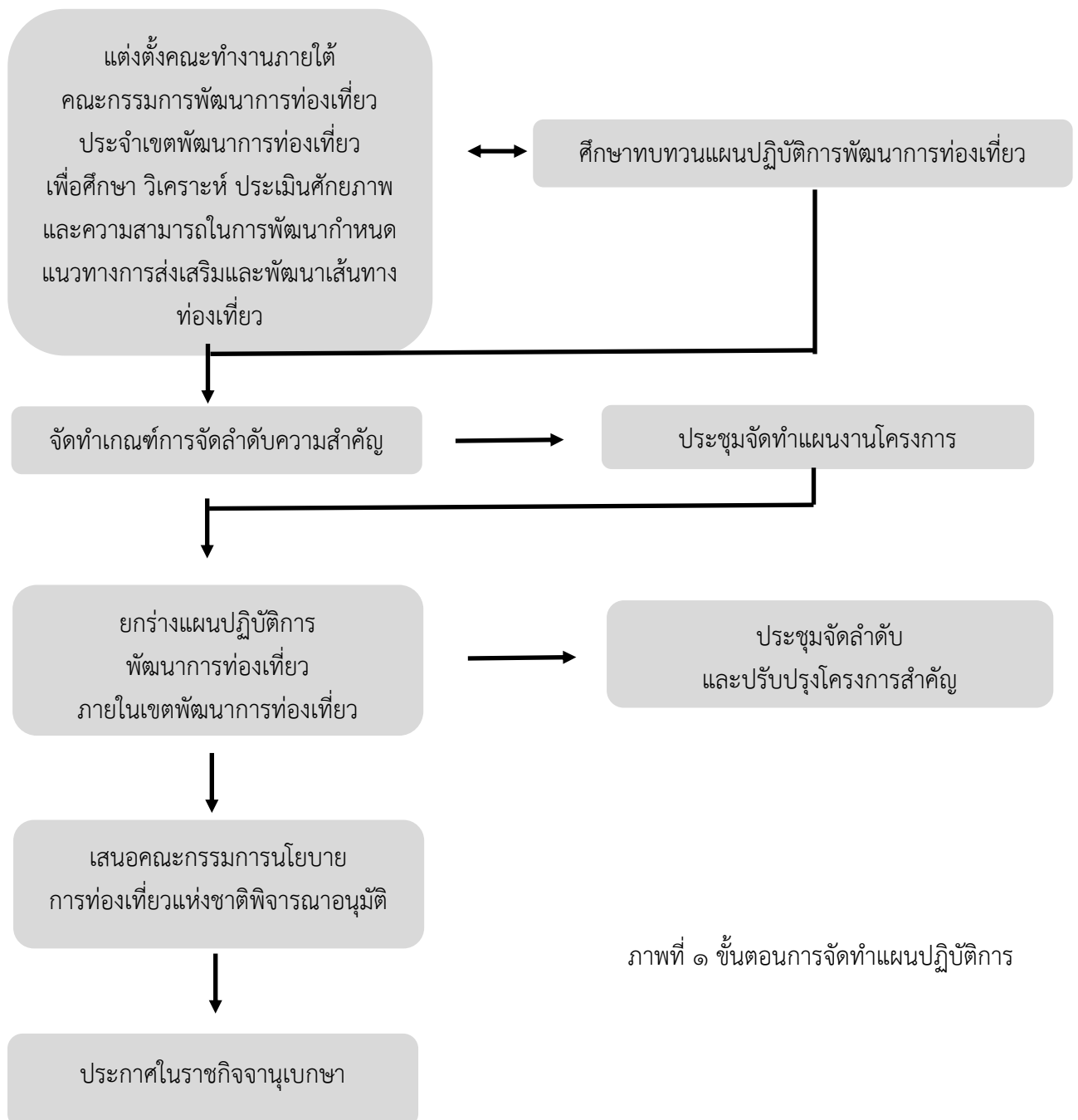
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการจัดทำและทบทวนแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว

๑. เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

๒. เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) และสถานการณ์ปัจจุบัน

๓. เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการนำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ไปสู่การปฏิบัติ

๑.๓ กระบวนการ ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว



จากกรอบแนวคิดการดำเนินงานที่แสดงข้างต้น การจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ได้เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการ โดยมีกระบวนการสร้างความเห็นพ้องต้องกันในปีประสงค์ วิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ และแผนงาน/โครงการต่าง ๆ ที่บรรจุอยู่ในแผนปฏิบัติการ เป้าหมายของการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การบูรณาการและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการฯ ให้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมให้ได้มากที่สุด เป็นลักษณะองค์รวม โดยต้องมุ่งสะท้อนให้ผู้มีส่วนร่วมในการทำงานของแผนปฏิบัติการฯ เห็นความสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

๑. แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดและกลุ่มจังหวัด และกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

๒. แนวคิดการพัฒนาของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวควรอยู่บนพื้นฐานศักยภาพของพื้นที่ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความต้องการของชุมชน โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาาร่วมกัน มีแนวทางการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลัก เมืองท่องเที่ยวรอง และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างความร่วมมือในการผลิตสินค้าและส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกันในพื้นที่ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ และทรัพยากรระหว่างกัน

๓. ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เครือข่ายชุมชน สถาบันการศึกษา และนักวิชาการในพื้นที่

๔. กำหนดระยะเวลาการดำเนินงานของแผนปฏิบัติการ ๕ ปี โดยมีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการออกเป็นโครงการที่ต้องดำเนินการในระยะสั้น ๑ - ๒ ปี และโครงการที่ต้องดำเนินการเพื่อการวางรากฐานการพัฒนาในระยะยาว ๓ - ๕ ปี

๑.๔ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว

๑. แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๐)

วัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นกรอบและแนวทางการพัฒนา ให้หน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วน เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศ ที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อจะนำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยมีความสุข และตอบสนองต่อการบรรลุซึ่งผลประโยชน์แห่งชาติ ในการที่จะพัฒนาคุณภาพ ชีวิตสร้างรายได้ระดับสูง เป็นประเทศพัฒนาแล้ว และสร้างความสุขของคนไทย สังคมที่มั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม

ประเทศสามารถแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์หลัก ๖ ด้าน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ด้านความมั่นคง

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้างความสามารถ ในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และเท่าเทียมกันทางสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐโดยยุทธศาสตร์
 ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยประกอบด้วย

มุ่งเน้นการพัฒนาความหลากหลาย คุณภาพ และสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวไทย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวโลก ที่มีความเป็นมืออาชีพและสร้างความประทับใจที่คุ้มค่างานักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยต้องเน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน โดยไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละเมืองเพื่อเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว เข้ามาและกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่เมืองและชุมชนที่อยู่ใกล้เคียง ในขณะเดียวกัน ต้องใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน อุตสาหกรรมการเกษตร เป็นต้น นอกจากนี้ต้องใช้เวลาได้เปรียบเชิงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเพื่อพัฒนาการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งจะช่วยยกระดับให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมายที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องไปเที่ยว

๒. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) เป็นแผนพัฒนาฯ กำหนดทิศทางในการขับเคลื่อนและวางแผนพัฒนาประเทศ ไปสู่การบรรลุเป้าหมายในมิติต่างๆ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติอย่างเป็นรูปธรรม โดยประกอบด้วยหมวดหมู่ ๖ ประเด็น ๑๓ หมวดหมู่ ดังนี้

- หมวดหมู่ที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
- หมวดหมู่ที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน
- หมวดหมู่ที่ ๓ ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก
- หมวดหมู่ที่ ๔ ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง
- หมวดหมู่ที่ ๕ ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค
- หมวดหมู่ที่ ๖ ไทยเป็นฐานการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่สำคัญของโลก
- หมวดหมู่ที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
- หมวดหมู่ที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน
- หมวดหมู่ที่ ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ เหมาะสม
- หมวดหมู่ที่ ๑๐ ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
- หมวดหมู่ที่ ๑๑ ไทยสามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติและ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- หมวดหมู่ที่ ๑๒ ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต
- หมวดหมู่ที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

ทั้งนี้เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาได้มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ ๒ เศรษฐกิจมูลค่าสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายความว่า ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน

๓. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

มุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัวเติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีความเข้มแข็งและสมดุล ยกระดับความเชื่อมโยงและโครงสร้าง สร้างความเชื่อมั่นและมอบประสบการณ์ และบริหารจัดการการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
(Resilient Tourism)

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาปัจจัยขั้นพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง
(Quality Tourism)

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว Tourism Experience)

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

๔. แผนพัฒนาภาคเหนือ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการต่อเนื่องให้มีคุณภาพ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน และกระจายประโยชน์อย่างทั่วถึง รวมทั้งต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการ

แนวทางการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สรุปได้ดังนี้

(๑) การพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ได้ให้ความสำคัญกับสร้างมูลค่าเพิ่มต่อยอดจากทุนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่รวมทั้งสร้างกลุ่มท่องเที่ยวใหม่ๆ อาทิ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแวดล้อมในโครงการด้านพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม พร้อมไปกับการรักษาอัตลักษณ์ของเมือง รวมทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสนับสนุน Community Based Tourism/Local Tourism รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้งระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในภาคและประเทศเพื่อนบ้าน

(๒) การพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพสูง โดยให้จังหวัด เชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางและขยายสู่พื้นที่เครือข่ายที่มีศักยภาพ มีการดำเนินการด้าน Food Valley เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการให้ตอบสนองต่อตลาดเป้าหมายเฉพาะ การพัฒนาธุรกิจบริการทางการแพทย์ และสุขภาพ โดยการบูรณาการของภาครัฐและเอกชนในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ และขยายผลการดำเนินงานไปยังกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ ตลอดจนการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์และการยกระดับการผลิตสินค้า ชุมชน ตลอดจนการสร้างเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจ ขยายเครือข่ายเพื่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อน รวมทั้ง การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมาย กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน ซึ่งได้รับสนับสนุนทั้งงบประมาณจากส่วนกลางและพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

๕. แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ (จังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง และลำพูน) พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

ประเด็นการพัฒนาที่ ๑ : พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่เน้นความโดดเด่นและเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด

วัตถุประสงค์เพื่อสร้างแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวที่ผสมผสานความสูงเด่นของสัมผัสมนุษย์และเทคโนโลยีสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และเพื่อเพิ่มมูลค่าการตลาดที่เน้นการเป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง (Destination)

แนวทางการพัฒนา

- กำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์และขอบเขตและเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว
- พัฒนาระบบบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
- เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร
- พัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
- พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์

๖. แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ (จังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ น่าน) พ.ศ. ๒๕๖๖ -๒๕๗๐

ประเด็นการพัฒนาที่ ๓ : พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศิลปวัฒนธรรม และสุขภาพเพื่อสร้างรายได้สู่ชุมชนและเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าและคุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณค่าสินค้าและบริการเน้นฐานเศรษฐกิจที่ยั่งยืน เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้

แนวทางการพัฒนา

๑. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเชิงสุขภาพ โดยปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ วิจัยและพัฒนาเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่อเนื่องจังหวัดในกลุ่ม และส่งเสริมความร่วมมือในลักษณะโครงข่ายการท่องเที่ยว กับประเทศในกลุ่ม GMS

๒. พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรการท่องเที่ยว โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมตลอดจน พัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดการท่องเที่ยว

๓. ส่งเสริมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพแก่ประชาชนทุกวัย และชุมชนรวมทั้งพัฒนาบุคลากรและโอกาสทางการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมในการปรับตัวสู่การท่องเที่ยว หลังจากเข้าสู่ AEC

๑.๕ สรุปผลการดำเนินงานของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ได้รับงบประมาณในขับเคลื่อนแผนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ดังนี้

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙

ลำดับ	โครงการ	งบประมาณ (บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
๑	โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว สูดยอตอารยธรรมล้านนาเพื่อคัดเลือกศักยภาพเส้นทางต้นแบบ “The Ultimate Lanna Experience Campaign”	๖,๐๐๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
๒	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดเชิงรุก กลุ่มล้านนา (lanna FAM Trip)	๒,๐๐๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
รวม		๘,๐๐๐,๐๐๐	

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐

ลำดับ	โครงการ	งบประมาณ (บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
๑	โครงการยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและการต้อนรับนักท่องเที่ยวคุณภาพของเขตพัฒนา การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	๓,๐๐๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
๒	โครงการส่งเสริมการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	๑,๐๐๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
๓	โครงการเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อเหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ	๔,๐๐๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
รวม		๘,๐๐๐,๐๐๐	

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

ลำดับ	โครงการ	งบประมาณ (บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
๑	โครงการการท่องเที่ยวสีเขียวแหล่งท่องเที่ยวตามโครงการพระราชดำรินเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	๒,๐๕๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย
๒	โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ๕ เชียง (เชียงใหม่ – เชียงราย – เชียงตุง – เชียงรุ่ง – เชียงทอง)	๖,๑๐๘,๖๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย
๓	โครงการส่งเสริมการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย	๑,๔๘๔,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย
๔	โครงการสุดยอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (The Ultimate Lanna Adventure)	๒,๗๐๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา
๕	โครงการเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อเหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ	๓,๐๓๘,๗๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
๖	โครงการสร้างความเข้มแข็งกลไกการขับเคลื่อนคลัสเตอร์ท่องเที่ยวกลุ่มอารยธรรมล้านนา โดยเน้นการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันระหว่างภาคธุรกิจและภาคชุมชนในการทำงานร่วมกันเชิงบูรณาการ	๙๐๗,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง
รวม		๑๖,๒๘๘,๓๐๐	

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ลำดับ	โครงการ	งบประมาณ (บาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
๑	โครงการยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและการต้อนรับนักท่องเที่ยว คุณภาพของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จังหวัดเชียงใหม่	๗๕๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
๒	โครงการ CBT LannaPass เพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรม ล้านนา จังหวัดเชียงใหม่	๒,๐๐๒,๒๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
๓	โครงการพัฒนาเรื่องเล่า (Story telling) ของเมืองท่องเที่ยวล้านนา เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา เพื่อยกระดับวัฒนธรรมสู่การจัดการท่องเที่ยว จังหวัดลำพูน	๕,๖๐๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน
๔	โครงการสุดยอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (The Ultimate Lanna Adventure) ปี ๒ (ประชาสัมพันธ์สุดยอดเส้นทาง) จังหวัดพะเยา	๑,๐๐๐,๐๐๐	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา
	รวม	๙,๓๕๒,๒๐๐	

บทที่ ๒

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

๒.๑ สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

ภาพรวมของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งประกอบด้วยจังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลำปาง และลำพูน มีจุดเด่นด้านทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวและศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ศิลปะ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย สามารถสรุปความโดดเด่นและศักยภาพ ของแต่ละจังหวัดที่คัดเลือกมาอยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ดังนี้

๑. จังหวัดเชียงใหม่ : วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เมืองต้อนรับหรือประตูสู่เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา โครงการพระราชดำริ และเกษตรบนพื้นที่สูง วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิต มีสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับนักท่องเที่ยวได้ดี มีสนามบินนานาชาติที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเด่นชัด ประชาชนพร้อมต้อนรับ นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

๒. จังหวัดเชียงราย : เป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ เมืองชายแดน ประตูสู่อุณหภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โครงการพระราชดำริ และเกษตรบนพื้นที่สูง นอกจากนี้ ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยวได้ดี มีสนามบิน นานาชาติ นอกจากนี้ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

