สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ
Office of the Public Sector Development Commission

รายงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (ฉบับสมบูรณ์)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภายใต้ โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน
ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด
กิจกรรมที่ 2 การจัดฝึกอบรมหลักสูตรสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้อง
กับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่

รายงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (ฉบับสมบูรณ์)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

รายงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (ฉบับสมบูรณ์)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลงานงวดที่ 2

โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด
กิจกรรมที่ 2 การจัดฝึกอบรมหลักสูตรสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่

เสนอ

สำนักงาน ก.พ.ร.

คำนำ

การดำเนินงานของ “โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด” มุ่งเน้นไปที่การฝึกอบรมหลักสูตร และให้คำปรึกษาสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ทั้ง 76 จังหวัด โดยมีการกำหนดการฝึกอบรมจำนวน 9 รุ่น ซึ่งในแต่ละรุ่นนั้นใช้เวลาในการฝึกอบรมทั้งสิ้น 3 วัน 2 คืน ประกอบไปด้วยการบรรยายให้ความรู้ และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ได้ดำเนินงานครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว จึงได้จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์นี้ขึ้น เพื่อสรุปผลการศึกษาโดยมีเนื้อหาตั้งแต่การทบทวน และวิเคราะห์นโยบายที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ต่างๆ การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ผ่านตัวชี้วัดการพัฒนาจังหวัด รวมถึงการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ของพื้นที่ การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาผ่านแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการแยกรายกลุ่มจังหวัด และท้ายสุดได้จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อการดำเนินงานโครงการต่อไป

สำนักงาน ก.พ.ร.

กรกฎาคม 2560

สารบัญเล่มที่ 3/4

เล่มที่ 3/4		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	1-1
บทที่ 2	สรุปผลฝึกอบรมผ่านการบรรยายให้ความรู้ในหัวข้อต่างๆ	2-1
2.1	การเสวนานโยบายและยุทธศาสตร์ชาติสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่	2-1
2.2	จุดประกายความคิดด้วยแนวคิดการวิเคราะห์ดักอนาคต (Prospective Analysis)	2-15
2.3	การวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด และแนวทางการใช้เครื่องมือ Benchmarking	2-23
2.4	แนวทางการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	2-42
2.5	การพัฒนาและเขียนโครงการ	2-50
บทที่ 3	การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดและทิศทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (ต่อ)	
3.1	กลุ่มที่ 11 (จังหวัดหนองคาย จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดบึงกาฬ)	3-1
	3.1.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 11	3-1
	3.1.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 11	3-4
	3.1.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)	3-7
	3.1.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 11	3-9
	3.1.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดหนองคาย	3-12

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดหนองคาย
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดหนองคาย
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดหนองคาย
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดหนองคาย

สารบัญเล่มที่ 3/4 (ต่อ)

หน้า

3.1.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดเลย 3-47

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดเลย
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดเลย
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดเลย
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดเลย

3.1.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดอุดรธานี 3-78

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอุดรธานี
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดอุดรธานี
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอุดรธานี
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอุดรธานี

3.1.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดหนองบัวลำภู 3-110

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดหนองบัวลำภู
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดหนองบัวลำภู
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดหนองบัวลำภู
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดหนองบัวลำภู

3.1.9 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดบึงกาฬ 3-146

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดบึงกาฬ
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดบึงกาฬ
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดบึงกาฬ
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดบึงกาฬ

สารบัญเล่มที่ 3/4 (ต่อ)

หน้า

3.2 กลุ่มที่ 12 (จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม จังหวัดสกลนคร) 3-172

3.2.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 12 3-172

3.2.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 12 3-175

3.2.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking) 3-178

3.2.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 12 3-180

3.2.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดมุกดาหาร 3-184

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดมุกดาหาร
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดมุกดาหาร
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดมุกดาหาร
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดมุกดาหาร

3.2.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดนครพนม 3-227

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดนครพนม
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดนครพนม
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดนครพนม
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดนครพนม

3.2.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดสกลนคร 3-266

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดสกลนคร
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดสกลนคร
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดสกลนคร
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดสกลนคร

สารบัญเล่มที่ 3/4 (ต่อ)

หน้า

3.3 กลุ่มที่ 13 (จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์) 3-299

3.3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 13 3-299

3.3.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 13 3-301

3.3.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking) 3-303

3.3.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 13 3-305

3.3.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดนครราชสีมา 3-307

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดนครราชสีมา
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดนครราชสีมา
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดนครราชสีมา
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดนครราชสีมา

3.3.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดชัยภูมิ 3-338

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดชัยภูมิ
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดชัยภูมิ
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดชัยภูมิ
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดชัยภูมิ

3.3.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดบุรีรัมย์ 3-358

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดบุรีรัมย์
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดบุรีรัมย์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดบุรีรัมย์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดบุรีรัมย์

สารบัญเล่มที่ 3/4 (ต่อ)

หน้า

3.3.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดสุรินทร์ 3-383

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดสุรินทร์
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดสุรินทร์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดสุรินทร์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดสุรินทร์

3.4 กลุ่มที่ 14 (จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดยโสธร และจังหวัดอำนาจเจริญ) 3-407

3.4.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 14 3-407

3.4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 14 3-410

3.4.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking) 3-413

3.4.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 14 3-415

3.4.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดอุบลราชธานี 3-417

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอุบลราชธานี
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดอุบลราชธานี
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอุบลราชธานี
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอุบลราชธานี

3.4.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดศรีสะเกษ 3-441

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดศรีสะเกษ
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดศรีสะเกษ
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดศรีสะเกษ
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดศรีสะเกษ

สารบัญเล่มที่ 3/4 (ต่อ)

หน้า

3.4.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดยโสธร 3-479

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดยโสธร
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดยโสธร
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดยโสธร
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดยโสธร

3.4.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดอำนาจเจริญ 3-507

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอำนาจเจริญ
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดอำนาจเจริญ
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอำนาจเจริญ
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอำนาจเจริญ

3.5 กลุ่มที่ 15 (จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด) 3-539

3.5.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 15 3-539

3.5.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 15 3-542

3.5.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking) 3-543

3.5.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 15 3-545

3.5.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดกาฬสินธุ์ 3-547

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดกาฬสินธุ์
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดกาฬสินธุ์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดกาฬสินธุ์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดกาฬสินธุ์

สารบัญเล่มที่ 3/4 (ต่อ)

หน้า

3.5.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดขอนแก่น 3-587

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดขอนแก่น
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดขอนแก่น
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดขอนแก่น
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดขอนแก่น

3.5.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดมหาสารคาม 3-613

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดมหาสารคาม
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดมหาสารคาม
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดมหาสารคาม
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดมหาสารคาม

3.5.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดร้อยเอ็ด 3-652

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดร้อยเอ็ด
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดร้อยเอ็ด
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดร้อยเอ็ด
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดร้อยเอ็ด

บทที่ 4 สรุปภาพรวมการวิเคราะห์และข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่สร้างความเข็มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ 4-1

4.1 สรุปภาพรวมการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่ 4-1

4.2 ข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่สร้างความเข็มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ 4-27

บทที่ 5 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการต่อไป 5-1

บทที่ 1 บทนำ

ภายใต้นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในภายในประเทศที่ต้องการสร้างแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่จังหวัดต่างๆ ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง พร้อมๆ กับแนวทางในการผลักดัน วาระขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ซึ่งประกอบด้วย 1) เตรียมคนไทยสู่ศตวรรษที่ 21 2) สร้างวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม 3) พัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมและภาคบริการเป้าหมาย 4) เสริมความเข้มแข็งเศรษฐกิจภายในผ่าน 18 กลุ่มจังหวัด และ 76 จังหวัด และ 5) บูรณาการอาเซียนเชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก “โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด” ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) และสถาบันส่งเสริมกิจการบ้านเมืองที่ดีนี้ จึงถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการช่วยเหลือและเพิ่มศักยภาพ พร้อมปรับกระบวนการทางความคิด (Mindset) สร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) และศักยภาพความเป็นผู้นำ (Leadership) ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ต่างๆ ทั้ง 76 จังหวัดของประเทศไทย

ในการดำเนินงานของ “โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด” มุ่งเน้นไปที่การฝึกอบรมหลักสูตร และให้คำปรึกษาสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ทั้ง 76 จังหวัด โดยมีการกำหนดการฝึกอบรมจำนวน 9 รุ่น ซึ่งในแต่ละรุ่นนั้นใช้เวลาในการฝึกอบรมทั้งสิ้น 3 วัน 2 คืน ประกอบไปด้วยการบรรยายให้ความรู้ และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการให้คำปรึกษาในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ต่อไป

รายงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (ฉบับสมบูรณ์) ฉบับนี้ เป็นการรวบรวมเนื้อหาจากการบรรยายของวิทยากร และสรุปผลการฝึกอบรมของทั้ง 76 จังหวัด จากจำนวน 9 รุ่น โดยในส่วนของการอบรมมีเนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่การทบทวน และวิเคราะห์นโยบายสำคัญทั้งในระดับประเทศ (National Level) รายประเด็นสำคัญ (Agenda Level) และระดับพื้นที่ (Area Level) ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ต่างๆ การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ผ่านตัวชี้วัดการพัฒนาจังหวัด เพื่อใช้ในการทบทวนศักยภาพของพื้นที่ตามกรอบ SWOT Analysis ไปจนถึงการนำเสนอหลักการของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของพื้นที่ที่สำคัญ พร้อมๆ กับแนวทางการพัฒนาโครงการได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้แทนจากจังหวัดสามารถนำหลักการ และแนวคิดดังกล่าวไปใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้มีกำหนดโจทย์ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาของประเด็นยุทธศาสตร์ ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ตั้งแต่การกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ห่วงโซ่มูลค่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้อง การระบุโครงการที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จ การระบุประเด็นที่เป็นช่องว่าง พร้อมๆ กับร่วมกันพัฒนาแนว

ติดโครงการที่ตอบสนองต่อช่องว่างเหล่านั้นขึ้นมา ซึ่งรายงานฉบับนี้เองก็ยังจะมีเนื้อหาที่ครอบคลุมการสรุปผลการฝึกอบรมของแต่ละจังหวัดทั้งหมดด้วยเช่นกัน

แม้ว่าผลผลิตจากโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัดนี้ ไม่ได้เป็นการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด แต่ผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ที่เข้าร่วมโครงการนี้ก็สามารถนำทักษะองค์ความรู้ และกระบวนการที่ได้จากการอบรมและการประชุมเชิงปฏิบัติการทั้งหมดไปปรับใช้ตามความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ได้

คณะที่ปรึกษาได้จัดทำรายงานฉบับนี้เพื่อนำเสนอผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติที่มีผลต่อการพัฒนาเชิงพื้นที่รวมทั้งการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ พร้อมผลการอบรมในหลักสูตรสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ เป็นผลงานงวดที่ 2 เพื่อส่งมอบให้กับสำนักงาน ก.พ.ร. โดยผลการศึกษาในรายงานฉบับนี้ แบ่งเป็น 2 บท ประกอบด้วย บทที่ 2 สรุปผลฝึกอบรมผ่านการบรรยายให้ความรู้ในหัวข้อต่างๆ และบทที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดและทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งแบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์แยกตามพื้นที่กลุ่มจังหวัด ครอบคลุมทั้ง 76 จังหวัด โดยมีผลการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่และสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ และผลการอบรมเชิงปฏิบัติการแยกรายจังหวัดผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ 2 ผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัด และจากผลการศึกษาและการฝึกอบรมในหลักสูตรทั้งหมด คณะที่ปรึกษาได้จัดทำสรุปภาพรวมการวิเคราะห์และข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่สร้างความเข็มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ไว้ในบทที่ 4 บทสุดท้ายเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานครั้งถัดไป

ท้ายที่สุดแล้ว โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ก็เปรียบเสมือนเป็นอีกหนึ่งแรงผลักดันที่จะช่วยเพิ่มขีดสมรรถนะการบริหารและความเป็นผู้นำในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารในระดับพื้นให้กับผู้บริหาร และส่วนงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัด ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการยกระดับและร่วมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ต่อไป

บทที่ 2 สรุปผลฝึกอบรมผ่านการบรรยายให้ความรู้ในหัวข้อต่างๆ

2.1 การเสวนานโยบายและยุทธศาสตร์ชาติสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ มีความเหมาะสม และเชื่อมโยงกับนโยบายและทิศทางการพัฒนาของประเทศ รวมถึงมีทิศทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกับแผนยุทธศาสตร์หรือแผนการดำเนินงานต่างๆที่เกี่ยวข้องถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ โดยกรอบนโยบาย และยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องนั้นประกอบด้วย กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และแผนยุทธศาสตร์ด้านการเกษตร ด้านอุตสาหกรรม การค้า การลงทุน พร้อมด้วยด้านการท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 ด้านถือเป็นภาคเศรษฐกิจหลักที่ทุกพื้นที่จังหวัด ต้องมีการเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์นี้เข้ากับแผนพัฒนาจังหวัด และวางแนวทางการพัฒนาพื้นที่ผ่านกรอบแนวคิดโครงการต่างๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่จังหวัด ทั้งนี้ สรุปประเด็นสำคัญของนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ มีดังนี้

2.1.1) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

กรอบทิศทางและยุทธศาสตร์ 20 ปี ของประเทศไทย ซึ่งเป็นการประเมินถึงสภาพแวดล้อมและความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต พร้อมกับการนำมาวิเคราะห์บริบทการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในอีก 20 ปีข้างหน้า เพื่อนำมาสู่วิสัยทัศน์การพัฒนาของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2577 กล่าวคือ “ประเทศพัฒนาแล้ว อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยในการวางแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่เป็นเสมือนแนวทางใหญ่ในการพัฒนาประเทศ เพื่อจะได้ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยไปในทิศทางเดียวกัน จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีนี้ ยุทธศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาของพื้นที่โดยตรงนั้นมี 2 ยุทธศาสตร์หลักที่เป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ได้ ประกอบด้วย

- **ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน** ที่มีประเด็นการพัฒนาทางด้านสมรรถนะทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการค้า การลงทุน พัฒนาสู่ชาติการค้า การพัฒนาภาคการผลิตและบริการ เสริมสร้างฐานการผลิตเข้มแข็ง ยั่งยืน และส่งเสริมเกษตรกรสู่เกษตรยั่งยืน การพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและเมือง พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ชายแดน การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการวิจัย และพัฒนา การเชื่อมโยงกับภูมิภาคและเศรษฐกิจโลก
- **ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** ที่มุ่งเน้นการพัฒนาควบคู่การดูและรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งในเรื่องของจัดระบบอนุรักษ์ ฟื้นฟูและป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วางระบบบริหารจัดการน้ำให้มีประสิทธิภาพ เน้นการปรับระบบการบริหารจัดการอุทกภัยอย่างบูรณาการ การพัฒนาและใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเมือง

อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ การร่วมลดปัญหาโลกร้อนและปรับตัวให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์และนโยบายการคลัง เพื่อสิ่งแวดล้อม

2.1.2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) คือ หนึ่งในกลไกพื้นฐานที่จะขับเคลื่อนแนวคิดการพัฒนาภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว 20 ปี โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงแผนฯ ฉบับที่ 12 จะต้องเร่งรัดให้เศรษฐกิจสามารถขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี เพื่อให้ก้าวสู่การเป็นประเทศรายได้สูงในปี พ.ศ. 2569 และมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจและขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยให้ทัดเทียมกับกลุ่มประเทศชั้นนำ จากการทบทวนรายละเอียดของแผนฯ 12 นี้ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 9 นั้น ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาของแต่ละพื้นที่ ตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่นั้นไว้อยู่แล้ว ซึ่งทุกจังหวัดจะต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับทิศทางดังกล่าวด้วย โดยสามารถวิเคราะห์แจกแจงสาระสำคัญของรูปแบบการพัฒนารายพื้นที่ ดังต่อไปนี้

<u>ภาคเหนือ</u>

แนวทางการพัฒนาพื้นที่: **“ฐานเศรษฐกิจมูลค่าสูง”** โดยการพัฒนาพื้นที่สู่การท่องเที่ยวและบริการเชิงสร้างสรรค์ การเป็นฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย เชื่อมโยงสู่อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และการมีทรัพยากรป่าไม้มีความอุดมสมบูรณ์ ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้ดังนี้

1. **พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและยั่งยืน** พัฒนากลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และกลุ่มชาติพันธุ์ใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นทางเลือกใหม่
2. **พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร** พัฒนาภาคเหนือตอนบนเป็นฐานผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และตอนล่างเป็นฐานผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยในรูปแบบฟาร์มเกษตรอัจฉริยะ
3. **ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** ฟื้นฟูและอนุรักษ์ป่าต้นน้ำในพื้นที่ จังหวัดภาคเหนือ 8 ตอนบน บริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบในลุ่มน้ำหลัก และแก้ไขปัญหาหมอกควัน
4. **พัฒนาระบบการดูแลผู้สูงอายุ** ส่งเสริมการสร้างรายได้และการมีงานทำของผู้สูงอายุ และพัฒนานวัตกรรมการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว

<u>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</u>

แนวทางการพัฒนาพื้นที่: **“อีสานพึ่งตนเอง”** โดยการพัฒนาเป็นฐานการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูงมาตรฐานปลอดภัยและอินทรีย์ การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเอทานอลของประเทศ การพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์ อารยธรรมขอม วัฒนธรรมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับนานาชาติ ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้ดังนี้

1. **เพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตร** พัฒนาพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้เป็นแหล่งผลิต ข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง
2. **พัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูป** พัฒนาให้นครราชสีมาเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและอาหารแบบครบวงจร
3. **ยกระดับการท่องเที่ยว** พัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงและสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
4. **เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำ** พัฒนาแหล่งน้ำใหม่ในพื้นที่ลุ่มน้ำเลย ชี มูล และสร้างแหล่งกักเก็บ อ่างเก็บน้ำ ฝาย และแหล่งน้ำขนาดเล็กในพื้นที่ที่เหมาะสมในพื้นที่ (แก้มลิง) การเกษตร
5. **ฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ในพื้นที่ต้นน้ำ** กำหนดและทำเครื่องหมายแนวเขตพื้นที่ป่าอนุรักษ์และพื้นที่ป่านอกเขตอนุรักษ์ให้ชัดเจน และส่งเสริมป่าชุมชน

ภาคกลาง

แนวทางการพัฒนาพื้นที่: **“ฐานเศรษฐกิจชั้นนำ”** โดยการพัฒนาพื้นที่ไปสู่การเป็นศูนย์อุตสาหกรรมสีเขียวชั้นนำ การเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารและสินค้าเกษตรปลอดภัยได้มาตรฐานโลก และการเป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวของเอเชียที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้ดังนี้

1. **เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันฐานอุตสาหกรรมเดิม และส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งอนาคต** ยกระดับการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในพื้นที่ ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี ชลบุรี และระยองให้เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต
2. **พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตอาหารและสินค้าเกษตร** พัฒนาธุรกิจการค้าขายผลไม้จังหวัดระยอง ด้านตะวันออก จันทบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี และฉะเชิงเทราให้เป็นฐานการผลิตและจำหน่ายผลไม้เพื่อการส่งออก
3. **ปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว** พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดชลบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นฐานการกระจายรายได้และการสร้างงาน
4. **เพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการน้ำ แก้ไขปัญหาความขัดแย้งการใช้น้ำในภาคตะวันออก** ปรับปรุงและบำรุงรักษาแหล่งน้ำเดิม และพัฒนาแหล่งน้ำเพิ่มเติม

ภาคใต้

แนวทางการพัฒนาพื้นที่: **“ฐานเศรษฐกิจสีเขียว ได้มาตรฐานสากล”** โดยการพัฒนาเป็นศูนย์กลางผลิตภัณฑ์ยางพาราและปาล์มน้ำมันของภูมิภาค แหล่งผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในระดับโลก ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้ดังนี้

1. **เสริมสร้างความเข้มแข็งภาคการเกษตร** รักษาฐานการผลิตยางพาราและปาล์มน้ำมันให้เข้มแข็งและยั่งยืน สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตโคเนื้อศรีวิชัยในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย
2. **ยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยว** ส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันและอ่าวไทย และแหล่งท่องเที่ยวบนบกบริเวณพื้นที่ตอนในที่มีศักยภาพสูง
3. **วางระบบป้องกันและแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม** ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการพื้นที่ป่าต้นน้ำ การบังคับใช้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและผังเมืองอย่างเคร่งครัด

2.1.3) ยุทธศาสตร์และแผนงานตามประเด็นสำคัญด้านการเกษตร

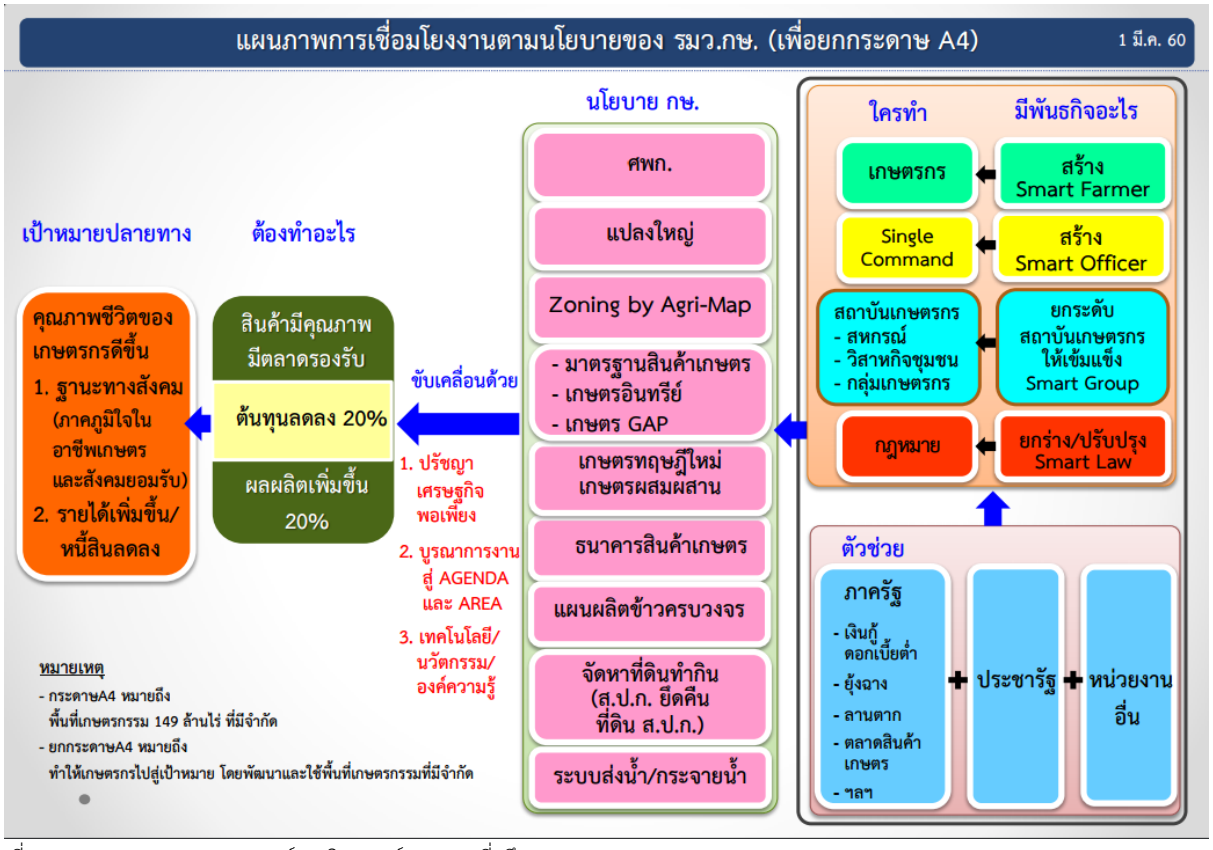
ภาคเกษตรยังคงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพราะนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้แล้ว คนส่วนใหญ่ของประเทศยังมีอาชีพทำการเกษตร โดยผลมาจากการดำเนินนโยบายหลายด้าน รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรทำการเกษตรในแนวทฤษฎีใหม่ช่วยให้รายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกรโดยรวมดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีความแตกต่างของรายได้จากคนในภาคการเกษตรและภาคผลิตอื่นมาก ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตสินค้าเกษตร ขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ การรวมตัวทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศแบบบทวิภาคีและพหุภาคี ได้ส่งผลกระทบที่สำคัญต่อภาคการเกษตรและเกษตรกรของไทย ทำให้ประเทศไทยต้องมีการปรับตัวรับสถานการณ์โดยเฉพาะเกษตรกร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้จัดทำยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) เป็นกรอบใหญ่ในการดำเนินงานสนับสนุนภาคการเกษตร โดยมีวิสัยทัศน์ “เกษตรกรมั่นคง ภาคการเกษตรมั่งคั่ง ทรัพยากรเกษตรยั่งยืน” ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร
ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้า
ยุทธศาสตร์ที่ 3 เพิ่มความสามารถในการแข็งขันภาคการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 4 บริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ

พร้อมด้วยการจัดทำแผนภาพการเชื่อมโยงนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ (เพื่อยกกระดาษ A4) ให้เห็นภาพรวมในการทำงาน ทั้งนี้ในการขับเคลื่อนงานด้านเกษตรในระดับพื้นที่นั้น ต้องการให้ส่วนราชการได้นำแนวคิดเรื่องการเกษตรแบบ Zoning by Agri-Map ผนวกกับการใช้แผนที่ทางภูมิภาคไปช่วยพัฒนาการเกษตรให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่

แผนภาพที่ 2-1: แผนภาพการเชื่อมโยงงานตามนโยบายของ รมว.กษ. (เพื่อยกกระดาษ A4)



ที่มา: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การวิเคราะห์ของคณะที่ปรึกษา

แนวคิด “การยกกระดาษ A4” มีเป้าหมาย คือ ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรให้ดีขึ้น และมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยจะต้องทำให้สินค้าเกษตรมีคุณภาพ ลดต้นทุนให้ได้ร้อยละ 20 และเพิ่มผลผลิตร้อยละ 20 ซึ่งก็คือการดำเนินงานตามนโยบายที่ได้กำหนดในปี พ.ศ. 2559 และต่อเนื่องปี พ.ศ. 2560 สามารถแบ่งเป็น 9 เรื่อง โดยมีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้ การใช้ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) เป็นสถานที่เรียนรู้ จะนำไปสู่การผลิตร่วมกันแบบแปลงใหญ่ หากพื้นที่ที่เกษตรกรทำการผลิตอยู่ในปัจจุบันไม่เหมาะสมจะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปสู่สินค้าที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าโดยอาศัย Agri-Map เป็นเครื่องมือ เกษตรกรต้องผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพตามมาตรฐาน GAP หรือพัฒนาสู่เกษตรอินทรีย์ ในขณะเดียวกันจะต้องสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรให้พออยู่พอกิน จะประยุกต์ใช้เกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรผสมผสานควบคู่กันไป โดยมีการสนับสนุนจากการทำธนาคารสินค้าเกษตร ธนาคารเมล็ดพันธุ์ การสร้างยุ้งฉางเพื่อให้เกษตรกรมีที่เก็บที่

ฝากสินค้าโดยไม่ต้องเร่งขาย โดยมีสินค้าหลักคือ ข้าว ซึ่งต้องดำเนินการผลิตตามแผนข้าวครบวงจร และการทำการเกษตรจะต้องมีระบบส่งน้ำและกระจายน้ำให้ทั่วถึง เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต รวมถึงเกษตรกรที่ไม่มีที่ทำกิน จะต้องเร่งรัดการจัดสรรที่ดินของ ส.ป.ก. ทั้งพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมที่ได้รับจากกรมป่าไม้ ที่ดินที่ยึดคืนตาม ม.44 และที่ดินเอกชนที่จะให้เกษตรกรทำกินตามแนวทางประชารัฐ ทั้งนี้ในการร่วมกันยกกระดาษ A4 จะต้องพัฒนาเกษตรกรให้เป็น Smart Farmer เพื่อให้สามารถนำนโยบายและเทคโนโลยีไปปฏิบัติในแปลงของตนเอง โดยใช้ ศพก.เป็นจุดเรียนรู้ ดังนั้น ภาครัฐต้องพัฒนา ศพก. ให้สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ สนับสนุนการรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์ เพื่อสร้างอำนาจการต่อรอง และพัฒนาไปสู่การดำเนินธุรกิจโดยเกษตรกร จะต้องยกระดับคุณภาพของสหกรณ์ให้เข้มแข็ง ในส่วนของเจ้าหน้าที่ภาครัฐก็ต้องพัฒนาให้เป็น Smart Officer มีความรู้ความสามารถในงานที่ทำ และอาศัยระบบสั่งการแบบ Single Command เพื่อบูรณาการในลักษณะ Agenda และ Area การดำเนินการดังกล่าวข้างต้น จะต้องได้รับการช่วยเหลือและสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่โดยตรง รวมทั้งอาศัยความร่วมมือจากภาคเอกชนในรูปแบบพลังประชารัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

2.1.4) ยุทธศาสตร์และแผนงานตามประเด็นสำคัญด้านอุตสาหกรรม การค้า การลงทุน

ภายใต้โมเดล ประเทศไทย3.0 ส่งผลให้ประเทศไทยเผชิญกับปัญหากับดักประเทศรายได้ขนาดปานกลาง (Middle Income Trap) ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้หรือปัญหาความ ไม่เท่าเทียมกัน (Inequality Trap) และปัญหากับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) อีกทั้งยังมีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ การเติบโตของ GDP ภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยอยู่ที่เพียงร้อยละ 3 ต่อปี การลงทุนเติบโตเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2 ต่อปี มูลค่าการส่งออกภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี และผลิตภาพรวม (Total Factor Productivity: TFP) ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.7 ต่อปี ซึ่งถือว่ายังอยู่ในระดับต่ำและยังไม่มากพอที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวสู่การเป็นประเทศรายได้สูงภายในปี พ.ศ. 2579 ได้ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี

แผนภาพที่ 2-2: การปรับเปลี่ยนสู่เศรษฐกิจที่สร้างการเพิ่มรายได้



ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

การก้าวข้ามปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องมีการปฏิรูปประเทศอีกครั้งด้วยความร่วมมือของทุกภาคส่วนโดยใช้ โมเดลประเทศไทย 4.0 เป็นเครื่องมือในการนำประเทศให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศในโลกที่หนึ่งที่มีความมั่งคั่งและยั่งยืน พัฒนาจากประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูง โดยจะต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตภาคอุตสาหกรรม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) ถือเป็น “ยุคแห่ง Smart Factory ที่เทคโนโลยีและอินเตอร์เน็ตเชื่อมต่อความต้องการผู้บริโภครายบุคคลและกระบวนการผลิต” มีการผสานเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม เช่น การสร้างแบบจำลอง (Simulation) การบูรณาการระบบ (System Integration) การประมวลและเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ (Cloud Computing) การขึ้นรูปชิ้นงานด้วยเนื้อวัสดุ (Additive Manufacturing) การเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตของสิ่งของ (IOT) การใช้เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) การประมวลผลจาก Big Data การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Cyber security) และการใช้หุ่นยนต์อัตโนมัติ (Autonomous Robots)

โดยยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (2560-2579) ของกระทรวงอุตสาหกรรม ที่สามารถใช้ในการวางแนวทางการพัฒนา และนำไปสู่การประยุกต์รายพื้นที่ ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา: เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพิ่มการใช้งานด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการการผลิตในกลุ่ม SMEs เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการฐานนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise: IDE ลดปริมาณของเสียและการปล่อยก๊าซ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ปฏิรูปนิเวศอุตสาหกรรมรองรับอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาปฏิรูปองค์กร : ภาครัฐ รองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายเพิ่มมูลค่าการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายในพื้นที่ เพิ่มการลงทุน R&D เพิ่มจำนวนนักวิจัย เพิ่มจำนวนสิทธิบัตรจดทะเบียนต่อประชากร และเพิ่มจำนวนแรงงานคุณภาพเพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทยกับเศรษฐกิจโลก: ปรับรูปแบบการผลิตของภาคการผลิตให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลกและปรับเปลี่ยนสู่ห่วงโซ่ที่มีมูลค่าสูง พัฒนารูปแบบและเพิ่มการใช้ดิจิทัลเพื่อการจัดหา วัตถุดิบและการทำตลาดระดับโลก เพิ่มการลงทุนของผู้ประกอบการไทยและเพิ่มการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพิ่มการขยายตัวของอุตสาหกรรม กลุ่มเป้าหมายไปยังตลาดต่างประเทศ

โดยกรอบแนวคิดหลักของยุทธศาสตร์นี้จะเน้นการ เสริมสร้างและต่อยอดอุตสาหกรรมหลักที่มีศักยภาพ (First S-curve) ซึ่งเป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมที่มีอยู่แล้วจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยผลิต โดยการลงทุนชนิดนี้จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลางในลักษณะการต่อยอดที่เน้นสร้างรากฐานที่มั่นคง และส่งผลให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเดิมสู่การเป็น Value Added Industrial

ทิศทางการพัฒนาพื้นที่ชายแดน

เนื่องจากพื้นที่ชายแดนเป็นช่องทางการค้าที่สำคัญมากช่องทางหนึ่งของไทยในการเปิดตลาดไปสู่นานาประเทศ จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่ชายแดนเปรียบเสมือนการเตรียมความพร้อมสำหรับระดับการค้าที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในด้านประสิทธิผล ประสิทธิภาพ และผลิตภาพ ซึ่งภาครัฐมีแนวทางการพัฒนาพื้นที่ชายแดนดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนา

1. ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกการลงทุน: ให้สิทธิประโยชน์ ตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ กำหนดการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้สอดคล้องกับกิจกรรมเป้าหมาย และพัฒนาเมืองชายแดนรองรับ
2. พัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่: พัฒนากิจกรรมการผลิต การค้า โลจิสติกส์ บริการ ท่องเที่ยว ยกระดับคุณภาพโดยใช้เทคโนโลยีระดับสูง และวิจัยพัฒนา
3. ส่งเสริมให้ภาคประชาชนและภาคีการพัฒนามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์: เพิ่มศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ ให้ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วม พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม
4. บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วม: การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม แก้ปัญหาขยะมูลฝอย ส่งเสริมการ ลดใช้ ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ มีมาตรการควบคุมผลกระทบที่อาจมีต่อพื้นที่รอบนอก SEZ
5. บริหารจัดการด้านสาธารณสุข แรงงาน และความมั่นคง

