



สำนักงานสถิติแห่งชาติ

การวิเคราะห์ข้อมูล การท่องเที่ยว เพื่อทบทวนยุทธศาสตร์จังหวัด

จังหวัด นนทบุรี



STEPS	Tasks
1) VC / CSF	ปรับ VC และ กำหนด CSF
2) Data Analysis	วิเคราะห์แบบ Infographic และ GIS พร้อมสรุปประเด็นสำคัญต่อยุทธศาสตร์
3) ข้อเสนอแนะนโยบาย หรือ โครงการสำคัญ	เสนอโครงการหรือมาตรการจากผลการวิเคราะห์ ในขั้นตอน 3
4) Project Idea	เสนอกรอบแนวคิดโครงการสำคัญ

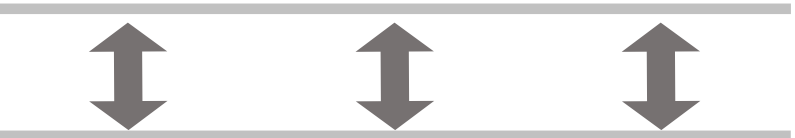
โครงการการพัฒนาข้อมูลสถิติและสารสนเทศ ระดับพื้นที่ 76 จังหวัด/18 กลุ่มจังหวัด

[วิสัยทัศน์]

เป้าประสงค์



ประเด็นยุทธศาสตร์



01 แผนพัฒนาสถิติ จังหวัด/กลุ่มจังหวัด รายงานสถานการณ์ตามประเด็นยุทธศาสตร์ 02



ข้อมูลสำคัญ	มี/ไม่มีฐานข้อมูล	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ความถี่ขอข้อมูล
1.1.1.1	มี	รายงาน	รายปี
1.1.2.1	ไม่มี	รายงาน	รายเดือน

[Data Gap Analysis]

Value Chain (VC)



ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF: Critical Success Factors)

KSF 1.1	KSF 2.1	KSF 3.1	KSF 4.1
KSF 1.2	KSF 2.2	KSF 3.2	KSF 4.2
...

จาก Key Success Factors
สู่การกำหนดตัวชี้วัด (KPI)
และชุดข้อมูลสำหรับทุกข้อต่อ
ใน Value Chain

KSFs	KPI	ข้อมูลสำคัญ	ผู้รับผิดชอบ
KSF1.1	1.1.1	1.1.1.1	
	1.1.2	1.1.2.1	
KSF1.2	1.2.1	1.2.1.1	
KSF1.3	1.3.1	1.3.1.1	

Generic Value Chain

การบริการและการท่องเที่ยว



- | | | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ การวางแผนและกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ❖ การกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ❖ การรวบรวมและจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว ❖ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ❖ สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ❖ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน | <ul style="list-style-type: none"> ❖ พัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว ❖ พัฒนาศักยภาพแรงงานวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ❖ ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> ❖ พัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ❖ การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ❖ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ถนน ไฟฟ้า ❖ การจัดการปัญหาจากการท่องเที่ยว อาทิ สิ่งปฏิกูล ขยะและมลภาวะ ❖ การพัฒนาและปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค | <ul style="list-style-type: none"> ❖ สร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจ ❖ จัดทำมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ❖ ส่งเสริม/อนุรักษ์/ฟื้นฟู/ปรับปรุง/บูรณะ/พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ❖ ยกระดับคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว | <ul style="list-style-type: none"> ❖ การรับรองมาตรฐานที่พักและโรงแรม ❖ พัฒนามาตรฐานธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ สปา ดำน้ำ สนามกอล์ฟ ร้านอาหาร ❖ พัฒนามาตรฐานสินค้าของฝากและของที่ระลึก ❖ พัฒนามาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว ❖ สนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมและสัมมนา (MICE) | <ul style="list-style-type: none"> ❖ การทำการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ❖ ประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ ❖ การตลาดเชิงรุกผ่านสื่อสมัยใหม่ (Social Network) |
|--|---|---|---|--|---|--|