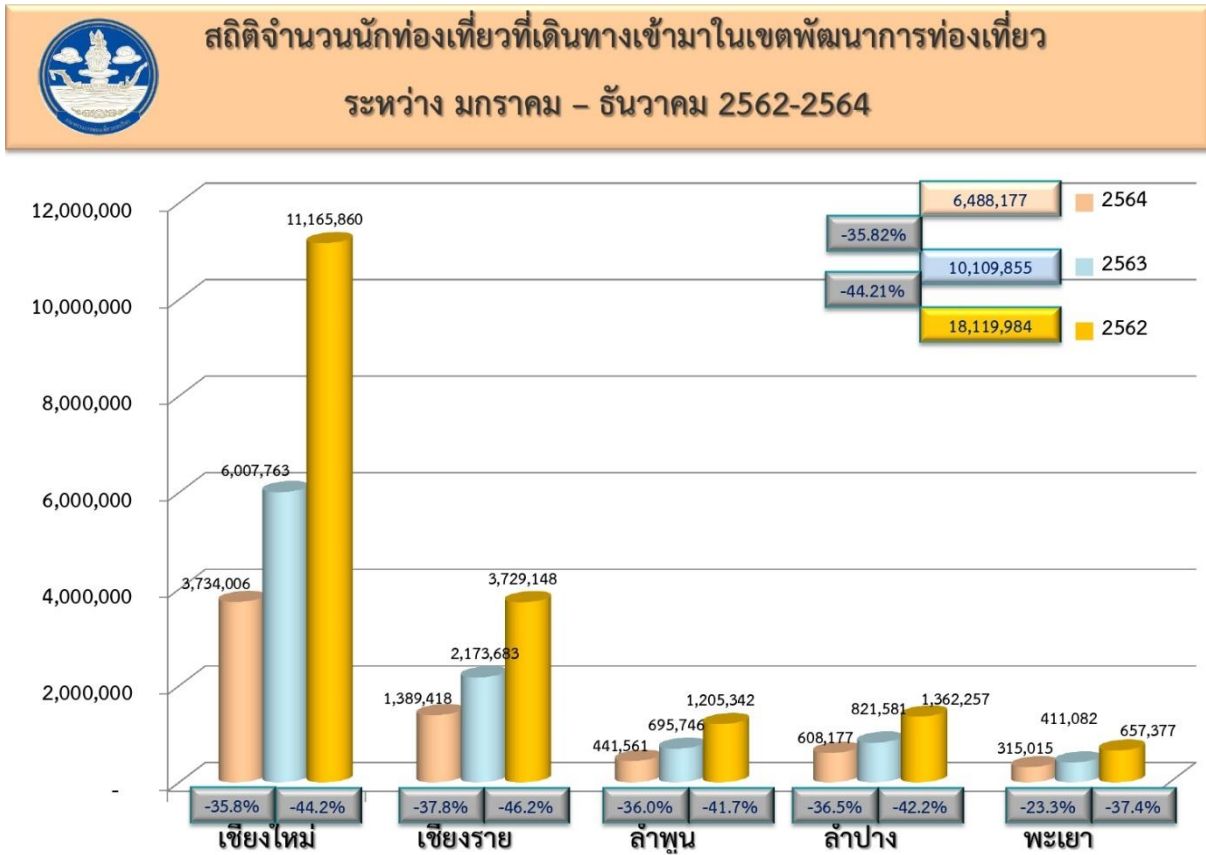
๓. จังหวัดลำพูน : เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ล้านนา นอกจากนี้ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

๔. จังหวัดลำปาง : เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ น้ำพุร้อน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ล้านนา เมืองหัตถกรรมสร้างสรรค์ นอกจากนี้ภาครัฐ มีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

๕. จังหวัดพะเยา : เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ล้านนา ธรรมชาติของกว๊านพะเยาที่สวยงาม ดินแดนธรรมะ นอกจากนี้ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจน ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ด้วยความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทำให้ในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรม ล้านนาเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มการเติบโตได้เป็นอย่างดีเมื่อเทียบกับภาคอื่น โดยพิจารณาจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทุกจังหวัด โดยจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา คือ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ จังหวัดเชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ จังหวัดเชียงราย ลำปาง ลำพูน และพะเยา

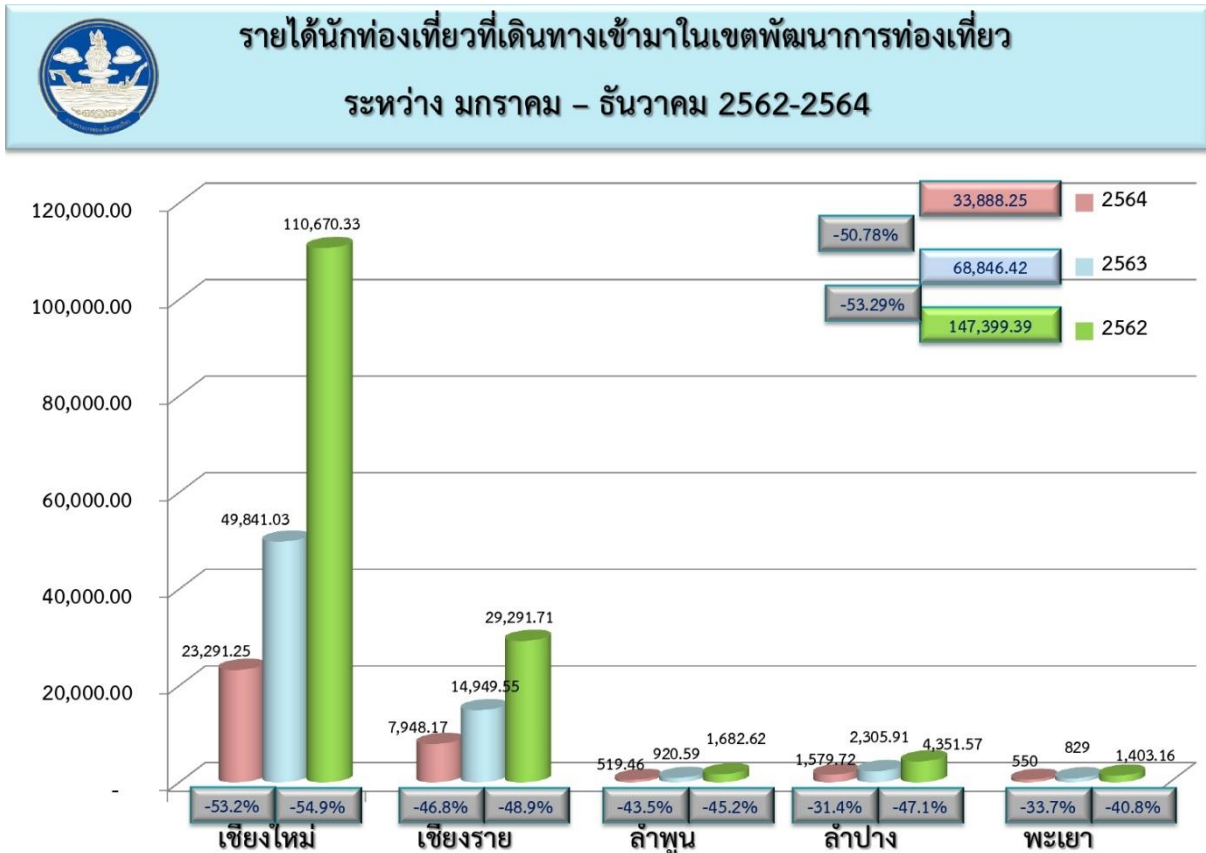
สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่าง มกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ (หน่วย : ราย)



ภาพที่ ๒ สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่าง มกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ (หน่วย : ราย)

ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนาระหว่างปี ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงคือ ในปี ๒๕๖๒ มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม ๑๘,๑๙๙,๙๘๔ ราย ในปี ๒๕๖๓ มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม ๑๐,๑๐๙,๘๕๕ ราย มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ ๔๔.๒๑ และ ในปี ๒๕๖๔ มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม ๖,๔๘๘,๑๗๗ ราย มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ ๓๕.๘๒

รายได้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่างเดือน มกราคม - ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ (หน่วย : ล้านบาท)



ภาพที่ ๓ รายได้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่างเดือน มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔

รายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในระหว่างปี ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ โดยภาพรวมมีผลรวมรายได้จากนักท่องเที่ยวลดลง โดยในปี ๒๕๖๒ มีรายได้จากนักท่องเที่ยว ๑๔๗,๓๘๙.๓๙ ล้านบาท ในปี ๒๕๖๓ มีรายได้จากนักท่องเที่ยว ๖๘,๘๔๖.๔๒ ล้านบาท ลดลงร้อยละ ๕๓.๒๒๙ และรายได้ในปี ๒๕๖๔ คือ ๓๓,๘๘๘.๒๕ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๖๓ เป็นร้อยละ ๕๐.๗๘ จึงสรุปได้ว่ารายได้จากนักท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีความสอดคล้องกัน

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่างเดือนมกราคม - เมษายน ๒๕๖๕ (หน่วย : ราย)



ภาพที่ ๔ สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่างเดือนเดือนมกราคม - เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๕

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาในปี ๒๕๖๕ ระหว่างเดือนมกราคม - เมษายน นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ ๒,๘๘๑,๕๖๐ ราย ลำดับที่ ๒ คือจังหวัดเชียงราย ๑,๕๖๑,๙๒๘ ราย ลำดับที่ ๓ คือจังหวัดลำปาง ๔๕๐,๗๐๔ ราย ลำดับที่ ๔ คือจังหวัดพะเยา ๓๒๒,๙๑๘ ราย และลำดับที่ ๕ จังหวัดลำพูน ๓๑๖,๙๖๓ และผลรวมจำนวนนักท่องเที่ยวจากเดิมในปี ๒๕๖๕ มีจำนวนรวม ๒,๕๗๒,๗๙๙ ราย และในเดือนมกราคม - เมษายน ๒๕๖๕ จำนวนรวม ๕,๕๓๖,๐๗๓ ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๑๕.๑๗ โดยจังหวัดในเขตมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในช่วงร้อยละ ๔๙.๑๔ - ๒๒๖.๖๑

รายได้จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่างเดือน มกราคม - เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๕ (หน่วย : ล้านบาท)



ภาพที่ ๕ รายได้จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่างเดือนมกราคม - เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๕

ด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่างเดือน มกราคม - เมษายน ๒๕๖๕ จังหวัดที่มีรายได้มากที่สุดอันดับที่ ๑ คือจังหวัดเชียงใหม่ ๑๘,๔๒๒ ล้านบาท อันดับที่ ๒ จังหวัดเชียงราย ๑๐,๔๐๗ ล้านบาท อันดับที่ ๓ จังหวัดลำปาง ๑,๑๖๑ ล้านบาท อันดับที่ ๔ จังหวัดพะเยา ๕๕๙ ล้านบาท และอันดับที่ ๕ จังหวัดลำพูน ๓๙๘ ล้านบาท และมีผลรวมรายได้เพิ่มขึ้น คือปี ๒๕๖๔ มีผลรวมรายได้จากนักท่องเที่ยว ๑๔,๙๗๗.๓๐ ล้านบาท และในปี ๒๕๖๕ มีผลรวมรายได้จากนักท่องเที่ยว ๓๐,๙๔๖.๖๗ ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ ๑๐๖.๖๒

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยียนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (หน่วย : บาท/คน/วัน)

จังหวัด	ปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔								ค่าเฉลี่ยรายจังหวัด
	ปี ๒๕๖๑	(D%)	ปี ๒๕๖๒	(D%)	ปี ๒๕๖๓ (-๕%)	(D%)	ปี ๒๕๖๔ (+๕%)	(D%)	
จังหวัดเชียงใหม่	๓,๘๕๖.๔๑	๔.๒๗	๓,๙๖๑.๑๙	๒.๗๒	๓,๗๖๓.๑๓	-๕.๐๑	๓,๙๕๑.๒๘	๔.๙๘	๓,๘๘๓.๐๐
จังหวัดเชียงราย	๓,๓๒๔.๓๖	๓.๘๙	๓,๔๐๗.๑๔	๒.๔๙	๓,๒๓๖.๗๘	-๕.๐๙	๓,๓๙๘.๖๑	๔.๙๙	๓,๓๔๑.๗๒
จังหวัดลำพูน	๑,๐๗๑.๗๖	๔.๑๖	๑,๐๙๙.๕๕	๒.๕๙	๑,๐๔๔.๕๗	-๕.๒๓	๑,๐๙๖.๗๙	๔.๙๑	๑,๐๗๘.๑๗
จังหวัดลำปาง	๑,๙๙๒.๒๑	๔.๑๕	๒,๐๒๔.๕๕	๑.๖๙	๑,๙๒๓.๓๒	-๕.๑๒	๒,๐๑๙.๔๘	๔.๙๙	๑,๙๘๙.๘๙
จังหวัดพะเยา	๑,๔๑๓.๐๗	๔.๔๗	๑,๔๓๖.๔๓	๒.๑๕	๑,๓๖๔.๖๐	-๕.๕๙	๑,๔๓๒.๘๓	๔.๙๙	๑,๔๑๑.๗๓
รวมทั้งสิ้น	๑๑,๖๕๗.๘๑	๑.๘๙	๑๑,๙๒๘.๘๖	๒.๓๒	๑๑,๓๓๒.๔๐	-๕	๑๑,๘๙๘.๙๙	๔.๙๙	
ค่าเฉลี่ยรายปี	๒,๓๓๑.๕๖	๑.๘๙	๒,๓๘๕.๗๒	๒.๓๒	๒,๒๖๖.๔๘	-๕	๒,๓๗๙.๘๐	๔.๙๙	

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน แสดงถึงความสามารถในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ระหว่างปี ๒๕๖๑ ถึง ๒๕๖๕ โดยได้ผลสรุปคือ ค่าเฉลี่ยจังหวัดที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายต่อหัวต่อวันมากที่สุดคือจังหวัดเชียงใหม่ ๓,๘๘๓ บาท และจังหวัดที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายต่อหัวต่อวันน้อยที่สุดคือจังหวัดลำพูน ๑,๐๗๘ บาท ด้านค่าเฉลี่ยรายปี โดยปี ๒๕๖๒ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ๒,๓๘๕.๗๒ บาท และปีทีน้อยที่สุดคือ ปี ๒๕๖๓ คือ ๒,๒๖๖.๔๘ บาท

การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของผู้เยี่ยมเยือน จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ

จังหวัดเชียงใหม่

ค่าใช้จ่ายรายหมวด	ปี ๒๕๖๑	(D%)	ปี ๒๕๖๒	(D%)	ปี ๒๕๖๓	(D%)	ปี ๒๕๖๔	(D%)
๑. ค่าที่พัก	๙๔๒.๙๔	+๓.๕๕	๙๖๔.๒๙	+๒.๒๖	๙๑๖.๐๗	-๕	๙๖๑.๘๗	+๕
๒. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	๗๘๒.๐๓	+๔.๘๓	๘๑๐.๑๖	+๓.๖๐	๗๖๙.๖๕	-๕	๘๐๘.๑๓	+๕
๓. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	๗๕๔.๐๒	+๔.๖๖	๗๘๖.๘๘	+๔.๓๖	๗๔๗.๕๓	-๕	๗๘๔.๙๑	+๕
๔. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	๔๖๗.๒๕	+๔.๒๓	๔๗๕.๒๗	+๑.๗๒	๔๕๑.๕๐	-๕	๔๗๔.๐๘	+๕
๕. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	๔๒๘.๙๓	+๓.๖๖	๔๓๐.๑๐	+๐.๒๗	๔๐๘.๕๙	-๕	๔๒๙.๐๒	+๕
๖. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	๓๑๙.๕๙	+๔.๙๔	๓๓๒.๖๐	+๔.๐๗	๓๑๕.๙๗	-๕	๓๓๑.๗๗	+๕
๗. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	๑๖๑.๖๕	+๔.๒๖	๑๖๑.๘๙	+๐.๑๕	๑๕๓.๗๙	-๕	๑๖๑.๔๘	+๕
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	๓,๘๕๖.๔๑	+๔.๒๗	๓,๙๖๑.๑๙	+๒.๗๒	๓,๗๖๓.๑๐	-๕	๓,๙๕๑.๒๖	+๕

จังหวัดเชียงราย

ค่าใช้จ่ายรายหมวด	ปี ๒๕๖๑	(D%)	ปี ๒๕๖๒	(D%)	ปี ๒๕๖๓	(D%)	ปี ๒๕๖๔	(D%)
๑. ค่าที่พัก	๗๘๐.๗๘	+๓.๘๓	๘๐๐.๔๔	+๒.๕๒	๗๖๐.๔๒	-๕	๗๙๘.๔๔	+๕
๒. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	๗๓๓.๘๐	+๔.๑๔	๗๖๐.๑๓	+๓.๕๙	๗๒๒.๑๒	-๕	๗๕๘.๒๓	+๕
๓. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	๗๒๕.๙๔	+๓.๗๔	๗๔๔.๗๒	+๒.๕๙	๗๐๗.๔๘	-๕	๗๔๒.๘๕	+๕
๔. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	๓๓๐.๓๘	+๓.๗๖	๓๓๕.๓๔	+๑.๕๐	๓๑๘.๕๗	-๕	๓๓๔.๕๐	+๕
๕. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	๒๔๗.๑๑	+๓.๙๖	๒๔๘.๑๕	+๐.๔๒	๒๓๕.๗๔	-๕	๒๔๗.๕๓	+๕
๖. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	๓๕๔.๕๗	+๔.๓๖	๓๖๙.๓๑	+๔.๑๖	๓๕๐.๘๔	-๕	๓๖๘.๓๘	+๕
๗. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	๑๕๑.๗๘	+๒.๘๐	๑๔๙.๐๕	-๑.๘๐	๑๔๑.๖๐	-๕	๑๔๘.๖๘	+๕
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	๓,๓๒๔.๓๖	+๓.๘๙	๓,๔๐๗.๑๔	+๒.๔๙	๓,๒๓๖.๗๘	-๕	๓,๓๙๘.๖๑	+๕

จังหวัดลำพูน

ค่าใช้จ่ายรายหมวด	ปี ๒๕๖๑	(D%)	ปี ๒๕๖๒	(D%)	ปี ๒๕๖๓	(D%)	ปี ๒๕๖๔	(D%)
๑. ค่าที่พัก	๑๗๘.๙๒	+๓.๔๓	๑๘๓.๓๕	+๒.๔๘	๑๗๔.๑๘	-๕	๑๘๒.๘๙	+๕
๒. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	๒๗๗.๑๓	+๔.๓๒	๒๘๓.๒๘	+๒.๒๒	๒๖๙.๑๒	-๕	๒๘๒.๕๘	+๕
๓. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	๒๘๐.๕๒	+๓.๔๕	๒๘๖.๙๐	+๒.๒๗	๒๗๒.๕๖	-๕	๒๘๖.๑๙	+๕
๔. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	๙๖.๖๘	+๔.๖๗	๙๘.๙๖	+๒.๓๖	๙๔.๐๑	-๕	๙๘.๗๑	+๕
๕. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	๖๕.๓๑	+๕.๙๐	๖๗.๐๙	+๒.๗๓	๖๓.๗๔	-๕	๖๖.๙๓	+๕
๖. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	๑๒๑.๔๖	+๕.๐๖	๑๒๖.๕๐	+๔.๑๕	๑๒๐.๑๘	-๕	๑๒๖.๑๙	+๕
๗. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	๕๑.๗๔	+๔.๔๔	๕๓.๔๗	+๓.๓๔	๕๐.๘๐	-๕	๕๓.๓๔	+๕
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	๑,๐๗๑.๗๖	+๔.๑๖	๑,๐๙๙.๕๕	+๒.๕๙	๑,๐๔๔.๕๗	-๕	๑,๐๙๖.๘๒	+๕

จังหวัดลำปาง

ค่าใช้จ่ายรายหมวด	ปี ๒๕๖๑	(D%)	ปี ๒๕๖๒	(D%)	ปี ๒๕๖๓	(D%)	ปี ๒๕๖๔	(D%)
๑. ค่าที่พัก	๓๖๙.๗๙	+๒.๙๔	๓๗๑.๐๔	+๐.๓๔	๓๕๒.๔๙	-๕	๓๗๐.๑๑	+๕
๒. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	๔๖๕.๙๐	+๔.๑๕	๔๗๗.๔๗	+๒.๔๘	๔๕๓.๖๐	-๕	๔๗๖.๒๘	+๕
๓. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	๓๗๖.๑๕	+๖.๐๒	๓๘๕.๑๕	+๒.๓๙	๓๖๕.๘๙	-๕	๓๘๔.๑๘	+๕
๔. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	๒๗๕.๔๘	+๓.๘๒	๒๗๙.๑๙	+๑.๓๕	๒๖๕.๒๓	-๕	๒๗๘.๔๙	+๕
๕. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	๑๘๖.๔๒	+๒.๙๐	๑๘๖.๒๘	-๐.๐๘	๑๗๖.๙๗	-๕	๑๘๕.๘๒	+๕
๖. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	๒๒๒.๐๒	+๔.๖๑	๒๒๙.๗๔	+๓.๔๘	๒๑๘.๒๕	-๕	๒๒๙.๑๖	+๕
๗. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	๙๖.๔๕	+๔.๐๖	๙๕.๖๘	-๐.๘๐	๙๐.๙๐	-๕	๙๕.๔๕	+๕
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	๑,๙๙๒.๒๑	+๔.๑๕	๒,๐๒๔.๕๕	+๑.๖๒	๑,๙๒๓.๓๒	-๕	๒,๐๑๙.๕๐	+๕

จังหวัดพะเยา

ค่าใช้จ่ายรายหมวด	ปี ๒๕๖๑	(D%)	ปี ๒๕๖๒	(D%)	ปี ๒๕๖๓	(D%)	ปี ๒๕๖๔	(D%)
๑. ค่าที่พัก	๒๙๖.๙๕	+๕.๔๑	๒๖๒.๕๔	+๑.๔๘	๒๔๙.๔๑	-๕	๒๖๑.๘๘	+๕
๒. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	๔๐๘.๓๐	+๓.๘๓	๓๕๕.๗๘	+๒.๐๓	๓๒๘.๔๙	-๕	๓๔๔.๙๑	+๕
๓. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	๒๗๑.๖๓	+๔.๓๑	๒๗๒.๘๗	+๒.๓๔	๒๕๙.๒๓	-๕	๒๗๒.๑๙	+๕
๔. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	๑๐๔.๙๙	+๓.๗๒	๑๓๑.๙๕	+๓.๒๘	๑๒๕.๓๕	-๕	๑๓๑.๖๒	+๕
๕. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	๑๑๒.๔๒	+๔.๖๒	๑๐๒.๗๖	+๐.๗๐	๙๗.๖๒	-๕	๑๐๒.๕๐	+๕
๖. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	๒๐๙.๖๘	+๓.๔๘	๑๕๙.๐๓	+๔.๑๖	๑๕๑.๐๘	-๕	๑๕๘.๖๓	+๕
๗. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	๘๗.๘๘	+๔.๔๔	๗๔.๑๖	+๐.๒๔	๗๐.๔๕	-๕	๗๓.๙๗	+๕
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	๑,๔๙๑.๘๕	+๔.๒๗	๑,๓๔๙.๐๙	+๒.๑๕	๑,๒๘๑.๖๔	-๕	๑,๓๔๕.๗๑	+๕

จากข้อมูลข้างต้นพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวหรือทัศนศึกษาในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาในช่วงปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔ เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญที่ปี ๒๕๖๓ คือการใช้จ่ายลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ ๕ และมีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปี ๒๕๖๔ ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ ๕

สถานการณ์การพักแรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา รายจังหวัด

จังหวัดเชียงใหม่

	๒๕๖๑	(D%)	๒๕๖๒	(D%)	๒๕๖๓	(D%)	๒๕๖๔	(D%)	๒๕๖๕
Number of Accommodation	๙๖๐	+ ๐.๖๓	๑,๐๐๙	+ ๕.๑๐	๙๕๘	-๕	๙๑๐	+๕	๙๕๕
Rooms	๓๖,๑๘๖	+ ๐.๕๓	๓๘,๗๕๗	+ ๗.๑๐	๓๖,๘๑๙	-๕	๓๔,๙๗๘	+๕	๓๖,๗๒๖
Occupancy Rate(%)*	๗๖.๐๒	+ ๒.๐๙	๗๔.๒๘	- ๑.๗๔	๗๐.๖๙	-๕	๖๗.๑๕	+๕	๗๐.๕๑
Length of stay (Day)*	๒.๓๘	- ๐.๐๒	๒.๓๑	- ๐.๐๗	๒.๑๙	-๕	๒.๐๘	+๕	๒.๑๘
Person/Room (P/R)*	๑.๙๗	+๑.๑๒	๑.๘๙	- ๐.๐๘	๑.๗๙	-๕	๑.๗๐	+๕	๑.๗๘

จังหวัดเชียงราย

	๒๕๖๑	(D%)	๒๕๖๒	(D%)	๒๕๖๓	(D%)	๒๕๖๔	(D%)	๒๕๖๕
Number of Accommodation	๖๖๔	+ ๐.๔๕	๖๖๙	+ ๐.๗๕	๖๓๕	-๕	๖๐๓	+๕	๖๓๓
Rooms	๑๗,๐๐๓	+ ๐.๖๙	๑๗,๐๕๓	+ ๐.๒๙	๑๖,๒๐๐	-๕	๑๕,๓๙๐	+๕	๑๖,๑๕๙
Occupancy Rate(%)*	๕๕.๙๖	+ ๔.๒๑	๕๕.๙๒	- ๐.๐๔	๕๙.๔๒	-๕	๕๖.๙๔	+๕	๕๙.๒๓
Length of stay (Day)*	๒.๑๓	+ ๐.๐๖	๒.๐๘	- ๐.๐๕	๑.๙๗	-๕	๑.๘๗	+๕	๑.๙๖
Person/Room (P/R)*	๑.๙๖	+ ๐.๐๑	๑.๙๓	- ๐.๐๓	๑.๘๓	-๕	๑.๗๓	+๕	๑.๘๒

จังหวัดลำพูน

	๒๕๖๑	(D%)	๒๕๖๒	(D%)	๒๕๖๓	(D%)	๒๕๖๔	(D%)	๒๕๖๕
Number of Accommodation	๔๘	+๑.๑๐	๕๙	+๒๒.๙๒	๕๖	-๕	๕๓	+๕	๕๕
Rooms	๑,๑๕๐	+๐.๗๙	๑,๒๙๔	+๑๒.๕๒	๑,๒๒๙	-๕	๑,๑๖๗	+๕	๑,๒๒๖
Occupancy Rate(%)*	๕๕.๑๖	+๒.๙๗	๕๔.๗๕	-๐.๔๑	๕๒.๐๑	-๕	๕๙.๔๑	+๕	๕๑.๘๘
Length of stay (Day)*	๑.๘๖	+๐.๐๒	๑.๘๙	+๐.๐๓	๑.๗๙	-๕	๑.๗๐	+๕	๑.๗๙
Person/Room (P/R)*	๑.๙๕	+๑.๐๑	๑.๙๐	-๐.๐๕	๑.๘๐	-๕	๑.๗๑	+๕	๑.๘๐

จังหวัดลำปาง

	๒๕๖๑	(D%)	๒๕๖๒	(D%)	๒๕๖๓	(D%)	๒๕๖๔	(D%)	๒๕๖๕
Number of Accommodation	๙๐	- ๑.๑๐	๙๔	+๔.๔๔	๘๙	-๕	๘๔	+๕	๘๙
Rooms	๒,๘๐๗	- ๐.๑๔	๒,๘๖๙	+๒.๒๑	๒,๖๖๖	-๕	๒,๕๓๓	+๕	๒,๖๕๙
Occupancy Rate(%)*	๖๐.๘๔	+ ๓.๓๓	๖๑.๑๘	+๐.๓๔	๕๘.๑๒	-๕	๕๕.๒๑	+๕	๕๗.๙๗
Length of stay (Day)*	๑.๙๐	๐.๐๐	๑.๙๐	๐.๐๐	๑.๘๐	-๕	๑.๗๑	+๕	๑.๘๐
Person/Room (P/R)*	๑.๘๕	- ๐.๐๑	๑.๘๕	๐.๐๐	๑.๗๕	-๕	๑.๖๖	+๕	๑.๗๕

จังหวัดพะเยา

	๒๕๖๑	(D%)	๒๕๖๒	(D%)	๒๕๖๓	(D%)	๒๕๖๔	(D%)	๒๕๖๕
Number of Accommodation	๗๒	+๑.๔๑	๗๗	+ ๖.๙๔	๗๓.๑๕	-๕	๖๙.๔๙	+๕	๗๒.๙๖
Rooms	๑,๔๙๑	+๐.๓๔	๑,๕๕๒	+ ๔.๐๙	๑,๔๗๔	-๕	๑,๔๐๐	+๕	๑,๔๗๐
Occupancy Rate(%)*	๔๙.๑๗	๒.๗๕	๔๗.๗๑	- ๑.๔๖	๔๕.๓๒	-๕	๔๓.๐๕	+๕	๔๕.๒๑
Length of stay (Day)*	๑.๗๗	๐.๐๓	๑.๗๔	- ๐.๐๓	๑.๖๕	-๕	๑.๕๗	+๕	๑.๖๔
Person/Room (P/R)*	๑.๙๒	-๐.๐๑	๑.๘๘	- ๐.๐๔	๑.๗๘	-๕	๑.๖๙	+๕	๑.๗๘

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในช่วงปี ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญที่ปี ๒๕๖๓ คือ ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว ลดลงโดยเฉลี่ย ร้อยละ ๕ และมีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปี ๒๕๖๔ เฉลี่ยที่ร้อยละ ๕

บัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยวของประเทศเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ปี ๒๕๖๔

การใช้จ่ายหรือการอุปโภคเพื่อการท่องเที่ยว (Internal consumption) ในปี ๒๕๖๔ มีมูลค่า ๓๓,๔๗๙.๔๘ ล้านบาท ลดลงจากปีที่แล้วร้อยละ ๕๐.๖๐ และลดลงจากปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๗๗.๒๙ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ๑,๑๒๗.๐๙ ล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวไทย ๓๒,๓๕๒.๓๙ ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ ๓.๓๗ ต่อ ๙๖.๖๓ เปรียบเทียบกับปี ๒๕๖๒ สัดส่วนดังกล่าว มีค่าเท่ากับร้อยละ ๓๔.๕๗ ต่อ ๖๕.๔๓ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีมูลค่าสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง ๑๕ เขต จากมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวรวมทั้งหมดดังกล่าวก่อให้เกิดการผลิตบริการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือ Gross value added of Tourism Industries (GVATI) เท่ากับ ๒๔,๓๔๘.๓๖ ล้านบาทลดลงจากปีที่แล้วร้อยละ ๓๓.๙๘ ทั้งนี้ การลดลงในด้านอุปทานหรือการผลิตที่น้อยกว่าด้านอุปสงค์หรือการใช้จ่ายแสดงให้เห็นว่าการผลิตบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวนี้สามารถปรับตัวไปให้บริการแก่ผู้บริโภคอื่นที่มีใช้ นักท่องเที่ยวได้มากขึ้นจากมูลค่าเพิ่มในจำนวนดังกล่าว เมื่อคำนวณเป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงของการท่องเที่ยว (Tourism Direct GDP) มีค่าเท่ากับ ๑๑,๙๘๓.๒๘ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๖๓ ร้อยละ ๕๘.๖๕ และลดลงร้อยละ ๘๐.๖๕ เมื่อเทียบกับ ปี ๒๕๖๒ หรือมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ ๔.๔๗ ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมดของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งในปี ๒๕๖๒ สัดส่วนดังกล่าวมีค่าเท่ากับ ๑๑.๑๐ และมีผลกระทบทางอ้อม เชื่อมโยงไปยังการผลิตของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการผลิตในพื้นที่เขตฯ คิดเป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมทางอ้อมของการท่องเที่ยว (Tourism Indirect GDP) เท่ากับ ๑๘,๓๘๔.๗๒ ล้านบาท และผลกระทบจากรายได้ที่เกิดกับการจ้างงานในพื้นที่ คิดเป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมอันเนื่องมาจากรายได้ของการท่องเที่ยว (Tourism Induced GDP) อีกเท่ากับ ๑๐,๒๑๘.๐๔ ล้านบาท รวมเป็นผลกระทบในทางเศรษฐกิจทั้งหมดที่เกิดขึ้นในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเท่ากับ ๔๐,๕๘๖.๐๔ ล้านบาท คิดเทียบเป็นสัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมดของเขตเท่ากับร้อยละ ๑๕.๑๔ และผลกระทบโดยรวมทั้งหมดดังกล่าว เมื่อเทียบต่อรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

อารยธรรมล้านนาแล้ว มีค่าเท่ากับ ๑.๒๑ เท่าเปรียบเทียบกับปี ๒๕๖๒ มีค่าผลกระทบรวมทั้งหมดเท่ากับ ๑๘๔,๙๔๔.๓๗ ล้านบาท หรือร้อยละ ๓๓.๑๓ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเขต และเท่ากับ ๑.๒๕ เท่าต่อรายจ่ายท่องเที่ยว

อุปทานด้านการท่องเที่ยว

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีบทบาททางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีจุดขายทั้งด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมล้านนาที่โดดเด่น เป็นประตูการค้าชายแดนเชื่อมโยง เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวกับอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง และเอเชียใต้โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ และนานาชาติ ซึ่งภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นโรงแรมที่พักประเภทต่าง ๆ ร้านอาหาร สปา รถเช่า บริการท่องเที่ยว ฯลฯ ได้นำเอกลักษณ์ของคนเหนือหรือความเป็นล้านนาสอดแทรกเข้าไปในผลิตภัณฑ์และบริการของตนด้วยในทางใดทางหนึ่งเสมอ

สถานการณ์ของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ปัจจุบันพบว่าการท่องเที่ยวในช่วงปี ๒๕๖๕ และครึ่งแรกของปี ๒๕๖๖ มีการปรับตัวที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-๑๙ คลี่คลาย และเหตุการณ์ความไม่สงบมีแนวโน้มดีขึ้น เศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศและของโลกเริ่มฟื้นตัว นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มกลับมาเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวของจังหวัดในพื้นที่ภาคเหนือกลับมาฟื้นตัว คือสภาพอากาศหนาวเย็นต่อเนื่อง ความสมบูรณ์ของพื้นที่ธรรมชาติ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวสูง เป็นศูนย์กลางการเดินทางของภาคเหนือ มีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาเส้นทาง R3A ที่เชื่อมโยงสู่ลาวและจีนตอนใต้ รวมถึงมีสนามบินถึง ๓ แห่ง ในเมืองหลักและเมืองรอง ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของภูมิภาค โดยในเมืองหลักมีศูนย์ประชุม สถานที่จัดงาน โรงแรมที่ และบริการต่างๆ ที่สามารถรองรับการจัดงานหรือการจัดประชุมขนาดใหญ่ได้ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ รวมถึงในพื้นที่จังหวัดรอง ที่มีศักยภาพในการรองรับกลุ่ม Mini MICE หรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงได้ โดยในปี ๒๕๖๒ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีจำนวนโรงแรม ที่พัก เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท มากกว่า ๒,๓๘๑ แห่ง คิดเป็นห้องพักจำนวน ๖๑,๕๒๕ ห้อง

ด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญามีอัตลักษณ์ล้านนาที่โดดเด่น มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย สถานที่ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนาน ซึ่งสะท้อนรูปแบบการอยู่ร่วมกันของประชาชนกลุ่มชนชาติพันธุ์ในพื้นที่ อาทิ ปกาเกอญอ ม้ง แม้ว ลahu ลีซอ อาข่า จีนฮ่อด้าลาอั้ง ละว้า เย้า คะฉิ่น ไทยวน ไทใหญ่ ไทเขิน ไทลื้อ ไทยอง ซึ่งกระจายตัวอาศัยอยู่ทั้งพื้นที่สูงและพื้นราบ รวมถึงการเป็นพื้นที่เป้าหมายในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ซึ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่เป้าหมายในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภาคส่วนต่างๆ อาทิ ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคเหนือ (NEC-Creative LANNA) การเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ของ UNESCO (เชียงใหม่) เป็นต้น

ด้านความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีภูมิประเทศที่มีความหลากหลายมีภูเขาสูง มีอุทยานแห่งชาติที่มีชื่อเสียงในพื้นที่มากกว่า ๓๘ แห่ง ใน ๕ จังหวัด

อาทิ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน อุทยานแห่งชาติดอยขุนตาล อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน อุทยานแห่งชาติภูซาง เป็นต้น

ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความหลากหลาย ทั้งแหล่งน้ำพุร้อน กิจกรรมการนวด สปา ชุมชมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ การย่ำขาง การนวดตอกเส้น สปาฟองเล็บ มีที่พักสำหรับการพำนักระยะยาวเพื่อการดูแลสุขภาพสุขภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงมีโรงพยาบาลขนาดใหญ่ ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาหลังผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และศูนย์การแพทย์ทางเลือกต่าง ๆ

สภาพปัญหาการท่องเที่ยว

๑. การกระจายการท่องเที่ยวไปยังเมืองรองยังไม่ดีเท่าที่ควร
๒. จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง High season ยังต่างกับช่วง Low Season มาก
๓. ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ฝุ่นควัน PM๒.๕
๔. การสืบทอดวัฒนธรรม ภูมิปัญญา เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ไปสู่คนรุ่นหลังยังน้อย และยังขาดการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
๕. จำนวนวันพักเฉลี่ยยังไม่สูงเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ระยะสั้น

๑. การปรับปรุงภูมิทัศน์ของเมืองให้มีความสวยงามอยู่ตลอด
๒. การสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องความมั่นคงของประเทศ และความปลอดภัย จากสถานการณ์ทางธรรมชาติ
๓. การเตรียมความพร้อมในการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ให้กับทุกภาคส่วนไม่ใช่เฉพาะ ภาคการท่องเที่ยวเท่านั้น เช่น การวางแผน การบริหารความเสี่ยงการตลาด เป็นต้น
๔. การพัฒนาและอบรมเจ้าหน้าที่ทางด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมทั้งทางด้านภาษา กิริยามารยาท และเรื่องบริการ
๕. การสร้างเสริม และบ่มเพาะให้คนภายในพื้นที่ปรับเปลี่ยนทัศนคติให้ร่วมกันในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัด

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ระยะยาว

๑. การจัดการเรื่องระบบขนส่งมวลชนทั้งระดับมหภาคและจุลภาค โดยระดับมหภาคควรมีการขยายสนามบิน การสร้างรถไฟความเร็วสูง หรือรถไฟรางคู่ เพื่อใช้ในการคมนาคมขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ และในระดับจุลภาคควรมีการแก้ไขปัญหาจราจร ลดมลภาวะ รักษาโบราณสถาน และสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต เช่น การทำธรรมาภิบาลการท่องเที่ยวและสัญจรภายในคูเมือง การจัดการระบบของรถสี่ล้อแดง รถบัส รถทัวร์ เป็นต้น
๒. การเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น เพราะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่สูงขยายระยะเวลาการพักให้นานมากขึ้นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยอาจมีการจัดกิจกรรมที่สนับสนุนเรื่องธรรมชาติและวัฒนธรรม
๓. การจัดการอย่างความต่อเนื่อง และระบบการจัดการที่ดีในเชิงนโยบาย และโครงการต่างๆ จากทางภาครัฐ มีโครงการที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง โดยเฉพาะการบริการจัดการศูนย์ประชุมนานาชาติที่กำลังจะ

เกิดขึ้น เพราะจะช่วยเสริมสร้างสภาพเศรษฐกิจของเชียงใหม่และประเทศในภาพรวม รวมถึงความร่วมมือในการทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน

สรุปเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เป็นพื้นที่ที่มีอารยธรรมล้านนามีต้นทุนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และมีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ มีทำเลที่ตั้งเป็นประตูสู่ประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สาธารณรัฐประชาชนจีน (ยูนนาน กวางสี) สปป.ลาว มีทรัพยากรธรรมชาติที่งดงามดึงดูดใจ มีสินค้าบริการ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีภูมิปัญญาดั้งเดิมในการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยว มีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้มีการลงทุนภาคบริการจากเอกชนอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีการพัฒนาเส้นทางบก RmA (เชียงใหม่ – คุณหมิง) ที่มีการเชื่อมโยงไปสู่ลาวและจีนตอนใต้ มีการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและภูมิภาค ซึ่งในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีสถานะบิณฑิการกระจายอยู่หลายจังหวัดทั้งเมืองหลักและเมืองรอง ทำให้ภาคเหนือตอนบนของไทยเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง การขับเคลื่อนการสร้างรายได้จากการเชื่อมโยงเมืองหลักและเมืองรอง จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นและของประเทศได้อย่างต่อเนื่อง “การจัดทำแผนแม่บทเส้นทางท่องเที่ยวสุดยอดอารยธรรมล้านนา ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๒” ทำให้ทราบทิศทางและแนวทางปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาให้สัมฤทธิ์ผล ตามเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ในกาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวสินค้าและบริการสู่ความเป็นสุดยอดอารยธรรมล้านนาต้นแบบ “The Ultimate Lanna Experience Campaign” ใน ๕ จังหวัดเป้าหมายดังกล่าว ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศต่อไป

อย่างไรก็ตาม เมื่อโลกเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-๑๙ ทำให้เกิดผลกระทบต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแรกที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ซึ่งใช้เวลาฟื้นตัวนานกว่าอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหยุดชะงักการเดินทางตั้งแต่ปลายเดือนมกราคม ๒๕๖๓ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวตลาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยและเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ทั้งนี้ หลังภาวะวิกฤตก็มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความพยายามในการปรับตัวเพื่อสอดรับกับสภาวะความปกติใหม่ ดังนั้น แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จึงควรพิจารณาสภาวะความปกติใหม่เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19

๒.๒ Tourism Profile ของนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา สามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง ได้แก่ **อุปสงค์ของเมืองท่องเที่ยวหลัก คือ จังหวัดเชียงใหม่** คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจหลักของภูมิภาคนี้ มีความสะดวกในการคมนาคมทางบก และเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อไปยังภูมิภาคต่าง ๆ

และมีทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมจำนวนมากที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการท่องเที่ยว การประชุมสัมมนาและกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ **อุปสงค์ของเมืองท่องเที่ยวรอง คือ จังหวัดเชียงราย ลำปาง ลำพูน และพะเยา** คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ซึ่งหากวิเคราะห์ตามรูปแบบและวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา สามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี (Cultural Tourism) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีวัฒนธรรมล้านนาที่เป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่น มีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานให้นักท่องเที่ยวได้มาศึกษาและเรียนรู้เรื่องราวของชาวล้านนา ทั้งวัด แหล่งโบราณสถาน กำแพงเมืองเก่า พิพิธภัณฑสถาน หลากหลายรูปแบบ รวมถึงมีประเพณีของชาวล้านนาและกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชื่อเสียง อาทิ ประเพณียี่เป็ง ประเพณีปีใหม่เมือง ปีใหม่ม้ง ประเพณีออกหว่า ประเพณีบูชาเสาหลักเมือง เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือท่องเที่ยวในวันหยุด (Recreation Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดหรือเพื่อเที่ยวชมธรรมชาติในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย ทั้งน้ำพุร้อน ป่าเขา ยอดดอย น้ำตก กลุ่มนี้นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยการขับรถ รถโดยสาร รถไฟ และทางเครื่องบิน

การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการบำบัดรักษาและการผ่อนคลายเพื่อสุขภาพทั้งสุขภาพกายและจิต โดยนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเพื่อมาทำกิจกรรม อาทิ นวดสปา การนวดไทยตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น การแช่น้ำแร่ น้ำพุร้อน กิจกรรมเพื่อความผ่อนคลายทางจิต อาทิ การทำสมาธิ การฝึกโยคะ เป็นต้น รวมถึงการท่องเที่ยวที่เน้นการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport Tourism) ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเป็นพื้นที่เก็บตัวฝึกซ้อมของนักกีฬาหลากหลายชนิด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวนิยม ได้แก่ กิจกรรมวิ่ง ปั่น กิจกรรมกอล์ฟเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเอเชีย กิจกรรมวิ่งเทรล โดยมีภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสลับกับป่าเขาแหล่งต้นน้ำที่มีความสมบูรณ์ และยังมีสนามการแข่งขันเทรลระดับสากล UTMB ที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาชาติพันธุ์มนุษย์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการศึกษาของกลุ่มชาติพันธุ์ เรียนรู้วิถีชีวิต และเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์จากชาติพันธุ์ โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ซึ่งสะท้อนรูปแบบการอยู่ร่วมกันของประชาชนกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ อาทิ ปกาเกอญอ ม้ง แม้ว ลาหู่ ลีซอ อาข่า จีนฮ่อตลาอั้ง ละว้า เย้า คะฉิ่น ไทยวน ไทใหญ่ ไทเขิน ไทลื้อ ไทยอง ซึ่งกระจายตัวอาศัยอยู่ทั้งพื้นที่สูงและพื้นราบ

การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนาน สร้างความตื่นเต้นท้าทายและประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับชีวิต กิจกรรมที่เป็นที่นิยม อาทิ ซิปไลน์ เครื่องเล่นเชิงผจญภัย การเดินป่า แคมป์ปิ้ง ล่องแพ ล่องแก่ง เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Conference of Seminar Tourist) เป็นการเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการประชุมสัมมนา และถือโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจเป็นในรูปของการท่องเที่ยว MICE (Meeting Incentive Conference Exhibition) ซึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวหลักมีศูนย์ประชุมสถานที่จัดงาน แหล่งท่องเที่ยว โรงแรม และบริการต่างๆ ที่สามารถรองรับการจัดงานหรือการจัดประชุมขนาดใหญ่ได้ รวมถึงในพื้นที่จังหวัดรอง ที่มีศักยภาพในการรองรับกลุ่ม Mini MICE หรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงได้

๒.๓ เป้าหมายเชิงนโยบายของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

- ๑) รักษาวัฒนธรรมล้านนาซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว
- ๒) เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังเมืองหลักและเมืองรองในพื้นที่
- ๓) เกิดการกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ กระจายรายได้ไปยังชุมชนท่องเที่ยวอย่างแท้จริง
- ๔) ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์จากการพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยว สามารถตอบสนองทั้งด้าน Demand/Supply
- ๕) พัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ทำให้สามารถวางตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยสรุปจุดเด่นของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งนำไปสู่การจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ดังนี้

- วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- เมืองต้อนรับหรือประตูสู่เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
- โครงการพระราชดำริ และเกษตรบนพื้นที่สูง
- เมืองชายแดน ประตูสู่อุณหภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

โดยมีรายละเอียดการกำหนดตำแหน่งทางการท่องเที่ยว ดังนี้

จังหวัด	ประเด็นการพิจารณา			การวางตำแหน่งทางการท่องเที่ยว
	ความโดดเด่นของทรัพยากร/องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	กลุ่มตลาดเป้าหมาย	ปัจจัยขีดความสามารถทางการแข่งขัน Diamond Model	
เชียงใหม่	๑. วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ๓. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ล้านนา ๔. กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	๑. กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติใกล้เคียงกัน ๒. ความสะดวกและความพร้อมในการจัดการธุรกิจ MICE ๓. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ด้านการ	๑. เงื่อนไขปัจจัยการผลิต มีศักยภาพในระดับสูง ๒. บริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจ มีศักยภาพในระดับสูง ๓. เงื่อนไขอุปสงค์ มีศักยภาพในระดับสูง	๑. วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ๓. เมืองต้อนรับหรือประตูสู่เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

จังหวัด	ประเด็นการพิจารณา			การวางตำแหน่ง ทางการท่องเที่ยว
	ความโดดเด่นของทรัพยากร/ องค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยว	กลุ่มตลาดเป้าหมาย	ปัจจัยขีดความสามารถ ทางการแข่งขัน Diamond Model	
	๕. โครงการพระราชดำริ และ เกษตรบนพื้นที่สูง ๖. มาตรฐานและศักยภาพ ของแรงงาน ๗. ความพร้อมในการ ให้บริการที่เป็นสากล	ท่องเที่ยวในประเทศ และต่างประเทศ	๔. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โยงและการสนับสนุน มี ศักยภาพในระดับสูง	๔. โครงการ พระราชดำริ และ เกษตรบนพื้นที่สูง
เชียงราย	๑. วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และ วิถีชีวิตล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ๓. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ล้านนา ๔. โครงการพระราชดำริ และ เกษตรบนพื้นที่สูง ๕. ความพร้อมในการให้ บริการที่เป็นสากล ๖. เมืองชายแดน ประตูสู่ อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	๑. กลุ่มตลาด นักท่องเที่ยวไทยและ ต่างชาติใกล้เคียงกัน ๒. ชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ด้านการ ท่องเที่ยวในประเทศ และต่างประเทศ	๑. เงื่อนไขปัจจัยการ ผลิตมีศักยภาพใน ระดับสูง ๒. บริบทการแข่งขัน และการดำเนินกลยุทธ์ ของธุรกิจ มีศักยภาพใน ระดับปานกลาง ๓. เงื่อนไขอุปสงค์ มี ศักยภาพในระดับปาน กลาง ๔. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โยงและการสนับสนุน จัดอยู่ในระดับสูง	๑. วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิต ล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ๓. เมืองชายแดน ประตูสู่อนุภูมิภาคลุ่ม น้ำโขง ๔. โครงการ พระราชดำริ และ เกษตรบนพื้นที่สูง
ลำพูน	๑. วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และ วิถีชีวิตล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ล้านนา	๑. กลุ่มตลาด นักท่องเที่ยวไทยและ ต่างชาติใกล้เคียงกัน	๑. เงื่อนไขปัจจัยการ ผลิตมีศักยภาพใน ระดับสูง ๒. บริบทการแข่งขัน และการดำเนินกลยุทธ์ ของธุรกิจ มีศักยภาพใน ระดับปานกลาง ๓. เงื่อนไขอุปสงค์ มี ศักยภาพในระดับปาน กลาง ๔. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โยงและการสนับสนุน จัดอยู่ในระดับสูง	๑. วัฒนธรรม ภูมิ ปัญญา และวิถีชีวิต ล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ ล้านนา
ลำปาง	๑. วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และ วิถีชีวิตล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ น้ำพุร้อน	๑. ร้อยละ ๙๐ เป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย	๑. เงื่อนไขปัจจัยการ ผลิต มีศักยภาพใน ระดับสูง	๑. วัฒนธรรม ภูมิ ปัญญา และวิถีชีวิต ล้านนา

จังหวัด	ประเด็นการพิจารณา			การวางตำแหน่ง ทางการท่องเที่ยว
	ความโดดเด่นของทรัพยากร/ องค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยว	กลุ่มตลาดเป้าหมาย	ปัจจัยขีดความสามารถ ทางการแข่งขัน Diamond Model	
	๓. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ล้านนา ๔. เมืองหัตถกรรมสร้างสรรค์		๒. บริบทการแข่งขัน และการดำเนินกลยุทธ์ ของธุรกิจ มีศักยภาพใน ระดับปานกลาง ๓. เงื่อนไขอุปสงค์ มี ศักยภาพในระดับปาน กลาง ๔. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โยงและการสนับสนุน จัดอยู่ในระดับสูง	๒. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ น้ำพุร้อน ๓. แหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ ล้านนา ๔. เมืองหัตถกรรม สร้างสรรค์
พะเยา	๑. วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และ วิถีชีวิตล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ล้านนา ๓. ธรรมชาติ (กว๊านพะเยา)	๑. ร้อยละ ๙๐ เป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย	๑. เงื่อนไขปัจจัยการ ผลิตมีศักยภาพใน ระดับสูง ๒. บริบทการแข่งขัน และการดำเนิน กลยุทธ์ของธุรกิจ มี ศักยภาพในระดับปาน กลาง ๓. เงื่อนไขอุปสงค์ มี ศักยภาพในระดับปาน กลาง ๔. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โยงและการสนับสนุน จัดอยู่ในระดับสูง	๑. วัฒนธรรม ภูมิ ปัญญา และวิถีชีวิต ล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ ล้านนา
เขต พัฒนาการ ท่องเที่ยว อารยธรรม ล้านนา	๑. วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และ วิถีชีวิตล้านนา ๒. แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ๓. เมืองต้อนรับหรือประตูสู่ เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรม ล้านนา ๔. โครงการพระราชดำริ และ เกษตรบนพื้นที่สูง ๕. เมืองชายแดน ประตูสู่ อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	แบ่งได้สองกลุ่ม คือ รักษาตลาด นักท่องเที่ยวใน ประเทศ เพิ่ม/ขยาย ตลาดนักท่องเที่ยว ต่างประเทศ	๑. เงื่อนไขปัจจัย การผลิตมีศักยภาพใน ระดับสูง ๒. บริบทการแข่งขัน และการดำเนินกลยุทธ์ ของธุรกิจ มีศักยภาพใน ระดับสูง ๓. เงื่อนไขอุปสงค์ มีศักยภาพในระดับสูง ๔. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โยงและการสนับสนุนจัด อยู่ในระดับสูง	วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตล้านนา แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ เมือง ต้อนรับหรือประตูสู่ เส้นทางท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา โครงการพระราชดำริ และเกษตรบนพื้นที่สูง และเมืองชายแดน ประตูสู่อนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง

๒.๔ ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ

จากการศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้าน และศึกษาแนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และข้อจำกัด (Threats) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strengths)

- S1 ความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์ มีอัตลักษณ์ของชุมชนและชนเผ่าต่างๆ รวมทั้งมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ
- S2 ทำเลที่ตั้งของพื้นที่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีความได้เปรียบ เอื้อต่อการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมการท่องเที่ยวต่อไปยังประเทศในกลุ่มอินโดจีนได้ ทั้งลาว พม่า และจีนตอนใต้
- S3 ศักยภาพและความหลากหลายของการท่องเที่ยว ทั้งด้านวัฒนธรรม ธรรมชาติ วิถีชีวิต สถานที่ทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน อาหาร กีฬา การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย รวมถึงการประชุมสัมมนา นักท่องเที่ยวสามารถเลือกประเภทการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเองได้
- S4 วัฒนธรรมล้านนาเป็นภาพลักษณ์ที่มีศักยภาพเป็นทุนเดิม มีภาษาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ยังคงรักษา สืบสานความงดงามของขนบธรรมเนียม ประเพณีอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน
- S5 อุณหภูมิของคนเหนือมีความอ่อนโยน เอกลักษณ์การให้บริการของคนในพื้นที่มีความอ่อนน้อม ยิ้มแย้ม และมีความตั้งใจในการให้บริการ
- S6 โครงสร้างพื้นฐานที่มีความพร้อมทั้งทางบกและทางอากาศ การคมนาคมมีความสะดวกสบาย มีสนามบินนานาชาติทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย
- S7 ความพร้อมในการให้บริการด้านการแพทย์และการบริการเพื่อสุขภาพที่สามารถสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัย
- S8 พื้นที่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเป็นแหล่งผลิตบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
- S9 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนายังไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ
- S10 พื้นที่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีทั้งเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง ทำเลที่ตั้งของแต่ละจังหวัดอยู่ใกล้กับเมืองท่องเที่ยวหลักซึ่งสามารถเดินทางได้สะดวก และใช้เวลาไม่มากนัก
- S11 องค์กรต่างๆ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความสามารถในการปรับตัว สามารถพิสูจน์และพัฒนาความยืดหยุ่นของการท่องเที่ยวจากวิกฤตการณ์ต่างๆ ได้
- S12 เกิดต้นแบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในการเดินทาง

- S13 พื้นที่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของภาคเหนือที่หลากหลาย สามารถเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวได้

จุดอ่อน (weakness)

- W1 ช่องว่างระหว่างการท่องเที่ยวช่วงใน High Season และ Low Season ยังต่างกันอยู่มาก
- W2 การท่องเที่ยวมีการกระจุกตัวสูง นักท่องเที่ยวมักไปเยี่ยมเยือนในสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะจุด
- W3 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง
- W4 จำนวนผู้สูงอายุในพื้นที่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีสัดส่วนที่สูงขึ้น ซึ่งอาจกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน
- W5 การมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมในการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่มากนัก
- W6 กิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนายังไม่ครอบคลุมตลอดทั้งปี
- W7 ประวัติศาสตร์บางประเภทยังขาดการมองเห็นคุณค่า ยังไม่ถูกขับเคลื่อน จึงยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเท่าที่ควร
- W8 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ บางส่วนปรับตัวไม่ได้ บางส่วนต้องปิดกิจการ
- W9 บุคลากรทางการท่องเที่ยวต่างได้รับผลกระทบอย่างหนัก จากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ ทั้งการถูกพักงานโดยลดค่าตอบแทน จนถึงการถูกเลิกจ้าง
- W10 ขาดการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างเป็นรูปธรรม
- W11 ขาดงานวิจัยสนับสนุนรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ
- W12 การถ่ายทอดภูมิปัญญาล้านนาบางประเภทไปสู่เยาวชนรุ่นใหม่ยังไม่มากนัก
- W13 ความเข้าใจใน “วัฒนธรรมล้านนา” ของคนรุ่นใหม่ยังไม่มากนักและไม่ลึกซึ้ง
- W14 ปัญหาสถานการณ์หมอกควันที่รุนแรงและมีระยะเวลาที่นานขึ้น ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกับการระบาดของไวรัสโควิด-๑๙
- W15 ความทรุดโทรมของสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง ทั้งจากที่ทรุดโทรมเป็นทุนเดิม และทรุดโทรมจากการหยุดดำเนินการในช่วงระยะเวลาหนึ่งจากการระบาดของไวรัสโควิด-๑๙

โอกาส (Opportunities)

- O1 ภาคเหนือยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวลำดับต้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวเลือกเป็นจุดหมายปลายทาง
- O2 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ง่ายและรวดเร็ว
- O3 นโยบายเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) ทำให้ได้รับสิทธิพิเศษทางด้านต่างๆ ที่เอื้อต่อการลงทุน เช่น สิทธิพิเศษทางภาษี ระบบขนส่ง การส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น
- O4 ประเทศไทยเป็นจุดศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียน มีความเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย เอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว

- O5 มีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ประโยชน์ในการสร้างความปลอดภัยและความมั่นใจในการบริการด้านการท่องเที่ยว
- O6 รัฐบาลให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศจนถึงชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งมีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ
- O7 มีการกำหนดตราสัญลักษณ์ SHA โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้แก่ผู้ประกอบการที่ผ่านการประเมิน เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว
- O8 นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติชื่นชอบอสังหาริมทรัพย์ ความมีน้ำใจของคนท้องถิ่นในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
- O9 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหันมาใส่ใจกับความสะอาดและปลอดภัยมากขึ้น

ข้อจำกัด (Threats)

- T1 ความท้าทายด้านการท่องเที่ยวภายใต้สภาวะ New Normal ที่ต้องคำนึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในทุกด้าน
- T2 ระบบเศรษฐกิจทั้งระดับมหภาคและระดับจุลภาคที่ชะลอตัว สภาวะเศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะถดถอยจนส่งผลกระทบต่อรายได้ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก
- T3 การจัดการท่องเที่ยวภายใต้ข้อจำกัดของมาตรการการควบคุมโรค เช่น การปรับเปลี่ยนวิธีการเดินทาง การเคลื่อนย้ายหรือการรวมตัวกันของกลุ่มคน การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว การใช้ใบอนุญาตจากแพทย์เพื่อประกอบการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น
- T4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป เช่น การท่องเที่ยวแบบกลุ่มที่เล็กลง ใช้เวลาการเดินทางที่สั้นลง ท่องเที่ยวแบบประหยัดค่าใช้จ่าย เป็นต้น
- T5 สถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ ในต่างประเทศยังคงรุนแรง
- T6 มาตรการปิดเมือง (ล็อกดาวน์) มีการห้ามอากาศยานทำการบินเข้าไทย เพื่อป้องกันการระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ จากต่างประเทศ
- T7 ธุรกิจการบินโลกจะมีจำนวนผู้เดินทางทางอากาศ (passenger traffic) ที่จะกลับมาเพิ่มขึ้นสู่ระดับปกติก่อนเกิดวิกฤตโควิด-๑๙ อาจต้องใช้ระยะเวลาประมาณ ๓-๔ ปี (จากการประเมินของสมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA))
- T8 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกมาท่องเที่ยวในภาคเหนือ เน้นมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนที่จังหวัดเชียงใหม่ มีเพียงส่วนน้อยที่มาท่องเที่ยวและพักค้างคืนในจังหวัดอื่นที่เป็นเมืองท่องเที่ยวรอง
- T9 จำนวนวันเข้าพักนักท่องเที่ยวยังไม่มากนักเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น
- T10 ข้อจำกัดด้านการเดินทางที่ไกลและใช้ระยะเวลานานของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ในการมาเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนหันไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นแทน

จากการวิเคราะห์ตามแนวทาง SWOT Analysis ประกอบด้วยจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และข้อก้ำจัด (Threats) ได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลและนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ผ่านกระบวนการ TOWS Matrix ดังต่อไปนี้

เขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ ธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนของอาเซียน	จุดแข็ง (Strengths) (S ₁ -S ₁₃)	จุดอ่อน (Weakness) (W ₁ -W ₁₅)
โอกาส (Opportunities) (O ₁ - O ₉)	<p>กลยุทธ์ที่ควรดำเนินการเชิงรุก</p> <p><u>กลยุทธ์ ๑.๑</u> ส่งเสริมการท่องเที่ยวบนจุดแข็งด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน (S₁S₃S₄S₅S₁₃O₁O₁O₈)</p> <p>กลยุทธ์ ๔.๑ ส่งเสริมการทำตลาดเชิงรุกสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา (S₁S₂S₃S₉S₁₀O₁O₂O₄O₆O₇O₈)</p>	<p>กลยุทธ์ที่สามารถปรับปรุงและแก้ไขจุดอ่อนที่สามารถใช้โอกาสได้</p> <p><u>กลยุทธ์ ๒.๑</u> พัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (W₇W₁₀W₁₁W₁₄O₂O₅)</p> <p>กลยุทธ์ ๓.๑ ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน (W₄W₈W₉W₁₂W₁₃O₃O₇O₉)</p> <p>กลยุทธ์ ๓.๒ ส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว (W₂W₄W₅W₇O₁O₅O₆O₇)</p>
ข้อก้ำจัด (Threats) (T ₁ -T ₁₀)	<p>กลยุทธ์ที่ควรดำเนินการอย่างรัดกุม</p> <p><u>กลยุทธ์ ๑.๒</u> พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวจากวิกฤตการณ์ต่างๆ (S₇S₈S₁₀S₁₁S₁₂T₁T₂T₃)</p> <p><u>กลยุทธ์ ๔.๒</u> สื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและมีความปลอดภัย (S₂S₆S₇S₈S₁₂T₁T₃T₅T₈T₁₀)</p>	<p>กลยุทธ์ที่ต้องดำเนินการอย่างระมัดระวัง</p> <p><u>กลยุทธ์ ๒.๒</u> พัฒนาวิถีปกติใหม่ของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (W₈W₉W₁₁W₁₄T₁T₂T₃T₄T₅T₆T₇)</p> <p><u>กลยุทธ์ ๒.๓</u> พัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอย่างยั่งยืน (W₁W₂W₃W₆T₃T₄T₉T₁₀)</p> <p>กลยุทธ์ ๓.๓ สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วน (W₁W₂W₃W₇W₁₅T₂T₈T₉T₁₀)</p>

บทที่ ๓ ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา

๓.๑ วิสัยทัศน์

“เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ
เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของอาเซียน”

๓.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการ
ท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ : พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation)
ของการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : ยกระดับธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และบุคลากรทางการท่องเที่ยว
ให้มีประสิทธิภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
อารยธรรมล้านนา เพื่อยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

๓.๓ เป้าประสงค์

๑. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเลือกมาเยี่ยมชมเยือน
เป็นอันดับแรก
๒. พื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย มีมาตรฐาน
การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล
๓. ส่งเสริมนวัตกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวและพฤติกรรม
ของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป
๔. พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว
อารยธรรมล้านนา
๕. ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่ยังคงเป็น
แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและมีความปลอดภัย

๓.๔ ตัวชี้วัด

๑. จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตพัฒนา
การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓
๒. เกิดการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
อารยธรรมล้านนาเพิ่มขึ้น ปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓
๓. จำนวนธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
อารยธรรมล้านนาผ่านการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่า ๓๐ แห่ง/ราย

๔. จำนวนบุคลากรของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ไม่ต่ำกว่าปีละ ๕๐๐ คน

๓.๕ ค่าเป้าหมาย (ระยะ ๕ ปี)

๑. จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๕
๒. เกิดการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๕
๓. จำนวนธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาผ่านการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพิ่มขึ้น ๑๕๐ แห่ง/ราย
๔. จำนวนบุคลากรของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ไม่ต่ำกว่า ๒,๕๐๐ คน
๕. สนับสนุนอันดับผลการดำเนินงานภาพรวมตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) อยู่ใน ๓๕ อันดับแรก
๖. สนับสนุนอันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวไทยด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ในอันดับ ๘๐

๓.๖ กลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์ และมีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๑.๑ ส่งเสริมการท่องเที่ยวบนจุดแข็งด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างความแตกต่างและความแปลกใหม่ให้กับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา - ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมุมมองด้านสร้างสรรค์ (Creative Tourism) - พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม - สร้างแบรนด์และเอกลักษณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น ไม่เหมือนใครในแต่ละพื้นที่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา - รักษาคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวมิติใหม่
กลยุทธ์ที่ ๑.๒ พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวจากวิกฤตการณ์ต่างๆ	<ul style="list-style-type: none"> - ยกกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่เหมาะสมกับศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศ และสอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากล - สร้างและผลักดันให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
	<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำแผนการจัดการวิกฤตการณ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อลดผลกระทบของการเกิดวิกฤตการณ์ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เช่น การวางแผนการตัดสินใจเที่ยว การเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดและความปลอดภัย การทบทวนประสบการณ์ท่องเที่ยวหลังจากเดินทางกลับ เป็นต้น - ส่งเสริมความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for all) - ให้ความสำคัญกับมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทาง SHA - สนับสนุนการออกแบบรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในการเดินทางสั้นๆ (Short-haul travel) ท่องเที่ยวแบบปลอดภัย ไม่เสี่ยงภัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation) ของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ และมีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๒.๑ พัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา - พัฒนาระบบการนำเสนอข้อมูลที่เน้นด้านความสะดวกสบายพื้นฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว - ใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการสร้างความปลอดภัยและความมั่นใจในการบริการต่างๆ - พัฒนาระบบการเข้าชมสถานที่ผ่านระบบออนไลน์ - ร่วมกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ในการพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว - พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เป็นหนึ่งเดียว - พัฒนา Digital Platform ที่ช่วยลดการสัมผัสระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ ๒.๒ พัฒนาวิถีปกติใหม่ของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	<ul style="list-style-type: none"> - เตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของการท่องเที่ยว - สนับสนุนการใช้สัญลักษณ์แสดงความปลอดภัย (Health Badge) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว - ส่งเสริมนวัตกรรมการเว้นระยะห่าง - บริการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในการลดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนการออกแบบตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวและสถานประกอบการให้มีการเว้นระยะห่างทางสังคม - จัดทัวร์แบบพรีเมียม เน้นคุณภาพ มีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ
กลยุทธ์ที่ ๒.๓ พัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอย่างยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> - ร้อยเรียงเรื่องราวอารยธรรมล้านนาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งจีนตอนใต้ เมียนมาร์ และลาว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น เรื่องเล่า ๕ เชียง เป็นต้น - พัฒนาคือร่วมมือด้านการท่องเที่ยวยั่งยืนระหว่างจังหวัดอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง - พัฒนากิจกรรมที่มีชีวิตชีวา มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ยกกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ เชื่อมโยงจุดหมายปลายทางระหว่างพื้นที่ - จัดกิจกรรม Road Show แสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคอื่นๆ - จัดการท่องเที่ยวแบบ Road trip ระหว่างภูมิภาค เพื่อเลี่ยงการเดินทางโดยเครื่องบินที่จำเป็นต้องใกล้ชิดกับผู้คนจำนวนมาก - ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้ามประเทศข้ามแนวเขตแดนเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวในภูมิภาคให้สามารถขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยกย่องธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ
ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ และมีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ ๓.๑ ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมศักยภาพการเป็นมืออาชีพให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โดยการเติมอาวุธทางความคิด เช่น วิธีการคิดกลยุทธ์ทางการตลาด การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น - พัฒนาผู้ประกอบการให้มีความรู้ เข้าถึงข้อมูล ภาวะเป็ยบ การดำเนินธุรกิจทั้งในระดับภูมิภาคและระดับสากล รวมถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (New Normal) - ส่งเสริมบุคลากรทางการท่องเที่ยวในด้านการสร้างทักษะใหม่ที่เข้ากับโลกปัจจุบัน (re-skill) และพัฒนาทักษะเดิมให้ทันกับโลกยุคปัจจุบัน (up-skill) - สร้างความเข้าใจและคาดการณ์ทิศทางและสถานการณ์ให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถสร้างความยืดหยุ่นและปรับตัวได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการดึงดูดเด่นของแต่ละธุรกิจท่องเที่ยวในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่อลูกค้า เพื่อดึงดูดความสนใจ
<p>กลยุทธ์ที่ ๓.๒ ส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมบทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืน หรือทบทวนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเองควบคู่กับการรักษาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ให้มากที่สุด - ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นให้มีศักยภาพผ่านองค์ความรู้ แนวคิด และหลักการที่จะทำให้การท่องเที่ยวของชุมชนเข้มแข็งได้ด้วยตนเอง - ให้ความรู้ เพิ่มเติมทักษะที่ขาดให้กับบุคลากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน - ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว - เน้นการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรมชาติ เทียบแบบรักษาระยะห่าง ไม่แออัด แต่อยู่ภายใต้ความสอดคล้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
<p>กลยุทธ์ที่ ๓.๓ สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องหรือคล้ายคลึงกัน เพื่อร่วมกันสร้างแพคเกจพิเศษให้กับนักท่องเที่ยว หรือเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวด้วยตนเองจากการบริการของผู้ประกอบการในเครือข่าย - ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและยกระดับสลาพื้นบ้าน สล่าเยาวชน และสล่าพระ (จิตกรรมสิ่งก่อสร้าง) ซึ่งถือเป็นผู้สืบทอดภูมิปัญญาที่สามารถพัฒนาและช่วยขับเคลื่อนต่อยอดสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาในอนาคต - สนับสนุนเครือข่ายปราชญ์ชุมชน รากภูมิปัญญาที่สามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์ล้านนากับลุ่มน้ำโขง - สร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการตลอดการเดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา - สนับสนุนภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสู่เยาวชนรุ่นใหม่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
อารยธรรมล้านนา เพื่อยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์ และมีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
<p>กลยุทธ์ที่ ๔.๑ ส่งเสริมการทำตลาดเชิงรุกสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบออนไลน์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท - สนับสนุนคนทำคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวล้านนา เช่น youtuber ที่สนใจทำเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมล้านนา เป็นต้น - สนับสนุนการสร้างเรื่องราวหรือภาพจำของแต่ละพื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยว - จัดโรดโชว์ (Road Show) แห่ท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย - จัดงานอีเว้นท์ (Event) ที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ภายใต้สภาวะ New Normal เช่นงาน “Tourism Consumer Fair” งาน “Travel Fair” เป็นต้น - จัดโปรโมชั่น แพคเกจท่องเที่ยว หรือส่วนลดพิเศษที่ตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวหลากหลายระดับ - ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาให้เดินทางกลับมาอีกครั้ง
<p>กลยุทธ์ที่ ๔.๒ สื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและมีความปลอดภัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อสร้างความมั่นใจด้านสุขอนามัยให้นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ - นำเสนอจุดเด่นของวิถีชีวิตพื้นบ้านในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่มีความปลอดภัย เช่น ที่พักท่ามกลางธรรมชาติ ปลอดภัยไร้โรค ร้านอาหารปลอดภัยเน้นวัตถุดิบท้องถิ่น งานศิลปะของชุมชน งานฝีมือจากชาวบ้านในชุมชน เป็นต้น - นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นการบอกเล่าเรื่องราวที่เชื่อมโยงกันในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อสร้างความสนใจและนำติดตามค้นหา

บทที่ ๔
แผนงาน / โครงการ

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)								
๑. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ สีสันแห่งล้านนาอย่างยั่งยืน Ethnic Lanna Tourism	๑. สร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวที่บูรณาการ กิจกรรมต่างๆ ทั้งวิถีชีวิต ชุมชน ความเป็นอยู่ กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชาติพันธุ์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว เป้าหมาย ๒. เพื่อจัดการบูรณาการกิจกรรมที่เป็นความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวด้านต่างๆ ทั้งแพชั่น อาหาร กีฬาและนันทนาการให้ดึงเอาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่น่าสนใจของกลุ่มชาติพันธุ์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามานำเสนอเป็นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ ๓. เพื่อส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องและมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว	๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ ๒. กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน ๕ จังหวัด ๓. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ๕ จังหวัด	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๕๐
กิจกรรมที่ ๑ : กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนวิถีชาติพันธุ์ “ชาติพันธุ์ สีสันแห่งล้านนา”								
กิจกรรมที่ ๒ : กิจกรรมชาติพันธุ์แพชั่นวิค “ชาติพันธุ์-สีสันที่ถักทอ								
กิจกรรมที่ ๓ : กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านกีฬา “วิ่งกับเขา-ชาติพันธุ์ Run”								
กิจกรรมที่ ๔ : กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวชาติพันธุ์ สีสันแห่งล้านนา								
แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					

			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)								
๒.โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่นตามสี่เส้นแห่งล้านนา เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (The color of Lanna :The way of Life)	๑. สร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวที่บูรณาการกิจกรรมต่างๆ ทั้งวิถีชีวิต ชุมชน ความเป็นอยู่ กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย	๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย ๒.มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ๓. กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน ๕ จังหวัด ๔. สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือจังหวัดเชียงราย	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๕๐
กิจกรรมที่ ๑ : กิจกรรมส่งเสริมการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่า บนพื้นฐานอัตลักษณ์ประจำถิ่น กิจกรรมย่อยที่ ๑.๑ : การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในชุมชน กิจกรรมย่อยที่ ๑.๒ : การส่งเสริมและอนุรักษ์หมู่บ้านของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเน้นการยกระดับให้ได้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว กิจกรรมย่อยที่ ๑.๓ การส่งเสริมการจัดทำของที่ระลึกโดยใช้แนวคิดเมืองแห่งชาติพันธุ์ล้านนา กิจกรรมย่อยที่ ๑.๔ การพัฒนาและนำเสนอเมนูอาหารชาติพันธุ์	๒. เพื่อจัดการบูรณาการกิจกรรมที่เป็นความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวด้านต่างๆ ทั้งแฟชั่น อาหาร ศิลปวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการให้ดึงเอาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่น่าสนใจของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่มานำเสนอเป็นกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ ๓. เพื่อส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวร่วมที่เกี่ยวข้องและมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่							
กิจกรรมที่ ๒ : กิจกรรมชาติพันธุ์แฟชั่นวีค “ชาติพันธุ์-สี่เส้นที่ถักทอ”								

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)								
กิจกรรมที่ ๓ : กิจกรรมส่งเสริมด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว “วิ่งกับเขา-ชาติพันธุ์ Run”	<p>๔. เพื่อกระจายรายได้และเปิดเวทีการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวชุมชน การออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ การบริการ แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ให้เป็นที่รู้จักและเกิดการซื้อที่แท้จริง กระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>๕. สร้างการรับรู้ด้านอัตลักษณ์เชิงการท่องเที่ยวที่ชัดเจนให้กับการท่องเที่ยวของพื้นที่ ต่อกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจและตระหนักถึงจุดแข็งของการท่องเที่ยวของล้านนาในอดีต</p> <p>๖. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาในการใช้ดนตรีศิลปะร่วมสมัยเป็นสื่อสร้างสรรค์ สร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยว เชื่อมโยงไปสู่ศิลปะวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวสุดยอดอารยธรรมล้านนา</p>							
กิจกรรมที่ ๔ : กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวชาติพันธุ์ สีสนแห่งล้านนา								
กิจกรรมที่ ๕ : กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนวิถีชาติพันธุ์ “ชาติพันธุ์ สีสนแห่งล้านนา” (The color of Lanna :The way of Life)								
กิจกรรมที่ ๖ : Lanna Art Lane (การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมดนตรีศิลปะร่วมสมัย บนพื้นฐานอัตลักษณ์ประจำถิ่นของกลุ่มอารยธรรมล้านนา)								

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)								
๓.โครงการ “ย่านการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนา” (Creative Tourism Area in the City) เพื่อรองรับการท่องเที่ยวหลังยุคโควิด-๑๙	๑. เพื่อพัฒนาสร้างย่านชุมชนท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนา ให้เป็นย่านการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่สามารถท่องเที่ยวได้ทั้งกลางวันและท่องเที่ยวกลางคืน (Night Tourism) ในเขตตัวเมืองกลุ่มจังหวัดอารยธรรมล้านนา	๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย ๒. สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือจังหวัดเชียงราย	๒๑	๒๑	๒๑	๒๑	๒๑	๑๐๕
กิจกรรมที่ ๑ : สำรวจออกแบบพัฒนาภูมิทัศน์ทางสถาปัตยกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์								
กิจกรรมที่ ๒ : สร้างและพัฒนาช่องทางการตลาด								
๔.โครงการอารยธรรมแห่งศรัทธา พระพุทธรูปหินทรายล้านนาเชื่อมโยงลุ่มแม่น้ำโขง	๑. เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ๒. เพื่อพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ และสร้างรายได้ ๓. เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมล้านนา ๔. เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาสู่ลุ่มแม่น้ำโขง	๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา ๒. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	๓	๓	๓	๓	๓	๑๕
กิจกรรมที่ ๑ : สำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมแห่งศรัทธา พระพุทธรูปหินทรายล้านนา เชื่อมโยงลุ่มแม่น้ำโขง								
กิจกรรมที่ ๒ : จัดกิจกรรม Fam Trip เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมแห่งศรัทธา พระพุทธรูปหินทรายล้านนาเชื่อมโยงลุ่มแม่น้ำโขง								
กิจกรรมที่ ๓ : ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมแห่งศรัทธา พระพุทธรูปหินทรายล้านนาเชื่อมโยงลุ่มแม่น้ำโขง								

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)								
๕.โครงการสร้างภาพลักษณ์เมืองหลักสู่เมืองรอง ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)	๑. เพื่อพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในเขตอารยธรรมล้านนาให้เกิดความอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ๒. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ๓. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวเมืองปลอดภัยจากเมืองหลักสู่เมืองรอง	๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ ๒. ตำรวจท่องเที่ยว ๓. ท่องเที่ยวชุมชน	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๕๐
กิจกรรมที่ ๑ : อบรมพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว								
กิจกรรมที่ ๒ : จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเมืองปลอดภัยจากเมืองหลักสู่เมืองรอง								
กิจกรรมที่ ๓ : ประชาสัมพันธ์เมืองปลอดภัยจากเมืองหลักสู่เมืองรอง								
รวม ๕ โครงการ งบประมาณรวมทั้งสิ้น ๒๗๐ ล้านบาท								

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation) ของการท่องเที่ยวเขตพัฒนา การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation) ของการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา								
๑. โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเมืองเก่าภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	๑. เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน	๕	๕	๕	๕	๕	๒๕
กิจกรรมที่ ๑ : พัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเก่า	๒. เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในเขตเมืองเก่า							
กิจกรรมที่ ๒ : จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในเขตเมืองเก่า	๓. เพื่อพัฒนาศักยภาพเมืองเก่าให้มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว							
๒. โครงการเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อเหตุการณ์ภัยพิบัติ เชื่อมโยงการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม (Sustainable Development and Inclusive Growth)	๑. เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ๒. เกิดภาพลักษณ์ที่ดีด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและต่างประเทศ ๓. นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นต่อการบริหารจัดการด้านการเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติ	๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ ๒. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเขต	๕	๕	๕	๕	๕	๒๕
๑. จัดฝึกอบรมหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ประชาชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเตือนภัยและทักษะด้านการให้บริการ หรือทักษะอื่นๆที่เกี่ยวข้อง								
๒. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์								
รวม ๒ โครงการ งบประมาณรวมทั้งสิ้น ๕๐ ล้านบาท								

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยกระดับธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยกระดับธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ								
<p>๑. โครงการยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา</p> <p>กิจกรรมที่ ๑ : การฝึกอบรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p> <p>กิจกรรมที่ ๒ : ศึกษาดูงานธุรกิจต้นแบบ (Best Practices)</p> <p>กิจกรรมที่ ๓ : สื่อประชาสัมพันธ์</p>	<p>๑. สร้างความรู้ความเข้าใจการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน และได้มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน</p> <p>๒.ยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยว</p> <p>๓.เพิ่มขีดความสามารถให้การแข่งขันด้านการท่องเที่ยว</p>	<p>๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่</p> <p>๒. สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว</p>	๕	๕	๕	๕	๕	๒๕
<p>๒. โครงการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวสีเขียวด้วยเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก (Climate Change)</p> <p>กิจกรรมที่ ๑ : การขับเคลื่อนการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวสีเขียว (เครือข่ายเกษตรกร เครือข่ายร้านอาหารโรงแรม บริษัทท่องเที่ยว ท่องเที่ยวโดยชุมชน เครือข่ายสื่อมวลชน)</p> <p>กิจกรรมที่ ๒ : การจัดทำคู่มือเส้นทางท่องเที่ยวสีเขียว</p> <p>กิจกรรมที่ ๓ : การจัด FAM Trip ของเอเจนทัวร์และสื่อมวลชน</p> <p>กิจกรรมที่ ๔ : จัดจัดงานมหกรรมเครือข่ายท่องเที่ยวสีเขียว</p>	<p>๑. เพื่อสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวสีเขียว ที่มีส่วนร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ช่วยสนับสนุน ลดปัญหาและการแก้ไขปัญหาหมอกควัน</p> <p>๒. เพื่อจัดกิจกรรม Green Activity ที่ปลูกจิตสำนึกในการดูแลจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ สุขภาวะ และกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น</p> <p>ต่อการแก้ไขปัญหา ร่วมมีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวสีเขียวทั้งทางตรงและทางอ้อม</p>	<p>๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย</p> <p>๒. สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือจังหวัดเชียงราย</p>	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕	๔๕

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยกระดับธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ								
<p>กิจกรรมที่ ๕ : การสื่อสารประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมสีเขียว(Green Activity)ลงพื้นที่แก้ไขปัญหาหมอกควัน เพื่อสร้างการรับรู้ เครือข่ายผู้บริโภค สร้างภาพลักษณ์ โครงการและกระตุ้นการท่องเที่ยว กิจกรรมย่อยที่ ๕.๑ : กิจกรรมวิ่งเทรล เส้นทางสีเขียว</p> <p>กิจกรรมย่อยที่ ๕.๒ : กิจกรรมปั่นจักรยาน ลดภาวะโลกร้อน “รักษโลกรักษ์เรา”</p> <p>กิจกรรมย่อยที่ ๕.๓ : กิจกรรมเก็บขยะ ส่งเสริมการงดใช้ถุงพลาสติก กล่องโฟม ใช้วัสดุย่อยสลาย เครือข่ายสีเขียวในแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>กิจกรรมย่อยที่ ๕.๔ : กิจกรรมคาราวานรถปลูกป่า หรือ ทำแนวกันไฟ หรือ สร้างฝายแม้ว เส้นทางสีเขียว</p>	<p>๓. เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ “ตลาดท่องเที่ยวสีเขียว” แก่ประชาชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว เกิดการรับรู้สร้างความตระหนักต่อการแก้ไขปัญหา ร่วมมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวสีเขียว ทั้งทางตรงและทางอ้อม</p>							
<p>กิจกรรมที่ ๖ : การติดตามประเมินผลและถอดบทเรียน</p>								
<p>๓. โครงการส่งเสริมการทำงานร่วมกัน สร้างความเข้มแข็งและกลไกการขับเคลื่อน การท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในยุค New Normal</p> <p>กิจกรรมที่ ๑ : ประชุม สัมมนา สร้างเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเครือข่ายธุรกิจ (Business Sector) การขับเคลื่อนการทำงานร่วมกัน</p>	<p>เพื่อสร้างความเข้มแข็งและกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในยุค New Normal</p>	<p>๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา เชียงใหม่</p> <p>๒. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา</p>	๒	๒	๒	๒	๒	๑๐
รวม ๓ โครงการ งบประมาณรวมทั้งสิ้น ๘๐ ล้านบาท								

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อยกระดับประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อยกระดับประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว								
๑.โครงการ Lanna Folk Art Market	๑. เพื่อนำอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมมาส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิตในแง่มุมต่างๆ ของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายในนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ๒. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในระดับจังหวัด ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา	๒๑	๒๑	๒๑	๒๑	๒๑	๑๐๕
กิจกรรมที่ ๑ : Lanna Folk Art Market								
กิจกรรมที่ ๒ : จัดกิจกรรม Road Show วัฒนธรรมล้านนา								
๒.โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม คอยช้าง-คอยาวาวิ-คอยลิไข่-คอยสุเทพ-คอยปุย-คอยหลวงเชียงดาว	๑. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นแลนด์มาร์ค คอยช้าง คอยาวาวิ คอยแม่มอญ คอยปางขอน คอยอินทรี คอยฮาง คอยปุไข่ คอยลิไข่ คอยสุเทพ คอยปุย และคอยหลวงเชียงดาว ๒. เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว คอยช้าง คอยาวาวิ คอยแม่มอญ คอยปางขอน คอยอินทรี คอยฮาง คอยปุไข่ คอยลิไข่ คอยสุเทพ คอยปุย และคอยหลวงเชียงดาว	๑. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย ๒. สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือจังหวัดเชียงราย	๑๔๔.๕	๑๔๔.๕	๑๔๔.๕	๑๔๔.๕	๑๔๔.๕	๗๒๒.๕๐
กิจกรรมที่ ๑ : พัฒนาจุดแลนด์มาร์คพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คอยช้าง คอยาวาวิ คอยแม่มอญ คอยปางขอน คอยอินทรี คอยฮาง คอยปุไข่ คอยลิไข่ คอยสุเทพ คอยปุย และคอยหลวงเชียงดาว เป็นแลนด์มาร์ค								

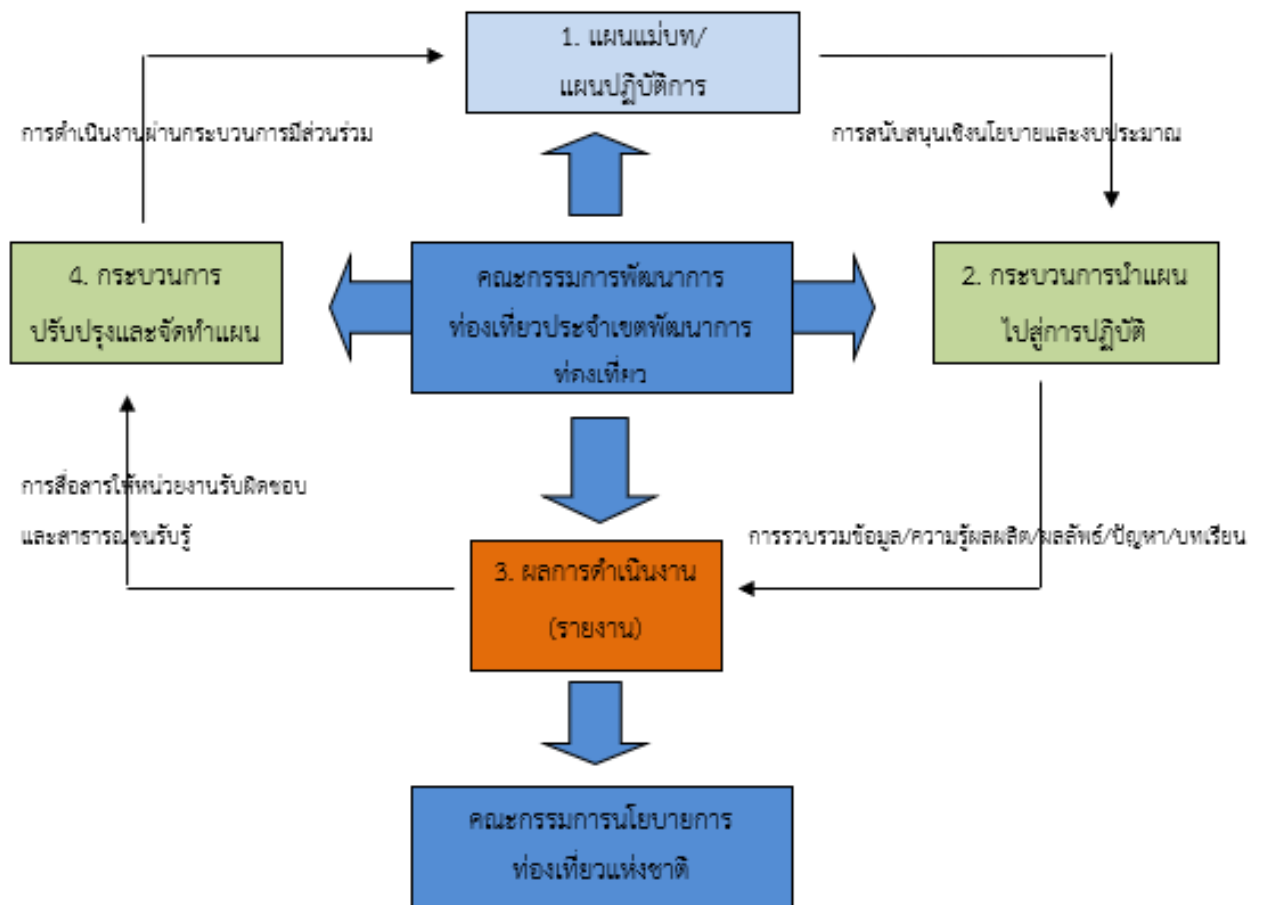
แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว								
กิจกรรมที่ ๒ : สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่ม่อน ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ ดอยลิโซ่ ดอยสุเทพ ดอยปุย และดอยหลวงเชียงดาว (คลิปเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และ คู่มือท่องเที่ยวเส้นทาง ๘ ดอย)	๓. เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ และชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเส้นทาง ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่ม่อน ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ ดอยลิโซ่ ดอยสุเทพ ดอยปุย และดอยหลวงเชียงดาวเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน							
กิจกรรมที่ ๓ : การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ ชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่ม่อน ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ ดอยลิโซ่ ดอยสุเทพ ดอยปุย และดอยหลวงเชียงดาว	๔. เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตามประเพณีท้องถิ่นเส้นทางดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่ม่อน ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ ดอยลิโซ่							
กิจกรรมที่ ๔ : การสร้างแบรนด์ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่ม่อน ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ และ ดอยลิโซ่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน								
กิจกรรมที่ ๕ : ส่งเสริมการท่องเที่ยว วิ่งเทรล ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่ม่อน ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ ดอยลิโซ่ ดอยสุเทพ ดอยปุย และดอยหลวงเชียงดาว								

แผนงาน/โครงการ	เป้าหมาย/ผลลัพธ์	หน่วยดำเนินการ	งบประมาณดำเนินการ (ล้านบาท)					
			๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	๒๕๖๖ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อยกระดับประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว								
กิจกรรมที่ ๖ : ปันจักรยาน รักษ์ดอย ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่มอย ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ ดอยลิไซ่ ดอยสุเทพ ดอยปู่ย และดอยหลวงเชียงดาว								
กิจกรรมที่ ๗ : เทศกาลท่องเที่ยวชน เผ่า ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่มอย ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ ดอยลิไซ่ ดอยสุเทพ ดอยปู่ย และดอยหลวงเชียงดาว								
กิจกรรมที่ ๘ : การแข่งขันมอเตอร์ไซด์ วิบาก ดอยปางขอน								
กิจกรรมที่ ๙ : จ้างเหมาจัดทำป้าย ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว								
กิจกรรมที่ ๑๐ : FAM Trip สื่อ บล็อก เกอร์ และทราเวลเอเจนซี่ ดอยช้าง ดอยวาวี ดอยแม่มอย ดอยปางขอน ดอยอินทรี ดอยฮาง ดอยปู่ไข่ ดอยลิไซ่ ดอยสุเทพ ดอยปู่ย และดอย หลวงเชียงดาว								
รวม ๒ โครงการ งบประมาณรวมทั้งสิ้น ๘๒๗.๗๕ ล้านบาท								
รวมโครงการสำคัญ ๑๒ โครงการ งบประมาณรวมทั้งสิ้น ๑,๒๒๗.๗๕ ล้านบาท								

บทที่ ๕
แนวทางการบริหารและขับเคลื่อนเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

๕.๑ การจัดโครงสร้างองค์กรเพื่อประสานนโยบาย และบูรณาการดำเนินการ

เพื่อที่จะบรรลุภารกิจและจุดมุ่งหมายของการพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์เชื่อมโยงให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนไปพร้อมกับการผลักดันให้ผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนามีการกระจายออกไปสู่วงกว้างอย่างบูรณาการ แนวทางการบริหารและขับเคลื่อนงานพัฒนาและการติดตามประเมินผล เป็น ๓ ประเด็นหลัก คือ การจัดโครงสร้างองค์กรเพื่อประสานนโยบายและบูรณาการการดำเนินงาน การออกแบบกระบวนการทำงานเพื่อการบูรณาการและกลไก เครื่องมือและแนวทางการติดตามและประเมินผล ดังต่อไปนี้



ภาพที่ ๖ กลไกการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

๕.๒ แนวทางการแปลงแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ

คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นองค์กรหลักที่มีหน้าที่และบทบาทในการขับเคลื่อนการพัฒนา ซึ่งต้องมีการบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับชุมชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนกลางในระดับนโยบาย และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง ๑๕ เขต เป็นแกนกลางในระดับพื้นที่ เพื่อบูรณาการการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวร่วมกับคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.ก.) และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) สำหรับการดำเนินงานในระดับท้องถิ่น จะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการบูรณาการจะดำเนินการผ่านกลไกการจัดทำแผนและการจัดทำงบประมาณเชิงบูรณาการ ทั้งงบประมาณด้านการท่องเที่ยว งบประมาณของหน่วยงาน งบประมาณของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เป็นต้นทั้งนี้ บทบาทและหน้าที่ขององค์กรในระดับต่างๆ จะแบ่งเป็น ๓ ระดับ ได้แก่

๑) องค์กรประสานระดับนโยบาย : คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) มีบทบาทในการจัดทำนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับชาติ การกำหนดแผนปฏิบัติการ การติดตามประเมินผลการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การประสานเชื่อมโยงการส่งการกับคณะรัฐมนตรี เป็นต้น

๒) คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว : บทบาทสำคัญคณะกรรมการชุดนี้คือ การปฏิบัติงานในฐานะตัวแทนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) เชื่อมโยงในการดำเนินงานในระดับปฏิบัติ ตามแผนปฏิบัติการฯ กับบทบาทการกำกับและการสนับสนุนในระดับนโยบาย กล่าวคือ คณะกรรมการชุดนี้จะนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ซึ่งเป็นแผนระดับชาติมาแปลงสู่การปฏิบัติในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องพัฒนากลไกการดำเนินงานทั้งในการจัดทำแผน การบริหารจัดการและการติดตามประเมินผลให้เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ในแผนและนโยบายระดับต่าง ๆ หรือสอดคล้องกับแนวทางที่คณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบไว้หรือไม่ และรับรายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการดำเนินงานและปัญหาในการดำเนินงานต่อคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และคณะรัฐมนตรีตามขั้นตอนต่อไป อีกทั้งในกรณีที่มีการปรับนโยบายก็จะทำหน้าที่ถ่ายทอดลงไปสู่ระดับปฏิบัติการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และมีบทบาทในการประสานระดับนโยบายกับระดับพื้นที่ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนการพัฒนา

๓) องค์กรสนับสนุนการขับเคลื่อนในระดับพื้นที่และบูรณาการงานพัฒนาการท่องเที่ยวกับงานพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด : ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ เอกชน ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นหน่วยงานให้คำแนะนำการดำเนินงานภายในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงเสนอแนวทางแผนงานฯ ที่เห็นว่ามีประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนงานในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

คณะกรรมการเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมีบทบาทกับองค์กรหรือเวทีสำหรับการประสานงาน บูรณาการ การดำเนินงาน และกำกับให้แผนงาน/โครงการ ที่ดำเนินการในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ให้มีการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล รวมทั้งเป็นกลไกที่เป็นทางการในการกำกับและติดตามผลการพัฒนาในภาพรวมหรือในระดับพื้นที่ ซึ่งน่าจะมีความยืดหยุ่นและเข้าใจพื้นที่ได้ชัดเจนลึกซึ้ง ทำให้การกำกับในระดับ

พื้นที่มีประสิทธิภาพสูง และทำให้ศูนย์ปฏิบัติการเขตพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งหน่วยงานต่างๆ ที่รับผิดชอบ การนำโครงการลงไปในพื้นที่ (Project implementation) มีความตื่นตัว (Awareness) ที่จะต้องตอบสนอง ความต้องการของพื้นที่และเป้าหมายของการพัฒนาตลอดเวลา (Accountability)

ทั้งนี้ เป้าหมายสำคัญของการขับเคลื่อนของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การประสานการดำเนินงาน ให้เกิดการบูรณาการและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้ในเป้าประสงค์ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามวิสัยทัศน์ที่ได้กำหนด ร่วมกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีกระบวนการทำงานที่สามารถบูรณาการภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ ให้ไปใน ทิศทางเดียวกันตามหลักการและแนวทางการพัฒนาที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ

๕.๓ รูปแบบและระยะเวลาในการทบทวน ติดตาม และประเมินผล

ประเด็นที่ควรตระหนักสำหรับการทำงานหรือกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การบูรณาการระหว่างหน่วยงานสูงมากจึงต้องการความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก ขณะที่ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นแกนกลางในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนา ในพื้นที่ ไม่มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการสั่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการตามแผนฯ หรือระดมทรัพยากรมาใช้ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามแผนฯ การวางรูปแบบกระบวนการทำงาน จึงต้องคำนึงถึงปัญหานี้เป็นเงื่อนไข กำหนดหลัก

กลไกสำคัญของการบูรณาการในระดับปฏิบัติการในพื้นที่ คือคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีการกำหนดให้ประชุมจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้งต่อปี มีอำนาจในการ ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งรายงาน สภาพปัญหาและอุปสรรค พร้อมทั้งข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทั้งนี้ คณะกรรมการชุดดังกล่าว มีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน และมีผู้แทนภาคราชการ เอกชน และท้องถิ่น ของจังหวัดเข้าร่วมนั้นจะเอื้อให้เกิดการบูรณาการงานพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวกับงานพัฒนาจังหวัดและ กลุ่มจังหวัด เพราะผู้แทนของหน่วยงานจะเป็นผู้แทนอยู่ในคณะกรรมการชุดสำคัญอื่นที่มีบทบาทในการ ขับเคลื่อน ได้แก่ คณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (กบภ.) คณะกรรมการบริหารงานจังหวัด แบบบูรณาการ (กบจ.) และคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนจังหวัด (กรอ.จังหวัด)

การทบทวน ติดตาม และประเมินผลได้กำหนดให้คณะกรรมการ ตามวิธีการดังนี้

๑. เมื่อแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ได้ประกาศ ในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว จัดประชุม ชี้แจงหน่วยงานของรัฐที่อยู่ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ให้จัดทำแผนปฏิบัติการตามภารกิจของหน่วยงาน ให้ สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว

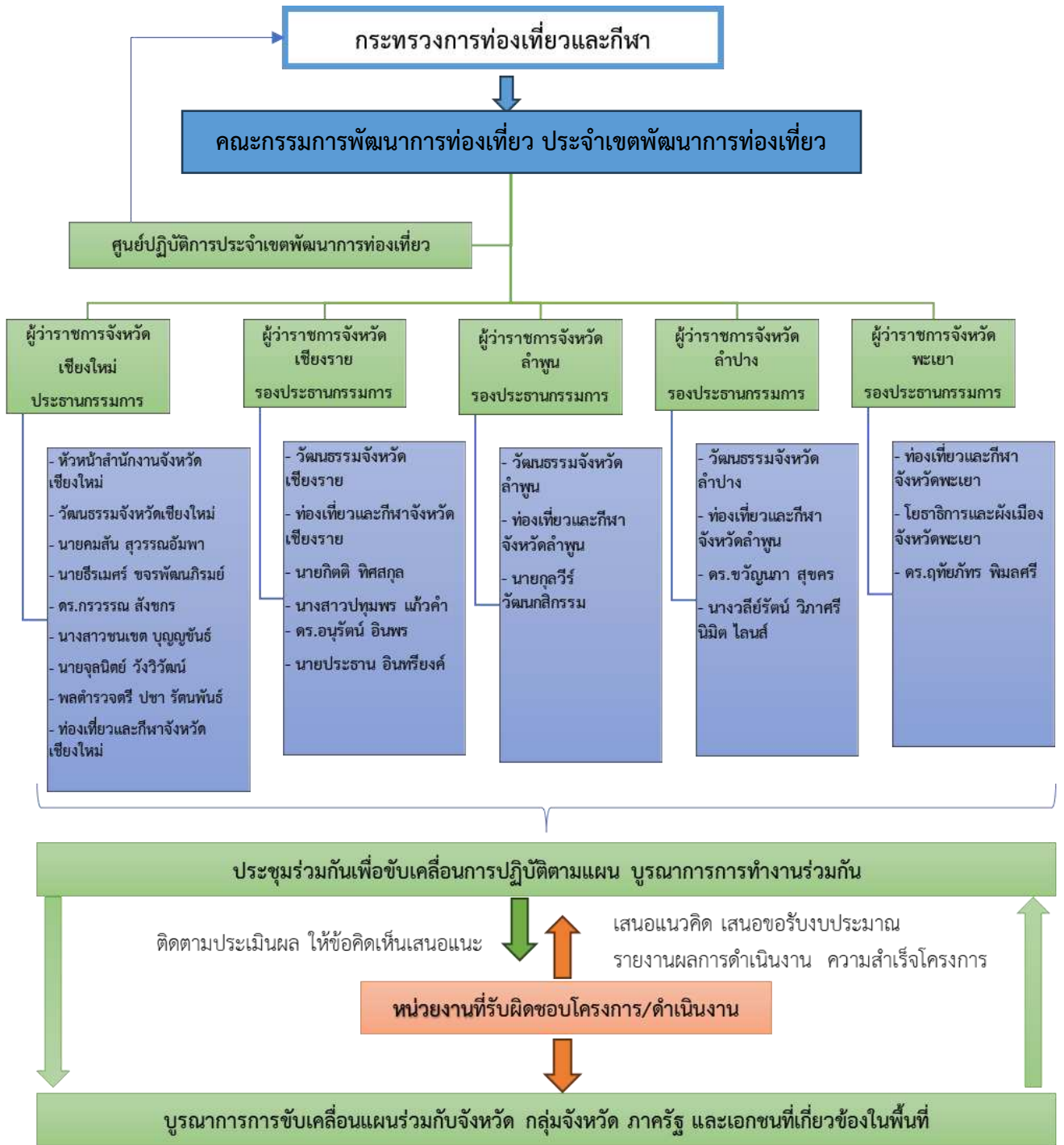
๒. แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อติดตามและประเมินผลความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ พัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละปี และรายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทราบอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

การติดตามและประเมินผลความก้าวหน้าของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ เป็นการติดตามประเมินผลสำเร็จในภาพรวม โดยมีแนวทาง ดังนี้

การติดตามและประเมินผลรายปี กำหนดให้มีการติดตามการดำเนินงานทุก ๖ เดือน โดยรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย

- การติดตามการดำเนินงานตามเป้าหมายและตัวชี้วัดในภาพรวม
- การติดตามการดำเนินงานตามเป้าหมายและตัวชี้วัดรายโครงการ

การทบทวนแผนรายปี เป็นการทบทวนแผนปฏิบัติการรายปี เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ปัจจุบันที่อาจเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงานแต่ละปีงบประมาณ จำเป็นต้องมีการศึกษารวบรวม และวิเคราะห์เปรียบเทียบกับสถานการณ์ ประเมินผลกระทบและความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุง เป้าหมาย ตัวชี้วัด รายละเอียด และแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนแผนงานโครงการต่างๆ ของแผน



ภาพที่ ๗ แผนผังการขับเคลื่อน ติดตาม และประเมินผลแผนปฏิบัติการพัฒนาการทองเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการทองเที่ยวอารธรรมล้านนา

ภาคผนวก

คำอธิบายตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

ลำดับ	ตัวชี้วัด/เป้าหมาย	ประเภทข้อมูล	คำอธิบายตัวชี้วัด	แหล่งที่มา	ค่าปีฐาน	ค่าเป้าหมาย
๑	จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓	วัน และ บาท	ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อคนต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	สถิตินักท่องเที่ยวโดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	-ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ๒.๓๓ วัน -ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ๒,๓๖๘.๓๐ บาท	- ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า ๒.๗๕ วัน - ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓ ต่อปี
๒	เกิดการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเพิ่มขึ้น ปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓	บาท	จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวในเมืองรอง ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เพิ่มขึ้น	สถิตินักท่องเที่ยวโดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	รายได้จากการท่องเที่ยวในเมืองรอง เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา ปี ๒๕๖๕ = ๑๐,๕๙๗.๐๑ ล้านบาท	จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวในเมืองรอง ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า ๓% ต่อปี
๓	จำนวนธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาผ่านการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่า ๓๐ แหล่ง/ราย	แหล่ง/ ราย	จำนวนธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว	สถิติมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยและอาเซียนโดยกรมการท่องเที่ยว	ปี ๒๕๖๕	เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่า ๓๐ แหล่ง
๔	จำนวนบุคลากรของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ไม่ต่ำกว่าปีละ ๕๐๐ คน	ราย	บุคลากรของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว	สถิตินักท่องเที่ยวโดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	-	ปีละไม่ต่ำกว่า ๕๐๐ ราย
๕	สนับสนุนอันดับผลการดำเนินงานภาพรวมตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	อันดับ	อันดับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	Sustainable Development Report	อันดับ ๔๓	อยู่ใน ๓๕ อันดับแรก

ลำดับ	ตัวชี้วัด/เป้าหมาย	ประเภทข้อมูล	คำอธิบายตัวชี้วัด	แหล่งที่มา	ค่าปีฐาน	ค่าเป้าหมาย
	(SDGs) อยู่ใน ๓๕ อันดับแรก		(Sustainable Development Goals : SDGs)ของประเทศไทย			
๖	สนับสนุนอันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวไทยด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ในอันดับ ๘๐	อันดับ	อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวไทยด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ	TTCI อยู่ ๑ ใน ๘๐	อันดับ ๑๑๐	อยู่ในอันดับ ๘๐

บัญชีโครงการ

แผนงาน/โครงการที่บรรจุอยู่ในแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) จำนวน ๔๔ โครงการ รวม ๒,๗๘๔ ล้านบาท