2.1.5) ยุทธศาสตร์และแผนงานตามประเด็นสำคัญด้านการท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยที่ผ่านมาในปี 2559 พบว่าทั้งรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดย รายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับ 1,633,154.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.08 จากปีที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 32,529,588 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.71 จากปีที่ผ่านมา รวมไปถึงทั้งวันพักเฉลี่ย และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันมีอัตราเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีและเป็นภาคเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้ให้กับพื้นที่ได้ ทั้งยังสามารถใช้การท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังด้านอื่นๆ ในพื้นที่ เช่น สินค้าชุมชน การบริการในพื้นที่ ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยให้เศรษฐกิจในพื้นที่เติบโตไปด้วยกันได้

ในปัจจุบันการยุทธศาสตร์สนับสนุนการท่องเที่ยวอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว

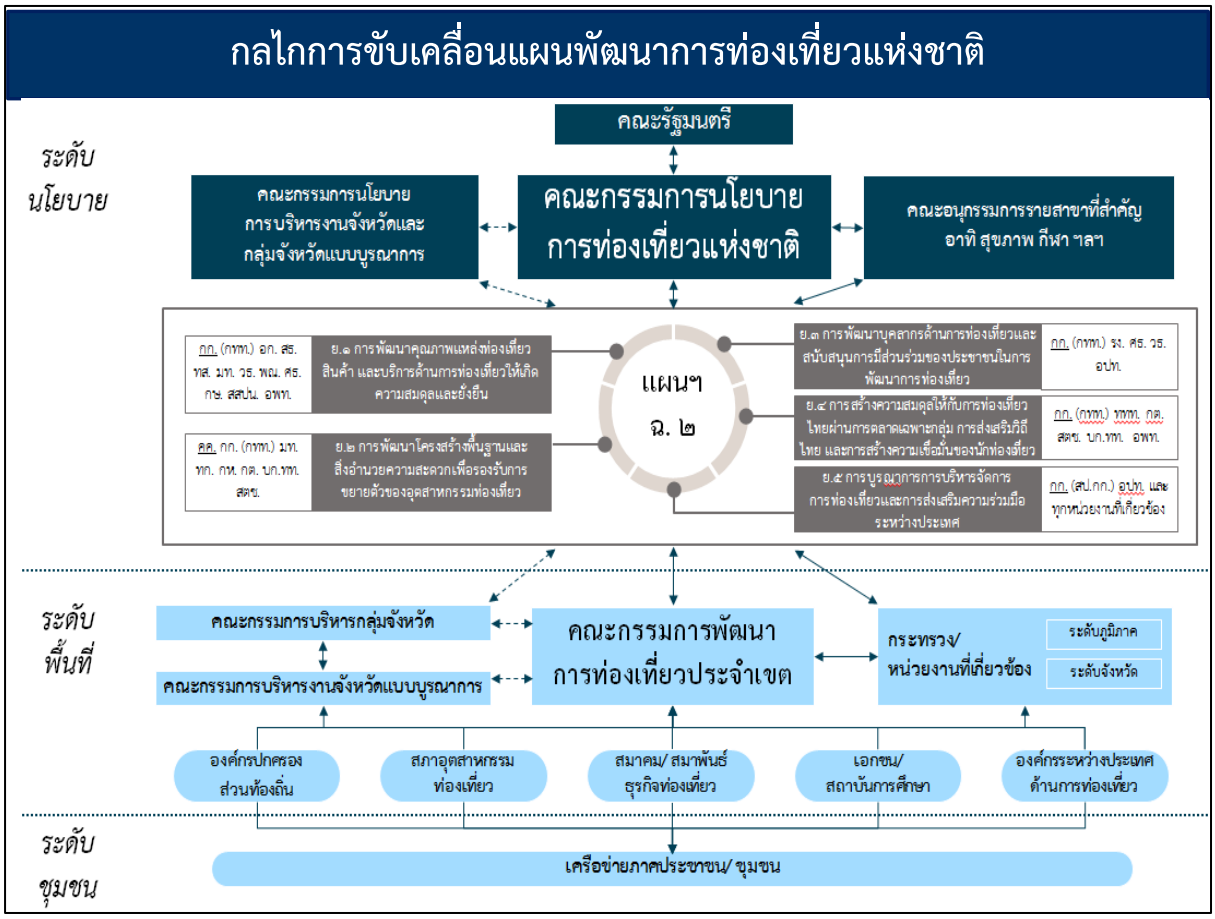
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

พร้อมมีกลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติลงไปถึงระดับเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ไม่เสื่อมโทรม ตามหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พร้อมแผนพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั่วประเทศรวม 9 เขต ดังนี้

แผนภาพที่ 2-3: กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ



1. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ได้แก่ จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา
2. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ได้แก่ จังหวัด นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี
3. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ได้แก่ จังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด
4. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ได้แก่ จังหวัด เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง
5. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ได้แก่ จังหวัด ภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล
6. เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ จังหวัดหนองคาย เลย นครพนม มุกดาหาร และบึงกาฬ
7. .เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ได้แก่ จังหวัดสุโขทัย กำแพงเพชร พิษณุโลก และตาก
8. เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี อ่างทอง ปทุมธานี และนนทบุรี
9. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ ได้แก่ เกาะสมุย พะงัน เกาะเต่า และหมู่เกาะอ่างทอง (กำลังเตรียมการประกาศ)

พร้อมทั้งการมุ่งให้ประเทศไทยเป็น 6 ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอาเซียน ประกอบด้วย 1) ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) ศูนย์การจัดงานแต่งงาน 4) ศูนย์การท่องเที่ยวทางน้ำ 5) ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชื่อมโยง (ASEAN Connect) 6) Gastronomy Tourism

<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u>

ด้านการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ททท. มีความมุ่งมั่นให้ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว สร้างรายได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นการเติบโตของรายได้มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว อีกทั้งให้เกิดการกระจายรายได้ กระจายนักท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นอย่างแท้จริง จึงร่วมกับผู้ประกอบการ กำหนดทิศทางการทำการตลาดแบบเจาะกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน ได้แก่ การเจาะกลุ่มตลาดใหม่ อาทิ กลุ่มมุสลิม กลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ พร้อมทั้งเจาะตลาดใหม่ในเชิงพื้นที่ที่มีศักยภาพในการจ่ายสูง เช่น กลุ่มประเทศ BRIC อาร์เจนตินา่ ยุโรปตะวันออก เป็นต้น การขยายฐานตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยขยายฐานตลาดกลุ่มรายได้ต่อคนตั้งแต่ 20,000 เหรียญสหรัฐ/คน/ปี ขึ้นไป นำเสนอสินค้า luxury และ creative tourism เป็นจุดดึงดูดให้เกิดการใช้จ่าย การรักษาฐานตลาดเดิมที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย อาทิ กลุ่มผู้หญิง กลุ่มครอบครัว และ กลุ่ม Baby Boomer และ การให้ความสำคัญการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ดึงตลาดยุโรปและอเมริกาให้เข้ามาท่องเที่ยวไทยแบบเชื่อมโยงในเส้นทาง ASEAN Connectivity และการเดินทางท่องเที่ยวกันเองในกลุ่ม CLMV

ด้านการส่งเสริมตลาดในประเทศ เน้นการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength From Within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ทำให้คนไทยมองเห็นคุณค่าความเป็นไทย จนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ที่จะร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดย ททท. จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดมุมมองใหม่ทางการท่องเที่ยวจากการสัมผัส และมีส่วนร่วมกับประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทยภายใต้จุดขายเชิง คุณค่าของแต่ละภูมิภาค (ภาคเหนือ-เหนือฝัน ล้านแรงบันดาลใจ ภาคอีสาน-อีสานแซ่บนัว ภาคกลาง-สุขกลางใจ ใกล้แค่เอื้อม ภาคตะวันออก-สีสันตะวันออก และภาคใต้-ปักษ์ใต้ ปักหมุดหยุดเวลา) เพื่อให้เกิดการส่งต่อประสบการณ์ ความรู้ และความประทับใจจากการ ท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น (User-Generated Content) ในรูปแบบ Viral Marketing ทั้งนี้ในปี 2561 ที่กำลังจะถึง ทาง ททท. ได้กำหนด Theme ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวให้เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน 2561” (Amazing Thailand Tourism Year 2018) เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความพร้อม บนพื้นฐานความโดนเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน สอดคล้องกับกระแสความต้องการของประชากรโลก และ เจตนารมณ์ของ UNWTO และมุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวคุณภาพและรักษาฐานตลาดเดิมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

จากผลการศึกษาภาพรวมยุทธศาสตร์ด้านการเกษตร ด้านอุตสาหกรรม การค้า การลงทุน และด้านการท่องเที่ยว พร้อมกับทิศทางการพัฒนาของพื้นที่ตามนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้อง มีสรุปกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจ แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 2-1: ภาพรวมทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจสามารถจำแนกรายกลุ่มจังหวัด

<table>
<tr><th>กลุ่มจังหวัด</th><th>ทิศทางการพัฒนา
ด้านการเกษตร</th><th>ทิศทางการพัฒนา
ด้านการอุตสาหกรรม
การค้า และการลงทุน</th><th>ทิศทางการพัฒนา
ด้านการท่องเที่ยว</th></tr>
<tr><td rowspan="2">กลุ่มที่ 1 (กาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี สุพรรณบุรี)</td><td colspan="2">สินค้าและบริการด้านสุขภาพ (แหล่งผลิตสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรมเพื่อการส่งออก)</td><td rowspan="2">ท่องเที่ยวอารยธรรมทวารวดี (ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม)</td></tr>
<tr><td></td><td>ประตูเศรษฐกิจสู่เอเชีย (การค้าการลงทุนสู่สากล)</td></tr>
<tr><td>กลุ่มที่ 2 ประจวบฯ เพชรบุรี) (สมุทรสาคร สมุทรสงคราม</td><td colspan="2">● การเกษตร (เกษตรแปรรูป)
● การประมง (ประมง ประมงชายฝั่ง ประมงแปรรูป)</td><td>การท่องเที่ยว (เชิงธรรมชาติ ทะเล นิเวศ วัฒนธรรม เกษตร)</td></tr>
<tr><td>กลุ่มที่ 3 (นนทบุรี ปทุมธานี สระบุรี พระนครศรีอยุธยา)</td><td colspan="2">อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์และเกษตรเชิงสร้างสรรค์</td><td>การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม</td></tr>
<tr><td>กลุ่มที่ 4 (ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง)</td><td colspan="2">พัฒนาการตลาด ระบบ Logistics และการผลิตอาหารปลอดภัย</td><td>สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวจากฐานความรู้ทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น</td></tr>
<tr><td>กลุ่มที่ 5 (ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว นครนายก สมุทรปราการ)</td><td>แหล่งผลิตเกษตรปลอดภัย (พืชผัก ปลากะพง ไข่ไก่ และสุกร)</td><td>● อุตสาหกรรมเชิงนิเวศเกษตรแปรรูปและสมุนไพร
● เส้นทาง การค้าการลงทุน การคมนาคม และการค้าภาคตะวันออกของไทยสู่อินโดจีน</td><td>แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สุขภาพ และ วัฒนธรรม</td></tr>
</table>

กลุ่มจังหวัด	ทิศทางการพัฒนาด้านการเกษตร	ทิศทางการพัฒนาด้านการอุตสาหกรรม การค้า และการลงทุน	ทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
กลุ่มที่ 6 (จันทบุรี ชลบุรี ระยอง ตราด)	เกษตรคุณภาพปลอดภัยเพื่อการส่งออก	● อุตสาหกรรมสีเขียว ● การค้าและการลงทุนในพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ (ท่าเทียบเรือ เศรษฐกิจชายแดน)	การท่องเที่ยวที่หลากหลาย (ชายทะเล เชิงนิเวศ ท่องเที่ยวโดยชุมชน)
กลุ่มที่ 7 (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน)	Food Valley (เกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย)	● Northern Land port (สนามบินนานาชาติ การค้าชายแดน โลจิสติกส์และนิคมอุตสาหกรรม) ● Health and Wellness (ศูนย์กลางการแพทย์ ภูมิปัญญาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ)	เมืองท่องเที่ยวสู่สากล (ท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมและสร้างสรรค์)
กลุ่มที่ 8 (น่าน พะเยา เชียงราย แพร่)	สินค้าเกษตรคุณภาพดีและปลอดภัย (ข้าว ลำไย ยางพารา โคเนื้อ สมุนไพร)	ศูนย์กลางการขนส่งและการกระจายสินค้าเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศ GMS, AEC และด่านการค้าชายแดน	ศูนย์กลางเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
กลุ่มที่ 9 (ตาก พิษณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์)	เกษตร (ข้าว อ้อย มัน สำปะหลัง แปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร)	การค้าชายแดน อุตสาหกรรม โลจิสติกส์	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์
กลุ่มที่ 10 (กำแพงเพชร พิจิตร นครสวรรค์ อุทัยธานี)	การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย	-	การท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ได้มาตรฐาน
กลุ่มที่ 11 (หนองคาย เลย อุดรธานี หนองบัวลำภู บึงกาฬ)	เกษตร: เกษตรอินทรีย์ในทุกกระบวนการผลิต	พัฒนาเศรษฐกิจ: เศรษฐกิจดี เดินทางสะดวก มีระบบสาธารณูปโภคที่มีมาตรฐาน มีการเปิดพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ และนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่	ท่องเที่ยว: ประวัติศาสตร์ อารยธรรม ประเพณีวัฒนธรรม

กลุ่มจังหวัด	ทิศทางการพัฒนาด้านการเกษตร	ทิศทางการพัฒนาด้านการอุตสาหกรรม การค้า และการลงทุน	ทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
กลุ่มที่ 12 (นครพนม มุกดาหาร สกลนคร)	การเกษตร: พัฒนาการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการเกษตร	การลงทุน: เพิ่มขีดความสามารถด้านการค้าการลงทุนแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ส่งเสริมนวัตกรรม	การท่องเที่ยว: ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม
กลุ่มที่ 13 (นครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์)	● แหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย (ข้าวหอมมะลิ มันสำปะหลัง โคเนื้อ กระบือ และแพะ) ● แหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ไหมระดับประเทศ	ประตูสู่อีสาน และเชื่อมโยงการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน	แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมเชิงนิเวศน์ การกีฬาที่มีชื่อเสียง
กลุ่มที่ 14 (อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร อุบลราชธานี)	อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและเกษตรอินทรีย์เพิ่มมูลค่า (ข้าวหอมมะลิ พืชเศรษฐกิจ ปศุสัตว์และประมง เกษตรอินทรีย์)		การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (วัฒนธรรม ธรรมชาติ อารยธรรมขอม เชิงอนุรักษ์)
		การค้าชายแดนได้มาตรฐานสากล	
กลุ่มที่ 15 (ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์)	แหล่งผลิตพลังงานทดแทน (มันสำปะหลัง อ้อย)		ท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรมและยุคก่อนประวัติศาสตร์
	ฐานการผลิตและแปรรูปการเกษตรที่ได้มาตรฐาน (ข้าวเหนียวเขาวง ข้าวหอมมะลิ) ไหมไทยสู่สากล		
กลุ่มที่ 16 (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง)	การเพิ่มมูลค่าภาคการผลิตเกษตร ประมง และปศุสัตว์ ให้มีมาตรฐานความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		การท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานและคุณภาพระดับโลก
กลุ่มที่ 17 (ชุมพร สุราษฎร์ธานี พัทลุง นครศรีธรรมราช)	● ศูนย์กลางการสร้างสรรค์เศรษฐกิจ การเกษตร (ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ไม้ผล ประมง ปศุสัตว์) ● เครือข่ายคมนาคมโลจิสติกส์เชื่อมโยงภูมิภาค		ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ
กลุ่มที่ 18 (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)	การสร้างมูลค่าเพิ่มยางพารา	การค้าชายแดน การลงทุนและระบบโลจิสติกส์	การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม

2.2 จุดประกายความคิดด้วยแนวคิดการวิเคราะห์ดักอนาคต (Prospective Analysis)

ในการพัฒนาและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม สิ่งสำคัญประการแรกที่ต้องทำความเข้าใจความหมายของคำว่า “ยุทธศาสตร์ (Strategy)” โดยตารางข้างล่างนี้ แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างของการเปรียบเทียบระหว่างงานที่เป็นงานเชิงยุทธศาสตร์ กับงานที่ไม่ใช่งานเชิงยุทธศาสตร์

ตารางที่ 2-2: ตัวอย่างการเปรียบเทียบรูปแบบงานที่เป็นงานเชิงยุทธศาสตร์และงานที่ไม่ใช่เชิงยุทธศาสตร์

งานเชิงยุทธศาสตร์	งานที่ไม่ใช่เชิงยุทธศาสตร์
● การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ● การปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ● การขับเคลื่อนองค์กรสู่อนาคตอย่าง ● เติบโตและเข้มแข็ง ● สรุป: การบริหาร ”ดักอนาคต“	● งานปกติตามอำนาจหน้าที่ ● งานประจำวัน ● การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ● การตัดสินใจโดยยึดหลักกฎหมาย ● การแก้ปัญหาที่ยึดวิธีการในอดีต ● การทำงานตามคำสั่ง

2.2.1) การวิเคราะห์เพื่อการพัฒนายุทธศาสตร์

ทั้งนี้ ก่อนที่จะมีการพัฒนายุทธศาสตร์ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพก็จะต้องมีการวิเคราะห์ (Analysis) ที่เหมาะสมด้วย โดยตามหลักการแล้ว การวิเคราะห์นั้นอาจหมายรวมถึงกระบวนการการแยกแยะ (Separation) สาระ (Substance / Matter) ออกเป็นส่วนประกอบย่อยๆ (Constituent elements) เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ของส่วนประกอบย่อยๆ (Relationship of Constituent elements) ซึ่งประเภทของการวิเคราะห์อาจมีได้ทั้งการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ก็ได้

ตัวอย่างของการวิเคราะห์ข้อมูลที่มาใช้ประโยชน์ในการวางแผนยุทธศาสตร์นั้นมีหลากหลายมาก ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์บริบทและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดยุทธศาสตร์ อาทิ การวิเคราะห์ศักยภาพตั้งแต่การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ผ่านเครื่องมือ (PEST Analysis) ประกอบกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในโดยการประเมินสถานการณ์ในมิติต่างๆ เช่น ภาพรวมเศรษฐกิจ ที่ตั้ง ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร เป็นต้น ซึ่งท้ายที่สุดนำมาสู่การวิเคราะห์ศักยภาพผ่านกรอบแนวคิด SWOT Analysis ก่อนที่จะมีการนำผลจากการวิเคราะห์ดังกล่าวไปพัฒนายุทธศาสตร์ต่อไป

การวิเคราะห์ที่เป็นภาพย่อยลงอีกระดับหนึ่งคือการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ที่มักจะมีการใช้ข้อมูลที่หลากหลายที่สะท้อนต่อผลการดำเนินงานหรือการตอบรับของผลิตภัณฑ์มาเทียบเคียงกัน อาทิ ยอดขาย /ยอดส่งออก ความพึงพอใจของผู้บริโภค ระดับมาตรฐานและคุณภาพ ปริมาณการการผลิต จำนวนตามความต้องการของผู้ซื้อ หรือแม้กระทั่งการสร้างรายได้ให้ผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก ข้อมูลดังกล่าวนี้แม้ว่าอาจจะไม่ได้สะท้อนศักยภาพในภาพใหญ่ทั้งหมด แต่ก็สามารถช่วยชี้นำไปสู่การพัฒนาโครงการหรือแผนงานที่เกี่ยวข้องได้

ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

การขับเคลื่อนและบริหารยุทธศาสตร์ในพื้นที่นั้น มีประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญที่หลากหลายมาก พื้นที่สามารถเลือกที่จะดำเนินการทุกอย่าง หรือจะเลือกที่จะขับเคลื่อนเฉพาะบางประเภทก็ได้เช่นกัน แนวคิดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) นับว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจในการเลือกที่ขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์หรือสินค้าบางประเภทได้ โดยอาศัยหลักการของการประเมินและคัดเลือกประเด็นให้ชัดมากที่สุด เพื่อที่จะพัฒนาโครงการและสนับสนุนงบประมาณไปในเรื่องที่ชัดเจนมากที่สุด ตัวอย่างเช่น

- เศรษฐกิจ -> เกษตร -> พืช -> ข้าว -> ข้าวหอมมะลิ
- เศรษฐกิจ -> ท่องเที่ยว -> ท่องเที่ยวธรรมชาติ -> ท่องเที่ยวทางทะเล

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าหากสามารถเจาะลึกลงไปในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพมากเพียงใด ก็จะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงการหรือแผนงานที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจงกับผลิตภัณฑ์นั้นได้มากขึ้น

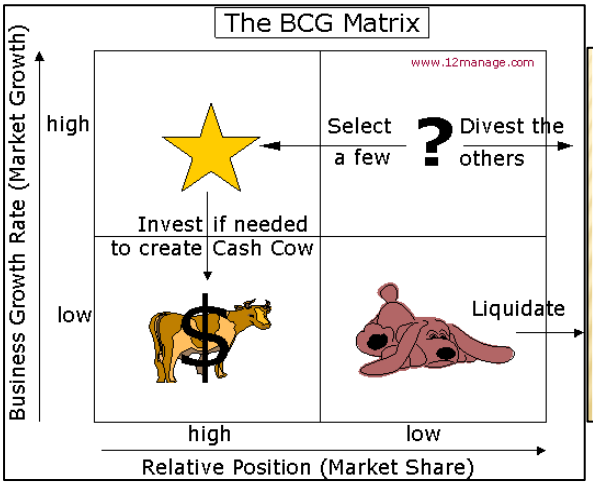
เพื่อให้การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ศักยภาพมีความเหมาะสมและสะท้อนศักยภาพที่แท้จริงของพื้นที่ได้อย่างจริงจัง จึงมีกานำเครื่องมือที่เรียกกันว่า “BCG Matrix Model” เข้ามาใช้เป็นหนึ่งในเครื่องมือหลักในการประเมิน ตามหลักการนั้น BCG Matrix Model คือ แบบจำลองใช้วิเคราะห์ว่าตลาดสินค้าหนึ่งๆ ว่ามีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา เกณฑ์ 2ซึ่งประกอบไปด้วย

1) ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ (Relative Market Share) เป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าส่วนแบ่ง 7 ตลาดของสินค้านั้นๆ มีส่วนแบ่งการตลาดเมื่อเทียบกับสินค้าคู่แข่งเป็นอย่างไร

2) อัตราเติบโตของตลาด (Market Growth Rate) คืออัตราการเติบโตของตลาดสินค้าประเภทนั้น มีอัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าทั้งตลาดเป็นอย่างไร

ซึ่งหลังจากที่มีนำข้อมูลของผลิตภัณฑ์มาพิจารณาตามเกณฑ์ข้างต้นแล้ว ก็จะต้องมีการนำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาและเปรียบเทียบร่วมกันตามกรอบในแผนภาพข้างล่างนี้

แผนภาพที่ 2-4: แนวทางการประเมินผลิตภัณฑ์ตาม BCG Matrix Model



Star : ตลาดเติบโตสูง และมี Market Share สูง ควรขยายตลาด ลงทุนเพิ่ม เช่น Eco car	Question marks : ความสามารถในการแข่งขันต่ำ แต่มี Market growth สูง แสดงว่ามีโอกาสดี แต่ Market Share ยังต่ำ เช่น Smartphone
Cash cows : ธุรกิจที่ Market growth ต่ำ แต่ Market Share ยังสูงอยู่ เช่น รถกระบะ 2 ตัน	Dogs: ธุรกิจที่ไม่โต และมีจุดอ่อนเยอะ มี Market Share ต่ำ Market growth ต่ำ เช่น เทปคาสเซท

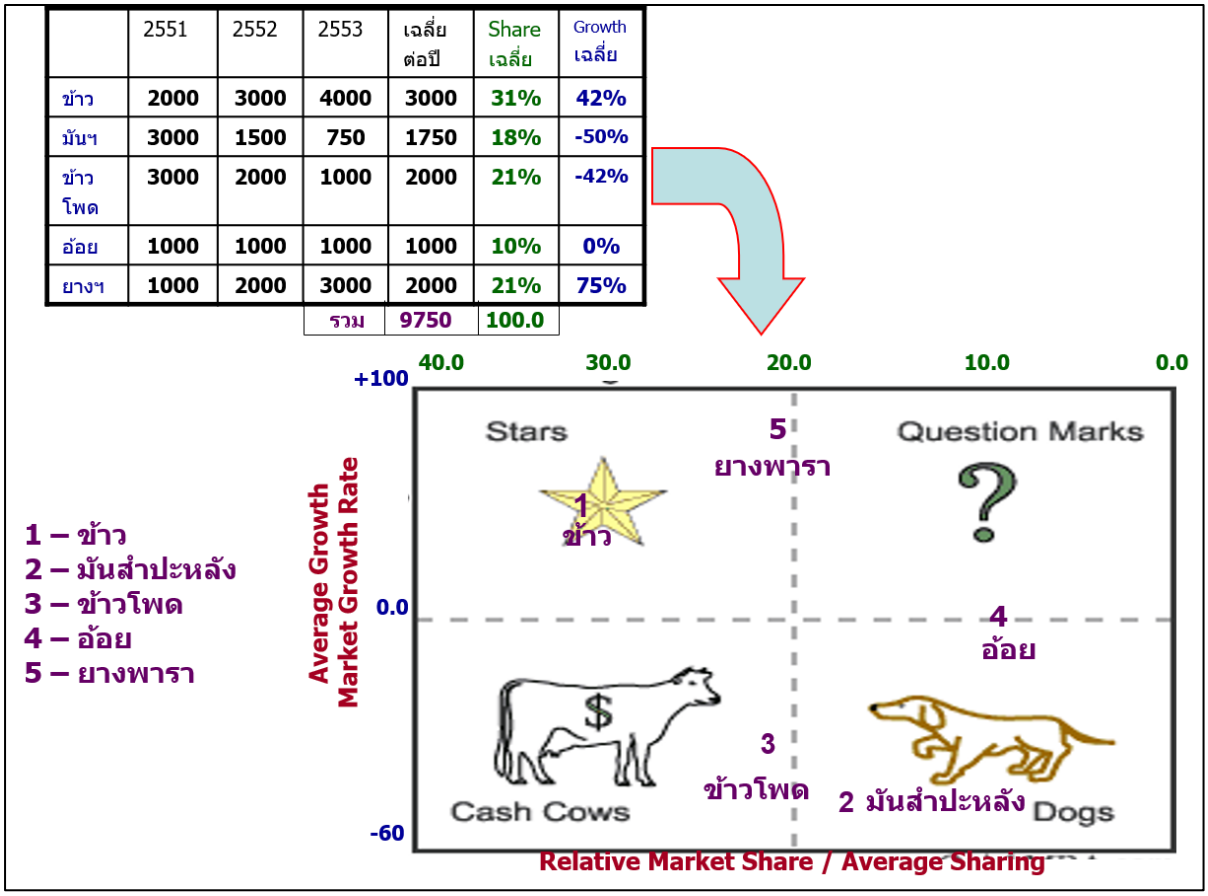
จากแผนภาพจะเห็นได้ว่าหากผลิตภัณฑ์ใดที่ตกอยู่ในช่อง ดาว (Star) นั้น จะถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง แต่หากตกในช่องวัว (Cash Cow) หรือเครื่องหมายคำถาม (Question Mark) อาจแสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่อาจยังมีโอกาสสร้างมูลค่าหรือเติบโตในตลาดได้อยู่ แต่หากผลิตภัณฑ์นั้นตกอยู่ในช่องสุนัข (Dog) ก็อาจแสดงว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียจุดแข็งไปแล้ว และมีแนวโน้มไม่ได้รับการตอบรับสูง

ตัวอย่างในแผนภาพข้างล่างนี้ แสดงให้เห็นถึงแนวทางการคำนวณและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพในกลุ่มของสินค้าเกษตร ซึ่งจะเห็นได้ว่า ข้าวและยางพารา เป็นพืชที่ตกในช่องดาว (Star) แสดงให้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง ในขณะที่มันสำปะหลังตกอยู่ในช่องสุนัข (Dog) แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่กำลังลดลง

ทั้งนี้ แม้ว่าเครื่องมือดังกล่าวจะมีประโยชน์ในการวิเคราะห์ แต่ข้อจำกัดสำคัญของการใช้งานเครื่องมือดังกล่าวนั้น คือการวิเคราะห์เปรียบเทียบควรเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพื่อป้องกันการอคติของข้อมูล (Bias)

แผนภาพที่ 2-5: ตัวอย่างการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เกษตรตาม BCG Matrix Model

	2551	2552	2553	เฉลี่ยต่อปี	Share เฉลี่ย	Growth เฉลี่ย
ข้าว	2000	3000	4000	3000	31%	42%
มันฯ	3000	1500	750	1750	18%	-50%
ข้าวโพด	3000	2000	1000	2000	21%	-42%
อ้อย	1000	1000	1000	1000	10%	0%
ยางฯ	1000	2000	3000	2000	21%	75%
			รวม	9750	100.0	

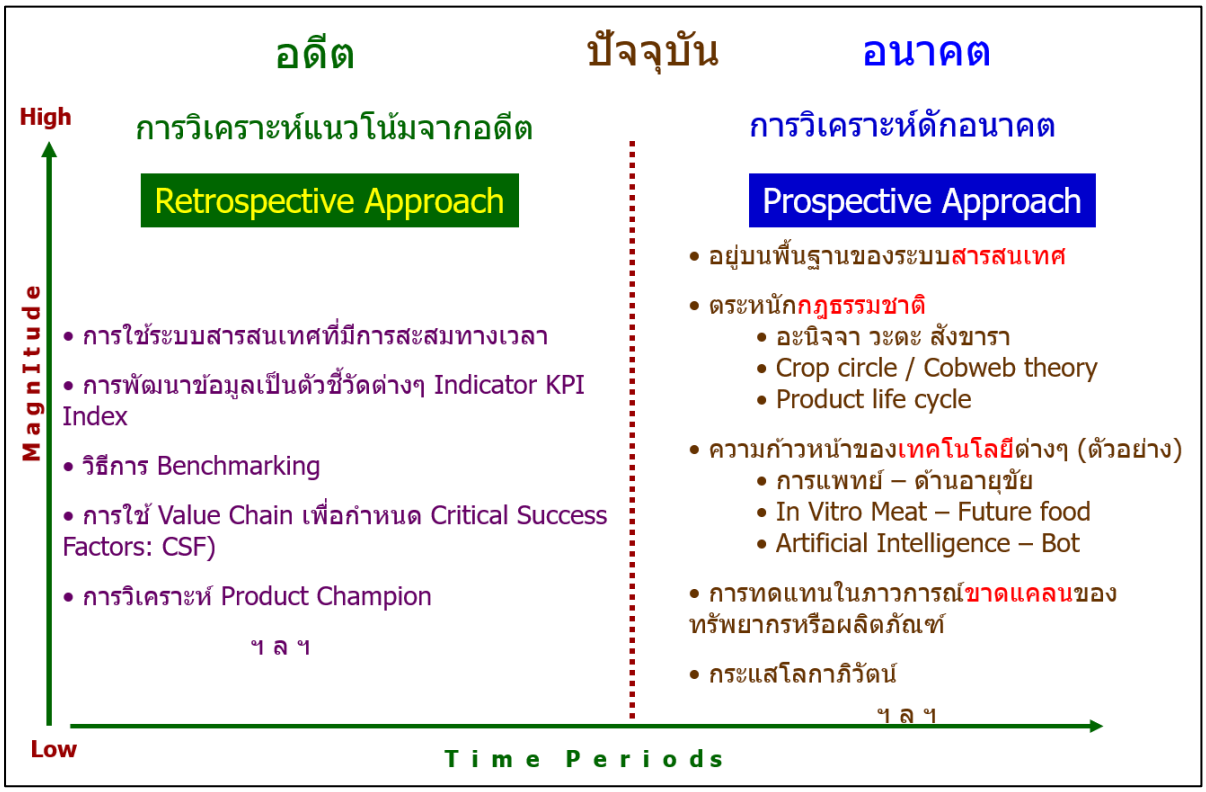


2.2.2) การวิเคราะห์ดักอนาคต (Prospective Analysis)

เป็นที่น่าสังเกตว่าจากเนื้อหาในส่วนของการวิเคราะห์ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ล้วนเป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลที่เกิดขึ้นจากอดีตทั้งสิ้น หรือที่เรียกว่า Retrospective Analysis โดยจะเป็นการนำข้อมูลที่ผ่านมาเพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวโน้ม หารูปแบบ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์สิ่งที่สามารถปรับปรุงหรือพัฒนาได้ในอนาคต และแม้การวิเคราะห์ที่กล่าวมาเป็นรูปแบบการวิเคราะห์ที่มีการดำเนินการกันอย่างแพร่หลาย แต่ด้วยสถานการณ์พร้อมๆกับผลวัตรการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นบนโลกในปัจจุบันนั้นรวดเร็วและรุนแรงมาก การวิเคราะห์โดยการอ้างอิงจากข้อมูลในอดีตเพียงอย่างเดียว อาจไม่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ (Radical Change) ที่ส่งผลกระทบในวงกว้างได้ ด้วยเหตุนี้จึงมีแนวคิดในการนำเอาประเด็นหรือแนวโน้มสำคัญที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตเข้ามาเพื่อใช้วิเคราะห์และดักอนาคตหรือสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นได้ หรือที่เรียกว่า Prospective Analysis

การวิเคราะห์ดักอนาคต (Prospective Analysis) จะเป็นการจับกระแส เทคโนโลยี หรือการพัฒนาที่สำคัญที่เกิดขึ้นบนโลกในทุกระดับ และนำมาพิจารณาร่วมกับสิ่งที่พัฒนาอยู่ เพื่อใช้ในการคาดการณ์ พร้อมๆกับร่วมพัฒนาให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคตขึ้นมาได้ ซึ่งแผนภาพข้างล่างนี้ ได้เปรียบเทียบสรุปแนวคิดของรูปแบบการวิเคราะห์แบบ Retrospective และ Prospective ไว้ดังนี้

แผนภาพที่ 2-6: การเปรียบเทียบการวิเคราะห์แบบ Retrospective และ Prospective



2.2.3) ตัวอย่างของการพัฒนาในปัจจุบันที่สามารถนำเข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ดักอนาคต

1. ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence)

ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือ เอไอ (AI) หมายถึง ความฉลาดเทียมที่สร้างขึ้นให้กับสิ่งที่ไม่มีชีวิต ปัญญาประดิษฐ์เป็นสาขาหนึ่งในด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ และวิศวกรรมเป็นหลัก แต่ยังรวมถึงศาสตร์ในด้านอื่นๆอย่างจิตวิทยา ปรัชญา หรือชีววิทยา ซึ่งสาขาปัญญาประดิษฐ์เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการการคิด การกระทำ การให้เหตุผล การปรับตัว หรือการอนุมาน และการทำงานของสมอง แม้ว่าดังเดิมนั้นเป็นสาขาหลักในวิทยาการคอมพิวเตอร์ แต่แนวคิดหลายๆ อย่างในศาสตร์นี้ได้มาจากการปรับปรุงเพิ่มเติมจากศาสตร์อื่นๆ โดยในปัจจุบันมีการนำ AI ไปดัดแปลงเข้ากับการใช้งานในหลากหลายอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และใช้แรงงานน้อยลงอีกด้วย

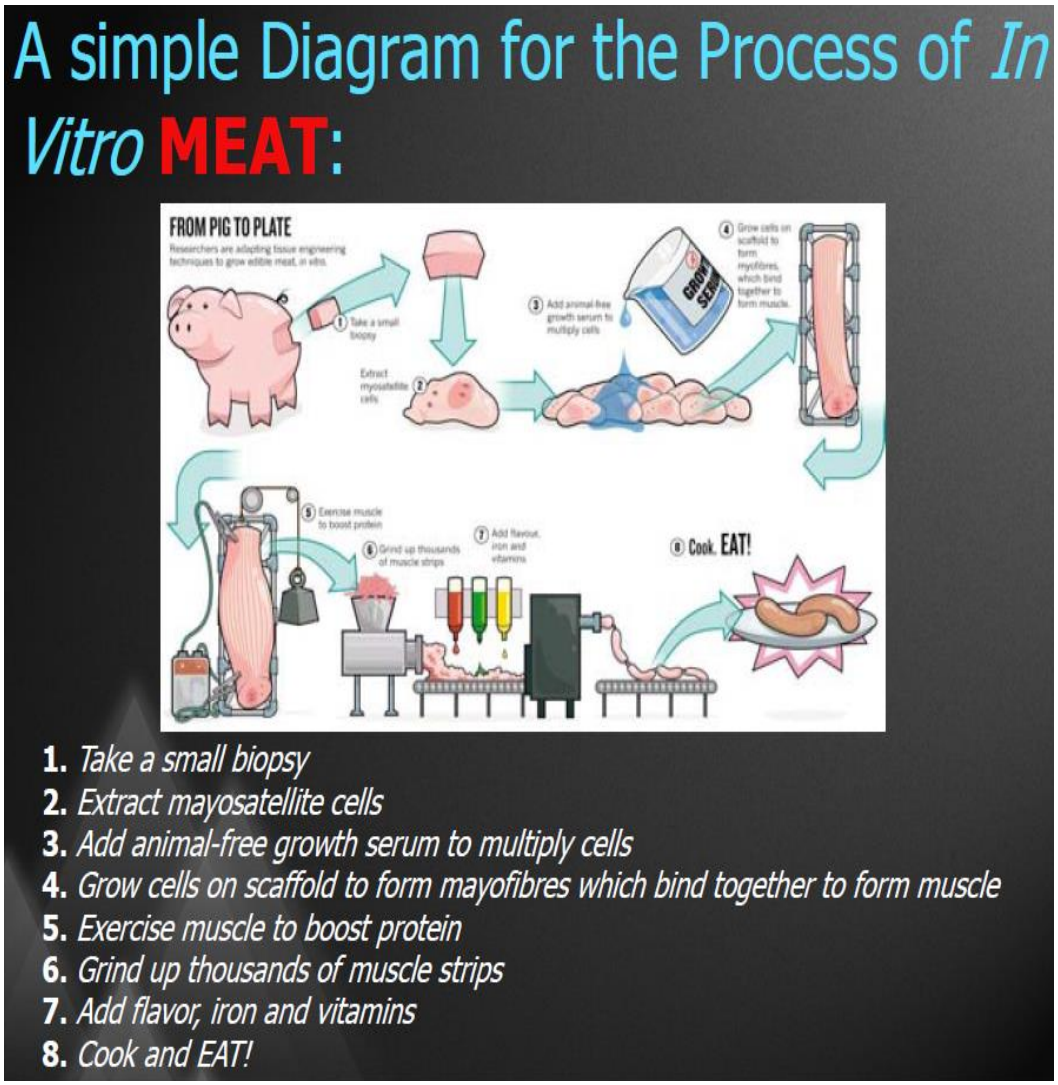
แผนภาพที่ 2-7: ตัวอย่างการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในงานประเภทต่างๆ



2. เทคโนโลยีวิศวกรรมเนื้อเยื่อ (In Vitro Meat)

เทคโนโลยีวิศวกรรมเนื้อเยื่อ ที่สกัดเนื้อเยื่อที่ดี ที่ดีที่ต้องการ และสามารถผลิตเนื้อสัตว์ด้วยการสร้างอุตสาหกรรมผลิตเนื้อสัตว์จากตัวอย่างเนื้อเยื่อสัตว์ที่ดีที่ต้องการ ทำให้สามารถผลิตเนื้อสัตว์ด้วยระบบอุตสาหกรรม โดยไม่ต้องใช้วิธีแบบเดิมในการเลี้ยงสัตว์ส่งผลให้สามารถเพิ่มปริมาณได้มาก อย่างรวดเร็ว ต้นทุนต่ำ และควบคุมรูปแบบเนื้อสัตว์ตามที่ต้องการ พร้อมกับลดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการเลี้ยงสัตว์ได้ด้วย โดยปัจจุบัน In Vitro Meat นี้ กำลังอยู่ในช่วงทดลอง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยคาดว่าในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า อาจเริ่มมีการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ก็เป็นได้

แผนภาพที่ 2-8: ตัวอย่างขั้นตอนการผลิต In Vitro Meat

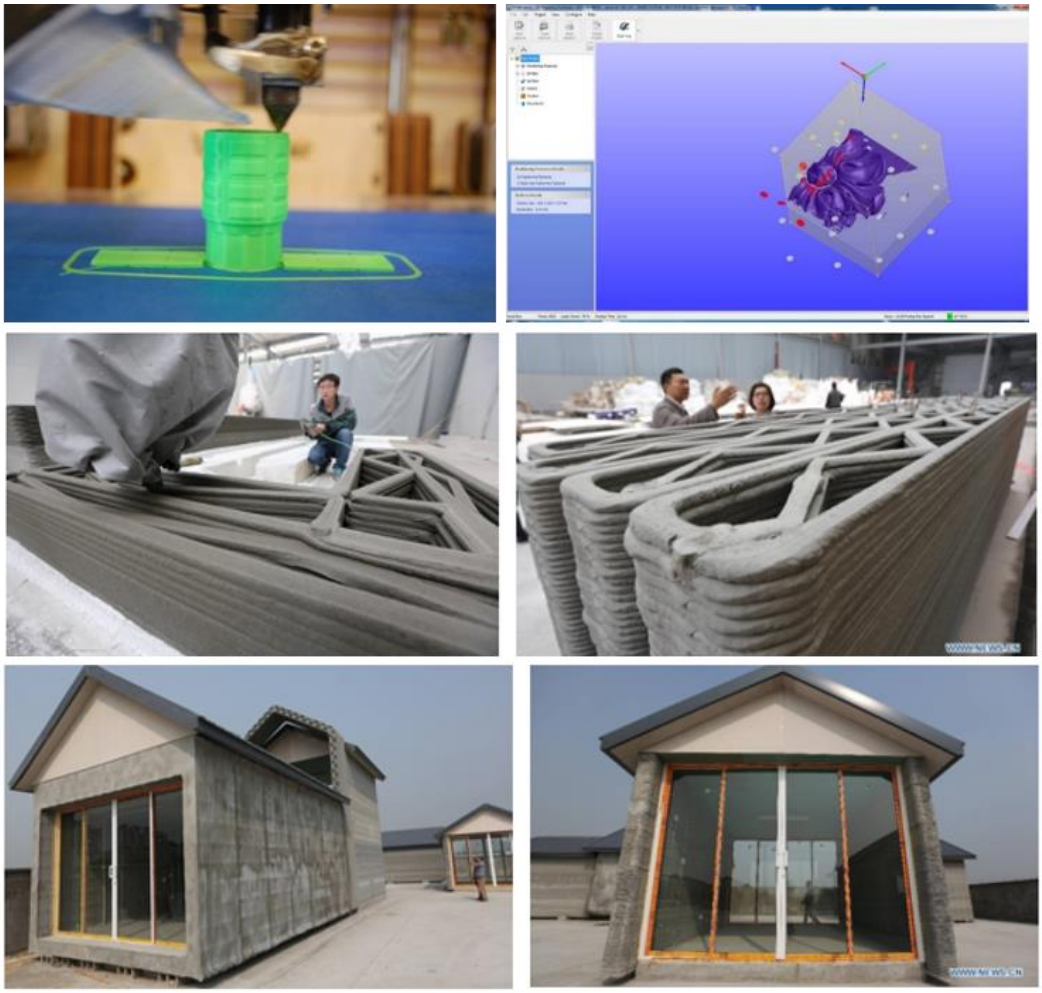


3. เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ (3D Printing)

เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ (3D Printing) เป็นการแปลงแบบจำลองสามมิติในรูปแบบไฟล์ออกมาขึ้นรูปเป็นรูปทรงจริงด้วยการเทคนิคการพิมพ์หลายแบบอาทิ การพิมพ์แบบหัวฉีด การพิมพ์ด้วยแสงเลเซอร์ วัสดุในการขึ้นรูปหลักคือพลาสติก เศษคอนกรีต ฉนวนใยแก้ว เศษข้าว หรือเศษวัตถุดิบจากการเกษตร โดยเทคโนโลยีนี้สามารถใช้ในการสร้างสิ่งของได้หลายขนาดตั้งแต่ถ้วยชามขนาดเล็กไปจนถึงบ้านพักอาศัยที่มีความสูงหลายชั้น

เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ (3D Printing) ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาใช้เป็นนวัตกรรมในหลายอุตสาหกรรม รวมถึงการก่อสร้างอาคารซึ่งสามารถช่วยประหยัดเวลา วัสดุและแรงงานได้อย่างมีนัยสำคัญ ตัวอย่างของบริษัทที่มีการนำเทคโนโลยี 3D Printing มาใช้งานคือ บริษัท WinSun Decoration Design Engineering ในสาธารณรัฐจีนได้นำเทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิตินี้มาใช้ในการสร้างอาคาร 3 ชั้น และอพาร์ทเมนต์ 5 ชั้น โดยสามารถประหยัดวัตถุดิบในการก่อสร้างได้มากกว่าร้อยละ 60 รวมถึงช่วยลดเวลาและแรงงานที่ต้องใช้ในการก่อสร้างได้อย่างมาก

แผนภาพที่ 2-9: ตัวอย่างการก่อสร้างด้วย 3D Printing

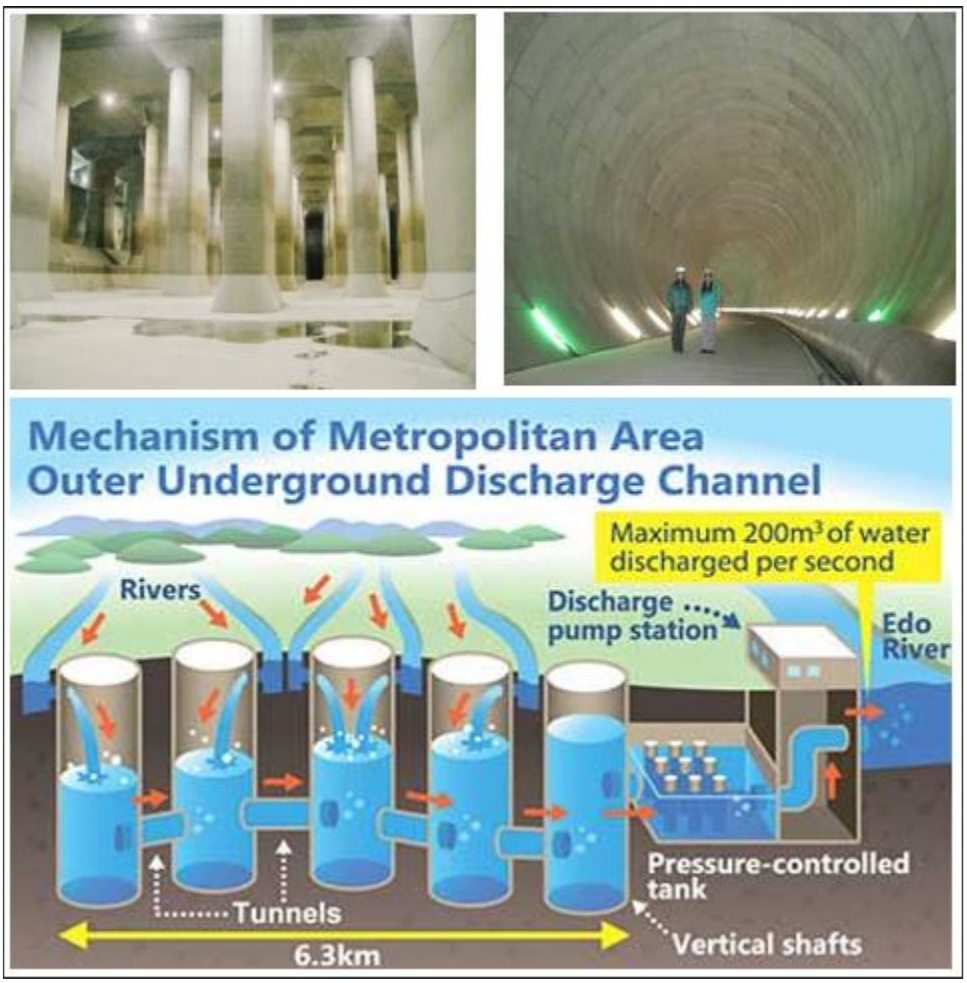


4. ระบบอุโมงค์ยักษ์ (Underground Tunnels)

เป็นการก่อสร้างอุโมงค์ไว้ใต้เมืองเพื่อใช้ระบายน้ำจากเหตุอุทกภัยหรือฝนตกหนักอย่างต่อเนื่องในพื้นที่เมืองที่มีขนาดใหญ่ซึ่งมีระยะห่างจากแม่น้ำไม่มากนักเพื่อช่วยในการระบายน้ำ การก่อสร้างอุโมงค์มักจะถูกก่อสร้างขึ้นในพื้นที่ทีเป็นที่ลุ่มต่ำซึ่งไม่สามารถระบายน้ำออกจากพื้นที่ด้วยการไหลตามธรรมชาติได้อย่างรวดเร็ว

กรณีอุโมงค์ยักษ์ของเมืองโตเกียวประเทศญี่ปุ่นภายใต้โครงการ G-Cans Project เป็นกรณีศึกษาสำคัญที่ออกแบบอุโมงค์รับน้ำจำนวน 5 จุดกระจายทั่วเมือง และมีระยะทางกว่า 6.3 กิโลเมตรเพื่อระบายน้ำไปยังแม่น้ำเอโดะ โดยสามารถผลักดันน้ำได้ในปริมาณกว่า 200 ตันต่อวินาที ด้วยงบประมาณการก่อสร้างมากว่า 670 ล้านบาท และใช้ระยะเวลาก่อสร้างมากกว่า 17 ปี

แผนภาพที่ 2-10: ตัวอย่างการพัฒนาอุโมงค์ยักษ์เพื่อบริหารจัดการน้ำในประเทศญี่ปุ่น



2.3 การวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด และแนวทางการใช้เครื่องมือ Benchmarking

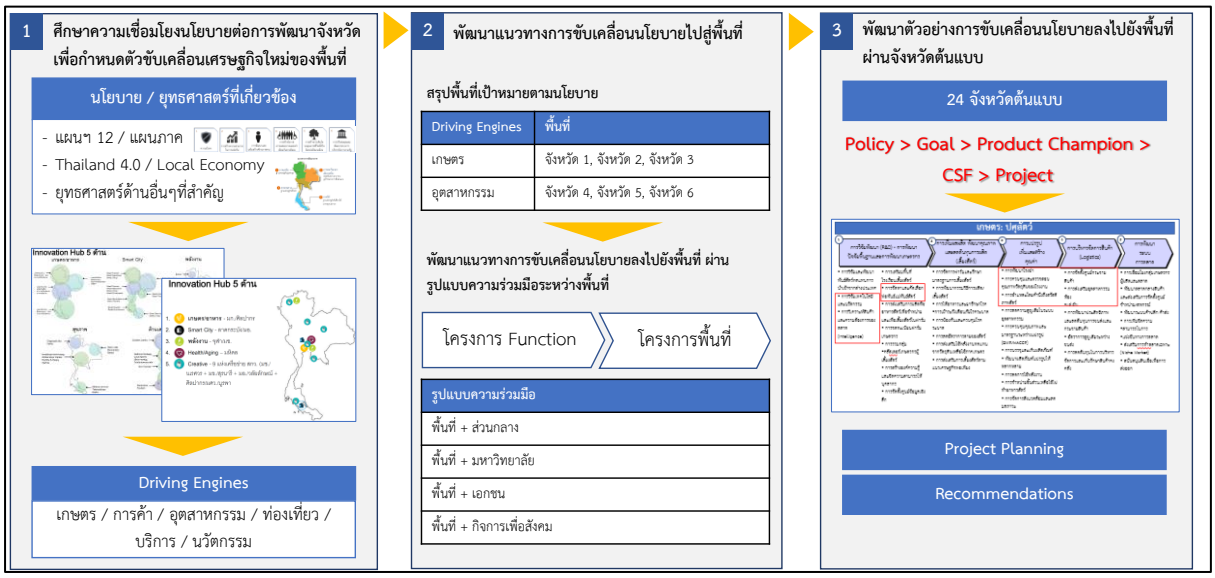
การนำเสนอในหัวข้อการวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด และแนวทางการใช้เครื่องมือ Benchmarking นี้ เป็นการนำเสนอภาพรวมหลักการของการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทิศทางการดำเนินงานของพื้นที่ ทั้งในส่วนของการประเมินนโยบายที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานผ่านตัวชี้วัดการพัฒนา ตลอดจนการกำหนดทิศทางการพัฒนาในด้านต่างๆ ผ่านแนวคิดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)

ทั้งนี้ การนำเสนอจะแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อใหญ่ด้วยกัน ประกอบด้วย 1) แนวทางการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัด 2) เครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจังหวัด ซึ่งจะเป็นหลักการในภาพรวมทั่วไป ในขณะที่หัวข้อที่ 3) ผลการทบทวนศักยภาพเบื้องต้นจะเป็นบริบทสำคัญของพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป โดยมีเนื้อหา ดังนี้

2.3.1) แนวทางการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัด

เพื่อให้การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดมีเป้าหมาย และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาต่อยอดและใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้มีการวางกรอบแนวคิดของการพัฒนาพื้นที่ไว้ ซึ่งประด้วย 3 ขั้นตอนสำคัญ ครอบคลุมตั้งแต่ 1) การศึกษาความเชื่อมโยงนโยบายต่อการพัฒนาจังหวัด เพื่อกำหนดตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ของพื้นที่ 2) พัฒนาแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่พื้นที่ และ 3) พัฒนาตัวอย่างการขับเคลื่อนนโยบายลงไปยังพื้นที่ผ่านจังหวัด ดังนี้

แผนภาพที่ 2-11: กรอบวิธีการดำเนินงาน



1. การศึกษาความเชื่อมโยงนโยบายต่อการพัฒนาจังหวัด เพื่อกำหนดตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ของพื้นที่

การดำเนินงานในส่วนนี้ คือการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ โดยให้ความสำคัญกับสองปัจจัยหลัก ได้แก่ ความเชื่อมโยงและผลกระทบของนโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาของพื้นที่ในระดับกลุ่มของจังหวัด และจังหวัด การวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (Benchmarking) ซึ่งเปรียบเสมือน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ที่เกิดจากประเมินผลการดำเนินงานของพื้นที่ ซึ่งท้ายที่สุดแล้วผลการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งสองส่วนจะถูกนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัด ผ่านเครื่องมือ SWOT ต่อไป โดยมีแนวทางสำคัญดังนี้

การวิเคราะห์นโยบาย และผลกระทบต่อพื้นที่

การวิเคราะห์นโยบาย และผลกระทบต่อพื้นที่ จะเป็นการระบุประเด็นสำคัญจากนโยบาย หรือยุทธศาสตร์สำคัญ พร้อมการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวก และเชิงลบที่มีผลต่อการพัฒนาของพื้นที่ในระดับกลุ่มของจังหวัด และจังหวัด ทั้งนี้ เพื่อให้การวิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง มีความครอบคลุมและสะท้อนบริบทของพื้นที่มากที่สุด จึงได้กำหนดกรอบในการศึกษาทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์ในหลากหลายระดับ ตั้งแต่ระดับทิศทางการพัฒนาโดยรวมของประเทศ (National Level) ระดับประเด็นสำคัญ (Agenda Level) และระดับพื้นที่ (Area Level) ซึ่งอาจครอบคลุมนโยบายขับเคลื่อนสำคัญของรัฐบาลที่ต้องการผลักดันลงไปในพื้นที่จังหวัดต่างๆ ด้วย ดังแผนภาพที่ 9 นี้

แผนภาพที่ 2-12: กรอบการวิเคราะห์นโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ

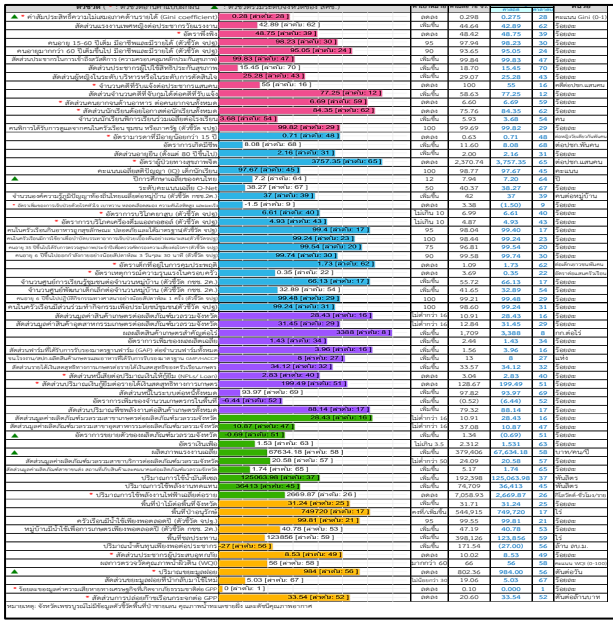


นโยบาย	ผลกระทบ
แผนฯ 12 - การพัฒนาภาค	+ ผลกระทบเชิงบวก / - ผลกระทบเชิงลบ
แผนงานท่องเที่ยว	+ ผลกระทบเชิงบวก / - ผลกระทบเชิงลบ
การ Zoning เกษตร	+ ผลกระทบเชิงบวก / - ผลกระทบเชิงลบ

การวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (Benchmarking)

การวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนาเป็นข้อมูลอ้างอิงจากเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจังหวัด และกลุ่มจังหวัด ซึ่งพัฒนาขึ้นมาโดยกระทรวงมหาดไทย สำนักงานสถิติ และสำนักงาน ก.พ.ร. ซึ่งเป็นข้อมูลตัวชี้วัดการพัฒนาในด้านต่างๆ ของจังหวัด เปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของจังหวัดเทียบกับจังหวัดอื่นๆ พร้อมกับการระบุประเด็นสำคัญในมิติต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อทิศทางการพัฒนาของพื้นที่ต่อไป โดยมีกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

แผนภาพที่ 2-13: กรอบแนวทางการวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (Benchmarking)



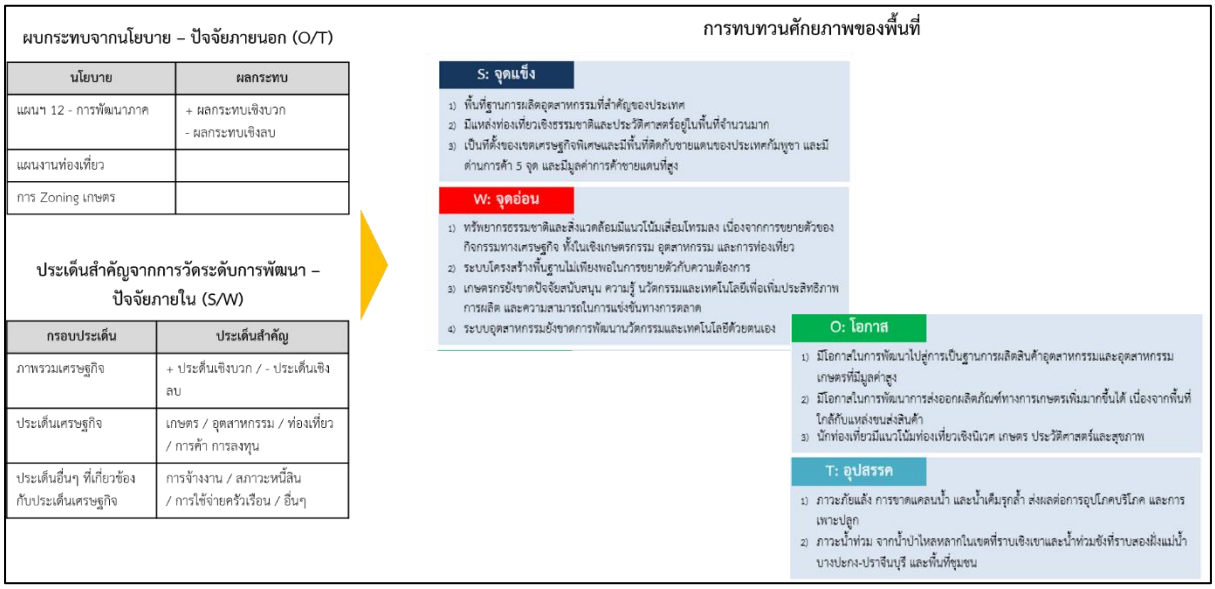
สรุปสถานการณ์ และประเด็นสำคัญ

กรอบประเด็น	ประเด็นสำคัญ
ภาพรวมเศรษฐกิจ	+ ประเด็นเชิงบวก / - ประเด็นเชิงลบ
ประเด็นเศรษฐกิจ	- เกษตร *(เชิงบวก / เชิงลบ)* - อุตสาหกรรม - ท่องเที่ยว - การค้า การลงทุน
ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	- การจ้างงาน - สภาวะหนี้สิน - การใช้จ่ายครัวเรือน - อื่นๆ

การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่

หลังจากที่ได้ข้อมูลผลกระทบจากนโยบายและยุทธศาสตร์สำคัญ (ปัจจัยภายนอก) ประกอบกับการวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (ปัจจัยภายใน) เข้ามาประกอบกันแล้วนั้น ก็จะสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดผ่านเครื่องมือ SWOT Analysis ที่สะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคสำคัญของพื้นที่ได้

แผนภาพที่ 2-14: กรอบแนวทางการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่



2. การกำหนดทิศทางการพัฒนาของพื้นที่ผ่านกรอบผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดผ่านเครื่องมือ SWOT แล้ว ก็สามารถชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาของจังหวัดในแต่ละด้านได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านเกษตร อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว หรือการค้า อย่างไรก็ตามหากการพัฒนาทิศทางดังกล่าวไม่ชัดเจนเพียงพอ อาจทำให้การขับเคลื่อนทิศทางของจังหวัด ซึ่งมีงบประมาณอยู่อย่างจำกัด ขาดความชัดเจนสามารถหรือไม่สามารถพัฒนาให้เกิดความรูปธรรมขึ้นมาได้ ดังนั้นจึงมีแนวคิดในการใช้หลักการของผลิตภัณฑ์ศักยภาพขึ้นมา ซึ่งเป็นการกำหนดในระดับตัวผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน เช่น ตั้งแต่เกษตร -> เกษตรอินทรีย์ -> ข้าวอินทรีย์ เป็นต้น

การที่มีผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ชัดเจน ก็จะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงการที่เหมาะสมและสามารถขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพตัวนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

3. พัฒนาตัวอย่างการขับเคลื่อนนโยบายลงไปยังพื้นที่ผ่านจังหวัด

หลังจากที่สามารถระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพมาได้แล้ว ก็จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ขึ้นมา เพื่อให้เห็นภาพตั้งแต่กระบวนการต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ว่าในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพตัวนี้จะต้องมีการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนบ้าง ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการพิจารณาปัจจัยอะไรที่เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการในแต่ละข้อต่อของการพัฒนา (Critical Success Factors) เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนแต่ละข้อต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมๆ กับการวิเคราะห์ปัจจัยช่องว่าง (Gap) ที่ยังเป็นปัญหาในพื้นที่ที่ต้องได้รับการแก้ไขในแต่ละพื้นที่

ซึ่งหลังจากที่สามารถระบุช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้มาได้ทั้งหมดแล้ว ก็จะช่วยเป็นกรอบในการคิดค้นและพัฒนาชุดโครงการที่จะมาช่วยอุดช่องว่าง และขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ ให้มีความเหมาะสมตลอดห่วงโซ่มูลค่าต่อไปได้

2.3.2) เครื่องมือวัดระดับการพัฒนาจังหวัด

<u>แนวคิดการเปรียบเทียบการพัฒนา (Benchmarking)</u>

ตามหลักการแล้ว การเปรียบเทียบ (Benchmarking) ที่นิยามโดย American Productivity and Quality Council (APQC) คือวิธีการในการวัดและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ บริการ และวิธีการปฏิบัติกับองค์กรที่สามารถทำได้ดีกว่า เพื่อนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ ในการปรับปรุงองค์กรตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยมีประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง 4 ประเด็นหลักด้วยกัน ได้แก่

1. UNDERSTANDING เป็นการสร้างความเข้าใจในหลักการ วิธีการ และผลที่จะได้รับขององค์กรและบุคลากรรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด

2. MIRROR&FUNCTION เป็นการสะท้อนภาพกระบวนการทั้งกระบวนการหลักและสนับสนุนขององค์กร ทำให้มองเห็นภาพโครงสร้างองค์กรภาพของกิจกรรมกระบวนการและข้อมูลในองค์กร ผังกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process Mapping) การทำงานและหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละบทบาท
3. TIME&ANALYSIS เมื่อทราบกระบวนการทางธุรกิจและกิจกรรมที่เชื่อมต่อกันในกระบวนการแล้วการวิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ ที่ใช้ทั้งหมดในกิจกรรมทำให้สามารถสรุปได้ว่าจุดที่ควรปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นนั้นอยู่ที่ใดในกระบวนการ
4. IMPROVEMENT เป็นการปรับปรุงองค์กรโดยนำเครื่องมือการพัฒนาองค์กรต่าง ๆ มาใช้ เช่น การทำ Benchmarking โดยมองที่ประเด็นสำคัญ คือเราอยู่ที่ไหน? ใครเก่งที่สุด? เขาทำได้อย่างไร? และทำอย่างไรให้ดีกว่าเขา?

<u>เครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด (Province & Cluster Benchmarking)</u>

จากแนวคิดในเรื่อง Benchmarking ดังกล่าว จึงมีการพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้ในการวัดระดับการพัฒนาของจังหวัดและกลุ่มจังหวัดขึ้นมา ซึ่งเป็นความร่วมมือของกระทรวงมหาดไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงาน ก.พ.ร. โดยการวัดระดับดังกล่าวจะเป็นการประเมินเปรียบเทียบโดยใช้เครื่องมือวัดประเมิน เพื่อบอกทิศทางและตรวจสอบการเปลี่ยนแปลง หรือบ่งชี้ความสำเร็จหรือสะท้อนผลการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดว่าประสบความสำเร็จหรือบรรลุเป้าหมายตามประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งในระดับชาติ และ/หรือในระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ซึ่งมุ่งก่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด เมื่อเทียบกับช่วงระยะตามเป้าหมายที่กำหนด โดยมีแนวทางในประเมิน 3 ส่วนหลัก ได้แก่

- การวัดระดับเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Benchmarking): ประเมินเปรียบเทียบการพัฒนาในมิติต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นการเปรียบเทียบระหว่างจังหวัด และระหว่างกลุ่มจังหวัด กับในระดับประเทศ
- การวัดระดับการพัฒนา (Competitive Benchmarking): ประเมินเปรียบเทียบผลการพัฒนาภายในของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กับการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีต ผ่านตัวชี้วัดในมิติต่างๆ
- การวัดระดับในประเด็นที่สำคัญ (Agenda Benchmarking): ประเมินเปรียบเทียบผลการพัฒนาของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการ หรือประเด็นปัญหาสำคัญ ที่เป็นประเภทเดียวกันหรือเรื่องเดียวกันของจังหวัดกลุ่มจังหวัด/ เช่น ประเด็นด้านข้าว ขยะ น้ำเสีย ป่าไม้ เป็นต้น

<u>การใช้ประโยชน์ของข้อมูลระดับการพัฒนาจังหวัด</u>

การนำแนวคิด Benchmarking มาปรับใช้กับการเปรียบเทียบการดำเนินงานของกลุ่มจังหวัด และจังหวัด ประกอบไปด้วย

- ประเมินสภาพปัจจุบัน = การตรวจสุขภาพประจำปีของจังหวัด / กลุ่มจังหวัดในด้านต่างๆ
- ผลการวัดสภาพทั่วไปจะบ่งชี้ประเด็นสำคัญ = จุดแข็ง และ จุดอ่อน ของจังหวัด → ให้น้ำหนักของยุทธศาสตร์ได้อย่างไร

- จากประเด็นที่เป็นปัญหาหรือจุดอ่อน สามารถเปรียบเทียบกับจังหวัดที่มีค่าใกล้กันหรือทราบว่าจังหวัดไหนโดดเด่น เพื่อศึกษาแนวทางของจังหวัดนั้น หรือหาทางแก้ไขจุดอ่อนได้อย่างไร
- ช่วยประกอบการตัดสินใจในการจัดสรรงบของจังหวัดควรเน้นเรื่องอะไร

<u>แนวทางการพัฒนาเครื่องมือตัวชี้วัดการพัฒนา</u>

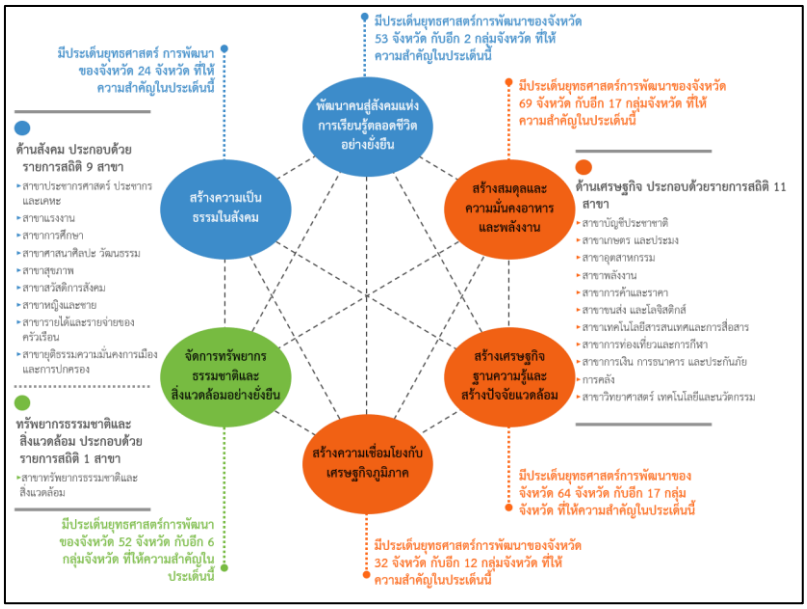
เครื่องมือวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัดนั้นได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยเป็นการใช้กรอบแนวคิดจากตัวชี้วัด และเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจากต่างประเทศมาพัฒนา ไม่ว่าจะเป็น Korea Sustainable Development Index (KSDI) UN: Millennium Development Goals (MDG) UNDP: Human Achievement Index (HAI) IMD: Competitiveness Index พร้อมกับการอ้างอิงข้อมูลเชิงสถิติจากสำนักงานสถิติและสังคมแห่งขาติ และข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) มาพัฒนาร่วมกัน เพื่อจัดทำเป็นกรอบและประเด็นสำคัญของตัวชี้วัดต่างๆ

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเครื่องมือนี้ได้รับการพัฒนามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 จึงมีการพัฒนาตัวชี้วัดและกรอบแนวคิดการพัฒนาจากประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนสภาพัฒน์ ฉบับที่ 11 เป็นสำคัญ ซึ่งสามารถกำหนดรายละเอียดตัวชี้วัดทั้งสิ้น 74 ตัวชี้วัด แบ่งตามประเด็นยุทธศาสตร์ ได้ดังนี้

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: การสร้างความเป็นธรรมในสังคม: 15 ตัวชี้วัด
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน: 19 ตัวชี้วัด
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน: 14 ตัวชี้วัด
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน: 11 ตัวชี้วัด
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน: 15 ตัวชี้วัด

ทั้งนี้ ตัวชี้วัดที่อยู่ภายใต้เครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัดนี้จะไม่มีการประเมินในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในภูมิภาค เนื่องจากไม่สามารถทำการเปรียบเทียบข้อมูลกับทุกจังหวัดได้ และในหลายจังหวัดไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้

แผนภาพที่ 2-15: กรอบแนวคิดการพัฒนาตัวชี้วัดตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11



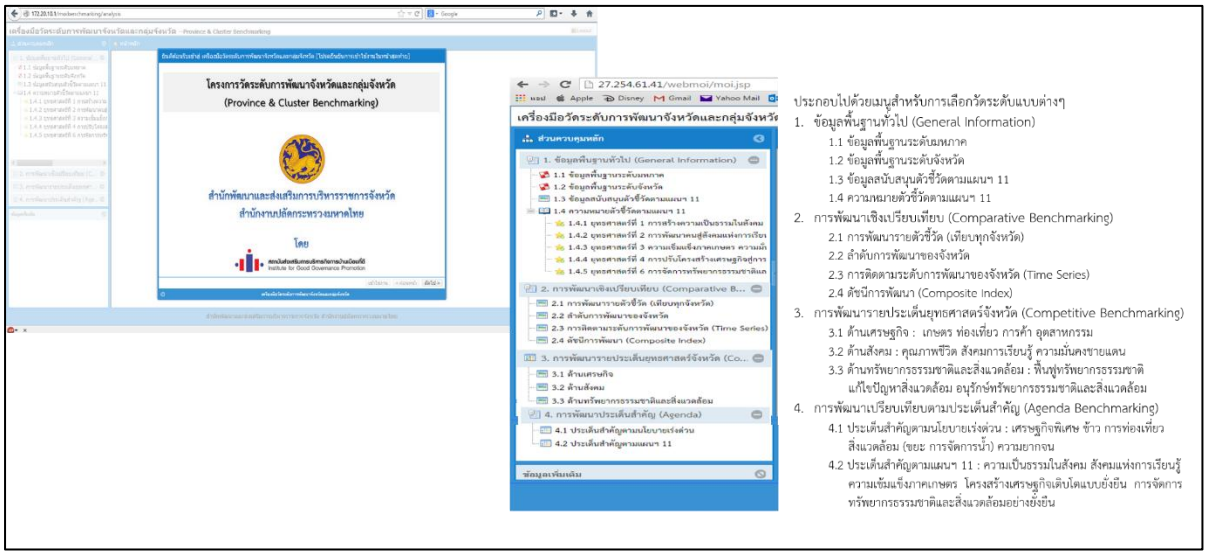
เนื่องจากขณะนี้ ได้มีการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 อย่างเป็นทางการแล้ว การประเมินและการวัดระดับการพัฒนาตามกรอบของแผนฯ 11 นั้น อาจไม่สะท้อนกับสถานการณ์และบริบทปัจจุบัน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเป็นรายตัวชี้วัด ยังพบว่าตัวชี้วัดเกือบทั้งหมดยังสามารถนำมาใช้ประเมินผลการพัฒนาของพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

แนวทางการใช้งานเบื้องต้น

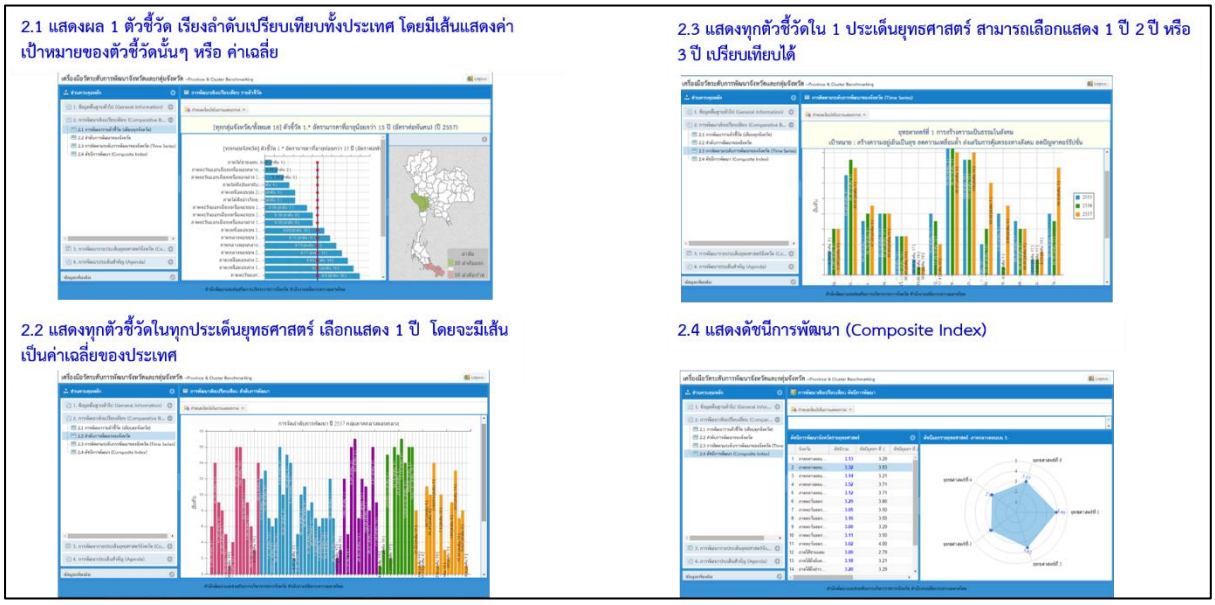
เครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจังหวัด และกลุ่มจังหวัด เป็นฐานข้อมูลที่เก็บไว้ในระบบอินเตอร์เน็ต ในการเข้าถึงระบบดังกล่าว จะต้องอาศัย username และ password ในการเข้าถึง โดยระบบดังกล่าวมีการจัดหมวดข้อมูล และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งตามความต้องการได้ ซึ่งในภาพรวมมีการแบ่งหมวดของกรวัดระดับของข้อมูล เป็น 3 หมวดหลัก ได้แก่ 1) การพัฒนาเชิงเปรียบเทียบ 2) การพัฒนาเชิงประเด็นยุทธศาสตร์ และ 3) การพัฒนาตามประเด็นสำคัญซึ่งมีหน้าตา (Interface) ของการใช้งาน และเครื่องมือ ในการแสดงผลในรูปแบบ (Function) ต่าง ๆ ดังนี้

การนำเสนอประเด็นในภาพรวม

แผนภาพที่ 2-16: หน้าตาเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัด พร้อมเมนูหลัก

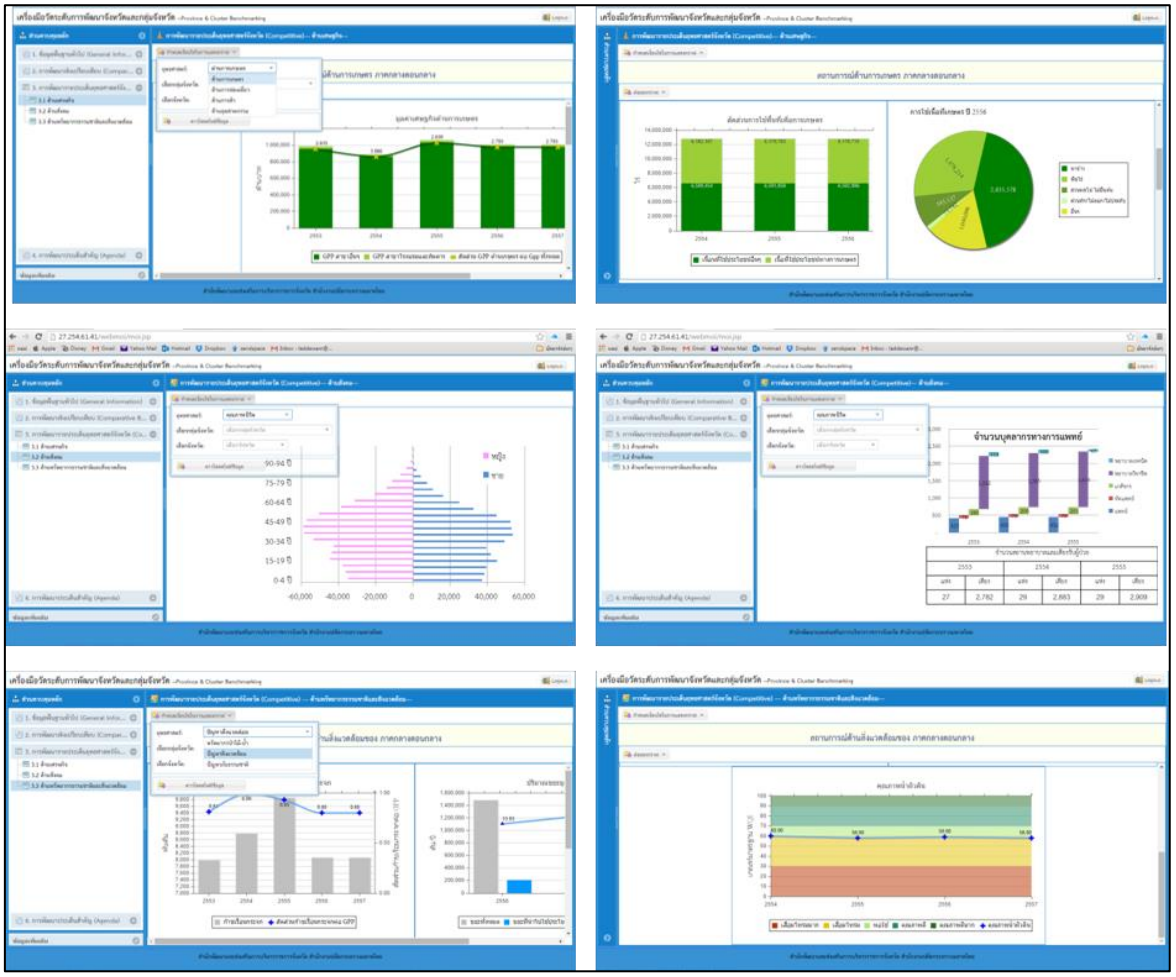


แผนภาพที่ 2-17: หน้าตาในการแสดงผลเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัด



การนำเสนอประเด็นยุทธศาสตร์ของพื้นที่

แผนภาพที่ 2-18: การแสดงผลเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัด ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ



จากแผนภาพข้างต้น จะแสดงให้เห็นถึงแนวทางการนำเสนอข้อมูลตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัด ซึ่งประกอบไปด้วย

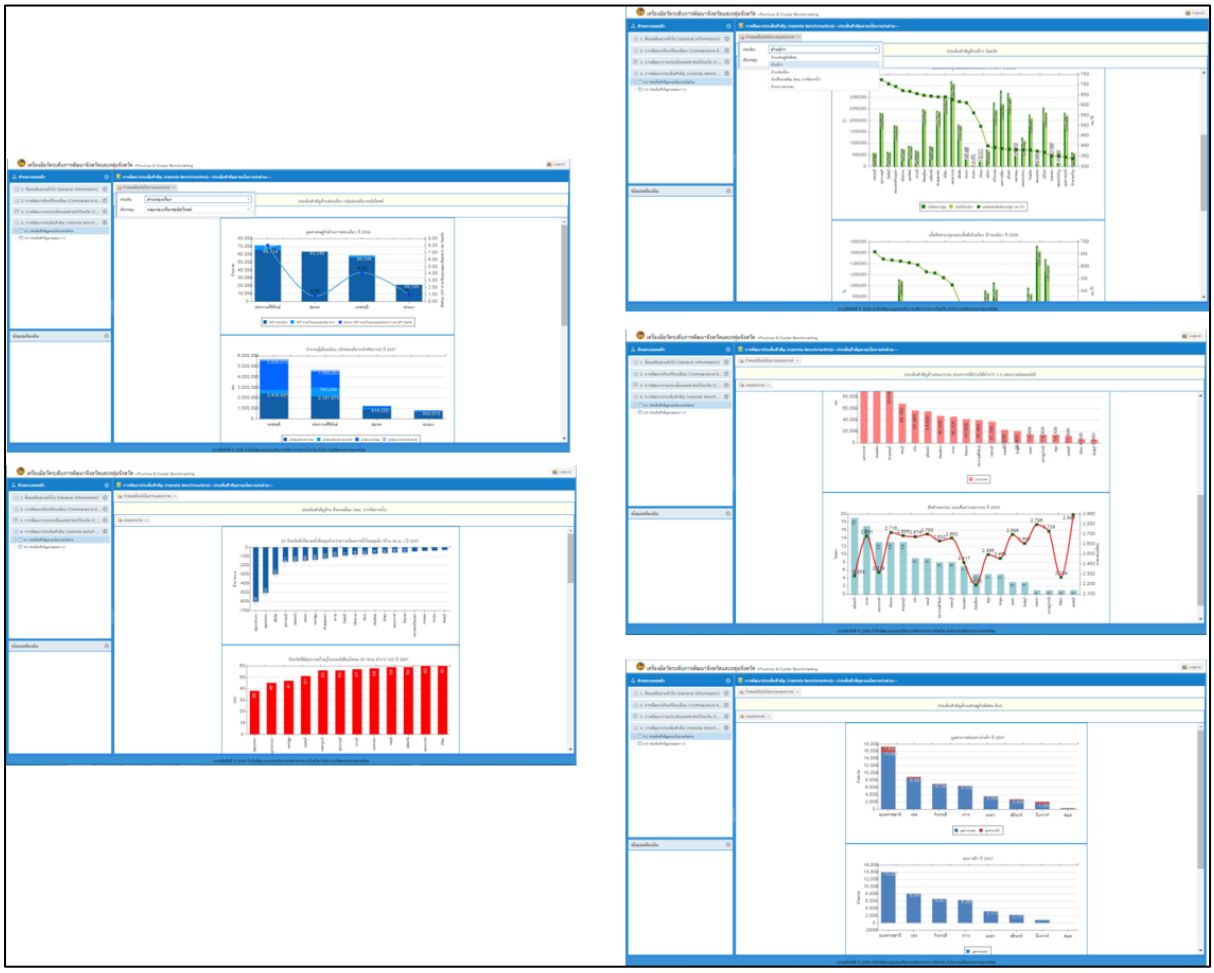
ตารางที่ 2-3: สรุปประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ของพื้นที่ที่นำเสนอในระบบ

ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้านสิ่งแวดล้อม
• ด้านเกษตร • ด้านการท่องเที่ยว • ด้านอุตสาหกรรม • ด้านการค้า	• ประชากร • สาธารณสุข • การศึกษา • ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	• ทรัพยากรธรรมชาติ • สิ่งแวดล้อม • ภัยธรรมชาติ

การนำเสนอตามประเด็นสำคัญเชิงนโยบาย

ข้อมูลในระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด แสดงให้เห็นถึงการวัดระดับตามประเด็นสำคัญและเร่งด่วนตามนโยบาย ในประเด็นเหล่านี้ เขตเศรษฐกิจพิเศษ ข้าว การท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และความยากจน

แผนภาพที่ 2-19: การแสดงผลเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัด ในประเด็นสำคัญเชิงนโยบาย



การประยุกต์ผลการวัดระดับการพัฒนา

เพื่อให้เห็นถึงแนวทางการนำข้อมูลจากเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัดและจังหวัด มาปรับใช้ในการค้นหา และระบุประเด็นสำคัญในการพัฒนาของพื้นที่ จึงได้มีการนำข้อมูลของจังหวัดเพชรบูรณ์และวิเคราะห์ประเด็นสำคัญขึ้นมา โดยมีรายละเอียดในภาพรวม ดังนี้

กรณีศึกษา: จังหวัดเพชรบูรณ์

จากข้อมูลการเปรียบเทียบและจัดอันดับการพัฒนาของจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้ระบบฐานข้อมูลการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด (Province & Cluster Benchmarking) ของกระทรวงมหาดไทย พบว่า ในภาพรวมทางด้านการพัฒนาของจังหวัด จังหวัดเพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับให้อยู่ในอันดับที่ 59 จาก 77 จังหวัดในประเทศไทย ซึ่งหากพิจารณาโดยใช้หลักการ Quartile จะพบว่าการพัฒนาของจังหวัดเพชรบูรณ์อยู่ในกลุ่มของจังหวัดที่ต้องมีการปรับปรุง หรือ อยู่ในกลุ่ม Quartile 4 โดยจังหวัดเพชรบูรณ์ได้รับคะแนนการพัฒนาของจังหวัดในภาพรวมอยู่ที่ 3.15 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ซึ่งอยู่ที่ 3.21

อย่างไรก็ตาม หากทำการวิเคราะห์เชิงลึก โดยอ้างอิงจากกรอบการพัฒนาตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งสามารถแตกประเด็นที่เกี่ยวข้องออกมาได้เป็น 5 ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก ประกอบไปด้วย

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: การสร้างความเป็นธรรมในสังคม
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ความเข็มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

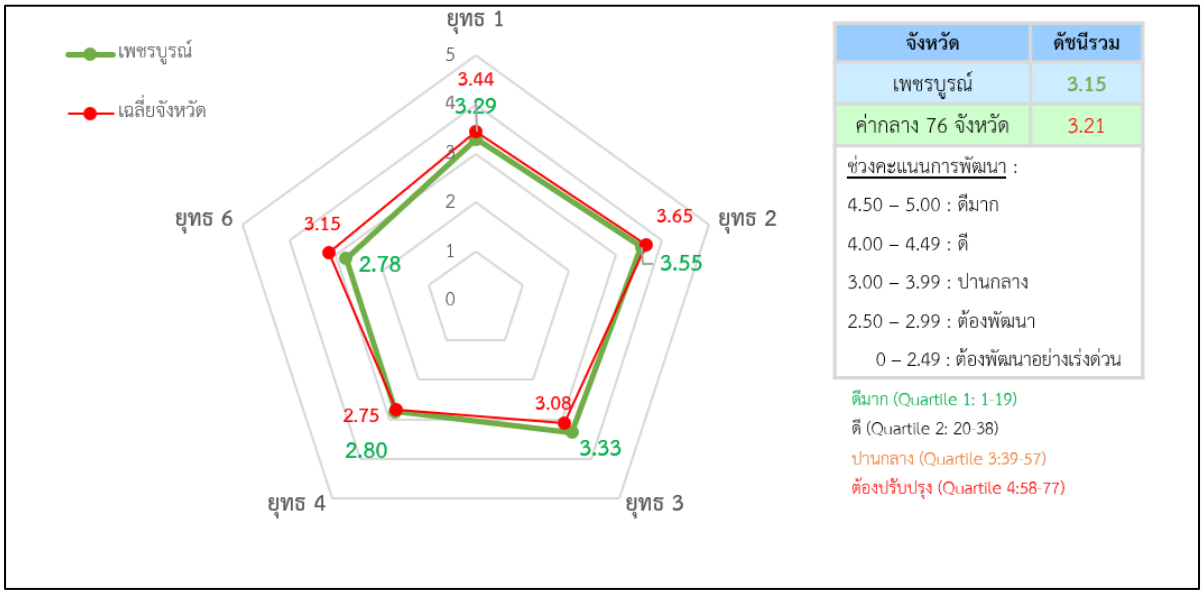
แผนภาพที่ 2-20: สรุปคะแนนและอันดับการวัดระดับการพัฒนาของจังหวัดเพชรบูรณ์

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด (* : ตัวชี้วัดอ่านค่าแบบผกผัน ▲ : ตัวชี้วัดร่วมระดับจังหวัดของ สศช.)	ค่าเป้าหมาย	ค่าเฉลี่ย 76 จว.	เพชรบูรณ์ ค่าสถิติ	เพชรบูรณ์ ค่าลำดับ	หน่วย
ยุทธศาสตร์ที่ 1: การสร้างความเป็นธรรมในสังคม	▲ * ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคด้านรายได้ (Gini coefficient)	ลดลง	0.298	0.275	28	คะแนน Gini (0-1)
	สัดส่วนแรงงานเพศหญิงต่อประชากรวัยแรงงาน	เพิ่มขึ้น	44.64	42.89	62	ร้อยละ
	* อัตราพึ่งพิง	ลดลง	48.42	48.75	39	ร้อยละ
	คนอายุ 15-60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (ตัวชี้วัด จปฐ)	95	97.94	98.23	30	ร้อยละ
	คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (ตัวชี้วัด จปฐ)	90	93.65	95.05	24	ร้อยละ
	สัดส่วนประชากรในการเข้าถึงสวัสดิการ (ความครอบคลุมหลักประกันสุขภาพ)	เพิ่มขึ้น	99.84	99.83	47	ร้อยละ
	สัดส่วนประชากรผู้ไปใช้สิทธิประกันสุขภาพ	เพิ่มขึ้น	18.70	15.45	70	ร้อยละ
	สัดส่วนผู้หญิงในระดับบริหารหรือในระดับการตัดสินใจ	เพิ่มขึ้น	29.07	25.28	43	ร้อยละ
	* จำนวนคดีที่รับแจ้งต่อประชากรแสนคน	ลดลง	100	55	16	คดีต่อปชก.แสนคน
	สัดส่วนจำนวนคดีที่จับกุมได้ต่อคดีที่รับแจ้ง	เพิ่มขึ้น	58.63	77.25	12	ร้อยละ
	* สัดส่วนคนยากจนด้านอาหาร ต่อคนยากจนทั้งหมด	ลดลง	6.60	6.69	59	ร้อยละ
	* สัดส่วนนักเรียนด้อยโอกาสต่อนักเรียนทั้งหมด	ลดลง	75.76	84.35	62	ร้อยละ
	จำนวนนักเรียนพิการเรียนร่วมเฉลี่ยต่อโรงเรียน	เพิ่มขึ้น	5.93	3.68	54	คน
	คนพิการได้รับการดูแลจากคนในครัวเรือน ชุมชน หรือภาครัฐ (ตัวชี้วัด จปฐ)	100	99.69	99.82	29	ร้อยละ
ยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน	* อัตราการตายทารกต่อการเกิดมีชีพ	ลดลง	0.63	0.71	48	ต่อหญิงวัยเดียวกันพันคน
	อัตราการเกิดมีชีพ	เพิ่มขึ้น	11.60	8.08	68	ต่อปชก.พันคน
	สัดส่วนอายุยืน (ตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป)	เพิ่มขึ้น	2.00	2.16	31	ร้อยละ
	* อัตราผู้ป่วยทางสุขภาพจิต	ลดลง	2,370.74	3,757.35	65	ต่อปชก.แสนคน
	คะแนนเฉลี่ยสติปัญญา (IQ) เด็กนักเรียน	100	98.77	97.67	45	คะแนน
	▲ ปีการศึกษาเฉลี่ยของคนไทย	12	7.94	7.20	64	ปี
	ระดับคะแนนเฉลี่ย O-Net	50	40.37	38.27	67	ร้อยละ
	จำนวนองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยเฉลี่ยต่อหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช.2ค.)	เพิ่มขึ้น	42	37	39	คนต่อหมู่บ้าน
	* อัตราเพิ่มของการเจ็บป่วยด้วยโรคหัวใจ เบาหวาน หลอดเลือดสมอง ความดันโลหิตสูง และมะเร็ง	ลดลง	3.38	(1.50)	9	ร้อยละ
	* อัตราการบริโภคยาสูบ (ตัวชี้วัด จปฐ)	ไม่เกิน 10	6.99	6.61	40	ร้อยละ
	* อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตัวชี้วัด จปฐ)	ไม่เกิน 10	4.87	4.93	43	ร้อยละ
	คนในครัวเรือนกินอาหารถูกสุขลักษณะ ปลอดภัยและได้มาตรฐาน(ตัวชี้วัด จปฐ)	95	98.04	99.40	17	ร้อยละ
	คนในครัวเรือนมีการใช้ยาเพื่อบำบัดบรรเทาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นอย่างเหมาะสม(ตัวชี้วัดจปฐ)	100	98.44	99.24	23	ร้อยละ
	คนอายุ 35 ปีขึ้นไปได้รับการตรวจสุขภาพประจำปีเพื่อตรวจคัดกรองความเสี่ยงต่อโรคฯ(ตัวชี้วัด จปฐ)	75	96.81	99.54	20	ร้อยละ
	คนอายุ 6 ปีขึ้นไปออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วันๆละ 30 นาที (ตัวชี้วัด จปฐ)	90	99.58	99.74	30	ร้อยละ
	* อัตราเด็กที่อยู่ในการคุมประพฤติ	ลดลง	1.09	1.73	62	ต่อเด็กเยาวชนพันคน
	* อัตราเหตุการณ์ความรุนแรงในครอบครัว	ลดลง	3.69	0.35	22	อัตราต่อแสนครัวเรือน
	จำนวนศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต่อจำนวนหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	เพิ่มขึ้น	55.72	66.13	17	ร้อยละ
	จำนวนศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อจำนวนหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	เพิ่มขึ้น	41.65	32.89	54	ร้อยละ
	คนอายุ 6 ปีขึ้นไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง (ตัวชี้วัด จปฐ)	100	99.21	99.48	29	ร้อยละ
	คนในครัวเรือนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ชุมชน(ตัวชี้วัด จปฐ)	100	98.60	99.24	31	ร้อยละ
ยุทธศาสตร์ที่ 3: ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน	สัดส่วนมูลค่าสินค้าเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	ไม่ต่ำกว่า 16	10.91	28.43	16	ร้อยละ
	สัดส่วนมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	ไม่ต่ำกว่า 16	12.84	31.45	29	ร้อยละ
	ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	เพิ่มขึ้น	1,709	3,388	8	กก.ต่อไร่
	อัตราการเพิ่มของผลผลิตเฉลี่ย	เพิ่มขึ้น	2.44	1.43	34	ร้อยละ
	สัดส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	เพิ่มขึ้น	1.56	3.96	16	ร้อยละ
	จน.โรงงาน/สปก.ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP/HACCP	เพิ่มขึ้น	13	8	27	แห่ง
	สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	เพิ่มขึ้น	33.57	34.12	32	ร้อยละ
	* สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (NPLs/ Loan)	ลดลง	3.04	2.83	40	ร้อยละ
	* สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร	ลดลง	128.67	199.49	51	ร้อยละ
	สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	เพิ่มขึ้น	97.82	93.97	69	ร้อยละ
	อัตราการเพิ่มของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	เพิ่มขึ้น	(0.52)	(6.44)	52	ร้อยละ
	สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	เพิ่มขึ้น	79.32	88.14	17	ร้อยละ
ยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน	สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	ไม่ต่ำกว่า 16	10.91	28.43	16	ร้อยละ
	สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	ไม่ต่ำกว่า 16	37.08	10.87	47	ร้อยละ
	▲ อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	เพิ่มขึ้น	1.34	(0.69)	51	ร้อยละ
	อัตราเงินเฟ้อ	ไม่เกิน 3.5	2.312	1.531	63	ร้อยละ
	▲ ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	เพิ่มขึ้น	379,406	67,634.18	58	บาท/คน/ปี
	สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	ไม่ต่ำกว่า 50	24.09	20.58	57	ร้อยละ
	สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์สาขาขนส่ง สถานที่เก็บสินค้าและคมนาคมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	เพิ่มขึ้น	5.17	1.74	65	ร้อยละ
	ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	เพิ่มขึ้น	192,398	125,063.98	37	พันลิตร
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	เพิ่มขึ้น	74,709	36,413	45	พันลิตร
	* ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย	ลดลง	7,058.93	2,669.87	26	กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ราย
ยุทธศาสตร์ที่ 6: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	พื้นที่ป่าไม้ต่อพื้นที่จังหวัด	เพิ่มขึ้น	31.71	31.24	25	ร้อยละ
	พื้นที่ป่าอนุรักษ์	คงที่/เพิ่มขึ้น	544,915	749,720	17	ไร่
	ครัวเรือนมีน้ำใช้เพียงพอตลอดปี (ตัวชี้วัด จปฐ.)	95	99.55	99.81	21	ร้อยละ
	หมู่บ้านมีน้ำใช้เพื่อการเกษตรเพียงพอตลอดปี (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	เพิ่มขึ้น	47.19	40.78	53	ร้อยละ
	พื้นที่ชลประทาน	เพิ่มขึ้น	398,126	123,856	59	ไร่
	ปริมาณน้ำต้นทุนเพียงพอต่อประชากร	เพิ่มขึ้น	171.54	(27.00)	56	ล้าน ลบ.ม.
	* สัดส่วนประชากรผู้ประสบอุทกภัย	ลดลง	10.02	8.53	49	ร้อยละ
	ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำผิวดิน (WQI)	มากกว่า 60	66	56	58	คะแนน WQI (0-100)
	▲ * ปริมาณขยะมูลฝอย	ลดลง	802.36	984.00	56	ตันต่อวัน
	สัดส่วนขยะมูลฝอยที่นำกลับมาใช้ใหม่	ไม่น้อยกว่า 30	19.06	5.03	67	ร้อยละ
	* ร้อยละของมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดจากภัยธรรมชาติต่อ GPP	ลดลง	0.10	0.000	1	ร้อยละ
	* สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อ GPP	ลดลง	20.60	33.54	52	ตันต่อล้านบาท

หมายเหตุ: จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่มีข้อมูลตัวชี้วัดพื้นที่ป่าชายเลน คุณภาพน้ำทะเลชายฝั่ง และดัชนีคุณภาพอากาศ

หากวิเคราะห์คะแนนการพัฒนาตามประเด็นยุทธศาสตร์ข้างต้น จะพบได้ว่าจังหวัดเพชรบูรณ์มีคะแนนการพัฒนาเทียบกับค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน ดังแผนภาพที่ 2-21

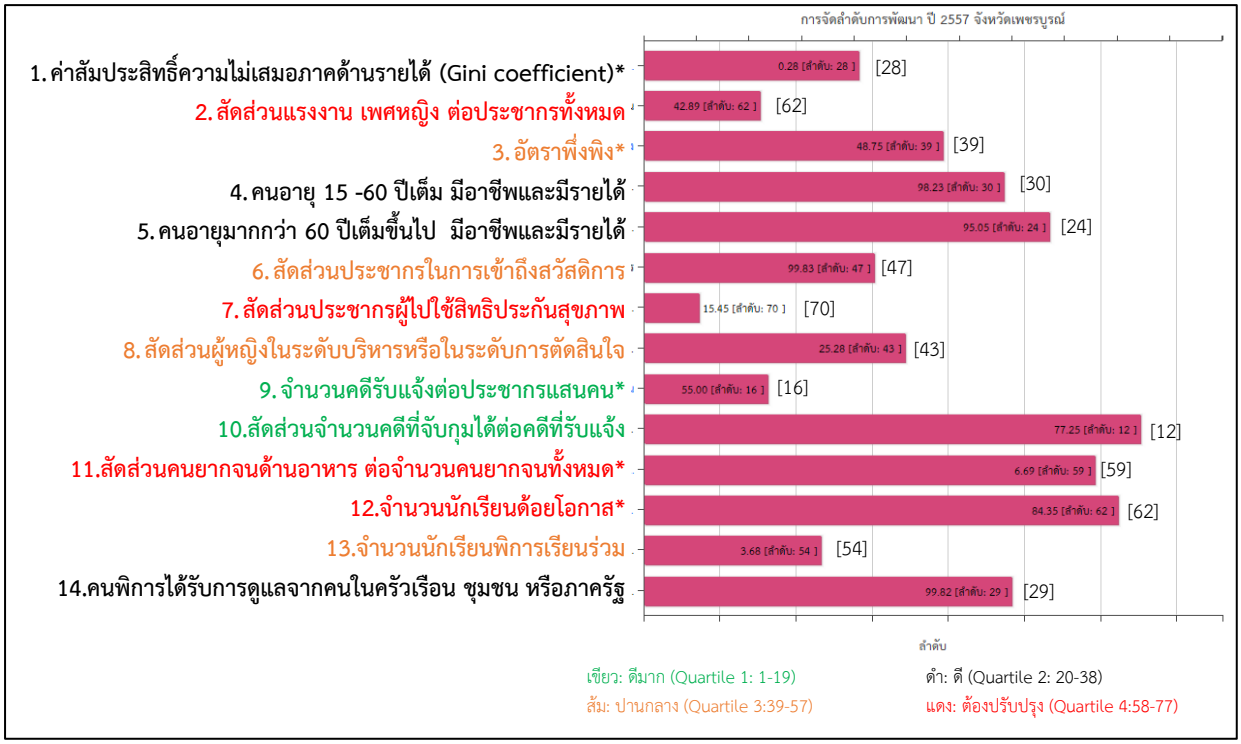
แผนภาพที่ 2-21: คะแนนการพัฒนาจังหวัดตามกรอบยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11



จากแผนภาพที่ 2-21 จะเห็นได้ว่า หากเทียบกับคะแนนการพัฒนาเฉลี่ยของประเทศจังหวัดเพชรบูรณ์มีคะแนนการพัฒนาที่สูงกว่าใน 2 ประเด็นยุทธศาสตร์ด้วยกัน ได้แก่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข็มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ในขณะที่อีก 3 ประเด็นที่เหลือ ซึ่งประกอบด้วย ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1การสร้างความเป็นธรรมในสังคม ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นั้นมีคะแนนด้านการพัฒนาที่ต่ำกวาค่าเฉลี่ยทั้งสิ้น จะเห็นได้จากคะแนนดังกล่าวว่า ในภาพรวมจังหวัดเพชรบูรณ์ค่อนข้างมีศักยภาพและมีความโดดเด่นทางเศรษฐกิจหากเทียบกับจังหวัดอื่นๆ แต่ค่อนข้างแย่ในมิติทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดเด่น และปัจจัยที่เป็นจุดด้อยในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ได้ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นธรรมในสังคม

แผนภาพที่ 2-22: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นธรรมในสังคม



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นธรรมในสังคม จังหวัดเพชรบูรณ์ได้รับคะแนนการพัฒนาอยู่ที่ 3.29 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของประเทศอยู่ที่ 3.44 ซึ่งหากประเมินในเชิงการจัดอันดับเฉพาะของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 นี้ พบว่าจังหวัดเพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับให้อยู่ในอันดับที่ 58 ซึ่งถือว่าอยู่ในกลุ่มที่ต้องปรับปรุง (Quartile 4) โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมินทั้งสิ้น 14 ตัว ด้วยกัน ซึ่งหากใช้หลักการ Quartile นี้มาพิจารณาปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 จะสามารถได้ผลลัพธ์ ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-22)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 9) จำนวนคดีรับแจ้งต่อประชากรแสนคน และ 10) สัดส่วนจำนวนคดีที่จับกุมได้ต่อคดีที่รับแจ้ง
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 6 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคด้านรายได้ (Gini coefficient) 3) อัตราพึ่งพิง 4) คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ 5) คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ 7) สัดส่วนประชากรผู้ไปใช้สิทธิประกันสุขภาพ และ 14) คนพิการได้รับการดูแลจากคนในครัวเรือน ชุมชน หรือ ภาครัฐ

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 6) สัดส่วนประชากรในการเข้าถึงสวัสดิการ 8) สัดส่วนผู้หญิงในระดับบริหารหรือในระดับการตัดสินใจ และ 13) จำนวนนักเรียนพิการเรียนร่วม

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2) สัดส่วนแรงงาน เพศหญิง ต่อประชากรทั้งหมด 11) สัดส่วนคนยากจนด้านอาหาร ต่อจำนวนคนยากจนทั้งหมด และ 12) จำนวนนักเรียนด้อยโอกาส

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าภายใต้ประเด็นด้านการสร้างความเป็นธรรมในสังคมของจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเด็นที่มีความโดดเด่นของจังหวัดจะเป็นในเรื่องของความมั่นคง และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นหลัก ในขณะที่ประเด็นที่ยังคงเป็นจุดด้อยสำคัญคือในเรื่องของความเหลื่อมล้ำในสังคม ทั้งในเชิงของแรงงาน ความยากจน และการเข้าถึงศึกษาของนักเรียนด้อยโอกาส

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน

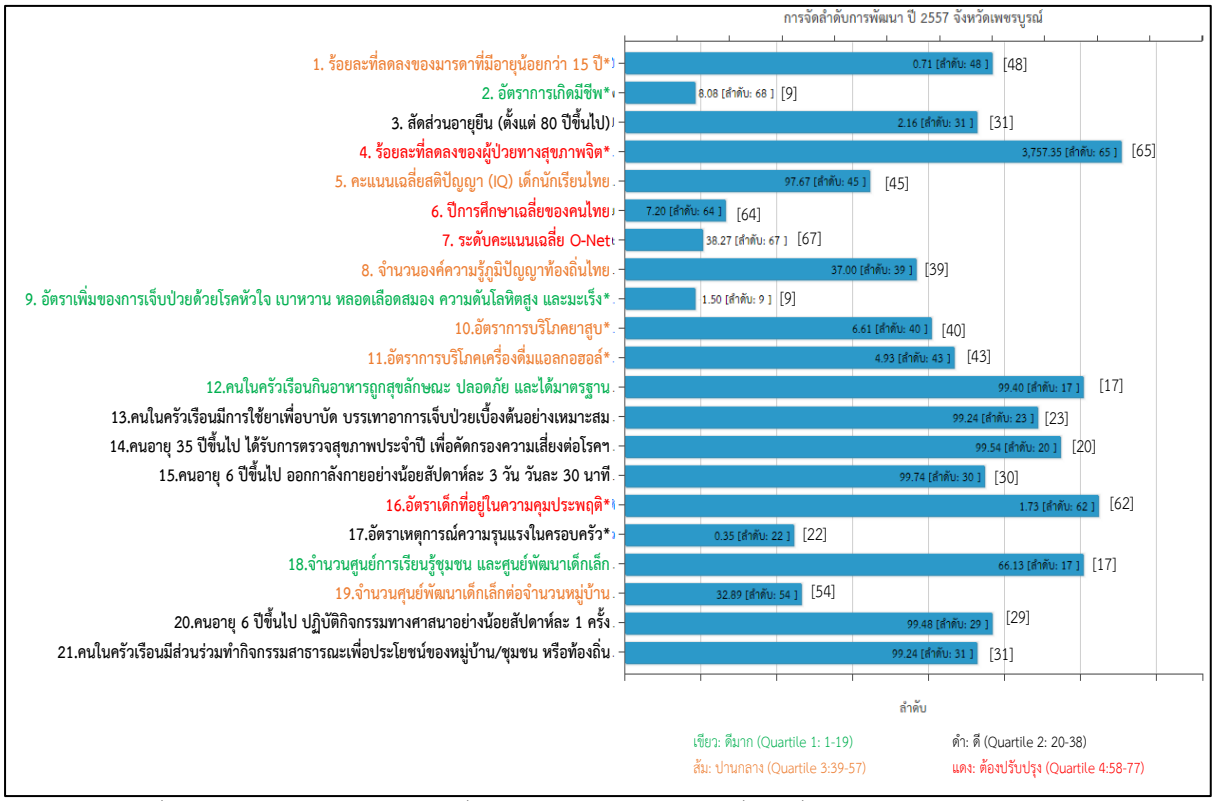
จังหวัดเพชรบูรณ์มีคะแนนในส่วนของการพัฒนาภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนอยู่ที่ 3.55 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของประเทศอยู่ที่ 3.65 โดยหากเทียบเฉพาะในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 นี้ จังหวัดเพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 56 หรือใน Quartile 3 ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่พอใช้ โดยภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 นี้มีการประเมินปัจจัยในการพัฒนาด้วยกันทั้งสิ้น 21 ตัวด้วยกัน ซึ่งมีผลการประเมิน ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-23)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 4 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2) อัตราการเกิดมีชีพ 9) อัตราเพิ่มของการเจ็บป่วยด้วยโรคหัวใจ เบาหวาน หลอดเลือดสมอง ความดันโลหิตสูง และมะเร็ง 12) คนในครัวเรือนกินอาหารถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย และได้มาตรฐาน และ 18) จำนวนศูนย์การเรียนรู้ชุมชน และศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 7 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 3) สัดส่วนอายุยืน (ตั้งแต่80 ปีขึ้นไป) 13) คนในครัวเรือนมีการใช้ยาเพื่อบำบัด บรรเทาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นอย่างเหมาะสม 14) คนอายุ 35 ปีขึ้นไป ได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี เพื่อคัดกรองความเสี่ยงต่อโรค 15) คนอายุ 6 ปีขึ้นไป ออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน วันละ 30 นาที 17) จำนวนคดีความรุนแรงในครอบครัว 20) คนในครัวเรือนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของหมู่บ้าน/ชุมชน หรือท้องถิ่น และ 21) คนในครัวเรือนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของหมู่บ้านชุมชน หรือท้องถิ่น

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 6 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) ร้อยละที่ลดลงของมารดาที่มีอายุน้อยกว่า 15 ปี 5) คะแนนเฉลี่ยสติปัญญา (IQ) เด็กนักเรียนไทย 8) จำนวนองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย 10) อัตราการบริโภคยาสูบ 11) อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ19) คนอายุ 6 ปีขึ้นไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

แผนภาพที่ 2-23: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

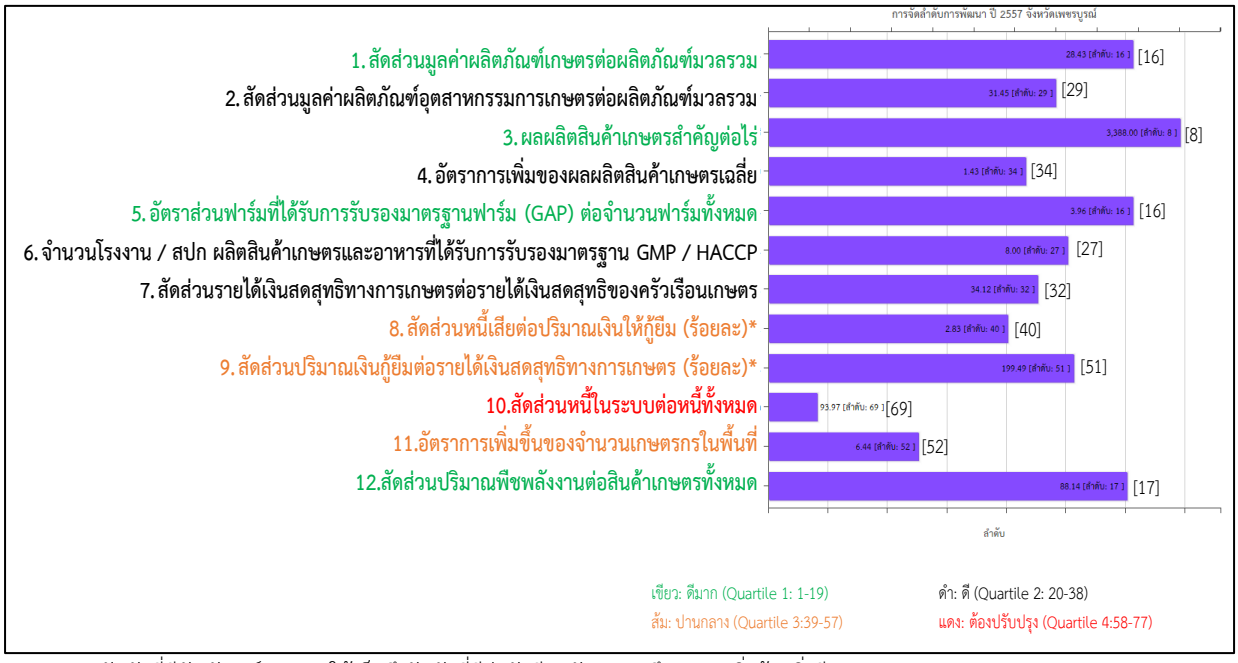
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 4 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 4) ร้อยละที่ลดลงของผู้ป่วยทางสุขภาพจิต 6) ปีการศึกษาเฉลี่ยของคนไทย 7) ระดับคะแนนเฉลี่ย O-Net และ 16) จำนวนเด็กที่อยู่ในความคุมประพฤติ

จากการพิจารณาปัจจัยที่เป็นจุดเด่น และจุดด้อยข้างต้นจะเห็นได้ว่าภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนนี้ ประเด็นที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดจะเป็นในเรื่องของการดูแลทางด้านสาธารณสุข และการพัฒนาโครงสร้างทางการศึกษา อย่างศูนย์การเรียนรู้ แต่ปัจจัยที่ยังคงเป็นจุดด้อยสำคัญกลับเป็นในเรื่องทางด้านคุณภาพการศึกษา ปัญหาสุขภาพจิต และความประพฤติเป็นหลัก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข็มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน

ในส่วนประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข็มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน จังหวัดเพชรบูรณ์ได้คะแนนอยู่ที่ 3.33 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศที่อยู่ที่ 3.08 ซึ่งหากทำการจัดลำดับของจังหวัดเฉพาะในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ พบว่าจังหวัดเพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 24 หรือใน Quartile 2 ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่ดี ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้มีการประเมินปัจจัยในการพัฒนาด้วยกันทั้งสิ้น 12 ตัวด้วยกัน ซึ่งมีผลการประเมิน ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-24)

แผนภาพที่ 2-24: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 4 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม 3) ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่ 5) อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด และ 12) สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม 4) อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย 6) จำนวนโรงงาน/ส.ป.ก. ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP 7) สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 8) สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ) 9) สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ) และ 11) อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่

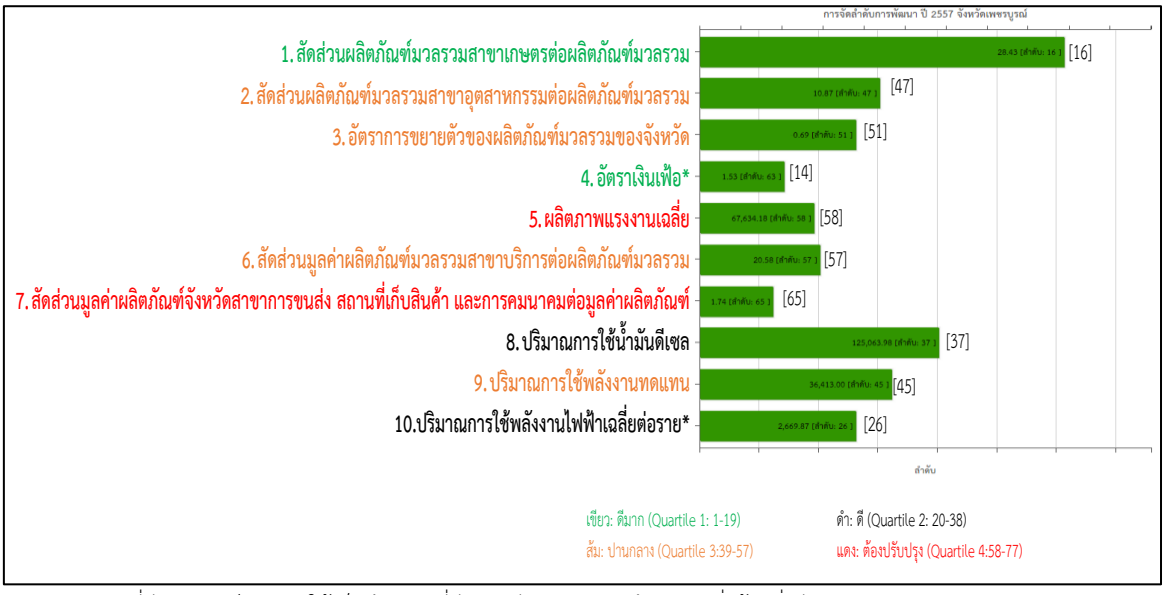
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 1 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 10) สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด

ด้วยศักยภาพทางด้านเกษตรกรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทำให้หลาย ๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทางด้านเกษตรกรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์จึงมีความโดดเด่นค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของผลิตภัณฑ์มวลรวมทางด้านเกษตร ผลิตภาพทางการเกษตร หรือแม้แต่มาตรฐานฟาร์ม และการใช้พืชพลังงาน แต่ประเด็นสำคัญที่จังหวัดเพชรบูรณ์จะต้องให้ความสำคัญคือปัญหาหนี้สินที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินงานทางเศรษฐกิจในด้านอื่นๆ ต่อไปได้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

จังหวัดเพชรบูรณ์มีคะแนนการพัฒนาในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน อยู่ที่ 2.80 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศที่อยู่ที่ระดับ 2.75 คะแนน จากคะแนนดังกล่าวทำให้จังหวัดเพชรบูรณ์ได้รับการจัดลำดับเฉพาะในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 นี้ ในลำดับ 32 หรือใน Quartile 2 ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่ดี โดยมีการประเมินปัจจัยทั้งสิ้น 10 ตัวด้วยกัน ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-25)

แผนภาพที่ 2-25: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม และ 4) อัตราเงินเฟ้อ
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 8) ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล 10) ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2)สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม 3) อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด และ 9) ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 5) ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 6) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม และ 7) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์

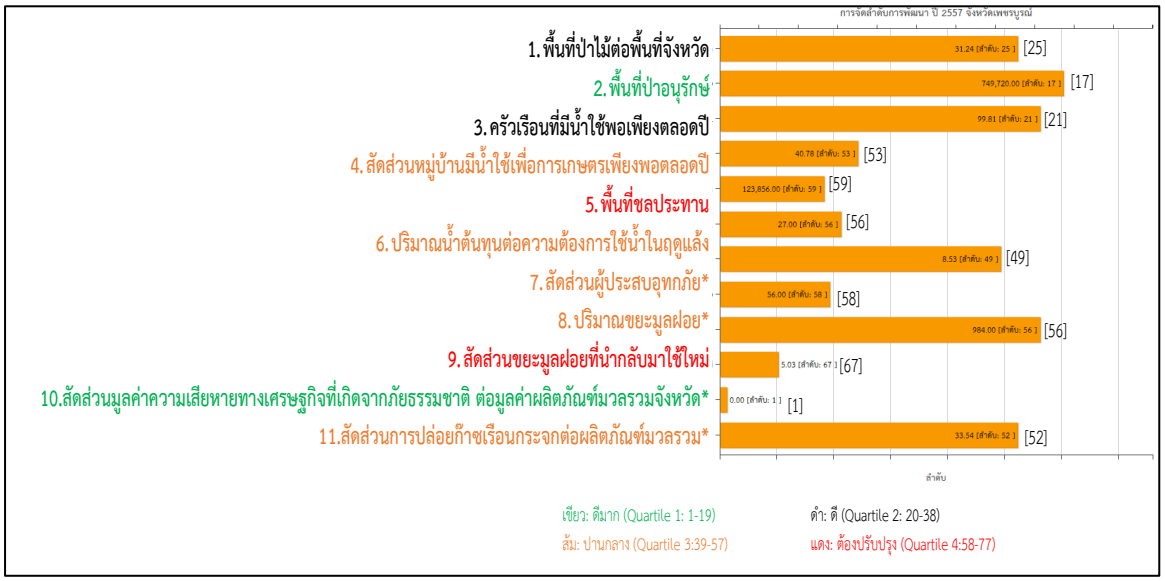
ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ นี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าทั้งในส่วนของศักยภาพและทิศทางของการ 4 พัฒนาของจังหวัดจะมุ่งไปที่เกษตรกรรมเป็นสำคัญ จึงทำให้คะแนนที่ค่อนข้างสูงทางด้านพัฒนาของจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับเกษตร ในขณะที่จังหวัดเพชรบูรณ์อาจยังไม่ได้มุ่งไปในทิศทางทางด้านอุตสาหกรรม และการบริการ ทำให้ได้คะแนนในส่วนที่เกี่ยวข้องในสาขานั้นๆ ต่ำ คะแนนในประเด็นยุทธศาสตร์นี้จะไม่ได้สามารถสะท้อนเป็นจุดด้อยของจังหวัดได้อย่างจริงจัง เพียงแต่สะท้อนให้เห็นถึงทิศทางในปัจจุบันของจังหวัดที่เน้นทางด้านการเกษตรกรรมมากกว่าเท่านั้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน จังหวัดเพชรบูรณ์ได้คะแนนทางด้านการพัฒนาอยู่ที่ 2.78 คะแนน ซึ่งถือว่าเป็นคะแนนที่ต่ำที่สุดหากเทียบกับประเด็นยุทธศาสตร์อื่น ๆ โดยมีคะแนนเฉลี่ยของจังหวัดอยู่ที่ 3.15 คะแนน ทำให้เพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับอยู่ที่อันดับ 69 ซึ่งเป็นหนึ่งใน 10 อันดับที่จากสุดท้าย หรืออยู่ใน Quartile 4 ที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 นี้ มีการประเมิน 12 ปัจจัยด้วยกัน ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-26)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2) พื้นที่ป่าอนุรักษ์ และ 4) สัดส่วนมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดจากภัยธรรมชาติ ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) พื้นที่ป่าไม้ต่อพื้นที่จังหวัด และ 3) ครัวเรือนที่มีน้ำใช้พอเพียงตลอดปี

แผนภาพที่ 2-26: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 5 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 4) สัดส่วนหมู่บ้านมีน้ำใช้เพื่อการเกษตรเพียงพอตลอดปี 6) ปริมาณน้ำต้นทุนต่อความต้องการใช้น้ำในฤดูแล้ง 7) สัดส่วนผู้ประสบอุทกภัย 9) ปริมาณขยะมูลฝอย และ 12) สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 5) พื้นที่ชลประทาน 8) ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำผิวดิน และ 10) สัดส่วนขยะมูลฝอยที่นำกลับมาใช้ใหม่

จากการประเมินปัจจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่าจุดเด่นของจังหวัดเพชรบูรณ์จะเป็นในเรื่องของการที่มีทรัพยากรป่าไม้ และผลกระทบจากภัยพิบัติที่น้อย แต่จุดด้อยสำคัญของจังหวัดยังเป็นในเรื่องของการจัดการทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็น พื้นที่ชลประทาน คุณภาพน้ำ หรือการจัดการขยะมูลฝอย เป็นต้น

2.4 แนวทางการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดผ่านเครื่องมือ SWOT แล้ว ก็สามารถชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาของจังหวัดในแต่ละด้านได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้าน เกษตร อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว หรือการค้า อย่างไรก็ตามหากการพัฒนาทิศทางดังกล่าวไม่ชัดเจนเพียงพอ อาจทำให้การขับเคลื่อนทิศทางของจังหวัด ซึ่งมีงบประมาณอยู่อย่างจำกัด ขาดความชัดเจนสามารถหรือไม่สามารถพัฒนาให้เกิดความรูปธรรมขึ้นมาได้ ดังนั้นจึงมีแนวคิดในการใช้หลักการของผลิตภัณฑ์ศักยภาพขึ้นมา ซึ่งเป็นการกำหนดในระดับตัวผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน เช่น ตั้งแต่เกษตร -> เกษตรอินทรีย์ -> ข้าวอินทรีย์ เป็นต้น

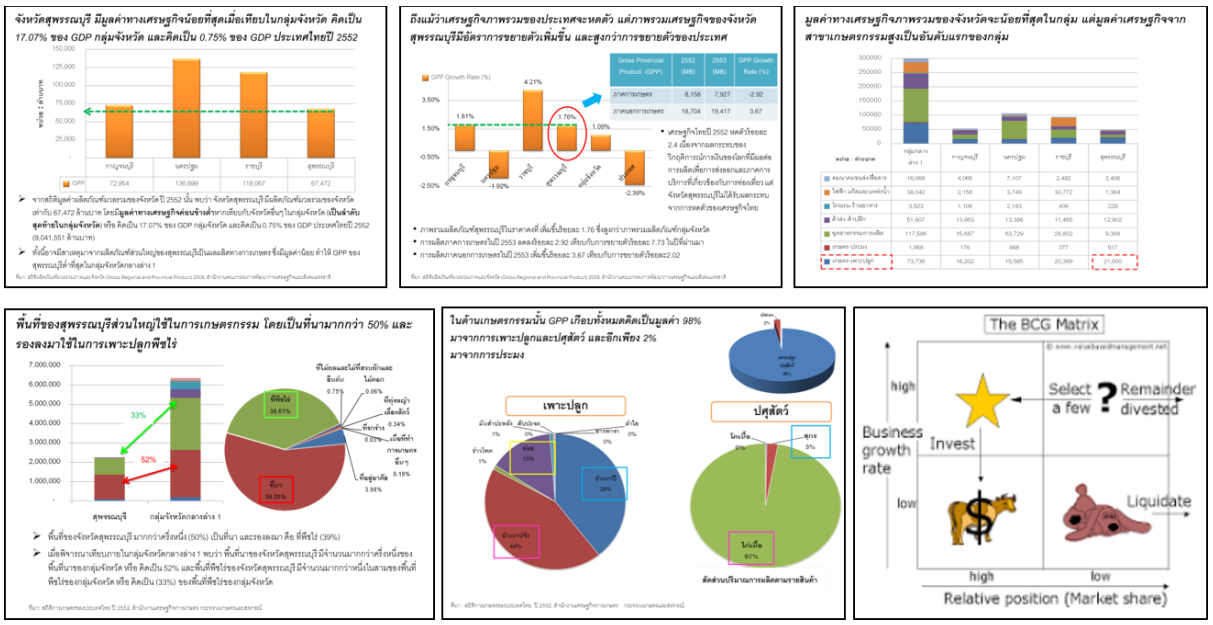
การที่มีผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ชัดเจน ก็จะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงการที่เหมาะสมและสามารถขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพตัวนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้ ในการระบุและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. การระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)

เพื่อให้การระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพมีความสอดคล้องกับทิศทางของนโยบาย และสะท้อนศักยภาพของพื้นที่ได้มากที่สุด ในการเลือกผลิตภัณฑ์ศักยภาพจะต้องพิจารณาจาก 1) ทิศทางของนโยบาย ทั้งในส่วนที่มาจากนโยบายของรัฐบาล วิสัยทัศน์หรือทิศทางยุทธศาสตร์การพัฒนาของผู้บริหารจังหวัด หรือแม้แต่โครงการสำคัญที่จังหวัด หรือกลุ่มจังหวัดกำลังขับเคลื่อน 2) จุดเน้น หรือทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ (Positioning) ของพื้นที่ อาทิ ทิศทางของภูมิภาค กลุ่มจังหวัด หรือของจังหวัดเอง และ 3) ข้อมูลสถิติสนับสนุนต่างๆ ที่มาใช้ในการเปรียบเทียบ และประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่ เข้ามาประกอบกัน

เพื่อให้การระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มีความเหมาะสมและสอดรับกับบริบทของพื้นที่มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อให้เป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้บริหารของจังหวัดในการตัดสินใจ ข้อมูลสนับสนุนประกอบผลิตภัณฑ์ศักยภาพจึงถือว่าเป็นส่วนของข้อมูลที่สำคัญมาก อาทิ ภาพรวมเศรษฐกิจของพื้นที่ ศักยภาพด้านการเกษตร อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว หรือการค้า หรือแม้แต่ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์ศักยภาพต่างๆ ดังตัวอย่างในแผนภาพ 2-27 นี้

แผนภาพที่ 2-27: ตัวอย่างข้อมูลสนับสนุนประกอบการพิจารณาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ



โดยทั่วไปแล้ว ในการพิจารณา และกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพตัวหนึ่งนั้น อาจจะต้องมีการพิจารณาประเด็นเหล่านี้ ประกอบเพิ่มเติมด้วย

- โอกาสของตลาดต่อ Product Champion (Demand and Market Opportunity)
- ความพร้อมของวัตถุดิบ และอุปทาน (Supply)
- กระบวนการในการแปรรูป ต่อยอด หรือขยายผล (Value Added Process)
- องค์ความรู้ และงานวิจัยในการพัฒนา (Research and Development Required)
- เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง (Technology)
- ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการพิจารณาผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่หนึ่งนั้น อาจต้องพิจารณาจากหลายปัจจัยเข้ามาประกอบกัน จึงได้มีการกำหนดกรอบแนวคิดในการพิจารณาผลิตภัณฑ์ศักยภาพเบื้องต้น ดังนี้

แผนภาพที่ 2-28: กรอบแนวทางการพิจารณาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ปัจจัยกำหนด / เกรดที่ได้	นโยบาย (นโยบายผู้ว่า-Expert Opinion)	จุดเน้น / ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Positioning)	ข้อมูลสนับสนุนและการวิเคราะห์อื่นๆ
A (ผ่าน)	/	/	/
B (หารือ)	X	/	/
C (หารือ / ค้นคว้าเพิ่มเติม)	x	X	/

นอกจากนี้ เนื่องจากการพัฒนาทิศทางทางด้านเศรษฐกิจของจังหวัดนั้น มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับนโยบาย ศักยภาพ และบริบทของพื้นที่ ดังนั้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจึงอาจเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางด้านเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว หรือแม้แต่การค้า แต่เพื่อให้การกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นมีความชัดเจนมากที่สุด จึงได้มีการกำหนดแนวคิดในเรื่องของลำดับขั้น (Level) ของผลิตภัณฑ์ศักยภาพขึ้นมา โดยในแต่ละลำดับขั้นจะเป็นการกำหนดความชัดเจนในการพัฒนาตามกรอบของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ ดังตัวอย่างในตารางที่ 2-4 นี้

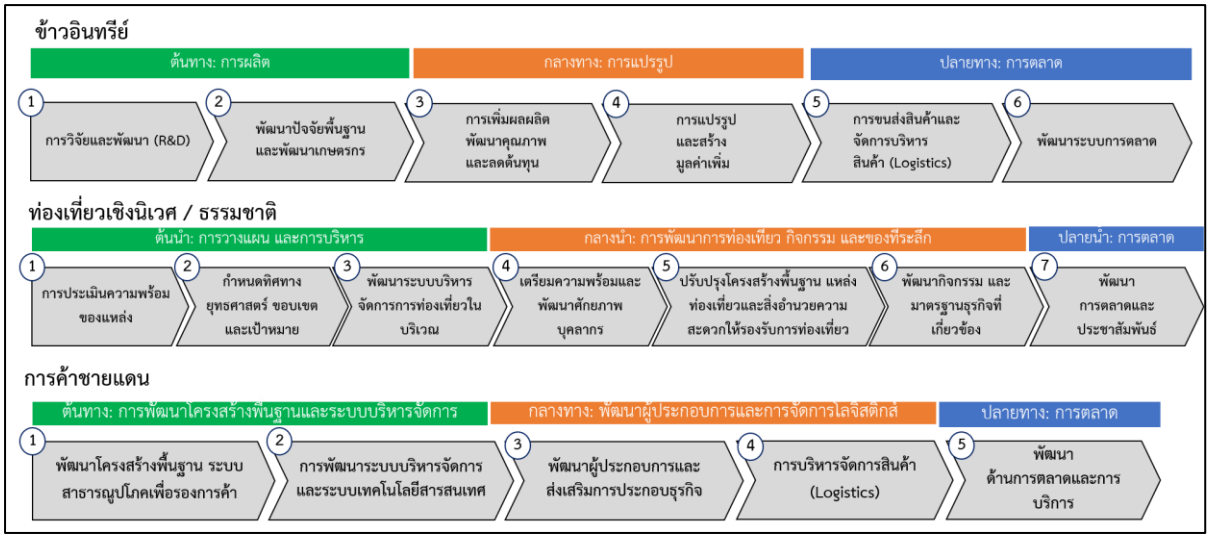
ตารางที่ 2-4: ตัวอย่างการกำหนดระดับของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ระดับ 0	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ 4	ระดับ 5
การพัฒนาจังหวัด	เศรษฐกิจ	เกษตรกรรม	เพาะปลูก	ข้าว	ชัยนาท 1 ปทุมธานี 1 สุพรรณ 60
				อ้อย	
				ผลไม้	
			ปศุสัตว์	โค	
				หมู	
			ประมง	กุ้ง	
				ปลา	
		อุตสาหกรรม	ขนาดใหญ่	เซรามิก / กระจก เคมี / ยาง	
			ขนาดกลาง / SME		
			ในครัวเรือน		
		การค้า การลงทุน	การค้าชายแดน		
			ค้าปลีก		
		ท่องเที่ยว	ธรรมชาติ	นิเวศ / ทะเล	
			วัฒนธรรม	ประเพณี / ชุมชน	
			สันทนาการ	สุขภาพ / ผจญภัย / MICE	
	สังคม				
	สิ่งแวดล้อม				

2. การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพผ่านห่วงโซ่มูลค่า

หลังจากที่สามารถกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาได้แล้ว สิ่งสำคัญคือจะมีแนวทางในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นอย่างไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการนำเสนอแนวคิดในเรื่องของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามา ที่จะมาช่วยกำหนดกรอบในการขับเคลื่อน โดยแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพก็จะต้องมีการกำหนดข้อต่อการพัฒนาที่สำคัญตั้งแต่ในช่วงของต้นทาง กลางทาง และปลายทางต่อไป ซึ่งการพัฒนาตามกรอบห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ก็จะมีความแตกต่างกันออกไปตามประเภทรูปแบบ พื้นที่ หรือแม้แต่ศักยภาพบริบทต่างๆ เช่น หากผลิตภัณฑ์ศักยภาพทางด้านการเกษตร ก็อาจจะมีข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าในแต่ละส่วนที่แตกต่างกับ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เป็นด้านการท่องเที่ยว ด้านการค้า หรือด้านอุตสาหกรรม เป็นต้น ดังตัวอย่างในแผนภาพที่ 2-29 นี้

แผนภาพที่ 2-29: ตัวอย่างข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ



จากแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพตามกรอบห่วงโซ่มูลค่าจะเป็นการกำหนดแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์นั้นๆ ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการตลาดถึงผู้บริโภคได้ในแต่ละข้อต่อ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อต่อนั้น จะเห็นได้ว่าจะเป็นกรอบการพัฒนากว้างๆ เป็นสำคัญ ซึ่งเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในแต่ละข้อต่อได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงต้องให้ความสำคัญถึงปัจจัยที่ในการดำเนินงานในแต่ละข้อต่อเพิ่มเติมด้วย หรือในอีกความหมายหนึ่งคือ “ในการขับเคลื่อนแต่ละข้อต่อจะต้องทำอะไรบ้าง?” ประเด็นปัจจัยในแต่ละข้อต่อเหล่านี้ เรียกว่า “ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factors: CSF)” ซึ่งในการวิเคราะห์และกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อนั้น อาจพิจารณาข้อมูลทั้งในส่วนของกลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ตัวชี้วัด โครงการตามแผนงานที่เกี่ยวข้องหรือแม้แต่ข้อมูลศักยภาพสำคัญ อื่นๆ มาประกอบเข้าด้วยกันได้

3. การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

เมื่อสามารถวิเคราะห์และกำหนดรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละข้อต่อในห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพขึ้นมาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนการมีสรุปรายละเอียด (Check List) ของปัจจัยหรือสิ่งที่ต้องมีการดำเนินการ ซึ่งในการปฏิบัติงานจริงนั้นอาจมีหลายปัจจัยที่ได้มีการดำเนินการบางอย่างไปแล้ว ด้วยเหตุนี้ จึงต้องมีการตรวจสอบและวิเคราะห์ว่ามีปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF) เรื่องใดบ้าง ที่มีการดำเนินการไปแล้ว หรือมีโครงการรองรับไปแล้วบ้าง ซึ่งท้ายที่สุดจะช่วยให้สามารถระบุถึงสิ่งที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาในปัจจัยสำคัญ ที่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ มารองรับ

ในการตรวจสอบและระบุว่าในปัจจัยสู่ความสำเร็จแต่ละข้อ มีโครงการใดมารองรับอยู่บ้างแล้วนั้น สามารถใช้กรอบแนวทางตามตาราง ดังต่อไปนี้ เพื่อตรวจสอบได้

ตารางที่ 2-5: กรอบตารางข้อมูลการระบุปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีโครงการมารองรับ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
ระบุ CSF ที่มีโครงการรองรับ	*ระบุชื่อโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อ CSF*	*ระบุผู้รับผิดชอบหลัก*	*สรุปแนวคิดสำคัญของโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานสำคัญ ที่ตอบสนองต่อ CSF*

จากตารางข้างต้น สามารถสรุปข้อมูลที่เป็นตัวอย่างของข้อมูลของปัจจัยสู่ความสำความสำเร็จที่มีโครงการมารองรับได้ ดังนี้

ตารางที่ 2-6: ตัวอย่างการระบุรายละเอียดปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีโครงการมารองรับ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.2 / 1.3	โครงการจัดเก็บและพัฒนาองค์ความรู้ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว	สนง. ท่องเที่ยวจังหวัด	สำรวจข้อมูลในชุมชน จัดเก็บข้อมูล พร้อมนำมาประชาสัมพันธ์และสื่อสารในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ – อาหารถิ่น / วัฒนธรรม และประวัติบ้านท่านหนูฮัก
2.1	โครงการศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านภู	มหาวิทยาลัยราชภัฏ	สำรวจและศึกษาพฤติกรรมทางด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมายังชุมชนบ้านภู
3.1	โครงการพัฒนามาตรฐานการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวจังหวัด	ให้ความรู้ถึงแนวทางการให้บริการที่เป็นการพัฒนาองค์ประกอบทางด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน

หลังจากที่มีการระบุปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีโครงการมารองรับตามกรอบตารางข้างต้นได้แล้ว ก็สามารถสรุปข้อมูลตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่าขึ้นมาได้ ซึ่งจะช่วยให้เห็นในภาพรวมห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ ได้ว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จข้อใดบ้างที่มีโครงการ หรือมีแนวทางการดำเนินงานสำคัญรองรับ และมีปัจจัยสู่ความสำเร็จใดบ้างที่ยังคงเป็นช่องว่าง ที่ยังไม่มีโครงการมารองรับ หรือยังต้องมีการขยายผลการดำเนินงานเพิ่มเติม โดยสามารถแสดงผลตามกรอบของห่วงโซ่มูลค่าได้ตามตัวอย่างต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2-30: ตัวอย่างการระบุช่องว่างของห่วงโซ่มูลค่า



4. การพัฒนาโครงการจากช่องว่างที่มี

เมื่อสามารถระบุปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap) ได้แล้ว ก็จะต้องมีการพัฒนาโครงการหรือแนวทางการขับเคลื่อนที่จะสามารถตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างนั้นได้ โดยสามารถจัดทำรายละเอียดของโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างตามกรอบตาราง และตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-7: กรอบตารางข้อมูลการระบุโครงการรองรับปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
ระบุ CSF ที่เป็นช่องว่าง	*ชื่อโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อ CSF ที่เป็นช่องว่าง*	*สรุปแนวคิดของโครงการ*	*ระบุผู้รับผิดชอบหลัก หรือกลไกการทำงานของโครงการ (ถ้ามี)*

ตารางที่ 2-8: ตัวอย่างการระบุโครงการรองรับปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4	โครงการพัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourist Center)	พัฒนาแผนงานในการจัดตั้งศูนย์บริหารด้านการท่องเที่ยว พร้อมกำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.2 / 3.4	โครงการศึกษา และจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ พร้อมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.1	โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว	พัฒนาระบบฐานข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดแนวทางการนำเสนอเรื่องราวปละข้อมูลของสถานที่ พร้อมการพัฒนา Application รองรับการท่องเที่ยวของจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ทั้งนี้ หนึ่งโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นมานี้ อาจตอบสนองหนึ่งปัจจัยสู่ความสำเร็จหรือมากกว่าหนึ่งปัจจัยสู่ความสำเร็จก็ได้ ขึ้นอยู่กับแนวคิด และความครอบคลุมของโครงการที่มีการพัฒนาขึ้นมา

จากสรุปกรอบรายละเอียดของโครงการที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จข้างต้น ก็สามารถนำมาพัฒนารายละเอียดโครงการเพิ่มเติม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนโครงการ และจัดทำแบบของบประมาณของโครงการต่อไป โดยมีกรอบแนวทางในการจัดทำรายละเอียดของแต่ละโครงการ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-9: กรอบแนวทางการจัดทำรายละเอียดของโครงการ

ชื่อโครงการ: *ระบุชื่อโครงการ*
ที่มา / หลักการและเหตุผล: *ระบุถึงหลักการและความสำคัญของโครงการ ถึงความจำเป็นในการพัฒนาโครงการ*
สรุปแนวคิดโครงการ *แนวคิดและกรอบราบละเอียดสำคัญของโครงการ*
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ *กิจกรรมสำคัญของโครงการ*
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง *นำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และรูปแบบการทำงาน / ความเชื่อมโยงในการทำงานร่วมกัน*
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: *หน่วยงานรับผิดชอบหรือเจ้าของโครงการ*
ผลลัพธ์: *ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ หรือเกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการ*
ผลผลิต: *ผลผลิต หรือสิ่งที่จะได้รับจากการดำเนินกิจกรรมทั้งหมดของโครงการ*
ตัวชี้วัดของโครงการ: *แนวทางการประเมินผลสำเร็จของโครงการ*

ตารางที่ 2-10: ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น– สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ระบุขั้นตอนสำคัญของโครงการ	*ระยะเวลาในการดำเนินงานของขั้นตอน*	*งบประมาณที่ต้องใช้ในการดำเนินขั้นตอนนี้*	*ทรัพยากรที่ต้องใช้นอกเหนือจากเงินในการดำเนินงานขั้นตอนนี้*	*ผู้รับผิดชอบในขั้นตอนนี้*	

2.5 การพัฒนาและเขียนโครงการ

นอกเหนือจากหลักการในการระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพ มาสู่การวิเคราะห์ช่องว่างตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า จนนำมาสู่การพัฒนาแนวคิดโครงการสำคัญขึ้นมาแล้วนั้น สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาของพื้นที่ได้เป็นอย่างดีคือการพัฒนาและเขียนโครงการที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญตั้งแต่หลักการของการพัฒนาโครงการ และแนวทางในการเขียนโครงการไปพร้อมๆ กัน

<u>ความหมายของโครงการ</u>

โครงการ (Project) หมายถึง แผนงานย่อยที่ประกอบด้วยกิจกรรมหลายกิจกรรม หรืองานหลายงานที่ระบุรายละเอียดชัดเจน หรือกล่าวได้ว่า โครงการ เป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งในการวางแผนพัฒนา ซึ่งช่วยให้เห็นภาพ และทิศทางการพัฒนา

แผนงานที่ปราศจากโครงการ ย่อมเป็นแผนงานที่ไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถนำไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมได้ ดังนั้นโครงการจึงเป็นสิ่งที่ทำให้สามารถนำแผนปฏิบัติการสู่การปฏิบัติจริง เพื่อให้เกิดผล และบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ และเป็นจุดเชื่อมโยงจากแผนงาน ไปสู่แผนเงิน และแผนคนด้วย

<u>หลักการการพัฒนาโครงการแบบบูรณาการ</u>

ภายใต้การขับเคลื่อนการพัฒนาของพื้นที่ผ่านกรอบแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพตามกรอบห่วงโซ่มูลค่านั้น สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญเพื่อให้การขับเคลื่อนนั้นมีประสิทธิภาพ คือการบูรณาการระหว่างกัน อันจะส่งผลให้เกิดขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมดได้

ที่ผ่านมานั้น การพัฒนาโครงการในการตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นอาจมีโครงการเกิดขึ้นมาได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นโครงการจากส่วนกลาง (Function) โครงการจากพื้นที่ (Area) หรือโครงการจากเอกชน (Private) ซึ่งโครงการเหล่านั้นส่วนใหญ่ล้วนเป็นโครงการที่อาจมีการดำเนินการแยกกัน หรือที่เรียกกันว่าเป็นการดำเนินงานแบบ silo หรือต่างคนต่างทำ โดยที่ไม่ได้อ้างอิงหรือถึงแนวทางการเชื่อมโยงกับส่วนงานอื่นๆ แต่อย่างใด

เพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น จึงจะต้องเริ่มเกิดการบูรณาการระหว่างกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับโมเดลการทำงานที่สะท้อนถึงรูปแบบความร่วมมือระหว่างรัฐกับเอกชนที่มากขึ้น หรือที่เรียกกันว่า Public-Private Partnership

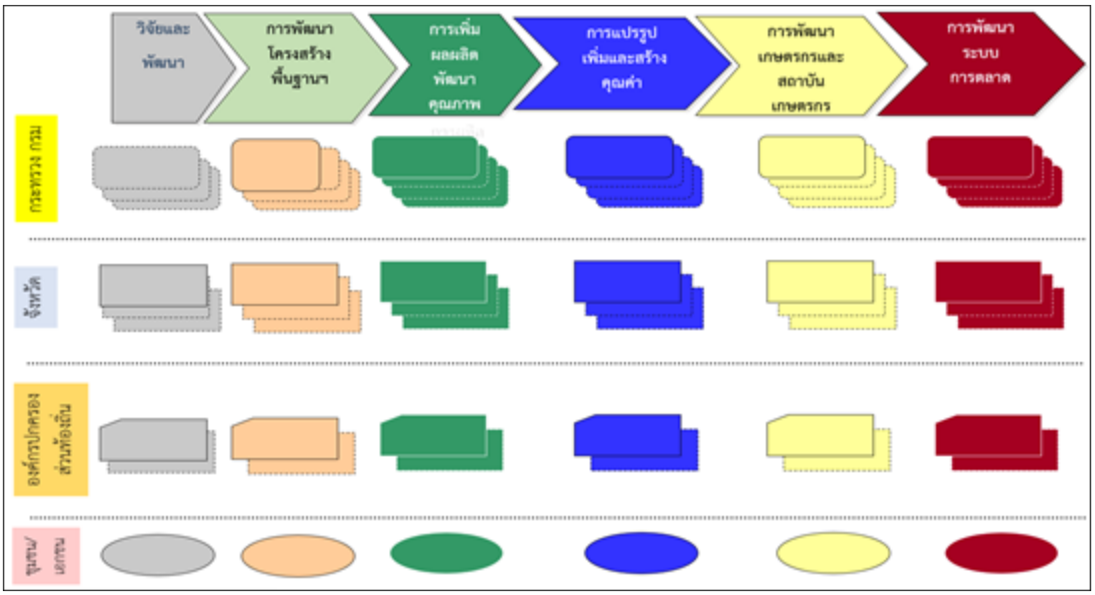
ตารางที่ 2-11: กรอบตัวอย่างรูปแบบการทำงานระหว่างรัฐและเอกชน

รูปแบบการดำเนินงาน	การลงทุนจากภาครัฐ	การลงทุนจากภาคเอกชน
รัฐลงทุนร่วมกับเอกชน	✓	✓
รัฐลงทุนเอง	✓	×
เอกชนลงทุนเอง	×	✓

ทั้งนี้ ในปัจจุบันพบว่ายังมีรูปแบบการดำเนินงานแบบประชารัฐ ที่มีภาคประชาสังคมเข้ามาเสริมร่วมกับภาครัฐ และเอกชน ก็ถือว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการพัฒนาขึ้นมาในการช่วยขับเคลื่อนงานในภาคส่วนต่างๆ ของประเทศอย่างแพร่หลายมากขึ้น อาทิ บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี เป็นต้น

นอกจากรูปแบบการดำเนินงานแบบบูรณาการดังกล่าวแล้ว การพัฒนาโครงการที่ตอบสนองต่อแต่ละข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จก็ยังนับว่าเป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพได้เป็นอย่างดีเช่นกัน โดยการขับเคลื่อนแบบบูรณาการที่สามารถเกิดขึ้นได้นั้น อาจเกิดจากการแบ่งโครงการตามบทบาทหน้าที่ที่หน่วยงานนั้นๆ รับผิดชอบได้ ซึ่งจะช่วยให้เห็นความเชื่อมโยงของการทำงานระหว่างกันขึ้นมาได้ ดังตัวอย่างในแผนภาพ 2-31 ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิดการวางโครงการตามข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกันมีการแบ่งบทบาทการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะช่วยให้เห็นภาพรวมการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพตามห่วงโซ่มูลค่าของหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างชัดเจน

แผนภาพที่ 2-31: กรอบแนวคิดการกำหนดโครงการแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดห่วงโซ่มูลค่า



<u>กรอบแนวคิดของการพัฒนาโครงการ</u>

การพัฒนาโครงการที่มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรมในพื้นที่นั้นจะต้องพิจารณาประเด็นสำคัญอยู่ 3 เรื่องใหญ่ๆ ด้วยกัน ได้แก่

1. ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับนโยบาย และตอบสนองความต้องการในพื้นที่: ให้ความสำคัญกับความสอดคล้องระหว่างโครงการกับยุทธศาสตร์ / แผนงานในระดับต่างๆ ซึ่งจะสะท้อนความเร่งด่วนในประเด็นสำคัญ ที่รัฐบาลให้ความสำคัญรวมถึงความเชื่อมโยงกับการดำเนินงานในปีก่อนๆ โดยมีประเด็นย่อยที่ต้องพิจารณา อาทิ ความเร่งด่วน (Urgency) การเชื่อมโยง (Integration) ความต้องการของพื้นที่ (Local Demand) มีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจ และแก้ปัญหาอุดช่องว่างทางเศรษฐกิจ/

2. คุณภาพโครงการ: พิจารณาตั้งแต่ความชัดเจนของวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงาน ลักษณะของกิจกรรมความเหมาะสม และความคุ้มค่าในการสนับสนุนงบประมาณ โดยโครงการที่พัฒนาขึ้นมาจะต้องมีทั้งผลผลิต / ผลลัพธ์ (Result) และผลกระทบ (Potential Impact) ที่อาจเกิดขึ้น
3. ความพร้อมและความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน: มุ่งเน้นการพิจารณาความสามารถความเหมาะสมของหน่วยงาน ทั้งในประเด็นในด้านของความเป็นไปได้ (Actionable) ของโครงการ และความพร้อมของหน่วยงาน (Readiness) อีกทั้งยังพิจารณาความสามารถในการต่อยอดโครงการหลังจากได้รับงบประมาณ และการบูรณาการการทานกับพื้นที่เป้าหมาย

<u>หลักการเขียนโครงการ</u>

ก่อนที่จะมีการพัฒนาและเขียนโครงการในการขับเคลื่อนพื้นที่ขึ้นมานั้น ควรจะต้องให้แน่ใจได้ว่าโครงการที่จะดำเนินการนั้นสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องจึงจะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมของปัญหาให้ได้ จากนั้นกำหนดประเด็นที่ต้องการจะแก้ไข พร้อมกับแนวทางการแก้ไขที่ชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้โครงการที่พัฒนาขึ้นมานั้นสามารถตอบสนองความต้องการ หรือแก้ไขปัญหาในพื้นที่ได้อย่างตรงจุด มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ เมื่อมีการวางแนวทางของโครงการได้อย่างเหมาะสมแล้ว จึงเริ่มดำเนินการพัฒนาและเขียนโครงการในลำดับถัดมา โดยโครงการที่ดีควรจะต้องมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. สามารถตอบสนองความต้องการ หรือแก้ปัญหาของหน่วยงานได้
2. มีวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ชัดเจน สามารถดำเนินงาน และปฏิบัติได้
3. รายละเอียดของโครงการ ต้องสอดคล้อง และสัมพันธ์กัน ตั้งแต่ประเด็นแรก ถึงประเด็นสุดท้าย (วัตถุประสงค์ ของโครงการต้องสอดคล้องกับหลักการ และเหตุผล วิธีการดำเนินงานต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป็นต้น)
4. รายละเอียดโครงการ สามารถเข้าใจได้ง่าย มีการใช้ภาษาที่เข้าใจกันทั่วไป สะดวกต่อการดำเนินงานตามโครงการ
5. สามารถนำไปปฏิบัติได้ โดยจะต้องสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน และสามารถติดตามประเมินผลได้
6. โครงการต้องกำหนดขึ้น จากข้อมูลที่เป็นจริง และเป็นข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์อย่างรอบคอบ
7. โครงการต้องได้รับการสนับสนุนในด้านทรัพยากร และการบริหารอย่างเหมาะสม
8. โครงการต้องมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ต้องระบุถึงวัน เวลาที่เริ่มต้น และสิ้นสุดโครงการ

นอกจากนี้ ยังสามารถใช้กรอบแนวคิด SMART ในการพัฒนาและเขียนโครงการที่เหมาะสมได้ โดยมีรายละเอียด

- **Sensible and Specific** คือ ต้องมีความเป็นไปได้และมีความเฉพาะเจาะจงในการดำเนินการโครงการ
- **Measurable** คือ ต้องสามารถวัดและประเมินผลระดับของความสำเร็จได้
- **Attainable** คือ ต้องระบุถึงการกระทำที่สามารถปฏิบัติได้มิใช่สิ่งเพ้อฝัน
- **Reasonable and Realistic** คือ ต้องระบุให้มีความเป็นเหตุเป็นผลและสอดคล้องกับความเป็นจริง
- **Time** คือ ต้องมีการกำหนดขอบเขตของเวลาที่จะกระทำให้สำเร็จได้อย่างชัดเจน

หัวข้อการเขียนโครงการ

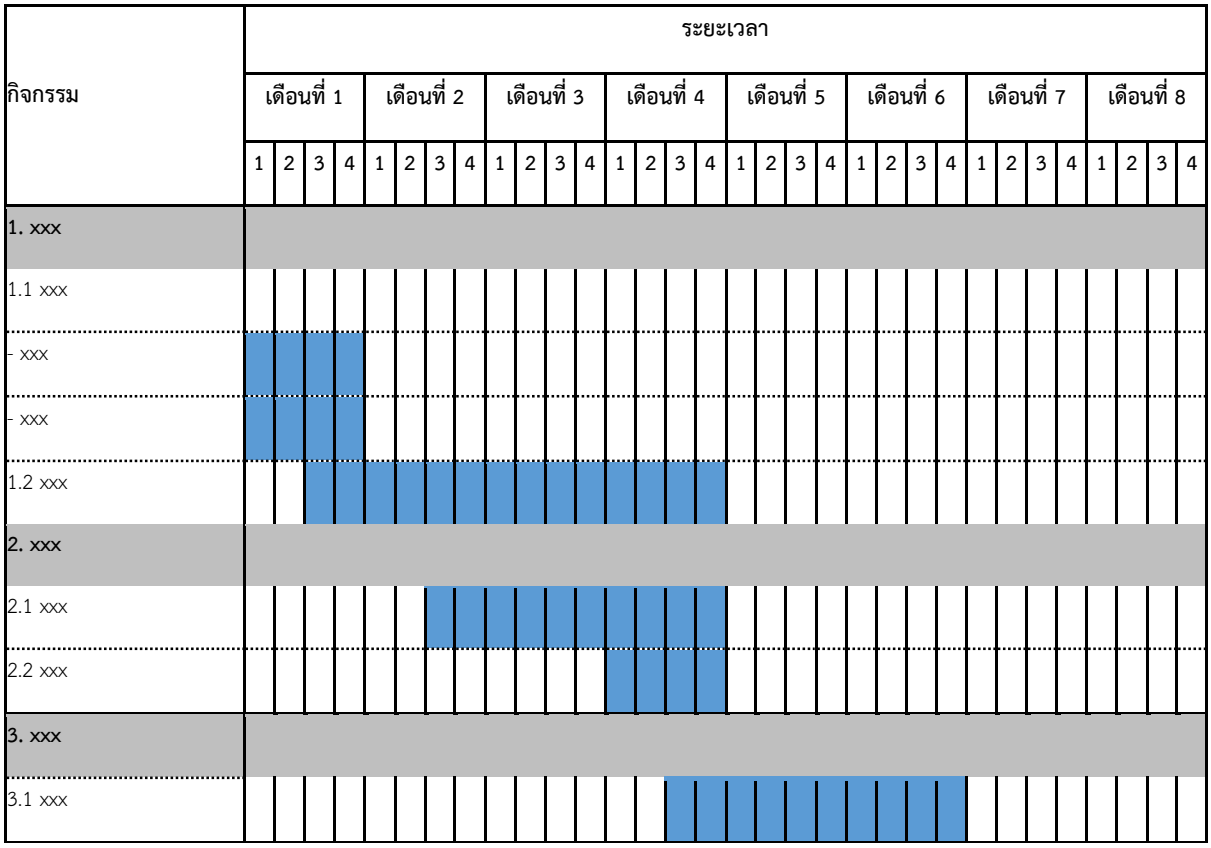
ในการพัฒนาและเขียนโครงการ ได้มีการกำหนดหัวข้อและแบบฟอร์มในการเขียนโครงการขึ้นมา เพื่อ ให้หน่วยงาน หรือผู้รับผิดชอบใช้เป็นมาตรฐานในการนำเสนอรายละเอียดและแนวคิดของโครงการที่ต้องการพัฒนาขึ้นมา ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อสำคัญ ดังนี้

1. **ชื่อโครงการ:** ต้องมีความชัดเจน เหมาะสม เฉพาะเจาะจง กะทัดรัด และสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน โดยชื่อโครงการจะบอกให้ทราบว่าจะทำสิ่งใดบ้าง โครงการที่จัดทำขึ้นนั้นเพื่ออะไร โดยทั่วไปจะต้องแสดงลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติ ลักษณะเฉพาะของโครงการ และจุดมุ่งหมายของโครงการ
2. **ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ (ประเทศ / หน่วยงาน):** ระบุความเชื่อมโยงของโครงการ กับประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นว่าโครงการที่ทำอยู่ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของโครงการ ว่าสามารถสนับสนุน และสอดคล้องกับนโยบายและประเด็นยุทธศาสตร์นั้นได้มากน้อยเพียงใด
3. **หลักการและเหตุผล:** ระบุถึงปัญหา และความจำเป็นในการจัดทำและดำเนินโครงการ ซึ่งอาจประกอบด้วยประเด็นย่อย ดังนี้
    - ที่มา: จุดริเริ่มของโครงการ เช่น นโยบาย แผนงาน ความต้องการของประชาชน ระบุเหตุผลและข้อมูลที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการจัดทำโครงการ เป็นต้น
    - สภาพปัญหา: ระบุสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน หรือแนวโน้มในอนาคต
    - ความเร่งด่วน: ความเร่งด่วนของการดำเนินการ หากไม่ได้รับการแก้ไข จะส่งผลกระทบอย่างไร
4. **วัตถุประสงค์:** ระบุเจตจำนงในการดำเนินโครงการ โดยจะต้องแสดงให้เห็นผลที่ต้องการบรรลุอย่างเป็นรูปธรรม วัตถุประสงค์จะเป็นตัวกำกับกิจกรรม และแนวทางการดำเนินงานของโครงการ
    อย่างไรก็ดี การเขียนวัตถุประสงค์ที่ดี ยังต้องพิจารณา:
    - ใช้คำกริยาที่แสดงถึงความตั้งใจจริง เช่น เพื่อเพิ่ม... เพื่อลด... เพื่อส่งเสริม... เพื่อปรับปรุง... เพื่อขยาย... เพื่อรณรงค์... เพื่อเผยแพร่... เป็นต้น

- ระบุผลผลิต (Output) หรือระบุผลลัพธ์ (Outcome) ที่ต้องการให้เกิดขึ้นเพียงประการเดียว ในวัตถุประสงค์หนึ่งข้อ ถ้าเขียนวัตถุประสงค์ไว้หลายข้อ ข้อใดทำไม่สำเร็จ เราสามารถประเมินผลได้ ซึ่งอาจกำหนดเป็นวัตถุประสงค์หลัก 1 ข้อ และวัตถุประสงค์รอง 1-2 ข้อ โดยมีเงื่อนไขว่า
  - ถ้าบรรลุวัตถุประสงค์หลัก ไม่บรรลุวัตถุประสงค์รอง ควรทำต่อไป
  - ถ้าบรรลุวัตถุประสงค์รอง ไม่บรรลุวัตถุประสงค์หลัก อาจยุติโครงการ

5. **ประโยชน์ที่ได้รับ:** ผลที่คาดว่าจะได้จากการดำเนินงาน ไม่ใช่คัดลอกวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายมาใส่
6. **กลุ่มเป้าหมาย:** ผู้รับบริการที่จะทำให้โครงการบรรลุผล หรือผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ทางตรงจากโครงการ (กลุ่ม จำนวน)
7. **สถานที่ดำเนินการ:** ระบุสถานที่ หรือที่ตั้งในการดำเนินโครงการ
8. **วิธีการดำเนินการ :**การระบุขั้นตอนการดำเนินการตามลำดับก่อนหลัง เพื่อใช้ปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยแยกเป็นกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรม ซึ่งจะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ว่ามีกิจกรรมใดที่ต้องทำบ้าง
   - กรณีโครงการมีความซับซ้อน อาจต้องมีการเขียนอธิบายวิธีการดำเนินงานอย่างละเอียด ก่อนที่จะมีการระบุขั้นตอนด้วย Gantt chart เนื่องจากการเขียนใน Gantt Chart อาจสั้นเกินไป ไม่สามารถระบุเนื้อหาทั้งหมดได้
   - เป็นการให้รายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติ แยกเป็นกิจกรรมย่อยเหมือน Gantt chart แต่อธิบายลงลึกเพื่อให้เข้าใจกิจกรรมย่อยๆ นั้นชัดเจนมากขึ้น
9. **ขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินโครงการ (แผนปฏิบัติงาน):** แสดงขั้นตอนของกิจกรรมในการดำเนินโครงการอย่างละเอียด ตั้งแต่เริ่ม จนสิ้นสุดโครงการ โดยระบุระยะเวลาในการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด
   - ระยะเวลาของโครงการ: ระบุระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งหมดของโครงการ (ตั้งแต่เริ่ม จนถึงสิ้นสุด)
   - ขั้นตอนในการดำเนินโครงการ: ขั้นตอน / กิจกรรม และระยะเวลาในแต่ละส่วน

แผนภาพที่ 2-32: ตัวอย่างกรอบการจัดทำตารางขั้นตอนและระยะเวลา (Gantt Chart)



10. **ผลผลิต / ผลลัพธ์การดำเนินโครงการ**
    - ผลผลิต (Output): กิจกรรม หรือผลที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมในโครงการ เช่น จำนวนครั้งของการสัมมนา หรือกิจกรรม
    - ผลลัพธ์ (Outcome): ผลหรือประโยชน์ที่ได้รับจากผลผลิตของโครงการ หรือจากภาพรวมของการดำเนินโครงการทั้งหมด เช่น ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น
11. **ตัวชี้วัดของโครงการ:** การกำหนดแนวทางการวัดผลสำเร็จของโครงการ โดยในการกำหนดตัวชี้วัดอาจใช้กรอบแนวคิด VARS มาเป็นตัวกำหนดได้ ซึ่งประกอบไปด้วย ความสมเหตุสมผล(ที่อธิบายได้): Validity ความมีอยู่ของข้อมูล: Availability of Data ความเชื่อถือได้ของข้อมูล: Reliability of Data ความเคลื่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลง: Sensitivity
12. **งบประมาณ:**
    - วงเงินงบประมาณ: งบประมาณในภาพรวมของโครงการ
    - แผนการใช้จ่ายงบประมาณ: ระบุหมวดค่าใช้จ่าย (ค่าบุคลากร ค่ากิจกรรม ค่าบริหารจัดการ ค่าลงทุน เป็นต้น) และประมาณการร่ายจ่ายในแต่ละช่วงเวลาของโครงการ
    - ทรัพยากรอื่นๆที่จำเป็น: ระบุทรัพยากรอื่นๆ นอกเหนือจากงบประมาณ ต่อการดำเนินการโครงการ

ทั้งนี้ ในการกำหนดและใช้จ่ายงบประมาณของโครงการ จะต้องอ้างอิงตามหลักการต่อไปนี้

- ความประหยัด (Economy) การเสนองบประมาณโครงการจะต้องเป็นไปโดยมีความประหยัด ใช้ทรัพยากรทุกอย่างให้คุ้มค่าที่สุด และได้คุณภาพของผลงานดีที่สุด
- ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) โครงการทุกโครงการจะต้องมีคุณค่าเป็นที่ยอมรับ และทุกคนมีความพึงพอใจในผลงานที่เกิดขึ้น โดยใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด ประหยัดที่สุด และได้รับผลตอบแทนคุ้มค่า
- ความมีประสิทธิผล (Effectiveness) โครงการทุกโครงการจะต้องดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ นำผลที่เกิดขึ้นเทียบกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หากได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ก็ถือว่ามีประสิทธิผล
- ความยุติธรรม (Equity) การจัดสรรทรัพยากรทุกชนิด หรือการใช้จ่ายทรัพยากร จะต้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เพื่อให้ทุกฝ่ายปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง คล่องตัว และมีประสิทธิภาพสูงสุด

13. **ผู้รับผิดชอบโครงการ:** หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ ในการจัดทำโครงการนั้นๆ โดยตรง เพื่อสะดวกต่อการติดตามและประเมินผลโครงการ
14. **ผู้ที่เกี่ยวข้องที่อาจได้รับผลกระทบ:** ระบุบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินโครงการ ทั้งในด้านบวก และด้านลบ พร้อมแนวทางการบริหารจัดการผู้ที่เกี่ยวข้องดังกล่าว
15. **โครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง:** ระบุความเชื่อมโยงของโครงการที่ดำเนินการ กับโครงการอื่นๆ ที่มีอยู่ ทั้งภายใน หรือภายนอกหน่วยงาน
16. **อื่นๆ:**
    - ความพร้อมในการดำเนินงาน: การประเมินความพร้อมของพื้นที่ บุคลากร หรือเครื่องมือในการดำเนินโครงการ หากไม่พร้อม อาจจะต้องมีการกำหนดแผนงาน หรือแนวทางในการจัดการเพิ่มเติม
    - วิธีการบริหารจัดการหลังแล้วเสร็จ: การกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับโครงการ หรือการติดตามผลของโครงการเมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ
    - ปัญหา อุปสรรค หรือข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น: การคาดการณ์ถึงปัญหา อุปสรรค หรือข้อจำกัดอื่นๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในการดำเนินโครงการ เพื่อที่จะหาแนวทางในการจัดการกับปัญหาเหล่านั้น

แบบสรุปโครงการแบบย่อ

ชื่อโครงการ	ชื่อโครงการอะไร (ควรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวคิด และกิจกรรมที่ดำเนินการ)
ความสำคัญของโครงการ / หลักการและเหตุผล	อะไรคือที่มาที่ไป หลักการและเหตุผลของโครงการ
วัตถุประสงค์ของโครงการ	อะไรคือวัตถุประสงค์ของโครงการ
แนวคิดภาพรวมของโครงการ	แนวคิดของโครงการคืออะไร
กิจกรรมสำคัญ แผน/ โครงการ/ ดำเนินงาน	อะไรคือกิจกรรมที่สำคัญของโครงการ และระยะเวลาที่ต้องใช้ (นำเสนอรูปแบบของ Gantt chart)
ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ	ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการนี้คืออะไร
ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ	ตัวชี้วัดที่จะบ่งบอกว่าโครงการนี้บรรลุผลผลิต และผลลัพธ์คืออะไร
ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และความพร้อมของโครงการ	โครงการนี้มีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์เป้าประสงค์ใด (ทั้งในระดับกระทรวง กรม กลุ่มจังหวัด และจังหวัด)
ผู้รับผิดชอบ	ใครคือผู้จัดการโครงการ (project manager) และใครที่เกี่ยวข้อง
ทรัพยากรที่ต้องใช้	นอกเหนือจากงบประมาณแล้ว โครงการนี้ต้องใช้ทรัพยากรใดเพิ่มเติมอีกบ้าง
งบประมาณ	งบประมาณของโครงการนี้ เท่ากับเท่าไร

ตัวอย่างการการเขียนโครงการ

โครงการพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์สู่ตลาดโลก

แผนการบริหารราชการแผ่นดิน: ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี: ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าวหอมมะลิส่งออกสู่ตลาดโลก
ตัวชี้วัด: ร้อยละ หรือ รายได้สุทธิของการส่งออกข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพิ่มขึ้น
เป้าหมาย: 50%

ความสำคัญ หลักการ และเหตุผล

ปัจจุบันแนวโน้มความต้องการของตลาดโลก มุ่งเน้นการผลิตอาหารหรือผลิตภัณฑ์ทางอาหาร ที่มีสุขลักษณะที่ดีต่อคุณภาพชีวิตเป็นสำคัญ ในความต้องการดังกล่าวการพัฒนาการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ให้เป็นสินค้าสำคัญของไทย นับเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น (Value Chain) และมีคุณลักษณะตรงตาม Food Safety และความต้องการของตลาดผู้บริโภคระดับสากล และเนื่องจากได้มีโครงการนำร่องของการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่จังหวัดเชียงรายและจังหวัดพะเยา โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับหน่วยงานวิชาการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสามารถพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์จำหน่ายใน

ต่างประเทศ จึงเห็นควรตั้งศูนย์ประสานงานเครือข่าย เพื่อส่งเสริมให้มีการเพาะปลูกกันอย่างกว้างขวางขึ้นในภาคเหนือตอนบน เป็นการช่วยลดมลภาวะ สร้างความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสนองความต้องการของตลาดโลก

วัตถุประสงค์โครงการ

3.1 เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและความสามารถผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ส่งออกได้ในระดับมาตรฐานสากล

3.2 เพื่อสร้างเครือข่ายการเป็นศูนย์กลางในภาคเหนือตอนบน เพื่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์สู่ตลาดโลก

3.3 เพื่อสร้างองค์กรประสานงานระหว่างผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์และผู้ให้การรับรองมาตรฐานสากล

ขอบเขตและกระบวนการที่สำคัญ

	ขอบเขตโครงการ
กลุ่มผู้รับบริการเป้าหมาย	เกษตรกรปลูกข้าวอย่างน้อย 300 ราย
พื้นที่ทางภูมิศาสตร์เป้าหมาย	ทุกจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

ขั้นตอนและกระบวนการในการดำเนินงาน

กิจกรรม	**เดือนที่ 1**				**เดือนที่ 2**				**เดือนที่ 3**				**เดือนที่ ...**			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 การพัฒนาโครงการ																
2 การขออนุมัติโครงการต่อคณะกรรมการกลุ่มจังหวัด																
3 การก่อตั้งศูนย์ประสานงานฯ																
4 การประชาสัมพันธ์และรับเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ																
5 การถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ																
6 เกษตรกรปลูกข้าวโดยมีทีมวิชาการให้คำปรึกษาเป็นระยะตามห่วงเวลาของฤดูปลูกข้าว																
7 การประสานงานกับองค์กรต่างประเทศเพื่อขอรับรองมาตรฐาน																
8 การประเมินผลโครงการ																

ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการระดับจังหวัด

ผลผลิตของโครงการระดับจังหวัด	ผลลัพธ์ของโครงการระดับจังหวัด
ก่อตั้งศูนย์ประสานงานฯ	มีจุดเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
เกษตรกรมีความรู้ในการปลูกข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษ	เกษตรกรมีความสามารถในการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์
องค์กรต่างประเทศให้การรับรองมาตรฐานสากล	ข้าวหอมมะลิอินทรีย์สามารถส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

ผลผลิตของโครงการระดับจังหวัด	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ระยะเวลา
ก่อตั้งศูนย์ประสานงานฯ	ความสำเร็จในการจัดตั้งศูนย์ฯ	1 ศูนย์	เดือน มิ .ย.48
เกษตรกรมีความรู้ในการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์และเป็นเครือข่าย	จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้	ไม่น้อยกว่า 300 ราย	เดือน มิ .ย.48
องค์กรต่างประเทศให้การรับรองมาตรฐานสากล	องค์กรต่างประเทศให้การรับรองมาตรฐาน	เดือน พ– .ย. ธ .ค.48	
เกษตรกรมีความสามารถในการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์	ปริมาณข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษที่ปลูกได้	3,600 ตัน	เดือน พ .ย.48
ข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษสามารถส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้	ปริมาณข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษที่สามารถส่งออกได้ รายได้ของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้น	3,600 ตัน 36,000 บาทต่อไร่ ต่อปี	เดือน ก .พ.49

ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ และความพร้อมของโครงการ

สัมพันธ์หรือเชื่อมโยงต่อ	เหตุผลและรายละเอียด
โครงการหลัก ที่ส่งผลต่อการบรรลุค่าเป้าหมาย ภายใต้ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ระดับกลุ่มจังหวัด	ตัวชี้วัด ได้ศูนย์ประสานงานฯ ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ค่าเป้าหมาย 1 แห่ง เป้าประสงค์ เป็นศูนย์ประสานทางวิชาการและการส่งออก ประเด็นยุทธศาสตร์ ปรับตัวเพื่อเพิ่มมูลค่าฐานเศรษฐกิจเติม โดยการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตทางด้านการเกษตรให้มีคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและของตลาดโลก
โครงการสนับสนุน ที่ส่งผลต่อการบรรลุค่าเป้าหมาย ภายใต้ตัวชี้วัด ของแผนบริหารราชการแผ่นดิน	ตัวชี้วัด 1. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม 2. มูลค่าการส่งออก

สัมพันธ์หรือเชื่อมโยงต่อ	เหตุผลและรายละเอียด
	ค่าเป้าหมาย 1. XXX 2. เกษตรกรมีรายได้ 180,000 /ราย/ปี เป้าประสงค์ เพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรและรายได้เกษตรกร ประเด็นยุทธศาสตร์ การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้ (03-10-043)

ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ และความพร้อมของโครงการ (ต่อ)

☑ ดำเนินการได้ทันที

☐ อยู่ในระหว่างเตรียมความพร้อม

1. ความพร้อมของพื้นที่ดำเนินการ
   ☑ มีแล้ว และได้รับอนุญาตให้ใช้ได้ตามกฎหมาย ☑ ต้องจัดหาใหม่
2. ความพร้อมของรูปแบบรายการ
   ☑ มีและสมบูรณ์ ☐ มี แต่ยังไม่สมบูรณ์ ☐ ไม่มี
3. ความพร้อมของการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม
   ☑ ไม่กระทบ ☐ ผ่านคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมฯ แล้ว ☐ ยังไม่ผ่าน
4. ความพร้อมของบุคลากร เครื่องมือ และเทคนิค
   ☑ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ
5. การศึกษาโครงการเบื้องต้น
   ☐ ไม่ต้องมี เพราะ
   ☑ มีแล้ว
   ☐ ยังไม่มี เพราะ

ผู้รับผิดชอบโครงการ

ตำแหน่งในโครงการ	ชื่อบุคคล	บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ
ที่ปรึกษาโครงการ	ผู้ว่าราชการจังหวัดหัวหน้ากลุ่มจังหวัด	อนุมัติ ให้การสนับสนุนโครงการ รวมทั้งเป็นที่ปรึกษาของโครงการ
หัวหน้าโครงการ	ผศ.ดร. วิชชา สะอาดสุด มหาวิยาลัยเชียงใหม่	ผู้ที่รับผิดชอบในการผลักดันให้โครงการประสบความสำเร็จ และดูแลบริหารโครงการโดยรวม พร้อมทั้งทำหน้าที่พัฒนาความรู้ ถ่ายทอดวิชาการ และ ติดต่อองค์กรต่างประเทศ

ตำแหน่งในโครงการ	ชื่อบุคคล	บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ
เจ้าหน้าที่โครงการ	อาจารย์ ก.....	ติดต่อองค์การต่างประเทศเพื่อขอการ-รับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งพัฒนาองค์ความรู้
	-นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ -นักวิชาการจากกรมวิชาการเกษตรในพื้นที่ -เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่	วิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับเกษตรกร-
	-ผศ.ดร. วิชชา สะอาดสุด ร่วมกับ รองผวจ. และนายอำเภอในพื้นที่ -จนท.ของสำนักงานเกษตรจังหวัดและอำเภอ -ประธานเครือข่ายและกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่	-ประสานงานโครงการ

ทรัพยากรที่ต้องใช้

ทรัพยากรที่ต้องใช้	แหล่งที่มาของทรัพยากร
งบประมาณ 2.6 ล้านบาท	งบบูรณาการ
บุคลากรทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	จัดจ้างจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
บุคลากรร่วมสนับสนุนของหน่วยงานในจังหวัดเป้าหมาย	สำนักงาน/หน่วยงานในกลุ่มจังหวัดที่เกี่ยวข้อง
ผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรรับรองมาตรฐาน	หน่วยงาน/องค์กรรับรองมาตรฐานจากต่างประเทศ

งบประมาณและประมาณการณ์กระแสเงินสด

- โครงการนี้ใช้งบประมาณทั้งหมด 2.6 ล้านบาท

ประเด็นยุทธศาสตร์แผนงบประมาณ แผนการใช้จ่ายงบประมาณ/จังหวัด	รวมทั้งสิน		ไตรมาส 1 (ต.ค. – ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค. – มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย. – มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค. – ก.ย.)	
	แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล
ประเด็นยุทธศาสตร์.....										
1. แผนการปฏิบัติงาน										
1.1 ตัวชี้วัด.....										
1.2 ตัวชี้วัด.....										
2. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ										
2.1 เงินงบประมาณ										
2.2 เงินนอกงบประมาณ										

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

บทบาท	รายละเอียด	หน่วยงาน กลุ่มบุคคล บุคคล
ประเมิน อนุมัติ	ประเมิน และอนุมัติโครงการ ทั้งในระยะต้น และเมื่อโครงการสิ้นสุด	-คณะกรรมการกลุ่มจังหวัด -ผู้ตรวจประเมินจากส่วนกลาง
ผู้ให้	ผู้ให้ความรู้แก่เกษตรกร	-นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา -บริษัทเอกชน -สนง.เกษตรจังหวัด, นักวิชาการจากกรมวิชาการเกษตรในพื้นที่
	ผู้ให้การรับรองมาตรฐาน	-องค์กรจากต่างประเทศ
ผู้ที่ได้รับผล	ผู้เข้าร่วมโครงการ	-กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว
	ขายสินค้าได้น้อยลง	-พ่อค้าปุ๋ยและสารเคมี
	ผู้จำหน่ายผลิตผลจากโครงการ	-บริษัทเอกชน -ตลาดในต่างประเทศ

ประโยชน์ที่จะได้รับ

กลุ่มเกษตรกรควรจะมีรายได้เพิ่มขึ้น 5,000 บาท ต่อไร่ต่อปี โดยเริ่มเห็นผลในปีที่สอง และต่อเนื่องไปทุกๆ ปี โดยมีการลงทุนต่อไร่แรกเริ่ม = 2,000 บาท

ผู้ที่เกี่ยวข้อง	บวกสูง (+3)	บวกกลาง (+2)	บวกต่ำ (+1)	ลบต่ำ (-1)	ลบกลาง (-2)	ลบสูง (-3)	รวม
กลุ่มเกษตรกร	มีรายได้เพิ่ม			ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกข้าว			+2
เอกชนผู้ส่งออก	มีสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม						+3
พ่อค้าปุ๋ย สารเคมี						ขายได้น้อยลง	-2
รวม							+3

โครงการอื่นที่เกี่ยวข้อง

ชื่อโครงการอื่นที่สัมพันธ์	โครงการอื่นเป็นโครงการที่ต้องทำร่วมกัน	โครงการอื่นเป็นโครงการที่ต้องทำร่วมกัน	โครงการอื่นเป็นโครงการปลายน้ำ	รายละเอียด ลักษณะความสัมพันธ์
โครงการผลิตปุ๋ยอินทรีย์	X			เป็นการสร้างปัจจัยการผลิตเพื่อสนับสนุนโครงการข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อการส่งออก
โครงการจัดการระบบน้ำเพื่อการเกษตร	X			เป็นการสร้างปัจจัยการผลิตเพื่อสนับสนุนโครงการข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อการส่งออก
โครงการอบรมเกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์		X		เตรียมความพร้อมให้กับเกษตรกร
โครงการพัฒนาการตลาดเพื่อการส่งออก			X	เพื่อให้เกษตรกรผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด

ความเสี่ยงที่สำคัญ วิเคราะห์จากกรอบที่กำหนด

ประเด็นที่ต้องพิจารณา	ความเสี่ยงที่อาจจะเกิด	คำอธิบาย
ด้านชุมชนและสิ่งแวดล้อม	-ภัยธรรมชาติ -แมลงศัตรูพืช	-เกิดภัยธรรมชาติที่จะส่งผลต่อการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ -เกิดการระบาดของแมลงศัตรูพืช
ด้านการดำเนินงาน	-ประสิทธิภาพของศูนย์ประสานงาน -บุคลากรที่เกี่ยวข้องขาดความรู้ความเข้าใจ -การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อน	1.ความมีประสิทธิภาพของศูนย์ประสานงาน 2.ความเข้าใจและประสิทธิภาพของบุคลากร 3.เทคโนโลยีที่ถ่ายทอดให้เกษตรกรยากจะปฏิบัติ
ด้านนโยบาย กฎหมายของรัฐ	ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ	ไม่ได้รับโควตาตามเป้าหมาย
ด้านผู้รับบริการ	-กลุ่มเกษตรกรไม่สนใจและให้ความร่วมมือ	-ไม่มีผู้สนใจในโครงงาน

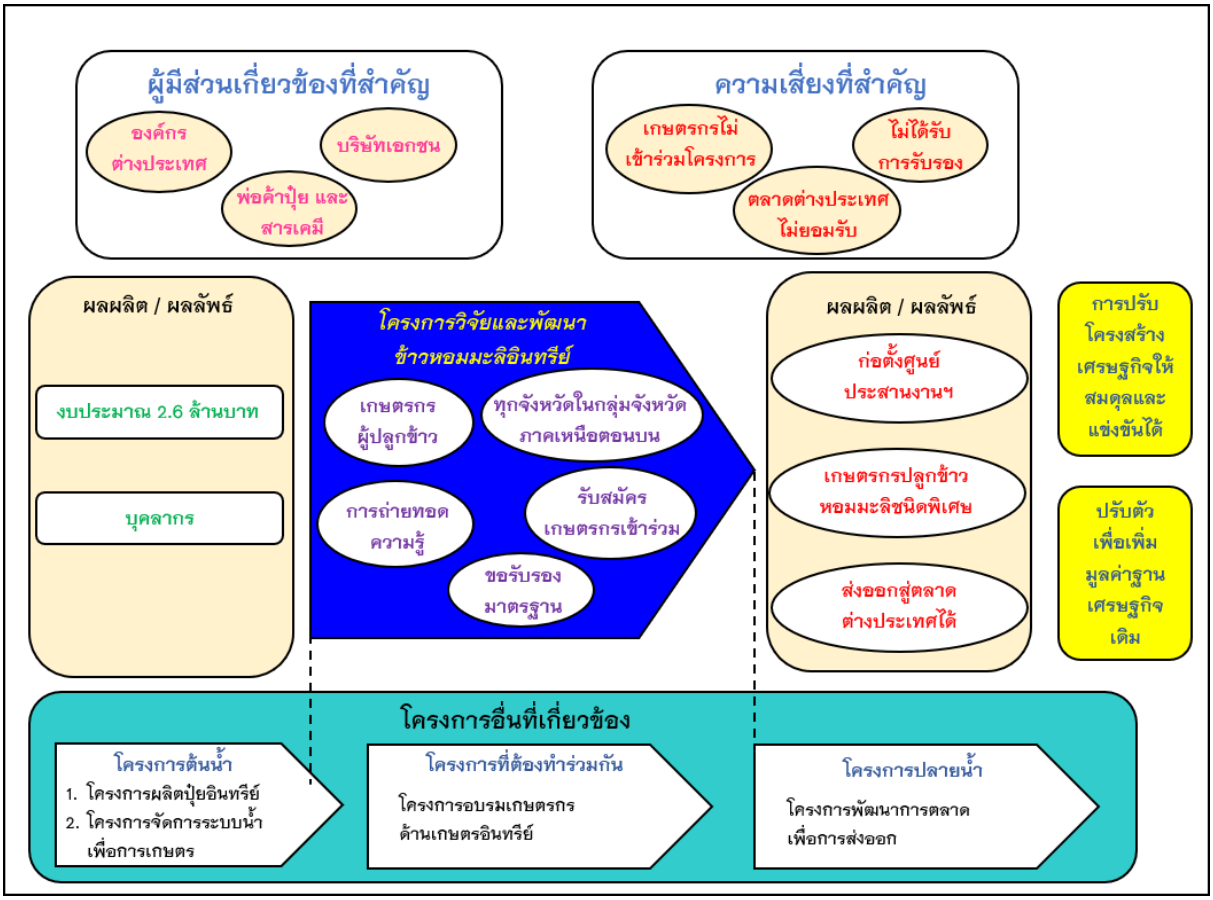
ประเด็นที่ต้องพิจารณา	ความเสี่ยงที่อาจจะเกิด	คำอธิบาย
ด้านเศรษฐกิจ	-ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น -ต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้น	-ทำให้ราคาผลผลิตสูงเกินกว่าราคาข้าวหอมมะลิปกติมากเกินไป -การปรับราคาน้ำมัน ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

ประเด็นปัญหาจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการ	ได้รับผลกระทบจากโครงการ	ประเด็นปัญหาที่อาจจะมี	แนวทางในการแก้ไข
องค์กรต่างประเทศ	เป็นผู้ให้การรับรองมาตรฐาน		ไม่ให้การรับรองมาตรฐาน	ศึกษา ทำความเข้าใจกับเกณฑ์มาตรฐานให้ชัดเจน
พ่อค้าปุ๋ยและสารเคมี		ขายสินค้าได้น้อยลง	Lobby เพื่อให้โครงการไม่เกิด	ชี้แจงให้ผู้ใหญ่เห็นในความสำคัญและจำเป็นของโครงการ
บริษัทเอกชน	เป็นพ่อค้าคนกลางในการขายข้าวชนิดพิเศษไปต่างประเทศ		ไม่สนับสนุนการปลูกข้าวชนิดพิเศษ เนื่องจากไม่ต้องการสร้างตลาดใหม่	ขอความร่วมมือและดึงเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการตั้งแต่ตอนเริ่มต้น

ความเสี่ยงที่สำคัญ

ความเป็นไปได้และความรุนแรงของความเสี่ยง					
ความเป็นไปได้	ความรุนแรง				
		ต่ำ	กลาง	สูง	รุนแรงมาก
	ต่ำ	E	D ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างประเทศ	C ภัยธรรมชาติและแมลงศัตรูพืชต้นทุนที่สูงขึ้น	A ตลาดต่างประเทศไม่ยอมรับ
	กลาง	D	C	B	A
	สูง	C	B	A	A การออกแบบบรรจุภัณฑ์และพื้นที่ ณ จุดขาย


ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญ
องค์กรต่างประเทศ
บริษัทเอกชน
พ่อค้าปุ๋ย และสารเคมี
ความเสี่ยงที่สำคัญ
เกษตรกรไม่เข้าร่วมโครงการ
ไม่ได้รับการรับรอง
ตลาดต่างประเทศไม่ยอมรับ
ผลผลิต / ผลลัพธ์
งบประมาณ 2.6 ล้านบาท
บุคลากร
โครงการวิจัยและพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์
เกษตรกรผู้ปลูกข้าว
ทุกจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน
การถ่ายทอดความรู้
รับสมัครเกษตรกรเข้าร่วม
ขอรับรองมาตรฐาน
ผลผลิต / ผลลัพธ์
ก่อตั้งศูนย์ประสานงานฯ
เกษตรกรปลูกข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษ
ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้
การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
ปรับตัวเพื่อเพิ่มมูลค่าฐานเศรษฐกิจเดิม
โครงการอื่นที่เกี่ยวข้อง
โครงการต้นน้ำ
1. โครงการผลิตปุ๋ยอินทรีย์
2. โครงการจัดการระบบน้ำเพื่อการเกษตร
โครงการที่ต้องทำร่วมกัน
โครงการอบรมเกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์
โครงการปลายน้ำ
โครงการพัฒนาการตลาดเพื่อการส่งออก

บทที่ 3

การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดและทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ

3.1 กลุ่มที่ 11 (จังหวัดหนองคาย จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดบึงกาฬ)

3.1.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 11

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 ประกอบไปด้วยจังหวัดหนองคาย จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดบึงกาฬ ตั้งอยู่บริเวณทางตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ มีพื้นที่ติดกับชายแดนของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

โดยมีพื้นที่รวมกัน 34,346.40 ตารางกิโลเมตร หรือ 21,466,939 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 20 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจังหวัดอุดรธานีมีพื้นที่มากที่สุด โดยมี 3 จังหวัดเป็นเมืองชายแดน คือ จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย และจังหวัดบึงกาฬ ความยาวของชายแดนกลุ่มจังหวัดฯ ที่ติดต่อกับ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระยะทาง 547 กิโลเมตร โดยสามารถแบ่งพื้นที่ของแต่ละจังหวัด ได้ดังนี้

จังหวัดหนองคาย	มีพื้นที่	3,026.50	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดเลย	มีพื้นที่	11,424.60	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดอุดรธานี	มีพื้นที่	11,730.30	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดหนองบัวลำภู	มีพื้นที่	3,859.00	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดบึงกาฬ	มีพื้นที่	4,305.00	ตารางกิโลเมตร

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 มีสภาพภูมิประเทศภูมิประเทศโดยทั่วไป เป็นที่ราบสูงเกิดจากการยกตัวของแผ่นดิน 2 ด้าน และมีพื้นที่บางส่วนที่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำและที่ราบระหว่างหุบเขา

จังหวัดหนองคาย พื้นที่ราบตอนกลาง พื้นที่ราบชายฝั่งทะเล และพื้นที่ทางทิศตะวันตก เป็นที่สูงและภูเขา ทิวเขาที่สำคัญ คือ ทิวเขาตะนาวศรี ซึ่งเป็นพรมแดนทางธรรมชาติระหว่างประเทศไทยกับประเทศเมียนมาร์ ถัดจากแนวที่สูงมาทางด้านตะวันออกเป็นที่ราบตอนกลางซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่นและที่ราบลุ่ม เป็นเขตเกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัด

จังหวัดเลย ลักษณะภูมิประเทศในภาพรวมประกอบไปด้วย ภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง ภูเขาสลับซับซ้อน มีที่ราบชายฝั่งทะเล และเป็นเกาะในอ่าวไทย ทั้งนี้ประมาณร้อยละ 49 ของพื้นที่ของจังหวัดเป็นภูเขา โดยมีภูเขาสำคัญของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ เทือกเขาบรรทัด เทือกเขาตะนาวศรี ซึ่งทอดยาวผ่านเนื้อที่จังหวัดใกล้เคียงหลายจังหวัด

จังหวัดอุดรธานี สามารถแบ่งลักษณะภูมิประเทศของจังหวัด ได้เป็น 3 ส่วน 1) บริเวณเทือกเขาตอนกลาง ได้แก่บริเวณเทือกเขานครศรีธรรมราช มีอาณาเขตตั้งแต่ตอนเหนือของจังหวัดลงไปถึงใต้สุด 2) บริเวณที่ราบชายฝั่งด้านตะวันออก ได้แก่ บริเวณเทือกเขาตอนกลางไปทางตะวันออกถึงฝั่งทะเลอ่าวไทย และ 3) บริเวณที่ราบด้านตะวันตก ได้แก่บริเวณที่ราบระหว่างเทือกเขานครศรีธรรมราช และเทือกเขาบรรทัด ซึ่งมีลักษณะเป็นเนินเขาอยู่เป็นแห่งๆ

จังหวัดหนองบัวลำภู มีลักษณะเป็นภูเขาและที่ราบสูงทางด้านทิศตะวันตกประกอบด้วยเทือกเขาบรรทัด ถัดมาทางทิศตะวันออกเป็นพื้นที่ราบสลับที่ดอน และเป็นพื้นที่ราบลุ่มจดทะเลสาบสงขลา

จังหวัดบึงกาฬ พื้นที่ส่วนใหญ่ในจังหวัดเป็นที่ราบลุ่ม แวดล้อมไปด้วยภูเขาและน้ำตก บึงกาฬเป็นจังหวัดที่มีเขตพื้นที่ติดต่อกับประเทศลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นแนวพรมแดน

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ประมาณ 217,181 ล้านบาท ซึ่งมีการเติบโตจากช่วงปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 0.7 โดยภาคเศรษฐกิจที่โดดเด่นคือภาคบริการ คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละประมาณ 60 ของมูลค่าเศรษฐกิจทั้งหมดของพื้นที่ โดยในช่วงที่ผ่านมาภาคบริการนั้นมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีการเติบโตสูงที่สุด หากจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าจังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 45 มีมูลค่าอยู่ที่ 98,757 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดอุดรธานี จังหวัดเลย จังหวัดบึงกาฬ และจังหวัดหนองบัวลำภูตามลำดับ

ทางด้านนโยบาย และการขับเคลื่อนของพื้นที่นั้น มีการกำหนดทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตร โดยเฉพาะกับกลุ่มพืชเศรษฐกิจหลักของพื้นที่ อาทิ อ้อย มันสำปะหลัง ยางพารา และข้าว ในขณะเดียวกันยังมีการพัฒนาการค้าผ่านชายแดน และเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการขนส่งมาสนับสนุน และเชื่อมโยงการค้าของภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้าน ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจากตัวชี้วัดการพัฒนาพบว่า พืชพลังงานถือเป็นส่วนของภาคการเกษตรที่สร้างรายได้จำนวนมากให้แก่กลุ่มจังหวัด นอกจากนี้ยังพบอีกว่าภาคการเกษตรในกลุ่มจังหวัดนี้อาจเน้นไปที่การเกษตรเพื่อไปเป็นวัตถุดิบ (Supplier) ในการผลิตอื่นๆ รวมถึงการแปรรูปเพื่อการเกษตรอุตสาหกรรม ดังแสดงได้จากที่มีอัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ที่ค่อนข้างน้อย

ทั้งนี้ จากข้อมูลศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาทั้งหมด สามารถสรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่จะนำมาใช้ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในแต่ละจังหวัด ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
หนองคาย	การค้าชายแดน ไทย-ลาว	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
เลย	มันสำปะหลัง	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
อุดรธานี	อ้อย	ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
หนองบัวลำภู	ข้าว (อินทรีย์)	ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
บึงกาฬ	ยางพารา	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของแต่พื้นที่ และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีผลสรุป ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดหนองคาย จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดบึงกาฬนี้ พบว่ามีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ 217,181 ล้านบาท ซึ่งมีการเติบโตจากช่วงปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 0.7 โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่นี้จะอยู่ที่ภาคบริการ โดยมีสัดส่วนในช่วงระยะเวลาของปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2558) อยู่ระหว่างร้อยละ 57 – 60 มาโดยตลอด ตามมาด้วยภาคการเกษตรซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 23 – 28 ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่เพียงร้อยละประมาณ 16 - 17 เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเรื่องของการเติบโตของแต่ละภาคเศรษฐกิจนั้น จะเห็นได้ว่าภาคบริการมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2558 มีการเติบโตจากปีที่ก่อนหน้าสูงถึงร้อยละ 5.1 ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีการเติบโตในรูปแบบที่ค่อนข้างผันผวน โดยในปี พ.ศ. 2557 มีการเติบโตขึ้นร้อยละ 6.4 แต่ในปี พ.ศ. 2558 กลับมีอัตราการเติบโตที่ลดลงอยู่ที่ร้อยละ 3.2 ทั้งนี้ในส่วนของภาคการเกษตรนั้นกลับเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีการหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2556 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 28 และในปี พ.ศ. 2557 สัดส่วนกลับลดลงอยู่ที่ร้อยละ 25 (ลดลงกว่าร้อยละ 10.6) และในปี พ.ศ. 2558 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 23 เท่านั้น (ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 6.6)

ตารางที่ 3.11-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวม พื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร (สัดส่วน ร้อยละ)	60,739 (28)	54,276 (25)	-10.6	50,700 (23)	-6.6
อุตสาหกรรม (สัดส่วน ร้อยละ)	34,373 (16)	36,589 (17)	6.4	35,410 (16)	-3.2
บริการ (สัดส่วน ร้อยละ)	125,508 (57)	124,746 (58)	-0.6	131,072 (60)	5.1
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	220,620	215,612	-2.3	217,181	0.7

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม**

หากพิจารณาในมุมมองของพื้นที่ จำแนกตามจังหวัด จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 45 มีมูลค่าอยู่ที่ 98,757 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดอุดรธานี อยู่ที่ร้อยละ 19 หรือประมาณ 41,863 ล้านบาท โดยมีจังหวัดเลย จังหวัดบึงกาฬ และจังหวัดหนองบัวลำภูไล่ตามมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในมุมของการเติบโตนั้น พบว่าในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดหนองคาย (ซึ่งมีสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงที่สุด) และจังหวัดบึงกาฬมีอัตราการเติบโตที่ลดลง ในขณะที่จังหวัดเลย (ร้อยละ 5.0) จังหวัดหนองบัวลำภู (ร้อยละ 4.4) และจังหวัดอุดรธานี (ร้อยละ 1.2) มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ

ตารางที่ 3.11-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
หนองคาย	99,683	99,728	0.0	98,757	-1.0
(สัดส่วน ร้อยละ)	(45)	(45)		(45)	
เลย	36,208	33,646	-7.1	35,317	5.0
(สัดส่วน ร้อยละ)	(16)	(15)		(16)	
อุดรธานี	41,131	41,378	0.6	41,863	1.2
(สัดส่วน ร้อยละ)	(19)	(19)		(19)	
หนองบัวลำภู	20,493	19,110	-6.7	19,959	4.4
(สัดส่วน ร้อยละ)	(9)	(9)		(9)	
บึงกาฬ	23,104	21,751	-5.9	21,286	-2.1
(สัดส่วน ร้อยละ)	(10)	(10)		(10)	
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	220,620	215,612	-2.3	217,181	0.7

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.1.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่11

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 ดังนี้

ตารางที่ 3.11-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)</u> ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ มีกรอบและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดทำแผนพัฒนาอื่นๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านการผลิต บริการ การค้า การลงทุน และการพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน + สร้างการพัฒนาของเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืน รวมถึงสร้างความเจริญแก่ทุกภาคส่วนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ** ● เป้าหมายภาคอีสาน การพัฒนาเพื่อการหลุดพ้นจากความยากจนสู่เป้าหมายสู่การพึ่งตนเอง (อีสานพึ่งตนเอง)	+ สร้างงานและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้และความกินดีอยู่ดีของประชาชน + สร้างห่วงโซ่คุณค่าของภาคการเกษตรเพื่อสร้างรายได้ให้แก่พื้นที่อย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการต่อยอดสิ่งที่มีศักยภาพอยู่แล้วในแต่ละพื้นที่ + กระจายความเจริญ ไปสู่พื้นที่ต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ประชาชนมีระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสารณูปโภค และระบบสาธารณูปการที่เหมาะสม
<u>ยุทธศาสตร์ด้านเกษตรกรรม</u> ● **สินค้าเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)** – มันสำปะหลัง ข้าว โค กระบือ ● **ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างกิจกรรมเศรษฐกิจทั้งห่วงโซ่มูลค่าของผลผลิตเกษตรเป้าหมาย รายได้และความผาสุกของเกษตรกรและสถาบันเกษตรเพิ่มขึ้น + มีประสิทธิภาพของผลผลิตจากการเกษตรกรรมเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าภาคการเกษตรเพิ่มสูงขึ้น + ฟื้นฟูทรัพยากรเกษตร และใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน - ปัจจัยการผลิตของสินค้าเกษตรเป้าหมายมีราคาสูงขึ้น จากความต้องการปัจจัยการผลิตในพื้นที่สูงขึ้น
<u>ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม</u> ● **ศักยภาพอุตสาหกรรม (ก.อุตสาหกรรม)** – อ้อย ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งเกิดการเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่มูลค่าทั้งในและต่างประเทศ + ยกระดับผลิตภาพ มาตรฐานและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเป้าหมาย + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ทั้งในแง่คุณภาพ และปริมาณ ตลอดจนองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
	- ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงจากผลกระทบของการประกอบอุตสาหกรรมฯ
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว</u> ● **เป้าหมาย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)** – เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง: การท่องเที่ยวตามลำน้ำโขง เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ● **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2**	+ สร้างพื้นที่ท่องเที่ยว สินค้าและบริการตามลำน้ำโขงที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงสร้างความเชื่อมโยงภาพการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวภายใต้วัฒนธรรมของลำน้ำโขง - ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรมได้รับความเสียหายจากนักท่องเที่ยว
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเมือง และโครงสร้างพื้นฐาน</u> ● **เมืองเป้าหมาย - หนองคาย** – เมืองชายแดน ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง 2558 – 2565** - การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง เช่น สายขอนแก่น-หนองคาย - การเพิ่มขีดความสามารถทางหลวงเชื่อมโยงฐานการผลิตของประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน	+ กระจายความเจริญ สังคมเมือง และกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปสู่เมืองเป้าหมายในการพัฒนา เช่น หนองคาย เพื่อยกระดับความกินดีอยู่ดีของประชาชนในพื้นที่ + พัฒนาโครงข่ายการคมนาคมทางรางในประเทศ รวมถึงสร้างความเชื่อมโยงทางด้านคมนาคมในพื้นที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน - ปัญหาการลักลอบเข้าเมืองของแรงงานต่างด้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีความเสี่ยงทั้งในเชิงความมั่นคง สาธารณสุข ตลอดจนการแย่งงานคนในพื้นที่
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการค้า / เขตเศรษฐกิจพิเศษ / การค้าชายแดน</u> ● **ตำแหน่งยุทธศาสตร์การค้า (กระทรวงพาณิชย์) –** ศูนย์กลางการค้าของอนุภาคลุ่มน้ำโขงและประตูสู่อาเซียนตะวันออกและจีน ● **เชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่ชายแดน เขตเศรษฐกิจชายแดน ตลอดจนเชื่อมโยงระบบการผลิตกับพื้นที่ตอนในของประเทศ** ● **หนองคาย –** ท่องเที่ยว ศูนย์แสดงสินค้า บริการโลจิสติกส์ข้ามพรมแดน	+ เกิดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่ศักยภาพในการเชื่อมโยงกับพื้นที่ประเทศลาว ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์จากต้นทุนค่าแรงที่ต่ำกว่าได้ + กระตุ้นให้เกิดมูลค่าการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยและลาวที่เพิ่มสูงขึ้น และสามารถพัฒนาสิ่งอำนวยความทางการค้าชายแดน ตลอดจนสามารถสนับสนุนการส่งออกสินค้าไปยังประเทศจีนและเวียดนาม + เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคการผลิตและกระจายสินค้าภายในประเทศ กับพื้นที่ชายแดนซึ่งเป็นศูนย์กระจายสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน - เกิดการลักลอบนำเข้า และส่งออกสินค้าผิดกฎหมาย รวมถึงสินค้าหลบเลี่ยงภาษี ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ
<u>แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด</u> ● **วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด** ศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ และการเกษตรปลอดภัยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง	+ เกิดการพัฒนาเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่อย่างบูรณาการทั้งโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถสนับสนุนกิจกรรมทางที่เชื่อมโยงกันทั้งห่วงโซ่มูลค่าภายในพื้นที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
● **จุดเน้นยุทธศาสตร์ (Positioning)** 1. พัฒนาเศรษฐกิจ: เศรษฐกิจดี เดินทางสะดวก มีระบบสาธารณูปโภคที่มีมาตรฐาน มีการเปิดพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ และนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ 2. ท่องเที่ยว: ประวัติศาสตร์ อารยธรรม ประเพณี วัฒนธรรม 3. เกษตร: เกษตรอินทรีย์ในทุกกระบวนการผลิต	+ ยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีอย่างเป็นรูปธรรมภายในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขง + เกิดการรวมกลุ่มทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนภายในพื้นที่กลุ่มจังหวัด ซึ่งสร้างความเชื่อมโยงและเป็นเอกภาพภายในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้ว พื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) ด้วยจึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่าการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking) เข้ามาใช้ และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษบกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.11-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 11

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	45.82	ร้อยละ	3
คนอายุ 15 -60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	98.34	ร้อยละ	5
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้	96.47	ร้อยละ	6
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	25.43	ร้อยละ	1
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	27.09	ร้อยละ	6
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	1,988	กก.ต่อไร่	6
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	7	ร้อยละ	5
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	1.62	ร้อยละ	12
จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP	12	แห่ง	14
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	16.53	ร้อยละ	14
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ)*	1.97	ร้อยละ	1
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	178.4	ร้อยละ	13

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	97.92	ร้อยละ	11
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	1.8	ร้อยละ	8
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	87.4	ร้อยละ	3
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	13.96	ร้อยละ	12
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	8.21	ร้อยละ	1
อัตราเงินเฟ้อ*	-0.02	ร้อยละ	2
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	99,862	บาท / คน / ปี	16
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	23.32	ร้อยละ	10
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	3.59	ร้อยละ	7
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	509,281	พันลิตร	13
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	169,784	พันลิตร	14
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	2,584.92	กิโลวัตต์ / ชั่วโมง / ราย	4

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.11-6: การจักตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 - 4
Quartile 2	ดี	5 - 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 - 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดหนองคาย จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดบึงกาฬ ได้ดังนี้

1) กลุ่มจังหวัดมีศักยภาพในการเติบโตทางเศรษฐกิจที่โดดเด่นจากอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมตลอดช่วงที่ผ่านมา [อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (1)]
2) ภาคการเกษตรสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่กลุ่มจังหวัด แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในกิจกรรมดังกล่าวดังกล่าวของกลุ่มจังหวัด การเกษตร [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (1)] โดยมีพืชพลังงานเป็นสัดส่วนสำคัญ [สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด (1)]

3) หากพิจารณาร่วมกับมาตรฐานการปลูก และมาตรฐานการแปรรูป อาจกล่าวได้ว่า [อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด (12), จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP (14)] การเกษตรในกลุ่มจังหวัดนี้อาจเน้นไปที่การเกษตรเพื่อไปเป็นวัตถุดิบ (Supplier) ในการผลิตอื่นๆ รวมถึงการแปรรูปเพื่อการเกษตรอุตสาหกรรมในระดับหนึ่งเท่านั้น [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์ มวลรวม (6)] แต่อาจยังคงไม่เน้นไปที่ผลิตในเชิงของอุตสาหกรรมชั้นสูงได้ [สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (12)]
4) เกษตรกรยังมีรายได้จากการเกษตรที่ค่อนข้างต่ำ [สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร (14)] แต่กลับมีสถานการณ์ด้านหนี้สิน โดยเฉพาะหนี้เสียในเกณฑ์ที่ดี [สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (1)] ซึ่งอาจแสดงถึงการทำ Contract Farming ได้
5) ในภาพรวมแม้ผลิตภาพ (Productivity) แรงงานเฉลี่ยของจังหวัดอยู่ในระดับต่ำ [ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (16)] แต่พบว่าสถานการณ์การจ้างงานในจังหวัดยังอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ [อัตราพึ่งพิง (3), คนอายุ 15 -60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (5), คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (6)]

3.1.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 11

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย และยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (External Factors) และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้น จึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวม โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 มีทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ของพื้นที่

S2 เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีชายแดนติดกับแม่น้ำโขงมากที่สุดทำให้สามารถทำการผลิตพืชเกษตรได้หลายประเภท ทาการประมง และอุตสาหกรรมอาหาร ริมแม่น้ำโขงได้

S3 เป็นเส้นทางคมนาคมเดียวที่ใกล้และสะดวกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเมื่อขนส่งสินค้า บริการและการเดินทางไปยังสปป.ลาวตอนกลางและตอนเหนือ ประเทศเวียดนามตอนกลางและตอนเหนือ รวมถึงประเทศจีนตอนใต้

S4 มีสนามบินนานาชาติ ของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน1

S5 มีจุดผ่านแดนถาวร 6 แห่ง มีมูลค่าการค้าชายแดนกับสปป.ลาวสูงเป็นลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับทุกกลุ่มจังหวัด อีกทั้งมีจุดผ่อนปรน 11 แห่ง ซึ่งเป็นครึ่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

S6 เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญ คือ ข้าว อ้อย มันสาปะหลัง และมีพื้นที่ปลูกยางพารา มากเป็นลำดับที่ 1 ของพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

S7 มีสถาบันอุดมศึกษาในทุกจังหวัดรวม 22 แห่ง มีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนากลุ่มจังหวัด

S8 โรงงานอุตสาหกรรมรองรับวัตถุดิบ แร่ธาตุ พืชเศรษฐกิจ และการปศุสัตว์

S9 มีการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดหนองคาย

S10 มีแรงงานจำนวนมาก สามารถรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการในอนาคต

S11 ประชาชนในพื้นที่มีวินัยทางการเงินค่อนข้างสูง โดยมีสัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืมต่ำที่สุดในประเทศ

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 ผลิตภาพแรงงานยังต่ำ

W2 มีปัญหาด้านทักษะด้านภาษา และการให้บริการที่เป็นมาตรฐานสากล

W3 การบริหารจัดการฐานข้อมูล กระจัดกระจายตามหน่วยงานต่างๆ และบางหน่วยงาน วิธีการจัดเก็บข้อมูลยังมีความน่าเชื่อถือน้อย และไม่เป็นปัจจุบัน

W4 ขาดการนำนวัตกรรมใหม่ๆมาเพิ่มศักยภาพด้านเกษตรกรรม และ อุตสาหกรรมอื่นๆ

W5 ความเชื่อมโยงในการลงทุนร่วมกัน หรือ มีธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน ของนักธุรกิจระหว่างจังหวัดมีน้อย

W6 แผน ไม่มีการประสานงานทั้งแนวตั้ง และแนวนอนในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง (ระหว่างจังหวัด กลุ่มจังหวัด กับ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือ อปท.ทุกระดับ)

W7 แหล่งน้ำไม่ครอบคลุมพื้นที่การเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยเฉพาะพื้นที่ชั้นในของกลุ่มจังหวัด และขาดการบริหารจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพ

W8 แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในท้องถิ่น ถูกละเลย และขาดการมีส่วนร่วมพัฒนาอย่างต่อเนื่องในอปท. และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมมีน้อย

W9 ผลผลิตยางพารามีจำนวนลดลง เนื่องจากปัญหาราคายางพาราตกต่ำ และคุณภาพน้ำยางไม่ได้มาตรฐานในบางพื้นที่

W10 การคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดยังไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

W11 ขาดแผนการตลาดเกษตร อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว

W12 การบริการพื้นฐานภาครัฐ ยังไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะบริการด้านสุขภาพ สัดส่วนแพทย์ต่อประชากรอยู่ในระดับสูงและยังมีปัญหาโรคเฉพาะถิ่น

โอกาส (Opportunities)

O1 เป็นพื้นที่อยู่ใกล้กับนครหลวงเวียงจันทน์ และเมืองหลักตอนบน คือแขวงหลวงพะบาง ของ สปป.ลาว ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางการบริหาร และศูนย์กลางการเชื่อมโยงเศรษฐกิจของภูมิภาคตามแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ และระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก–ตะวันตก ของกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจอนุภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Sub-region: GMS) ทำให้สะดวกในการบริหาร งานของกลุ่มร่วมกับนครหลวงเวียงจันทน์และแขวงหลวงพระบาง

O2 อัตราการขยายตัวเศรษฐกิจของประเทศลุ่มน้ำโขงมีการขยายตัวสูงและค่อนข้างสูง ทำให้การค้าชายแดนดีขึ้น

O3 ประชาชนในประเทศเพื่อนบ้านกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีเพิ่มมากขึ้น เวียดนาม ร้อยละ 52 สปป.ลาว ร้อยละ 69.2 ซึ่งเป็นกลุ่มอายุวัยทำงานที่มีกำลังซื้อสินค้าและบริการ

O4 มีความสะดวกมากขึ้นเพราะมีสะพานเชื่อมประเทศลาวเพิ่มขึ้น หนองคาย เลย และ บึงกาฬ

O5 เป็นกลุ่มจังหวัดเดียวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีรถไฟรางคู่ผ่าน 2 จังหวัดในกลุ่มจังหวัดทำให้ใช้ประโยชน์จากรถไฟรางคู่ได้มากในอนาคต

O6 สร้างโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตรจากประเทศเพื่อนบ้านอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรท้องถิ่น

O7 ภาคเอกชนมีการตื่นตัว และรวมตัวกันเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมของตนเอง

O8 มีขีดความสามารถในการรักษาพยาบาลที่มีมาตรฐานมีบุคลากรทางการแพทย์และเครื่องมือการรักษาคุณภาพมาตรฐาน ทั้งในภาครัฐและเอกชน

O9 รัฐบาลประกาศให้จังหวัดอุดรธานี มีนิคมอุตสาหกรรม ส่วนจังหวัดหนองคายเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ และจังหวัดเลยเป็นเมืองส่งเสริมการท่องเที่ยว

O10 มีโอกาสให้พื้นที่ได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่สนับสนุนการค้า การลงทุน สนับสนุนให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ จากโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของรัฐบาลและการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ

อุปสรรค (Threats)

T1 นโยบายการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายทรัพยากรการผลิตอย่างเสรีรวมทั้งลดช่องว่างการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศกลุ่มอาเซียน เป็นข้อจำกัดในการแข่งขันด้านการค้าการลงทุนเช่น ค่าแรงขั้นต่ำ ผลิตภาพของแรงงาน และแรงงานผิดกฎหมาย เป็นต้น

T2 ประเทศคู่ค้าพยายามออกกฎระเบียบหรือข้อบังคับใหม่ๆที่เป็นอุปสรรคในการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทย

T3 เศรษฐกิจของเพื่อนบ้านที่มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น และการแข่งขันสูงขึ้นตามไปด้วย

T4 พื้นที่ชายแดนมีความยาวมากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึงจึงมีการลักลอบนำเข้าและส่งออก สินค้าผิดกฎหมายการค้ามนุษย์ การค้าแรงงานเด็ก ยาเสพติด โดยเฉพาะตามจุดผ่อนปรน และช่องทางธรรมชาติ

T5 นโยบายเปลี่ยนแปลงบ่อยเพราะ มีความผันผวนทางการเมือง

T6 การไหลเข้าของเงินทุน และสินค้าต่างประเทศส่งผลต่อธุรกิจภายในพื้นที่กลุ่มจังหวัด

T7 ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีผลกระทบต่อภาคการเกษตรและอุตสาหกรรม

T8 ต้นทุนการผลิตมีความผันผวน ที่เกิดจากราคาน้ำมัน

T9 ระดับน้ำในแม่น้ำโขงขึ้น – ลง ตามการเปิด – ปิดเขื่อนของประเทศจีน ส่งผลกระทบต่อการทำการเกษตร ประมงในลำน้ำโขง และการท่องเที่ยวตามลำน้ำโขง

T10 ภาวะความแปรปรวนของธรรมชาติที่มีฝนตกรุนแรงส่งผลให้เกิดการสูญเสียความอุดมสมบูรณ์ของหน้าดิน ปัญหาคุณภาพดินที่ต่ำ ขาดแคลนแหล่งกักเก็บน้ำเพื่อการเกษตรที่พอเพียง ทรัพยากรป่าไม้มีสภาพเสื่อมโทรม

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 11 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัด และสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศษสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของพื้นที่กลุ่ม 11 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 11 ดังนี้

3.1.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดหนองคาย

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดหนองคาย

จังหวัดหนองคาย ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

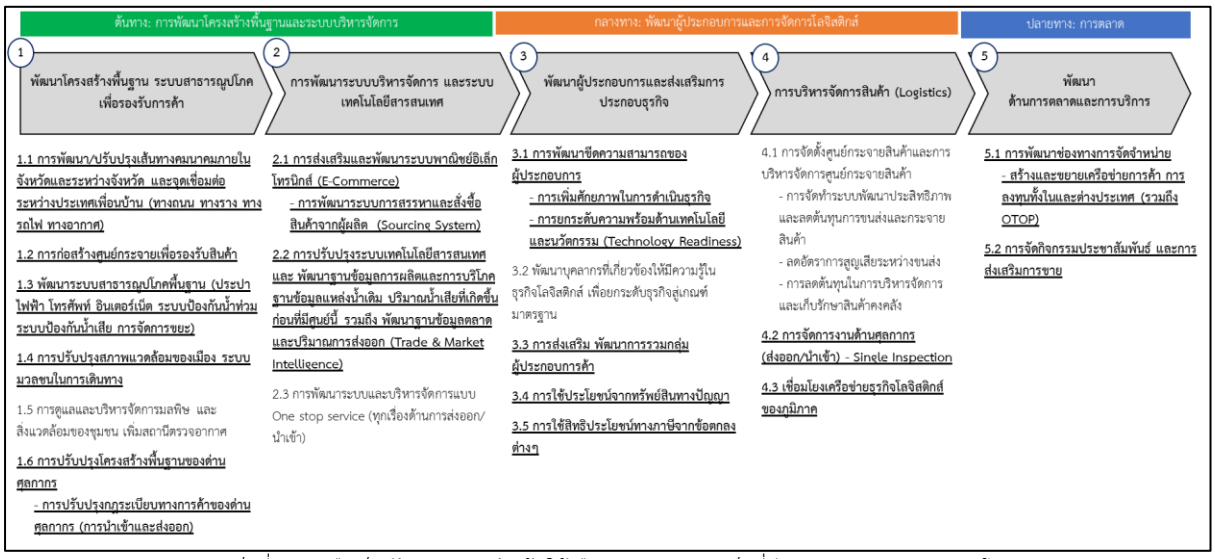
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
การค้าชายแดน ไทย - ลาว	- ด่านหนองคายเป็นด่านที่มีจำนวนการค้ามากที่สุดในด่านทั้งหมดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ - เป็นจุดเชื่อมต่อด้านโลจิสติกส์ไปยัง สปป.ลาว เวียดนาม และจีน
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ	- พื้นที่ภาคอีสานตอนบนนี้ได้รับการกำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง - จังหวัดหนองคายมีสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี จำนวนมาก และยังมีความเชื่อมโยงกับฝั่งลาว ซึ่งเปิดโอกาสให้คนจากฝั่งลาวสามารถข้ามมาสัมผัสได้

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: การค้าชายแดน ไทย - ลาว

ภายใต้ประเด็นการค้าชายแดน ไทย-ลาว ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 5 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการค้า 2) การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ 4) การบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ 5) พัฒนาด้านการตลาดและการบริการ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดน ไทย-ลาว ของจังหวัดหนองคาย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการค้า	1.5 การดูแลและบริหารจัดการมลพิษ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน เพิ่มสถานีตรวจอากาศ
2.การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	2.3 การพัฒนาระบบและบริหารจัดการแบบ One stop service (ทุกเรื่องด้านการส่งออก/นำเข้า)
3.พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ	3.2 พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ในธุรกิจโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับธุรกิจสู่เกณฑ์มาตรฐาน
4.การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	4.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า - การจัดทำระบบพัฒนารูประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า - ลดอัตราการสูญเสียระหว่างขนส่ง - การลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

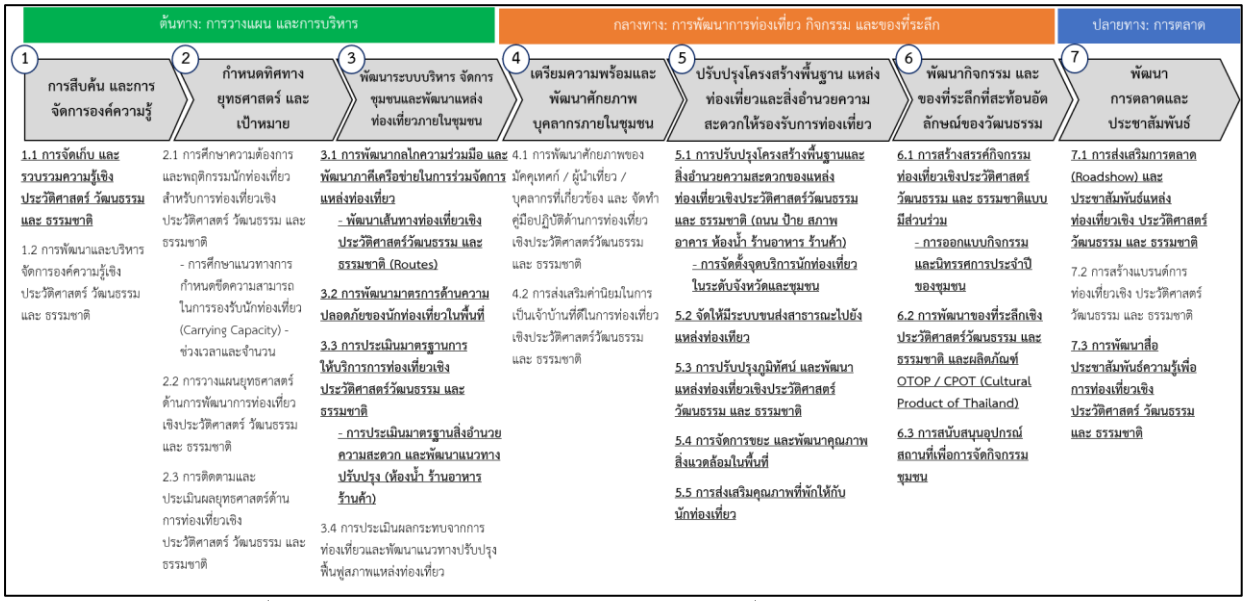
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[1]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.5	โครงการการจัดการมลพิษบริเวณด่านชายแดน	ถ้ามีการค้าชายแดน เกิดขึ้นจะมีของเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมนี้ เช่น ขยะมูลฝอย ขยะพิษ น้ำเสีย อากาศเสีย เป็นต้น	ท้องถิ่น เทศบาล อบจ. จังหวัด กรมป้องกันบรรเทาสาธารณภัย สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาค 9 สนง.สาธารณสุขจังหวัด
2.3	โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ จ.หนองคาย	เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารเชิงพื้นที่ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลสถิติและตัวชี้วัดที่สำคัญและจำเป็นสำหรับการบริหารงานในเชิงพื้นที่ในด้านต่างๆ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และทรัพยากรธรรมชาติ	สนง.สถิติจังหวัด ดูแลระบบกลาง และหน่วยงานต่างๆในจังหวัด รับผิดชอบในการปรับปรุงฐานข้อมูล
2.3	จัดตั้งศูนย์ OSS และพัฒนาระบบ OSS	จังหวัดหนองคาย กำลังก่อสร้างศูนย์ OSS ณ ศาลากลางหลังเก่า แต่ยังไม่แล้วเสร็จ เปิดเสร็จที่เดียวจบ มีการรับเรื่องและส่งต่อข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สนง.จังหวัด สนง.แรงงานจังหวัด สนง.สาธารณสุขจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
3.2	โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านโลจิสติกส์	ให้ความรู้ด้านการจัดการโลจิสติกส์ รวมทั้งสร้างเครือข่ายด้านโลจิสติกส์	
4.1	โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า	ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า	สนง.พาณิชย์จังหวัด

[1] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการชุมชนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน และ 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ ของจังหวัดหนองคาย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ 1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ - การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ 2.3 การติดตามและประเมินผลยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการชุมชน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.4 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4.เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน	4.1 การพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง และ จัดทำคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ 4.2 การส่งเสริมค่านิยมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ
7.พัฒนาการตลาด และประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ 7.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ <u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 / 1.2	พัฒนาระบบฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม	การจัดเก็บและสร้างฐานข้อมูลทางด้านมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด ททท. ในเขตพื้นที่
2.1 / 2.2 / 2.3 / 3.4 /	โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม จ.หนองคาย	เพื่อให้มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ จุดยืน และทิศทางการท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคาย เพื่อให้มีการบูรณาการแผนงานด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด หรือ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย
4.1 / 4.2	อบรมมัคคุเทศก์ และอาสาสมัครแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด	ต้องการเพิ่มปริมาณและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยว	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.วัฒนธรรมจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชน สนง.ประชาสัมพันธ์
7.1 / 7.2 / 7.3	การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวหนองคาย	ให้หนองคายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในชื่อเมืองของพญานาคราช	

[2] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดหนองคาย

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: การค้าชายแดน ไทย-ลาว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดหนองคายถือได้ว่าเป็นด่านการค้าสำคัญของประเทศระหว่าง ไทย-ลาว โดยด่านหนองคายเป็นด่านที่มีจำนวนการค้ามากที่สุดในด่านทั้งหมดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เป็นจุดเชื่อมต่อด้านโลจิสติกส์ไปยัง สปป.ลาว เวียดนาม และจีน
- นโยบายของภาครัฐที่พยายามขยายโครงการข่ายการเดินทาง และพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นไปยังพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น เป็นโอกาสที่จะช่วยขยายเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน เพิ่มมากขึ้นได้

ตารางที่ 3.11-7: มูลค่าการค้าชายแดนไทย – สปป.ลาว ปี 2557 – 2558

มูลค่าการค้าชายแดนไทย-ลาว	มูลค่า (ล้านบาท)					
	ปี 2557			ปี 2558		
	ส่งออก	นำเข้า	รวม	ส่งออก	นำเข้า	รวม
ประเทศไทย	123,937.21	80,862.51	43,074.70	132,733.52	43,741.02	176,474.54
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	104,643.14	26,954.17	77,688.97	108,581.90	40,760.15	149,342.05
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	68,485.27	2,552.20	65,933.07	64,175.22	6,265.10	70,440.32
เลย	8,490.66	449.18	8,041.48	5,137.25	1,277.00	6,414.25
หนองคาย: ด่านหนองคาย	**58,611.06**	**1,497.30**	**57,113.76**	**57,258.65**	**4,362.66**	**61,621.31**
บึงกาฬ: ด่านบึงกาฬ	1,383.55	605.72	777.83	1,779.32	625.44	2,404.76
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2	20,977.39	22,773.34	1-,795.95	30,499.21	31,435.91	61,935.12
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2	15,180.48	1,628.63	13,551.85	13,907.47	3,059.14	16,966.61

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561- 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-1: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดน ไทย-ลาว ของจังหวัดหนองคาย



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-8: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.4	การพัฒนา/ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมภายในจังหวัดและระหว่างจังหวัด	แขวงทางหลวงหนองคาย แขวงทางหลวงชนบท	การพัฒนา/ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม (ถนน) ภายในจังหวัดและระหว่างจังหวัด
1.6	มาตรการและป้องกัน การลักลอบ นำเข้า-ส่งออกสิ่งผิดกฎหมาย	ศุลกากร	เนื่องจาก ยาเสพติดเริ่มระบาด และมีสินค้าหนีภาษีเข้ามาที่ด่านหนองคายมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีมาตรการในการป้องกันการลักลอบนำเข้าสิ่งผิดกฎหมายเข้าประเทศไทยโดยผ่านทางด่านหนองคาย
1.2 / 1.3	ก่อสร้างด่านศุลกากรหนองคายและด่านตรวจสินค้าแห่งใหม่พร้อมสิ่งปลูกสร้างประกอบ	ศุลกากร	ด่านศุลกากรหนองคายเดิมหนาแน่น เพื่อรองรับการค้าชายแดนและอำนวยความสะดวกให้การท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องขยายด่านตรวจศุลกากรและด่านตรวจสินค้าแห่งใหม่
1.6	กฎหมาย ระเบียบ ด้านภาษีการนำเข้า-ส่งออกของสินค้าไทยและลาว	สนง.ตรวจคนเข้าเมืองหนองคาย	ศึกษาและกำหนดกฎหมาย ระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออกสินค้า

[3] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1	โครงการพัฒนาระบบ E-Commerce (Nongkhai-app)	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	ทางหน่วยงานได้ว่าจ้างมหาวิทยาลัยขอนแก่นทำ Nongkhai App ที่เป็นแอฟปริเคชั่นที่รวบรวมข้อมูลของหนองคายไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ระบบการจองที่พัก แพคเกจการท่องเที่ยว สินค้าโอท๊อป ในลักษณะเดียวกับ traveloga เป็นต้น
2.2	โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ จ.หนองคาย	สนง.สถิติจังหวัด	โครงการจัดทำข้อมูลสถิติและข้อมูลสำคัญของจังหวัดให้ online
3.1 / 3.3 / 3.4 / 3.5	โครงการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าและการตลาดให้กับสินค้า OTOPและวิสาหกิจชุมชน	สนง.พัฒนาชุมชน จังหวัด	เพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ประกอบการด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแพคเกจจิ้ง รวมถึง- กิจกรรมพัฒนาศูนย์นวัตกรรมและกระจายสินค้า OTOP การสร้างแบรนด์และพัฒนาสินค้า OTOP เพื่อยกระดับเข้าสู่การค้าชายแดน
3.1 / 3.3 / 3.4 / 3.5	โครงการ เสริมสร้างพัฒนาและยกระดับคุณภาพสินค้ามุ่งสู่มาตรฐานการผลิต	สนง.จังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	การยกระดับของสินค้าโอท๊อป และสินค้าของชุมชนให้ได้มาตรฐานในการผลิต
3.1 / 3.3 / 3.5	พัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจการค้าตามแนวชายแดน	สนง.พาณิชย์จังหวัด	พัฒนาผู้ประกอบการให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และสามารถขยายไปทำธุรกิจประเทศเพื่อนบ้าน
3.1 / 3.3 / 3.5	พัฒนายกระดับผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP เป็น SMEs	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	พัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ให้เติบโตและเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก/กลางได้
3.1 / 3.3 /	Safety Thailand	สนง.แรงงานจังหวัด	การจัดประกวดสถานประกอบการต้นแบบความปลอดภัย
4.1 / 4.2 / 4.3	Single Window	กรมศุลกากร	กรมศุลกากรได้นำระบบ e-custom มาใช้กับการนำเข้า-ส่งออกสินค้าข้ามแดน และมีการใช้ระบบ single window เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่

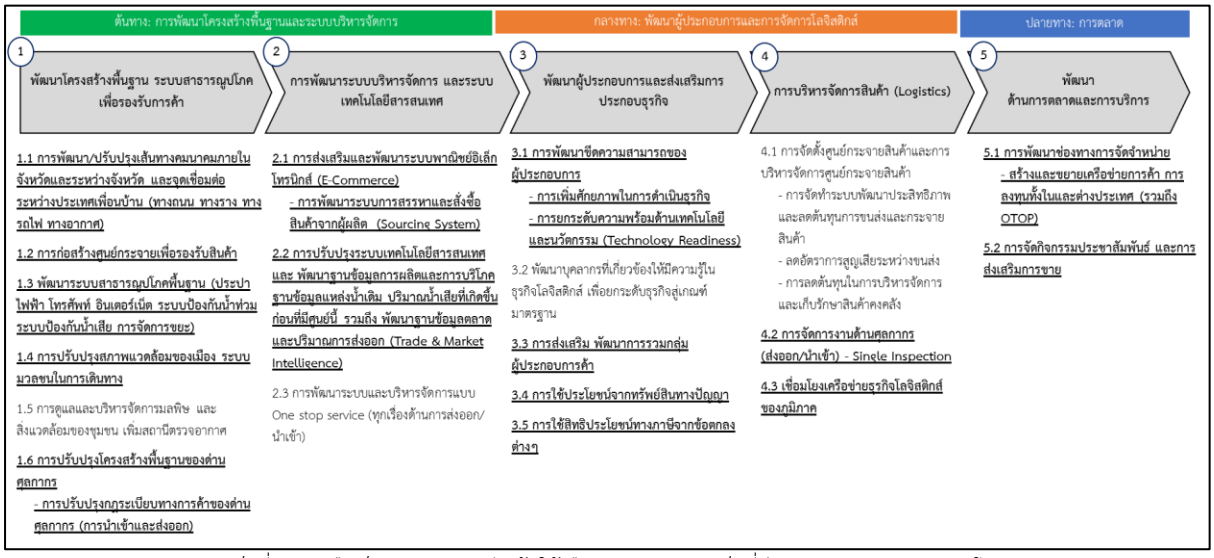
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			ผู้ประกอบการในการตรวจใบอนุญาติ ใบรับรองต่างๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์
4.1 / 4.2 / 4.3	One stop Service	สนง.จังหวัด	ทางจังหวัดหนองคาย กำลังก่อสร้างศูนย์ OSS ณ ศาลากลางหลังเก่า แต่ยังไม่แล้วเสร็จ อีกทั้งยังไม่ยังมีแนวคิดให้ OSS นี้ เป็นศูนย์ให้บริการแก่ผู้ประกอบการ/ประชาชนมาที่เดียวจบ มีการรับเรื่องและส่งต่อข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5.1	โครงการส่งเสริมการค้า การลงทุน และ การบริการ	สนง.พาณิชย์จังหวัด	พัฒนาและขยายช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ รวมถึง สร้างเครือข่ายการค้าทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศ
5.1 / 3.1	เพิ่มศักยภาพการค้าการลงทุนตามแนวชายแดนและเชื่อมโยง GMS	สนง.พาณิชย์จังหวัด	พัฒนาผู้ประกอบการให้มีศักยภาพและสามารถลงทุนตามการค้าชายแดนได้ เช่น จัดประชุม Business forum สร้างความร่วมมือด้านการค้าการลงทุน
5.1 / 5.2	E-Commerce จ. หนองคาย	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดและกลุ่ม D1 และกระทรวงดิจิทัล	พัฒนาโครงการ ecommerce ของจังหวัดหนองคาย ที่ได้แนวคิดที่มาจากกระทรวงดิจิทัลที่จะทำ Point of Service (ระบบขายของหน้าร้านบนเวปไซด์) ให้แก่จังหวัดหนองคาย
5.1 / 5.2	Trader ในการกระจายสินค้า OTOP สู่การค้าชายแดน	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	การสร้างนักธุรกิจ OTOP สู่การค้าการตลาดอาเซียน หรือ OTOP Trader อย่างน้อยจังหวัดละ 1 คน ซึ่ง OTOP Trader จะเป็นกลไกสำคัญที่จะเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงตลาด และการบริหารการขายได้ครบวงจร โดยต้องสามารถสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ในระดับจังหวัด ภาค หรือข้ามภาค รวมถึงเข้าใจกลไกตลาดตลาดในต่างประเทศ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค เพื่อรองรับการค้า	1.5 การดูแลและบริหารจัดการมลพิษ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน เพิ่มสถานีตรวจอากาศ
2.การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	2.3 การพัฒนาระบบและบริหารจัดการแบบ One stop service (ทุกเรื่องด้านการส่งออก/นำเข้า)
3.พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ	3.2 พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ในธุรกิจโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับธุรกิจสู่เกณฑ์มาตรฐาน
4.การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	4.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า - การจัดทำระบบพัฒนารูประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า - ลดอัตราการสูญเสียระหว่างขนส่ง - การลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

แผนภาพที่ 3.11-2: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดน ไทย-ลาว ของจังหวัดหนองคาย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดหนองคาย

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-10: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.5	โครงการการจัดการมลพิษบริเวณด่านชายแดน	ถ้ามีการค้าชายแดน เกิดขึ้นจะมีของเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมนี้ เช่น ขยะมูลฝอย ขยะพิษ น้ำเสีย อากาศเสีย เป็นต้น	ท้องถิ่น เทศบาล อบจ. จังหวัด กรมป้องกันบรรเทาสาธารณภัย สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาค 9 สนง.สาธารณสุขจังหวัด
2.3	โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ จ.หนองคาย	เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารเชิงพื้นที่ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลสถิติและตัวชี้วัดที่สำคัญและจำเป็นสำหรับการบริหารงานในเชิงพื้นที่ในด้านต่างๆ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และทรัพยากรธรรมชาติ	สนง.สถิติจังหวัด ดูแลระบบกลาง และหน่วยงานต่างๆในจังหวัด รับผิดชอบในการปรับปรุงฐานข้อมูล
2.3	จัดตั้งศูนย์ OSS และพัฒนาระบบ OSS	จังหวัดหนองคาย กำลังก่อสร้างศูนย์ OSS ณ ศาลากลางหลังเก่า แต่ยังไม่แล้วเสร็จ	สนง.จังหวัด

[4] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		เปิดเสร็จที่เดียวจบ มีการรับเรื่องและส่งต่อข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สนง.แรงงานจังหวัด / สนง.สาธารณสุขจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
3.2	โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านโลจิสติกส์	ให้ความรู้ด้านการจัดการโลจิสติกส์ รวมทั้งสร้างเครือข่ายด้านโลจิสติกส์	
4.1	โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า	ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า	สนง.พาณิชย์จังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการการจัดการมลพิษบริเวณด่านชายแดน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ถ้ามีการค้าชายแดน เกิดขึ้นจะมีของเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมนี้ เช่น ขยะมูลฝอย ขยะพิษ น้ำเสีย อากาศเสีย เป็นต้น
สรุปแนวคิดโครงการ • สร้างระบบขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล • สร้างระบบจัดการขยะพิษ • สร้างสถานีตรวจวัดอากาศ • สร้างระบบป้องกันน้ำท่วม
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • วางแผนและพัฒนาระบบการจัดการขยะมูลฝอยอย่างเป็นระบบ • วางแผนและพัฒนาระบบการจัดการสิ่งปฏิกูล เช่น สิ่งปฏิกูลจากห้องน้ำ เศษอาหารจากโรงอาหาร • วางแผนและพัฒนาระบบการจัดการขยะพิษ เช่น สารเคมี หลอดไฟ • พัฒนาสถานีตรวจวัดอากาศ • พัฒนาระบบป้องกันน้ำท่วม
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • ขยะมูลฝอย/สิ่งปฏิกูล: เทศบาล อบจ.

• ขยะพิษ: สนง.สาธารณสุขจังหวัด • สถานีตรวจวัดอากาศ: สนง.สิ่งแวดล้อม ภาค 9 (อุดรธานี) • ระบบป้องกันน้ำท่วม: กรมป้องกันบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.)
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: คณะกรรมการพิเศษ
ผลลัพธ์: การจัดการมลพิษเป็นไปตามค่ามาตรฐาน
ผลผลิต: สิ่งแวดล้อมบริเวณโครงการอยู่ในเกณฑ์ที่ปลอดภัย
ตัวชี้วัดของโครงการ: • การจัดการขยะมูลฝอยที่ตกค้างเป็นศูนย์ • สิ่งปฏิกูลถูกกำจัดอย่างถูกสุขลักษณะ • มีการกำจัดขยะพิษตามหลักวิชาการ • อากาศอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานหรืออยู่ในค่าที่ปลอดภัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษา สำรวจ ข้อมูลพื้นที่จัดการมลพิษ	2 ปี			หน่วยงานหรือเจ้าของโครงการ	
2. ออกแบบระบบจัดการมลพิษ	6 เดือน – 1 ปี				
3. ขอรับจัดสรรงบประมาณของระบบจัดการมลพิษ	1 ปี				
4. ดำเนินการก่อสร้างระบบจัดการมลพิษ	2 ปี				
5. ติดตามและประเมินผลระบบจัดการมลพิษ	ทุกปี			คณะกรรมการ	
6. ปรับปรุง ดูแล ซ่อมแซมระบบการจัดการมลพิษ	ทุก 6 เดือน			หน่วยงานหรือเจ้าของโครงการ	

ชื่อโครงการ: โครงการจัดตั้งศูนย์OSS และพัฒนาระบบOSS

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ปัจจุบันมีศูนย์OSS อยู่แล้ว แต่ขาดบุคลากรที่เกี่ยวข้อง / ที่สามารถตัดสินใจได้ ขาดระบบบริหารจัดการแบบเบ็ดเสร็จที่เดียวจบขาดเทคโนโลยีที่จะช่วย ดังนั้นจึงมีแนวคิดในการพัฒนาศูนย์ OSS และระบบงานที่สามารถช่วยให้การดำเนินงานของ OSS ดำเนินได้ในที่เดียว

สรุปแนวคิดโครงการ

- ก่อสร้างศูนย์ OSS
- ศึกษากลุ่มเป้าหมายคนที่มาใช้บริการ
- พัฒนาระบบ OSS
- จัดหาบุคลากรประจำศูนย์ OSS

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ก่อสร้างศูนย์ OSS
- วางระบบการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (ระบบและข้อมูล)
- จัดบุคลากรที่เกียวข้อง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สนจ.นค. : อำนวยการรับเรื่องทั่วไป
- แรงงาน : เรื่องแรงงาน
- สาธารณสุข : เรื่องโรคและความปลอดภัย
- พาณิชย์ : การค้าชายแดน
- อุตสาหกรรม : การค้าการลงทุน
- ศุลกากร : พิธีการศุลกากร
- ตม. : ตรวจคนเข้าเมือง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.จังหวัด

ผลลัพธ์: จุดบริการเบ็ดเสร็จที่เดียวจบ

ผลผลิต:

- ศูนย์ OSS
- เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์
- ระบบฐานข้อมูล

ตัวชี้วัดของโครงการ: ผู้มาติดต่อ / ผู้ประกอบการ สามารถติดต่อเสร็จในที่เดียว ตามระยะเวลาที่กำหนดของแต่ละเรื่อง / ความพึงพอใจของผู้มาติดต่อ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ก่อสร้างศูนย์ OSS				สนง.จังหวัด สนง.โยธาธิการและผังเมือง	
2. ศึกษากลุ่มเป้าหมาย คนที่มาใช้บริการ				สนง.จังหวัด	
3. วิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการและบุคลากรที่จะทำงานที่ OSS				สนง.จังหวัด	
4. พัฒนาระบบ OSS				คณะทำงาน	
5. สรรหาบุคลากรประจำศูนย์				คณะทำงาน	
6. ติดตาม / ประเมินผล				คณะทำงาน	

ชื่อโครงการ: โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ จ.หนองคาย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- เนื่องจากยังไม่มีระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารและฐานข้อมูลสถิติกลางเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างหน่วยงานในจังหวัด
- ข้อมูลมีการซ้ำซ้อนและไม่ตรงกัน การเรียกข้อมูลดูย้อนหลังทำได้ยาก และยังไม่พร้อมใช้งานได้ทันที

สรุปแนวคิดโครงการ

- ