

ทุนฝึกอบรม

เพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญ ที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค

มุมมองมมคิด 12

ทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือน
สามัญที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค

สำนักงาน ก.พ.

มุมมองมุกคิด 12

ทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติ
ราชการในภูมิภาค

พิมพ์ครั้งที่ 1

กรกฎาคม 2562

จำนวนพิมพ์

300 เล่ม

เจ้าของ

สำนักงาน ก.พ.

ผู้ผลิตและจัดพิมพ์

สำนักงาน ก.พ.

47/111 ถนนติวานนท์

อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 0 2547 1000 โทรสาร 0 2547 1736

คำนำ

หนังสือ “มุมมอง มุมคิด 12 ทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค” เป็นการรวบรวมบทความของผู้รับทุนฝึกอบรมสำหรับข้าราชการพลเรือนสามัญตำแหน่งประเภทวิชาการระดับชำนาญการพิเศษที่ปฏิบัติหน้าที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ซึ่งผู้รับทุนได้เข้ารับการฝึกอบรมในประเทศไทยและต่างประเทศ ณ ประเทศญี่ปุ่น โดยการเขียนบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ ข้อคิด ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการเข้าฝึกอบรม

สำนักงาน ก.พ. หวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือ “มุมมอง มุมคิด 12 ทุนฝึกอบรมสำหรับเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค” จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน และสามารถนำข้อคิดที่ผู้รับทุนถ่ายทอดมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

สำนักงาน ก.พ.

สารบัญ

บทความ	หน้า
แนวทางการพัฒนาความพร้อมของพื้นที่ เพื่อมุ่งสู่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่ดี กลุ่มจังหวัดตะวันออก 1 (ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา)	1
ข้อเสนอแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน เรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริม การท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน	13
ข้อเสนอแก้ไขปัญหาสภาพราคาตกต่ำจังหวัดราชบุรี ผ่านการสร้างเนื้อหาการตลาด (Content Marketing) และการบอกเล่าเรื่องราว (Storytelling) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1	23
ข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2	34
การพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City) กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล (นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ)	47
การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2	57
แนวทางการพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง (กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด)	77

ข้อเสนอแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบบูรณาการ	90
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 (อุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย บึงกาฬ)	
การพัฒนาสินค้าผ้าครามย้อนสี่ธรรมชาตีสกลนครเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ชุมชนอย่างยั่งยืน (Sakonnakhon : City of Kram)	105
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 (สกลนคร มุกดาหาร นครพนม)	
“โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวและบริการ ตามรอยอารยธรรมขอม”	119
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (กลุ่มนครชัยบุรีรินทร์) ประกอบด้วย : จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์	
การพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิอินทรีย์	128
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 (อุบลราชธานี ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ ยโสธร)	
การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม	144
กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน (ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)	
เศรษฐกิจดิจิทัลและสร้างสรรค์กับการพัฒนา	157
กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง)	
การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเล อำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวสู่จังหวัดชุมพร	166
กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (สุราษฎร์ธานี ชุมพร นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา)	

ข้อเสนอแนะการพัฒนาในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 เรื่อง การท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน)	175
ข้อเสนอแนวคิดจากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน เรื่อง “ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2 สู่ความยั่งยืน” กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)	185
แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 (กำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร อุทัยธานี)	196
การพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (พิษณุโลก ตาก สุโขทัย เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์)	210

**แนวทางการพัฒนาความร่วมมือของพื้นที่
เพื่อมุ่งสู่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่ดี
กลุ่มจังหวัดตะวันออก 1 (ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา)**

ที่มา

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1 ประกอบด้วยจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย เนื้อที่ทั้งหมด 13,299 ตารางกิโลเมตร หรือ 8,291,250 ไร่ ปัจจุบันพื้นที่ 3 จังหวัดนี้ เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหลักของประเทศ โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี พลังงาน และยานยนต์ มีการอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 มีผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาประจำปี 1.9 ล้านล้านบาท (แบ่งเป็นภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 65 ภาคบริการและอื่น ๆ ร้อยละ 32 และภาคเกษตรกรรม ร้อยละ 3) คิดเป็นร้อยละ 14.57 ของทั้งประเทศ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรม สูงสุดถึง 1.2 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม ประเทศ หรือมีส่วนแบ่ง 1 ใน 3 ของประเทศ (สถิติสะสมเงิน ลงทุนใน ภาคอุตสาหกรรมปี 2558 มูลค่า 1.6 ล้านล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 27.89 ของประเทศ : ข้อมูลจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม มี.ค. 2559)

การพัฒนาโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development) ให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน โดยมีเป้าหมายการพัฒนา ดังนี้

- ฉะเชิงเทรา เป็นเมือง ที่ถูกกำหนดให้รองรับการขยายตัวของ กรุงเทพมหานคร ระบบการขนส่งสินค้าเชื่อมโยง 3 สนามบิน (ดอนเมือง สุวรรณภูมิ อู่ตะเภา) ท่าเรือน้ำลึก และเป็นเส้นทางเชื่อมสู่ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ โดยเน้นการพัฒนาเป็นเมืองอยู่อาศัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้มีรายได้ระดับกลาง และรองรับการขยาย หรือเคลื่อนย้าย หน่วยงานรัฐ จากในพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการพัฒนาการค้า กับประเทศเพื่อนบ้าน คือประเทศกัมพูชา ตลอดจนการยกระดับภาคการเกษตร โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาสนับสนุน

- ชลบุรี เป็นศูนย์กลางการศึกษา และพัฒนาทักษะนานาชาติ เพื่อรองรับความต้องการด้านแรงงานที่มีฝีมือ สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังพัฒนาเป็นเมืองพักตากอากาศ สำหรับการอยู่อาศัย เพื่อบุคลากรชาวต่างประเทศที่ทำงานในเขตเศรษฐกิจการลงทุนพิเศษ โดยมีแหลมฉบัง และศรีราชา เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เช่น อุตสาหกรรมเทคโนโลยี ด้านหุ่นยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ขั้นสูง อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ในขณะที่พื้นที่ อู่ตะเภา สามารถพัฒนาต่อยอด ไปสู่การสร้างอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าเชิงพาณิชย์ อุตสาหกรรมซ่อมบำรุงอากาศยาน เขตปลอดภาษีต่าง ๆ ธุรกิจต่อเรือ และท่าเรือน้ำลึก เป็นต้น



- ระยอง เป็นจังหวัดที่มีพื้นฐานด้านอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมปิโตรเลียม และปิโตรเคมี ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดทั้งในด้านการผลิต และการวิจัย ให้สอดคล้องกับกระแสอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพต่าง ๆ ในทศวรรษหน้า เช่น อุตสาหกรรมผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพ (Biofuel) อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ (Bioplastic) รวมไปถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีการเกษตรและอาหารระดับสูงที่เป็นมาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ และแผนการพัฒนากลุ่มจังหวัดตะวันออก 1

ได้กำหนดเป้าหมาย ดังนี้ มุ่งพัฒนาเป็นฐานเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน โดยรักษากฎเศรษฐกิจเดิมที่มีอยู่ ให้เติบโตอย่างยั่งยืน และสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนให้ประเทศเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ โดยเน้นการพัฒนาที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ พื้นฐานการผลิตและบริการ เมืองศูนย์กลางความเจริญในภูมิภาค

- พื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษที่ดี และทันสมัยที่สุดในภูมิภาคอาเซียน

- แหล่งผลิตอาหาร และผลไม้ เพื่อการส่งออก
- แหล่งท่องเที่ยวมาตรฐานระดับนานาชาติ
- ทรัพยากรธรรมชาติได้รับการฟื้นฟู และบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

- ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ได้รับบริการสาธารณสุขที่ได้มาตรฐาน และส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดช่วงชีวิต และได้กำหนดยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1 ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความพร้อมของพื้นที่ สร้างบรรยากาศ เพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุนอุตสาหกรรมเพื่อมุ่งสู่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่ดี และทันสมัยที่สุดในภูมิภาคอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาภาคตะวันออกให้เป็นแหล่งผลิตอาหารที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ปรับปรุงมาตรฐานสินค้า และธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เร่งแก้ปัญหาวิกฤตมลพิษ และพัฒนาระบบบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

แนวคิดจากการศึกษาดูงาน

การศึกษาดูงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวเมืองโอคายามา

ภาพรวมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโอคายามา ให้ความสำคัญในการจัดโซนการท่องเที่ยว โดยมีการจัดแบ่งออกเป็น 3 โซน ได้แก่

1. Station area ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลาง การคมนาคมขนส่ง

2. Cultural area เป็นโซน ศิลปวัฒนธรรม

3. University area เป็นโซนของการจัดกิจกรรมประชุมสัมมนา และแสดงนิทรรศการทั้ง 3 โซน เชื่อมโยงกันด้วยระบบขนส่งมวลชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งในแต่ละโซน ได้รับการพัฒนาและเชื่อมโยง เพื่อส่งเสริมธุรกิจภาคเอกชน ทั้งในส่วนของโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง สินค้าที่ระลึกตามฟังก์ชันของแต่ละโซน อย่างเป็นระบบ โดยสำนักงาน Visitor

and Convention Association ของจังหวัดโอokayama มีการบูรณาการการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการโรงแรม ซึ่งมีที่พักรวมกันมากกว่า 13,000 ยูนิต โดยตั้งอยู่รอบ ๆ ศูนย์กลางระบบขนส่งมวลชน ที่เรียกว่า Okayama Station ซึ่งมีความพร้อมทั้งระบบ รถไฟใต้ดิน บนดิน รถไฟฟ้าความเร็วสูง ชินคันเซ็น รถราง และรถบัสในเขตเมือง

การศึกษาดูงาน TDK Museum เมืองอิดะ

บริษัท TDK ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2478 โดยมี Mr. Kenzo Saito เป็นประธานคนแรก โดยมีวัตถุประสงค์ในเชิงพาณิชย์ เกี่ยวกับเฟอร์ไรท์ และวัสดุแม่เหล็ก ที่ได้รับการคิดค้น และประดิษฐ์ขึ้นในประเทศญี่ปุ่น ในปี ค.ศ. 1940 ได้คิดค้น และนำเทคโนโลยีแม่เหล็ก มาพัฒนาต่อยอด เกิดขึ้นเป็น Neodymium Magnet ที่สามารถให้พลังงานไฟฟ้า ได้เพิ่มมากขึ้น จาก Ferrite Magnet ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ถึง 10 เท่า และภายใต้การวางยุทธศาสตร์ และนวัตกรรมเพื่ออนาคต โดยได้จำลองเมืองในอนาคตปี 2035 ซึ่งเป็นเมืองแห่งพลังงานทดแทนที่สะอาด และสนับสนุนระบบการถ่ายโอนพลังงานแบบไร้สาย ระบบสาธารณสุข ที่อยู่อาศัยและประชาชน เชื่อมต่อกันผ่าน IOT เพื่อสร้างสังคมที่สะดวกสบาย และปลอดภัยในอนาคต ซึ่งนำเสนอให้เห็นภาพ ผ่านระบบ VR ที่ทันสมัย ภายใต้ คำถาม 6 ข้อ ที่เป็นโจทย์สำหรับความคาดหวัง ความต้องการที่จะเป็น ที่อยากเห็นในอนาคตปี 2035 เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า ดังนี้

1. What do you think the Future town will be like in 2035?

2. What do you want to do in the universe in 2035?

3. What will remain unchanged in 2035?
4. What do you think automobiles will be like in 2035?
5. What do you want your life to be like in 2035?
6. What would make you happy in the future?

ก่อให้เกิดการจำลอง โมเดลเมืองแห่งอนาคต 2035 ขึ้น ซึ่งบริษัท ได้นำเสนอผ่าน Animation และส่งการต่าง ๆ ผ่าน Ipad สร้างความแปลกใหม่ อาทิเช่น Smart House ที่มีบริหารจัดการ สิ่งการต่าง ๆ โดยใช้ IOT ระบบ การชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์ แบบไร้สาย โดยเอาแนวคิดการชาร์จแบตเตอรี่ ของโทรศัพท์มือถือมาเป็นแรงบันดาลใจ หรือระบบ Smart Healthy ที่บันทึกข้อมูลด้านสุขภาพของผู้ใช้งาน และแจ้งเตือนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง หรือผิดปกติ ระบบ Smart Grid การบริหารจัดการด้านพลังงาน ซึ่งรอบ ๆ บริษัท ได้ดำเนินการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน เช่น พลังงานจาก แสงอาทิตย์ และพลังงานจากลม ซึ่งเป็นพลังงานสะอาด ไม่มีต้นทุน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการพัฒนา

การพัฒนาด้านพลังงาน (Energy)

พื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา อยู่ในเขตการให้บริการ ทางไฟฟ้า “กฟภ.2” ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ซึ่งรับผิดชอบการ บริการในพื้นที่ 5 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา จันทบุรี และตราด ได้คาดการณ์ความต้องการไฟฟ้า จากสถานีไฟฟ้าแรงสูงต้นทางในพื้นที่ 3 จังหวัด ช่วงปี 2560 - 2579 ประมาณ 5,017 - 8,030 เมกะวัตต์ ซึ่งการ

ไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย มีขีดความสามารถในปัจจุบัน ผลิตกระแสไฟฟ้า ได้ประมาณ 5,962 เมกะวัตต์ คาดการณ์ว่าจะสามารถรองรับความต้องการไฟฟ้าได้ถึงปี 2565 สำหรับสถานีไฟฟ้าย่อย มีความต้องการไฟฟ้าที่รองรับระบบไฟฟ้า 22 เครือข่ายจาก กฟผ. ในพื้นที่ 3 จังหวัด ช่วงปี 2560 - 2579 ประมาณ 3,302 - 6,739 เมกะวัตต์ ซึ่ง กฟผ.มีขีดความสามารถในปัจจุบัน ประมาณ 5,558 เมกะวัตต์ คาดการณ์ว่าจะสามารถรองรับความต้องการไฟฟ้าได้ถึงปี 2571 ซึ่งจากการศึกษาดูงาน TDK Museum ได้แนวคิดการพัฒนาโดยการผลิตไฟฟ้าจากเดิม Ferrite magnet มาเป็นการผลิตไฟฟ้าจาก Neodymium magnet และการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar farm) ดังนี้

ส่งเสริม และสนับสนุนให้มีการพัฒนาการผลิตไฟฟ้าจากเดิมที่ยังคงใช้ Ferrite magnet ในการผลิตกระแสไฟฟ้า มาเป็นการผลิตกระแสไฟฟ้าจาก Neodymium magnet ซึ่งเมื่อใช้พลังงานเท่ากัน Neodymium magnet จะสามารถผลิตกระแสไฟฟ้า ได้มากกว่า Ferrite magnet ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ถึง 10 เท่า

การส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด เพื่อเป็นพลังงานทางเลือก เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar farm) ปัจจุบันเทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่พลังงานแสงอาทิตย์ที่ใช้งานจริงในปัจจุบันยังมีปริมาณน้อยกว่า หนึ่งในสิบของหนึ่งเปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับความต้องการพลังงานทั่วโลก การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นการนำประโยชน์ของพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ได้อย่างคุ้มค่า สำหรับ

ประเทศไทย มีศักยภาพในการผลิตพลังงานจากแสงอาทิตย์ในเกณฑ์ดี โดยมีการต้นทุนประมาณ 8 - 9 บาทต่อหน่วยไฟฟ้า (KWh) พลังงานที่ได้ไม่ก่อให้เกิดคาร์บอนไดออกไซด์ เมื่อเทียบกับการผลิตกระแสไฟฟ้าจากน้ำมันดิบ ในการผลิตไฟฟ้า 1 หน่วย (KWh) จะก่อให้เกิดคาร์บอนไดออกไซด์ 0.63 กิโลกรัม ปล่อยสู่บรรยากาศ ภาครัฐควรออกมาตรการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชน ประชาชน หันมาใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ในการผลิตกระแสไฟฟ้า เพื่อใช้ภายในองค์กร บ้านเรือน มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ก็จะสามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายกระแสไฟฟ้า ที่เกินความต้องการใช้งานในแต่ละวัน ให้ภาครัฐต่อไป จึงอยากให้ภาครัฐส่งเสริมให้พื้นที่กลุ่มจังหวัดตะวันออก 1 เป็นพื้นที่นำร่อง การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในอาคารสำนักงาน บ้านเรือนที่อยู่อาศัย ภาคการเกษตร ฯลฯ เพื่อรองรับการใช้พลังงานไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นในภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและที่อยู่อาศัย ตามนโยบายของรัฐบาล ในการส่งเสริมให้กลุ่มจังหวัดดังกล่าว เป็นเขตพื้นที่พิเศษภาคตะวันออก (EEC) และยังสามารถลดการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด ลดก๊าซเรือนกระจกที่สร้างภาวะโลกร้อน และสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีด้วย

การบริหารจัดการจราจร (Logistic sensor)

เส้นทางคมนาคมในกลุ่มจังหวัดตะวันออก 1 เป็นโครงข่ายที่ครอบคลุม และสามารถเชื่อมโยงทุกภาคของประเทศ โดยทางหลวงสายหลัก ได้แก่ หมายเลข 3 34 36 304 331 344 361 รวม 7 สาย ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (มอเตอร์เวย์) หมายเลข 7 กรุงเทพฯ - ชลบุรี โดยในปี 2560 อยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างมอเตอร์เวย์ พัทยา - มาบตาพุด ก่อสร้างเพื่อ

เพิ่มช่องจราจรและบูรณะทางหลวงในพื้นที่ภาคตะวันออก รวมทั้งมีแผนพัฒนาโครงข่าย ถนนสำรองเพื่อเชื่อมโยงระบบให้สมบูรณ์ และเพื่อแก้ไขปัญหาความแออัดของการจราจร การเดินทางไปสู่ภาคตะวันออก อาศัยสองเส้นทางหลัก คือ ทางหลวงหมายเลข 3 และทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง หมายเลข 7 ซึ่งเป็น เส้นทางที่จำนวนยานพาหนะมีปริมาณมาก การจราจรค่อนข้างหนาแน่นในบางช่วงของเส้นทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเทศกาลสำคัญ จากการศึกษาดูงาน TDK Museum มีแนวคิดการพัฒนาและบริหารจัดการจราจรโดยใช้ระบบ Sensor data collection เพื่อให้เกิดความสะดวกและความปลอดภัยในการใช้ถนน ดังนี้

การติดตั้งเซ็นเซอร์อัจฉริยะที่สามารถตรวจจับ รวบรวมข้อมูล การจราจรที่เป็นปัจจุบัน (Real - time Data) โดยใช้ระบบควบคุมและบริหารจัดการจราจร โดยระบบจะบริหาร และตัดสินใจ เพื่อลดปัญหา ปริมาณการจราจรที่จะเกิดขึ้น ด้วยวิธีที่เหมาะสมที่สุด เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากโครงข่ายถนนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยืดหยุ่นรองรับ ปริมาณการจราจรในแต่ละช่วงเวลา นอกจากนี้ระบบดังกล่าว จะให้ข้อมูล เส้นทางการเดินทางแก่ผู้ใช้เส้นทาง ตามประเภทของยานพาหนะ เพื่อที่เลือกเส้นทางที่เหมาะสม และใช้เวลาในการเดินทางที่น้อยที่สุด รวมทั้งสามารถตรวจตราเหตุการณ์ผิดปกติหรืออุบัติเหตุที่เกิดขึ้นบนท้องถนน เพื่อให้การช่วยเหลือ แก้ไข บริหารจัดการเส้นทาง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความสูญเสีย และการติดขัดของจราจร

ระบบกล้องวงจรปิด เป็นการติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด ไว้ในพื้นที่การจราจรสำคัญ หรือในจุดที่มีปัญหาการจราจรวิกฤต และทำ

การเชื่อมโยงฐานภาพมายังศูนย์ควบคุมกลาง เพื่อรับรู้สภาพการจราจร
สำหรับการประสานงาน และสนับสนุนการจัดการและแก้ไขปัญหาจราจร

ทั้งนี้ ควรมีการพัฒนาให้มีความสามารถแสดงผลผ่าน Google map
และ API ได้

การบริหารจัดการพื้นที่ (Zoning) การพัฒนาพื้นที่เป้าหมาย ซึ่งได้
กำหนดตามยุทธศาสตร์ที่รัฐบาล ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาในพื้นที่
เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ดังนี้



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ซึ่งจากการศึกษาดูงาน Okayama แนวคิดการบริหารจัดการพื้นที่
เพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยแบ่งพื้นที่ตามศักยภาพ
และวิถีชุมชน เป็นเขตอุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัย และเกษตรกรรม โดยนำ
แนวคิดมาปรับการพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่เป้าหมายกลุ่ม
ตะวันออก 1 เพื่อผสานความสมดุลด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
ให้เกิดการพัฒนาพื้นที่เมืองที่มีความยืดหยุ่นสูง สามารถรับมือกับการ

เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การสร้างสภาพแวดล้อมที่เมือง เพื่อส่งเสริมให้เกิดสุขภาวะที่ดี ที่มีพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรูปแบบแนวทางผังเมืองต้นแบบ ดังนี้

เมืองท่องเที่ยวแบบนันทนาการและบันเทิง โดยอาจมีการขับเคลื่อนโดยภาคเอกชน (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบันเทิง) เป็นหลัก หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน ในฐานะผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะ รวมทั้งควบคุมการพัฒนาให้มีทิศทางที่เป็นไปตามนโยบายที่กำหนด

เมืองอุตสาหกรรม โดยพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ สร้างกระบวนการการผลิตที่มีการลดการปล่อยของเสียจากกระบวนการผลิต ระบบธรรมชาติ รวมถึงการพัฒนาและใช้พลังงานทางเลือก โดยเอกชน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมและหน่วยงานกำกับตามกฎหมายเป็นหน่วยงานหลัก

เมืองคมนาคมขนส่งทางน้ำและ logistics มีการเชื่อมต่อกับยานพาหนะประเภทอื่นได้ และมีกิจกรรมของการรวบรวมและกระจายสินค้ารองรับ

เมืองการศึกษา มีการสร้างเมืองที่ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านวิถีชีวิต โดยมีความร่วมมือ ของสถาบันการศึกษา และท้องถิ่น เพื่อให้เกิดคุณค่าของการศึกษาสู่การพัฒนาท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ

เมืองน่าอยู่ เพื่อพัฒนาเมืองให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งส่งเสริมพัฒนาเมืองและท้องถิ่นให้เกิดการพัฒนาอย่างสมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนา

เมืองหลักและเมืองศูนย์กลางของจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพให้เป็นเมือง
น่าอยู่สำหรับทุกคนทุกกลุ่มในสังคม

โดย

1. นายธนวัฒน์ จิตโสภณปัญญา สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. นายปริญญ์ กำแพง สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี
3. นางอรุณี เอื้อภิวิช สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อมจังหวัดระยอง

ข้อเสนอแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน

เรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริม

การท่องเที่ยวชุมชน

ข้อมูลพื้นฐานภาคกลางตอนบน

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ประกอบด้วย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดชัยนาท จังหวัดลพบุรี จังหวัดสระบุรี จังหวัดสิงห์บุรี และ จังหวัดอ่างทอง ตั้งอยู่ในพื้นที่ราบลุ่มภาคกลางของประเทศไทย บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยา และลุ่มน้ำป่าสัก มีพื้นที่รวม 16,593.43 ตารางกิโลเมตร หรือ 10,378,776.50 ไร่ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีพื้นที่ทางการเกษตรรวมทั้งสิ้น 6,662,227 ไร่ โดยจังหวัดที่มีพื้นที่ทางการเกษตรมากที่สุดคือ จังหวัดลพบุรี 2,191,015 ไร่ รองลงมาจังหวัดชัยนาท จังหวัดสระบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสิงห์บุรี และ จังหวัดอ่างทองตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มจังหวัด ภาคกลางตอนบน มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีลักษณะโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยเฉพาะเมืองมรดกโลกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือพระนครศรีอยุธยา ราชินีเวศน์ของลพบุรี แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพระนครศรีอยุธยา สระบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สวนนกชัยนาท นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนที่หลากหลาย เช่น ทุ่งทานตะวันของจังหวัดสระบุรี พิพิธภัณฑ์บ้านลาวเวียง บ้านหนองขามของจังหวัดชัยนาท หรือบ้านมิดอร์ญิกของ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รองลงมาคือจังหวัดสระบุรี ลพบุรี ชัยนาท อ่างทอง และสิงห์บุรี ตามลำดับ โดยจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 15,310,000 บาท รองลงมาคือจังหวัดสระบุรี ลพบุรี ชัยนาท อ่างทอง และสิงห์บุรี

ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน

วิสัยทัศน์

“เมืองแห่งคุณภาพชีวิต ศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม แหล่งการลงทุนอุตสาหกรรม นวัตกรรม ครีวสุขภาพไทย และการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่ยั่งยืน”

ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การตลาด โดยใช้นวัตกรรม ยกระดับ สินค้าเกษตร การแปรรูป อุตสาหกรรม และผู้ประกอบการ SME 4.0

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ ชุมชนและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ :

1. พัฒนาส่งเสริมฟื้นฟูและเพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด

2. การบริหารจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี และท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

3. เพิ่มศักยภาพและยกระดับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวที่ทันสมัยทั่วถึง และกว้างขวาง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 บริหารจัดการทรัพยากรน้ำ มลภาวะสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มจากผักตบชวา โดยใช้นวัตกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคม Logistic พัฒนาสภาพแวดล้อม ชะลอผลพโยย และการจัดการเมือง และชุมชนให้น่าอยู่

กรอบแนวคิดจากการศึกษาดูงาน

สวนเกษตร Noumaru EngeiKib iji Noen, Okayama เป็นสถานที่รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรหลากหลาย ดำเนินการโดยบริษัทเอกชนที่ให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรกับลูกค้า โดยสร้างตลาดแบบขายตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เน้นการสร้างความเข้มแข็งให้ภาคเกษตร ซึ่งเป็นฐานสำคัญของของชุมชน รวมทั้งให้โอกาสเกษตรกรในการพัฒนาการผลิตและสามารถกำหนดราคาสินค้าด้วยตนเอง

คณะผู้จัดทำได้ค้นพบแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการที่หลากหลายผ่านแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การจัดระบบกระบวนการบริหารด้านการจัดการผลผลิต ตลอดจนการทำงานเป็นทีม จากการศึกษาดูงานกล่าวคือ การให้ความสำคัญกับการสร้างเข้มแข็งของชุมชน เน้นรวมกลุ่มส่งเสริมให้เกษตรกรเป็นเกษตรกรมืออาชีพ การผลิตสินค้าเกษตรที่ได้มาตรฐาน สามารถกำหนดราคาผลผลิตได้เอง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (value Added) ของสินค้าเกษตร หรือการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้าเกษตร เช่น สตรอเบอรี่ ฝรั่ง และพืชขาว เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้สึกถึงความพิเศษเฉพาะตัวของสินค้าชนิดนั้น ๆ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เช่น การติดตั้ง QR Code เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าได้จากแหล่งผลิตโดยตรง การสร้างความเชื่อมโยงภาคการเกษตรและภาคการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้เกษตรกร รวมทั้งการสร้างเครือข่ายและตลาดแบบขายตรงที่ติดต่อซื้อขายกันโดยตรงระหว่างเกษตรกรกับลูกค้า ผ่านสหกรณ์ซึ่งเป็นผู้บริหารผลผลิต

จัดระบบกระบวนการบริหารจัดการ

สิ่งสำคัญที่ทำให้สวนผลไม้ Noumaru ประสบความสำเร็จคือ การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจนในการเชื่อมโยงภาคเกษตรและการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน และบริหารจัดการด้วยความซื่อสัตย์และโปร่งใส ตลอดจนสร้างแหล่งกระจายสินค้า และจัดระเบียบสินค้าได้อย่างลงตัวผ่านเครือข่ายชุมชนที่หลากหลาย นอกจากนี้ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เกิดความคุ้มค่าและจัดวางโซนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ทั้งในด้านการท่องเที่ยว การพักผ่อน

รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการผลิต การขาย การขนส่ง และกิจกรรมที่ สนุกสนานให้กับลูกค้า ด้วยการหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งเป็นผู้ประสานในการเชื่อมโยงผู้ผลิตกับลูกค้าที่ดี

การทำงานเป็นทีม (Teamwork)

แม้จะมีระบบการบริหารจัดการที่ดี แต่ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ การขับเคลื่อนของสวนผลไม้ Noumaru เป็นไปอย่างมีระบบคือบุคลากร กล่าวคือ มีการจัดโครงสร้างในการทำงานเป็นทีม กระชับ และใช้งานได้ง่าย มีการวางแผนโดยการสร้างวัตถุประสงค์ร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ ปฏิบัติงานให้บรรลุความสำเร็จตามภารกิจ ซึ่งการทำงานเป็นทีมดังกล่าว อาศัยการกำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนอย่าง ชัดเจน แต่โฟกัสในเป้าหมายเดียวกัน

สร้างเครือข่ายสินค้าและบริการ

แนวทางการบริหารในการกระจายผลผลิตของสวนผลไม้ Noumaru เมื่อผลผลิตของเกษตรกรมีมากเกินความต้องการ ได้มีการขยายเครือข่าย สวนเกษตรกรในลักษณะเดียวกันเพิ่มขึ้น โดยให้แต่ละแห่งสามารถบริหาร จัดการพื้นที่ได้ตามเหมาะสม แต่ต้องมีการเชื่อมโยงกัน และสามารถพึ่งพา กันได้ รวมทั้งยังคงเป้าหมายในการทำงานเหมือนกัน เพื่อประโยชน์สูงสุด ในการพัฒนาและการสร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรและนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะและแนวทางการประยุกต์ใช้

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

แนวคิดในการนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้กับภาคราชการนั้น ขอเรียนว่าจังหวัดในพื้นที่ภาคกลางตอนบน มีบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกัน และทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ก็มีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง การจะบูรณาการจากหลายจังหวัดเข้าด้วยกันเพื่อเป้าหมายเดียวกัน เหมือนกับสวนผลไม้ Noumaru จึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากยังมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในด้านข้อมูล ภูมิศาสตร์แต่ละจังหวัด แต่สิ่งหนึ่งที่สามารถนำเอารอบแนวคิดในการบริหารของสวนเกษตร Noumaru มาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของแต่ละจังหวัดก็ยังคงเป็นไปได้ โดยเฉพาะการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ซึ่งเป็นเรื่องของการบริหารจัดการ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน และการสร้างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้มีอัตลักษณ์ ทั้งในด้านอารยธรรมโบราณ ศิลปวัฒนธรรม และเมืองมรดกโลก ซึ่งในกรณีนี้จะเป็นการนำเอารูปแบบการบริหารจัดการที่ได้ศึกษาดูงาน มาปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน “มีตอร์ญญิก” ดังนี้

การสร้างเรื่องราว (Story) ของชุมชน

การสร้างเรื่องราวของชุมชนให้โดดเด่น ถือเป็นสิ่งสำคัญที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนควรต้องดำเนินการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดบทบาทหน้าที่ของการพัฒนาของแต่ละพื้นที่ให้มีความชัดเจน และ

มีความเชื่อมโยงกันในภาพรวม โดยอาจใช้เรื่องราวในอดีตร่วมกันเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง หรือใช้ความเป็นศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิม ที่หาได้ยาก และเป็นพื้นที่เฉพาะในการสร้างเรื่องราว เช่น

1. เรื่องราวของ**หมู่บ้านอรัญญิก** ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นแหล่งผลิตมิดที่ใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศ **ชุมชนลาวเวียงบ้านหนองขาม** จังหวัดชัยนาท ซึ่งมีการทอผ้ายกดอก สีคราม ราคาผืนละ 100,000 บาท **ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ** อำเภอบางบาล จังหวัดอ่างทอง ซึ่งเป็นโครงการที่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชดำริให้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2519 เพื่อเป็นอาชีพเสริมเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎร ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา

2. เรื่องราวของ**ท่องเที่ยววิถีชุมชน** บ้านมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ให้อำเภอทำบุญที่วัดมหาสอน ที่มีพระนาครปรกที่ใหญ่ที่สุด เรื่องราวของ**วิถีไท - ยวน บ้านโหนด** วิถีความสุขแบบล้านนา บ้านโหนด ตำบลดาวเรือง อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี หรือ **ชุมชนลาวแง้ว** บ้านทองเอน อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน

การส่งเสริมให้ชุมชนปรับเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าสู่ภาคการให้บริการ และการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ หรือสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมากยิ่งขึ้น หรือแม้กระทั่งการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เช่น การสร้าง QR code ของ

ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบแหล่งที่มาและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผลิตภัณฑ์ หรือการจัดทำระบบ Application ด้านการท่องเที่ยวชุมชน เช่น

1. การสร้างเครือข่ายในลักษณะการรวมกลุ่มเป็น Cluster (คล้าย กับสวนเกษตร Noumaru) โดยให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดจุดการพัฒนาชุมชนเพื่อสร้างความ เป็นอัตลักษณ์ และร่วมกันพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. การสร้างจุดเด่น (Landmark) ของชุมชนให้ชัดเจน

3. การสร้างมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางด้านโครงสร้าง พื้นฐาน คุณภาพของสินค้าและบริการ ให้เป็นที่ยอมรับ

สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนไม่ประสบผลสำเร็จคือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (หรือการมีส่วนร่วมของเกษตรกร) ดังนั้น การแก้ไขปัญหาในชุมชนหรือเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้ดีขึ้น จะต้องเกิดจากคน (เกษตรกร) ในชุมชนเอง โดยภาครัฐเข้าไปมีบทบาทใน การช่วยเหลือ ชี้แนะด้านวิชาการ หรือให้ความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งกระบวนการมี ส่วนร่วมไม่ได้เริ่มที่การวางแผน แต่เป็นการพูดคุยและทบทวนถึงปัญหาใน ชุมชน โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันทั้งชุมชน เช่น

1. การรับฟังความคิดเห็นของชุมชนเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนมี ส่วนร่วมในการให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงของ ชุมชน

2. ร่วมกันคิด ร่วมกันทำในการแก้ไขปัญหา มีอิสระในการคิด ซึ่งอาจจะเรียกว่ามีการวางแผนร่วมกันก็ได้

3. มีเป้าหมายเดียวกันในการร่วมกันแก้ไขปัญหา
4. มีการปฏิบัติตามแนวทางที่ร่วมกันคิดในชุมชนนั้น ๆ ไปในแนวทางเดียวกัน
5. นำสิ่งที่ได้ทำหรือปัญหาที่เกิดขึ้นมาพูดคุยและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน เพื่อให้ได้ในสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับการปฏิบัติของชุมชน

ช่องทางการตลาด (Market Chanel)

1. การสร้างตราสินค้า (Branding) ให้เป็นที่โดดเด่นน่าสนใจ
2. การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เช่น QR code ของผลิตภัณฑ์หรือระบบ Application ท่องเที่ยว เป็นต้น
3. การพัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ เป็นการเพิ่มช่องทางการรับรู้ของนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย และน่าสนใจ ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือปฏิบัติการท่องเที่ยว หรือการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น Application/Line /Facebook เป็นต้น

พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Added)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่า (การผลิตผลผลิตทางการเกษตร Noumaru) เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของตัวผลิตภัณฑ์ และการสร้างรายได้ให้กับชุมชน สิ่งสำคัญคือเป็นการลดต้นทุนในการผลิต และสร้างจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน ซึ่งก่อนจะมีการพัฒนาต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย

และตลาดให้ชัดเจน นอกจากนี้ การพัฒนาบุคลากรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ เป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไป ทั้งในการพัฒนาองค์ความรู้เฉพาะด้าน การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการ ประกวดผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และ สุดท้ายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต้องอาศัย หลักการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และใช้กลุ่มที่ ประสบความสำเร็จเป็นต้นแบบในการพัฒนา เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มอย่าง แท้จริง

โดย

1. นายพงศ์จิตต์ รวีกิจสัมฤทธิ์ ผู้อำนวยการกลุ่มงานยุทธศาสตร์และ ข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. นายสุรศักดิ์ สุขสมบูรณ์ นักวิชาการป่าไม้ชำนาญการ สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. นางสาวชนชม ดีรัมย์ นักวิชาการเกษตรชำนาญการพิเศษ ศูนย์วิจัยข้าวชัยนาท

ข้อเสนอแก้ไขปัญหาลับประดาตกต่ำจังหวัดราชบุรี ผ่านการสร้างเนื้อหาการตลาด (Content Marketing) และการบอกเล่าเรื่องราว (Storytelling)

ทวีศักดิ์ ตั้งปฐมวงศ์

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

สำนักงานจังหวัดราชบุรี

บริบทของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (ราชบุรี กาญจนบุรี และ สุพรรณบุรี) โดยภูมิศาสตร์กลุ่มจังหวัด ฯ มี แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง และแม่น้ำแควไหลผ่าน มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติเหมาะแก่การเกษตรกรรม มีเขตชายแดนติดต่อกับสหภาพเมียนมา ระยะทาง 440 กิโลเมตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากมาย ประการสำคัญทั้ง 3 จังหวัด เป็นจังหวัดขนาดกลางที่มีประชากรใกล้เคียงกันประมาณจังหวัดละ 8 แสนคน) ทั้งเป็นกลุ่มจังหวัดที่อยู่ติดกับกลุ่มจังหวัดปริมณฑล ส่งผลให้ได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวจากศูนย์กลางของประเทศ จึงนับเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน ภูมิศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวและเกษตรกรรม

ภาคการเกษตรของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 มีโครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (Gross Provincial Group Product) คิดเป็น 18% ของมูลค่าโดยรวม แม้ว่าเศรษฐกิจกลุ่มจังหวัดโดยส่วนใหญ่ ขึ้นกับภาคนอกเกษตร แต่กลุ่มจังหวัดมีพื้นที่ทางการเกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร และเป็นที่ตั้งของอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรได้แก่โรงสีข้าว โรงงานแปรรูปผักและผลไม้ รวมทั้งโรงงานผลิตอาหารกระป๋องเพื่อการส่งออก ซึ่งสร้างเศรษฐกิจให้กับกลุ่มจังหวัด หนึ่งในสินค้าเกษตรที่สำคัญและสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ สับปะรด ซึ่งสร้างรายได้ให้กลุ่มจังหวัดประมาณปีละ 1,300 ล้านบาท โดยเฉพาะจังหวัดราชบุรี ซึ่งปลูกสับปะรดมากที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

การปลูกสับปะรดของจังหวัดราชบุรี

สับปะรดที่ปลูกในจังหวัดราชบุรี สามารถจำแนกประเภทของสับปะรดได้ 2 ประเภท คือ

1. สับปะรดผลสด หมายถึง สับปะรดที่มีการปลูกเพื่อการบริโภคผลสด ปลูกร้อยละ 25 - 30
2. สับปะรดโรงงาน หมายถึง สับปะรดที่มีการปลูกเพื่อนำผลผลิตเข้าสู่กระบวนการแปรรูปในโรงงานอุตสาหกรรม เช่น การทำสับปะรดกระป๋อง เป็นต้น ปลูกร้อยละ 70 - 75

เกษตรกรจังหวัดราชบุรี นิยมปลูกสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวีย มีชื่อเรียกในท้องถิ่นแตกต่างกัน เช่น สับปะรดศรีราชา สับปะรดปรางบุรี สับปะรดสามร้อยยอด สับปะรดสวนผึ้ง (บ้านคา) ฯลฯ มีรสหวานฉ่ำ ไม่กัดลิ้น

มีกลิ่นหอม เนื้อละเอียด หนานุ่ม มีตาค่อนข้างตื้น เมื่อปอกเปลือกแล้ว ฝักจะติดออกไปกับเปลือก นอกจากนี้ยังมีการปลูกสับปะรดพันธุ์ MD2 มีรสหวาน มีกลิ่นหอมเฉพาะตัว เนื้อมีสีเหลืองเข้ม เนื้อแน่น ไม่เป็นโพรง ไม่กัตุลัน และเมื่อผลแก่จะเปลี่ยนจากผิวสีเขียวเป็นสีเหลืองทองทั้งผล แต่ไม่เป็นที่นิยมของตลาด เกษตรกรในจังหวัดราชบุรีจึงไม่นิยมปลูกกัน อย่างแพร่หลาย

สับปะรด นับได้ว่าเป็นผลไม้ที่มีคุณประโยชน์หลายประการ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ได้ระบุถึงประโยชน์ และสรรพคุณของสับปะรดไว้ ดังนี้

1. ช่วยให้ระบบภูมิคุ้มกันแข็งแรง รับประทานสับปะรดวันละ 1 ช้อน จะช่วยให้ร่างกายได้รับวิตามินซี ซึ่งวิตามินซีช่วยในการทำงานของเนื้อเยื่อเกี่ยวพัน และป้องกันไม่ให้ร่างกายติดเชื้อ สามารถต่อสู้กับเชื้อโรคต่าง ๆ จึงเป็นการสร้างระบบภูมิคุ้มกันให้มีความแข็งแรง

2. ช่วยในการย่อยอาหาร สับปะรดมีกากใยอาหารมากซึ่งมีความสำคัญกับการย่อยอาหาร และเป็นที่ยูกันดีว่า กากใยอาหารช่วยลดคอเลสเตอรอล และควบคุมน้ำตาลในเส้นเลือด เนื่องจากสับปะรดมีเอนไซม์ตามธรรมชาติที่มีชื่อว่า “บรอมีเลน” สามารถช่วยย่อยอาหารได้ทั้งสภาวะเป็นกรดและด่าง จึงเหมาะสมอย่างยิ่งในการช่วยย่อยอาหารในกระเพาะอาหารซึ่งมีความเป็นกรดสูง หากรับประทานสับปะรดหลังมื้ออาหารเป็นประจำ นอกจากจะช่วยในการย่อยอาหารแล้วยังช่วยในการขับถ่ายอีกด้วย

3. ช่วยให้เลือดลมไหลเวียนดี สับปะรดมีสารแอนตี้ออกซิแดนท์ เช่น วิตามินซี เบต้าแคโรทีน และแมงกานีส ช่วยป้องกันอันตรายจากสารอนุมูลอิสระที่จะทำลายโครงสร้างของเซลล์ และอาจทำให้เกิดโรคหัวใจ อัมพฤกษ์ และอัมพาตอีกด้วย

4. ป้องกันความเสี่ยงจากโรคมะเร็ง การรับประทานสับปะรด ผักและผลไม้เป็นประจำ จะช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดโรคมะเร็ง โดยเฉพาะมะเร็งกระเพาะอาหารและมะเร็งตับ

5. ช่วยให้เหงือกมีสุขภาพแข็งแรง เนื่องจากสับปะรดมีวิตามินซีสูง จะช่วยป้องกันความเสี่ยงจากโรคเลือดออกตามไรฟัน ช่วยให้เหงือกมีสุขภาพแข็งแรง

6. ลดอาการปวดประจำเดือน อาการอักเสบจากริดสีดวงทวาร อาการที่เกี่ยวข้องกับเส้นเลือดดำ โรคกระดูกข้ออักเสบ หากรับประทานสับปะรดเป็นประจำ จะช่วยบรรเทาอาการเหล่านี้ได้ รวมไปถึงการสมานแผลให้ทุเลาได้เร็วขึ้น

จังหวัดราชบุรี นับเป็นจังหวัดที่มีการปลูกสับปะรดโรงงานมากเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศ โดยใช้สับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียส่งโรงงาน ซึ่งมีความแตกต่างจากสับปะรดผลสด ที่เป็นชนิดหวานรับประทานกันทั่วไป ด้วยเทคนิควิธีปลูกเพื่อส่งโรงงานทำสับปะรดกระป๋อง ทำให้รสชาติไม่หวานจัด เหมาะกับคนที่ควบคุมระดับน้ำตาล และยังมีวิตามินซี สูงมาก ในต่างประเทศนิยมรับประทานสับปะรดประเภทนี้ เนื่องจากเทคนิคการปลูกที่ใช้ปุ๋ยแตกต่างจากการปลูกกินผลสด ในจังหวัดราชบุรี สับปะรดบ้านคาที่มีชื่อเสียงได้รับการรับรอง GAP (Good Agriculture Product)

และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI (Geographical Indication) ตามประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา ส่วนใหญ่มีการปลูกในพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอบ้านคา อำเภอปากท่อ อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอจอมบึง เนื่องจากความพิเศษของสภาพดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ เมื่อนำดินไปวิเคราะห์ พบว่า ดินเป็นชุดดินจันทึก มีธาตุภูเขาไฟ ทำให้สับปะรดหวาน มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนสับปะรดพื้นที่ปลูกอื่น ๆ จึงเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลผลิตสับปะรดจากจังหวัดราชบุรี แต่กลับพบปัญหาความผันผวนของราคาจากผลผลิตที่มีวงรอบออกมาพร้อมกันจนเกิดสภาวะล้นตลาด

สถานการณ์ผลผลิตสับปะรดล้นตลาด

สถานการณ์ผลผลิตสับปะรดล้นตลาด มีสาเหตุเนื่องมาจากตั้งแต่ช่วงต้นปีระหว่างเดือนมกราคม - เมษายน มีฝนตกลงมาหลายระลอกส่งผลให้อากาศเย็น สับปะรดจึงทยอยออกผล ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวมักเกิดขึ้นเป็นประจำทุกปี ปีละ 2 ช่วง คือ ช่วงแรก (พฤษภาคม - กรกฎาคม) เป็นช่วงที่ผลผลิตออกพร้อมกันมากและราคาสับปะรดตกต่ำมากที่สุด และช่วงที่สอง (พฤศจิกายน - ธันวาคม) ปัญหาดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นเฉพาะจังหวัดราชบุรีเท่านั้น ยังเกิดขึ้นกับจังหวัดอื่น ๆ ที่มีการปลูกสับปะรดในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี

การแก้ไขปัญหาสับปะรดราคาตกต่ำจังหวัดราชบุรี

1. ด้านการเพิ่มมูลค่า จังหวัดส่งเสริมการแปรรูปสับปะรด ชาวราชบุรีใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่อดีตในการแปรรูปสับปะรด ได้แก่ การทำสับปะรดกวน แห่อิ่ม แยมสับปะรด น้ำสับปะรด เป็นต้น ซึ่งขณะนี้ทางจังหวัดให้ความสำคัญในการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นวิสาหกิจ ชุมชน การยกระดับสินค้าแปรรูปให้ถูกลักษณะอนามัย ให้เป็นไปตามมาตรฐาน และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความดึงดูดผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการแปรรูปให้เป็นสินค้าให้มีความแปลกใหม่ ทั้งรูปลักษณ์ รสชาติ ใส่นวัตกรรมทางความคิด ซึ่งจะช่วยในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้มากขึ้น

2. ด้านการตลาด มีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยตรงให้แก่ ผู้ผลิตและผู้บริโภค ในช่วงที่ราคาสับปะรดราคาตกต่ำ ผู้ว่าราชการจังหวัด ราชบุรีได้เปิดพื้นที่บริเวณหน้าจวนผู้ว่าราชการจังหวัดหลังเก่าริมน้ำ ให้เกษตรกรมาเปิดท้ายนำผลผลิตมาจำหน่าย ตามนโยบาย “คนราชบุรี ช่วยเกษตรกรราชบุรี” นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากบริษัท เซ็นทรัล กรุ๊ป จำกัด จัดงาน “กระจายสินค้าสับปะรดอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี” เพื่อเปิดพื้นที่จำหน่ายสับปะรดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

3. ด้านการอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร ขณะนี้จังหวัดราชบุรี มีตลาดเกษตรกรเป็นประจำวันอังคารและวันศุกร์ บริเวณหน้า สำนักงานเกษตรอำเภอมืองราชบุรี ถนนยุติธรรม ซึ่งในอดีตนั้นได้มีการ ประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรมาเป็นพ่อค้า - แม่ค้าเอง แต่เกษตรกรนั้น

ก็ไม่กล้าที่จะมาขายสินค้าด้วยตนเอง เพราะคิดว่าตนเองไม่สามารถขายได้ ไม่มีความรู้ด้านการขาย ต่อมาทางสำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรีได้มีการเชิญชวนเข้าร่วมอบรมเกษตรกรในด้านการขาย และเป็นพี่เลี้ยงในการอำนวยความสะดวก เกษตรกรเกิดความเชื่อมั่น สามารถขายสินค้าด้วยตนเองได้ และยังสามารถกำหนดราคาสินค้าได้เอง ทำให้เกษตรกรเกิดความพึงพอใจ ได้รับเสียงตอบรับเป็นอย่างดี แต่สับปะรดที่จะสามารถนำมาขายในตลาดเกษตรกรได้นั้นจะต้องได้รับมาตรฐาน GAP ซึ่งข้อดีที่เกษตรกรมาขายสินค้าเองนั้น เกษตรกรจะได้เรียนรู้ความต้องการของบริโภค เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพและการผลิตโดยตรง

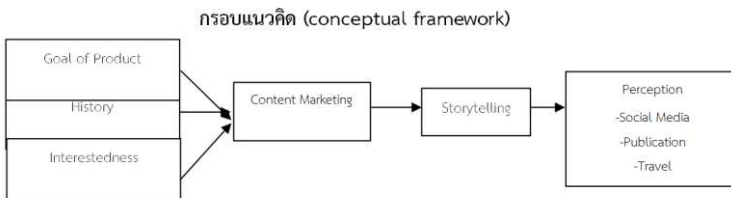
4. ด้านการส่งเสริมการบริโภค ส่งเสริมสับปะรดเสิร์ฟก่อนมื้ออาหาร เมื่อไปรับประทานอาหารร้านข้าวแกงปักษ์ใต้ จะพบว่ามีเสิร์ฟน้ำพริกกะปิและผักพริ แก่ลูกค้า ดังนั้นการแก้ปัญหาของจังหวัดราชบุรีก็เช่นเดียวกัน ขณะนี้ทางจังหวัดได้เริ่มเตรียมการเรียกประชุมหารือ และขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรม ในการเสิร์ฟสับปะรดก่อนมื้ออาหาร เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ และความทรงจำที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวที่มายังจังหวัดราชบุรี อีกทั้งยังเป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยระบายผลผลิตสับปะรดของจังหวัดในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก

แนวทางการแก้ไขปัญหาผลผลิตสับปะรดล้นตลาดนั้นจะต้องแก้ไขที่สาเหตุ ซึ่งจะแตกต่างกันตามบริบทของแต่ละพื้นที่ ก่อนที่จะนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหา ขอนำเสนอกรอบแนวคิดการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากการศึกษาดูงานเพิ่มมูลค่าสินค้าการเกษตรของร้าน

อินะอิวะอุดง จังหวัดอาคิตะ (Akita Prefectural) ประเทศญี่ปุ่น ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวของการสร้างความน่าสนใจและคุณค่าของสินค้า

การตลาดโดยใช้เนื้อหา (Content Marketing) และการบอกเล่าเรื่องราว (Storytelling)

การบอกเล่าเรื่องราว ทำให้ผู้บริโภคนั้นรู้สึกเหมือนได้เดินทางไปกับเรื่องเล่านั้น ทำให้คนนั้นจดจำเรื่องราวของเนื้อหานั้นได้มากกว่า และที่ส่งผลคือการทำให้คนที่บริโภคการเล่าเรื่องนั้นสามารถกลับมาดูหรือฟังใหม่ได้ ส่งต่อข้อความหรือเอาไปเล่าต่อได้ และสร้างความผูกพันเพิ่มเติม ด้วยเหตุนี้การทำบอกผ่านเรื่องราว (Storytelling) จึงเป็นการทำการตลาดโดยใช้เนื้อหา (Content Marketing) ทำให้คนที่รับสื่อนี้เกิดความผูกพันกับแบรนด์อย่างมาก เป็นการใช้หลักการทางวิทยาศาสตร์และจิตวิทยาเพื่อสร้างความสัมพันธ์นั้นขึ้นมาระหว่างแบรนด์และคนที่รับสื่อ จะเห็นตัวอย่างได้ดีจากโฆษณาที่เรียกน้ำตาทั้งหลายในประเทศ ที่สามารถกระตุ้นอารมณ์ได้ เพราะการเล่าเรื่องผ่านโฆษณาแบบนี้ และทำให้เราจดจำได้ตลอดเวลา



อินะนิวะอุดงนับเป็นเส้นอุด้งที่ทำด้วยมือ ถือกำเนิดขึ้นในจังหวัดอะคิตะ เป็น 1 ใน 3 เส้นอุด้งที่มีชื่อเสียงที่สุดในญี่ปุ่น ควบคู่กับชะนุกิอุด้งแห่งภูมิภาคชิโคคุ และ คิชิเม็ง แห่งเมืองนาโกยะ “อินะนิวะ

เป็นเส้นอุ้งตากแห้งที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยแรกเริ่มของยุคเอโดะ จนมาถึงเมืองยูซะในแถบฮิโนคาว่าะ ว่ากันว่าเส้นอุ้งชนิดนี้ มีรสชาติลิ้นลิ้น เส้นเล็ก แต่นุ่มหนึบหนับ ด้วยเทคนิคการดัดด้วยมือตามแบบดั้งเดิมที่ถ่ายทอดกันมายาวนาน” หนึ่งในป้ายข้อความที่ติดหน้าร้านอินะอิวะอุตง จังหวัดอาคิตะ ประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การบอกเล่าเรื่องราวเพื่อสร้างคุณค่าของสินค้า ประกอบกับการนำเสนอประวัติ กระบวนการทำของเส้นอุ้งผ่านการจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมการผลิต พร้อมบอกเล่านำเสนอว่า ในอดีต อุ้งแบบนี้จะเสิร์ฟเฉพาะในวังเท่านั้น การทำเส้นอุ้งแบบนี้ใช้เวลาถึงสัปดาห์ทีเดียว แทบจะต้องทำกันทีละเส้น เริ่มจากการนวดแป้ง และทำให้แบนโดยไม่ก่อนจะยืดออกและตากให้แห้ง ซึ่งการนวดแป้ง ต้องทำซ้ำแล้วซ้ำเล่าและปล่อยให้ทิ้งตัว เชื่อกันว่าฟองอากาศที่เกิดจากการปล่อยให้ทิ้งตัวและการนวดเส้นซ้ำ ๆ กันหลายครั้งทำให้เส้นอุ้งนี้เหนียวนุ่มและกลืนง่าย อินะอิวะอุ้งนี้สามารถทานทั้งแบบร้อนและแบบเย็น ซึ่งมีขายทั้งเส้นและแบบบะหมี่สำเร็จรูปในจังหวัดอาคิตะ และส่งออกขายในเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และไทย นับเป็นตัวอย่างของความสำเร็จจากการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง

ข้อเสนอแก้ไขปัญหาลับปรดราคาตกต่ำจังหวัดราชบุรี ผ่านการสร้างเนื้อหาการตลาด (Content Marketing) และการบอกเล่าเรื่องราว (Storytelling)

การแก้ไขปัญหาลับปรดราคาตกต่ำจังหวัดราชบุรี ไม่ใช่เรื่องที่สามารถทำได้ง่าย เนื่องจากเมื่อผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก

ย่อมเป็นไปตามกลไกตลาดนั่นคือ ราคาจะต่ำลง ซึ่งพื้นที่ปลูกสับปะรดในประเทศไทยไม่ได้มีเพียงจังหวัดราชบุรีที่เดียวเท่านั้น ยังมีจังหวัดใกล้เคียง และจังหวัดในภาคอื่น ๆ ที่สามารถปลูกสับปะรดได้ ดังนั้นการแก้ไขปัญหาจะต้องมาจากความร่วมมือจากทุกภาคส่วนอย่างบูรณาการ

ในที่นี้จึงขอเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาผลผลิตสับปะรดโรงงานล้นตลาดของจังหวัดราชบุรี โดยการสร้างเรื่องราวสับปะรดผลไม้มงคล โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปีละ 9 - 10 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มเฉลี่ยปีละ 20% ทั้งมีงานวิจัยพบว่า ชาวจีนที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ครั้งที่ 2 นิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น และนิยมศึกษาหาข้อมูลความรู้ทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และคำบอกเล่าก่อนการออกเดินทางไปท่องเที่ยว จังหวัดราชบุรีจึงนับมีโอกาสจากการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวจีนที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น การแก้ปัญหาสับปะรดล้นตลาดจึงควรใช้โอกาสจากการท่องเที่ยวสนับสนุน

ชาวจีนถือว่าสับปะรดเป็นผลไม้มงคลที่มีความหมายแสดงถึงความโชคดีและความเจริญ นอกจากนี้ ชาวจีนยังนิยมรับประทานผลไม้สด และมีความเชื่อว่าการส่งของขวัญเป็นผลไม้สด แสดงถึงความปรารถนาให้ผู้รับมีสุขภาพที่แข็งแรง สับปะรดภาษาจีนแต้จิ๋วเรียกว่า "อั่งไล้" แปลว่า เรียกสีแดงมา โดยคำว่า อั่ง แปลว่าสีแดง ส่วนคำว่า ไล้ แปลว่า เรียกมาหาเรา เมื่อรวมกันจึงแปลความได้ว่า เรียกสีแดงมาหาเรา ซึ่งเป็นความหมายมงคล เพราะสีแดงเป็นสีแห่งโชควาสนา การเริ่มต้นสิ่งดี เป็นสีที่ใช้ในงานมงคล

เช่น งานปีใหม่ งานแต่งงาน งานวันเกิด งานครบรอบในโอกาสต่าง ๆ และงานขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น

การผูกโยงเล่าเรื่องราว (Storytelling) ของจังหวัดราชบุรีซึ่งมีสัญลักษณ์ที่รับรู้โดยทั่วไปว่าเป็นเมืองโอ่งมังกร ในที่นี้มังกรจัดเป็นสัตว์ในเทพนิยายจีนที่เป็นมงคล หากนำมาจับคู่กับสับปะรดจัดสร้างเรื่องราวเนื้อหาเพื่อการตลาด (Content Marketing) พร้อมสร้างการรับรู้ (Perception) ผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มบริษัททัวร์จีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ว่า สับปะรดจากจังหวัดราชบุรีเป็นสินค้าสับปะรดโอ่งมังกร เป็นสิ่งที่ต้องกินเมื่อเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย จะเสริมสร้างความร่ำรวย โชคดี เป็นสิริมงคล โดยอาจใช้ดารา นักแสดงจีนที่กำลังโด่งดังในจีนเป็นจุดสร้างความน่าสนใจ จะเป็นผลให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของสับปะรดได้ และยังสามารถขายโอ่งมังกรขนาดเล็ก ซึ่งควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์โอ่งขนาดเล็กให้ใส่สับปะรดได้ เมื่อทานหมดแล้วสามารถนำโอ่งขนาดเล็กติดตัวกลับบ้านได้

ในอนาคตหากจะพัฒนาต่อยอดนวัตกรรม ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ถือเป็นอีกหนึ่งเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับสินค้าที่มีอายุการเก็บรักษาสั้นอย่างสับปะรด การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาคุณภาพและยืดอายุการวางจำหน่าย (Active Packaging) หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมบ่งบอกคุณภาพของสินค้า เช่น บ่งบอกระดับความสุกของผลไม้ ก็เป็นเรื่องที่น่าสนใจไม่น้อย แม้จะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น แต่มีความคุ้มค่าหากสามารถส่งออก และครองใจผู้บริโภคตลาดบนที่มีกำลังซื้อสูง ทั้งตลาดชนชั้นกลางของจีนที่มีจำนวนมาก

ข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัด

ภาคกลางตอนล่าง 2

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มจังหวัดภาคกลาง

ตอนล่าง 2

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ โดยมี จังหวัดเพชรบุรี เป็นหัวหน้ากลุ่มจังหวัด มีประชากรรวม 1,763,271 คน มีพื้นที่รวมกัน 13,881.754 ตารางกิโลเมตร โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม โดยมีชายฝั่งทะเลยาว 359



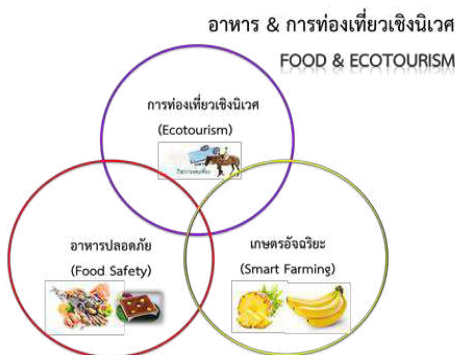
กิโลเมตร และเป็นปากแม่น้ำสำคัญ 4 สาย ที่ไหลลงสู่ทะเลอ่าวไทย คือ แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำเพชรบุรี และแม่น้ำปราณบุรี ด้านทิศตะวันตกในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์มีลักษณะเป็นที่ราบสูงและภูเขาสูงชัน แล้วค่อยลาดต่ำลงมาทางทิศตะวันออกเกิดเป็นสันปันน้ำแบ่งน้ำส่วนหนึ่งไหลลงสู่พม่า และอีกส่วนหนึ่งไหลมาทางทิศตะวันออกเป็นต้นน้ำของแม่น้ำเพชรบุรี แม่น้ำปราณบุรี และมีแม่น้ำลำคลองหลายสายภูมิประเทศของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จึงเหมาะแก่การทำนา ทำสวน ทำนาเกลือ การประมง และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง นอกจากนั้นยังมีโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่มากที่สุดในประเทศไทย

ในภาพรวมพบว่า โครงสร้างทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ขึ้นอยู่กับภาคการผลิต 4 สาขาหลัก ได้แก่ สาขาเกษตร การเพาะปลูกพืช เศรษฐกิจและการประมง สาขาอุตสาหกรรม สาขาการค้าส่ง และการค้าปลีก และสาขาการท่องเที่ยวและบริการ

จากข้อมูลสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ปี พ.ศ. 2559 กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม Gross provincial cluster product) เท่ากับ 170,710 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมแยกรายจังหวัด จังหวัดสมุทรสาครมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงที่สุด คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 366,207 ล้านบาท ตามด้วยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 86,972 ล้านบาท เพชรบุรี 62,897 ล้านบาท และสมุทรสงคราม 20,841 ล้านบาท

ศักยภาพที่โดดเด่นของกลุ่มจังหวัด

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีศักยภาพสูงและโดดเด่นทั้งด้านการท่องเที่ยว และการเกษตรมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายมากมายจากภูผาสู่หานที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์สวยงามทั้งทางบกและทะเล รวมทั้งเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ



ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นขีดความสามารถที่มีความก้าวหน้าขึ้นอย่างชัดเจน ทั้งนี้ เป็นผลมาจากพื้นฐานของทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรด้านวิถีสันทนาการที่มีความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ที่สามารถดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเรื่อยมา โดยจำนวนนักท่องเที่ยวของปี 2560 มีจำนวน 14,888,123 คน (เพิ่มขึ้น 5.38%) และรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 46,580.51 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 4.17%) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง), พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน, พระรามราชนิเวศน์ (วังบ้านปืน), อุทยาน ร.2, อุทยานเขาสามร้อยยอด, หาดชะอำ, หัวหิน, อ่าวมะนาว และตลาดน้ำอัมพวา และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เช่น ซานโตรินี่ วอเตอร์ แฟนตาซี, Camel Republic, Swiss Sheep Farm, สวนน้ำวานา นาวา และโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นต้น

ศักยภาพด้านการเกษตร กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีพื้นที่ทำการเกษตรรวม 3,256,154 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 37.55 ของพื้นที่ถือครองทั้งหมด โดยพบว่าพื้นที่ทำการเกษตรของกลุ่มจังหวัดเป็นการปลูกไม้ผล โดยคิดเป็นร้อยละ 49.98% ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด ในลำดับรองลงมา คือ พื้นที่เพาะปลูกพืชไร่ พื้นที่นาข้าว และสถานที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ นอกจากนี้ยังมีพื้นที่เล็กน้อยใช้เป็นพื้นที่ปลูกพืชสวน พื้นที่ทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ และโรงเรือนเลี้ยงสัตว์ และพื้นที่เพาะปลูกพืชไร่ และมูลค่าการผลิตภาคการเกษตร (การเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้) คิดเป็นร้อยละ 4.37 ของมูลค่าผลผลิตมวลรวมของกลุ่มจังหวัด ในขณะที่สัดส่วนเฉลี่ย

มูลค่าการผลิตภาคการเกษตรของทั้งประเทศไทย อยู่ที่ร้อยละ 10.22 พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว มะพร้าว สับปะรด มะนาว กล้วยไม้ และ ไม้ผล สัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ โคเนื้อ โคนม แพะ ไก่ไข่ ไก่เนื้อ และ สุกร สัตว์น้ำที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ปลาทู กุ้งทะเล ปู หอย ปลานิล ปลาสลิด และปลาทับทิม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2
มีวิสัยทัศน์การพัฒนามุ่งสู่การเป็น “ฐานการผลิตและบริการในภาค การเกษตร อุตสาหกรรม อาหาร การท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและเป็นมิตร กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและศักยภาพสินค้าและบริการเพื่อ การท่องเที่ยว การค้า และพื้นที่ทางเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อม” มีประเด็น ยุทธศาสตร์การพัฒนา 4 ประเด็น คือ

1. การสร้างต้นทุนทางทรัพยากรภาคเกษตร
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและศักยภาพสินค้าและบริการ เพื่อการท่องเที่ยว การค้า และพื้นที่ทางเศรษฐกิจ
3. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
4. เพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรม (Innovation) และแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) อย่างยั่งยืน

แนวคิดที่ได้รับจากการฝึกอบรม และการศึกษาดูงาน ณ ประเทศ ญี่ปุ่น

จากการฝึกอบรมในห้องเรียนและการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น จำนวน 6 แห่ง ได้แก่

1. ร้านอุด้งอินานิวะอุด้ง เมืองซูยาวะ

2. หมู่บ้านคาคุโนะดาเตะ หมู่บ้านชามูโรโบราณ
3. Farm Stay
4. สหกรณ์การเกษตร จังหวัดอาากิตะ
5. TDK Company

ซึ่งแต่ละแห่งมีการดำเนินงานที่เชื่อมโยงสอดคล้องกันภายใต้หัวข้อเศรษฐกิจดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและการบริการ นวัตกรรมทางการเกษตร และความมั่นคงทางสังคมโดยคณะผู้จัดทำจะเน้นประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและการบริการ ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Quality Tourism)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย แต่ธุรกิจการท่องเที่ยวมีส่วนในการทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลง การท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ คือการท่องเที่ยวเชิงแนวคิด เป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีความตั้งใจที่จะเลือกมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางจริงไม่ใช่เป็นการท่องเที่ยวไปยังที่แห่งนั้นตามกระแสนิยม โดยภาครัฐผู้ประกอบการและชุมชนร่วมกันพัฒนาการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว ให้แก่นักท่องเที่ยวซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงแนวคิด คือ การท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานกับธรรมชาติ (Nature based tourism) โดยมีหลายลักษณะ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geotourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) เป็นต้น (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559 :

ออนไลน์) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ จึงเป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์ใน การพัฒนาด้านเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม



การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และ ส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเรียนภาษาท้องถิ่น การทอผ้า การวาดภาพวาดการแกะสลักและ การทำอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559 : ออนไลน์) ตัวอย่างจากการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น คือการทำ Farm Stay โดยมีแนวคิดที่ได้ ดังนี้

สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับทุนทางวัฒนธรรม โดยปรับเปลี่ยนจากการทำการเกษตรเพียงอย่างเดียวมาเป็น Farm Stay เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่เสริมสร้าง

อาชีพและรายได้ให้กับชุมชนเองไม่ใช่นายทุน อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นให้เป็นที่รู้จักอีกด้วย

ปรับเปลี่ยนแนวคิดเดิม ๆ ว่าเกษตรกรเป็นผู้ผลิตสินค้าเพื่อป้อนสู่ตลาดมาเป็นนักบริหารจัดการ โดยเกษตรกรจะต้องมีความรู้ทางการเกษตร ควบคู่กับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทั้งนี้ จะต้องได้รับการส่งเสริมจากทุกภาคส่วนในการส่งเสริมด้านความรู้ทางวิชาการ และด้านการตลาด

การพัฒนารูปแบบธุรกิจ (Business Model) เชื่อมโยงการเกษตรสู่การแปรรูป และการท่องเที่ยวกับชุมชน โดยการปลูกฝังค่านิยมให้ชุมชนร่วมมือกันพัฒนาท้องถิ่นของตน ร่วมกันยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านวิถีการเกษตร วัฒนธรรม ตลอดจนถ่ายทอดไปยังเกษตรกรรุ่นใหม่ให้สานต่อการดำเนินงานต่อไป

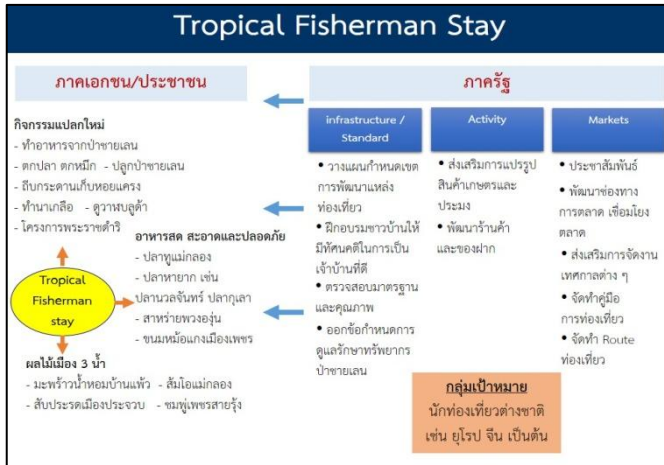
พัฒนาเกษตรกรให้เข้าใจและสามารถนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตและพัฒนาอาชีพด้านการเกษตรสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือเกษตรกรไทยต้องปรับมุมมองและทัศนคติเดิม ๆ ที่หวังรอการช่วยเหลือหรือต้องการพึ่งพาภาครัฐ เป็นการพึ่งพาตนเองและมุ่งมั่น การรวมกลุ่มเพื่อช่วยกันพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง โดยภาครัฐต้องลดการช่วยเหลือในรูปแบบสงเคราะห์ มาเป็นรูปแบบการให้ความรู้ และเป็นพี่เลี้ยง ให้เกษตรกรสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเองเพื่อเพิ่มความยั่งยืน และพัฒนาจากการเกษตรแบบเดิม ๆ สู่การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ส่งเสริมอาชีพให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งสังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์เป็นการนำวิถีชีวิตวัฒนธรรม มาสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการศึกษาดูงาน ณ จังหวัดอาคิตะ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มี ผู้สูงอายุจำนวนมาก กลุ่มวัยทำงานจะเข้าไปทำงานในเมืองหลวง จะมี ผู้สูงอายุที่อยู่บ้าน ภาครัฐจึงส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวแบบ Farm Stay โดยให้ผู้สูงอายุเป็นผู้ถ่ายทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญาของตนให้แก่นักท่องเที่ยว

**การนำแนวคิดที่ได้รับจากการฝึกอบรมและการศึกษาดูงาน
ณ ประเทศญี่ปุ่น มาปรับใช้กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 (เพชรบุรี
ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม)**

จากการเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ จากการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น ประกอบกับศักยภาพที่โดดเด่น รวมทั้งวิสัยทัศน์ของของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 สามารถนำ ความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาค กลางตอนล่าง 2 โดยมีแนวคิดที่จะให้เป็นการท่องเที่ยวแบบ Tropical Fisherman Stay หรือ “ที่พักชาวประมงเขตร้อน” โดยจะมีการดำเนินการ ร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน มีการนำกิจกรรมต่าง ๆ อาหารที่เป็น อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม ทั้งนี้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและ การบริการ ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง 2 มากขึ้น เพื่อให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีแนวทาง ในการดำเนินการ ดังนี้



ภาคเอกชน/ประชาชนดำเนินการ ดังนี้

1. จัดทำกิจกรรมแปลกใหม่จากชุมชนของตน เช่น การทำอาหารจากผลผลิตจากป่าชายเลน ตกปลา ตกหมึก ปลุกป่าชายเลน สืบกระดานเก็บหอยแครง ทำนาเกลือ เป็นต้น
2. จัดอาหารที่สด สะอาดและปลอดภัยที่เป็นอาหารพื้นถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ปลาทุแม่กลอง ปลานวลจันทร์ ปลาเกลา สาหร่ายพวงองุ่น พร้อมผลไม้ เช่น มะพร้าว น้ำหอมบ้านแพ้ว ส้มโอแม่กลอง สับปะรดเมืองประจวบ และชมพูเพชรสายรุ้ง เป็นต้น



ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการ ดังนี้

โครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐาน

- วางแผนกำหนดเขตการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยให้ชุมชนชายฝั่งที่มีความพร้อมในการดำเนินการเป็นต้นแบบโดยพิจารณาคัดเลือกจังหวัดละ 1 แห่ง และขยายไปสู่ชุมชนอื่น ๆ
- ฝึกอบรมชาวบ้านในชุมชนให้มีความรู้และทัศนคติในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
- ตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพต่าง ๆ เช่น ห้องพัก อาหาร การบริการต่าง ๆ
- ออกข้อกำหนดการดูแลรักษาทรัพยากรป่าชายเลน เช่น การปลูกป่าต้องเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวและของฝากของที่ระลึก

- ส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรและประมง เช่น ปลาทุบแปรรูป สับปะรดแปรรูป มะพร้าวแปรรูป เป็นต้น
- พัฒนาร้านค้าและของฝากของที่ระลึก เช่น มาตรฐานและความแปลกใหม่ของสินค้า เป็นต้น

การตลาด

- ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง เช่น Social Media ต่าง ๆ เป็นต้น
- พัฒนาช่องทางการตลาด เชื่อมโยงตลาด เช่น การวางแผนร่วมกับบริษัททัวร์ เป็นต้น

- ส่งเสริมการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ หาดทรายขาว เป็นต้น
- จัดทำคู่มือการท่องเที่ยว
- จัดทำ Route ท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ยุโรป จีน เป็นต้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาจาก สหราชอาณาจักร อังกฤษ ประเทศออสเตรเลีย ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยปัจจัยผลักดัน (Push motivations) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปต้องการเดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ (Novelty seeking) ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและต้องการพักผ่อน (Escape and relaxation) และความต้องการด้านสังคม (Socialization) ส่วนปัจจัยดึงดูดให้เลือกประเทศไทย (Pull Motivations) ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เพราะประเทศไทยมีรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (A variety of tourists' attractions and activities) และแหล่งดึงดูดเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural and historical attractions) รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านความบันเทิงยามราตรี นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันและอังกฤษ นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโต

ได้อย่างต่อเนื่อง ศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในระดับโลก และได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติหลายรางวัล อีกทั้งยังมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ ในแง่ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวถือว่าการเปลี่ยนแปลงในภาพรวมที่เป็นไปในทางบวกทั้งการใช้จ่ายต่อหัวที่เพิ่มมากขึ้น และนักท่องเที่ยวในตลาดศักยภาพที่เดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมากขึ้นและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน และยุโรป เป็นต้น นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีผลสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีหลายประการ การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและการบริการ จึงเป็นมาตรการหนึ่ง การจัดการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวแบบ Tropical Fisherman Stay หรือ “ที่พักชาวประมงเซตร่อน” จึงเป็นทางเลือกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ที่แปลกและแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบ Home Stay หรือ Farmer Stay ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่มีความสำคัญกับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวและมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายมากขึ้น เพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างและเฉพาะด้านของนักท่องเที่ยวแต่ละราย การส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวจึงเป็นสิ่งแปลกใหม่ (Novelty seeking) และเชื่อมั่นว่าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 และประเทศไทยมากขึ้น ทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

อ้างอิง

มหาวิทยาลัยศิลปากร 2559. รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. [ออนไลน์].เข้าถึง

ได้จาก:[https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article /view/52759/43803](https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/52759/43803) (วันที่สืบค้นข้อมูล: 10 สิงหาคม 2561)

แพรว. 2561. หนีความวุ่นวายไปใช้ชีวิตช้าๆ ที่เมืองอาคิตะ (Akita) เมืองสโรว์ไลฟ์ที่ซ่อนอยู่ในประเทศญี่ปุ่น.

[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก:

<http://praw.com/lifestyle/43263.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 10 สิงหาคม 2561)

Talon Japan. 2561. ญี่ปุ่นเลี้ยงพัฒนา 500 ฟาร์มทั่วประเทศ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์.

[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก:

<https://www.talonjapan.com/farm-homestay-boost/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 10 สิงหาคม 2561)

การพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City)

กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

(นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ)

กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล ประกอบด้วย 4 จังหวัด คือ จังหวัด นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ปริมณฑล เป็นฐานเศรษฐกิจหลักของประเทศ รองรับการขยายตัวของ กรุงเทพมหานคร จนกลายเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจเดียวกับกรุงเทพฯ โดยเป็นเมืองศูนย์กลางการบริการ ธุรกิจและการพาณิชย์ ศูนย์กลางการขนส่ง และโลจิสติกส์ ศูนย์บริการด้านสุขภาพและการศึกษา และเมืองที่อยู่อาศัย

ผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล (GPCP : Gross Provincial Cluster Product) ปี 2559 มูลค่า 1,635,792 ล้านบาท (11.3% ของประเทศ) GPCP Per capita 268,070 บาท สูงกว่า ระดับประเทศ (215,455 บาท) โครงสร้างเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัด ภาคกลางปริมณฑล คือ สาขาอุตสาหกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 42 รองลงมา คือ สาขาการค้า มีสัดส่วนร้อยละ 14

กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล มีศักยภาพและโอกาสการพัฒนาให้ เป็นแหล่งอุตสาหกรรมของประเทศ มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากที่ สมุทรปราการ และปทุมธานี เป็นศูนย์กลางตลาดค้าส่งสินค้าเกษตรที่ใหญ่ ที่สุดของประเทศที่ปทุมธานี เป็นศูนย์กลางการศึกษา วิจัยระดับชั้นนำของ ประเทศ มีมหาวิทยาลัยกระจายอยู่ในจังหวัดในกลุ่มจังหวัด มากถึง 20 แห่ง อาทิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัย

เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โรงเรียนนายร้อยตำรวจ นอกจากนี้
ยังเป็นศูนย์กลางการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เชื่อมโยงการ
ขนส่งและโลจิสติกส์ระหว่างภาค และภูมิภาคกับกรุงเทพมหานคร
โดยเฉพาะศูนย์กลางการบิน (Hub of Southeast Asia) ที่สนามบินสุวรรณภูมิ
รองรับธุรกิจการบินและการขนส่งทางอากาศ

กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล ได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาใน
แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด พ.ศ. 2562 – 2564 จะพัฒนาให้เป็น “ศูนย์กลาง
การค้า การลงทุน บริการธุรกิจและการพาณิชย์ การผลิตอุตสาหกรรม
ระดับประเทศ ศูนย์กลางโลจิสติกส์ ศูนย์บริการด้านสุขภาพ (Medical
Hub) แหล่งผลิตอาหาร การศึกษาระดับมาตรฐาน ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
สู่การเป็นเมืองน่าอยู่” เป้าหมายการพัฒนาเพื่อให้ **“เศรษฐกิจมั่นคง
ประชาชนมั่งคั่ง และความสุขที่ยั่งยืน”** โดยมุ่งเน้นการพัฒนาที่สำคัญ
ใน 4 ประเด็น ดังนี้

1. การพัฒนานวัตกรรมด้านการผลิต และยกระดับอุตสาหกรรม
เกษตร อุตสาหกรรม และพาณิชย์กรรม
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ เมือง และชุมชน
อย่างเป็นระบบ
3. การพัฒนาเมืองและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สู่การ
เป็นสังคมเมืองน่าอยู่
4. การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม
ให้มีชื่อเสียงระดับโลก

แนวคิดที่ได้จากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น

1. นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาพื้นที่โดยการวางแผนและออกแบบพื้นที่ ภายใต้แนวคิดการพัฒนาเมืองหรือย่านนวัตกรรม (Innovation District) โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก หรือบริการต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้พักอาศัยและผู้ทำกิจกรรมในย่าน โดยนำหลักการอารยสถาปัตย์ (Universal Design) ในการออกแบบ และพัฒนาสิ่งก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น อาคาร สถานที่ ทางเดินเท้า พื้นที่สาธารณะ ห้องน้ำ เพื่อรองรับคนทุกกลุ่มในสังคมให้ได้รับความสะดวกปลอดภัย เป็นธรรมทั่วถึง และเท่าเทียม

2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเมืองโอคายาม่า เมืองโอคายาม่าให้ความสำคัญกับการจัดแบ่งโซนการท่องเที่ยว โดยแบ่งพื้นที่ในเขตเมืองเป็น 3 โซน คือ โซนที่ 1 ย่านการขนส่ง (Station Area) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง เชื่อมโยงการเดินทางในพื้นที่กับนอกพื้นที่ โซนที่ 2 ย่านศิลปวัฒนธรรม (Cultural Area) เป็นโซนจัดกลุ่มท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับด้านศิลปะและวัฒนธรรม และโซนที่ 3 University Area เป็นย่านการจัดกิจกรรมประชุมสัมมนาและแสดงนิทรรศการ ทั้ง 3 โซนเชื่อมโยงด้วยระบบการขนส่งสาธารณะ (Good access to transportation) เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้า และให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว

3. TDK Company & Museum บริษัท TDK ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2478 เป็นบริษัทผลิตชิปและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้กับบริษัท

ต่าง ๆ เช่น เครื่องถ่ายภาพเอกสาร เครื่องโทรศัพท์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูป เป็นต้น บริษัทฯ ได้คิดค้น ศึกษา วิจัย และพัฒนานวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์เพื่อโลกแห่งอนาคต ในปี 2035 หลายหลาคนวัตกรรม ทั้งนวัตกรรมยานยนต์แห่งอนาคตด้วยระบบ self - driving car ช่วยให้การขับซื้ออย่างปลอดภัย และระบบการชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์แบบไร้สาย Smart House ที่ใช้การสั่งการด้วยระบบ Sensor ผ่านการเคลื่อนไหวโดยใช้มือในการสั่งการ หรือระบบ Smart Healthy ที่บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพส่วนบุคคล และแจ้งเตือนเมื่อมีเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือผิดปกติภายในร่างกาย และสามารถส่งข้อมูลไปยังศูนย์การแพทย์เพื่อให้คำปรึกษา หรือรักษาอาการผู้ป่วยได้ทันทางที่

4. การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง รูปแบบของการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดทอนความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง กล่าวคือ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อผลประโยชน์ของคนรุ่นปัจจุบัน จะต้องไม่ใช่ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง แต่ควรเป็นการใช้ทรัพยากรในเชิงอนุรักษ์และพัฒนาให้เต็มศักยภาพอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ การพัฒนาที่ยั่งยืน จะต้องพิจารณาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และความยั่งยืนของระบบนิเวศไปพร้อม ๆ กัน การใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิตสินค้าและบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต หรือการบริการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือความเสี่ยงต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และอยู่กับธรรมชาติได้อย่างสมดุล เช่น การใช้

เทคโนโลยีสะอาด (Cleaner Technology : CT) และการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม

การประยุกต์แนวคิดเพื่อการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

การพัฒนาเมืองแบบ Smart City หรือเมืองอัจฉริยะ เป็นการพัฒนาเมืองยุคใหม่ให้เป็นเมืองที่น่าอยู่อย่างยั่งยืน โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้กับเมือง โดยที่ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสาธารณะของเมืองได้อย่างรวดเร็ว การเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันเพื่อช่วยพัฒนาระบบบริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์ ให้ความหมายของ สมาร์ทซิตี (Smart City) หรือเมืองอัจฉริยะไว้ว่า “เป็นรูปแบบการประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล หรือข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารในการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริหารจัดการเมือง สิ่งแวดล้อม การศึกษา และการบริการชุมชน เพื่อช่วยในการลดต้นทุน และลดการบริโภคของประชากร โดยให้ประชาชนสามารถอยู่อาศัยได้ในคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ใช้ชีวิตให้สะดวกสบายขึ้น และประชาชนสามารถเข้าถึงบริการของเมืองได้รวดเร็วสร้างความปลอดภัยให้ทั้งชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้น” หรือกล่าวได้ว่าการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีความปลอดภัยมากขึ้น

จังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑลมีการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร ทำให้กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑลมีการเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งผลจากการพัฒนา

ก่อให้เกิดผลกระทบและปัญหาในหลายด้าน อาทิ ด้านการจราจร ด้านการจัดกาารชยะและสิ่งแวดล้อม การลดลงของพื้นที่สีเขียว และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและชาญฉลาดจากแนวคิดที่ได้จากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น จะเป็นข้อเสนอเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและการบริหารจัดการเมือง ลดค่าใช้จ่ายและลดการสิ้นเปลืองการใช้ทรัพยากร ภายใต้แนวคิด **“การพัฒนาเมืองน่าอยู่ทันสมัย ให้ประชาชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล อยู่ดี มีสุขอย่างยั่งยืน”** โดยพัฒนาให้เป็น Smart City ใน 3 ประเด็นการพัฒนา ได้แก่ ระบบขนส่งอัจฉริยะ การบริหารจัดการพื้นที่ และระบบความปลอดภัยสาธารณะ ดังนี้

1. ระบบขนส่งอัจฉริยะ (Intelligent Transport) โดยนำนวัตกรรมและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีการสื่อสาร มาช่วยในการบริหารจัดการระบบคมนาคมขนส่ง และการจัดการจราจร เพื่อช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่งสาธารณะ ให้การเดินทางมีความสะดวกปลอดภัย และช่วยลดการติดขัดของการจราจร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่เมืองของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑลและกรุงเทพมหานคร โดยการจัดตั้งศูนย์ควบคุมระบบการขนส่งอัจฉริยะจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล เพื่อรวบรวมข้อมูลและประชาชนสามารถได้รับข้อมูลการจราจรแบบ real - time จากระบบดังกล่าว โดยศูนย์จะเชื่อมโยงกับศูนย์ควบคุมระบบขนส่งอัจฉริยะของกรุงเทพมหานคร และภายในศูนย์แต่ละแห่งจะมีระบบการจัดการ ดังนี้

- ระบบรายงานการแจ้งเตือนผู้ขับขี่กรณีเกิดอุบัติเหตุบนถนนสายหลัก
- ระบบ GPS รถขนส่งสาธารณะ เพื่อช่วยในการตรวจสอบการขับขี่ และรายงานสภาพการจราจรในเขตเมือง
- ระบบบริหารจัดการจราจรด้วย IoT Sensor เพื่อแก้ปัญหาการจราจรติดขัด ช่วยให้ผู้ใช้ถนนรับข้อมูลการจราจรได้อย่างทั่วถึง แบบ real – time สามารถวัดความเร็ว และความหนาแน่นของการจราจร สภาพอากาศ ช่วยแจ้งเตือนเมื่อเกิดอุบัติเหตุข้างหน้าได้อย่างแม่นยำ สามารถคาดการณ์ และวางแผนการเดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียพลังงาน และช่วยลดมลพิษจากการจราจรติดขัด
- PLATFORM การให้บริการขนส่งมวลชนที่เชื่อมโยงข้อมูลกับ ผู้รับบริการ ข้อมูลตารางเวลาเดินรถ ลานจอดรถ เส้นทางเดินรถ เช่น ระบบจองรถแท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง ระบบจ่ายเงิน ผ่าน Application บนมือถือ เป็นต้น

2. การจัดการพื้นที่ (Land Use) โดยการจัดแบ่งพื้นที่การพัฒนา ตามศักยภาพและความเหมาะสมในแต่ละจังหวัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยพัฒนาด้านอารยสถาปัตย์ เพื่อให้การใช้ประโยชน์ และบริการ มีความ สะดวก สบาย และเสมอภาค โดยจัดวางตำแหน่งการพัฒนาจังหวัดในกลุ่ม จังหวัดภาคกลางปริมณฑลให้เป็นเมืองหลักในแต่ละด้าน ได้แก่ เมืองศูนย์การค้า เมืองที่อยู่อาศัย เมืองศูนย์กลางบริการของภาครัฐ และเมือง ศูนย์กลางการคมนาคม ดังนี้

- การยกระดับจังหวัดปทุมธานี ให้เป็นศูนย์การศึกษาและ ศูนย์การค้า ดังนี้

- เมืองการศึกษา โดยยกระดับสถาบันการศึกษาและแหล่งเรียนรู้ให้เป็นศูนย์กลางศึกษาวิจัย วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ และพัฒนาให้เป็นย่านนวัตกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวัฒนธรรม
- เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Eco Industrial Town)
- ศูนย์กลางรวบรวมและกระจายสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมของประเทศ
- การพัฒนาจังหวัดนนทบุรี ให้เป็นย่านธุรกิจการค้าและเมืองที่อยู่อาศัย โดยให้เป็นศูนย์กลางจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าระดับนานาชาติ และศูนย์บริการระดับประเทศ รวมทั้งพัฒนาให้เป็นเมืองที่อยู่อาศัยแบบอัจฉริยะ
- การส่งเสริมจังหวัดนครปฐม ให้เป็นศูนย์กลางการบริการของหน่วยงานภาครัฐ เป็นเมืองที่อยู่อาศัย และการศึกษาวิจัยด้านการเกษตรและอาหารปลอดภัย
- การส่งเสริมจังหวัดสมุทรปราการ ให้เป็นเมืองศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางอากาศ และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง
- การพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าและการขนส่งมวลชนสาธารณะ โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งที่สำคัญคือ ระบบรางรถไฟ เพื่อเชื่อมต่อการคมนาคมระหว่างเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค โดยใช้กรณีศึกษาของประเทศญี่ปุ่นที่มีรถไฟความเร็วสูงชินคันเซ็น (Shinkansen) เพื่อเชื่อมต่อการเดินทางระหว่างเมืองใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการขนส่งสินค้าทางรางที่มีความรวดเร็ว

การบริหารจัดการพื้นที่ในลักษณะข้ามพื้นที่หรือในลักษณะ Cluster โดยเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจเอกชนเข้ามาบริหารจัดการ โดยใช้กรณีศึกษา การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของเมืองโอคายามา ที่ให้บริษัท JTB เข้ามาร่วมรับผิดชอบ ทำให้เห็นได้ถึงความคล่องตัวในการบริหารงานเมื่อเทียบกับของภาครัฐ

3. ระบบความปลอดภัยสาธารณะ (Public Safety) เพื่อให้เมือง และชุมชนน่าอยู่ และประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยการจัดตั้ง “ศูนย์บัญชาการกล้องวงจรปิดระดับกลุ่มจังหวัด” เพื่อเป็น ศูนย์บริหารจัดการและเชื่อมโยงกล้อง CCTV ที่ติดตั้งครอบคลุมทุกพื้นที่ ของจังหวัดในกลุ่มจังหวัด สำหรับนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการบริหารจัดการเมือง (CCTV Analytic) โดยศูนย์ดังกล่าวจะต้องเชื่อมโยงกับศูนย์ ควบคุมระบบการขนส่งอัจฉริยะ เช่น วิเคราะห์ปริมาณจราจรในแต่ละ เส้นทาง การลดจุดเสี่ยงหรือจุดอันตรายของเมือง หรือการวิเคราะห์จำนวนคน หรือนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เพื่อวางแผนการจัดการเดินทาง และการ รักษาความปลอดภัย

อีกประเด็นสำคัญด้านความปลอดภัยสาธารณะคือการเพิ่ม ประสิทธิภาพระบบการป้องกันและแก้ไขปัญหา น้ำในเขตชุมชนเมือง มีข้อเสนอสำหรับการพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศด้านการจัดการน้ำ โดยการจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) และการพัฒนาระบบข้อมูลของน้ำผ่านการวัดค่าด้วยระบบเซ็นเซอร์ต่าง ๆ เช่น ค่าความเป็นกรด - ด่าง ค่าความเค็ม ค่าความใส ระดับน้ำ ปริมาณฝนตก คุณภาพของน้ำ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ทันสมัย และใช้

ในการติดตามประเมินสถานการณ์ทรัพยากรน้ำ การเตือนภัยล่วงหน้าและ
การบริหารจัดการน้ำในรูปแบบต่าง ๆ ครอบคลุมทั้งน้ำท่วม น้ำแล้ง และ
น้ำเสียในเขตเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

โดย

- | | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| 1. นางละมัย โพธิ์สูง | สำนักงานจังหวัดปทุมธานี |
| 2. นางสาวกรรณก นระแสน | สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
สมุทรปราการ |
| 3. นายองอาจ นิ้มเป่า | สำนักงานจังหวัดนนทบุรี |

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ข้อมูลสภาพทั่วไปของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2

ข้อมูลสภาพทั่วไป

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 ประกอบด้วย จังหวัดปราจีนบุรี จันทบุรี ตราด นครนายก และสระแก้ว โดยจังหวัดปราจีนบุรีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 23,261.081 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 14,521,938 ไร่ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 5 จังหวัด 37 อำเภอ 278 ตำบล 3,081 หมู่บ้าน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 297 แห่ง ข้อมูลตามระบบทะเบียนของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ในปี พ.ศ. 2559 มีประชากรรวม 2,064,107 คน เป็นชาย จำนวน 1,023,127 คน และเป็นหญิงจำนวน 1,040,980 คน ลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาและที่ราบสลับภูเขา บริเวณชายฝั่งทะเลด้านจังหวัดตราดและจันทบุรี ลักษณะภูมิอากาศโดยทั่วไปอากาศเย็นสบายตลอดปี มีฝนตกชุกในฤดูฝน ความชื้นในอากาศสูง จากสภาพภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ประชากรจึงประกอบอาชีพที่หลากหลาย ได้แก่ สวนผลไม้ เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ ลำไย สับปะรด ยางพารา ประมง จำหน่ายอาหารทะเลสดและอาหารแปรรูปต่าง ๆ เป็นแหล่งรวมอัญมณีล้ำค่าและเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก

ข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพ

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม พิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ณ ราคาประจำปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 442,956 ล้านบาท

โดยโครงสร้างภาคการผลิต ในปี 2559 ส่วนใหญ่อยู่นอกภาคการเกษตร จำนวน 342,010 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 77.21 และภาคเกษตร จำนวน 100,946 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.78 ส่วนรายได้เฉลี่ยใน ภาพรวมของกลุ่มจังหวัดเฉลี่ย 887,667 บาท/คน/ปี

ด้านการเกษตร มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เป็นมูลค่าจากภาค การเกษตร ภาพรวมของปี 2559 จำนวน 100,946 ล้านบาท อาชีพด้าน การเกษตร อาทิ พืชไร่ (ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย) พืชสวน (ทุเรียน มังคุด ลำไย ยางพารา ปาล์มน้ำมัน) ประมง และปศุสัตว์ สำหรับการผลิตทาง การเกษตรอย่างถูกต้องและเหมาะสม (GAP) มีเกษตรกรที่ได้รับจำนวน 11,009 ราย ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรส่วนใหญ่เป็นผลไม้ จำพวก เงาะ ทุเรียน มังคุด สับปะรด ลองกอง พืชผัก สมุนไพร ไม้ผลต่าง ๆ เป็นต้น

- สมุนไพร (Herbal City) มีนโยบายมุ่งเน้นพัฒนาสมุนไพรและ ผลิตภัณฑ์แบบครบวงจร และส่งเสริมเศรษฐกิจของเกษตรทางเลือก มีพื้นที่ปลูกและผลิตสมุนไพร ได้แก่ ปราจีนบุรี จันทบุรี และสระแก้ว **พืชสมุนไพรที่ปลูก** ได้แก่ กล้วยปักษ์ กิ่ง กล้วยหนวดแมว เพชรสังฆาต เสลดพังพอน ขมิ้นชัน ฟ้าทลายโจร ไพล กระวาน ฯลฯ **แหล่งขายที่สำคัญ** ได้แก่ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี และ โรงพยาบาลเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี

ด้านการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ ทะเล เกาะ แก่ง แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรม วัฒนธรรมประเพณี และทางธรรมชาติ ฯลฯ สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2560 (ม.ค. – มิ.ย. 2560) มีนักท่องเที่ยว

และผู้เยี่ยมเยือน จำนวน 5,734,848 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.35 โดยมี รายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2560 (ม.ค. – มิ.ย. 2560) 23,085.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.46 มีจำนวนที่พัก/โรงแรม จำนวน 527 แห่ง

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีพื้นที่ที่ติดกับทะเล อ่าวไทย จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี และตราด แนวชายฝั่งทะเลยาว 286.55 กิโลเมตร เป็นที่รวมของทรัพยากรอันหลากหลาย ทั้งป่าชายเลน หาดทราย ปะการัง ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรเหล่านี้เป็นปัจจัย เกื้อหนุนต่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยว พื้นที่ป่าไม้ในปี พ.ศ. 2559 มีพื้นที่ 4,081,207.30 ไร่

ความต้องการการพัฒนาเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2

เน้นปัญหาด้านท่องเที่ยวและวัฒนธรรม

1. แหล่งโบราณสถานหลายแห่งทรุดโทรมไม่ได้รับการบูรณะให้อยู่ ในสภาพที่จะส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
2. ขาดแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่มีการบริหารจัดการที่ได้ มาตรฐาน
3. ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สำคัญเริ่มจะสูญหาย
4. ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนกิจกรรมการ ท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว
5. ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยวและ การให้บริการ
6. ขาดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมากและการที่จะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ จำเป็นต้องอาศัยรากฐานขององค์ความรู้ใหม่ผสมผสานกับองค์ความรู้เดิม ที่มีลักษณะเป็นการบูรณาการ อันได้แก่ องค์ความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวและสินค้าท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยว มิติทางสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และสถานการณ์การเจริญเติบโตทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของ **“ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว”** คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย จำเป็นต้องมีการพัฒนา ดังนี้

1. การบริการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ ที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก

2. ระบบการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัย

3. ความสะดวกสบายและการเชื่อมโยงเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยความสะดวกสบาย จนเกิดเป็นความประทับใจ และต้องกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ธุรกิจภาคอุตสาหกรรมบริการต่างให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากเป็นอย่างยิ่ง

4. การวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละประเภทล้วนมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในความนิยม เป็นสถานที่ปรารถนาในการมาเที่ยวชม

ของนักท่องเที่ยว เพราะจะทำให้มูลค่าของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น

การพัฒนาพื้นที่ตามแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2

จุดยืนทางยุทธศาสตร์

- โซ่ข้อกลางเชื่อม กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล EEC และประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อก้าวสู่เมืองเศรษฐกิจชั้นนำ
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม
 - แหล่งผลิตอาหาร สินค้าเกษตร และผลไม้คุณภาพปลอดภัย
 - เมืองสมุนไพรแห่งเอเชีย
 - ประตูก้าขายแดนเชื่อมโยงสู่อินโดจีน

วิสัยทัศน์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม อุตสาหกรรม อัญมณี และเศรษฐกิจฐานรากก้าวหน้า แหล่งผลิตอาหาร สินค้าเกษตร และผลไม้ปลอดภัย เมืองสมุนไพรแห่งเอเชีย การค้าขายแดนเชื่อมโยง EEC และประเทศเพื่อนบ้าน

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. ส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ และวัฒนธรรม
2. เพิ่มขีดความสามารถด้านอุตสาหกรรม อัญมณี การค้า การลงทุน การค้าขายแดนเชื่อมโยง EEC และประเทศเพื่อนบ้าน
3. พัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป การตลาด สินค้าเกษตร และผลไม้คุณภาพปลอดภัย และสมุนไพรไทยอย่างครบวงจร

4. อนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา และปกป้อง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีส่วนร่วม เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

5. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สังคม การบริหารจัดการ ยกระดับคุณภาพชีวิตให้มีความมั่นคงปลอดภัย โดยกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 เป้าหมายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

แนวคิดที่ได้จากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น

ทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 มีเนื้อหาในการฝึกอบรมประกอบด้วย

การฝึกอบรมภาควิชาการ ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและบริการ (Value Added Creation for Tourism and Service) การสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน ได้แก่ สถานการณ์และแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับโลก แนวโน้มการท่องเที่ยวสำคัญที่จะมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะกลางถึงระยะยาว เช่น การเติบโตของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม (ผู้สูงอายุ Generation Y&Z กลุ่มชนชั้นกลาง) การเติบโตของตลาดเกิดใหม่ส่งผลให้การแข่งขันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศทวีความรุนแรงขึ้น รวมถึงวิวัฒนาการทาง

เทคโนโลยีที่ต้องปรับตัวแนวทางการนำเสนอสินค้าและบริการและการให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ละกลุ่ม กับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

3. ชัดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยกับความคุ้มค่าของทรัพยากรที่เสียไป ซึ่งไทยต้องเน้นการทำตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

4. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 A : Attractions Accessibility Accommodation Amenities Activities

- ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ เช่น ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ธรรมชาติ และพิจารณาการท่องเที่ยวที่มีโอกาสเติบโต

- การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) กำหนดกรอบหรือทิศทางการพัฒนา กำหนดเป้าหมายการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goal) โดยมีองค์ประกอบของความยั่งยืน คือ องค์ภาพพในสังคม ตั้งแต่อาหาร อากาศ ป่าไม้ สิ่งแวดล้อม จนถึงคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ สังคม การพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทไทย ได้แก่ การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

- เศรษฐกิจดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Digital Economy & Innovation) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการขับเคลื่อนองค์กร

การบูรณาการงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ การสร้างความแตกต่าง การเปลี่ยนทิศทางจาก “การผลิตฐานทรัพยากร” เป็น “การผลิตฐานความรู้” เปลี่ยนจาก “ผลิตมากผลตอบแทนน้อย (More for Less)” เป็น “ผลิตมากผลตอบแทนมาก (More for More)” หรือ “ผลิตน้อยผลตอบแทนมาก (Less for More)”

- นวัตกรรมการเกษตรและอาหาร (Innovative Agriculture and Food) เป็นการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีการเกษตรที่ทันสมัยเข้ากับการเกษตรแบบดั้งเดิมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก การเพิ่มผลผลิต การลดต้นทุน และการเพิ่มคุณภาพของผลิตผล ใช้ข้อมูลของต้นพืช สภาพแวดล้อมของฟาร์ม ฐานข้อมูลด้านการเกษตรที่เชื่อมโยงถึงกันเป็นเครือข่ายมาประมวลผลเพื่อช่วยในการตัดสินใจปรับปรุงปัจจัยการผลิตและการดูแลรักษาพืชอย่างเหมาะสม รวมถึงการจัดการผลิตผลหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อคงคุณภาพให้นานที่สุด

การศึกษาในประเทศญี่ปุ่น

การศึกษาดูงาน ณ เมืองอาคิตะ

จังหวัดอาคิตะ (Akita) ตั้งอยู่ในภูมิภาคโทโฮกุ (Tohoku Region) อุดมสมบูรณ์ไปด้วยป่าสน และแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติบนที่ราบสูง เพราะมีเทือกเขาล้อมรอบถึง 3 ทิศ มีพื้นที่ 67 ตารางกิโลเมตร มีประชากรอาศัยอยู่ทั้งหมด 318,926 คน เศรษฐกิจหลักของจังหวัดเป็นแบบอุตสาหกรรมดั้งเดิม เช่น การเกษตร ประมง และป่าไม้ที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์และสวยงามมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศ สภาพภูมิอากาศ มีอากาศที่หนาวเย็น

ตลอดทั้งปี อีกทั้งยังเป็นดินแดนแห่งตำนานเรื่องเล่าขาน และเป็นแห่งสุดท้ายที่ยังอนุรักษ์วิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณีโบราณ รวมถึงหัตถกรรมพื้นเมือง มีการจัดเทศกาลต่าง ๆ ตลอดทั้งปี เช่น เทศกาลนามาฮาเงะ เซะโตะ, เทศกาลคันโต (Kanto Festival), งานเทศกาลดอกไม้ไฟโอมาการิ (Ornagari Fireworks Festival) เป็นต้น มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม อาทิ ทะเลสาบทาซะวะ (Tazawalake) ภูเขาโจไก (Chokai Mountain) ซึ่งได้ขนานนามว่าเป็นภูเขาไฟฟูจิแห่งจังหวัดอากิตะ ซามูไรสตรีท (Kakunodate Samaurai House Street) หุบเขาโอยาสุ (Oyasu Valley) เป็นต้น โดยได้ศึกษาเรียนรู้ในจังหวัดอากิตะ ดังนี้

- อินานิวะอุดง (Inaniwa Udon) ณ ร้านซาโตะโยชิเกะ เมืองยุชะวะ ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยการบูรณาการวิธีสมัยโบราณเข้ากับอุปกรณ์ที่ทันสมัยจนสามารถสร้างชื่อเสียงสู่ผลิตภัณฑ์ได้จัดตั้งขึ้นประมาณ พ.ศ. 2407 ปัจจุบันมี Mr.Sato Yosuke ทายาทรุ่นที่ 7 เป็นผู้สืบทอดกิจการ ซึ่งมีมายาวนานถึง 154 ปี ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (1) ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่น ทั้งการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตที่ดี ถูกสุขลักษณะ ใช้หลักการของเสียเป็นศูนย์ (Zero Waste) รสชาติแบบดั้งเดิมที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์มาอย่างยาวนาน ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและครบวงจร (2) กระบวนการผลิตเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ใส่ใจทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้เส้นอุดงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้ผู้บริโภคต้องเดินทางมาลิ้มลองรสชาติเพื่อให้ได้รสชาติแบบดั้งเดิม ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งทางการ

ท่องเที่ยวและบริการ (3) การบริหารจัดการแบบครบวงจร ตั้งแต่การผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายสินค้า (4) การสร้างแบรนด์ ภายใต้ชื่อแบรนด์ “อินานิวอดัง” จากประวัติความเป็นมาและเรื่องราวที่มีประวัติศาสตร์ (Brand History) ที่น่าสนใจ

- สหกรณ์การเกษตรจังหวัดอาทิตะ ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 2005 เป็นสหกรณ์ระดับปฐม (Primary Societies) เกิดจากการรวมตัวของ เกษตรกรในพื้นที่ มีสมาชิก 128 คน โดยภาครัฐให้การสนับสนุนปัจจัย การผลิตด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น เครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ ระบบ ชลประทาน เป็นต้น วัตถุประสงค์การรวมตัวของสมาชิกเพื่อลดต้นทุน การผลิต และเพิ่มปริมาณผลผลิตต่อไร่ มีพื้นที่แบ่งเป็นพื้นที่ทำนาประมาณ 300 เฮกเตอร์ (1 เฮกเตอร์ = 6 ไร่ 1 งาน) ส่วนพื้นที่อื่นอีกประมาณ 10 เฮกเตอร์ เป็นพื้นที่ปลูกผัก กระบวนการผลิตตั้งแต่ปลูก จนแปรรูปเป็น ข้าวเปลือก ใช้เทคโนโลยีการเกษตรที่ทันสมัยร่วมกับการเกษตรแบบดั้งเดิม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก การเพิ่มผลผลิต การลดต้นทุน และการเพิ่มคุณภาพของผลิตผล โดยมีต้นทุนการผลิต 100,000 บาท/เฮกเตอร์ (ประมาณ 16,600 บาท/ไร่) ผลผลิต 6,000 กิโลกรัม/เฮกเตอร์ (ประมาณ 1,000 กก./ไร่) สินค้าที่ได้ส่งตามโรงเรียน และซูเปอร์มาร์เก็ตในพื้นที่ และ ต่างจังหวัด การจัดสรรประโยชน์กระจายให้สมาชิกตามขนาดของพื้นที่และ เงินลงทุน ปัจจัยความสำเร็จ 1) ทุกคนได้รับประโยชน์ 2) มีการฝึกเกษตรกร รุ่นใหม่เพื่อทดแทน จุดอ่อน 1) ขาดแคลนแรงงานที่เป็นวัยทำงาน 2) ทายาทที่เป็นวัยทำงานไม่สนใจด้านการเกษตร

- อุตสาหกรรม Farm Stay ของเมืองอาคิตะ ที่เป็นการนำแนวทางการบูรณาการวิธีพัฒนาแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวเข้ากับการสร้างความยั่งยืนทางสังคมของชุมชน เป็นการนำทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งรัฐบาลญี่ปุ่นเริ่มวางแผนพัฒนาฟาร์ม และชุมชนชาวประมงกว่า 500 แห่งทั่วประเทศ ให้เป็นที่พักสำหรับผู้ที่ยากสัมผัสวิถีชีวิตพอเพียงเรียบง่าย สไตล์หมู่บ้านชนบท ตั้งเป้า 40 ล้านรายภายในปี 2020 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ยูนิปุ่นจะเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก (Tokyo Olympic) และพาราลิมปิก (Paralympic) โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับการทำเกษตรกรรม งานฝีมือ และวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบญี่ปุ่นแท้ ๆ อย่างใกล้ชิด สิ่งนี้นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศต้องการจากการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ในจังหวัดอาคิตะ คือ การอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ความประหยัด และการได้ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ในฟาร์มสเตย์ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การเป็นเจ้าภาพที่ดีของคนญี่ปุ่น โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวได้อย่างคุ้มค่า เช่น สถานที่ท่องเที่ยวภูมิปัญญาท้องถิ่น การละเล่นและการแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น

การศึกษาดูงาน ณ เมืองโอคายาม่า

เมืองโอคายาม่า (Okayama Prefecture) ตั้งอยู่ตอนใต้ของกรุงโตเกียว มีพื้นที่ 790 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างจากสถานีชินโอซาก้าทางทิศตะวันตก เดินทางด้วยรถไฟชินคันเซ็น ประมาณ 45 นาที นอกจากนี้ โอคายาม่ายังเป็นเมืองที่มีวันที่ฝนตกน้อยที่สุดในประเทศญี่ปุ่น ถูกเรียกว่าเป็น

“ดินแดนแห่งแสงอาทิตย์” (The Land of Sunshine) อาภาศอบอุ่นผสมผสานกับความเย็นสบาย ทำให้เมืองนี้มีทัศนียภาพกว้างขวาง และยังมีผลผลิตคุณภาพสูง อย่างลูกท้อขาว และองุ่น เป็นต้น ชาวญี่ปุ่น ถือว่าเมืองโอคายาม่าเป็นเมืองศูนย์กลางใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่ถึง 7 ล้านคน นอกจากนี้ ยังมีเมืองคุราชิกิที่เต็มไปด้วยความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ไม่แพ้เมืองเกียวโต ที่เมืองคุราชิกิ มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย เช่น เมืองโบราณคุระชิกิ และแหล่งอุตสาหกรรมมีสึชิมะ มีนักท่องเที่ยวมากมายมาเยี่ยมชมเช่นกัน เมืองโอคายาม่าได้มีการจัดตั้งกลไกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีชื่อเรียกว่า Visitors and Convention Association โดยว่าจ้าง Outsource มีอาสาสมัครเข้าร่วมรับผิดชอบร่วมกับหน่วยงานภาครัฐของเมือง ชื่อบริษัท JTB นอกจากนี้ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพของเมืองโอคายาม่า ดังนี้

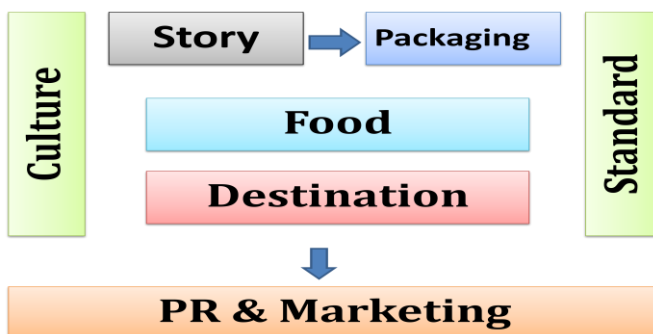
- ได้ศึกษาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จของสำนักงานการท่องเที่ยวเมืองโอคายาม่า ในด้านการนำประชากรท้องถิ่นที่เคยไปทำงานยังเมืองใหญ่กลับสู่เมืองโอคายาม่าได้ โดยเมืองโอคายาม่าให้ความสำคัญกับการนำตำนานในการสร้างเรื่องราว (Story) ของเมือง ได้แก่ นิทาน “โมโมทาโร่กับผองเพื่อน” ซึ่งเป็นนิทานพื้นบ้านของชาวโอคายาม่า การจัดการท่องเที่ยวของเมืองโอคายาม่า มีการจัดรูปแบบการจัดการที่ชัดเจน มีการจัดตั้งองค์กรที่มีการบริหารจัดการที่ชัดเจน (1) การจัดโซนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (2) การจัดการประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อเนื่อง (3) การสร้างการเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งเพื่ออำนวยความสะดวก

สะดวกในการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว (4) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากตำนานหรือเรื่องเล่าและการสร้างเสน่ห์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว (5) การสนับสนุนจากภาครัฐที่เป็นรูปธรรมและการกำหนดโครงสร้างในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (6) มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองอย่างชัดเจนและมีการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม

- บริษัท Minanmoto Kichoan ได้ศึกษาแนวคิดในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงที่ส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย

- สวน Nomaru Engei kibiji Noen ได้ศึกษาแนวทางพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านกระบวนการในลักษณะคล้ายคลึงกับรูปแบบสหกรณ์ แต่บริหารจัดการโดยชาวไร่ชาวนาทั้งหมด ให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรกับลูกค้า โดยสร้างตลาดแบบขายตรงไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เน้นการสร้างการแข่งขันให้ภาคอุตสาหกรรมเสมือนการเกษตรเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานของชุมชน รวมทั้งให้โอกาสเกษตรกรในการพัฒนาการผลิตทางการเกษตร รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองโอคายามา เช่น ปลุกพืชผัก ไม้ผล ที่เป็นพืชประจำถิ่น รวมทั้งสร้างสังคมให้ผู้ทุพพลภาพและผู้สูงอายุได้อยู่เคียงคู่กับวัฒนธรรมเกษตร

แนวทางในการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 Model
 การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2



จากการเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนองค์ความรู้และการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น ทำให้สามารถนำมาปรับใช้ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 ซึ่งมีความโดดเด่นของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายและเป็นมรดกโลกแหล่งผลิตสินค้าทางการเกษตรที่มีความโดดเด่น โดยเฉพาะในเรื่องผลไม้ อารยธรรมโบราณ และมรดกโลก เป็นต้น โดยจะเน้นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนในพื้นที่ ทั้งนี้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 จึงควรมีการดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

การพัฒนาด้านการเกษตร เกษตรกรในพื้นที่ต้องปรับเปลี่ยนจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมสู่การทำเกษตรแบบใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการ

และการนำเทคโนโลยี (Smart Farmer) มาใช้ในการผลิต การเตรียมการให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการ (Enterprises) การกลุ่มและสร้างเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ขายสินค้าโดยตรงกับผู้บริโภคเปลี่ยนจากการประกอบธุรกิจที่พึ่งพาภาครัฐไปสู่การประกอบธุรกิจแบบใหม่ที่มีศักยภาพสูง (Startups) สร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล เช่น GAP, GMP เป็นต้น และสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการสร้างตราสินค้า (Brand) เป็นการรับรองคุณภาพให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ การคงไว้ซึ่งการเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนำเสนอผ่านการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ช่วยสร้างจุดสนใจแก่ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม สะดวกทันสมัย จะช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มากขึ้น

การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ชุมชนเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า เป็นการเน้นภาคบริการมากขึ้น รวมทั้งมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) การสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ สร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เช่น การสร้าง Application/QR code ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งชุมชนมีการบริหารจัดการและการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจเชื่อมโยงแบบประชารัฐ ดำเนินการในลักษณะห่วงโซ่มูลค่าเชื่อมโยงการเกษตร สูการแปรรูปเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชม ชิม ช้อปสวนผลไม้ การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวประมง การเรียนรู้

ประวัติศาสตร์ อารยธรรมท้องถิ่นโบราณ ซึ่งเป็นจุดเด่นของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 รวมถึงการสร้างมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศผ่านเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย นอกจากนี้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีการดำเนินการ เช่น

- การสร้างเครือข่ายการรวมกลุ่มเป็น cluster โดยทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ชุมชนเจ้าของพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการสำรวจสภาพปัญหาของชุมชน ร่วมกันแก้ไขปัญหา และร่วมการพัฒนาชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

- การเตรียมพร้อมด้านภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
- การสร้างอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อเป็นทางเลือกในการท่องเที่ยว ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประวัติศาสตร์ อารยธรรมและวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

- การสร้างมาตรฐาน คุณภาพของสินค้าและบริการ ให้เป็นที่ยอมรับ และการสร้างตราสินค้า (Branding) ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์

- ทุกภาคส่วนต้องร่วมกันพิจารณาว่าขายสินค้าและบริการอย่างไรให้มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น ภายใต้มูลค่าเท่าเดิม อาทิ ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ รับทราบคุณค่าของสินค้าและบริการมากขึ้น ทำให้จำหน่าย อธิบายได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว เป็นต้น

- สร้าง Position พัฒนาจุดเด่นของชุมชนที่ชัดเจน ไม่จำเป็นต้องทำตามใคร ทำเหมือนใคร ต้องสร้างจุดเด่นที่มีอยู่ในพื้นที่ สร้างจุดต่างจากจุดแข็งและนักท่องเที่ยวมีความต้องการ

การพัฒนาด้านการตลาดประชาสัมพันธ์ เมื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างอัตลักษณ์ และการสร้างมาตรฐาน ของทรัพยากรการท่องเที่ยวแล้ว การส่งเสริมทางด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 ไปสู่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศก็เป็นสิ่งที่สำคัญ ทั้งจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่เกิดความประทับใจแล้วบอกต่อ หรือพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น การสร้าง Application/QR code การเชื่อมโยงสื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินการ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 มีรายได้จากการท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอในการพัฒนา

ในการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีแนวทางในการดำเนินการดังนี้

- นโยบายของภาครัฐ ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยสนับสนุนให้เป็นวาระแห่งชาติและเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้ ภาครัฐควรแสดงบทบาทหรือทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงในการสนับสนุนให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กล่าวคือ ทำหน้าที่

สนับสนุนเฉพาะในส่วนที่ชุมชนมีความต้องการและจำเป็นจริง ๆ เช่น การสนับสนุนบุคลากรในการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ

- ให้ความสำคัญกับหลักการทำงานในลักษณะของการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ และร่วมติดตามประเมินผล เปิดโอกาสให้ภาคเอกชน ชุมชน หรือภาคประชาชน เสนอความคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับ แผนงาน/โครงการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงรูปธรรม สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน

- การพัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกของชุมชนที่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาทักษะด้านภาษา การสื่อสาร การบริการ และทักษะเฉพาะด้าน เพื่อให้บุคลากรมีทักษะและขีดความสามารถในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

- การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงกับชุมชน เพื่อให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงต่อจากชุมชน โดยต้องพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศ และเชิงเกษตรมากขึ้น เพื่อคงทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ปราศจากมลพิษ อันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่อย่างยั่งยืน

- การประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งในและต่างประเทศ สนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เทศกาล

ท่องเที่ยวที่หลากหลายและต่อเนื่องตลอดทั้งปี เน้นการประชาสัมพันธ์ จุดขายที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ รวมทั้งการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในทุกด้าน เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวในปีต่อไป

- สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับทุนทางสังคม โดยปรับเปลี่ยนจากการทำการเกษตรเพียงอย่างเดียวมาเป็นการท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่เสริมสร้างอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร รวมทั้งเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเป็นการสร้างชื่อเสียงกับจังหวัดอีกด้วย

- เปลี่ยนแนวคิดเดิม ๆ ว่าเกษตรกรเป็นผู้ผลิตสินค้าเพื่อป้อนสู่ตลาด มาเป็นนักบริหารจัดการ โดยเกษตรกรจะต้องมีความรู้ทางการเกษตรควบคู่กับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งจะต้องได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากทุกภาคส่วนทั้งความรู้ทางด้านวิชาการและการตลาด

- พัฒนารูปแบบธุรกิจ (Business Model) เชื่อมโยงการเกษตรสู่การแปรรูป และการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการปลูกฝังค่านิยมให้ชุมชนร่วมมือกันพัฒนาท้องถิ่นของตน ร่วมกันยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านวิถีการเกษตร วัฒนธรรม ตลอดจนถ่ายทอดไปยังรุ่นใหม่สานต่อการดำเนินงาน

- ส่งเสริมอาชีพให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งสังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการประกอบอาชีพ เนื่องจากการนำทรัพยากร วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีอยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่ม

ผู้จัดทำ

1. นางสาวประภาส สีหานอก นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ สำนักงานจังหวัดจันทบุรี
2. นายศราวุฒิ ทัพธานี นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ สำนักงานจังหวัดนครนายก
3. นางนันทพร ทิพย์วงษ์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ สำนักงานเกษตรและ
สหกรณ์จังหวัดปราจีนบุรี
4. นายอิทธิรัฐ สีนารักษ์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ สำนักงานการท่องเที่ยว
และกีฬาจังหวัดสระแก้ว

**แนวทางการพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อสร้างความเข้มแข็ง
ทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ของกลุ่มจังหวัด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
(กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด)**

สภาพทั่วไปและสถานการณ์การพัฒนากลุ่มจังหวัด

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม และจังหวัดร้อยเอ็ด มีจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบริหารงานกลุ่มจังหวัด มีพื้นที่ 31,423 ตารางกิโลเมตร มีประชากรรวมทั้งสิ้น 5,058,4 คน อยู่ในวัยแรงงาน 3.61 ล้านคน เป็นชาย 1.72 ล้านคน หญิง 1.88 ล้านคน

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (Gross Provincial Cluster Product : GPCP) ปี 2558 จำนวน 341,954 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีมูลค่า GPCP เป็นลำดับที่ 11 จาก 18 กลุ่มจังหวัด มีพื้นที่การเกษตร 13,585,812 ไร่ มีคร่าวเรือนเกษตรกร 730,290 ครัวเรือน (ข้อมูลกรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2558) พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ข้าว อ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง ภาคอุตสาหกรรมหลักที่มีการลงทุนมากที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมกระดาษ และอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูปข้าว อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาล อุตสาหกรรมมันสำปะหลัง

การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีผลิตภัณฑ์จากไหมที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ คือ ผ้าไหมมัดหมี่ (ขอนแก่น) ผ้าไหมแพรวา (กาฬสินธุ์) ผ้าไหมสร้อยดอกหมาก (มหาสารคาม) ผ้าไหมสาเกต (ร้อยเอ็ด) ในปี 2559 กลุ่มจังหวัดฯ มีมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไหม 2,947,076,550 บาท

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนากลุ่มจังหวัด ในห้วงระยะเวลา พ.ศ. 2561 - 2564 เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัด ภายใต้ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ บริบทของการพัฒนาที่ผ่านมาและในอนาคต รวมทั้งสภาพของปัญหาและความต้องการของประชาชน โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ดังนี้

“ศูนย์กลางอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร เชื่อมโยงการบริการการท่องเที่ยว และโลจิสติกส์สู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง” โดยมีประเด็นการพัฒนากลุ่มจังหวัด 3 ประเด็น คือ

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 การพัฒนาศักยภาพการผลิตการเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการค้า การบริการ และโลจิสติกส์

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

แนวคิดที่ได้จากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น

จากการฝึกอบรมในชั้นเรียน พบว่า ในการพัฒนาประเทศ ในยุค Thailand 4.0 จะต้องปรับเปลี่ยนโครงการเศรษฐกิจสู่ Value Based Economy หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ในด้านของสินค้าจะต้องมีนวัตกรรม ในภาคอุตสาหกรรมต้องขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และเน้นการผลิตในภาคการบริการเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเป็นภาคที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้สูง การเปลี่ยนผ่านใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) จาก Traditional Farming สู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) 2) จาก Traditional SMEs สู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง 3) จาก Traditional Services ไปสู่ภาคบริการที่เป็น High Value Services และ 4) จาก Low skill labor พัฒนาเป็นแรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง โดยมีรายละเอียดจากการศึกษาในชั้นเรียน ดังนี้

การพัฒนาอย่างยั่งยืน ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ การสร้างความมั่นคง การสร้างความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน การสร้างโอกาส ความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พัฒนาประเทศที่เน้นนวัตกรรม และ ICT (ระบบอิเล็กทรอนิกส์) ในการขับเคลื่อนประเทศ ทุกภาคเศรษฐกิจและสังคมสู่ประเทศ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อให้พ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง

เนื่องจากปัจจุบันกระแสหรือแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความก้าวหน้าในการพัฒนาเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากร การทำให้สุขภาพและชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น การให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตมนุษย์ (Health, Wellness and Well Being) ที่ลึกซึ้งมากขึ้น การพัฒนานวัตกรรมเพื่อความเป็นศูนย์กลางการสูญเสีย การขาดแคลนทรัพยากรและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะที่เป็นสอดคล้องกับแนวคิดสีเขียว ส่งผลต่อประเทศไทย จะต้องมีการปรับตัวและพัฒนาให้ทันต่อแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของโลก

เศรษฐกิจดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ซึ่งหมายถึง เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาในทุกด้าน ส่วนนวัตกรรมมีความสำคัญคือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างความแตกต่าง การเปลี่ยนทิศทางจาก การผลิตฐานทรัพยากรเป็นการผลิตฐานความรู้ จากการผลิตมากผลตอบแทนน้อย (More for Less) เป็นผลิตมากผลตอบแทนมาก (More for More) หรือ ผลิตน้อยผลตอบแทนมาก (Less for More) ซึ่งการนำนวัตกรรมเข้าใช้สามารถใช้ได้ในทุกสินค้าและบริการ การใช้ประโยชน์จากข้อมูล ที่เก็บในรูปแบบของฐานข้อมูล Platform ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ปัญหา ความต้องการและโอกาสในการพัฒนา

การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและบริการ ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว (พ.ศ.2560 - 2564) กล่าวคือ การยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยเน้นความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์วิถีไทย พัฒนางค์ความรู้และส่งเสริมนวัตกรรมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีองค์ความรู้ด้านการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และพัฒนากลไกบูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวจะต้องเตรียมการเพื่อรองรับแนวโน้มการท่องเที่ยวระดับโลก ได้แก่ การเติบโตของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การเติบโตของนักท่องเที่ยว Gen Y&Z การเติบโตของประชากรกลุ่มชนชั้นกลาง การเติบโตของตลาดเกิดใหม่ ประเด็นทางการเมืองและการก่อการร้าย วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี ช่องทางดิจิทัล ความรักดีของลูกค้า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพ และให้ความสำคัญกับความยั่งยืน เช่น ในเรื่องของอาหารต้องมีคุณค่า ปลอดภัย มีอัตลักษณ์ เน้นอาหารสุขภาพเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นสังคมไร้เงินสด การสร้างทางลาด ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ การชูเมืองเด่นแล้วจัดการท่องเที่ยวเมืองหลักเชื่อมโยงเมืองรองด้วยโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมที่สะดวก ประชาสัมพันธ์ ทาง Social Network ชิว – ชิม – แชะ – แชท – แชร์ และจัดประชาสัมพันธ์แบบแชร์แล้วได้ส่วนลดทันที เป็นต้น

นวัตกรรมการเกษตรและอาหาร เนื่องจากแนวโน้มของภาคเกษตรและอาหารของโลกจะมีความต้องการอาหารเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความสัมพันธ์โดยตรงมากขึ้น การก้าวกระโดดด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีส่งผลให้ประสิทธิภาพการผลิตเพิ่มมากขึ้น ความสะดวกสบายและการใส่ใจต่อสุขภาพจะมีบทบาทมากขึ้น โดยสินค้าเกษตรและอาหารที่จะอยู่ได้ต้องมีนวัตกรรมและความปลอดภัย และในช่วงเปลี่ยนผ่านที่สังคมก้าวสู่ยุคของคนรุ่นใหม่ การพัฒนาเกษตรกรเป็น Young Smart Farmer และ Smart Farmer เพื่อพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ SMEs Startup Social Enter การใช้นวัตกรรมแบบเกษตรอัจฉริยะ (Smart Agriculture) ตั้งแต่การผลิต-แปรรูป-ตลาด ด้วยสินค้าที่มีความปลอดภัย ยกระดับมูลค่าด้วยคุณภาพมาตรฐาน ควบคู่กับการประหยัดทรัพยากรน้ำ และการใช้พื้นที่การเกษตร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จากการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่น ณ เมือง อะคิตะ

อिनานิเวอด้ง เมืองยูซาวะ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยการบูรณาการวิธีสมัยโบราณเข้ากับอุปกรณ์ที่ทันสมัยจนสามารถสร้างชื่อเสียงสู่ผลิตภัณฑ์ของประเทศได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้มีการถ่ายทอดสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ และได้เริ่มมีการทำการตลาดอย่างจริงจัง มีการเปิดสาขาที่ต่างประเทศ โดยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือการขายเรื่องราวความเป็นมาควบคู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

สหกรณ์การเกษตร จังหวัดอะคิตะ สหกรณ์ก่อตั้งเมื่อ 2005 โดยสมาชิกสหกรณ์ มีการระดมหุ้นกัน โดยสมาชิกเป็นเกษตรกร 128 คน และเป็น Staff 12 คน แรกเริ่มจากเกษตรกรรวมตัวกัน จากนั้นก็ได้รับการ

สนับสนุนจากทางจังหวัด ในการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า สนับสนุนเครื่องจักร วัสดุประสงค์ การตั้งสหกรณ์ เพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยมีการลงทุนร่วมกันทั้งภาครัฐและกลุ่มเกษตรกร เป็นสหกรณ์ การเกษตรระดับปฐม หรือระดับท้องถิ่น (Primary Agricultural Cooperative Societies) สหกรณ์จัดตั้งในกลุ่มเกษตรกรที่ทำการเกษตรเฉพาะ ผลิตข้าวอะคิตะโคมาชิ (Akitakomachi) เป็นพันธุ์ข้าวของจังหวัดอะคิตะ (Akita) ปัจจัยที่มีผลต่อความก้าวหน้าของสหกรณ์ คือ พื้นฐานลักษณะนิสัยและแนวคิดของคนญี่ปุ่น มีความเป็นชาตินิยม มีความขยัน ตรงต่อเวลา มีความสามัคคี มุ่งสร้างบุคลากรที่มีความกระตือรือร้นมีจิตวิญญาณบุกเบิกสร้างสรรค์ เพื่อสร้างกลุ่มสหกรณ์การเกษตร (JA) ที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่พึ่งพาแก่สมาชิก โดยรัฐบาลได้ออกกฎหมายที่ดูแลสหกรณ์และภาคเกษตรกรรม โดยไม่เข้าไปแทรกแซงกิจการของสหกรณ์มากเกินไป

Farm Stay เป็นแนวทางที่บูรณาการวิธีพัฒนาแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวเข้ากับการสร้างความยั่งยืนทางสังคมของชุมชน เป็นการนำเสนอรูปแบบวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรม เข้ามามีส่วนร่วมเรียนรู้ความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชาวชนบทในประเทศญี่ปุ่น การเป็นเจ้าของที่ดินคือหัวใจของการเปิดบ้านเป็น Farm Stay

บริษัท TDK ณ TDK Museum เมืองนิกาโฮ จังหวัดอะคิตะ ประเทศญี่ปุ่น เป็นบริษัทที่ดำเนินการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2478 โดยมี Mr. Kenzo

Saito เป็นประธานคนแรก บริษัทฯ ยังคงรักษาความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนในท้องถิ่น ได้ก่อสร้างพิพิธภัณฑ์ขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองครบรอบ 70 ปีแห่งการก่อตั้งบริษัท โดยภายในพิพิธภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง จัดแสดงประวัติศาสตร์ของแม่เหล็ก ประวัติความเป็นมาของบริษัท ผลการดำเนินการที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ได้พัฒนาและผลิตขึ้น และกิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทได้ทำเพื่อตอบแทนสังคม ส่วนที่สองจัดการวางยุทธศาสตร์ และนวัตกรรมเพื่ออนาคต ผ่านเทคโนโลยี ที่พัฒนาขึ้นของ TDK เพื่อเปลี่ยนแปลงโลกในอนาคต จำลองเมืองในอนาคตปี 2035 ซึ่งเป็นเมืองแห่งพลังงานทดแทนที่สะอาด ระบบการถ่ายโอนพลังงานแบบไร้สาย ระบบสาธารณสุข ที่อยู่อาศัยและประชาชน เชื่อมต่อกันผ่าน IOT เพื่อสร้างสังคมที่สะดวกสบาย และปลอดภัยในอนาคต โดยมีมุมมองแนวคิดในการทำธุรกิจของบริษัท คือ กระบวนการเก็บข้อมูลในอดีตเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินการแก้ไข และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การผลิตสินค้าและบริการ ที่ปลอดภัย ตรงความต้องการของผู้บริโภค และการรักษาความไว้วางใจในตัวของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้าทางธุรกิจอื่น ๆ ร่วมรักษา และใส่ใจกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและการแบ่งปันประโยชน์คืนกลับสังคมและประเทศ

จากการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่น ณ เมือง โอคายาม่า

โรงงานขนม Minamoto Kichoan มีการทำขนมมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1946 หรือ 72 ปีมาแล้ว ซึ่งปัจจุบัน ขนม Minamoto มีจำหน่ายไปทั่วโลกถึง 40 ประเทศ รวมถึงไทยด้วย มีโรงงานผลิตถึง 6 แห่ง พนักงานรวม 2,500 คน

เฉพาะโรงงานที่โอคายามะ สร้างขึ้นเมื่อราว 23 ปีที่แล้ว มีพนักงาน 200 คน กระบวนการผลิตภายในโรงงาน เน้นความสะดวกและหลักอนามัย รสชาติ ความอร่อย กระบวนการผลิตใช้คนทำงานร่วมกับเครื่องจักร มีผลิตภัณฑ์ ขนมหากหลาย ได้แก่ขนมพาย ขนมเปีย โดรายากิ ไอศกรีม ฯลฯ จุดเด่นคือ การทำหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม

บริษัท Nomaru Engei Kibiji Noen ดำเนินการในรูปแบบคล้าย เป็นสหกรณ์ตลาดสินค้าเกษตรท้องถิ่นของชาวเมืองโอยาม่า สมาชิก สหกรณ์มีประมาณ 700 คน ทำหน้าที่เชื่อมโยง Demand กับ Supply โดยเกษตรกรจะเป็นผู้กำหนดราคาขายในตลาด โดยหัก 21% จากยอดขายเข้าสู่สหกรณ์ เป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ และการทำ การตลาด รวมถึงการพัฒนาตลาด ทางตลาดจะทำหน้าที่ติด Tag ป้ายราคา ตามที่เกษตรกรเป็นผู้กำหนด ป้ายราคา ก็จะระบุวันที่ผลิต ผู้ผลิต สวนที่ผลิต เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพของสินค้าในตัว องค์ประกอบของตลาด ในลักษณะนี้จะสำเร็จได้ คือ 1) ต้องมี Space ตลาดวางสินค้า 2) มีเครือข่ายสมาชิก 3) มีเงินลงทุน และ 4) มีระบบบริหารจัดการ และ ที่สำคัญคือ การมีจิตวิญญาณแห่งศรัทธาระหว่างกันของเหล่าสมาชิก ซึ่งจะ ทำให้ตลาดและสมาชิก มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

บริษัท ยีนส์ การสร้างแบรนด์ Betty Smith ยีนส์ แบรินด์ดังของ ญี่ปุ่นที่ Betty Smith jeans Museum อำเภอดะดงที่มี การเริ่มสร้าง แบรินด์ได้เมื่อราว ค.ศ.1960 หรือเมื่อ 58 ปีก่อน เดิมทีก็ใช้ชื่อแบรนด์ว่า Big John แต่ได้มีการพัฒนาแบรนด์โดยเฉพาะเจาะจงกับลูกค้าที่เป็น สุภาพสตรี จึงเปลี่ยนชื่อแบรนด์มาเป็น Betty Smith ปัจจุบันแห่ง

ความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ คือ 1) connection ที่มีกับผู้ผลิตยีนส์ในสหรัฐ เพราะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้สามารถมองตลาดสากล 2) Focusing to Marketing ลูกค้าหลักคือสุภาพสตรี และ 3) Different from Story ใส่จุดเด่นเฉพาะตัวของยีนส์ Betty Smith ด้วยการมี Know how และเทคนิค เฉพาะตัว เช่น เทคนิคการทอผ้าเฉพาะตัว การใช้หินภูเขาไฟมาซักฟอกยีนส์ให้เกิดลวดลายต่าง ๆ ในกระบวนการผลิต

การท่องเที่ยวเมืองโอคายามา มีการใช้นิทานปรัมปราหรือนิทานพื้นบ้านมาเป็นเรื่องราวนำการท่องเที่ยว การให้ความสำคัญกับการจัดระบบขนส่งมวลชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย การทำงานร่วมกับผู้ประกอบการด้านโรงแรมที่พัก ตั้งอยู่รายรอบศูนย์กลางการขนส่งมวลชน ที่เรียกว่า Okayama Station มีการจัด convention ร่วมกับสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการเอกชน มีการจัด Event ที่ทางองค์กรจะมีการจัดสรรงบประมาณสนับสนุน ให้กับผู้จัดงานโดยผู้จัดงาน จะต้องนำเสนอ อาหารเด่น ๆ ของเมือง ข้อมูล tourism info booth และแผนการนำคนมาเที่ยวโอคายามา (Planning and proposal for gathering unique to Okayama) การทำงานแบบมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน การจัดโซน Station area (ศูนย์กลางการเดินทาง) โซน University Convention และโซน Cultural area การกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวแบบ Must Visit คือ ห้ามพลาด การสร้าง Value added ให้กับสินค้าท้องถิ่นหรือ OVOP และการตลาดเชิงรุกผ่านสื่อต่าง ๆ

การประยุกต์ใช้และแนวทางการพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

จากการฝึกอบรมในชั้นเรียนและการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่น และจากการวิเคราะห์ปัญหาที่สำคัญของกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง คือ ภาคการเกษตรยังคงขาดการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิต แปรรูปและจำหน่าย จึงมีข้อเสนอในการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการส่งเสริมให้เกษตรกรสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อมาพัฒนาภาคการเกษตรตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ดังนี้

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการสินค้าเกษตร ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยสหกรณ์การเกษตร หรือภาคเอกชน แบบมีส่วนร่วม โดยให้ใช้กลไกของกลุ่มเป็นตัวกำหนดราคาในตลาด โดยรัฐแทรกแซงน้อยที่สุด ตัวอย่างจากสหกรณ์ AKITA และบริษัท Nomaru Engei Kibiji Noen เมืองโอยาม่า ประกอบกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าเกษตรที่มุ่งเน้นความปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และการจัดการระบบตรวจสอบแบบย้อนกลับ เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรม ใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ควบคู่กับการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าเกษตรหลักของกลุ่มจังหวัดคือ ข้าวหอมมะลิ มันสำปะหลัง และอ้อย เน้นความเป็นผลิตภัณฑ์แบบอินทรีย์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ต้องมีจุดขายเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์นั้นควบคู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์ขนม Minamoto Kichoan และอินานิวะ **อูด้ง** การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม สามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้ และสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้เป็นลักษณะเฉพาะที่หาซื้อได้เฉพาะท้องถิ่นนั้นๆ ผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มจังหวัดที่จะนำมาพัฒนา ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียวเขาวงศ์ ข้าวทับทิมชุมแพ ผาโหมสาเกตู ผ้าไหมแพรวา ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมสร้อยดอกหมาก เป็นต้น

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน โดยการจัดกลุ่มการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด การจัดโซนการท่องเที่ยว ปฏิทินการท่องเที่ยว และที่สำคัญคือการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีจิตใจรักการบริการ (Service Mind) ตัวอย่าง **Farm Stay** ของเมือง AKITA และการจัดโซนการท่องเที่ยว ของเมือง **โอคายามา** ในส่วนการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด สามารถร้อยเรียงการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ – วิทยาศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผ่านสินค้าที่มีชื่อเสียงเช่นตามรอยข้าวหอมมะลิ ตามรอยเส้นทางสายไหมของกลุ่มจังหวัด กินข้าวทุ่งนุ่นผ้าไหม เป็นต้น

การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยการพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรม ด้านการเกษตรให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์มากขึ้น การทำฟาร์มเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) ช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต เพิ่มคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่ม

โดยนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมไปใช้ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง การปรับใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับยุคสมัย ตามแนวทางของ**บริษัท TDK** ผสมผสานกับความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และสร้างความแตกต่างของแบรนด์ตามแนวทาง**บริษัท ยีนส์ Betty Smith** ในกลุ่มจังหวัดสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศมาใช้ในการบริหารสินค้าเกษตร และประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมพัฒนาสินค้า เช่น ข้าวเป็นยา ผ้าไหมนาโน เป็นต้น



จัดทำโดย

- นางสาวปราณี วงศ์บุตร นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการพิเศษ
สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม
- นายสุทธิพงษ์ เสริมรัมย์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนกลาง
- นางสาวพนัธิยา พรหมเพียงช้าง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
ชำนาญการ
สำนักงานเกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด

ข้อเสนอแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัด
การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการของกลุ่มจังหวัดภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
(อุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย บึงกาฬ)

ประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่ติดกับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) ซึ่งหมายถึงการมีรายได้ประชาชาติ (GDP per capita) อยู่ในระดับปานกลางเป็นระยะเวลานานกว่าที่ควรจะเป็น เฉพาะกรณีของประเทศไทยถือว่าติดกับดักรายได้ปานกลางมาตั้งแต่ปี 2519 หรือ 4 ทศวรรษมาแล้ว โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยยังคงมีรายได้ประชาชาติอยู่ที่ 5,640 ดอลลาร์ สหรัฐ./คน/ปี ซึ่งห่างไกลจากเกณฑ์รายได้ประชาชาติของประเทศรายได้สูง ที่ถูกกำหนดไว้ที่ 12,235 ดอลลาร์ สหรัฐ./คน/ปี มากพอสมควร และจากการคาดการณ์แนวโน้มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่อยู่ในระดับร้อยละ 3.5 ต่อ/ปี จึงมีการคาดการณ์ว่าประเทศไทยอาจต้องใช้ระยะเวลาอีกกว่า 3 ทศวรรษหรือมากกว่านั้น เพื่อก้าวสู่ประเทศที่มีรายได้สูง ซึ่งนั่นหมายความว่า ประเทศไทยอาจต้องใช้ระยะเวลารวมกันกว่า 7 ทศวรรษ เพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูง หรือประเทศพัฒนาแล้ว ทั้งนี้ โดยมีสาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยติดกับดักรายได้ปานกลาง ได้แก่ ความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความพร้อมด้านทุนมนุษย์ทั้งปริมาณและคุณภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการดูดซับเทคโนโลยีและสร้างนวัตกรรม ระบบการศึกษา ประสิทธิภาพของ

หน่วยงานรัฐ และเสถียรภาพทางการเมือง (ธนาคารแห่งประเทศไทย : บทวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ, 7 พฤศจิกายน 2560)

จากการที่คณะผู้เขียนซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นตัวแทนของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 (อุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย และบึงกาฬ) ให้เข้ารับการอบรมตามโครงการทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 โดยแบ่งการฝึกอบรมเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงที่ 1 ภาควิชาการ ระหว่างวันที่ 5 - 8 มิถุนายน 2561 ณ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพมหานคร ช่วงที่ 2 ภาคการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่น และช่วงที่ 3 ภาคการนำเสนอผลงานการเรียนรู้ ระหว่างวันที่ 12 - 13 กรกฎาคม 2561 ณ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพมหานคร ทำให้ได้เห็นถึงความชัดเจนในเป้าหมายของรัฐบาล ที่ต้องการพัฒนาประเทศให้ก้าวพ้นกับดักรายได้ปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลง (Change) ปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขัน (Competitiveness) ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการผลิต ภาคการค้าและบริการ โดยมีเป้าหมายก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงหรือเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ภายใน 20 ปีข้างหน้า หรือภายในปี 2579 ตามยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ซึ่งเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ ได้แก่การเปลี่ยนแปลง 1) จากการเกษตรดั้งเดิม (Traditional Farming) เป็นการเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) 2) จากเกษตรกร (Farmer) ให้เป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 3) จากผู้ประกอบการดั้งเดิม (Traditional SME) ให้เป็นผู้ประกอบการ

อัจฉริยะ (Smart SME) 4) จากภาคการบริการดั้งเดิม (Traditional Service) เป็นการบริการมูลค่าสูง (High Value Service) และ 5) จากแรงงานไร้ฝีมือ (Non - Skills Labor) เป็นแรงงานมีฝีมือ (Skilled Labor)

สำหรับองค์ประกอบของความสำเร็จ ซึ่งคณะผู้เขียนได้จากการอบรมครั้งนี้ ประกอบด้วย

การให้ความสำคัญกับการกำหนดตลาดและกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน (Customer Focusing) กล่าวคือ “การตลาด นำการผลิต” โดยเราจำเป็นต้องรู้ว่าตลาดคือใคร และตลาดแต่ละแห่งหรือแต่ละประเภทมีความต้องการสินค้าและบริการแบบใด ก่อนที่จะผลิตสินค้าและบริการนั้น อีกทั้งสินค้าและบริการที่เราผลิตนั้น ก็จะต้องมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว เลียนแบบได้ยาก พื้นที่อื่นไม่มี เช่น วันนี้ถ้าทำเรื่องท่องเที่ยว เราอาจต้องถามตัวเองก่อนว่า เรามีข้อมูลหรือยังว่าตลาดไหนมีอนาคต เช่น ตลาดจีน ตลาดญี่ปุ่น ตลาดยุโรป ตลาดภายในประเทศ นอกจากนั้นแล้ว ประเภทของตลาดแต่ละแห่งเป็นอย่างไร กลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Hair) กลุ่ม Gen Z และ Y ชอบการท่องเที่ยวแบบใด เป็นต้น ดังนั้น การกำหนดตลาดและกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน จึงเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินกลยุทธ์ในการพัฒนาของพื้นที่ เพราะท้ายที่สุดแล้ว ความหมายของคำว่า “กลยุทธ์” คือ การเลือกกว่าควรทำสิ่งใด และไม่ควรทำสิ่งใด (How Strategy Really Works, A.G. Lafley และ Roger Martin) ก่อนที่จะทำการเปลี่ยนแปลง หรือ Change ตามแนวทางที่รัฐบาลกำหนดต่อไป ทั้งนี้ เพื่อให้การทุ่มเทและการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเป็นอย่างคุ้มค่า และบรรลุผลสำเร็จ

การให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์สินค้าและบริการที่แตกต่างเหนือความคาดหมาย (Beyond Expectation) ด้วยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพราะนอกจากจะให้ความสำคัญกับการตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของตลาดแล้ว การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่จะทำให้ตลาดและลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าหรือเกินคุณั้น เป็นหัวใจสำคัญของการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการอย่างมาก อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรคำนึงถึงควบคู่กันไปด้วย คือ การลดต้นทุน และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่า ซึ่งอันที่จริง มุมมองเรื่องความคิดสร้างสรรค์และการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเข้าถึงความประทับใจของลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มหรือลดต้นทุน อาจไม่ใช่เรื่องไกลตัวอย่างที่คิด เพราะในบางครั้งแปลงนาข้าวธรรมดา ๆ ก็กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวไปได้ เมื่อชาวนาญี่ปุ่นมีการออกแบบและปลูกข้าวให้ออกรวงสวยงาม เหมือนกับการแปดอักษรบนฉัตรให้ผู้คนหันมาสนใจและพากันมาถ่ายภาพกับแปลงนาที่ธรรมดา ๆ แต่ไม่ธรรมดาได้ ซึ่งหัวใจของความสำเร็จ คือ การเปลี่ยนแปลง (Change) กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่รัฐบาลกำหนด ได้แก่ เกษตรกรผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ให้มี Mind Set ที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น

การให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม (Sustainable Development) โดยมุ่งเน้นการกระจายโอกาสและรายได้ ความเท่าเทียม การไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง (Leave no one behind) และการสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมกับประเด็นปัญหาของเพื่อนมนุษย์และสรรพสิ่งในโลก ดังพุทธพจน์ที่ว่า “สัพเพ สัตตา สัตว์ทั้งหลาย

ล้วนเป็นเพื่อนทุกข์เกิดแก่เจ็บตายด้วยกันทั้งหมดทั้งสิ้น” ฉะนั้น ปัญหาสำคัญของมนุษยชาติ เช่น การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มลภาวะ ขยะ น้ำเสีย ความไม่เท่าเทียมกัน ทำอย่างไรจะทำให้ผู้คนตระหนักว่า ทรัพยากรของโลกใบนี้มีอยู่อย่างจำกัด และการใช้ทรัพยากรของคน ๆ หนึ่ง ย่อมกระทบต่อบุคคลอื่นไม่มากนักน้อย ฉะนั้น หากเราใช้ทรัพยากรโดยไม่เห็นคุณค่า และสร้างปัญหาให้สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นขยะ น้ำเสีย การใช้สารเคมีในการเกษตร การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างสิ้นเปลือง ล้วนแล้วแต่เป็นการช่วยเร่งเครื่องให้เข้าสู่หายนะของโลก และมนุษยชาติ รวมถึงตัวเราเองด้วยทั้งสิ้น (National Geographic Six Degrees Could Change The World, มาร์ก ไกลน์ส, 2009) และที่น่าสนใจอย่างมาก คือ เราพบว่าในการผลิตสินค้าหรือให้บริการ หากได้มีการคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ กลับส่งผลดีเป็นเรื่องของการลดต้นทุนและหรือเพิ่มมูลค่า รวมทั้งการเพิ่มความน่าสนใจในเชิงของการตลาดไปด้วยในตัว เช่น การลดการใช้กล่องโฟม เป็นภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ เปลี่ยนเป็นวัสดุธรรมชาติท้องถิ่น เป็นต้น ฉะนั้น ในระหว่างที่เรากำลังมุ่งหวังเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เราควรคำนึงถึงในมิติเรื่องการลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความเท่าเทียม และการกระจายโอกาสอย่างเท่าเทียมไปด้วยในตัว ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มขีดความสามารถพร้อมกันด้วย ซึ่งตรงนี้สอดคล้องกับแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่ว่า “ยิ่งให้ ยิ่งได้” โดยตรง

จากการเดินทางไปศึกษาดูงาน ณ เมืองโอokayama ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 25 - 29 มิถุนายน 2561 ทำให้ได้เห็นถึงตัวอย่างความสำเร็จของการพัฒนาสินค้าและบริการ ที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ปรากฏผลให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม สามารถใช้เป็นกรณีศึกษาเพื่อยกระดับการพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัดตามแนวทางที่รัฐบาลกำหนด ได้แก่

การให้ความสำคัญกับเรื่องราวหรือตำนานของพื้นที่ (Story Telling)
โดยเมืองโอokayama ให้ความสำคัญกับการนำนิทานพื้นบ้านเรื่องโมโมทาโร่ (Momotaro) กับผองเพื่อนมาใช้เป็นเรื่องราวและสัญลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างแบรนด์ให้แก่สินค้าและบริการของเมือง เป็นต้น

การแบ่งพื้นที่ การกำหนดบทบาทของแต่ละพื้นที่ และการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ (Zoning and Linkage) ซึ่งเห็นได้ชัดว่าเมืองโอokayama มีการกำหนดโซน (Zoning) และวางหน้าที่ให้กับโซนต่าง ๆ รวม 3 โซน ได้แก่ **โซนที่ 1 ศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง เรียกว่า Station Area** ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางรวมของการเชื่อมต่อการเดินทางไปยังจุดต่าง ๆ ของเมือง รวมถึงเมืองอื่น ๆ **โซนที่ 2 โซนวัฒนธรรม หรือ Cultural Area** ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ เช่น ย่านเมืองเก่าคุราชิกิ (Kurashiki Bikan Historical Quarter) ปราสาทโอokayama เป็นต้น และ **โซนที่ 3 โซนการจัดกิจกรรมประชุมสัมมนา จัดแสดงนิทรรศการ และจัดอีเวนต์ เรียกว่า University Area** ซึ่งโซนนี้มีความสำคัญอย่างมากในมิติด้านการตลาด เนื่องจากโซนนี้จะให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนาและอีเวนต์ต่าง ๆ

เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง อาจเรียกได้ว่า เมืองโอโกยาม่า ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรม “เรียกแขก” เชิญชวนคนมาเที่ยวเพราะจัดกันถี่ถึงปีละ 300 ครั้ง เรียกว่ามีการจัดกิจกรรมเกือบทุกวันเลยทีเดียว

การพัฒนาสินค้าและบริการ (Products and Services Development) ให้มีความโดดเด่นมีคุณภาพ โดยผู้ประกอบการและผู้ที่อยู่ในพื้นที่ให้ความสำคัญกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และจุดเด่นด้านแหล่งกำเนิด ในลักษณะสินค้า GI หรือ Geography Identity ซึ่งเห็นได้ว่าผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ รวมถึง เกษตรกรของเมืองมีขีดความสามารถเป็นทั้ง Smart Farmer Smart SME Smart Entrepreneur โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกร และผู้ผลิตสินค้าท้องถิ่น ล้วนแล้วแต่มีทักษะของความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในตัวเลยทีเดียว ซึ่งถือเป็นตัวอย่างที่ดีของการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ของประเทศไทยโดยตรง

การให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกและความมีประสิทธิภาพของการส่งเสริมการตลาด (Effective Marketing) ได้แก่ การจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมการตลาดของเมือง ไปประจำตามเมืองสำคัญๆ ในหลายประเทศ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดประชุมสัมมนา การจัดงานอีเวนต์ต่างๆ อย่างต่อเนื่องและบ่อยครั้ง โดยสถาบันการศึกษา หน่วยงาน องค์กร ตลอดจนผู้ที่ประสงค์จะจัดงานในลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าว สามารถขอรับการสนับสนุนทุนจากเมืองโอโกยาม่าได้ ซึ่งเงินทุนดังกล่าวจะได้มากน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนคนที่เข้าร่วมงาน และ

สัดส่วนจำนวนผู้เข้าร่วมงานที่มาจากต่างประเทศ แต่ทั้งนี้ ผู้จัดงานจะต้องจัดบูธ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และจัดเตรียมบูธให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้นำสินค้าท้องถิ่นจำพวกอาหาร และสินค้าที่ระลึกมาจำหน่ายภายในงานที่จัดขึ้นดังกล่าวด้วย ซึ่งในแต่ละปีเมืองโอกายามา จะมีการจัดงานอีเวนต์ ในลักษณะดังกล่าวกว่าปีละ 300 ครั้ง นั้นหมายความว่า สินค้าและบริการท้องถิ่นของเมืองจะถูกนำเสนอผ่านการจัดงานอีเวนต์กว่า 300 ครั้งด้วยเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามจังหวัดต่าง ๆ รวมถึง เป็นหน่วยงานของรัฐในจังหวัดหรือในท้องถิ่นของประเทศไทยยังไม่ได้มีความชัดเจนในเรื่องนี้เหมือนกับของญี่ปุ่น แต่ก็อาจพิจารณาบทบทวนร่วมกันว่ามีสิ่งใดที่พอจะปรับเพื่อเป็นการสนับสนุนให้ผู้จัดงานอีเวนต์หรือกิจกรรมในท้องถิ่น ควรได้รับการสนับสนุนเพื่อเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรมเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

การจตุลกลไกและการบูรณาการการทำงานร่วมกัน (Integration and Mechanism) ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีประสิทธิภาพโดยใช้วิธีการจ้างมืออาชีพเข้ามาทำหน้าที่บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้แก่เมือง มีการทำแผนและการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด

สำหรับกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 นั้น มีชื่อเล่นว่า กลุ่มจังหวัดสบายดี ทั้งนี้ เพื่อสื่อว่า กลุ่มจังหวัดนี้ เป็นดินแดนที่น่าอยู่ ผู้คนมีความสุข สงบร่มเย็น มีความสุข นักท่องเที่ยวมาแล้วสบายใจ ไปไหนก็สบายดี และอีกประการหนึ่งคือการมีแนวชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน อย่างสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นระยะทางถึง 547 กิโลเมตร ซึ่งใช้คำทักทายว่า “สบายดี” จึงทำให้ง่าย

ต่อการจดจำและการสร้างแบรนด์ของกลุ่มจังหวัด กลุ่มจังหวัดสภายดี มีจำนวนประชากรรวมกันโดยประมาณ 3.7 ล้านคน ผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (ปี 2559) 327,187 ล้านบาท รายได้ต่อหัวประชากร อยู่ที่ประมาณ 88,000 บาท/คน/ปี ซึ่งถือว่ายังน้อยมาก โครงสร้างทาง เศรษฐกิจ 4 สาขาแรก ได้แก่ การบริการ เกษตร อุตสาหกรรม และการค้า ตามลำดับ

ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัด ปี 2561 - 2564 มีวิสัยทัศน์การพัฒนา คือ **เกษตรอุตสาหกรรมชั้นนำ การค้าและการท่องเที่ยวสากล ชุมชนน่าอยู่อย่างยั่งยืน** ประกอบด้วย 6 ประเด็น ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในการผลิต การตลาด โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยี และนวัตกรรม ยุทธศาสตร์ที่ 2 การรักษาความสมดุลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาทุนมนุษย์และการยกระดับคุณภาพชีวิต และยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามจากอดีตที่ผ่านมา แม้กลุ่มจังหวัดฯ จะได้มีการวาง ยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนร่วมกัน แต่ยังคงมีการพัฒนาที่แยกส่วน ดังนั้น คณะผู้เขียนจึงได้นำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมและศึกษา ดูงานในครั้งนี้ มาจัดทำข้อเสนอแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดฯ เรื่อง **“การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 1”** ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1. การค้นหาและกำหนดเรื่องราวร่วมกัน (Core Story) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น มีความเฉพาะตัวร่วมกันของกลุ่มจังหวัดฯ ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ในการกำหนดบทบาทหน้าที่ของการพัฒนาของแต่ละพื้นที่ ให้มีความชัดเจน และมีความเชื่อมโยงกันในภาพรวม โดยอาจใช้เรื่องราว ร่วมกันเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง เช่น

เรื่องราว “ดินแดนแห่งมิตรภาพ : Land of Friendship” ที่มี ประวัติความเป็นมายาวนานเกี่ยวกับมิตรภาพและความสัมพันธ์ของสอง ราชอาณาจักร ได้แก่ กรุงศรีอยุธยาในสมัยพระมหาจักรพรรดิ และกรุงศรี สัตนาคนครในสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราช ซึ่งก็คือเมืองหลวงเวียงจันทน์ ในปัจจุบัน ที่มีสัมพันธ์ไมตรีระหว่างกัน และได้มีการสร้างพระธาตุศรีสองรัก ที่อำเภอด่านซ้ายจังหวัดเลยขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2103 ซึ่งเรื่องราวดังกล่าว อาจมีการศึกษา รวบรวมข้อมูลและต่อยอดเป็นเรื่องราวร่วมกันของกลุ่ม จังหวัดฯ ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านอย่าง สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว อันจะเป็นประโยชน์ในการสร้างแรงจูงใจด้าน การท่องเที่ยวในลักษณะมากลุ่มจังหวัดสบายดี จะได้รับความเชื่อมโยงไปสู่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ด้วย ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญ ของกลุ่มจังหวัดสบายดีโดยตรง

เรื่องราว “เส้นทางเหรียญปราบฮ่อ เส้นทางแห่งการยุทธเพื่อธำรงไว้ ซึ่งเอกราช : Road of Sovereignty” ซึ่งสามารถนำเอาเหตุการณ์ทาง ประวัติศาสตร์ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อสำคัญของราชอาณาจักรสยามที่ สามารถธำรงรักษาเอกราชในยุคของการล่าอาณานิคมที่รุนแรง จนประเทศ ต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียงตกเป็นเมืองขึ้นให้แก่มหาอำนาจตะวันตกเป็น

จำนวนมาก โดยประวัติศาสตร์ร่วมดังกล่าวถือเป็นเรื่องราวร่วมของกลุ่มจังหวัดสลายดี และมณฑลฝ่ายเหนือหรือมณฑลอุดร รวมถึงหัวเมืองสำคัญ ๆ ของประเทศไทยในอดีต ซึ่งประวัติศาสตร์ร่วมของจังหวัดในกลุ่มจังหวัดสลายดีดังกล่าว เริ่มก่อตัวขึ้นตั้งแต่ช่วงวีรกรรมปราบกบฏฮ่อที่กำลังเลิกล้มความวุ่นวายในเขตมณฑลฝ่ายเหนือ ซึ่งเป็นดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงอยู่ในอำนาจการปกครองของราชอาณาจักรสยามเรื่อยมาจนถึงการถอนกำลังตามสนธิสัญญา ร.ศ.112 ซึ่งมีหลักฐานคือเหรียญปราบฮ่อที่ปัจจุบันมีราคาสูงในระดับตัวเลข 7 หลัก ซึ่งที่มาของเหรียญแต่ละเหรียญที่ล้วนเชื่อมโยงกับเส้นทางเดินทัพของพลตรีพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงประจักษ์ศิลปาคมในการย้ายฐานบัญชาการมณฑลลาวพวน ผ่านชุมชนในจังหวัดต่าง ๆ ภายในกลุ่มจังหวัด ก่อนจะมาตั้งกองบัญชาการมณฑลลาวพวน หรือมณฑลฝ่ายเหนือ หรือมณฑลอุดร ณ บ้านเดื่อหมากแข้ง จนกลายมาเป็นจังหวัดอุดรธานี ที่เป็นที่ตั้งของสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 หรือที่ตั้งกลุ่มจังหวัดสลายดี ในปัจจุบัน

เรื่องราว “บนเส้นทางวิถีแห่งนาคราช : Land of Naka” ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเรื่องราวของชาวอีสาน โดยเฉพาะจังหวัดต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัดสลายดี ที่มีทั้งสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์และเรื่องราวที่ผูกโยงกันเกี่ยวกับสิ่งเร้นลับ ตำนานและความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคของคนในกลุ่มจังหวัดสลายดี

การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายและการพัฒนาที่เชื่อมโยงเส้นทางและเรื่องราวดินแดนแห่งความพิเศษ (Destination Focusing and Linkage) เน้นอนว่าแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสลายดีนั้นมีเป็น

จำนวนมาก แต่ในการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ เราจำเป็นต้องเลือกว่าจะทำอะไรและไม่ทำอะไร ซึ่งสิ่งที่จะทำนั้น จำเป็นต้องเชื่อมโยงกัน และมีการผูกโยงด้วยเรื่องราว (Story) ที่สำคัญข้างต้นเข้าด้วยกัน ทั้งนี้อาจเป็นเรื่องราวที่ยกขึ้นเป็นตัวอย่าง หรือเรื่องราวอื่นที่คณะกรรมการบริหารกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.ก.) เห็นสมควรจะพิจารณากำหนดเป็นเรื่องราวร่วมกัน (Core Story) ซึ่งเมื่อชัดเจนแล้ว จะเป็นกรอบสำคัญในการคัดเลือกเพื่อกำหนดโซนสำหรับการพัฒนาในจังหวัดต่าง ๆ และการเชื่อมโยงเข้าหากันให้เป็นรูปธรรมด้วยการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบชุดโครงการ (Package Projects) ที่เชื่อมโยงสอดคล้องกัน โดยมีเป้าหมายที่การเปลี่ยนแปลง (Change) Mindset ของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่พร้อม ๆ กับการยกระดับผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานด้วยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ต่อไป

การพัฒนาตามความโดดเด่นตามธีม (Theme) ของความเป็นอีสาน “Upper ESAN ดีหลาย ๆ ESAN Delight Plus” ร่วมกันของกลุ่มจังหวัด โดยใช้แนวทางที่รัฐบาลกำหนดและที่ได้จากการศึกษาและดูงานข้างต้นมาพัฒนาองค์ประกอบสำคัญ ด้านต่าง ๆ ในพื้นที่เป้าหมายที่กำหนดไว้แล้วข้างต้น ประกอบด้วย

E : Eating ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพอาหารการกิน

S : Song ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพศิลปะการแสดงที่โดดเด่นของพื้นที่

A : Amazing ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

N : Natural Life ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพสินค้าและบริการ
ท้องถิ่นที่มีที่มาจากวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดธรรมชาติ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
เครื่องนุ่งห่มจำพวกผ้าทอพื้นเมือง ยารักษาโรคจำพวกสมุนไพรและ
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพอร์นิเจอร์ข้าวของเครื่องใช้ในบ้านเรือนตามวิถีของคน
อีสาน เป็นต้น

Plus : คือ การหยิบเอาศักยภาพด้านความเชื่อมโยงการค้า
การลงทุนในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงมานำเสนอความเป็นอีสาน(เหนือ) ยุคใหม่
(New Upper ESAN) ดินแดนแห่งการสร้างสรรค์ ดินแดนแห่งโอกาส
(Land of Opportunities) ที่เชื่อมโยงโอกาสจากการพัฒนาเส้นทางรถไฟ
ทางคู่ รถไฟความเร็วสูง เส้นทางการบิน และตลาดสินค้าของประเทศ
เพื่อนบ้านใกล้เคียงในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ และมีกำลังซื้อ
ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยควรถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญเรียกว่า
ยุทธศาสตร์มองขึ้นเหนือ หรือ Look north ก็ได้

**การส่งเสริมการตลาดเชิงรุกและเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด
(Effective Marketing) ร่วมกัน อาทิ**

การจัดงานหรืออีเวนต์ เพื่อนำเสนอความโดดเด่นของเมืองร่วมกัน
เช่น งาน ESAN Expo งานมหกรรมผ้าทอมืออนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง รวมถึง
การส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนในกลุ่มจังหวัดจัดกิจกรรมทั้งน้อยใหญ่ เพื่อเชิญ
ชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ เช่น การประชุมสัมมนาทางวิชาการเรื่อง
เส้นทางมิตรภาพไทย - ลาว ประวัติศาสตร์และอารยธรรมคนลุ่มน้ำโขง

เส้นทางเหรียญปราบฮ่อและเหตุการณ์ ร.ศ.112 เส้นทางแห่งศรัทธาและ
อภินิหารพญานาค เป็นต้น โดยภาครัฐบูรณาการทรัพยากรต่าง ๆ ให้การ
สนับสนุนอย่างเต็มที่ และหากในอนาคตต่อไปสามารถใช้แนวทางของ
เมืองโอโกยามา มาช่วยสนับสนุนเป็นเงินทุนแก่ผู้จัดงานได้ จะเป็นประโยชน์
ต่อการทำการตลาดเชิงรุกของพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

การจัดกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ เชิญสื่อมวลชนในลักษณะ
ของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุก เช่น กิจกรรมเชิญชวนสื่อมวลชน
ทั้งในและต่างประเทศที่เข้าถึงตลาดเป้าหมาย อาจตั้งชื่อเก๋ไก๋ว่า โครงการ
Press Tour อีสานดีหลาย ๆ ESAN Delight Plus โดยทำเป็นตัวอย่าง
โปรแกรมทัวร์ ดังนี้

วันที่ 1 : คณะเดินทางมาถึง

จัด ESAN Welcome Party พร้อมนำเสนอข้อมูลด้านการ
ท่องเที่ยว จัดแสดงสินค้า และเรื่องราว (Story) ของกลุ่มจังหวัด ณ จังหวัด
อุดรธานี

วันที่ 2 : นำคณะศึกษาดูงานการจัดการฟาร์มของ PC Ranch
Cowboy Town จังหวัดหนองบัวลำภู

: ศึกษาดูงานกระบวนการผลิตกลุ่มทอผ้าบ้านนาคำไฮ (ทอ
ผ้าไทย) อำเภอเมืองหนองบัวลำภู จังหวัดหนองบัวลำภู และรับประทานอาหาร
กลางวัน

: เยี่ยมชมหมู่บ้านวัฒนธรรมไทยดำ อำเภอเชียงคาน
จังหวัดเลย

: เยี่ยมชมและเดินถนนวิถีเชียงคาน จังหวัดเลย

วันที่ 3 : ตักบาตรข้าวเหนียวยามเช้า ณ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
: เยี่ยมชมวิสาหกิจแปรรูปปลาในกระชังแม่น้ำโขง อำเภอ
ท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย
: รับประทานอาหารกลางวันที่ริมแม่น้ำโขง อำเภอเมืองฯ
จังหวัดหนองคาย
: เดินทางผ่านแดนเยี่ยมชมการค้าชายแดนที่ Duty Fee
แล้วเดินทางกลับ

ทำนี้คณะผู้เขียนได้ประมวลความรู้ที่ได้จากการอบรมฯ สืบค้น
ข้อมูลเพิ่มเติม และจัดทำเป็นข้อเสนอแนวทาง การพัฒนาอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียง
เหนือตอนบน 1 หรือกลุ่มจังหวัดสบายดี โดยมีความมุ่งหมาย
ที่ต้องการเห็นการบูรณาการ (Integration) ของกลุ่มจังหวัดอย่างเป็น
รูปธรรม พุ่มเทการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างคุ้มค่า นำไปสู่
การยกระดับการพัฒนาพื้นที่ เพื่อให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น
ตามยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี เพื่อก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูง
(High Income) หรือเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ภายในปี 2579 ให้จงได้

การพัฒนาสินค้าผ้าครามย้อมสีธรรมชาติสกลนคร
เชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน
(Sakonnakhon : City of Kram) ของกลุ่มจังหวัด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2
(สกลนคร มุกดาหาร นครพนม)

ยงยุทธ สีสัตย์ชื่อ
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร

ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร มีอาณาเขตติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นกั้นพรมแดน มีสะพานมิตรภาพเชื่อมประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร ซึ่งสามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศในกลุ่มอินโดจีนได้ ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงบนเทือกเขาภูพาน และมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การทำเกษตรกรรม มีพื้นที่โดยรวมประมาณ 19,474.47 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 12,190,433 ไร่ มีประชากร 2,218,282 คน กลุ่มจังหวัดฯ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (Gross Provincial Cluster Products: GPCP) ปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ 117,225 ล้านบาท รายได้ต่อหัวต่อคน

(GPCP per Capita) ปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ 68,316 บาท โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมของกลุ่มจังหวัดฯ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ในปี 2559 พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์และป่าไม้ เป็นสาขาที่มีมูลค่ามากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.62 รองลงมา คือ สาขาการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.48 และสาขาการขนส่ง-ขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 10.89 ตามลำดับ

ศักยภาพในการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2

- **ด้านโลจิสติกส์** กลุ่มจังหวัดฯ มีจุดเด่นในเรื่องเส้นทางเชื่อมโยงการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์กับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สปป.ลาว เวียดนาม และจีนตอนใต้ โดยมีสะพาน 2 แห่ง ได้แก่ สะพานมิตรภาพไทย - ลาว แห่งที่ 2 มุกดาหาร - สะหวันนะเขต สปป.ลาว ซึ่งเป็นเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East West Economic Corridor : EWEC) เชื่อมโยงเส้นทางหมายเลข 9 ในสปป.ลาว และเส้นทาง A1 ในเวียดนาม ซึ่งเป็นเส้นทางตามความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS Cross Border Transport Agreement : GMS CBTA) และสะพานมิตรภาพไทย - ลาว แห่งที่ 3 นครพนม - คำม่วน เชื่อมโยงเส้นทางหมายเลข 8 และหมายเลข 12 ในสปป.ลาว และ A1 ในเวียดนาม ซึ่งเส้นทางที่ผ่านทั้ง 2 สะพานสามารถเชื่อมโยงถึงจีนตอนใต้
- **ด้านการเกษตร** กลุ่มจังหวัดฯ เป็นแหล่งเกษตรที่มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่สำคัญ และมีการแปรรูป สร้างรายได้ในกลุ่มจังหวัดฯ ทั้งพืช

เศรษฐกิจทางการเกษตร (ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง อ้อย) ปศุสัตว์ และ ประมง โดยเฉพาะสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication : GI) ได้แก่ ข้าวหอมมะลิสุพรรณบุรี เนื้อโคขุนโพนยางคำ น้ำหมากเม่า หมากเม่า ผ้าครามย้อมสีธรรมชาติสกลนคร สับปะรดท่าอุเทน ลิ้นจี่นครพนม และ ผ้าหมักโคลนหนองสูง ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มจังหวัดฯ เป็นจำนวนมาก

- **ด้านการท่องเที่ยว** กลุ่มจังหวัดฯ มีจุดเด่นในเรื่องของ แหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม) 1.การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ 2.การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 3.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งกระจายอยู่ตามพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละปีจะมี นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเป็นจำนวนมาก และมี แนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

- **ด้านการค้าการลงทุน** กลุ่มจังหวัดฯ มีเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 2 แห่ง ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร และนครพนม มีความพร้อมรองรับ การลงทุนอุตสาหกรรมตามนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการลงทุนใน 2 เขต พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมุกดาหาร และนครพนม จึงมีความพร้อมรองรับ ผู้ต้องการลงทุนจากในและนอกพื้นที่กลุ่มจังหวัดทั้งในและต่างประเทศตาม สิทธิประโยชน์ที่รัฐบาลได้ประกาศไว้ กลุ่มจังหวัดฯ มีพรมแดนติดต่อกับ ประเทศลาวที่จังหวัด นครพนมและจังหวัดมุกดาหาร โดยมีช่องทางการค้า รวม 8 แห่ง คือ จุดผ่านแดนถาวร 4 แห่ง และ จุดผ่อนปรน 4 แห่ง

ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนบน 2

กลุ่มจังหวัดฯ ได้กำหนดจุดเน้นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา (Positioning) ของกลุ่มจังหวัดได้แก่ จุดเน้นที่ 1 การท่องเที่ยว จุดเน้นที่ 2 การเกษตร และจุดเน้นที่ 3 การค้า การลงทุน และกำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัดฯ “ส่งเสริมการเกษตรด้วยนวัตกรรม ท่องเที่ยว 3 ธรรม เชื่อมโยง 3 ประเทศ มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจสู่อาเซียน” และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จตามเป้าหมายการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดฯ ได้แก่ตัวชี้วัดที่ 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดฯ (GPCP: Gross Provincial Cluster Product) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากปีที่ผ่านมา และตัวชี้วัดที่ 2 รายได้ต่อหัวต่อปี (GPCP per Capita) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากปีที่ผ่านมาโดยได้กำหนดประเด็นการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดฯ 4 ประเด็น

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 : การพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม)

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 : การส่งเสริม พัฒนาการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการเกษตร

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 : การพัฒนาขีดความสามารถด้านการค้า การลงทุน

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 : การพัฒนาสังคมและความมั่นคง

ผลจากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน

จากการฝึกอบรมในห้องเรียน และการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้แนวคิดที่สำคัญในการนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการทำงาน ดังนี้

1. แนวคิด Value Added Creation for Tourism and Service เป็นการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่าง เป็นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้สามารถเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม

2. แนวคิด Innovative Agriculture การใช้นวัตกรรมทางการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่า และพัฒนาคุณภาพของสินค้า เป็นการทำการเกษตรสมัยใหม่ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตภาคการเกษตรที่เน้นเรื่องการผลิตต้นทุนการผลิต ทำให้ผลผลิตการเกษตรมีคุณภาพ รวมทั้งสามารถควบคุมการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ลดการใช้แรงงานคน ผลิตน้อยแต่ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ สามารถควบคุมกระบวนการผลิตได้ทุกกระบวนการ โดยลดการใช้แรงงานภาคการเกษตร

3. แนวคิด Social Security เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า การลดภาวะโลกร้อน การป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ การผลิตอาหารที่สามารถผลิตไว้ใช้ในครัวเรือนได้ การอนุรักษ์ฟื้นฟู บริหารจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมให้เป็นแหล่งผลิตอาหารเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร เนื่องจากทรัพยากรบางอย่างหากไม่รู้จักรักษาใช้ก็จะหมดไป ทรัพยากรที่มีอยู่แล้วต้องรักษาไว้ ทรัพยากรที่ขาดหายไปต้องสร้างทดแทน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ต่อไป

4. แนวคิด Difference Brand การสร้างแบรนด์ที่มีความแตกต่าง โดยการมองกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายเดิม คือ จาก

กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชาย เป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิง และมีการสร้างเรื่องราวที่มีประวัติศาสตร์ (Brand History) ที่น่าสนใจที่ควรค่าแก่การติดตามในใจของผู้บริโภคมาช้านานที่เกิดจากการสร้างสมประสบการณ์ และจากการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และสะสมมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้แบรนด์ มีความหมายที่ควรค่าแก่การจดจำ มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิด Branding Culture กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรมที่ทุกคนยอมรับ

5. แนวคิด Digital Economy & Innovation เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการในการทำงานและชีวิตประจำวัน เพื่อให้การทำงานและการใช้ชีวิตมีความสะดวก รวดเร็ว ลดขั้นตอน ลดระยะเวลา และใช้ในการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดที่ได้จากการการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา

การศึกษาดูงาน “อินานิวะอุด้ง (Inaniwa Udon)” ณ ร้านชาโตะโยชิเกะเมืองยูชะวะ จังหวัดอะคิตะ ประเทศญี่ปุ่น โดยได้แนวคิดปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ ได้แก่ การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตที่ดี ถูกสุขลักษณะ ใช้หลักการของเสียเป็นศูนย์ (Zero Waste) ไม่ทิ้งวัตถุดิบที่ไม่ได้มาตรฐานแต่นำมาจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า (Social Security) และความสามารถในการจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูป ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิตเน้นการทำมือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาแต่

โบราณ การใส่ใจกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้เส้นอุ้งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการยังคงรักษารสชาติแบบดั้งเดิมไว้เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนที่ใดในประเทศ ทำให้ผู้บริโภคต้องเดินทางมาลิ้มลองรสชาติเพื่อให้ได้รสชาติแบบดั้งเดิม ซึ่งถือเป็นเป็นการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่าง เป็นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้สามารถเพิ่มมูลค่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม (Value Added Creation for Tourism and Service) เป็นการสร้างความมั่นคงทางสังคม และพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน (Sustainable Development) ให้กับชุมชนเองการบริหารจัดการแบบครบวงจร ลักษณะห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ตั้งแต่การผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายสินค้า โดยการเปิดร้านอาหารที่นำวัตถุดิบจากบริษัท มาปรุงอาหารเสิร์ฟลูกค้า และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าครบครัน สำหรับลูกค้าที่พึงพอใจในรสชาติสามารถเลือกซื้อไปปรุงรับประทานเอง การสร้างแบรนด์ที่มีความแตกต่าง (Difference Brand) โดยการมองกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายเดิม การสร้างแบรนด์ภายใต้ชื่อแบรนด์ “อินานิวะอุด้ง” จากประวัติความเป็นมาและเรื่องราวที่มีประวัติศาสตร์ (Brand History) ที่น่าสนใจที่ควรค่าแก่การติดตามในใจของผู้บริโภคมาช้านานที่เกิดจากการสร้างสมประสบการณ์และจากการใช้ผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่อง และสะสมมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้แบรนด์ “อินานิวะอุด้ง” มีความหมายที่ควรค่าแก่การจดจำ มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิด Branding Culture กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่นที่ทุกคนยอมรับ

การศึกษาดูงาน Betty Smith Jeans Museum เมือง Kojima จังหวัดโอคายามา เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงความเป็นมาของยีนส์ และกระบวนการผลิตในทุกขั้นตอน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตยีนส์ที่มีชื่อเสียงของประเทศญี่ปุ่น ประกอบกับเมือง Kojima เป็นแหล่งปลูกฝ้าย จึงได้แนวคิดนำฝ้ายมาปั่นและทอให้หนาขึ้นเพื่อผลิตกางเกงยีนส์ โดยเริ่มต้นได้ผลิตกางเกงยีนส์ในชื่อแบรนด์ Big Jonh ซึ่งผลิตกางเกงยีนส์สำหรับผู้ชายเท่านั้น ต่อมาในปี ค.ศ. 1962 ได้มีแนวคิดผลิตยีนส์ สำหรับผู้หญิง จึงได้มีการพัฒนาแบรนด์ โดยเฉพาะเจาะจงกับลูกค้าที่เป็นสุภาพสตรีโดยใช้ชื่อแบรนด์ Betty Smith โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จ ได้แก่ การสร้างเรื่องราวให้เกิดคุณค่าของสินค้า ประเทศญี่ปุ่นไม่ได้เป็นต้นกำเนิดในการผลิตยีนส์ตัวแรกแต่สามารถสร้างเรื่องราวที่สร้างจุดเด่น และคุณค่าของยีนส์ในประเทศญี่ปุ่นจนมีชื่อเสียงและเป็นประวัติศาสตร์ และการมองหาเป้าหมายที่แตกต่างเพื่อพัฒนาสินค้า เน้นการสร้างจุดขายให้กับตัวสินค้า โดยการใช้เทคนิคในกระบวนการผลิตที่แตกต่าง ได้แก่ การใช้หินภูเขาไฟมาปั่นในเครื่องพร้อมกับยีนส์ทำให้ฝ้ายยีนส์นุ่มและมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ และการใช้กระดาษทรายขัด ทำให้เกิดลวดลายได้ตามต้องการ รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมในการผลิตยีนส์ให้กับลูกค้า ทำให้เกิดความรู้สึกที่ได้สร้างสรรค์ผลงานด้วยตัวเองทำให้สินค้าที่ได้รับมีเพียงชิ้นเดียวในโลก และการปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดในธุรกิจยีนส์โดยใช้กลยุทธ์ “ลดต้นทุน สร้างจุดเด่น ขยายฐานลูกค้า”

การประยุกต์แนวคิดในการพัฒนาสินค้าผ้าครามย้อมสีธรรมชาติ สกลนครเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชน อย่างยั่งยืน (Sakonnakhon : City of Kram)

จังหวัดสกลนคร เป็นพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียงในด้าน
หัตถกรรมสิ่งทอ ผ้าทอมือ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน
กระบวนการย้อมผ้าครามธรรมชาติ และผ้าย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งมี
ผู้ประกอบการวิสาหกิจในชุมชนกระจายอยู่ทุกพื้นที่ ซึ่งผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ใน
ท้องถิ่น นับเป็นส่วนสำคัญพื้นฐานของการสร้างชุมชนเข้มแข็ง ผ้าย้อมคราม
ของจังหวัดสกลนคร ถือเป็นสินค้าของดีของฝากเมืองสกลนคร ที่สามารถ
ทำรายได้เข้าจังหวัด ปีละเกือบ 1,000 ล้านบาท ผ้าย้อมครามเป็นสินค้าที่
มีอัตลักษณ์ มีเสน่ห์ และเป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ เพราะ
เป็นสินค้าที่กระแสโลกต้องการ เนื่องจากทำจากธรรมชาติไม่เป็นพิษต่อ
สุขภาพของผู้สวมใส่ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจในจังหวัดสกลนครหันมาทำอาชีพ
ผลิตผ้าคราม ซึ่งปัจจุบันถือได้ว่าจังหวัดสกลนคร มีกลุ่มที่ผลิตทอผ้าย้อม
ครามมากที่สุดในประเทศ แต่หากจะให้ความยั่งยืนและประสบผลสำเร็จ
ในระยะยาว ควรพัฒนาทิศทางการตลาดอย่างจริงจังอย่างต่อเนื่องด้วย
ความร่วมมือของคนในท้องถิ่น เพื่อสร้างสรรค์สินค้าที่มีคุณภาพ เชื่อมโยง
กับองค์กรภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ระดับ SMEs หรือ ผู้ส่งออกที่ประสบ
ผลสำเร็จในผลิตภัณฑ์ของขวัญ ของตกแต่งบ้าน ของที่ระลึก เคหะสิ่งทอผ้า
ประดับตกแต่ง ๆ ผ้าพันคอ เสื้อผ้าแฟชั่น จะช่วยเพิ่มช่องทาง
ทางการตลาด ยังสามารถดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้วิธีการปรับตัว
การพัฒนาสินค้าแบบใหม่ ๆ ให้แก่คนในชุมชนได้อีกด้วย

สภาพปัญหาการผลิตและการตลาดผ้าครามย้อมสีธรรมชาติ

1. ยังขาดการควบคุมการผลิตต้นคราม ให้ได้คุณภาพ และความปลอดภัย ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และกลุ่มลูกค้าโดยทั่วไปยังไม่รู้จักสินค้าผ้าครามย้อมสีธรรมชาติมากนัก รวมทั้งสรรพคุณข้อดีของครามในการช่วยปกป้องแสงยูวี และบำรุงผิวพรรณของผู้สวมใส่ผ้าครามย้อมสีธรรมชาติ
2. การขาดบุคลากรรุ่นใหม่ทดแทนรุ่นเก่า ในการสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าคราม
3. ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายผ้าครามและสีธรรมชาติ ส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ภูมิปัญญาลึกซึ้ง เพียงทำตามกันไปเพราะขายได้ เกิดการแข่งขันตัดราคา รวมถึงการใช้สีเคมีและอื่น ๆ ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น
4. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่จำหน่าย ยังไม่มีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะผลิตเป็นจำพวกผ้าผืน ผ้าพันคอ ซึ่งยังขาดการพัฒนาให้เป็นสินค้าที่มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ
5. ยังขาดการส่งเสริมด้านการตลาด และการสร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนวคิดเพื่อการพัฒนา

ต้นทาง

1. การควบคุมปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้คุณภาพและความปลอดภัย โดยการนำแนวคิด Innovative Agriculture การใช้นวัตกรรมทางการเกษตร ขยายพันธุ์ การดูแลรักษา ที่จะปลูกต้นครามสู่กระบวนการมาตรฐาน GAP Organic เน้นเรื่องการลดต้นทุนการผลิต ทำให้ผลผลิต

การเกษตรมีคุณภาพ รวมทั้งสามารถควบคุมการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และความปลอดภัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้เป็นพืชเศรษฐกิจท้องถิ่น แบบก้าวกระโดด

2. ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร การรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ หรือกลุ่มผู้ผลิตรายเล็ก รายย่อย หรือดำเนินการเอง แบบครบวงจร ทั้งการผลิตและการแปรรูป และการจำหน่าย ในการบริหารจัดการกลุ่ม ให้เกษตรกรมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการ มีความเข้าใจเป้าหมาย และผลประโยชน์ของการรวมกลุ่มและรู้จักศักยภาพในการผลิตและการรวมกลุ่มเพื่อให้ขายสินค้าได้ตามกลไกการตลาด หรือบริบทของสังคมเพื่อให้เกิดอำนาจต่อรอง ในด้านการตลาด ไม่แข่งขันกันผลิต และราคาสินค้า เพื่อจำหน่ายเองไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม มีการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้พัฒนาให้รู้จักพึ่งพาตนเองแทนการขอความช่วยเหลือจากรัฐ และเมื่อการรวมกลุ่มเข้มแข็งแล้ว ส่งเสริมไปสู่รูปแบบการบริหารจัดการ (Business Model) ในลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) หรือรูปแบบบริษัทต่อไป

3. การพัฒนาคนรุ่นใหม่ทดแทนคนรุ่นเก่า การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงในการดำรงชีวิต การสร้างพัฒนาคนรุ่นให้เรียนรู้ภูมิปัญญา ปลูกจิตสำนึก และเห็นคุณค่า ในการสำนึกรักบ้านเกิด ในการให้คนรุ่นใหม่หันมาประกอบอาชีพทอผ้าและย้อมผ้าคราม และเป็นเจ้าของธุรกิจ สร้างความเข้มแข็งพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน

กลางทาง

1. การแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า การพัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าโดยดีไซน์เนอร์ที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อ พัฒนาสินค้าให้ความหลากหลาย อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ของขวัญ ของตกแต่ง บ้าน ของที่ระลึก สิ่งทอ ผ้าประดับตกแต่ง ๆ ผ้าพันคอ เสื้อผ้าแฟชั่น รวมทั้งการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตที่ดี ถูกสุขลักษณะ ใช้หลักการของเสียเป็นศูนย์ (Zero Waste) ที่ไม่ได้มาตรฐานแต่นำมา จำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า (Social Security)

2. การพัฒนาเครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ ออกแบบ เครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้มีความน่าเชื่อถือ สร้างเรื่องราวของ สินค้า (Story) เพื่อสร้างการรับรู้ การจดจำในตัวสินค้า การสร้างจุดขาย ให้กับตัวสินค้า โดยการใช้เทคนิคในกระบวนการผลิตที่แตกต่าง

ปลายทาง

1. การทำตลาดเชิงรุก โดยพัฒนาและส่งเสริมการนำเทคโนโลยี สื่อสารสมัยใหม่ผ่าน Social Media มาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาด เช่น Check in แชร โพสต์กิจกรรมหรือเล่าเรื่องราวผ่าน Social Media

2. การสร้างแบรนด์ที่มีความแตกต่าง (Difference Brand) โดยการมองกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายเดิมรวมทั้งการ ประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า โดยการให้ดารา นางแบบ และผู้ที่มีชื่อเสียง โด่งดังและเป็นที่สนใจของคนทั่วไป สวมใส่สินค้าผ้าครามย้อมสีธรรมชาติ

ในการประชาสัมพันธ์สินค้า เพื่อสร้างความสนใจ และเกิดกระแสความนิยมในตัวสินค้า และเป็นที่รู้จักอย่างทั่วไป

3. สร้างเรื่องราวที่มีประวัติความเป็นมา (Brand History) ที่น่าสนใจ ที่ควรค่าแก่การติดตามในใจของผู้บริโภค ที่เกิดจากการสร้างสมประสบการณ์ และจากการใช้ผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่อง และสะสมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยการรณรงค์เชิญชวนให้ประชาชนในจังหวัดใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าผ้าครามย้อมสีธรรมชาติเป็นประจำ สร้างอัตลักษณ์ ทำให้แบรนด์สินค้ามีความหมายที่ควรค่าแก่การจดจำ มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิด Branding Culture กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และวัฒนธรรมที่ทุกคนยอมรับสินค้า และจดจำ "สกลนคร เมืองแห่งคราม" (Sakonnakhon : City of Kram)

4. การส่งเสริมช่องทางการตลาด โดยการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเป็นประจำทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า และสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

5. การเชื่อมโยงสินค้ากับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและการมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยการจัดทริปการท่องเที่ยว “ชุมชนวิถีคราม” เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสถานที่ (Ambience) และใช้หรือกินอาหารพื้นเมือง (Localist)) รวมทั้งสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าให้กับลูกค้า ทำให้เกิดความภูมิใจที่ได้สร้างสรรค์ผลงานด้วยตัวเองทำให้สินค้าที่ได้รับมีเพียงชิ้นเดียว

ในโลก ซึ่งถือเป็นแนวโน้มของโลก และยังเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชน
ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) อีกด้วย



กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

(กลุ่มนครชัยบุรีรินทร์)

ประกอบด้วย : จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์

“โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวและบริการ

ตามรอยอารยธรรมขอม”

บทความนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเสนอแนวคิดและข้อเสนอที่ได้รับจากการอบรมและศึกษาดูงานภายใต้โครงการทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 เพื่อพัฒนาข้าราชการในภูมิภาค ให้มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในบริบทการพัฒนาประเทศ สร้างบุคลากรภาครัฐให้มีคุณภาพและศักยภาพสามารถนำความรู้ที่ได้รับกลับไปใช้ประโยชน์เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนในท้องถิ่นได้ โครงการทุนฝึกอบรมครั้งนี้ ได้ดำเนินการฝึกอบรมในประเทศไทยและศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น การฝึกอบรมในประเทศไทยประกอบด้วยหัวข้อ การพัฒนาอย่างยั่งยืน เศรษฐกิจดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและบริการ นวัตกรรมเกษตรและอาหาร และการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น

เพื่อเรียนรู้และศึกษาดูงานในหน่วยงาน องค์กรและบริษัทที่เป็นตัวอย่างที่ดี และประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (best practice) เพื่อเสริมสร้าง องค์กรความรู้และพัฒนาทักษะการคิดและการทำงานแบบบูรณาการ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล สามารถปฏิบัติงานในระบบราชการยุค 4.0 ได้ ผู้รับทุนจึงได้ร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อนำเสนอแนวคิดและ ข้อเสนอการเปลี่ยนแปลงการทำงานแบบบูรณาการเพื่อหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะเกิดประโยชน์แก่ทางราชการและสร้างการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต่อไป

แนวคิดที่ได้จากการเรียนรู้ ฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ณ ประเทศ ญี่ปุ่น

1. ศึกษาดูงานในระหว่างวันที่ 17 - 22 มิถุนายน 2561 ณ เมือง Akita ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน เศรษฐกิจดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่ม ทางการท่องเที่ยวและการบริการ นวัตกรรมเกษตรและอาหาร ณ หมู่บ้านฟาร์มสเตย์ สหกรณ์การเกษตร หมู่บ้านโบราณ พิพิธภัณฑ์ ซามูไร และบริษัท TDK

2. ศึกษาดูงาน ณ เมืองโอคายามา ประเทศญี่ปุ่น ในระหว่างวันที่ 24 – 29 มิถุนายน 2561

บริษัท Betty Smitty บริษัทผลิตกางเกงยีนส์ ที่สามารถสร้าง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ โดยการนำเอาเรื่องราวการปรับตัวทางธุรกิจและ ยุคสมัย การขัดโดยหินภูเขามาเป็นจุดสร้างคุณค่าของสินค้า มีการเพิ่ม

มูลค่าโดยสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของทางเกนยีนส์จากการออกแบบของ
ลูกค้าเอง (Order in made หรือ Order in customer)

Okayama Tourism เรียนรู้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของ
เมืองโอคายามาอย่างเป็นระบบ และการมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชน
ผู้ประกอบการ ชุมชน ในการพัฒนาเมือง เพื่อเห็นการบูรณาการและการมี
ส่วนร่วมของการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของเมืองได้จริงและเป็นรูปธรรม

Nomaru Engei Kibiji Farm ได้เรียนรู้การบริหารจัดการแหล่ง
จำหน่ายสินค้าเกษตร รวมถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ดำเนินการโดยองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ดำเนินงานธุรกิจเพื่อสังคม โดยเน้น
กลุ่มเป้าหมายคือเกษตรกรผู้ยากจน เพื่อสร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่นได้จริง

บริษัท Minamoto Kitchoan บริษัทผลิตขนมและแปรรูปผลไม้
เช่น ขนมโมจิ เยลลี่ผลไม้ คุกกี้ ข้าวอบกรอบ เป็นต้น เห็นถึงการเพิ่มมูลค่า
ของสินค้าและการสร้างคุณค่าของสินค้าเกษตรของเมือง จากการแปรรูป
สินค้า การบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทผู้ผลิตมีความสะอาด
คุณภาพของสินค้าที่เป็นมาตรฐาน บริษัทมีสาขาหลายประเทศ รวมถึง
ประเทศไทยด้วย

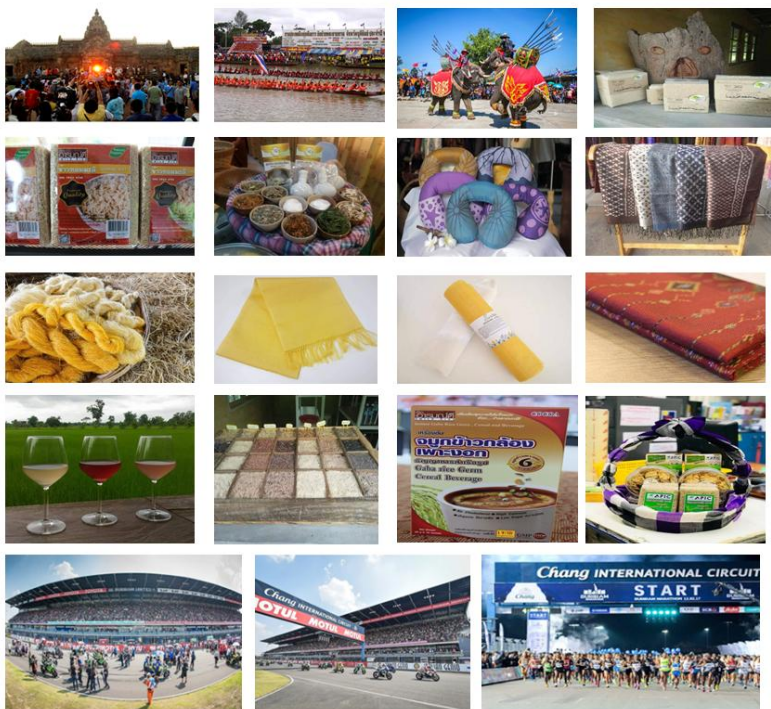




จากการอบรมและศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่นทั้งสองเมือง คณะผู้เขียนที่เป็นตัวแทนของกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 หรือกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์ ได้มีแนวคิดร่วมกันในการนำเสนอ “โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวและบริการตามรอยอารยธรรมขอม” ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด ที่จะเป็็น “ศูนย์กลางเกษตรอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ท่องเที่ยวอารยธรรมขอมและการค้าชายแดน” และ **ประเด็นยุทธศาสตร์** (Strategies Issues) รวม 3 ประเด็น คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเกษตรอุตสาหกรรมและแปรรูป ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม และผลิตภัณฑ์ใหม่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและพัฒนาค้าการลงทุน และการค้าชายแดน โดยกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์ได้กำหนด Trend ต่าง ๆ ร่วมกันไว้อยู่แล้ว คือ 1) การบริหารจัดการน้ำ 2) นวัตกรรมอาหาร เช่น ข้าว Gluten free 3) ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว การจัดการขยะ 4) Food Trend 5) Travel Trend ทำให้เกิดแนวคิดและมุมมองในการนำกลยุทธ์เพิ่ม

ศักยภาพการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 แบบบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมและเกิดความยั่งยืน

เหตุผลความจำเป็น : เนื่องจากกลุ่มนครชัยบุรีรัมย์มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่คล้ายคลึงกัน กลุ่มจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิเช่น 1) การท่องเที่ยวตามรอยอารยธรรมขอม ได้แก่ ศาสนสถาน โบราณสถาน ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกันได้ทั้ง 4 จังหวัด 2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ 3) การท่องเที่ยวเมืองกีฬา สามารถส่งเสริมสนับสนุนนักกีฬาที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดประเภทต่าง ๆ มารวมกัน และจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มที่สนใจกีฬาชนิดต่าง ๆ สามารถเชื่อมโยงกันได้ เช่น วิ่งมาราธอน ปั่นตามรอยอารยธรรมขอม โดยอาศัยพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ในการเป็นศูนย์กลาง เนื่องจากมีสนามกีฬาที่บริหารจัดการโดยภาคเอกชนที่ได้มาตรฐานรองรับ และมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านผ่านจุดผ่อนปรนช่องสายตะกูชายแดนไทย - กัมพูชา ตลอดจนผลิตภัณฑ์ใหม่ และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สามารถพัฒนาเป็นของฝากของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในงานเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ สามารถเชื่อมโยงพื้นที่ถึงกันทำให้มีแนวทางในการพัฒนาให้แต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ก้าวสู่ SMART CITY



กิจกรรมที่ควรเพิ่มศักยภาพ เพื่อพัฒนาให้กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ก้าวสู่ SMART CITY โดยก้าวไปพร้อมกันไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการสร้างรายได้เพื่อให้เกิดความมั่งคั่ง มีความมั่นคง เพื่อความยั่งยืนสืบไป ดังนี้

1. สืบค้น รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราว เรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์และบริการ (Story Product & Service)

2. การนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การเกษตร ใหม่ และการท่องเที่ยว นวัตกรรมเกษตรและอาหาร (Innovative Agriculture and Food)

3. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร ฯลฯ

4. เน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ

5. การพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

6. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการในท้องถิ่นเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

7. จัดงานอีเว้นท์เน้นด้านกีฬาและสุขภาพ ในห้วงงานเทศกาล ประเพณี ตามสถานที่สำคัญในกลุ่มจังหวัดที่มีวันหยุดต่อเนื่องหลายวัน

8. จัดสถานที่พักโฮมสเตย์ให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายตามที สนใจ ได้พักอาศัยและได้ทำกิจกรรมตามวิถีถิ่น วิถีไทย

9. สร้างความเข้าใจทุกภาคส่วนในการร่วมจัดทำและเชื่อมโยง แผนพัฒนาในระดับพื้นที่ ให้เกิดการประสาน ซึ่งเห็นควรเน้นย้ำการพัฒนา ที่สามารถตอบสนองศักยภาพของพื้นที่ และความต้องการของประชาชนใน กลุ่มจังหวัดได้

แนวคิดการพัฒนาศักยภาพภาคการเกษตรในเชิงพื้นที่ การทำงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด มีความจำเป็นต้อง ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อเกื้อหนุนการพัฒนาศักยภาพ การเกษตร จึงมีความจำเป็นต้องสร้างแนวทางที่เป็นหนึ่งเดียวโดยให้แต่ละ

หน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม ประชาชน รวมถึงเกษตรกรช่วยกันขับเคลื่อนให้ไปถึงเป้าหมายร่วมกันอย่างจริงจัง และเป็นหนึ่งเดียว (โดยการนำแนวคิดจากการอบรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน และจากการศึกษาดูงาน Okayama Tourism)

แนวคิดภาครัฐทุกภาคควรสนับสนุนการจัดการโดยองค์กร หรือ เครือข่ายเกษตรกรที่ดำเนินการโดยไม่หวังผลกำไร สร้างระบบการบริหารจัดการที่สามารถจัดการและพัฒนาระบบให้เครือข่ายเกษตรกรสามารถ ดำเนินการรวบรวมและกระจายสินค้า สร้างแหล่งจำหน่ายผลผลิตทางการ เกษตร และสินค้าแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่นได้อย่างต่อเนื่อง (โดยการนำแนวคิดจาก Nomaru Engei Kibiji Farm)

10. สนับสนุนการเชื่อมโยงและประสานแผนระดับพื้นที่ และ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด เพิ่มประสิทธิภาพการขับเคลื่อนการพัฒนาระดับ พื้นที่ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ยกตัวอย่าง

แนวคิดเงินอุดหนุนของรัฐ เพื่อสนับสนุนภาคเอกชน องค์กร หรือเครือข่ายภาคประชาสังคม ในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เช่น การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ เป็นต้น โดยการนำแนวคิด จากการอบรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน และจากการศึกษาดูงาน Okayama Tourism ซึ่งภาครัฐจ้างบริษัทเอกชนเข้ามาบริหารงานท่องเที่ยวของเมือง โดยสนับสนุนเงินอุดหนุนสำหรับการจัดงานประชุมสัมมนาตามกรอบที่ รัฐบาลกำหนด

แนวคิดการปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีการทำงานที่เน้นการรับจากนโยบายอย่างเดียว มาเป็นวิธีคิดหาแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัด โดยการหาศักยภาพในพื้นที่ หรือแก้ปัญหาเชิงพื้นที่ ไม่ตั้งรับอย่างเดียว แต่จะรุกเพื่อการสร้างผลงานหรือคุณค่างานที่ดีขึ้น (โดยการนำแนวคิดจากบริษัท Betty Smitty)

แนวคิดการขยายภาคการเกษตรสู่งานภาคบริการ โดยการเชื่อมโยงงานภาคการเกษตรที่มีศักยภาพเข้าสู่เส้นทางการท่องเที่ยวของจังหวัด และกลุ่มจังหวัด เพื่อส่งเสริมเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตร ไปสู่ภาคการบริการ เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร และเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรโดยการแปรรูป (โดยการนำแนวคิดจากอบรบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และจากการศึกษาดูงาน Nomaru Engei Kibiji Farm)

ผู้จัดทำ

1. นางอารีรัตน์ สุนทรเสนาะ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์
2. นางสาวพิญญพัชร ตรีนิมพลี ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ
สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์
พระบรมราชินีนาถจังหวัดนครราชสีมา
3. นางจริยา ดีเสมอ สำนักงานเกษตรจังหวัดสุรินทร์

การพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิอินทรีย์ (กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2)

ที่มา/ความสำคัญของการพัฒนา

ลักษณะทางกายภาพ

ที่ตั้งและอาณาเขต

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย ประกอบด้วยจังหวัด 4 จังหวัดได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ และจังหวัดยโสธร มีขนาดพื้นที่รวมกันทั้งสิ้น 31,907.74 ตารางกิโลเมตร หรือ 19,942,336 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.89 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 6.2 ของพื้นที่ประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกับต่างประเทศ ระยะทาง 601 กิโลเมตร ดังนี้

จังหวัดอุบลราชธานี มีอาณาเขตติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระยะทาง 361 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา ระยะทาง 67 กิโลเมตร

จังหวัดศรีสะเกษ มีอาณาเขตติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา ระยะทาง 135 กิโลเมตร

จังหวัดอำนาจเจริญ มีอาณาเขตติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระยะทาง 38 กิโลเมตร

อาณาเขต

ทิศเหนือ

มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดมุกดาหาร

ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาวและราชอาณาจักรกัมพูชา

ทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดร้อยเอ็ด
และจังหวัดสุรินทร์

ทิศใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับราชอาณาจักร
กัมพูชา

ลักษณะภูมิประเทศ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 มีลักษณะ
ภูมิประเทศเป็นพื้นที่ลาดเอียงจากทิศตะวันตกไปทางทิศตะวันออก พื้นที่
ทางตอนเหนือเป็นที่ราบสูง ภูเขา สลับกับพื้นที่แบบลูกคลื่น มีสภาพป่า
และภูเขา มีแหล่งน้ำขนาดกลางและเป็นที่ราบลุ่มต่ำสลับซับซ้อนกับสันดิน
ริมน้ำ

ลักษณะภูมิอากาศ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 มีลักษณะ
ภูมิอากาศร้อนเกือบตลอดปีและหนาวจัดในฤดูหนาว มีอุณหภูมิ
อยู่ระหว่าง 12.1 - 14.1 องศาเซลเซียส

ศักยภาพด้านพืชเศรษฐกิจ

พืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่มีการเพาะปลูกและทำรายได้ให้กับจังหวัดใน
กลุ่มจังหวัดมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ข้าว มีพื้นที่เพาะปลูกรวมกันถึง
9,707,095 ไร่ รองลงมาคือ มันสำปะหลัง 733,047 ไร่ ยางพารา 613,187 ไร่
ผลไม้ 140,836 ไร่ และอ้อย 128,470 ไร่

การเกษตรจำเพาะตามพื้นที่ผ่านการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI (Geographical Indications : GI)

GI ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี

โดยทั่วไปแล้วข้าวหอมมะลิจะมีลักษณะเป็นเม็ดเรียวยาว ขาวใส และมีกลิ่นหอม เมื่อนำมาหุงหรือต้มจะมีกลิ่นหอม เหนียว และนุ่ม น่ารับประทาน ซึ่งความพิเศษของข้าวหอมมะลียุ่ที่ความหอม เพราะในข้าวหอมมะลินั้น มีสารที่มีชื่อว่า 2-Acetyl-1-Pyrroline (2AP) ซึ่งเป็นสารที่ก่อให้เกิดความหอม จึงทำให้ข้าวหอมมะลิมิเอกลักษณ์และแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับข้าวชนิดอื่น แต่ข้าวหอมมะลิจากจังหวัดอุบลราชธานีมีราคาที่สูงกว่าข้าวหอมมะลิจากจังหวัดอื่น เพราะข้าวหอมมะลิจากจังหวัดอุบลราชธานีนั้น มีความหอมและความบริสุทธิ์อันเป็นลักษณะเฉพาะและมีความโดดเด่นด้วยเหตุผล 2 ข้อ ดังนี้

1. ความได้เปรียบจากภูมิศาสตร์ท้องถิ่น

ตามที่กล่าวแล้วนั้น สารที่สร้างความหอมให้กับข้าวหอมมะลิคือ 2-Acetyl-1-Pyrroline (2AP) จากงานวิจัยของ Meijuan Li และคณะพบว่า ธาตุอาหารในดินที่ช่วยเพิ่มสาร 2AP ในข้าวหอมมะลิคือ ธาตุแมงกานีส และยังมีการวิจัยของรณชัย ช่างศรีและคณะ ระบุว่ายิ่งนอกจากแมงกานีสแล้ว แร่ธาตุแคลเซียม ฟอสฟอรัส และ สังกะสี ก็มีผลต่อความหอมของข้าวหอมมะลิเช่นกัน บังเอิญว่าผืนดินในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีนั้น มีแร่ธาตุที่จำเป็นสำหรับข้าวหอมมะลิด้วยเช่นกัน จากงานวิจัยของชนิดา ครองไชย และคณะ ระบุว่าดินในจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ประกอบด้วยแมงกานีส 10.15 ppm แคลเซียม 120.21 ppm สังกะสี 0.98 ppm และ

ฟอสฟอรัส 16.37 ppm ซึ่งล้วนเป็นธาตุอาหารที่จำเป็นสำหรับการสร้างสารความหอม 2AP โดยเฉพาะอย่างยิ่งธาตุฟอสฟอรัส งานวิจัยของชนิดาชี้ว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีธาตุฟอสฟอรัสในดินซึ่งมีอยู่ในธรรมชาติสูงกว่าในจังหวัดอื่น ๆ ในภาคอีสาน เมื่อเปรียบเทียบกับ จังหวัดอำนาจเจริญ ยโสธร สุรินทร์ นครราชสีมา มหาสารคาม สกลนคร และหนองคาย ซึ่งมีความเข้มข้นของฟอสฟอรัสในระดับ 6.36 ppm, 14.44 ppm, 10.48 ppm, 13.99 ppm, 12.99 ppm, 2.7 ppm, และ 3.34 ppm ตามลำดับ นอกจากนั้น งานวิจัยของรณชัยและคณะยังระบุอีกว่า ธาตุอาหารบางชนิดส่งผลเสียต่อความหอมของข้าวหอมมะลิ คือธาตุทองแดง ซึ่งตามสภาพทางภูมิศาสตร์แล้ว ดินของจังหวัดอุบลราชธานีมีธาตุทองแดงน้อยกว่าจังหวัดอื่น ๆ กล่าวคือมีธาตุทองแดงที่มีความเข้มข้นที่ 0.32 ppm ในขณะที่จังหวัดยโสธรมีธาตุทองแดง 0.42 ppm. จังหวัดสุรินทร์มีธาตุทองแดง 0.48 ppm. จังหวัดนครราชสีมา มีธาตุทองแดง 1.31 ppm. จังหวัดมหาสารคามมีธาตุทองแดง 1.37 ppm. จังหวัดสกลนครมีธาตุทองแดง 0.75 ppm. และ จังหวัดหนองคายมีธาตุทองแดง 0.83 ppm ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าพื้นที่ของ จังหวัดอุบลราชธานีเป็นที่เหมาะสมกับการปลูกข้าวหอมมะลิ โดยธรรมชาติ จึงทำให้ข้าวหอมมะลิมีความหอมและนุ่มกว่าข้าวหอมมะลิในจังหวัดอื่นในภาคอีสาน จึงทำให้ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิของ จังหวัดอุบลราชธานีมีราคาสูง

2. ความบริสุทธิ์ของข้าวหอมมะลิ

วิถีชุมชนก็มีส่วนต่อคุณภาพของข้าวหอมมะลิเช่นกัน ในอดีต ชาวนาในจังหวัดอุบลราชธานีมีความพิถีพิถันในการปลูกข้าวหอมมะลิ

และใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในนาข้าว ซึ่งมีธาตุอาหารที่จำเป็นสำหรับสาร 2AP ของข้าวหอมมะลิ แต่เคล็ดลับที่สำคัญก็คือการคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ แม้ว่าปัจจุบันวิธีการทำเกษตรของชาวนาในจังหวัดอุบลราชธานี จะแตกต่างไปจากเดิมมาก มีการใช้เครื่องจักรและปุ๋ยเคมีมากขึ้น แต่ไม่ได้ทำให้คุณภาพข้าวหอมมะลิลดลง สาเหตุสำคัญเกิดจากการคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ที่ได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นวิธีชุมชนที่ยังคงสืบทอดจนถึงปัจจุบัน ในอดีตชาวนาในจังหวัดอุบลราชธานีจะทำนาดำและเกี่ยวข้าวด้วยมือ จึงทำให้ในนาข้าวไม่มีวัชพืชและชาวนาสามารถคัดเลือกเมล็ดพันธุ์จากรวงข้าวที่สมบูรณ์ได้ และคัดแยกพันธุ์ปลอมปนออก จึงเป็นการรักษาความบริสุทธิ์ของข้าวหอมมะลิเอาไว้ได้ แม้ว่าปัจจุบันการทำนาจะแตกต่างไปจากเดิมแต่คุณภาพของเมล็ดพันธุ์ไม่ได้ลดลง เนื่องจากปัจจุบันนี้ศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานีได้พัฒนาและขยายเมล็ดพันธุ์ จึงทำให้เมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิในจังหวัดอุบลราชธานีมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง การผลิต การจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ และการเข้าถึงของเกษตรกรจึงเป็นไปอย่างมีระบบ และมีคุณภาพ จึงทำให้เกษตรกรได้รับเมล็ดพันธุ์ที่ดีและมีความน่าเชื่อถือในการนำไปเพาะปลูกต่อไป ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ข้าวหอมมะลิจังหวัดอุบลราชธานีมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับโดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ

ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

ปัจจัยทางธรรมชาติและปัจจัยจากมนุษย์มีส่วนสำคัญต่อการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ คือ พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้เป็นแอ่งกระทะขนาดใหญ่ มีพื้นที่ปลูกข้าวเป็นลูกคลื่น สูง ต่ำ สลับกันจากระดับน้ำทะเล 200 เมตร

เป็นดินร่วนปนทราย ในดินมีธาตุโซเดียมและซิลิกา มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ การเพาะปลูกข้าวขึ้นอยู่กับการสภาพดินฟ้าอากาศ อาศัยน้ำฝนเป็นหลัก ลักษณะสภาพภูมิประเทศที่มีความเค็มในดิน ความแห้งแล้งของพื้นที่ พันธุ์ข้าว สภาพอากาศ ธาตุอาหารในดิน ส่งผลให้ข้าวเกิดความเครียดและหลังสารหอม 2-Acetyl-1-Pyrroline (2AP) ในปริมาณ 0.1-0.2 ไมโครกรัม (ณ แปลงปลูก) ซึ่งทำให้มีความหอมมากกว่าข้าวหอมมะลิที่ปลูกในพื้นที่อื่นของประเทศ อันเป็นธรรมชาติที่ส่งผลต่อข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ รวมทั้งการใช้ภูมิปัญญาของมนุษย์อันมีความสำคัญต่อการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกพันธุ์ที่ดี ใช้วิธีการเพาะปลูกที่เหมาะสม ทำคั่นนาและแบ่งพืชนาออกเป็นแปลง ๆ เพื่อเก็บกักน้ำให้พอเพียงต่อการเจริญเติบโตของข้าว มีการระบายน้ำออกในช่วงก่อนเก็บเกี่ยวข้าวประมาณ 10 วัน และเก็บเกี่ยวในระยะพลับพลึงตลอดจนมีการตากข้าว 2 - 3 วัน เพื่อลดความชื้น อันเป็นปัจจัยธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ส่งผลต่อข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ และมีระบบการตรวจสอบย้อนกลับได้

ประวัติความเป็นมา (Story)

ทุ่งกุลาร้องไห้ เป็นทุ่งใหญ่ของภาคอีสาน มีพื้นที่อยู่ในเขต 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยโสธร จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดสุรินทร์ จำนวนพื้นที่ทั้งสิ้น 2,107,690 ไร่ เดิมมีชื่อว่า ทุ่งหมาหลง หรือทุ่งปู่ปาลาน ที่ได้ชื่อว่า "ทุ่งกุลาร้องไห้" นั้น มีตำนานกล่าวว่า มีพ่อค้าชาวกุลาเดินเร่ขายสินค้าผ่านเข้ามาในทุ่งกว้างแห่งนี้ จนเมื่อยลาก็ยังไม่พ้นทุ่งกว้างแห่งนี้สักที ทุ่งนี้จึงมีชื่อว่า "ทุ่งกุลาร้องไห้"

การเพาะปลูกข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ คาดว่าเริ่มมีการนำเข้ามาปลูก หลังจากทางราชการมีการปรับปรุงพันธุ์ข้าวหอมมะลิและรับรองพันธุ์ในปี 2502 ในชื่อพันธุ์ "ขาวดอกมะลิ 105" ได้เริ่มดำเนินการอย่างกว้างขวางในปี 2524 โดยโครงการแลกเปลี่ยนพันธุ์ข้าว เน้นการเปลี่ยนพันธุ์ปลูกจากข้าวเหนียวเป็นพันธุ์ข้าวเจ้า จึงทำให้ข้าวหอมมะลามีการปลูกอย่างแพร่หลาย มีการพัฒนาพันธุ์ข้าวโดยส่งเสริมให้เกษตรกรเปลี่ยนพันธุ์ปลูกทุก 3 ปี เพื่อให้พันธุ์ข้าวมีความบริสุทธิ์

สภาพการปลูกข้าวหอมมะลิที่อาศัยน้ำฝนเป็นหลักทำให้ปลูกได้เพียงปีละ 1 ครั้ง เก็บเกี่ยวในช่วงฤดูหนาวที่มีอากาศหนาวเย็นและปราศจากฝน ประกอบกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เชื่อว่าพื้นที่ที่ม่น้ำ จะต้องระบายน้ำออกก่อนเก็บเกี่ยวข้าวประมาณ 10 วัน จะทำให้ผลผลิตข้าวที่เก็บเกี่ยวได้มีคุณภาพดี ข้าวสารมีเมล็ดใส และแฉ่ง ข้าวสุกมีความหอมและนุ่ม รวมทั้งขบวนการแปรรูปที่ได้มาตรฐาน จึงทำให้ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้มีคุณภาพที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากข้าวหอมมะลิที่ผลิตจากแหล่งอื่น ๆ จนเป็นที่ยอมรับของผู้ค้าและผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 วิสัยทัศน์

"อุตสาหกรรมแปรรูปและเกษตรอินทรีย์ เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การค้าชายแดนได้มาตรฐาน"

ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิสู่ความต้องการของตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวให้ได้ระดับมาตรฐาน และยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบสนับสนุนการบริหารจัดการธุรกิจการค้าและเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดนครบวงจรและได้มาตรฐานสากล

การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ต้องเร่งขับเคลื่อน การดำเนินงานให้เกิดเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เพื่อปรับทิศทางการผลิตภาคเกษตรให้สอดคล้องสถานการณ์โลกปัจจุบันประชากรโลกได้ตระหนักถึงความสำคัญของความปลอดภัยด้านอาหาร กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสวัสดิภาพของผู้ผลิต การผลิตตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ เป็นทางเลือกหนึ่งของเกษตรกรในการผลิตสินค้าเกษตร ด้วยหลักธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้ปัจจัยการผลิตจากการสังเคราะห์ ไม่ใช่สารเคมี ปุ๋ยเคมี ฮอร์โมนสังเคราะห์ และไม่ใช้พืชที่มีการดัดแปลงพันธุกรรม (GMOs) มีการจัดการผลผลิต และแปรรูปเพื่อรักษาสภาพและคุณภาพเกษตรอินทรีย์ในทุกขั้นตอน ในปัจจุบัน ตลาดมีความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น เกิดกระแสความตื่นตัวในการดูแลสุขภาพ เพื่อหลีกเลี่ยงโรคร้ายไข้เจ็บต่าง ๆ โดยหันมาบริโภคสินค้าที่ปลอดภัย ไม่มีสารเคมีปนเปื้อน อีกทั้งต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รักษาสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศวิทยามากขึ้น โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 -2564 มีเป้าหมายในการพัฒนาคือเพิ่มพื้นที่เกษตรอินทรีย์ไม่น้อยกว่า 600,000 ไร่ เพิ่มจำนวนเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ไม่น้อยกว่า 30,000 ราย เพิ่มสัดส่วนตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศต่อตลาดส่งออก โดยมี

สัดส่วนตลาดในประเทศไทยร้อยละ 40 ต่อตลาดส่งออกร้อยละ 60 และยกระดับกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์วิถีพื้นบ้านเพิ่มขึ้น กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 จังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร และจังหวัดอำนาจเจริญ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาคือ การเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิ พืชเศรษฐกิจ ปศุสัตว์ และประมง ด้วยอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีเป้าหมายในการพัฒนาคือ จำนวนพื้นที่ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์และสินค้าเกษตรอินทรีย์อื่น ๆ ที่ได้มาตรฐานเป้าหมายรวม 4 ปี ตั้งแต่ปี 2561-2564 จำนวน 1,000,000 ไร่ โดยได้กำหนดจุดยืนการพัฒนา (Positioning) คือศูนย์กลางของนวัตกรรมเกษตรแปรรูปและเกษตรอินทรีย์ (Hup of innovation for Specialized and Organic Agriculture : HI-SO Agriculture)

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 พบว่า การตลาด การพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนการวางแผนการผลิตสินค้าทั้งในรูปวัตถุดิบ (ต้นทาง) และผลิตภัณฑ์แปรรูป (กลางทางและปลายทาง) เป็นสิ่งที่ควรได้รับการพัฒนาต่อยอดต่อไป เพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ซึ่งมีประเด็นที่ยังต้องมีการพัฒนา ดังนี้

1. ควรมีการวางแผนการผลิตข้าวและแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในปริมาณและคุณภาพ เน้นเกษตรอินทรีย์ โดยใช้กลยุทธ์สร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกร

2. ควรมีการสนับสนุน “ข้อมูล” องค์ความรู้ ด้านการเกษตร” และ บัญชีครัวเรือนให้กับเกษตรกร

3. ควรดำเนินการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการตลาด ให้กับสินค้า ในรูปของสหกรณ์การเกษตร ของชุมชนเพื่อขยายตลาดของ สินค้าเกษตรในชุมชน โดยตั้งเป็นศูนย์บริการเกษตรกร มีการตรวจสอบ มาตรฐาน การจัดเก็บผลผลิตการเกษตร มีการคัดแยกเกรดของสินค้าเกษตร การแปรรูป การจัดจำหน่าย และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์การเกษตร พร้อมทั้งต้องมีการวิจัยและพัฒนาต่อยอดด้วย นวัตกรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับเกษตรกร เพื่อสนับสนุน “ธุรกิจการเกษตร” ให้มีอนาคต เพื่อให้คนรุ่นใหม่สืบทอด

ข้อมูลและแนวคิดที่ได้จากการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น
ในส่วนที่เกี่ยวข้องที่จะนำมาพัฒนา ดังนี้

บริษัท อินานิวะ อุตัง จังหวัดอาคิตะ : การผลิตที่ได้มาตรฐาน สะอาด สร้างเรื่องราว (Story) ให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ ลูกค้าย ประทับใจ เห็นคุณค่าของสินค้า รู้สึกมีความผูกพัน เป็นการเล่า เรื่องราวประวัติศาสตร์ประวัติความเป็นมาอย่างน่าสนใจว่าทำไมถึง ต้องมีเฉพาะที่นี่ที่เดียวเท่านั้น เป็นการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าของ ชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจะมีวางขายเฉพาะในพื้นที่เท่านั้น จากการศึกษา ดูงานแล้วสามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้กับกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง คือ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 มีเรื่องเล่าหรือตำนานเล่าขานกันมาก็หลายเรื่องมีวิถีการกินการของ ชาวชนบท ที่มีเอกลักษณ์ไม่แพ้เรื่องราวของอุตัง จังหวัดอาคิตะของ

ประเทศญี่ปุ่นแต่อย่างใด ทางกลุ่มเราก็มีข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี และข้าวทุ่งกุลาร้องไห้ ซึ่งมีประวัติความเป็นมา (Story) และได้รับการรับรองการเกษตรจำเพาะตามพื้นที่ผ่านการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI (Geographical Indications : GI) แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์แต่งเป็น เรื่องให้เป็นที่ยูู้จักกันอย่างแพร่หลายเท่านั้นเอง ว่าถ้าอยากกินข้าวหอมมะลิ ที่มีความหอมและนุ่มละมุนต้องมากินที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 2 เท่านั้น และต้องมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้า และพัฒนา บรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่ยูู้ดึงดูดใจและมีเรื่องราวไว้ในบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นการ ประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้ารู้จักถึงคุณค่าของข้าวหอมมะลิของกลุ่ม จังหวัด โดยอาจจะทำเรื่องราวไว้ในคิวอาร์โค้ด เพื่อให้ลูกค้าสามารถอ่าน เพิ่มเติมได้ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเมืองโอคายามา : เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ ผลประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใน ประเทศได้ เช่น การให้คูปองกับผู้ประกอบการที่จะใช้เป็นส่วนลดในการซื้อ วัตถุดิบในการทำสินค้า โดยให้ผลตอบแทนเป็นระดับตามมูลค่าที่คิดว่า ประเทศจะได้รับประโยชน์จากการนำนักท่องเที่ยวเข้ามา ซึ่งภาครัฐเป็นผู้กำกับดูแล ควบคุมการดำเนินงานของภาคเอกชน สิ่งเหล่านี้ เป็นการ ดึงดูดการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนได้เป็นอย่างดี จากการไปศึกษาดูงาน ดังกล่าวทางเราสามารถที่จะนำความรู้และประสบการณ์นำมาประยุกต์ใช้ ได้คือ กลุ่มจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งทางภาครัฐ จะต้องบูรณาการการทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน การดำเนินการ

ด้านการท่องเที่ยว โดยภาครัฐเป็นผู้ควบคุมให้เกิดความเท่าเทียมในการได้รับผลประโยชน์จากการจัดกิจกรรมนั้น เช่น ภาครัฐกิจท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัด ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเช่นกลุ่มโฮมสเตย์ในพื้นที่ก็อาจมีส่วนลดหรือค่าเปอร์เซ็นต์เล็ก ๆ น้อย ๆ ให้เพิ่มเติมได้ เป็นต้น

อานาโมโตะ คิโชนัน : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ คือการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มีราคาที่สูงขึ้น เนื่องจาก บรรจุภัณฑ์นั้นคือ สิ่งสำคัญที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และบริการต่าง ๆ โดยสามารถใช้ Packaging ทำการตลาดแทนเราได้ สื่อสารแทนเราได้ โดยการนำเรื่องราว (Story) ของผลิตภัณฑ์มาใส่ลงในคิวอาร์โค้ดเพื่อบรรยายเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจต่อลูกค้า สิ่งสำคัญคือ บรรจุภัณฑ์ที่จะนำมาใช้ต้อง สวยงาม สะดวกต่อการรับประทาน มีแนวคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ไม่เหมือนใครและต้องเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งจากการศึกษาดูงานพบว่า ผลิตภัณฑ์สินค้า โดยเฉพาะอาหารและขนมของประเทศญี่ปุ่นนั้นมีความสวยงาม และไม่เหมือนใคร มีความใส่ใจในเรื่องความสะอาด การเน้นเรื่องราว และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ มีคุณค่าต่อการซื้อหาเป็นของฝากของขวัญ และบรรจุภัณฑ์มีการแยกออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์เล็ก ๆ ทำให้ราคาสินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นได้โดยไม่ต้องเพิ่มผลผลิต นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ดี ยังสามารถป้องกันสินค้าที่อยู่ภายในไม่ให้เกิดความชำรุดเสียหาย และทำให้สินค้าภายในคงสภาพเดิมมากที่สุด เสียหายน้อยที่สุด บางครั้งการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า แพคเกจจิ้ง (Packaging) สวยก็อาจทำให้ลูกค้าไม่ได้สนใจว่าข้างในนั้นเป็นสินค้าอะไรแต่ซื้อเพราะ

แพคเกจจิ้ง มีเรื่องราวน่าสนใจ มีประวัติความเป็นมาของสินค้า และสามารถนำไปเป็นของฝากได้ สิ่งนี้ทำให้เห็นว่าแพคเกจจิ้งก็ช่วยเพิ่มกำไรให้เราได้เช่นกัน

สหกรณ์การเกษตรอาคิตะ : การส่งเสริมคนรุ่นใหม่ให้สนใจ และรักอาชีพการเกษตร

จากการศึกษาดูงานเกษตรอาคิตะ มีประเด็นด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งในการรวมกลุ่มของสหกรณ์อาคิตะ ดังนี้

1. ระบบสหกรณ์ที่มีเครือข่ายแข็งแกร่ง และมีการวางรากฐานระบบสนับสนุนด้านการเงินแก่ภาคเกษตรที่ครบวงจรโดยให้เกษตรกรเข้าไปมีส่วนร่วมบริหารจัดการ และมีการทำงานเชื่อมโยงกันอย่างแน่นหนาตั้งแต่ระดับชุมชน ภูมิภาคและระดับประเทศ ทั้งด้านการผลิต การจัดหาวัสดุอุปกรณ์และปัจจัยการผลิตในภาคเกษตร การรวบรวมผลิตผลและการบริหารจัดการตลาด โดยเฉพาะด้านการเงิน การประกันภัย และอื่น ๆ เช่น ข้อมูลข่าวสาร การวิจัยและพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพ และ Logistic เป็นต้น

2. การมีสถาบันการเงินที่สนับสนุนกลุ่มสหกรณ์อย่างเข้มแข็งทั้งภาคเอกชน และรัฐบาล เช่น กลุ่มธนาคารสหกรณ์การเกษตรญี่ปุ่น - Japan Agricultural Cooperatives Bank Group หรือ JA Bank Group SHINOREN หรือ Prefectural Banking Federations of Fishery Cooperative สหกรณ์สินเชื่อบริหารระดับจังหวัด (3) RINCHUKIN Bank ธนาคารสหกรณ์กลาง/ระดับประเทศ Agriculture, Forestry and Fisheries Finance Corporation (AFC) หรือบริษัทเงินทุนเพื่อการเกษตร

ป่าไม้และประมง เป็นสถาบันการเงินเพื่อการเกษตรของรัฐบาล เพื่อให้สินเชื่อแก่เกษตรกร ด้วยเงินกู้ระยะยาว ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในภาคเกษตร บริษัทเงินทุนเพื่อการเกษตรการมีหน่วยงานรับประกันความเสียหายของสินค้าเกษตรจากภัยธรรมชาติ ประกอบด้วย หน่วยงานรับประกันความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ ทั้งในระดับท้องถิ่นระดับจังหวัด และศูนย์รวมระดับประเทศ โดยมีกระทรวงเกษตร ป่าไม้และประมง เป็นทั้งหน่วยงานรับประกันความเสียหายทั้งหมด

แนวความคิดที่นำมาปรับประยุกต์ใช้กับสหกรณ์การเกษตรในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ดังนี้

1. โดยแนวโน้มในอนาคตเกษตรกรที่เป็นผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นแต่แรงงานคนรุ่นใหม่ที่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีน้อยลง ดังนั้น เพื่อแก้ไขปัญหการขาดแคลนแรงงานภาคเกษตรเพื่อทดแทนแรงงานรุ่นเก่าจึงควรส่งเสริมให้เยาวชนคนรุ่นใหม่สนใจและรักอาชีพการเกษตร สร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่หันมาทำการเกษตรและเป็นผู้นำทางการเกษตรในท้องถิ่น จัดการฝึกอบรมเกษตรกรรุ่นใหม่ในพื้นที่ที่มีความน่าสนใจ สามารถนำไปประกอบอาชีพได้จริง ส่งเสริมให้เกษตรกรรุ่นใหม่เป็นนักขายแบบมีอาชีพ โดยเน้นช่องทางการขายแบบใหม่ เช่น การขายผ่านอินเทอร์เน็ต ออนไลน์ เป็นต้น

2. จัดให้มีการนำเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มาปรับใช้ในภาคการเกษตร เช่น การนำเครื่องหยอดข้าว เครื่องพ่นปุ๋ย โดรน เครื่องจักรด้านการเกษตรต่าง ๆ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มผลผลิต และการขาย โดยรัฐจะต้องเป็นผู้สนับสนุนทั้งด้านการอบรมและสนับสนุนด้านปัจจัย

เครื่องมือการเกษตรที่เกษตรกรเข้าถึงไม่ได้เหล่านี้แทน เพื่อให้การผลิตและการจำหน่ายเกิดประสิทธิภาพสูงสุด (ทำน้อย ได้กำไรมาก)

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คณะผู้จัดทำมีความคิดเห็นตรงกันว่าเราสามารถนำความรู้และประสบการณ์ ที่ได้จากการอบรมและการศึกษาดูงานในครั้งนี้ มีแนวความคิดที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เหมือนกับบริษัท อินานิวะ อุดัง จังหวัดอาคิตะ ที่มีเรื่องราว (Story) และมีการรับรองการเกษตรจำเพาะตามพื้นที่ผ่านการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI (Geographical Indications : GI) เพื่อให้มีสินค้าคุณภาพ และมาตรฐานไว้รองรับการเมืองท่องเที่ยวแบบเมืองโอกายามา เมื่อสินค้าเป็นที่รู้จัก มีคุณภาพน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ก็จะมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ มีคุณค่าต่อการซื้อหา และบรรจุภัณฑ์มีการแยกออกมาบรรจุภัณฑ์เล็ก ๆ ทำให้ราคาสินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องเพิ่มผลผลิต นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ดียังสามารถป้องกันสินค้าที่อยู่ภายในไม่ให้เกิดความชำรุด เสียหาย และทำให้สินค้าภายในคงสภาพเดิมมากที่สุด เสียหายน้อยที่สุด บางครั้งการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า บรรจุภัณฑ์สวยก็อาจทำให้ลูกค้าไม่ได้สนใจว่าข้างในนั้นเป็นสินค้าอะไรแต่ซื้อเพราะบรรจุภัณฑ์และสามารถนำไปเป็นของฝากของขวัญได้ สิ่งนี้ทำให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ก็ช่วยเพิ่มกำไรให้เราได้เช่นกัน และการจำหน่ายสินค้าจะต้องมีช่องทางหลายช่องทาง สร้างเป็นเครือข่ายหรือสร้างพันธมิตรขึ้นมาให้ได้เหมือนวิธีการของสหกรณ์การเกษตรอาคิตะที่มีการบูรณาการกันทุกภาคส่วน เพื่อให้มีธุรกิจการเกษตรที่มีอนาคตและมีคนรุ่นใหม่สืบทอดต่อไป

คณะผู้จัดทำ

1. นางเพชรรัตน์ สมเสนาะ หัวหน้ากลุ่ม (นักจัดการงานทั่วไป
ชำนาญการ)
กลุ่มบริหารและยุทธศาสตร์
สำนักงานประมงจังหวัดอุบลราชธานี
2. นางรัชนิกร พบบุญ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
ชำนาญการ
กลุ่มยุทธศาสตร์และสารสนเทศ
สำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี
3. นางสาวจุฑาทิพย์ ขอสุข นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ
กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูล
เพื่อการพัฒนาจังหวัด
สำนักงานจังหวัดยโสธร

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน

ชาดา สิมประดิษฐ์พันธุ์

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนราธิวาส

ข้อมูลหน่วยงาน

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ตั้งอยู่ใต้สุดของประเทศและติดกับประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่ทั้งหมดรวม 6.84 ล้านไร่ (ประมาณ 10,936.864 ตร.กม.) โดยมีการใช้ประโยชน์ที่ดินจำแนกเป็นพื้นที่ป่าไม้ 1.73 ล้านไร่ หรือร้อยละ 25.3 พื้นที่ป่าชายเลน 0.22 แสนไร่ หรือร้อยละ 0.33 พื้นที่การเกษตร 3.5 ล้านไร่ (ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ไม้ผล และที่นา) หรือร้อยละ 50.5 และพื้นที่ใช้ประโยชน์อื่น ๆ 1.66 ล้านไร่ หรือร้อยละ 24.27 ของพื้นที่ภาค ในปี 2558 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) เท่ากับ 123,377 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ ผลิตภัณฑ์ภาคต่อหัวประชากร (GRP Per capita) เฉลี่ย 70,322 บาทต่อคนต่อปี ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศประมาณ 2 เท่า ศักยภาพของกลุ่มจังหวัด ได้แก่ มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตพืชเขตร้อน (ยางพารา ปาล์มน้ำมัน) และเป็นแหล่งทำการประมงที่สำคัญของประเทศ มีพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร อาทิ การแปรรูปยาง ไม้ยาง ปาล์มน้ำมันและอุตสาหกรรมประมงเพื่อการส่งออก ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ

มีความหลากหลาย มีโครงข่ายคมนาคมขนส่งสามารถเชื่อมโยงทั้งในและต่างประเทศ และมีเมืองศูนย์กลางที่มีศักยภาพในการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่สามารถขยายผลจากโครงการเมืองต้นแบบ เพื่อรองรับการขยายตัวทางการค้าและการท่องเที่ยวชายแดน ทั้งหมดนี้ภายใต้วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน “เกษตรก้าวหน้า การค้าชายแดน การท่องเที่ยวเชื่อมโยง สู่อาเซียน” และกำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพการผลิตภาคเกษตร อุตสาหกรรม เกษตรแปรรูป และการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการค้า การลงทุน ในพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม และเมืองท่องเที่ยวชายแดน

บทนำ

ในปัจจุบันนี้ สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ชายแดน ดีขึ้นตามลำดับ จะเห็นได้ว่าจำนวนเหตุการณ์ จำนวนผู้ได้รับบาดเจ็บและจำนวนผู้เสียชีวิตลดลงต่อเนื่อง ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล ราษฎร และเอกชน ร่วมกันปกป้องดูแลพื้นที่ไม่ให้เกิดการใช้ความรุนแรงทุกรูปแบบ นำไปสู่การสร้างสันติสุขและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในพื้นที่

ดังนั้น การพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ จึงได้นำมิติเศรษฐกิจมาเป็นแนวทางหลักนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างโอกาสการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน มีเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดชายแดนใต้ และเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อให้เกิดผลต่อเนื่องไปสู่การพัฒนาคุณภาพ

ชีวิตให้กับประชาชนในพื้นที่ เน้นการสร้างโอกาสและการเข้าถึงโอกาสให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างเท่าเทียมกัน การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว เพิ่มอัตราการจ้างงานเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ลดปัญหาความยากจนของประชาชน และเป็นการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับประชาชน นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน เป็นกลยุทธ์สำคัญที่มุ่งไปสู่การแก้ไขปัญหาในมิติด้านความมั่นคงและพัฒนาในจังหวัดภาคใต้ชายแดน ภายใต้รูปแบบการพัฒนา “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”¹ สอดคล้องและเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่ว่าการปฏิรูปประเทศและสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดกันมากขึ้น โดยได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัญชาทางในการพัฒนาประเทศสืบเนื่องไป

¹ กรอบการพัฒนาชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ทั้งนี้ต้องสนองต่อผลประโยชน์แห่งชาติ

แนวคิดที่ได้รับจากการฝึกอบรมและการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น

การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่ยู๋จัก (Branding)

การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของประเทศญี่ปุ่น สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิม มีโบราณสถานและโบราณวัตถุ ปราสาทโอคายามา สวนโคระคุเอ็น พิพิธภัณฑ์ เมืองคุราชิกิ โดยเป็นโซนยอดนิยมที่สามารถเดินเล่นภายในเมืองกำแพงขาวเก่าแก่ที่ยังคงหลงเหลือทาว์นเฮาส์ญี่ปุ่นดั้งเดิม ด้านสินค้าที่ผลิตเฉพาะในโอคายามา เช่น คิบิดังโงะ ลูกพีชขาว องุ่นเขียวมาสแคต องุ่นลูกใหญ่ ไรเมลัดเนื้อกรอบ ให้น้ำองุ่นเยาะและมิรสหวาน เบียร์วพประมาณ ปลาหมึกคาริ ที่โตในทะเลเซโตะในซึ่งมีคลื่นไม่รุนแรงทำให้น้ำปลามีความโดดเด่นเฉพาะตัว, สาเก ที่ใช้ข้าว 3 สายพันธุ์ที่มีปลูกเฉพาะในโอคายามาใช้ในการผลิต เป็นต้น มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชมสวนผลไม้ สวนลูกพลับ สวนองุ่น สวนสตอเบอรี่ อีกทั้งมีการหยิบตำนานเรื่องราวโมโมทาโร่ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของโอคายามาที่น่าสนใจและจดจำง่ายมาเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก

การคมนาคมและระบบการวางผังเมืองที่ดี (Transport and Urban Development)

การเชื่อมโยงระบบการจราจรและขนส่งมวลชน ที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดและอำเภอต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เห็นได้จากการจัดวางระบบการจราจรที่เชื่อมต่อและสะดวกสบายจากจุดตัดของโครงข่ายการจราจรความเร็วสูงไปยังพื้นที่

ต่าง ๆ ในตัวเมือง เริ่มต้นที่เมืองโอคายามาซึ่งเป็นเมืองที่มีรถไฟชินคันเซ็น
แวะจอด และสามารถเดินทางไปยังเมืองหลักอย่าง โตเกียว เกียวโต
โอซาก้า ภายในเวลาที่รวดเร็ว มีห้างสรรพสินค้า AEON ที่เป็นแหล่ง
ช้อปปิ้งติดกับสถานีรถไฟ และไม่ไกลจากหมู่บ้านโมโมทาโร่ซึ่งเป็นสัญลักษณ์
เมืองอีกด้วย โดยใช้การสร้างเรื่องราวเพื่อเพิ่มคุณค่า ใส่ใจรับบริการ และ
ความพร้อมด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานและโครงข่ายการคมนาคม
ที่หลากหลายที่ทันสมัย อีกทั้งยังมีความสะอาดที่สร้างความประทับใจให้แก่
นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ทำให้ทุก ๆ ปีจะมีการจัดงานสัมมนาวิชาการ
งานกีฬา เป็นจำนวนมาก และเมืองก็ได้รับการพัฒนาให้เป็นคอนเวชั่นซิตี
อีกด้วย ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทั้งนี้เมืองโอคายามา
ยังมีการวางผังเมืองและแบ่งเป็น 3 โซนด้วยกัน คือ 1.University Area
2. Cultural Area 3. Station Area เพื่อความชัดเจนและง่ายต่อการ
บริหารจัดการต่าง ๆ เช่น การจัด Events ต่าง ๆ เป็นต้น

นวัตกรรมเกษตรและอาหาร (Innovative Agriculture and Food)

การศึกษาดูงาน ณ สวนผลไม้ Nomaru Engai Kibili Noen
ซึ่งเกษตรกรรวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งในรูปแบบสหกรณ์ แต่บริหาร
จัดการโดยชาวไร่ชาวสวนทั้งหมด ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง สิ่ง
ที่เห็นได้ชัดเจนคือ การนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการจำหน่ายสินค้า
โดยนำ QR Code ซึ่งสามารถตรวจสอบย้อนกลับไปได้ถึงผลผลิตที่ส่งไป
ให้ผู้บริโภค สิ่งที่จะการันตีถึงความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ของร้านค้าได้นั้น
ก็คือการได้เห็นถึงวิธีการปลูกหรือได้รู้จักกับผู้ปลูก ทำให้ลูกค้าทั่วไป

กลายมาเป็นลูกค้าประจำมีความยั่งยืนมากกว่าหลายเท่าตัว นอกจากฉลากที่ติดไปกับตัวสินค้าแล้ว ตัว QR code ยังมีส่วนสำคัญในระบบการตรวจสอบย้อนกลับมายังผู้ปลูกหรือแหล่งผลิต ผู้ผลิตได้ลูกค้าประจำ ผู้บริโภคก็มั่นใจในแหล่งที่มาของพืชผักผลไม้ (win - win)

การศึกษาดูงาน ณ บริษัท Minanmoto Kichoan ได้แนวคิดในการเพิ่มมูลค่า เพิ่มผลผลิตทางการเกษตรสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยด้วย สำหรับร้าน Minamoto Kitchoan เป็นร้านขายขนมญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียงมากในญี่ปุ่น ซึ่งเปิดมานานถึง 15 ปี ด้วย Concept ของทางร้านที่ใส่ใจสุขภาพของลูกค้า คือส่วนผสมทั้งหมดของ Minamoto Kitchoan ล้วนมาจากธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ทั้งสิ้น กล่าวคือ สินค้าทุกชนิดไม่ใส่สารกันบูดและผงชูรสใด ๆ และกระบวนการผลิตที่มีความพิถีพิถันในทุกขั้นตอน มีการใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มปริมาณในการผลิต การชั่งตวงที่แม่นยำ และแรงงานคนในขั้นตอนที่ต้องใช้ความพิถีพิถัน เช่น การจัดวางองค์ประกอบในขนม การตรวจสอบแพ็คเกจผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย ส่งผลให้ร้านได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จนเปิดสาขามากมายทั้งในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นย่านกินซ่า โอคายาม่า (รวมไปถึงสนามบินนาริตะและฮาเนดะ)

การพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน (Sustainable Development)

ประเทศญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมที่วิวัฒนาการมายาวนาน มีวัฒนธรรมที่เป็นดั้งเดิมของประเทศ ทำให้ชาวญี่ปุ่นมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ทำให้ง่ายต่อการสร้างการมีส่วนร่วมทำให้การพัฒนามีความต่อเนื่อง เสริมสร้างการพึ่งพาตนเองก่อนเมื่อมีความมั่นคงแล้วสามารถช่วยเหลือคนรอบข้างได้

ตัวอย่างเช่น บ้านญี่ปุ่นโบราณสีขาวและต้นหลินน้อยใหญ่เรียงรายริม Kurashiki River ที่รู้จักกันดี และมีความสำคัญในฐานะเขตอนุรักษ์กลุ่มโบราณสถานที่มีคุณค่า Kurashiki เป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าที่รุ่งเรืองในศตวรรษที่ 17 ทั้งยังเป็นย่านที่อบวลไปด้วยกลิ่นอายของเสน่ห์เมืองเก่าที่สงบสุข Kurashiki Bikan Historical Quarter ผู้มาเยือนจะได้สัมผัสอิทธิพลวัฒนธรรมตะวันตกที่ผสมผสานกับวิถีชีวิตแบบญี่ปุ่นได้อย่างลงตัว เห็นได้จากสถานที่สำคัญด้านวัฒนธรรมจำนวนมาก รวมทั้ง Ohara Museum of Art ซึ่งมีการจัดแสดงงานศิลปะนานาชาติ Kurashiki Ivy Square (ย่านท่องเที่ยว) ที่สร้างด้วยอิฐแดงซึ่งเป็นการนำอดีตโรงงานทอผ้าที่เคยเป็นสถานที่สำคัญของ Kurashiki มาบูรณะขึ้นใหม่ และสร้างชั้นบนที่ตั้งของโรงงานเดิม รวมถึง Kurashiki Museum of Folkcraft ซึ่งมีการจัดแสดงหัตถกรรมประมาณ 700 ชิ้น พื้นที่บริเวณ Honmachi and Higashimachi areas ส่วนมากรวมทั้งทางเดินจาก Achi - jinja Shrine [ศาลเจ้า] อันเก่าแก่นั้นมีทิวทัศน์งดงามเหนือกาลเวลา และได้รับการรับรองเป็นเขตอนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์ ย่านนี้เป็นเมืองเงียบ ๆ ซึ่งมีร้านอาหาร แกลเลอรี และร้านค้าทั่วไปตั้งอยู่อย่างกลมกลืน “Traditional Boat Tour of Kurashiki Canal (นั่งเรือลำเล็กสำรวจเขตโบราณสถาน) เป็นกิจกรรมที่รู้จักกันดีในหมู่นักท่องเที่ยว ที่ผู้มาเยือนจะได้ชื่นชมความงามของบ้านเรือนสีขาว ขณะนั่งเรือลำเล็กล่องไปตาม Kurashiki River ที่ไหลผ่านกลางเมือง เป็นการพัฒนาจากสิ่งที่มีในท้องถิ่นสร้างให้เกิดมูลค่าสู่ตลาดโลกได้อย่างสำเร็จ ซึ่งแสดงถึงการพัฒนาที่มีความต่อเนื่องและยั่งยืนจนมาถึงปัจจุบัน

แนวทางการพัฒนาที่นำมาปรับประยุกต์ใช้กับกลุ่มจังหวัดภาคใต้

ชายแดน

ภาคใต้ชายแดนพึ่งพิงภาคการเกษตร โดยมีพืชเศรษฐกิจหลัก ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และไม้ผล ซึ่งยังใช้รูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิม และมีการแปรรูปขั้นต้นเพื่อการส่งออก ทำให้ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคา นอกจากนี้ภาพลักษณ์ความไม่ปลอดภัยจากเหตุการณ์ความไม่สงบส่งผลต่อภาวะการค้าและการลงทุน อย่างไรก็ตาม ภาคใต้ชายแดนเป็นแหล่งทำการประมงที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากมีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม รวมทั้งมีพื้นที่อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และเมืองชายแดนมีจุดที่ตั้งที่ได้เปรียบในการเชื่อมโยงการพัฒนาระหว่างพื้นที่ภาคใต้และมาเลเซียรวมทั้งสิงคโปร์ ประกอบกับปัจจุบันรัฐบาลอยู่ระหว่างดำเนินโครงการเมืองต้นแบบ “สามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร อำนวยความสะดวก การพัฒนาการค้าและการท่องเที่ยว อำนวยความสะดวก และอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างงาน และรายได้ให้กับประชาชน ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

พัฒนาศักยภาพการผลิตภาคเกษตร

- เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตยางพารา ปาล์มน้ำมัน มะพร้าว และไม้ผล โดยการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการปลูก การบำรุงรักษา พัฒนาระบบสายพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อเพิ่มผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่และลดต้นทุนการผลิต และการเก็บเกี่ยวผลผลิต รวมทั้งการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลผลิต

- พัฒนาระบบตลาดกลางสินค้าเกษตร (ยางพารา ปาล์มน้ำมัน) ให้สามารถเป็นแหล่งอ้างอิงราคาและศูนย์กลางการซื้อขายของเกษตรกรในพื้นที่ โดยพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถเชื่อมโยงแหล่งซื้อขายทั้งในและต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้เกษตรกรรายย่อยปรับระบบการผลิตให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ส่งเสริมการทำเกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรผสมผสานโดยการปลูกพืชที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และความต้องการของตลาด ร่วมกับการปลูกพืชเศรษฐกิจหลักของภาค (ยางพาราและปาล์มน้ำมัน) และการปศุสัตว์ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการผลิตและการตลาด เพื่อเพิ่มรายได้และลดความเสี่ยงจากความผันผวนด้านราคารวมทั้งเสริมสร้างความรู้ในการวางแผนการผลิตและบริหารจัดการฟาร์มอย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นเกษตรกรมืออาชีพ (Smart Farmer) และยกระดับเกษตรกรรายย่อยไปสู่ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรมืออาชีพ (Smart Entrepreneur)
- พัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) รวมทั้งสนับสนุนกลุ่ม สถาบันเกษตรกรในพื้นที่ให้เป็นผู้บริหารจัดการธุรกิจการเกษตรอย่างครบวงจร (Smart Farming) โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อการวางแผนการผลิตและการตลาด ตลอดจนองค์ความรู้และเครือข่าย หน่วยงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดปัญหาข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุน

- ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า (Brand) ผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้วัตถุดิบทางการเกษตรที่เป็นอัตลักษณ์ประจำถิ่นในการประกอบอาหาร อาทิ ไก่เบตง และปลาภูเขา เพื่อเพิ่มมูลค่าและรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมทั้งส่งเสริมตลาดสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์

พัฒนาให้เป็นเมืองการค้าและเมืองท่องเที่ยวชายแดน

- พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณด่านชายแดนให้เพียงพอ และได้มาตรฐาน รวมทั้งพื้นที่เศรษฐกิจบริเวณชายแดน โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงเข้าสู่ด่านให้มีมาตรฐาน การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการขนส่งระหว่างประเทศ จัดระเบียบการใช้พื้นที่บริเวณด่านชายแดน ชุมชนและพื้นที่หลังด่านให้เหมาะสม

- พัฒนาโครงข่ายคมนาคมให้มีความเชื่อมโยงและมีมาตรฐาน พัฒนาโครงข่ายถนนสายหลักและสายรองให้มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัย สามารถเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการขนส่งสินค้าได้ทุกระบบ อาทิ สายนาทวีวาส - สุโขทัย - ลพบุรี - นครราชสีมา - เบตง พัฒนาและสร้างความร่วมมือในการเชื่อมโยงการเดินทาง การขนส่งสินค้า และการท่องเที่ยวจากสถานีรถไฟสุโขทัย - ลพบุรี - นครราชสีมา - เบตง มาเลเซีย และวางระบบการกำกับดูแลการขนส่งให้มีมาตรฐานความปลอดภัย

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยปรับปรุงภูมิทัศน์ สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการที่เพียงพอและได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย และส่งเสริมกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

และสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ อาทิ ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เชิงเกษตร และการท่องเที่ยวชุมชน สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริการ เช่น ที่พัก (ecolodge) และ มัคคุเทศก์ เป็นต้น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสนับสนุนการท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายบริหารจัดการและเชื่อมโยงเส้นทาง การท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกภาค (เบตง - ปันง)

- พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจต่อเนื่องการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวชายแดน โดยพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการสู่สากลที่คำนึงถึง ความสะอาด สวยงาม และมาตรฐานสุขอนามัย บริการด้านการศึกษา และ ศูนย์ดูแลผู้ป่วยและผู้สูงอายุ (Nursing Home Care) รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวชายแดน (เบตง) เมืองการค้าชายแดน (สุโขทัย-ลก) โดยพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอและได้มาตรฐาน อาทิ ไฟฟ้าที่เพียงพอ โครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด สนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์สนับสนุนความปลอดภัย นักท่องเที่ยว สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ธุรกิจบริการท่องเที่ยว

- พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดน โดยการจัดหาที่ดินรองรับการพัฒนาการค้าชายแดน และการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร เมืองชายแดน และกำหนดมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่เหมาะสมให้กับผู้ประกอบการ

เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

- พัฒนาและสนับสนุนทักษะฝีมือแรงงานทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในพื้นที่และต่างประเทศ รองรับการพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เมืองการค้า และเมืองท่องเที่ยวชายแดน สนับสนุนผู้ประกอบการจ้างงานสำหรับผู้ที่ได้รับการพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ และสนับสนุนแรงงานที่มีทักษะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่

- ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อาทิ เครื่องแต่งกายมุสลิมสินค้า OTOP โดยใช้ภูมิปัญญาและกลไกประชารัฐในการสนับสนุนความรู้ในออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต และการจัดการตลาด รวมทั้งสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มช่องทางการตลาด และสนับสนุนการตลาดโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)

- สร้างความเข้มแข็งของสังคมพหุวัฒนธรรม โดยสร้างความเข้าใจและการยอมรับในการอยู่ร่วมกันของสังคมพหุวัฒนธรรมเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข และรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่หลากหลาย สนับสนุนกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างเครือข่ายความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลรักษาความปลอดภัยของชุมชนและท้องถิ่น

ดังนั้น การพัฒนาภายใต้รูปแบบการพัฒนา “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” จึงเป็นการบูรณาการสำคัญตามนโยบายของรัฐบาลปัจจุบันภายใต้การบริหารงานของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีมีเป้าหมาย

เพื่อสร้างและพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ชายแดน ให้มีการเจริญเติบโตโดยสมดุล สอดคล้องกับต้นทุนและศักยภาพของพื้นที่จังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อเปลี่ยนโฉมจากเมืองที่มีความขัดแย้งและความไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน ไปสู่เมืองที่มีความรักและความสามัคคี ประชาชนทุกเชื้อชาติและศาสนามีเป้าหมายและเห็นภาพอนาคตของการพัฒนาที่ตรงกัน นำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจที่จะสร้างเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในพื้นที่ และเป็นแนวทางที่จะนำประชาชนในสามจังหวัดภาคใต้ชายแดนให้หลุดพ้นกับดักของการใช้ความรุนแรงจากการก่อเหตุความไม่สงบในพื้นที่ ไปสู่ความสุขและมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวหน้า เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 นโยบายความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. 2558 – 2564 และนโยบายการบริหารและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2560 - 2562 และการพัฒนาประเทศไทย 4.0 หรือ Thailand 4.0 สืบเนื่องไป

เศรษฐกิจดิจิทัลและสร้างสรรค์กับการพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน

กลุ่มจังหวัดในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีศักยภาพสูง โดยเฉพาะทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวทั้งทางทะเลและทางบกที่มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงระดับโลก จึงได้กำหนดทิศทางการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลและทางบกที่มีคุณภาพระดับโลก เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน เพื่อก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลกโดยเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับสากลและระดับชุมชนให้มีมาตรฐานเพียงพอ และพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มีความอุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในพื้นที่และกลยุทธ์ การบริหารจัดการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อรักษามาตรฐานและคุณภาพของนักท่องเที่ยว การพัฒนาระบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าภาคการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ ที่มีศักยภาพในพื้นที่ โดยงานวิจัยและนวัตกรรมมาต่อยอดสู่การพัฒนาการแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า พร้อมทั้งมุ่งการพัฒนาและเพิ่มบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอเพียงและได้มาตรฐานความปลอดภัย

วิสัยทัศน์

“การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพระดับโลกบนฐานความเข้มแข็งของภาคการเกษตรและชุมชนที่ยั่งยืน”

พันธกิจ

- มุ่งเน้นการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและส่งเสริมด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ พื้นที่การท่องเที่ยวให้กระจายสู่ชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยว
- เสริมสร้างความเข้มแข็งภาคการเกษตรให้เติบโตอย่างเต็มศักยภาพ เพื่อสร้างรายได้ให้กับพื้นที่อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- พัฒนาและเพิ่มศักยภาพทรัพยากรบุคคลทั้งภาคการเกษตร การท่องเที่ยว ยกระดับประสิทธิภาพให้สูงขึ้น
- บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาความสมดุลของระบบนิเวศและรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของอันดามัน

ประเด็นยุทธศาสตร์

- พัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างยั่งยืน
- การพัฒนาระบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าภาคเกษตร ประมงและปศุสัตว์ที่มีศักยภาพในพื้นที่ เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน
- การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพต้นทุนมนุษย์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนา

- กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีกลุ่มทุนกลุ่มผลประโยชน์ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งภาคธุรกิจเอกชนต่างพื้นที่ จำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาในพื้นที่ ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการ ในภาพรวม ส่งผลให้ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติถดถอยลง
- การพัฒนาในพื้นที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและประชาชนท้องถิ่น และดัชนีค่าความสุขของประชาชนลดลง
- มีการลงทุนในพื้นที่จากผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันในเชิงธุรกิจสูง แต่ผู้ประกอบการในพื้นที่ส่วนใหญ่ ขาดทักษะ และความรู้ความสามารถในด้านการบริหารจัดการ
- ขาดแคลนบุคลากรรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจ บริการที่มีศักยภาพและบางสาขาต้องพึ่งแรงงานต่างชาติ
- ในมิติด้านความมั่นคง ยังเป็นพื้นที่เสี่ยงที่จะต้องเฝ้าระวังทั้งใน ด้านภัยธรรมชาติและภัยจากความมั่นคง เนื่องจากเป็นแหล่งของกลุ่มทุน และผลประโยชน์ของต่างชาติ ต้องสร้างการบูรณาการในทุกภาคส่วนในการเตรียมความพร้อมและเฝ้าระวังพื้นที่เพื่อสร้างความเชื่อมั่น

แนวคิดที่ได้รับจากการฝึกอบรมและการศึกษาดูงาน

- Creative and Digital Economy คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างมูลค่า และเพิ่มมูลค่าผลผลิตมวลรวมของประเทศให้ทันกับโลกยุคปัจจุบัน

ตั้งแต่ Knowledge Economy หรือ เศรษฐกิจบนฐานของความรู้ และ Creative Economy ที่วางเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับสินค้าและการบริการผ่านทางนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ประเทศญี่ปุ่นมีความโดดเด่นในเรื่องนวัตกรรม ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มากมาย แต่สิ่งที่น่าสนใจมากไปกว่านั้น คือ นวัตกรรมทางความคิดของคนในประเทศญี่ปุ่นที่มีความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิม ความเชื่อ และความเป็นอยู่ได้อย่างลงตัว เช่น อาคารบ้านเรือน และในเรื่องอาหารนอกจากรสชาติอร่อยแล้ว ญี่ปุ่นยังสร้างเอกลักษณ์ทั้งในรูปแบบของอาหารและบรรจุภัณฑ์ที่มีการสร้างเรื่องราว ทำให้มีความโดดเด่น น่าจดจำ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวประเทศญี่ปุ่นจำนวนมาก

- แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลและสร้างสรรค์กับการเกษตร
- ประเทศญี่ปุ่นมีการเกษตรและการเพาะปลูกที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแนวทางหลักของการเพาะปลูก คือ การใช้เทคโนโลยีด้านการเกษตรผสมผสานกับการเพาะปลูกแบบดั้งเดิม โดยมีการบริหารจัดการแบบพึ่งตนเองมากกว่าพึ่งภาครัฐ ทำให้เกษตรกรมีความภาคภูมิใจในอาชีพเกษตรกร มีความรู้ในระบบการผลิตด้านการเกษตร ความเป็น Smart Farmer
- แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลและสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล มาประยุกต์ใช้เพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย ลดระยะเวลา การให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการตลาด มีจุดให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทาง เช่น เส้นทางขนส่งคมนาคม เช่น สนามบิน จุดพักรถบนเส้นทางหลวง และมีการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลที่ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ หรือนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาผ่านระบบสื่อสารไร้สาย ที่ภาครัฐได้พัฒนาไว้ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในภาคธุรกิจท่องเที่ยว

ข้อเสนอในการใช้เศรษฐกิจดิจิทัลและสร้างสรรค์กับการพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน

- Creative and Digital Economy คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในกลุ่ม จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันบนพื้นฐานทางเศรษฐกิจ พื้นฐานความรู้ และ Creative Economy ที่กลุ่มจังหวัดจะต้องวางเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจให้กับสินค้าและบริการผ่านทางนวัตกรรมและความคิด สร้างสรรค์

- การกำหนดวิสัยทัศน์ของแต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ ฝั่งอันดามันให้มีเป้าประสงค์เดียวกัน เพื่อให้เกิดการดำเนินงานการ ขับเคลื่อนของแต่ละจังหวัดในทิศทางเดียวกันง่ายต่อการปฏิบัติ โดยการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชนไปสู่การปฏิบัติที่สอดคล้องกัน

โดยการบูรณาการและการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ภายใต้บริบท Andaman Smart City การพัฒนาด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี การบูรณาการข้อมูลภาครัฐ การดำเนินการที่เป็นรูปธรรม จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลุ่มจังหวัด เมืองอัจฉริยะต้องพัฒนาด้านไอทีให้สมบูรณ์เหมือนกัน ทุกจังหวัดทั้งเรื่องการท่องเที่ยวและการเกษตร

การพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้แนวคิดที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลตามขั้นตอน ดังนี้

- Digital Commerce การค้าระบบดิจิทัล Mobile - ecommerce และ Social commerce ที่ขายผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ หรือการค้าบนระบบดิจิทัล
- Digital Transformation การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและขีดความสามารถด้านการทำงาน ลดต้นทุน เพิ่มความพึงพอใจ
- Digital Consumption การนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นช่องทางการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือการบริการที่มีอยู่เดิม

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลและสร้างสรรค์ มาปรับใช้กับภาคเกษตรกรที่มีศักยภาพของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และผลไม้ การปศุสัตว์ และการประมง เป็นการพัฒนาแบบ Smart Farmer ให้ได้ผลผลิตที่ดีมีคุณภาพ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีความภูมิใจในอาชีพการเกษตร เชื่อมโยงเครือข่าย Smart Farmer ทั้งกลุ่มจังหวัด สามารถสร้างความเข้มแข็งของ Smart Farmer

เป็นการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรรมที่มีศักยภาพและเป็นอนาคตของเกษตรกรไทยที่เข้มแข็ง

Andaman Smart City การผลักดันให้จังหวัดในกลุ่มอันดามันรวมตัวเป็นศูนย์ธุรกิจดิจิทัล Internet of Things หรือ IoT คือ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ รถยนต์ ตู้เย็น โทรทัศน์ และอื่น ๆ ไว้ด้วยกัน เพื่อให้เชื่อมโยงและสื่อสารได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก เป็นการขยายแนวคิดจากการเชื่อมต่อระหว่างคนกับอินเทอร์เน็ตไปสู่การเชื่อมต่อระหว่างสิ่งของกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีเป้าหมาย คือ ช่วยกันทำงานเพื่อให้ความเป็นอยู่ของมนุษย์สะดวกสบายและใช้ชีวิตอย่างฉลาดหรือ smart มากขึ้น องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำ IoT มาช่วยในการบริหารจัดการในประเทศญี่ปุ่นมีการนำ IoT มาประยุกต์ใช้ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ผสมผสานโลกดิจิทัลเข้ากับโลกแห่งความเป็นจริงและกระบวนการทางกายภาพต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดนวัตกรรมและการบริการรูปแบบใหม่ ๆ ตัวอย่างเช่น Smart Home มีการติดตั้งเซ็นเซอร์ภายในบ้าน เพื่อตรวจจับความเคลื่อนไหวของผู้อยู่อาศัยและส่งสัญญาณไปสั่งการเปิดหรือปิดสวิตช์ไฟตามห้องต่าง ๆ ที่มีคนหรือไม่มีคนอยู่ เพื่อการใช้ไฟฟ้าอย่างคุ้มค่าและตอบสนองต่อมาตรการประหยัดพลังงานของรัฐบาล การเป็น Smart City ของญี่ปุ่นเป็นลักษณะสังคมเมืองยุคใหม่ที่มีการเชื่อมโยงระหว่างคนกับอินเทอร์เน็ต สิ่งของกับอินเทอร์เน็ต การบริการกับอินเทอร์เน็ต และข้อมูลอินเทอร์เน็ต เพื่อควบคุมระบบการจัดการและควบคุมการจราจรไปจนถึงระบบการจัดการพลังงาน การจัดการน้ำ จัดการขยะ ระบบตรวจจับ

และเฝ้าระวังความปลอดภัย และการรักษาสิ่งแวดล้อม จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ญี่ปุ่นเป็นผู้นำทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยี สำหรับประเทศไทยสามารถนำแนวคิด IoT มาปรับใช้ให้เหมาะกับบริบทของประเทศในหลายด้านด้วยกัน ในมุมมองของข้าพเจ้าขอเสนอเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตร เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมีอุตสาหกรรมการเกษตรเป็นหลักประเภทหนึ่งที่น่ารายได้เข้าประเทศและวิสัยทัศน์ของรัฐบาลไทยมีจุดมุ่งหมายจะเป็นแหล่งผลิตอาหารที่มั่นคงเพื่อให้สามารถผลิตอาหารป้อนประชากรโลกที่มากขึ้นในอนาคตได้ ประเทศไทยอาจต้องเผชิญกับปรากฏการณ์ธรรมชาติที่รุนแรงที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ ราคาผลผลิตทางการเกษตรผันแปรไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ ขาดแคลนแรงงานในภาคการเกษตร รวมถึงภาวะโลกร้อน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้การเกษตรในอนาคตข้างหน้าจะต้องวางอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น จึงควรนำเอาเทคโนโลยี IoT มาประยุกต์ใช้และผสมผสานเข้ากับเกษตรอัจฉริยะ หรือ Smart Farm เพื่อตอบโจทย์ปัญหาเหล่านี้โดยนำเทคโนโลยีทันสมัยทั้งระบบคอมพิวเตอร์ การสื่อสาร ระบบเซ็นเซอร์ และเทคโนโลยีชีวภาพ มาผสมผสานกับงานด้านการเกษตรผ่านมือถือหรือ smart phone เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร วิถีชีวิตเกษตรกรรมให้เกิดความยั่งยืนอีกด้วย ซึ่งข้าพเจ้ามั่นใจว่ามือถือหรือ smart phone จะเป็นกุญแจสำคัญต่อการพัฒนาการเกษตรของประเทศไทยในอนาคตผ่าน application ที่ช่วยตอบสนองความต้องการของเกษตรกรอย่างตรงจุดและจะส่งผลให้เกิดการพลิกรูปแบบการทำการเกษตรของเกษตรกรจากหน้ามือ

เป็นหลัมือ รวมถึงการทำงานองเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะไม่ไ่เป็น
ผู้สนับสนุนปัจจัยการผลิตหรือจัดอบรมให้ความรู้กับเกษตรกรอีกต่อไป
แต่จะผันตัวเองมาทำหน้าที่ coaching ให้เกษตรกรสามารถใช้เทคโนโลยี
ได้อย่างเหมาะสม สามารถค้นหาสิ่งที่อยากรู้ และตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูล
ที่ถูกต้องทั้งในด้านการผลิตและการเกษตร และสามารถพัฒนาตนเองเป็น
Smart Farmer ได้อย่างสมบูรณ์

ผู้จัดทำ

นายสมพล ห่วงจริง

สำนักงานจังหวัดระนอง

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

(สุราษฎร์ธานี ชุมพร นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา)

โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเล

อำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเชื่อมโยงเส้นทาง

ท่องเที่ยวสู่จังหวัดชุมพร

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ประกอบด้วย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดชุมพร จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง และจังหวัดสงขลา ลักษณะภูมิประเทศมีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลทุกจังหวัด มีพื้นที่ชายหาดรวมกันประมาณ 800 กิโลเมตร โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางทะเล เช่น เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ หาดสมิหลา จังหวัดสงขลา หาดทรายรี จังหวัดชุมพร การท่องเที่ยวทางทะเลจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีความได้เปรียบในเรื่องของทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ในช่วงที่ผ่านมาได้ดำเนินการมาอย่างถูกต้อง เนื่องจากการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ เช่นการก่อสร้างเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเดิม และแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดฯ การสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดมีอัตราที่สูงขึ้น

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ศูนย์กลาง การเกษตร การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวนานาชาติ
โลจิสติกส์ที่สมบูรณ์ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สังคมคุณภาพ ”

นิยามวิสัยทัศน์

- ศูนย์กลางการเกษตร หมายถึง เป็นศูนย์กลางด้านการเกษตร
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องที่กลุ่มจังหวัดมีศักยภาพ เช่น ยางพารา ปาล์ม
น้ำมัน ข้าว ไม้ผล การประมง ปศุสัตว์ ทั้งด้านการผลิต และแปรรูป
การตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ
- การค้า การลงทุน หมายถึงเป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน
ด้านการบริหารจัดการ การตลาดในสินค้า และบริการอย่างครบวงจรที่
เชื่อมโยงการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ
- ศูนย์กลางการท่องเที่ยวนานาชาติ หมายถึง การมีความโดดเด่น
สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวระดับนานาชาติ และความหลากหลาย
ของรูปแบบการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จาก
นักท่องเที่ยวต่างชาติ
- โลจิสติกส์ที่สมบูรณ์ หมายถึง การมีระบบคมนาคมที่เป็น
เครือข่ายเชื่อมโยงกันทั้งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ และเป็น
ปัจจัยพื้นฐานที่สนับสนุนการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของกลุ่มจังหวัด
- เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง การพัฒนาในทุกด้านของกลุ่ม
จังหวัด จะต้องไม่สร้างปัญหาต่อทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม รวมทั้ง
ต้องมียุทธศาสตร์การพัฒนา การอนุรักษ์ ฟื้นฟู เพื่อป้องกัน และการแก้ไข
ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีอยู่

และส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้พลังงานทดแทน

- สังคมคุณภาพ หมายถึง การดำเนินภารกิจของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยในประเด็นยุทธศาสตร์ต่าง ๆ โดยน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทาง และคงอัตลักษณ์ของความเป็นไทยเพื่อบูมสู่การเป็นสังคมคุณภาพประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

จุดแข็ง

1. มีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากเป็นพื้นที่จุดเชื่อมโยงการคมนาคมของภาคใต้ มีเครือข่ายการคมนาคม ทั้งทางรถไฟ ทางบก และทางอากาศ

2. มีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่สูง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ทางทะเลและนิเวศป่าเขา)

โอกาส

1. โอกาสในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว สองฝั่งทะเล จากเกาะสู่แผ่นดิน และธรรมชาติสู่วัฒนธรรม จากอันดามันสู่อ่าวไทย

2. กระแสการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่

อุปสรรค

1. ภัยพิบัติทางธรรมชาติ มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น

2. การกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ และภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ในการดำเนินโครงการ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน
แม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก

- เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย
- สร้างความหลากหลายของการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ ที่ 4 การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

- การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการพัฒนาพึ่งตนเอง

แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่
เศรษฐกิจ

กลยุทธ์ ยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวให้เติบโตต่อเนื่อง
กระจายรายได้สู่ชุมชน และท้องถิ่นอย่างทั่วถึง

- ส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างแหล่ง
ท่องเที่ยวระดับนานาชาติในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน
- ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่จังหวัดชุมพร
จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดพัทลุง

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 – 2564)

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และ
บริการด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก
เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ประเด็นการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ด้านที่ 3 การพัฒนาสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่มีความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน

- เพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายและสร้างเอกลักษณ์จากการท่องเที่ยว
- บริหารจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน บนฐานทรัพยากร ประเพณี วัฒนธรรม ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่

ด้านที่ 4 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน การขนส่ง โลจิสติกส์ พลังงาน ระบบเครือข่าย การสื่อสาร สารสนเทศเพื่อรองรับการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดเพื่อรองรับการขยายตัวของพื้นที่เศรษฐกิจ

นอกจากประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวแล้ว เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561 คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งตะวันตก (The Royal Coast หรือ Thailand Riviera) ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง เป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวให้คล้ายกับเมืองท่องเที่ยวริเวียร่า ในประเทศฝรั่งเศส เพื่อบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และสอดคล้องตามนโยบายของรัฐบาล ในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้จากเมืองหลักสู่เมืองรอง

เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของเมืองรองและชุมชน ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ และเพื่อช่วยพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวโดยแผนแม่บทดังกล่าวได้กำหนดกรอบระยะเวลาไว้ทั้งหมด 20 ปี แบ่งเป็นระยะสั้น 1 - 5 ปี ระยะปานกลาง 6 - 10 ปี และระยะยาว 11 - 20 ปี เพื่อเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สามารถสัมผัสได้ โดยมีโครงการที่สำคัญคือโครงการสร้างโครงข่ายถนนเลียบชายฝั่งทะเล หรือ ซีนิค รูท (SCENIC ROUTE) โดยจะมีการก่อสร้างถนนเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวจากจังหวัดชุมพร ซึ่งอยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยไปสู่จังหวัดระนอง ซึ่งเป็นจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันซึ่งเป็นการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดชุมพร และมีพื้นที่ติดชายทะเลฝั่งทะเล เล็งเห็นถึงการพัฒนาที่ต่อเนื่องกันจึงได้จัดทำโครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวสู่จังหวัดชุมพร ขึ้นโดยเป็นการก่อสร้างถนนเพื่อการท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเล เพื่อชมทัศนียภาพสองข้างทาง โดยจะมีจุดพักรถบริเวณแหล่งชุมชนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน ด้วยศักยภาพความโดดเด่นของพื้นที่จึงเหมาะอย่างยิ่งที่จะพัฒนาให้เป็นโครงข่ายเส้นทางท่องเที่ยวเป็นถนนสำหรับการท่องเที่ยวระดับสากลอย่างยั่งยืนและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลแห่งใหม่ ตลอดจนพัฒนาให้เป็นถนนเพื่อการเรียนรู้ควบคู่กับการท่องเที่ยวบนพื้นฐานการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและดูแลรักษา

แนวคิดในการดำเนินโครงการ

ที่ผ่านมาการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวกระแสหลัก และการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังไม่มี การเชื่อมต่อหรือดำเนินการได้บ้างในระดับแต่ละพื้นที่ตามระดับศักยภาพของพื้นที่ และกิจกรรมที่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน จึงเล็งเห็นว่าควรมีการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยมีแนวคิดในการพัฒนาระบบเส้นทางท่องเที่ยวแบบวนรอบ (Loop) โดยไม่คำนึงถึงเฉพาะจุดท่องเที่ยวจุดใดจุดหนึ่ง แต่มุ่งพัฒนาและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในเส้นทางท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ใกล้เคียงกันให้สามารถเชื่อมต่อถึงกัน มีการร่วมมือกันอย่างแท้จริง ตามระดับศักยภาพกิจกรรมที่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดและกลุ่มจังหวัดทั้งในตัวเมือง และชนบทอย่างสะดวกสบายขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในวงกว้างขึ้น และประกอบกิจกรรมได้หลากหลายขึ้น สร้างกลุ่มตลาดใหม่ที่มีคุณภาพสร้างความพร้อม และสามารถเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ ให้ชุมชนท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดฯ และสามารถพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่ระดับสากลต่อไปได้

ข้อเสนอจากการศึกษาฐาน ณ ประเทศญี่ปุ่น ในการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน และระบบคมนาคมเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคควบคู่กับ
การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ ของ
กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ต้องมีการผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมของ
จังหวัดต่าง ๆ ภายในกลุ่มจังหวัด เช่น วัฒนธรรมศรีวิชัย บ้านเมืองเก่าและ
วิถีชีวิตชุมชนให้เป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัด
เช่นเดียวกับเมืองโอคายาม่า ที่ได้ดึงเอาวัฒนธรรม และเอกลักษณ์เฉพาะ
ท้องถิ่น มาเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

2. การพัฒนาระบบคมนาคม และโครงข่ายคมนาคม เพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวในด้านการอำนวยความสะดวก ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี
เป็นจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ที่มีความเหมาะสมในภูมิ
ประเทศ ที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางในระบบคมนาคม เชื่อมโยงภาคใต้
ฝั่งตะวันตก และภาคใต้ฝั่งตะวันออก โดยมีข้อเสนอจากการศึกษาฐาน
จากประเทศญี่ปุ่นคือ การเชื่อมโยงโครงข่ายการคมนาคมเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวโดยมีการสร้างระบบรถไฟ และพัฒนาขยายช่องทางถนนให้ม
ีความสะดวกเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว
ระหว่างกลุ่มจังหวัดเข้าด้วยกัน

3. จากการศึกษาการท่องเที่ยวจากเมืองโอคายาม่า ซึ่งมีการบริหาร
จัดการโดยใช้จุดแข็งของพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่
ซึ่งมาใช้กับกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่

สำคัญของแต่ละพื้นที่ ทั้งทางบก และทางทะเล ให้เชื่อมถึงกันเพื่อเป็น
ทางเลือกและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้แต่ละพื้นที่

ผู้จัดทำ

1. นายสุนทร ขวัญจันทร์

2. นายวิทยา ประจง

ที่ทำการปกครองอำเภอท่าชนะ

สำนักงานป้องกันและบรรเทา

สาธารณภัยจังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ประกอบไปด้วยจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน สำหรับในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 12,004,016 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 9,286,307 คน จังหวัดลำพูน จำนวน 1,059,019 คน จังหวัดลำปาง จำนวน 859,083 คน และจังหวัดแม่ฮ่องสอน 799,607 คน เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2557 พบว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 เพิ่มขึ้น จำนวน 795,891 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 โดยจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากที่สุดในปี พ.ศ. 2557 – 2558 ได้แก่ จังหวัดลำพูน โดยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.30 รองลงมาได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.16 ร้อยละ 6.83 และร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

ตามแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561 – 2564 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาไว้ว่า “ศูนย์กลางการท่องเที่ยว การค้า การลงทุนสู่สากล บนพื้นฐานความโดดเด่นวัฒนธรรมล้านนา สังคมน่าอยู่สิ่งแวดล้อมยั่งยืน” และมีจุดเน้นทางยุทธศาสตร์ (Unique Position) คือ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมล้านนา”

จากกรอบแนวคิดในการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ประจำปี 2561 – 2564 ในภาพ ซึ่งได้คำนึงถึงการนำแนวทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และนโยบาย Thailand 4.0 มาประสานกับศักยภาพของพื้นที่ และปัญหา

ความต้องการของประชาชนโดยได้กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์เชิงบูรณาการที่มีความโดดเด่น ไว้ 3 ประเด็น ได้แก่

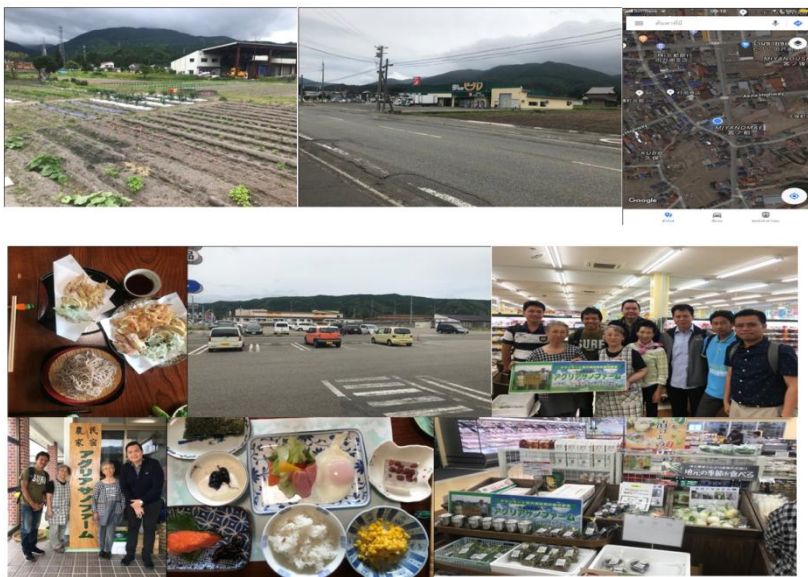
1. เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ (Culture & Creative Tourism)
2. แหล่งผลิตอาหารนวัตกรรม (Northern Food Valley)
3. เมืองนิเวศน์ (Green City)

ทั้งนี้ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกันในทุกประเด็น เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทุกมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง และสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับการพัฒนาในอนาคต การเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะยกระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

แนวความคิดจากการศึกษาดูงาน

จากการฝึกอบรม และศึกษาดูงาน ณ เมืองอาากิตะ ประเทศญี่ปุ่น ที่ได้รับทุนฝึกอบรม เพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาคประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 หัวข้อ “การท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY)” เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่จะได้เข้าไปเรียนรู้การเกษตร ไปพร้อม ๆ กับการใช้ชีวิตสัมผัสกับธรรมชาติ การปลูก และการเก็บผัก ไร่ นา รวมไปถึงวิถีชีวิตชุมชน การทำอาหารกินเอง โดยใช้วัตถุดิบที่ปลูกขึ้นในพื้นที่

ของตัวเอง และธรรมชาติที่อยู่โดยรอบ อีกทั้ง ยังได้การลงมือทำ
ด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นจากการประกอบอาชีพ เพื่อให้
นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิต และเข้าถึงได้อย่างลึกซึ้ง



จากภาพดังกล่าวจะเห็นได้ว่า พื้นที่ที่ได้เข้าไปศึกษาดูงาน ณ เมือง
อากิตะ ประเทศญี่ปุ่น “การท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY)”
โดยเจ้าของบ้านเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ได้เปิดบ้านพักของตนเองในการต้อนรับ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทุกมุมโลก เป็นระยะเวลาเกือบ 20 ปี ในการ
เรียนรู้วิถีชีวิตแบบการเกษตรที่มีกิจกรรมปลูกผักต่าง ๆ โดยใช้พื้นที่ของ
ตนเองในการถ่ายทอดการเรียนรู้ และวัฒนธรรมอาหารของชาวญี่ปุ่น
ที่ดูแล้วเรียบง่าย พอเพียง แต่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ
ต่าง ๆ ที่หาได้ในพื้นที่การเกษตร และริมรั้วบ้านของตนเอง อีกทั้ง

การปลูกผัก หรือที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรต่าง ๆ ของชาวเมืองอาทิตะยังสามารถกระจายสินค้าของตนเองเข้าไปในร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นนั้น ๆ โดยสามารถกำหนดราคาสินค้าได้ด้วยตัวเอง ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสร้างรายได้ทางการเกษตร ซึ่งเป็นวิถีชีวิตหลักของเกษตรกรเมืองอาทิตะ โดยมีเรื่องการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY) เป็นการสร้างรายได้เสริม ให้ความสำคัญกับการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน

แนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ด้านการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY)

เนื่องจากประเทศไทย มีการท่องเที่ยวที่มีความคล้ายการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY) ก็คือ การท่องเที่ยวที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือโฮมสเตย์ (Home Stay) ทั้งโฮมสเตย์ (Home Stay) และฟาร์มสเตย์ (FARM STAY) มีความใกล้เคียงกัน เป็นการท่องเที่ยวที่รูปแบบคล้ายกัน โดยยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลาง และจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันหน่วยงานกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานผู้ดูแลการท่องเที่ยวรูปแบบนี้จากแนวคิดในการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 และแนวคิดที่ได้รับจากการฝึกอบรมและศึกษาดูงานที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น คณะผู้จัดทำจึงขอเสนอแนวทางยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 เพื่อให้เกิดมูลค่าสูงตามประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ 1 ในการพัฒนาอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวและบริการ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ดังนี้



การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ด้วย Generic VC ด้านการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY)

ต้นทาง

1. รวบรวม และพัฒนาเรื่องเล่าการท่องเที่ยวในพื้นที่

- การรวบรวมข้อมูล และองค์ความรู้ และเรื่องเล่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อถ่ายทอดวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวเข้าใจ และรับรู้
- การศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY) เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสามารถอยู่ร่วมกันของเจ้าของบ้าน และนักท่องเที่ยว

- การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยให้หน่วยงานของภาคราชการ ภาคเอกชน ภาคชุมชน เข้ามามีส่วนร่วม ในการบูรณาการวางแผนด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนรู้สึกถึงความ เป็นเจ้าของพื้นที่ และการกระจายบทบาทการทำงานในชุมชน

2. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

- การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว แบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY) เพื่อการสื่อสารระดับสากล (ด้านภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ไทย) ในการรองรับนักท่องเที่ยว
- การสร้างการเรียนรู้ ความเข้าใจในการอยู่ร่วมกันนักท่องเที่ยว และการสร้างจิตสำนึกในการรักษา ธรรมชาติถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่มี

กลางทาง

3. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

- การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (ถนน เชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยว) เพื่อเป็นการยกระดับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว
- การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (WIFI/ป้ายบอกทางศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว/ห้องน้ำ/ป้าย ประชาสัมพันธ์/ลานจอดรถ)
- การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (อารยสถาปัตย์) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย รวมไปถึงผู้พิการ

4. การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวและการสร้างสรรค์กิจกรรม

- การสำรวจ และประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวที่พิกัดสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home Stay) กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม และกลุ่มใหม่ ๆ
- การรักษาสภาพ และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
- ยกระดับคุณภาพแหล่งผลิตภัณท์ สินค้าบริการท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล

ปลายทาง

5. การประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY) การทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลายเชื้อชาติ ด้านภาษาอังกฤษ จีน ไทย จัดกิจกรรมโดยใช้กีฬาเพื่อนำการท่องเที่ยว Sport for All

6. ส่งเสริมการขยายตลาดการท่องเที่ยว

- การขยายตลาดการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ (FARM STAY) การเข้าร่วมงานส่งเสริมทางการตลาดท่องเที่ยว Road show งานไทยเที่ยวไทย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้มีความเข้มแข็งเกิดจากการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน บนฐานของการทำงานแบบประชารัฐ หรือการทำงานร่วมกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

2. การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงกับชุมชน เพื่อให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงต่อจากชุมชน โดยต้องพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศ และเชิงเกษตรมากขึ้น เพื่อคงสภาพที่สวยงามอันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่

3. เน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เทศกาลท่องเที่ยวที่หลากหลาย และต่อเนื่องตลอดทั้งปี เน้นการประชาสัมพันธ์จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด รวมทั้งประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ในทุกด้านเพื่อวางแผนรองรับและพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

4. เน้นการพัฒนาทักษะของบุคลากรทางการท่องเที่ยว และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวให้มีทักษะและความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

โดย

1. นายกฤษฎา ทองจิบ นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการพิเศษ
 สำนักงานจังหวัดลำปาง
2. นางปานทิพย์ ศรีรัตน์ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่
3. นายจิรวุฒิ วิศิษฐ์ผล นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
 เชียงใหม่



แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 สู่ความยั่งยืน

ข้อมูลสภาพทั่วไปและศักยภาพในเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)

ข้อมูลสภาพทั่วไปของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน อยู่ทางตอนบนของประเทศระยะทางจาก กรุงเทพมหานคร 785 กิโลเมตร มีชายแดนด้านเหนือติดกับประเทศ สหภาพเมียนมาร์ ระยะทาง 130 กิโลเมตร (เป็นแนวภูเขา 100 กิโลเมตร และเป็นแนวแม่น้ำ 30 กิโลเมตร ชายแดนด้านตะวันออกติดกับ สปป.ลาว ระยะทาง 437 กิโลเมตร กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ด้านตะวันตก ติดกับจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ระยะทาง 181.1 กิโลเมตร ที่จังหวัด เชียงใหม่และจังหวัดลำปาง 225 กิโลเมตรและด้านใต้ติดกับกลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนล่าง 1 ที่จังหวัดอุตรดิตถ์ ระยะทาง 313.339 กิโลเมตร กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีพื้นที่รวม 36,024 ตารางกิโลเมตร คิดเป็น ร้อยละ 7.02 ของพื้นที่ประเทศไทยทั้งหมด และจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัด

ที่มีพื้นที่มากที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 คือ 11,678 ตารางกิโลเมตร



กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาไว้ว่า “ประตูการค้าสู่สากล โดดเด่นวัฒนธรรมล้านนา ดิน น้ำ ป่า สมบูรณ์ ประชาชนอยู่ดีมีสุข” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนให้บรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนด 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างสภาพแวดล้อมในการพัฒนาการค้า การลงทุน และโลจิสติกส์เชื่อมอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงและเตรียมพร้อมรับความร่วมมือประชาคมอาเซียน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภาคเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมและสุขภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ดำรงฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี

บทบาทที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

- เป็นประตูกำหนดการลงทุนและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่ม GMS และประชาคมอาเซียน
- ดำรงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
- เป็นแหล่งผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ข้าว ชา กาแฟ ลิ้นจี่ และลำไย
- อนุรักษ์และพัฒนาและส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความสมบูรณ์และมีการจัดการที่ดี

ทิศทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

- กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ให้ความสำคัญกับทิศทางและแนวทางการพัฒนาตามศักยภาพของกลุ่มจังหวัดฯ 4 เรื่อง ดังนี้
 - เสริมสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อพัฒนาการค้าการลงทุนและโลจิสติกส์เชื่อมอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงและเตรียมพร้อมรับความร่วมมือประชาคมอาเซียน

- สร้างความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภาคเกษตร และอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ
- ยกระดับการพัฒนาสังคม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรม และสุขภาพ เพื่อเป็นฐานการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน
- ดำรงฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมสู่การเป็นกลุ่มจังหวัด สีเขียว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. แนวคิดที่ได้รับจากการฝึกอบรมภายในประเทศและการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น

แนวคิดและความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมภายในประเทศ โครงการทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญ ที่ปฏิบัติราชการ ในภูมิภาคประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ระหว่างวันที่ 5 - 8 มิถุนายน 2561 และการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น เนื้อหาและแนวคิด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) แนวคิดที่ได้รับ : การกำหนดกรอบหรือทิศทางพัฒนาองค์กร การกำหนดเป้าหมายการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goal) การกำหนดแผนงาน การกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงาน
- เศรษฐกิจดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Digital Economy & Innovation) แนวคิดที่ได้รับ : การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการ ขับเคลื่อนองค์กร การบูรณาการงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การสร้าง มูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ

- การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและบริการ (Value Added Creation for Tourism and Service) แนวคิดที่ได้รับ : การสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน

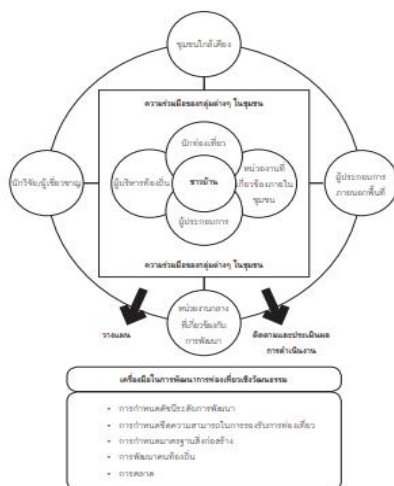
- นวัตกรรมเกษตรและอาหาร (Innovation Agriculture and Food) แนวคิดที่ได้รับ การเกษตรแนวใหม่ (Smart Farming) การบูรณาการเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเข้ากับเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม การเกษตรอุตสาหกรรม

การนำแนวคิดที่ได้รับจากการฝึกอบรมและการศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น มาปรับใช้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)

จากการเข้ารับการอบรมและศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น มาปรับใช้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ให้สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมและสุขภาพ สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยมีแนวคิดเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 สู่อุตสาหกรรม”

ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพเพราะขาดการจัดการที่เหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวคือ หน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผน

การบริหารงาน และการตลาด ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากได้รับการพัฒนาไปตามนโยบายของรัฐ ซึ่งหน่วยงานส่วนกลางของภาครัฐมักมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน และดำเนินงาน ในขณะที่ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมน้อยมาก จึงทำให้ไม่เข้าใจแผน และวิธีการพัฒนาพื้นที่ของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วยเหตุนี้ การมีส่วนร่วมอย่างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มต้องครอบคลุมเรื่องการวางแผน และการกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งแต่ละประเด็นจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันอย่างเป็นวงจร ดังแสดงในแผนภาพต่อไปนี้



กลยุทธ์“การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 สู้ความยั่งยืน”

กลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

โดยส่วนใหญ่ ในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กำลังพัฒนา นโยบายทางการท่องเที่ยว กำหนดขึ้นโดยผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่น จากนั้นหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่นจะนำนโยบายดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดแผนพัฒนาต่าง ๆ ซึ่งจะถ่ายทอดไปสู่ผู้ปฏิบัติระดับท้องถิ่นในท้ายที่สุด กระบวนการดังกล่าวเป็นการกำหนดนโยบายแบบเบื้องบนสู่เบื้องล่าง (Top - Bottom) โดยผู้ปฏิบัติและคนท้องถิ่นไม่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายแนวทาง หรือแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบกับงบประมาณและข้อมูลสำคัญต่าง ๆ จัดทำขึ้นในระดับชาติไม่ใช่ระดับท้องถิ่น ผลที่ตามมาคือผู้ปฏิบัติและคนท้องถิ่นในชุมชนอาจมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกับผู้บริหารหรือผู้กำหนดนโยบายและแผนความไม่เข้าใจทำให้ชุมชนไม่สามารถจัดการกับการท่องเที่ยวที่โตขึ้นอย่างรวดเร็วในพื้นที่ของตนได้ ด้วยเหตุนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญทั่วโลกจึงส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งครอบคลุม 4 ประเด็นความร่วมมือดังนี้

1. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการตลาด องค์กรและกลุ่มคนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น นักการศึกษา

คนท้องถิ่นที่พำนักรักษาในชุมชนธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจ จัดนำเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว หอการค้า เจ้าของร้านค้าที่เกี่ยวข้อง นักอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้จัดการการขนส่ง ท้องถิ่นทั้งที่เป็นของภาครัฐและเอกชน เกษตรกร ผู้จัดการประชุมและ สัมมนา และผู้บริหารหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการจัดการ การท่องเที่ยว

2. ระบุอย่างชัดเจนว่าองค์กรและกลุ่มคนแต่ละกลุ่มมีหน้าที่ บทบาท และขอบเขตการจัดการระดับใด ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน ในด้านอำนาจและกระบวนการการทำงาน นอกจากนี้ทุกฝ่ายต้องตกลง ร่วมกันว่าต้องคำนึงถึงผลได้และผลเสียของคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เป็นหลัก เพราะหากเกิดภาวะวิกฤติ คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้เผชิญปัญหาและ ได้รับโดยตรง

3. องค์กรและกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องตัดสินใจร่วมกันว่าจะใช้มรดก ทางวัฒนธรรมใดของชุมชนเพื่อเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว และกำหนด ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ในทิศทางความยั่งยืนอย่าง ชัดเจน เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอนุรักษ์หรือคงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ของท้องถิ่น เพิ่มพูนคุณค่าประสบการณ์ ให้แก่นักท่องเที่ยว ให้ความรู้และ ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วม คำนึงถึงความสามารถในการ รองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งดำเนินกิจกรรมการตลาดที่สอดคล้องกับ หลักการของการอนุรักษ์

4. องค์กรและกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องตัดสินใจและดำเนินงานร่วมกัน ในการวางแผน และกำหนดเครื่องมือในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม

รวมทั้งกำหนดแนวทางในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานซึ่งต้องประชาสัมพันธ์หรือถ่ายทอดผลการดำเนินงานให้แก่ทุกกลุ่มทราบอย่างชัดเจนและโปร่งใสในทางปฏิบัติ

กลยุทธ์ที่ 2 : การวางแผน

การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจและมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็นกระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผนโดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น

กลยุทธ์ที่ 3 : การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แม้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงานตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด แต่หากเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับลักษณะทางสังคม

วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความถนัดของชุมชน ก็จะมีผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่บรรลุวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ เครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงควรกำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิจัยด้านการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งต้องสอดคล้องกับความต้องการและความสามารถในการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมทั้งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ เครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีความชัดเจนและหลากหลายซึ่งควรประกอบด้วย 5 เครื่องมือได้แก่การกำหนดตัวชี้วัดระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่น และการตลาด

กล่าวโดยสรุปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะพัฒนาได้อย่างยั่งยืนและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อทั้งคนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวได้นั้น จำเป็นต้องเริ่มต้นจาก “การมีส่วนร่วม” ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทั้งผู้ที่อยู่ในชุมชนและผู้อื่นที่ได้รับจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่เป็นผู้อยู่อาศัยในชุมชนจำเป็นต้องมีบทบาทสูงสุดในการตัดสินใจว่าจะให้มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนนั้นพัฒนาไปในทิศทางใด โดยผ่านกระบวนการของการวางแผนที่เป็นระบบ และกลยุทธ์การพัฒนาอื่น ๆ ได้แก่ การกำหนดดัชนีระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถ

ในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนา
คนท้องถิ่น และการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จัดทำโดย

1. นายประยูร ไบยา

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดน่าน

2. นางสาวสุพัตรา บุญถึง

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

สำนักงานจังหวัดน่าน

แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร และอุทัยธานี เป็นกระบวนการทำงาน และกลไกที่สำคัญเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และการแก้ไขปัญหาของประชาชนไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ ยึดพื้นที่เป็นตัวตั้งและการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลไกบริหารจัดการเชิงพื้นที่ และขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาภาค “ภาคเหนือ” : พัฒนาภาคเหนือให้เป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง ประกอบด้วย

1. พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และความยั่งยืน มีธุรกิจบริการต่อเนื่องกับการท่องเที่ยวบริการสุขภาพและการศึกษาที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง

2. พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร และสร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้แนวคิด เกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

3. พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คืนความอุดมสมบูรณ์สร้างความสมดุลแก่ระบบนิเวศ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

4. พัฒนาระบบการดูแลผู้สูงอายุรองรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของภาคเหนือที่เร็วกว่าระดับประเทศ 10 ปี

วิสัยทัศน์ การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 “เป็นศูนย์กลางธุรกิจข้าว สินค้าเกษตรปลอดภัย การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมล้ำค่าระดับประเทศ”

ประเด็นการพัฒนา

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กระบวนการผลิตข้าว และสินค้าเกษตรปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. ส่งเสริมการแปรรูป การตลาด และการกระจายสินค้าเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

3. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐาน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

จุดเน้นการพัฒนา (Positioning) ได้แก่ ภาคการเกษตร และภาคการท่องเที่ยว ซึ่งศักยภาพและความโดดเด่นที่สำคัญ ประกอบด้วย

- ภาคการเกษตร : เป็นเมือง “อยู่ข้าวอยู่น้ำ” โดย “ข้าว” เป็นตัวจักรขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัด เป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญของประเทมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปีประมาณ 4.82 ล้านไร่ ผลผลิตประมาณ 3.18 ล้านตัน ข้าวเปลือก เป็นอันดับ 1 ของประเทศ

- ภาคการท่องเที่ยว : โดดเด่นด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติ วิถีชีวิต วิถีชุมชน ผู้คนมีความเป็นมิตร และมีแหล่งมรดกโลกทั้งด้าน

ประวัติศาสตร์และเชิงนิเวศ ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง แหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

สำหรับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของรายได้จากการท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เช่น ข้อมูล ปี พ.ศ.2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำนวน 4,128,298 คน รายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนเงิน 7,684.99 ล้านบาท โดยจังหวัดนครสวรรค์ที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร และจังหวัดอุทัยธานี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วนมาจากยุโรป อเมริกา และจีน และนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกระจายจากเมืองหลักของภาคเหนือ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ สู่เมืองรองในภูมิภาคมากขึ้น ส่งผลให้มีการขยายตัวของรายได้ การท่องเที่ยวในอัตราที่สูง เช่น น่าน พิจิตร ลำพูน อุทัยธานี อุตรดิตถ์ นครสวรรค์ กำแพงเพชร พะเยา ลำปาง เป็นต้น

ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย

จังหวัด	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
นครสวรรค์	1,661,391	3,196.71	1,706,964	3,294.03	1,806,634	3,549.31
พิจิตร	805,398	1,277.35	831,313	1,327.29	863,834	1,408.31
กำแพงเพชร	663,114	1,252.58	707,969	1,396.97	742,920	1,502.89
อุทัยธานี	650,353	1,000.40	680,925	1,079.55	714,910	1,224.48

การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดฯ อย่างยั่งยืนให้มีการขยายธุรกิจบริการ ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การเรียนรู้จากการเดินทางท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มโอกาสการขยายตัวทางการเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนและยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ คือ การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวแบบเป็นองค์รวม และเครือข่ายการท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนากระบวนการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในกลุ่มจังหวัดใกล้เคียงที่มีศักยภาพ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 เป็นต้น

แนวคิดการพัฒนาที่ได้รับจากการศึกษาและฝึกอบรม

จากการศึกษาเรียนรู้ ตามโครงการทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ทั้งในชั้นเรียนภาควิชาการ ในหัวข้อเศรษฐกิจดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Digital Economy & Innovation) /การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและการบริการ (Value Added Creation for Tourism and Service) /นวัตกรรมทางการเกษตร (Innovative Agriculture)/ความมั่นคงทางสังคม (Social Security) และการเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ในสถานที่จริง (Experience-based Learning)

ณ ประเทศญี่ปุ่น คณะผู้ศึกษาได้รับการพัฒนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เป็น
แนวทางในการวางยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2
ตัวอย่าง เช่น

1. การศึกษาดูงาน ณ NOMARU ENGEI KIBIJI NOEN FARM
Okayama ประเทศญี่ปุ่น ที่ดำเนินการผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นทาง
กลางทาง ปลายทาง มีร้านค้าเป็นของตนเองในลักษณะ Farm Outlet
บริหารในรูปของบริษัท มุ่งเน้นการพัฒนาด้วยตนเอง ไม่พึ่งพาภาครัฐ และ
ยังช่วยเหลือเกษตรกรรายอื่น ๆ ในพื้นที่ให้มีโอกาสทางการตลาด
ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน โดยอาศัยการช่วยเหลือพึ่งพากันเอง
ในชุมชน

2. การศึกษาดูงาน Farm Stay ในจังหวัด Akita : ลักษณะเป็นบ้าน
โบราณหลังคามุงจากอายุนับร้อยปี บริเวณรอบบ้านเป็นทุ่งนา ล้อมรอบ
ด้วยบรรยากาศธรรมชาติที่สดชื่น เต็มไปด้วยต้นไม้อายุยืน และนาข้าว
มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรม คือ ปลูกผัก รดน้ำผัก
ทำอาหารและเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมแบบญี่ปุ่น

3. การศึกษาดูงานสำนักงานการท่องเที่ยว เมือง Okayama ที่มี
การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สำคัญกับการจัดโซนการท่องเที่ยว
จัดแบ่งออกเป็น 3 โซน ได้แก่ โซน 1) Station area ทำหน้าที่เป็น
ศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง 2) Cultural area โซนศิลปวัฒนธรรม และ
3) University area โซนของการจัดกิจกรรมประชุมสัมมนาและแสดง
นิทรรศการ ทั้ง 3 โซน ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วยระบบการขนส่งมวลชน
เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ในแต่ละโซนก็

จะได้รับการพัฒนา และเชื่อมโยงส่งเสริมธุรกิจเอกชน ทั้งโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง สินค้าที่ระลึกตามฟังก์ชันของแต่ละโซนอย่างเป็นระบบ

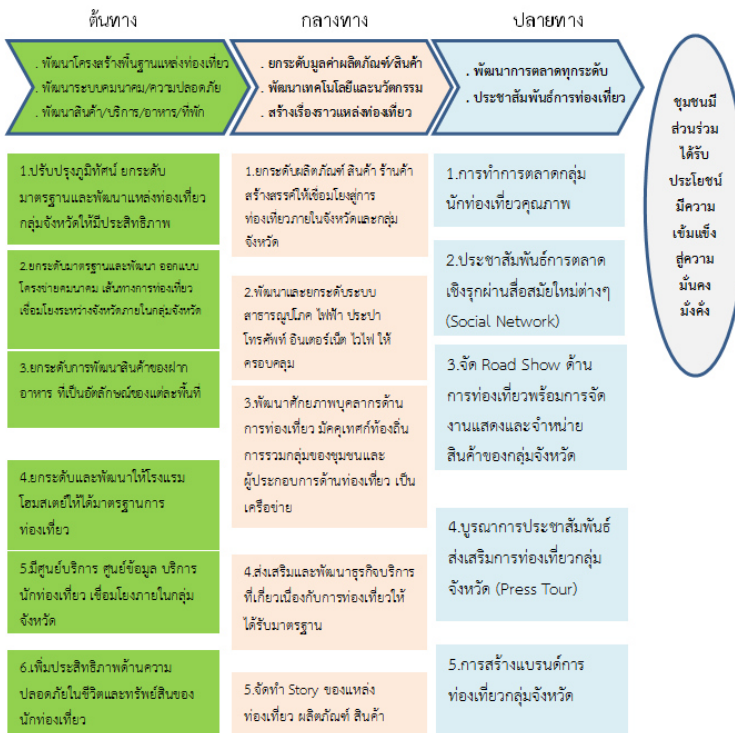
4. การศึกษาดูงาน อีนาโนะอุด้ง : ลักษณะของผลิตภัณฑ์มีจุดเด่นในตัวเอง/ การเลือกใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต ของเสียเป็นศูนย์ รสชาติแบบดั้งเดิมที่มาจากการสั่งสมประสบการณ์ /ความสามารถในการจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูป ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การต่อยอดผลิตภัณฑ์ /กระบวนการผลิตเน้นการทำมือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา /การใส่ใจกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และการรักษารสชาติแบบดั้งเดิมไม่เหมือนที่ใดในประเทศ

5. การศึกษาดูงาน ณ บริษัท MINAMOTO KITCHOAN : เสน่ห์ของสินค้าและบริการการใส่ใจประสบการณ์ลูกค้าทุกขั้นตอน การพัฒนาสินค้า เพิ่มมูลค่าของสินค้า ผ่านการเล่าเรื่องราวที่ภาคภูมิใจ โดดเด่นของสินค้า ให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ เห็นคุณค่าของสินค้า หรือรู้สึกผูกพัน เช่น กรรมวิธี การผลิต ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ตำนานหาจุดเด่นสร้างเรื่องราว ตลอดจนหลักการตลาดด้วยการให้ความสำคัญกับดีไซน์และรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์และหีบห่อของสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่าง ความโดดเด่น และพลังดึงดูดจากลูกค้า และผู้รับบริการ ตลอดจนการสร้างพันธมิตรเครือข่ายในการทำงาน

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

การพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ถือเป็นประเด็นท้าทายที่สำคัญของภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ที่จะต้องมีการบูรณาการอย่างเต็มศักยภาพ ในทุกมิติของการพัฒนา “รุก รับ ปรับตัว” ด้วยการสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่ ๆ /การร่วมกันแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ” และการปรับตัวให้เท่าทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ที่เชื่อมโยงรากซึ่งกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีศักยภาพ และความโดดเด่น ความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรม เชิงศาสนา ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชน มีมรดกโลก 2 แห่ง คือ มรดกโลกอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และมรดกโลกทางธรรมชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง แหล่งน้ำขนาดใหญ่ที่เอื้อประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว และการเกษตร เช่น บึงบอระเพ็ด บึงสีไฟ วิถีชีวิตชาวแพ บนลำน้ำน่าน เจ้าพระยา และสะแกกรัง ที่เป็นแหล่งสุดท้ายในประเทศไทย การพัฒนาจึงต้องสร้างความแตกต่างและปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างความได้เปรียบและเพิ่มขีดศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน โดยชุมชนเพื่อชุมชน ด้วยการใช้นวัตกรรมทางการจัดการและบริการให้ครบวงจรของห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นทางกลางทาง และปลายทาง สร้างคุณค่าในแต่ละห่วงโซ่ ดังนี้

การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ที่หลากหลายโดยชุมชนเพื่อชุมชน



1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยว ระบบคมนาคม ความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เช่น จุดบริการนักท่องเที่ยวที่ทันสมัย ศูนย์บริการ ศูนย์ข้อมูล เชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด ร้านจำหน่ายสินค้า หอมน้ำที่สะอาด และสภาพแวดล้อมที่สวยงาม สะอาดตา เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ยกกระดับมาตรฐานและ

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้มีประสิทธิภาพ การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมถึงการติดตั้ง Free Wi-Fi ให้ครอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดเพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมถึงการให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนการทำงานตามผลการประชุมระหว่างนายกรัฐมนตรีกับผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้แทนภาคเอกชน ผู้บริหารท้องถิ่น และผู้แทนเกษตรกร เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2561 ณ จังหวัดนครสวรรค์ ให้เห็นผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม ในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายคมนาคมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งทางบก และทางน้ำ ที่มุ่งหวังให้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างภาคกลาง ไปสู่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอาเซียน และเตรียมความพร้อมในทุกด้านเพื่อรองรับโครงข่ายคมนาคมทางราง “รถไฟรางคู่” และการกระจายนักท่องเที่ยวไปยังชุมชนของจังหวัดต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัด และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ให้ความสำคัญกับการวิจัย และการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ด้วยการบูรณาการความร่วมมือกับ สถาบันการศึกษาในพื้นที่ สำนักงานการวิจัยและพัฒนาเชิงพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง สกว. กับภาคีเครือข่าย เพื่อศึกษาวิจัย “การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนที่เชื่อมโยงกันของ 4 จังหวัด ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2” ด้วยการทำเรื่องราว เรื่องเล่าขานของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวธรรมดา ยกกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยเป็นการ

เข้าไปสืบค้นเรื่องราว จากชุมชนบนเส้นทางท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เพื่อเปิดให้ได้รับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการนำเสนอสิ่งที่ภาคภูมิใจและเชื่อมโยงให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เป็นการสร้างคุณค่า และมูลค่าใหม่ให้กับแหล่งท่องเที่ยว และจะเป็นต้นแบบให้กับการทำงานวิชาการที่เข้าถึงชุมชน เจ้าของพื้นที่ภูมิเอนักท่องเที่ยวชื่นชม” เช่น ชุมชนตรอกโรงยา ถนนสั้น ตำบลนายนาว และวิถีชีวิตชาวแพสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี /ชุมชนตลาดวังกรด เสน่ห์วันวาน อาหารอร่อย จังหวัดพิจิตร /ตลาดย้อนยุคนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร /ตลาดเก่า สัมผัสวิถีชีวิตริมน้ำ เทียวแบบ Slow Life ที่ตลาดโบราณชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น อันเป็นการเพิ่มคุณค่า (Value) ของเส้นทาง การท่องเที่ยว จะส่งผลต่อการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay Tourists) และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ส่งผลไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) การท่องเที่ยวให้เป็นทุนทางสังคม โดยปรับเปลี่ยนจากการทำการเกษตรควบคู่กับการทำเป็น Farm Stay /แพ-สเตย์ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงวิถีชีวิต และเชิงวัฒนธรรม ที่เสริมสร้างอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร และชุมชน อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม วิถีชีวิต และยังสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มจังหวัด และประเทศ มีการสร้างความแตกต่างเพื่อมุ่งเน้นกลุ่มตลาด

นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่สนใจธรรมชาติ และการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ ๆ ที่มีการแข่งขันไม่สูงและใช้จุดเด่นที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น เช่น

- แนวคิดการพัฒนา แพ-สเตย์ ในลำน้ำสะแกกรัง ที่เป็นแบบเฉพาะที่ไม่สามารถหาจากที่ไหนได้ หรือมีความเป็น Unique เป็นที่พักทางเลือกของนักท่องเที่ยว เข้าพักในแพร่วมกับเจ้าของแพ เข้าร่วมเรียนรู้กับกิจกรรมวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การตกบาตรทางน้ำ ประมงน้ำจืดแบบดั้งเดิม การเลี้ยงปลาแรดในกระชัง การย่างปลา สิ้นค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด การทำอาหารจากสัตว์น้ำของแม่น้ำสะแกกรัง ในสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ เป็นต้น

- แนวคิด Farm Stay ที่ขายความแตกต่าง ความช้า และความสุข “สงบ เงียบ เรียบ ช้า” เช่น การทำอาหารต้องเก็บผักจากแปลงที่ปลูกเองของฟาร์ม ไม่มีโทรทัศน์ แต่มีหนังสือดี ๆ ให้เลือกอ่าน และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวที่เข้าพักได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชน การจัดทริปเที่ยวชมของดี เด่น ดัง ในชุมชน เช่น การขี่จักรยานเที่ยวหมู่บ้านวัฒนธรรม ชมป่าธรรมชาติ ป่าชุมชน การทอผ้า การปักสายตากับทิวทัศน์ภูเขาทุ่งนา และแม่น้ำ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐเข้าไปช่วยเสริมเพื่อความเข้มแข็ง และยั่งยืน ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การจัดระเบียบเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่พัก และการกระตุ้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวที่ให้บริการที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

กระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสู่ท้องถิ่น การให้บริการที่น่าประทับใจ เพิ่มทักษะการให้บริการ และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว โดยดึง “เสน่ห์” ของชุมชนออกมาให้มากที่สุด ทั้งแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้เป็นที่ถูกใจของตลาดและผู้บริโภค

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน แบบครบวงจรตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ให้มีร้านค้าของชุมชน ที่มีความเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ในลักษณะ Farm Outlet ที่เปิดจำหน่ายสินค้าผลผลิตที่ส่งตรงถึงมือผู้บริโภค เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม ชิม ช้อป มีการบริหารงานในรูปของกลุ่ม หรือสหกรณ์ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้วยตนเอง โดยไม่พึ่งพาภาครัฐ เพิ่มโอกาสทางการตลาด ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน อาศัยการช่วยเหลือพึ่งพากันเองในชุมชน สร้างสรรค์ให้เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวภายในจังหวัดและกลุ่มจังหวัด

5. ก้าวไปด้วยกัน ชุมชนจะต้องได้รับประโยชน์จากการเติบโตของการท่องเที่ยว คนในท้องถิ่น และชุมชน มีความรู้และเข้าใจว่าตัวเองมีส่วนร่วมอยู่ในส่วนใดของห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว และเข้ามามีส่วนร่วมการทำงาน และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากขึ้น ร่วมสร้างชุมชนท่องเที่ยวสู่ก้าวใหม่ ด้วยการใช้นวัตกรรมดีไซนการผลิตสินค้า ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์พื้นเมือง มีมาตรฐานและมีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น วางขาย ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า

6. การตลาดเชิงรุกด้วยการพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด

โดยจุดเด่นในเรื่องประวัติศาสตร์และมรดกโลก ให้มีความน่าสนใจและเป็นการเพิ่มมูลค่าทางการตลาด

- การประชาสัมพันธ์ และการทำกิจกรรมการตลาดเชิงรุกผ่านสื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ซึ่งการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมทั้งในด้านการบริหารเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชัน สำหรับโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางได้ด้วยตัวเอง หรือจัดระบบในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว

- การจัด Road Show ด้านการท่องเที่ยวพร้อมการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจังหวัด กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด (Press Tour) /การท่องเที่ยวภาค

สิ่งที่ท้าทายประเทศไทยในการก้าวผ่านในทศวรรษแห่งการเปลี่ยนแปลง เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” กลุ่มจังหวัด และจังหวัด มีบทบาทสำคัญในการผลักดัน และขับเคลื่อนการทำงานในยุทธศาสตร์เชิงรุกในพื้นที่ เพื่อเสริมจุดเด่นในแต่ละกลุ่มจังหวัด และจังหวัด ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน คือ กระบวนการมีส่วนร่วม การบูรณาการแผนงาน งบประมาณ ของทุกภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง โดยต้องทำงานเชิงบูรณาการอย่างเข้มแข็ง ความเป็นมืออาชีพ รุกเข้าไปทำงานในพื้นที่ ด้วยศาสตร์และศิลป์ การใช้ภูมิปัญญา นวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิด

สร้างสรรค์ ผนึกกำลังร่วมกันให้เป็นพลังแผ่นดิน ร่วมสร้างพลังแห่งความ
ร่วมแรงร่วมใจ พลังความสามัคคี พลังการทำงานโดยมีเป้าหมายสูงสุด
ร่วมกัน ได้แก่ ประโยชน์สุขของประชาชน และสามารถอยู่ร่วมกัน
มีความสุขอย่างมีธรรมาภิบาล และมีดุลยภาพอย่างยั่งยืน

คณะผู้จัดทำ

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. นายธนະสิทธิ์ ศรีคำภา | นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการพิเศษ
สำนักงานจังหวัดพิจิตร |
| 2. นางสาวอัญชลี นาคยา | นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการพิเศษ
สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี |
| 3. นางสาวกิ่งแก้ว เพ็ญศรี | นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ
สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี |

การพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์
ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1
(พิษณุโลก ตาก สุโขทัย เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์)

“โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน”
(SMART Wellness & SMART Village)



บทคัดย่อ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดตาก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นพื้นที่ที่ภาคเกษตรกรรมมีความสำคัญมาก เนื่องจากภูมิประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ที่เอื้อต่อการทำการเกษตรกรรม และประชากรส่วนใหญ่ก็ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก ซึ่งจะเห็นได้จากโครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมของกลุ่มจังหวัดฯ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในปี 2559 ที่สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์และป่าไม้เป็นสาขาที่มีมูลค่ามากที่สุดมูลค่า 100,213.01 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.00 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมดของกลุ่มจังหวัด แต่กว่าครึ่งศตวรรษที่ผ่านมาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ได้ลดลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นยุคของการทำเกษตรแบบอุตสาหกรรม ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ทิ้งวิถีชีวิตการทำเกษตร

แบบดั้งเดิมที่อนุรักษ์ระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติหันมาทำการเกษตรที่ต้องพึ่งพาสารเคมี ทั้งปุ๋ยเคมีและสารกำจัดศัตรูพืชเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ส่งผลให้คุณภาพดินลดลงเรื่อย ๆ หากต้องการปริมาณผลผลิตเท่าเดิม ต้องใส่สารเคมีในปริมาณที่มากขึ้น ส่งผลให้ดินเสียหายหนักขึ้นและเร็วขึ้น ดังนั้น แม้จะสามารถผลิตสินค้าเกษตรได้เป็นจำนวนมากแต่รายได้สุทธิของเกษตรกรกลับลดลง เนื่องจากปัจจัยการผลิตเหล่านี้เป็นต้นทุนหลักที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ของเกษตรกร ประกอบกับราคาสินค้าภาคเกษตรตกต่ำเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ส่งผลกระทบไปทั่วทั้งประเทศ ทำให้เกษตรกรตกอยู่ในสภาพที่มีหนี้สินล้นพ้นตัวยากที่จะหลุดพ้นจากกับดักความยากจน

ปัจจุบันที่กระแสความตื่นตัว ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ ทำให้ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ได้รับความนิยม และการตอบรับจากผู้บริโภคมากขึ้น โดยมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในการทำเกษตรอินทรีย์นั้น เกษตรกรผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่หน่วยงานรับรองใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจรับรองผลผลิต โดยในการกำหนดมาตรฐานผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะมาจาก เกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค นักสิ่งแวดล้อมและนักวิชาการในด้านต่าง ๆ รวมทั้ง การทำเกษตรอินทรีย์จะต้องเอื้อต่อการอนุรักษ์ และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ อย่างจริงจัง ในการทำเกษตรแบบอินทรีย์ นอกจากเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังสร้างสมดุลของทรัพยากรในระบบนิเวศ

สร้างความหลากหลายของชนิดทรัพยากรไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนของสารเคมีในดิน น้ำ และพืช ในด้านสุขภาพก็ทำให้สุขภาพแข็งแรง ลดความเสี่ยงของสารเคมีที่อาจปนเปื้อนมากับพืชและสัตว์ และที่สำคัญเกษตรกรอินทรีย์ ช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้ที่สูงขึ้นเนื่องจากผลผลิตจากเกษตรกรอินทรีย์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ยิ่งเป็นเกษตรกรอินทรีย์ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่เหมือนใครในโลกหรือ เป็นแหล่งเกษตรกรอินทรีย์ที่เป็นแบบฟาร์มสเตย์ด้วยแล้ว ก็จะสามารถดึงดูดใจ สามารถสร้างแรงจูงใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการภาคเอกชนที่มีนโยบายการตลาดเกี่ยวกับเกษตรกรอินทรีย์โดยเฉพาะ ร้านเลมอนฟาร์ม และผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เล็งเห็นแนวโน้มและทิศทางการตลาดเกษตรกรอินทรีย์ เริ่มวางแผนจำหน่ายสินค้าเกษตรกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น เช่น Top Supermarket , The Mall โดยทิศทางของตลาดสินค้าจากเกษตรกรอินทรีย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาการส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์มีมูลค่าหลายพันล้านบาท โดยตลาดยุโรปเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคืออเมริกาเหนือ และภูมิภาคเอเชียตะวันออก

ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัญหาที่สำคัญของเกษตรกรกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ประการหนึ่ง คือ ปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำและผลผลิตล้นตลาด โดยเฉพาะข้าวและมันสำปะหลัง จึงมีข้อเสนอในการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนการผลิตจากเพาะปลูกข้าว

หรือมันสำปะหลัง มาปลูกผักปลอดสารหรือผักอินทรีย์หรือผลไม้ประจำ
จังหวัด หรือสินค้าเกษตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)
 อาทิ มะขามหวานเพชรบูรณ์, ข้าวไร้ลืมผัว จังหวัดเพชรบูรณ์ /สับปะรด
 ห้วยมุ่น, ทุเรียนหลง ลับแลอุตรดิตถ์, ทุเรียนหลิน ลับแลอุตรดิตถ์
 จังหวัดอุตรดิตถ์ และกล้วยตากบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ฯลฯ มาต่อยอด
เชิงการพาณิชย์และการส่งเสริมด้านการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์/
ปลอดภัยซึ่งมีความต้องการสูงในตลาด ประกอบกับแนวโน้มที่มีกลุ่มคนรัก
สุขภาพมากขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสำหรับ
กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ในลักษณะ Flag Shift Project ซึ่งเป็นการบูรณาการ
ร่วมกันของทุกภาคส่วนทั้ง Value Chain ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง
โดยการส่งเสริมให้ชุมชนนำนวัตกรรมการผลิตสมัยใหม่มาใช้กับการปลูก
พืชผัก พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและทำกิจกรรมต่าง ๆ นักท่องเที่ยวได้พบเจอ
ผู้คน สัมผัสวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ จากวัฒนธรรมที่แตกต่าง ในรูปแบบ
เรียบง่าย ท่ามกลางความเป็นธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่แปลกไปจากที่เคยคือ
“โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืน
ในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village)

วัตถุประสงค์ของการดำเนิน “โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village)

- เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของเกษตรกรในหมู่บ้านต้นแบบให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เอื้อต่อการดำเนินโครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีศักยภาพในการพัฒนา
กลุ่มจังหวัดฯครอบคลุม 4 ด้านดังนี้

- ด้านโลจิสติกส์ โดยมีศักยภาพในเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านตามแนวการพัฒนา East – West Economic Corridor และกลุ่มจังหวัดมีการกำหนดเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ LIMEC (Luangprabang-Indochina - Mawlamyine Economic Corridor) ขึ้นมาในพื้นที่เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางเศรษฐกิจการค้าระหว่าง หลวงพระบาง (สปป.ลาว) -อินโดจีน (ไทย) – เมะล่าย (เมียนมา) และมีระบบขนส่งทางอากาศมีลักษณะเป็นท่าอากาศยานรอง ถือเป็นสนามบินพาณิชย์และในปัจจุบันมีสายการบินตรงไปยังท่าอากาศยาน

- ด้านการเกษตร โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเหมาะแก่การเพาะปลูกและมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่านหลายสาย รวมถึงมีระบบชลประทานสำหรับการเกษตร ทำให้เป็นแหล่งผลิตข้าวและพืชไร่ที่สำคัญของประเทศ

- ด้านการท่องเที่ยว มีจุดเด่นในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างหลากหลายอาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณี แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ฯลฯ ซึ่งกระจายอยู่ตามพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

- ด้านอุตสาหกรรมการลงทุนและการค้าชายแดนแม้ว่าโครงสร้างเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 จะขึ้นอยู่กับภาคเกษตรเป็นหลัก แต่ก็มีการลงทุนด้านการค้าและอุตสาหกรรมในพื้นที่ในระดับหนึ่ง โดยพื้นที่ที่มีการค้าที่เติบโตเร็วที่สุดในกลุ่มคือจังหวัดพิษณุโลกที่มีสี่แยกอินโดจีนซึ่งกำหนดโดยธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB Bank) มีการลงทุนสร้างโรงแรม ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ คอนโดมิเนียม อาคารพาณิชย์ บ้านจัดสรรทั้งในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกและพื้นที่ตัวจังหวัดอื่น ๆ ในกลุ่มจังหวัด เป็นต้น

ภายใต้วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ที่ว่า :เป็น ศูนย์กลางการบริการสี่แยกอินโดจีน เชื่อมโยง เศรษฐกิจ สังคม และบริการของภูมิภาคสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (Regional Linkage Center for Economic Social and Services to Stability Prosperity Sustainability)

การขับเคลื่อนใน 6 ประเด็นยุทธศาสตร์(Strategic Issue)

ประกอบด้วย

- พัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอัจฉริยะ อาหารปลอดภัยบนความต้องการของตลาดและส่งเสริมระบบตลาดอย่างยั่งยืน

- สร้างสรรค์การท่องเที่ยวและบริการมูลค่าสูงบนฐานนิเวศน์และประวัติศาสตร์
- ยกระดับโครงข่ายการขนส่งคมนาคมและระบบโลจิสติกส์จากกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 สู่ภูมิภาคและอาเซียนอนุรักษ์ ฟื้นฟูและจัดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและพลังงานอย่างยั่งยืน
- เสริมสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้และเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- เสริมสร้างความมั่นคงและยกระดับคุณภาพชีวิตแบบบูรณาการและหลากหลายมิติ

การวางตำแหน่งการขับเคลื่อน (Positioning) ของกลุ่มจังหวัด
ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการท่องเที่ยว
2. ด้านการเกษตร
3. ด้านการค้าชายแดนอุตสาหกรรมและ Logistics

แนวคิดบางส่วนที่ได้จากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน
ณ ประเทศญี่ปุ่นที่จะสามารถนำมาปรับใช้ในการดำเนินประกอบด้วย

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและบริการ (Value Added Creation for Tourism and Service) เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่าง เป็นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้สามารถเพิ่มมูลค่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม การมีใจรักด้านบริการ (Servicemind) ซึ่งเห็นได้จากการไปศึกษาดูงานที่ญี่ปุ่นการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เชิงเกษตรในจังหวัดห่างไกล แต่มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว เจ้าของบ้านพักแต่ละแห่งมีจิตใจรักการให้บริการ มีความเอาใจใส่ผู้มาพักผลิตอาหารที่ได้จากการผลิตโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้จากพื้นที่บริเวณบ้าน ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ปลุกผักไว้สำหรับให้ผู้พักได้บริโภค และเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังมีการสนับสนุนการดำเนินกิจการโดยภาครัฐอย่างเข้มแข็ง

2. นวัตกรรมทางการเกษตร (Innovative Agriculture) เป็นการทำการเกษตรสมัยใหม่ที่เป็นการพัฒนากระบวนการผลิตภาคการเกษตรที่ลดต้นทุนการผลิต ทำให้ผลผลิตการเกษตรมีคุณภาพ สามารถควบคุมการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ลดการใช้แรงงานคน ผลิตน้อยแต่ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ สามารถควบคุมกระบวนการผลิตได้ทุกระบวนการ โดยลดการใช้แรงงานภาคการเกษตร

3. การสร้างแบรนด์ที่มีความแตกต่าง (Difference Brand) โดยการมองกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายเดิม คือ จากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชาย เป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิง และมีการสร้างเรื่องราว (Story) จนเกิดคุณค่า การมีกระบวนการผลิตที่ใช้เทคนิคที่แตกต่าง เช่น การใช้หินภูเขาไฟมาช่วยในการขัดกางเกงให้เกิดลวดลาย และมีความนุ่มของกางเกงยีนส์ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่จะสามารถสร้างแบบของกางเกงที่มีเพียงตัวเดียวในโลก โดยให้ลูกค้าได้มีกิจกรรมในการเลือกกระดุม หมุดประดับ และป้ายหนัง ที่มีหลากหลายแบบ หลากหลายสี ให้เลือก

- การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของเมือง (Tourism Management) โดยได้จ้างบริษัทเอกชนมาบริหารจัดการ จาก Key Success Factor ที่สำคัญคือ

- ทำงานร่วมกันของผู้ประกอบการด้านโรงแรมที่พัก ซึ่งที่โอokayama มีโรงแรมที่พักรวมกันกว่า 13,000 ยูนิต ตั้งอยู่รายรอบศูนย์กลางการขนส่งมวลชน ที่เรียกว่า Okayama Station มีทั้งรถไฟใต้ดิน บนดิน ชินคันเซ็น รถราง และรถบัส เต็มไปหมดหารถส่วนตัววิ่งให้ขวัักไขว่ เหมือนบ้านเรานั้น ยากเต็มที

- สร้าง Value added ให้กับสินค้าท้องถิ่นหรือ OVOP ของไทย ก็คือ OTOP

4. การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และการมีนโยบายที่ชัดเจน ในการดำเนินงานของโรงงานขนม มินาโมโตะคิโชฮัน (MinamotoKichoan) ที่มีนโยบายชัดเจนในการเน้นความสะอาดและอนามัย มาเป็นอันดับ 1 ส่วนความอร่อยมาเป็นอันดับ 2 และที่สนใจมาก ๆ ก็คือ การใช้ผลไม้ในชุมชน เช่น องุ่น ส้ม มาทำเป็นขนม และขายดีเป็นอันดับหนึ่งของร้าน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตได้มากมาย

แนวทางในการพัฒนากลุ่มจังหวัดเพื่อพัฒนาภาคการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์โดยการดำเนิน “โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village)

จากการวิเคราะห์ปัญหาที่สำคัญของเกษตรกรกลุ่มภาคเหนือ ตอนล่าง 1 ประการหนึ่ง คือ ปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำและผลผลิต

ล้นตลาด โดยเฉพาะข้าวและมันสำปะหลัง จึงมีข้อเสนอในการแก้ปัญหา ดังกล่าวโดยการส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนการผลิตจากเพาะปลูกข้าว หรือมันสำปะหลัง มาปลูกผักปลอดสารหรือผักอินทรีย์หรือผลไม้ประจำ จังหวัด หรือ สินค้าเกษตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) อาทิ มะขามหวานเพชรบูรณ์, ข้าวไร้ลิ้มผัว จังหวัดเพชรบูรณ์/สับปะรด ห้วยมุ่น, พุเรียนหลง ลับแลอุดรดิตถ์, พุเรียนหลิน ลับแลอุดรดิตถ์ จังหวัด อุดรดิตถ์ และกล้วยตากบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก เป็นต้น มาต่อยอด เชิงพาณิชย์และการส่งเสริมด้านการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์/ ปลอดภัยซึ่งมีความต้องการสูงในตลาด ประกอบกับแนวโน้มที่มีกลุ่มคนรัก สุขภาพมากขึ้น

จึงมีข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสำหรับกลุ่ม ภาคเหนือตอนล่าง 1 ในลักษณะ Flag Shift Project ซึ่งเป็นการบูรณาการ ร่วมกันของทุกภาคส่วนทั้ง Value Chain ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง โดยการส่งเสริมให้ชุมชนนำนวัตกรรมการผลิตสมัยใหม่มาใช้ในการปลูก พืชผัก พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและทำกิจกรรมต่าง ๆ นักท่องเที่ยวได้พบเจอ ผู้คน สัมผัสวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ จากวัฒนธรรมที่แตกต่าง ในรูปแบบเรียบง่าย ท่ามกลางความเป็นธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่แปลกไปจากที่เคยคือ

“โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืน
ในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village) โดยดำเนินการ
ดังนี้

แนวทาง

ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร โดยเน้นให้เกษตรกรรวมกลุ่ม
ด้วยความสมัครใจให้เกษตรกรมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการ มีความเข้าใจ
เป้าหมาย และผลประโยชน์ของการรวมกลุ่มและรู้จักศักยภาพในการผลิต
และการรวมกลุ่มเพื่อให้ขายสินค้าได้ตามกลไกการตลาด หรือบริบทของ
สังคมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร มีรูปแบบโครงสร้างกลุ่มที่
ชัดเจน มีการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้พัฒนาให้รู้จักพึ่งพา
ตนเองแทนการรอการช่วยเหลือจากรัฐ และเมื่อการรวมกลุ่มเข้มแข็งแล้ว
ส่งเสริมไปสู่รูปแบบการบริหารจัดการ (Business Model) ในลักษณะ
วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) หรือรูปแบบบริษัทต่อไป

ส่งเสริมและสร้างการพัฒนาเกษตรกรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจาก
ผู้ผลิตเป็นผู้ประกอบการเพื่อเรียนรู้ระบบกลไกตลาด และสร้างจิตที่ดีต่อ
การบริการ

การวิจัยพัฒนาปัจจัยการผลิตดำเนินการวิจัยพัฒนาดินปลูกที่
เหมาะสมกับพืชผักแต่ละชนิด ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เช่น
ปริมาณน้ำ อุณหภูมิ เป็นต้น โดยในเบื้องต้นเน้นผักชนิดต่าง ๆ และผลไม้
ขนาดเล็ก เช่น พืชผัก ไม้ผล ปศุสัตว์ เป็นต้น ในรูปแบบเกษตรปลอดภัย
สู่เกษตรกรอินทรีย์ โดยการสร้างการตระหนักรู้ในพื้นที่หรือเกิดจากภายใน
และขยายไปยังบุคคลภายนอก

นำนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตเน้นจากคนรุ่นใหม่ในการสร้างความรู้ ฝึกทักษะ และเข้ามามีส่วนร่วมกับเกษตรกรผลิตแบบสมัยใหม่ เน้นการบริหารจัดการโดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น การใช้แอปพลิเคชันตรวจสอบความชื้น ความอุดมสมบูรณ์ของดินและสภาพอากาศ เพื่อจะยกระดับการกระบวนการผลิต สามารถลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของสินค้าเกษตร

อบรมให้ความรู้ด้านการผลิตฝึกอบรมเกษตรกรให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งให้มีความรู้ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความเข้าใจในการเพาะปลูกระบบใหม่ จากเกษตรกรธรรมดาเปลี่ยนมาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านเกษตร สร้างแบรนด์ ปลูกเอง ขายเอง ทำตลาดเอง มี Story องค์ความรู้ เทคนิคในการผลิตสินค้าที่ใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีการวางแผนจัดบันทึกการเพาะปลูกในครั้งต่อไป เพื่อให้เป็นเกษตรกรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้และมีรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น สุดท้ายก็มาร่วมกันสร้างเครือข่ายสังคมเกษตรให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และแบ่งปันเพื่อนำสิ่งที่งดงามกลับคืนสู่สังคม

กลางทาง

ส่งเสริมและเชื่อมโยงการเกษตรสู่การแปรรูปผลผลิตเพื่อสุขภาพ ความงาม และการท่องเที่ยวกับชุมชน โดยการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการนำผลงานวิจัยนวัตกรรม เทคโนโลยีมาช่วยในการแปรรูปแทนการขายผลผลิตเบื้องต้น เพื่อเพิ่มมูลค่า เพิ่มรายได้ และเพิ่มช่องทางการตลาดเช่น การอบแห้ง การแช่แข็ง การดอง การนำมาปรุง

อาหาร การสร้างเมนูที่หลากหลาย ตลอดจนการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เมนูสุขภาพซึ่งเป็นกระแสความนิยมอยู่ในขณะนี้ เป็นต้น

การพัฒนาเครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ ออกแบบเครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้มีความน่าซื้อ สร้างเรื่องราวของสินค้า (Story) เพื่อสร้างการรับรู้ การจดจำในตัวสินค้า

การรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและการตรวจสอบย้อนกลับ เช่น QR Code

ปลายทาง

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการพัฒนาแหล่งผลิตสินค้าเกษตรให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมกระบวนการผลิต มีกิจกรรมการสร้างประสบการณ์ในการปลูก การเก็บเกี่ยว หรือการแปรรูป จัดให้มีร้านค้าจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตร ตลอดจนร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบจากแปลงการพัฒนาแหล่งผลิตสินค้าเกษตรในลักษณะ **FarmStay** ที่น่าสนใจและสามารถประยุกต์กับประเทศไทยโดยเฉพาะต่างจังหวัดที่เป็นภาคการเกษตรและเข้าสู่ผู้สูงวัยหรือผู้รักสุขภาพ

จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร (fruit picking Calendar) จัดทำปฏิทินการออกสู่ตลาดของผักและผลไม้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเก็บผลไม้ในสวนตามฤดูกาลต่าง ๆ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) จัดทำสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และขายสินค้าออนไลน์

รวมทั้งจัดระบบการขนส่งสินค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือ

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ให้ได้รับรู้จักหมู่บ้านเป้าหมายอย่างแพร่หลาย

ตัวชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินงาน

- เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 5
- เกษตรกรเปลี่ยนจากผู้ผลิตเป็นผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นอย่างน้อย 10 ราย

บทสรุป

จากการฝึกอบรมในชั้นเรียนและการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่นในครั้งนี้ ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่สำคัญสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด โดยสมาชิกกลุ่มได้เสนอแนวคิดในการพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์ สำหรับกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ในลักษณะ Flag Shift Project คือ “โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village) ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำและผลผลิตล้นตลาด ตลอดจนเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดและกลุ่มจังหวัดยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของเกษตรกรในหมู่บ้านต้นแบบให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนสามารถเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของจังหวัดและกลุ่มจังหวัดได้อย่างยั่งยืน

คณะผู้จัดทำ

1. นางสาวเสาวนิต ทับทิมจรรยา นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ
สำนักงานเกษตรและสหกรณ์
จังหวัดเพชรบูรณ์
2. นางโสพิทย์ ฤทธิศร นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุดรดิตถ์
3. นางสาวจุฬารัตน์ นุ่มนึ่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบูรณ์
4. นางสาวนัฏฐิศา แสนมั่ง นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ สำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์



www.ocsc.go.th



ผู้ผลิตและจัดพิมพ์ สำนักงาน ก.พ.

47/11 ถนนติวานนท์

อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 0 2547 1000 โทรสาร 0 2547 1736