รายการสถิติทางการที่สำคัญจำเป็น **ด้านการท่องเที่ยว**

รายการสถิติทางการทั้งหมด 3,102

รายการ / 66 จังหวัด

รายการสถิติทางการ

Common 278 รายการ

รายการสถิติทางการที่ตรงกับรายสาขา

41 รายการ / 6 สาขา

- การขนส่งและโลจิสติกส์

- การท่องเที่ยวและกีฬา

- ทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อม

- พลังงาน

- ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม

- อุตสาหกรรม

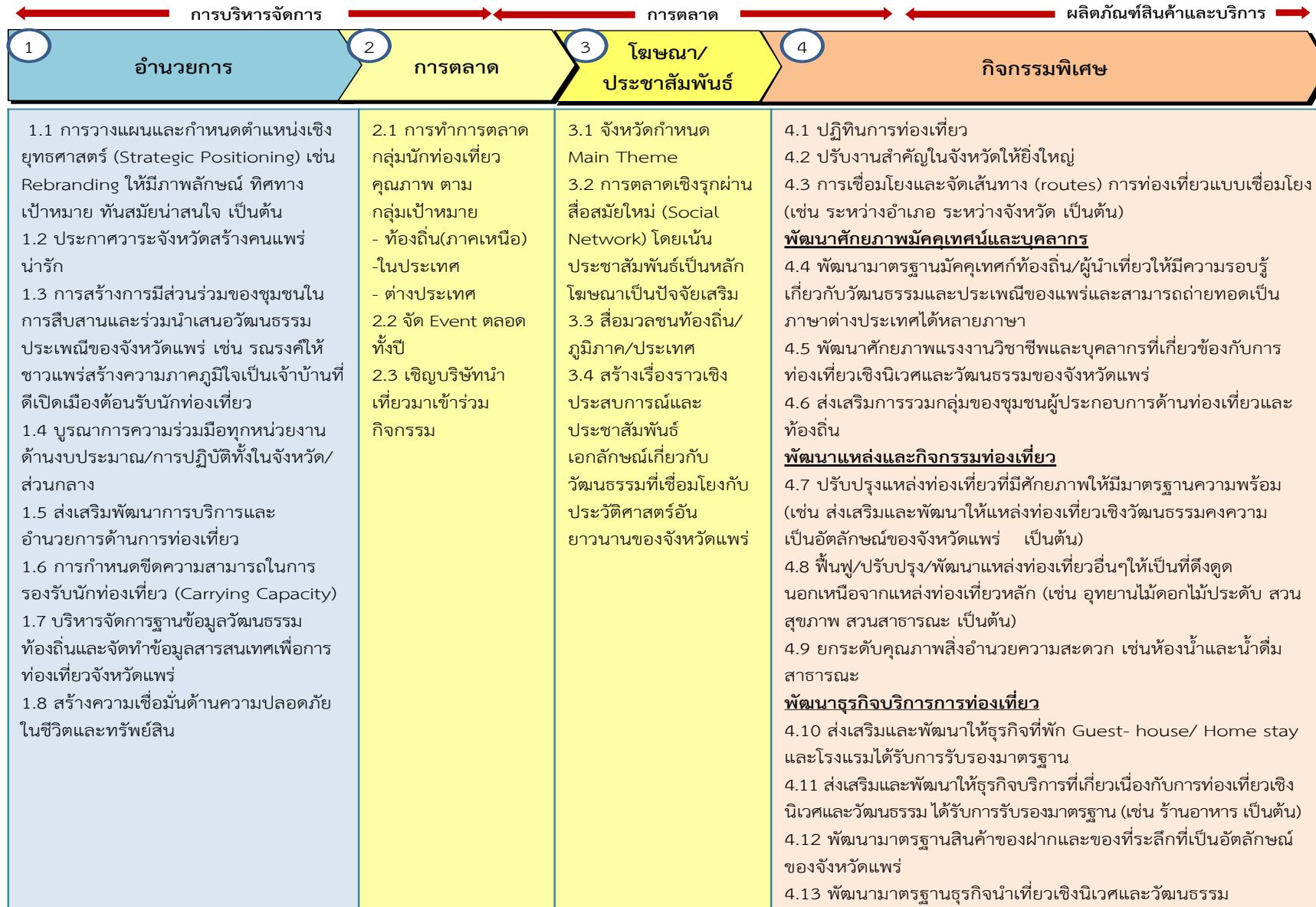
รายการสถิติทางการที่สำคัญจำเป็น 10 รายการแรก

ที่	รายการสถิติทางการ	จำนวนจังหวัดที่มีข้อมูลเหมือนกัน
1.	จำนวนมัคคุเทศก์ท้องถิ่น/ผู้นำเที่ยวที่ได้รับการอบรม/พัฒนาให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติวัฒนธรรมและประเพณี และสามารถถ่ายทอดเป็นภาษาต่างประเทศได้หลายภาษา	49
2.	รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เพิ่มขึ้น/ในปีปัจจุบันและปีที่ผ่านมา	45
3.	จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ รูปแบบการจัดการเดินทาง พาหนะการเดินทาง สถานที่พัก วัตถุประสงค์การเดินทาง	40
4.	มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP)	34
5.	จำนวนคดีความเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว	27
6.	ระยะเวลาการพำนักภายในจังหวัดของกลุ่มนักท่องเที่ยว	24
7.	จำนวนการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	16
8.	จำนวนธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนให้ขอรับการตรวจรับรองมาตรฐาน เช่นร้านอาหารร้านค้าOTOP เป็นต้น	16
9.	ร้อยละของครัวเรือนที่เข้าถึงน้ำประปา/ไฟฟ้า	14
10.	ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจำแนกตามประเภท	10



“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

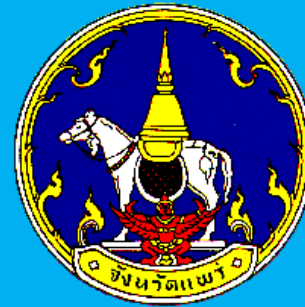
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : ผลักดันที่มีศักยภาพ ”การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม”



ผังรายการสถิติทางการ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม” จังหวัดแพร่

ตัวอย่าง

จังหวัดแพร่



“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

STEP 2

ห่วงโซ่คุณค่า (VC) และปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ตัวชี้วัด	ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็น	หน่วย	มี/ไม่มีฐานข้อมูล	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ความถี่ของข้อมูล	หน่วยงานผู้รับผิดชอบ
VC 1 : การอำนวยความสะดวก							
CSF 1.1 การวางแผนและกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) เช่น Rebranding ให้มีภาพลักษณ์ ทิศทาง เป้าหมายทันสมัยน่าสนใจ เป็นต้น	KPI 1.1-2 ระดับความสำเร็จของการ Rebranding ให้จังหวัดแพร่ มีภาพลักษณ์ ทิศทาง เป้าหมายทันสมัยน่าสนใจ	Data 1.1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	คน	มี	ทะเบียน	รายปี	1) สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 2) กรมการท่องเที่ยว
		Data 1.1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศ	คน	มี	ทะเบียน	รายปี	
		Data 1.1.5 จำนวนรายได้จากแหล่งท่องเที่ยว	บาท	มี	ทะเบียน	รายปี	
		Data 1.1.6 ระยะเวลาทำนิกของนักท่องเที่ยว	วัน	มี	ทะเบียน	รายปี	
		Data 1.1.7 ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยว	บาท	มี	ทะเบียน	รายปี	
พัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยว							
CSF 4.12 พัฒนามาตรฐานสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของแพร่	KPI 4.12-1 จำนวนสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของแพร่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (เช่น มผช. OTOP 5 ดาว เป็นต้น)	Data 4.12.2 จำนวนสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของแพร่ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (เช่น มผช. OTOP 5 ดาว เป็นต้น)	ร้าน	มี			1) สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
		Data 4.12.3 มูลค่าสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของแพร่	บาท	มี			

ตัวอย่าง

จังหวัดแพร่

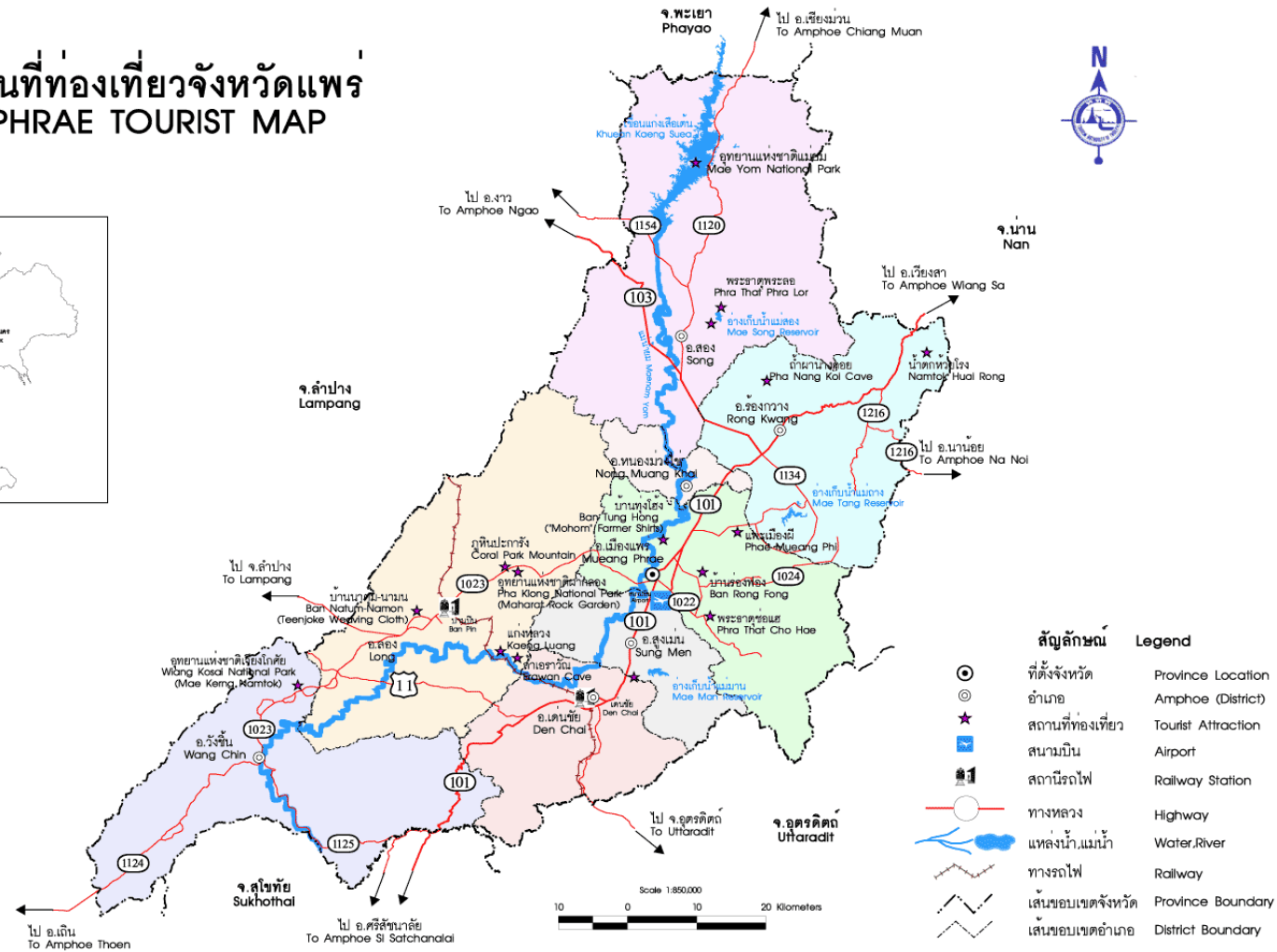


“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

STEP 2



แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ PHRAE TOURIST MAP



แหล่ง
ท่องเที่ยวสำคัญ

พระธาตู่ช่อแฮ, วัดพระธาตู่ช่อแฮ, วัดเก่าในเมืองแพร่, วนอุทยานแพะเมืองผี, อุทยานแห่งชาติดอยผาหลวง, อุทยานแห่งชาติแม่ยม, อุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย



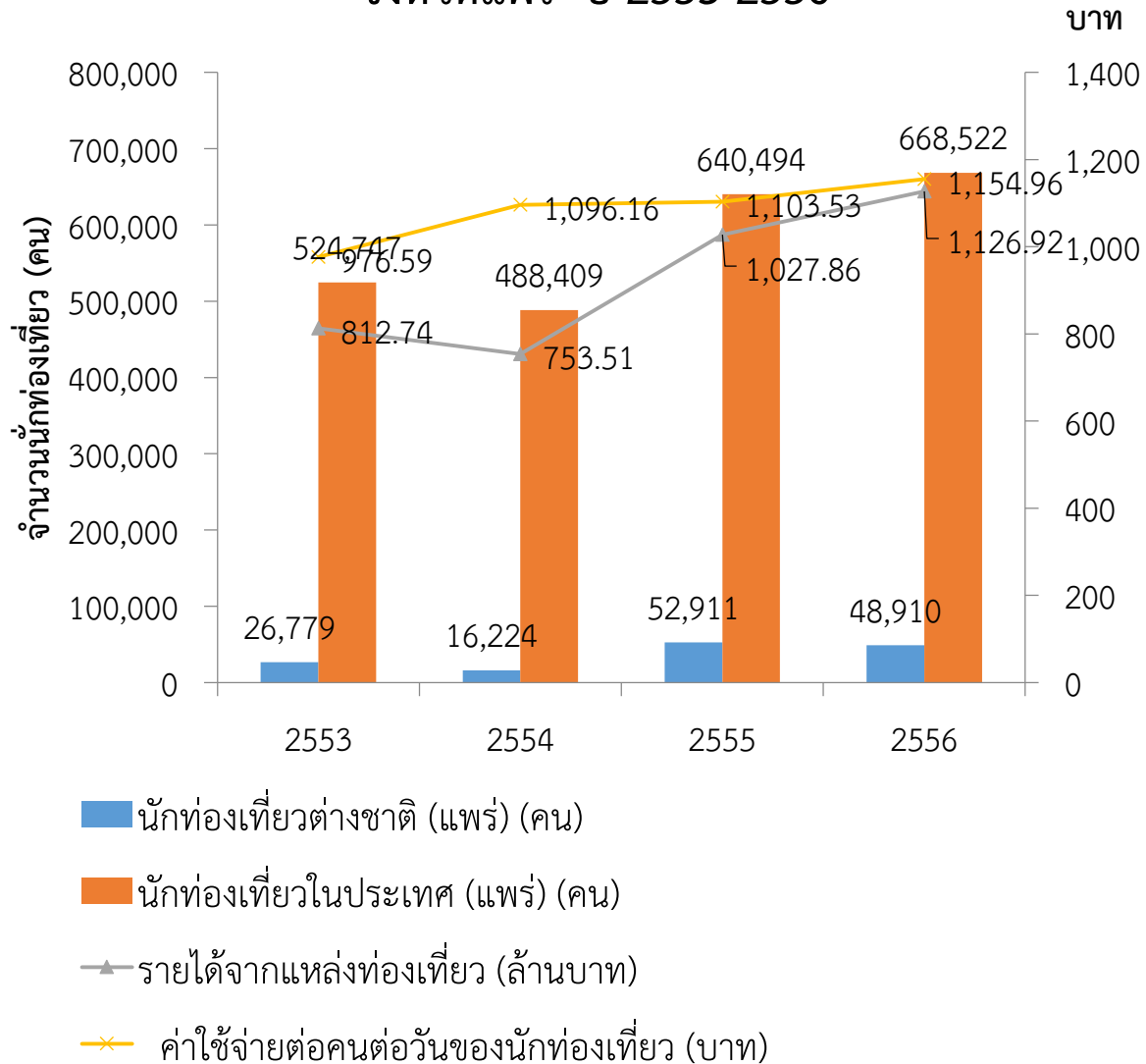
“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

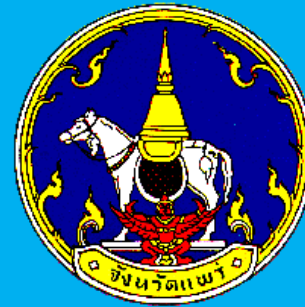
วิเคราะห์ข้อมูลจากแผนภูมิ

จากแผนภูมิ จะเห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่เริ่มคงที่ ส่วนค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวเริ่มคงที่เช่นกัน ในขณะที่รายได้จากแหล่งท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น

แสดงให้เห็นว่า รายได้จากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาจจะมาจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ในขณะที่เดียวกันควรส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวให้มากขึ้น

กราฟแสดงจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว จังหวัดแพร่ ปี 2553-2556





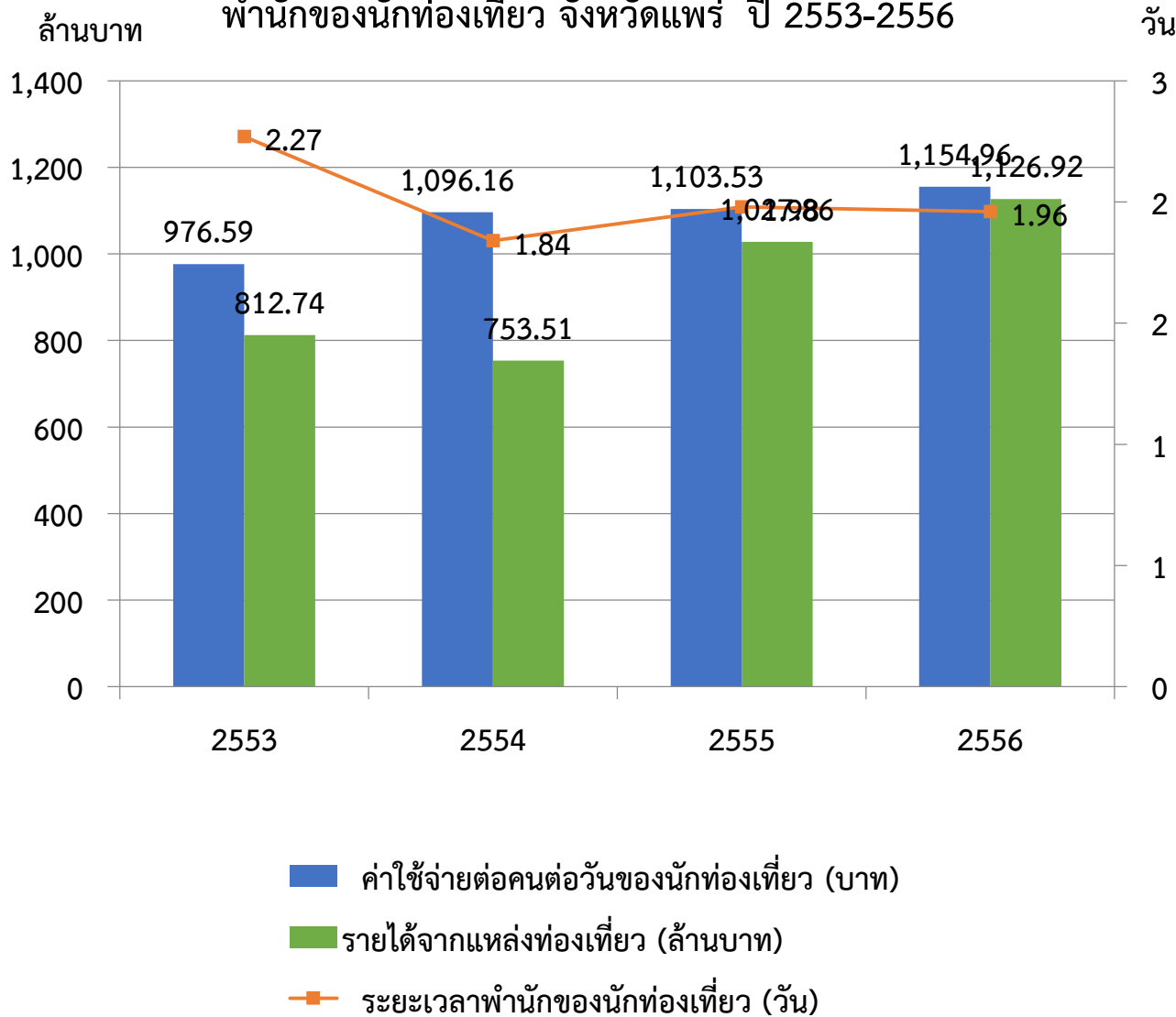
“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

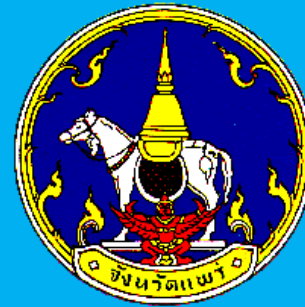
วิเคราะห์ข้อมูลจากแผนภูมิ

จากแผนภูมิ จะเห็นว่ารายได้จากแหล่งท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลง

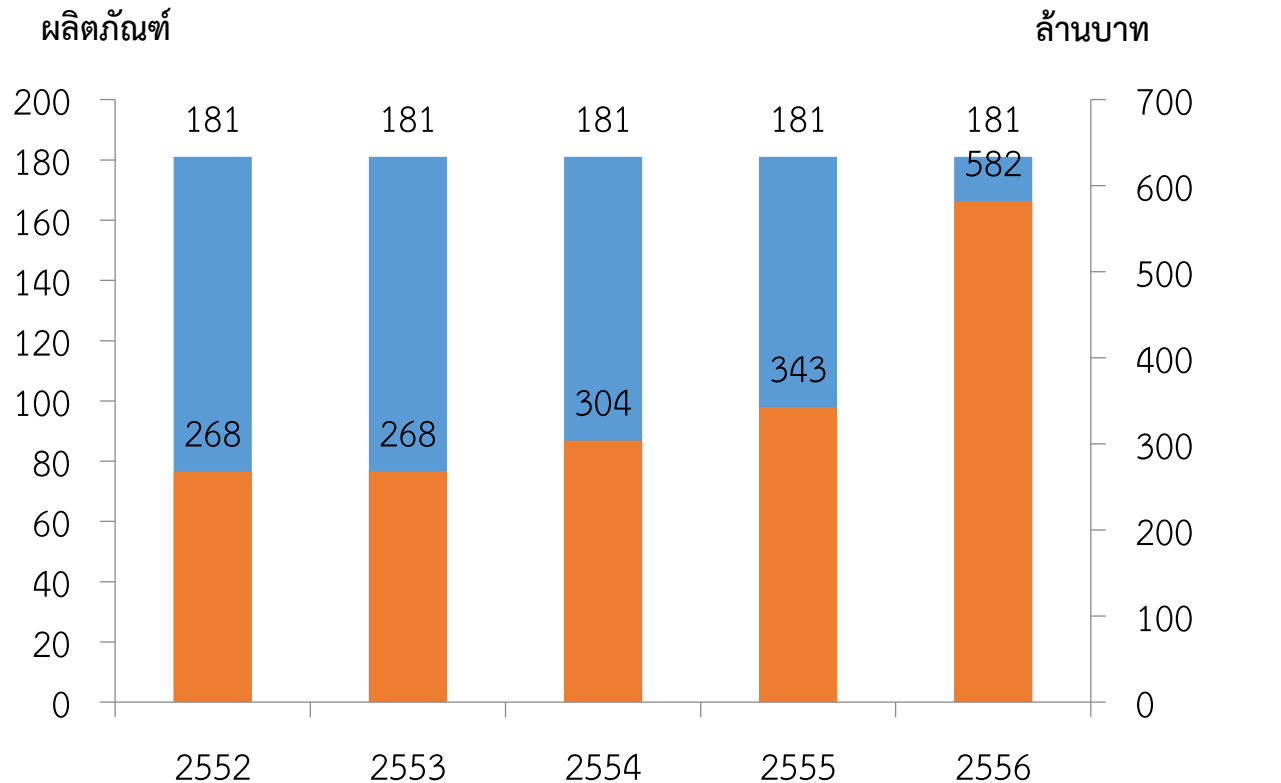
แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันกลับมีการท่องเที่ยวในจังหวัดลดลง อาจจะเนื่องมาจากปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่พัก ไม่ใช่จังหวัดเป้าหมายในการเดินทางและความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตอยู่ในจังหวัด เป็นต้น ทำให้การใช้เวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดลดน้อยลง

กราฟแสดงรายได้จากแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว จังหวัดแพร่ ปี 2553-2556





กราฟแสดงจำนวนและมูลค่าสินค้าที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์
ของแพร่ ปี 2552-2556



- จำนวนสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของแพร่ (ผลิตภัณฑ์)
- มูลค่าสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของแพร่ (บาท)

วิเคราะห์ข้อมูลจากแผนภูมิ

จากแผนภูมิ จะเห็นว่าจำนวนสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดแพร่ มีจำนวน 181 ผลิตภัณฑ์ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ตั้งแต่ปี 2552-2556 แต่มูลค่าสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดแพร่ มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ

แสดงให้เห็นว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดแพร่ ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในตัวสินค้าและของฝากมากขึ้น



“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

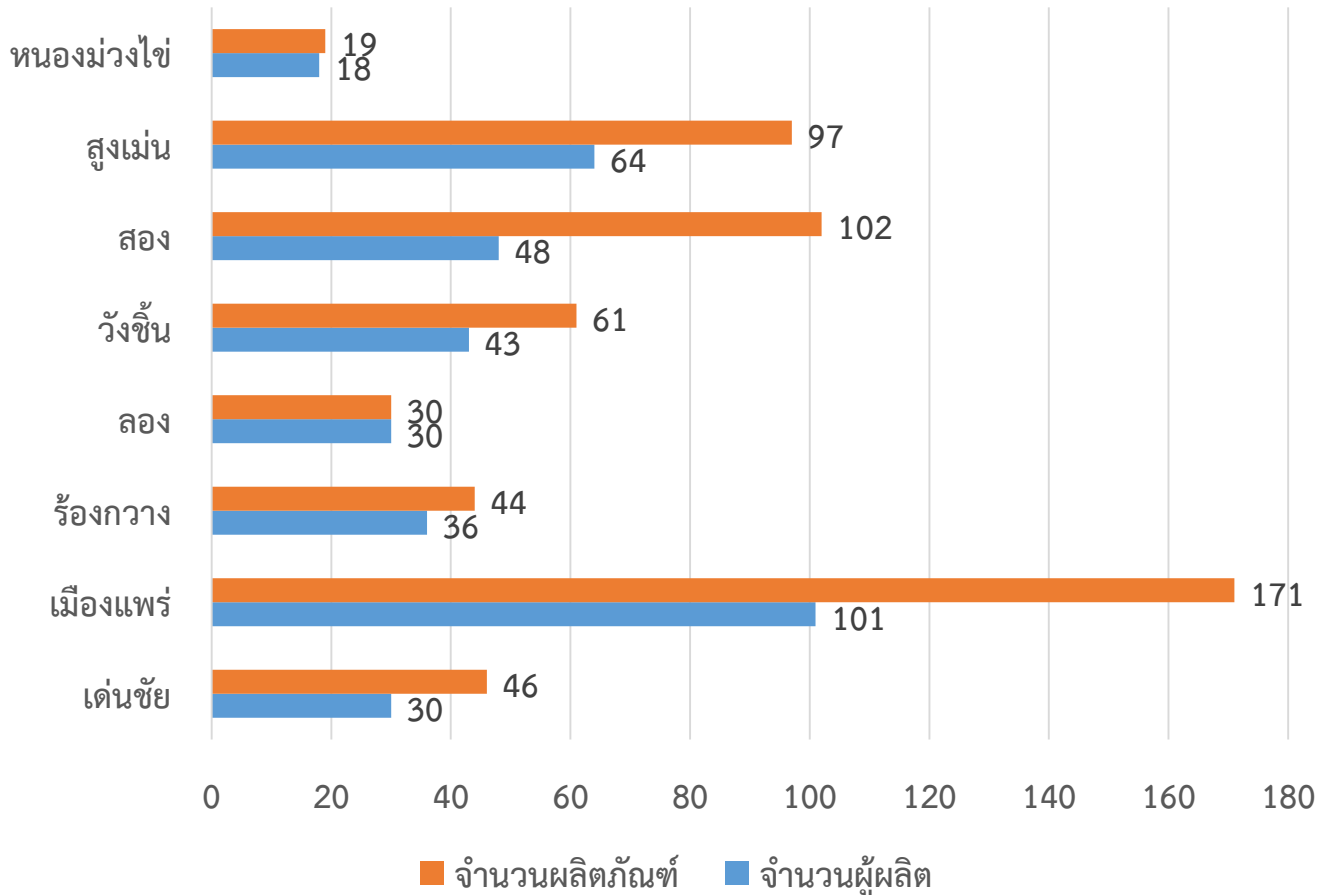
STEP 2

วิเคราะห์ข้อมูลจากแผนภูมิ

จากแผนภูมิจะเห็นว่า จำนวนผู้ผลิต และจำนวนผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ส่วนมากอยู่ในอำเภอเมืองแพร่ และสัดส่วนผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ในแต่ละอำเภอมีไม่เท่ากัน โดยอำเภอเมืองแพร่มีสัดส่วนผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างสูงกว่าอำเภออื่น ๆ

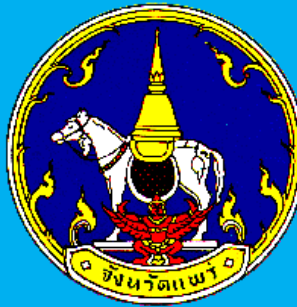
แสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตในอำเภอเมืองแพร่มีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มากกว่าผู้ผลิตในอำเภออื่น ๆ จึงควรสนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตให้กับผู้ผลิตในอำเภออื่น ๆ เพื่อให้มีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น

แผนภูมิแสดงจำนวนผลิตภัณฑ์และจำนวนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP)



ตัวอย่าง

จังหวัดแพร่



“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

STEP 3

สรุปประเด็นสำคัญต่อยุทธศาสตร์

(Strategic Issues) (การวิเคราะห์ข้อมูล Step 2)

โครงการสำคัญ / มาตรการ

1. ควรส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวให้มากขึ้น

1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและของฝากที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดแพร่ ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในตัวสินค้าและของฝากมากขึ้น

2. โครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้า OTOP
3. โครงการพัฒนาตลาดสินค้า OTOP

3. ควรสนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตให้กับผู้ผลิตในอำเภออื่น ๆ เพื่อให้มีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น

1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่

วัตถุประสงค์/ เป้าหมาย

1.
2.

กิจกรรม หรือ แนวทางโครงการ

1.
2.

ตัวอย่าง

จังหวัดแพร่



“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

STEP 4

2. โครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้า OTOP

วัตถุประสงค์/ เป้าหมาย

1.
2.

กิจกรรม หรือ แนวทางโครงการ

1.
2.

ตัวอย่าง

จังหวัดเพชร



“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

STEP 4

3. โครงการพัฒนาตลาดสินค้า OTOP

วัตถุประสงค์/ เป้าหมาย

1.
2.

กิจกรรม หรือ แนวทางโครงการ

1.
2.

ตัวอย่าง

จังหวัดเพชร



“การท่องเที่ยว
เชิงนิเวศและ
วัฒนธรรม”

STEP 4

