

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ

25-CP-04-GE-TRC-A

Training Course on Tourism 4.0 for Inclusive, Productive Rural Development

ระหว่างวันที่

30 มิถุนายน 2568 – 4 กรกฎาคม 2568

ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

จัดทำโดย

นางปวันรัตน์ วงศ์วรรณไพศาล

ตำแหน่งนักพัฒนานวัตกรรม ผ่านสนับสนุนการเงินนวัตกรรมรายพื้นที่

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

วันที่ 1 กันยายน 2568

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
1. ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ	3
2. เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมแสดงความคิดเห็นหรือยกตัวอย่าง ประเด็นที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กร หรือประเทศไทย	4
3. ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจาก การเข้าร่วมโครงการ	15
4. เอกสารแนบ	17

ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

1.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ

โครงการ 25-CP-04-GE-TRC-A: Training Course on Tourism 4.0 for inclusive, Productive Rural Development จัดขึ้นโดย องค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย (APO) ร่วมกับ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ณ โรงแรมพูลแมนจี สีสม กรุงเทพมหานคร มีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด 20 คน จาก 15 ประเทศที่อยู่ในสมาชิกของ Asian Productivity Organization หรือ องค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย (APO) คือ องค์การระหว่างประเทศของรัฐบาลในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก จัดตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1961 เป็นองค์กรที่เป็นกลางทางการเมือง ไม่แสวงกำไร และไม่แบ่งแยกเชื้อชาติหรือความแตกต่าง องค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มผลิตภาพและเร่งรัดการพัฒนาทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกและดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยรับบทบาทเป็นองค์กรผู้ให้คำปรึกษาและรวบรวมข่าวสารการปรับปรุงการเพิ่มผลิตภาพ ประกอบไปด้วย ประเทศ Bangladesh, Cambodia, the Republic of China, Fiji, Hong Kong, India, Indonesia, the Islamic Republic of Iran, Japan, the Republic of Korea, Lao PDR, Malaysia, Mongolia, Nepal, Pakistan, the Philippines, Singapore, Sri Lanka, Thailand, Türkiye และ Vietnam

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมอบรม

- เพื่อส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมได้เข้าใจแนวคิด Tourism 4.0 และบทบาทต่อการพัฒนาชุมชนชนบทอย่างยั่งยืน
- เพื่อส่งเสริมเสริมทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AI, IoT, Big Data, AR, Robotics ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการท่องเที่ยวเชิงชุมชน Tourism 4.0
- เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย การพัฒนาชุมชนชนบทอย่างยั่งยืน



Training Course on Tourism 4.0 for Inclusive, Productive Rural Development

30 June – 4 July 2025 | Bangkok, Thailand



ภาพที่ 1 ภาพรวมผู้เข้าร่วมอบรม และวิทยากร

1.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมแสดงความคิดเห็นหรือยกตัวอย่างประเด็นที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรหรือประเทศไทย

การอบรม วันจันทร์ที่ 30 มิถุนายน 2568

ซึ่งหัวข้ออบรมในวันนี้ ประกอบด้วย Tourism 4.0 - การพัฒนาอย่างชาญฉลาด ยั่งยืน และครอบคลุมแนวคิดของ Tourism 4.0 ซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีจากอุตสาหกรรม 4.0 เข้าสู่ภาคการท่องเที่ยว โดยเน้นการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) อินเทอร์เน็ต (IoT) และเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR/VR) เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยกรณีศึกษาจากสหภาพยุโรปและภูมิภาคบอลข่านตะวันตกชี้ให้เห็นถึงการใช้ AI ในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การคาดการณ์แนวโน้มการเดินทาง การสร้างแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวอัจฉริยะ ตลอดจนผลลัพธ์เชิงบวกจากการทดลองใช้งานจริง เช่น การเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการเข้าถึงที่เท่าเทียมมากขึ้น

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกส่งผลต่อนโยบายด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการตลาดท่องเที่ยว 4.0 ที่เน้นด้านนวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวและตลาดท่องเที่ยว เกิดเป็นกลุ่มธุรกิจผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Startup) ด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้ประกอบการแหล่งทุนหรือหน่วยงานภาครัฐ ที่สนับสนุนเกิดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวโซโลโม (So Lo Mo) ซึ่งมาจากคำว่า Social Local หรือ Location และ Mobile ที่ใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จัดการวางแผนด้วยตนเองแบบอิสระ (DIT-Domestic Independent Tourism) และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มาเที่ยวด้วยตนเองแบบอิสระ (FIT-Foreign Independent Tourism) มีการจัดการวางแผนด้วยตนเองทุกอย่างทำให้เกิดการตลาดท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เน้นการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ซึ่งถือว่าการตลาดสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) ที่เป็นการเปิดกว้างทางความคิด การมีส่วนร่วม และยังเป็นการยอมรับความแตกต่างของแต่ละบุคคลด้วยมีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำให้ลูกค้ามีการติดต่อแลกเปลี่ยนความรู้ตลอดจนการค้นหาข้อมูล ชื้อ-ขาย สินค้าและบริการที่ไร้พรมแดน ด้วยการเชื่อมโยงการตลาดแบบออนไลน์ (Online) ออฟไลน์ (Offline) และการบริหารช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Omni Channel) ส่งผลให้ผู้ประกอบการยุคนี้สามารถวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องในการทำตลาดรูปแบบใหม่และสอดคล้องกับแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต



ภาพที่ 2 กิจกรรมการเข้าร่วมอบรม

วันอังคารที่ 1 กรกฎาคม 2568

เข้าร่วมอบรมหัวข้อ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในหัวข้อนี้ นำเสนอกรณีศึกษาจากหลายประเทศในเอเชียแปซิฟิก ที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เช่น ญี่ปุ่นที่ใช้ระบบหุ่นยนต์และ IoT ในโรงแรมและสนามบิน เกาหลีใต้ที่พัฒนาแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวแบบบูรณาการผ่านสมาร์ทโฟน รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันที่สามารถแปลภาษาแบบเรียลไทม์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ขณะที่ อินโดนีเซียนั้นการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมเพื่อทำการตลาดแบบเจาะกลุ่ม ส่วนประเทศไทยเองก็เริ่มพัฒนาแพลตฟอร์มการจูงจูงกิจกรรมในท้องถิ่นและระบบบริหารจัดการนักท่องเที่ยวแบบอัตโนมัติ

ทั้งนี้ ได้รับเกียรติการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ Dr. Urska Starc Peceny และ Dr. Neha Arora ในการถ่ายทอดการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในพื้นที่เอเชียแปซิฟิก ได้มีการจัดกิจกรรมให้ตัวแทนผู้เข้าอบรมแต่ละประเทศ ได้ยกตัวอย่างพื้นที่ที่น่าสนใจของแต่ละประเทศ ที่เป็นพื้นที่ที่มีการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสร้างผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม กับชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ดิฉันจึง

ได้นำเสนอ พื้นที่คลองแม่ข่า ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดเชียงใหม่ ที่เกิดจากการแก้ปัญหามลพิษทางน้ำ และการจัดการพื้นที่ที่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานเทศบาล ชุมชน เอกชน รวมถึง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติในการผลักดันให้มีการนำนวัตกรรมเข้าไปใช้ในพื้นที่ยังกล่าวในการแก้ปัญหาความเสียหาย และการนำแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการให้การสนับสนุนทุนกลไกนวัตกรรมแบบเปิดด้านเศรษฐกิจและสังคม รายละเอียดที่ได้นำเสนอดังนี้

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA โดยฝ่ายสนับสนุนการเงินนวัตกรรมรายพื้นที่ เป็นอีกหนึ่งหน่วยงาน ที่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่คลองแม่ข่า ผ่านทางหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม เพื่อนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน (SID-AT UN) ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยการสนับสนุนผลงานนวัตกรรมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่คลองแม่ข่า โดยได้รับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการนำเสนอ จากเจ้าหน้าที่ พิษญาภา ศิริรัตน์ นักพัฒนานวัตกรรม ฝ่ายนวัตกรรมการเงินรายพื้นที่ ดังนี้

- 1) Smart Pole รู้ทันฝุ่นพิษ พิชิตน้ำเสีย ร่วมกับ บริษัท จัมโบ้อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด (สำนักงานใหญ่) โดยเป็นการพัฒนาอุปกรณ์เสาอัจฉริยะ ซึ่งประกอบด้วย อุปกรณ์ทดสอบคุณภาพน้ำ ชุดอุปกรณ์ตรวจวัดสภาพอากาศ จอแสดงผล LED projector และแพลตฟอร์มเก็บข้อมูล ซึ่งเสาอัจฉริยะนี้นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวในการเข้าถึงข้อมูลเมืองต่าง ๆ รวมถึงคุณภาพน้ำและอากาศในบริเวณนั้น ยังเป็นประโยชน์ต่อชุมชนที่จะช่วยกันตรวจสอบดูแลคุณภาพน้ำ ผ่านเครื่องวัดที่เชื่อถือได้ และเพิ่มความสวยงามในพื้นที่ด้วยไฟ LED Projector ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวจุดแรกที่ได้มีการใช้ Lighting ตกแต่งสถานที่ทางเข้าคลองแม่ข่าอย่างถาวร
- 2) TARA Donate เพื่อแม่ข่าชุมชนน่าเที่ยว ร่วมกับบริษัท โคเวสต์แอสส์ จำกัด ในการพัฒนาแพลตฟอร์มการชวนเชิญคนบริจาคเงิน เพื่อดูแลคลองแม่ข่าผ่านระบบ Blockchain นับเป็นกลยุทธ์การสร้างความร่วมมือร่วมใจในการดูแลพื้นที่สาธารณะ โดยผลงานนี้เกิดจากผู้พัฒนานวัตกรรมเล็งเห็นถึงปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบริเวณคลองแม่ข่า และต้องการบริจาคเงินเพื่อพัฒนาสภาพน้ำในคลองแม่ข่า แต่ไม่รู้ที่มาที่ไปในการบริจาค และไม่มีการดูแลเงินบริจาคที่มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ จึงได้เสนอการสร้างแพลตฟอร์มช่วยบริจาคขึ้นมา โดยผู้บริจาคจะสามารถบริจาคเข้าไปในระบบผ่านแพลตฟอร์ม และจะได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าชุมชน ส่วนเงินบริจาคจะเข้าไปอยู่ที่แพลตฟอร์มกลาง โดยเทศบาลนครเชียงใหม่จะเป็นผู้มาตรวจสอบคุณภาพน้ำและกอดอนุมัติเงินบริจาคผ่านระบบ ต่อมาเงินบริจาคจะถูกส่งไปสู่หัวหน้าชุมชนเพื่อกระจายเงินบริจาคอย่างเท่าเทียม สร้างแรงจูงใจในการดูแลสภาพลำคลองให้แก่ชุมชน โดยผลงานนวัตกรรมนี้สร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนและเทศบาลโดยตรงในการลดค่าใช้จ่ายในการดูแลลำคลองของเทศบาล จากการกระตุ้นให้ชุมชนดูแลลำคลองผ่านเงินบริจาค และจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาบริจาค

- 3) ถอดรหัสจินตนาการพัฒนาคลองแม่ข่า ร่วมกับบริษัท ไอเซียงใหม่ จำกัด ในการพัฒนาแพลตฟอร์มการรับฟังเสียงของประชาชน แบ่งเป็นจากทั้งคนในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และชุมชน โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการออกแบบพื้นที่คลองแม่ข่าในอนาคต พร้อมค่ามิเตอร์วัดความสมบูรณ์ของพื้นที่ โดยโครงการนี้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป เนื่องจากมีทั้งการนำเสนอการสำรวจความคิดเห็น โดยการให้ผู้ต้องการแสดงความคิดเห็นติดสติ๊กเกอร์ตามจุดสาธารณะ และร้านค้าแพต่าง ๆ รวมถึงมีการสำรวจความคิดเห็นทางออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ <https://chiangmaialivemaekha.com/> เพื่อให้ภาครัฐสามารถเก็บเป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนาเมืองในอนาคต เครื่องมือนี้นี้ถือเป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอแนวทางพัฒนาให้ทุกฝ่ายเห็นภาพเดียวกัน โดยได้รับผลตอบรับเป็นเสียงชื่นชมถึงกิจกรรมการฟังเสียงของคนในเมืองอย่างสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก
- 4) นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาโครงการนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่เกี่ยวข้องกับคลองแม่ข่า ได้แก่ โครงการ “น้องสุขใจ: ตึกตา NFT ท่องเที่ยววิถีถิ่นย่านคลองแม่ข่า” โดย บริษัท คริปโต ซิตี้ คอนเน็กซ์ จำกัด โครงการที่มุ่งกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการนำ “น้องสุขใจ” มาสคอตสุดน่ารักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มาเป็นตัวดึงดูด ให้นักท่องเที่ยวและนักสะสม สามารถมาเก็บไอเท็ม (item) การแต่งกายของน้องสุขใจ Version คลองแม่ข่า ซึ่งสามารถเก็บได้ที่คลองแม่ข่าที่เดียวเท่านั้น



ภาพที่ 3 กิจกรรมการบรรยายของวิทยากร Dr. Neha Arora และการนำเสนอข้อมูลตัวอย่างพื้นที่ในประเทศไทยที่เหมาะสมต่อการนำแนวความคิด Tourism 4.0 ในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

วันพุธที่ 2 กรกฎาคม 2568

หัวข้อการบรรยาย เป็นการเชิญวิทยากรคุณสมศักดิ์ บุญคำ CEO จาก Local Alike วิสาหกิจเพื่อสังคมแบบแบ่งปันกำไร (Social Enterprise) ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงพัฒนาชุมชน (Community-Based Tourism) อย่างยั่งยืน ร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และองค์กรพัฒนา เพื่อออกแบบกิจกรรมที่สร้างรายได้ เสริมความเข้มแข็งและรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเชื่อว่าการท่องเที่ยวคือ เครื่องมือสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกทั้งในระดับชุมชน เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ตัวชี้วัดสำคัญของ Local Alike (Key Metrics) ทำงานร่วมกับกว่า 300 ชุมชนทั่วประเทศ พัฒนาศักยภาพบุคลากรกว่า 1,800 คน มีนักท่องเที่ยวกว่า 45,000 คนใช้บริการผ่านแพลตฟอร์ม ดำเนินโครงการร่วมกับภาครัฐและเอกชนรวมกว่า 50 โครงการ รายได้เติบโตหลังสถานการณ์โควิดด้วย CAGR ปี 2021-2024 ที่ 2.03% และมีกำไรสุทธิ ทั้งนี้ได้มีการพาลงพื้นที่ไปที่ การท่องเที่ยวชุมชนที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยเป็นการเรียนรู้วิถีชุมชน และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างทั่วถึง



ภาพที่ 4 การบรรยายของคุณสมศักดิ์ บุญคำ CEO จาก Local Alike

นอกจากนี้ ได้เข้าร่วมกิจกรรมลงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในพื้นที่หมู่บ้านบางกอบัว ทั้งนี้หมู่บ้านบางกอบัว เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในตำบลบางกอบัว อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติใกล้กรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกิจกรรมหลากหลาย เช่น ล่องเรือชมอุโมงค์ต้นจาก เรียนรู้วิถีชีวิตริมคลอง ทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ สป่าทำสมุนไพร และชิมอาหารท้องถิ่นอย่างเมี่ยงกลีบบัวพริกเกลือ พร้อมทั้งมีที่พักในสวนให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งผู้เข้าร่วมอบรมได้ร่วมกิจกรรม การย้อมสีเส้นจากธรรมชาติ การทำลูกประคบ ตลอดจนเรียนรู้การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว

ชุมชน ที่สร้างรายได้ให้ผู้คนในชุมชน และการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการสร้างการรับรู้การเข้าถึงบริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน



ภาพที่ 5 กิจกรรมการลงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ณ ตำบลบางกอบัว อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วันพฤหัสบดีที่ 3 กรกฎาคม 2568

อบรมหัวข้อเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของข้อมูล เทคโนโลยี และการวิเคราะห์จุดหมายปลายทาง หัวข้อนี้เจาะลึกในเรื่องการใช้ข้อมูล เพื่อการวางแผนและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด โดยเริ่มจากการระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (stakeholders) และการวิเคราะห์ช่องว่างของข้อมูล เช่น ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม และข้อมูลทางเศรษฐกิจ รวมถึงเทคนิคในการประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เพื่อให้ผู้กำหนดนโยบายสามารถตัดสินใจได้แม่นยำและมีประสิทธิภาพมากขึ้น และได้มีการจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อให้แต่ละกลุ่ม นำเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว ทำตัวอย่างการวิเคราะห์ของพื้นที่ตัวเอง ทั้งนี้ ได้มีการทำงานกลุ่มร่วมกับ ประเทศมาเลเซีย ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ และอินเดีย ได้ร่วมแลกเปลี่ยน

ปัจจัยต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หากจะต้องดำเนินการพัฒนาพื้นที่สร้างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยเทคโนโลยี



ภาพที่ 7 กิจกรรมงานกลุ่ม ระดมความคิดนำเครื่องมือการประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ
วิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ

วันศุกร์ที่ 4 กรกฎาคม 2568

นำเสนอผลงานกลุ่มแต่ละกลุ่ม จากตัวอย่างการนำเครื่องมือการประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ วิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว ทำตัวอย่างการวิเคราะห์ของพื้นที่ตัวเอง ทั้งนี้ ได้มีการทำงานกลุ่มร่วมกับ ประเทศมาเลเซีย ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ และอินเดีย ได้ร่วมแลกเปลี่ยนปัจจัยต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หากจะต้องดำเนินการพัฒนาพื้นที่สร้างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยเทคโนโลยี ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์รวมกับพบว่า การพัฒนาพื้นที่ชุมชนโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ยังมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับความช่วยเหลือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐในพื้นที่ การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา รวมถึงความร่วมมือในชุมชน ทั้งนี้การอบรมครั้งนี้ สามารถนำความรู้ที่ได้ ไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนา

โครงการด้านการท่องเที่ยว หรือการประเมินข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาพื้นที่ เป็นต้น โดยรายละเอียดของการวิเคราะห์พื้นที่ โดยใช้เครื่องมือดังที่ได้รับการอบรม รายละเอียดตามสไลด์ในการนำเสนอ ดังนี้

Step 1: Mapping Data Sources and Providers

COUNTRY	SITE /LOCATION	AVAILABILITY OF DATA RESOURCES	NEEDS
Thailand	Maeka canal in chiang mai province	Municipality data is available but not site specific data available	Tech-providers for management of data AI Tools
Malaysia	Gua Batu Maloi in Negeri Sembilan state	Empirical data available, needs to be expanded covering more criteria	Data Space and Tools (IT Experts)
Pakistan	Hunza Valley	data sources are available but information on other stakeholders is needed	Data on Tourist enterprise and service providers needed
Philippines	Province of Isabela	Provincial Data, list of Tourist establishment, No. of Tourist and Visitor monthly data available, MICE attendees	Data Space and Management System
India	Adalaj Stepwell	Empirical Data, Site monthly Data	Data Management, space and AI Tools

Step 2: Assessing the Impact of Tourism on Key Locations

Impact of Tourism				Needs/Action
	Social	Environment	Economic	
Thailand	Enhance Community participation, Upskilling and knowledge transfer	Restoration of Biodiversity and improve urban resilient to climate change	Creation of new Jobs, Business Opportunities and better income	Technology and AI based solution for effective management of Site
Malaysia	Community pride, Cultural Appreciation and enhanced community participation Upskilling and knowledge transfer	Biodiversity loss, river pollution, waste management issues Safety management in place	Creation of new Jobs, Business Opportunities and better income	Improving in safety management, weather monitoring, create more tourism products, increased awareness of sustainable tourism Technology and AI based solution for effective management of Site
Pakistan	Overcrowding, strain on local infrastructure, increased cost of living, social conflict, crime, Cultural Erosion Upskilling and knowledge transfer	Deforestation, waste management challenge, water pollution	Trade increased in gemstones	Technology driven Tourist Site management, law and order maintenance Technology and AI based solution for effective management of Site
Philippines	Encourage the preservation of local tradition and heritage Upskilling and knowledge transfer	waste management challenge and Deforestation	Creation of new Jobs, Business Opportunities and better income, MSME increased related to Tourism	Need more policy for sustainability, making tourism a Key Industry of the Region More awareness for preservation of culture and Heritage Technology and AI based solution for effective management of Site
India	Aware about the culture Increased cost of living, Upskilling and knowledge transfer	waste management challenge Water Pollution	High Revenue generation, Site management Creation of new Jobs, Business Opportunities and better income	Technology and AI based solution for effective management of Site

**Step-3
Enhancing
Existing Data
Sources and
Establishing
New Ones**

Country	data sources are working well	Needs
	Local	Data space, data capturing & analyzing tools, IT Expert, Data on Tourist spending
Thailand	Local	
Malaysia	National	
Pakistan	Local Data	
Philippines	Local and National	
India		

**Step 4:
Monitoring
Tourist Flows**

Country	Are tourist flows being tracked in your area	Needs
Thailand	No	Sensor System, GIS, Traffic Monitoring system , knowledge and Training
Malaysia		
Pakistan		
Philippines		
India		

**Step 5:
Identifying
Alternative
Tourism
Destinations for
Flow Redirection**

Alternative Tourism Destinations		Need
Philippines	Available sites but hard to reach destinations	Develop more tourism circuits, tourism mobile app to promote tourism sites
India	Inclusive community based tourism	Expertise support
Pakistan		



Country	Use of Digital Tools	Needs building as well as AI based upgradation
Thailand	Partially related to Tourism 3.0	Sensor System, GIS, Traffic Monitoring system , knowledge and Training
Malaysia		
Pakistan		
Philippines		
India		



ภาพที่ 8 รวมภาพการเสนอข้อมูลกิจกรรมงานกลุ่ม

ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ

โปรดระบุประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ โดยแบ่งเป็น

2.1 แนวทางในการนำความรู้ ทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ครั้งนี้ ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงาน มีดังนี้

สามารถนำแนวคิดในการพัฒนาโครงการนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจและสังคม ที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับพื้นที่ชุมชนให้เป็นสถานที่ ที่น่านวัตกรรมเข้าไปพัฒนาหรือยกระดับให้เกิดธุรกิจนวัตกรรม ทั้งนี้ จะได้นำพื้นฐานการคิดวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่ในพื้นที่ ในการแนะนำหรือเชื่อมโยงเครือข่ายนวัตกรรมทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน

2.2 ระยะเวลาในการนำความรู้ ทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน ครั้งนี้ มาใช้ในการปฏิบัติงานจริง แนวคิดความรู้และความเข้าใจพื้นฐาน ในการอบรมครั้งนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้ทันที

2.3 ปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการนำความรู้ และทักษะที่ได้รับไปปรับใช้ในการปฏิบัติงาน เนื่องจากเป็นหลักสูตรเนื้อหาโดยภาพรวม และมีการแนะนำการอบรมต่อเนื่องในส่วนของการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่ชุมชนที่ต้องการพัฒนา ซึ่งถ้าจากเนื้อหาภาพรวมในการอบรมจึงอาจจะยังไม่สามารถวางแผนการบริหารจัดการโครงการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพได้ในทันที

2.4 กิจกรรมการขยายผลที่จะดำเนินการภายใน 6 เดือนหลังเข้าร่วมโครงการ

เนื่องจากงานที่ได้รับผิดชอบของหน่วยงาน อยู่ในขอบเขตการส่งเสริมและสนับสนุนทุนในการพัฒนานวัตกรรมให้สำหรับผู้ประกอบการ หรือนิติบุคคลในการพัฒนานวัตกรรมที่พร้อมขยายผล หรือนำนวัตกรรมไปทดสอบใช้ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือหน่วยงานทดสอบ ทั้งนี้ กิจกรรมที่คาดว่าจะดำเนินงานและมีการเกี่ยวข้องโดยการนำองค์ความรู้จากการอบรมไปประยุกต์ใช้ คือการเปิดรับข้อเสนอโครงการเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีนวัตกรรม ไปพัฒนาพื้นที่ร่วมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยหน่วยงานจะทำการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานทดสอบ การนำนวัตกรรมไปพัฒนาพื้นที่ ซึ่งจะเป็นการร่วมมือระหว่างภาคเอกชน (ผู้ยื่นเสนอโครงการ) ภาครัฐ (หน่วยงานทดสอบ) และประชาสังคม ชุมชน (ผู้ที่ได้รับผลกระทบในการพัฒนาพื้นที่) ซึ่งจะมีการเปิดรับข้อเสนอโครงการในปีงบประมาณ 2569 โดยมีความเป้าหมายในการสนับสนุน 40 โครงการ ทั่วประเทศ จากการสนับสนุนเงินทุนสูงสุดโครงการละ 1.5 ล้านบาท โดยหากมีการนำนวัตกรรมไปขยายผลหรือไปพัฒนาแหล่งพื้นที่ชุมชน คาดว่าจะเกิดผลกระทบทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพิ่มขึ้นจากเดิมก่อนรับทุนสนับสนุนมากกว่า 2 เท่า รายละเอียดกิจกรรม โดยร่างดังนี้

 สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ฝ่ายสนับสนุนการเงินนวัตกรรมรายพื้นที่ เปิดรับข้อเสนอโครงการนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจ รอบที่ 1 ปีงบประมาณ 2569 ภายใต้รูปแบบการสนับสนุน 2 กลไก

1. กลไกการสนับสนุนทุนโครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)

💰 ทุนให้เปล่า (Grant) แบบอุดหนุนบางส่วน (Matching Fund) สำหรับสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจนวัตกรรม เพื่อพัฒนาและนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเชิงพาณิชย์ มาทดสอบการใช้งานกับกลุ่มลูกค้าจริง ทดสอบกระบวนการผลิตเชิงอุตสาหกรรม และทดสอบตลาดการจำหน่ายจริง นำไปสู่การสร้างรายได้จริง เมื่อสิ้นสุดโครงการ

2. กลไกการขยายผลนวัตกรรมในระดับภูมิภาคสู่ตลาด (Regional Market Validation)

💰 ทุนให้เปล่า (Grant) แบบอุดหนุนบางส่วน (Matching Fund) สำหรับส่งเสริมธุรกิจนวัตกรรมที่มีสินค้าหรือบริการนวัตกรรมที่ขายเชิงพาณิชย์แล้ว แต่ต้องการเปิดตลาดใหม่หรือกลุ่มลูกค้าใหม่ ทั้งในระดับภูมิภาค ในประเทศ หรือต่างประเทศในการขยายผลเชิงพาณิชย์

🚩 สนับสนุนเงินทุนสูงสุดไม่เกินร้อยละ 75 ของมูลค่าโครงการ คิดเป็นมูลค่าการสนับสนุนไม่เกิน 1,500,000 บาทต่อโครงการ ในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี

**ทั้งนี้หากเป็นโครงการที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจนวัตกรรมทางด้านอาหาร และ ธุรกิจนวัตกรรมทางด้านดิจิทัลที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์และ IoT จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

คุณสมบัติผู้สมัคร:

ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรม (Smart SMEs) และวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) โดยจะต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นเป็นบุคคลสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของผู้ถือหุ้นทั้งหมด



The poster is titled "REGIONAL INNOVATION BUSINESS PLATFORM" and features the NIA logo at the top. It includes a large orange button that says "เปิดรับใบสมัคร" (Accepting Applications) with a date "รอบ 1/ 2568" (Round 1/ 2025). Below the title, it lists two main categories of support: "เปิดรับข้อเสนอโครงการนวัตกรรมใน 2 กลไกการสนับสนุน" (Accepting innovation project proposals in 2 support mechanisms). The first category is "กลไกการสนับสนุนด้านนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)" (Open Innovation support mechanism), which includes support for R&D, commercialization, and market entry. The second category is "กลไกการขยายผลนวัตกรรมในระดับภูมิภาคสู่ตลาด (Regional Market Validation)" (Regional Market Validation support mechanism), which includes support for market entry, distribution, and sales. The poster also mentions a deadline of "เปิดรับสมัครแล้วตั้งแต่วันที่ - 3 ตุลาคม 2568" (Applications accepted from - October 3, 2025) and provides contact information for NIA, including a website, phone number, and social media handles.

ภาพที่ 9 ร่างแผนการประยุกต์เนื้อหาการอบรม กับกิจกรรมงานที่รับผิดชอบในองค์กร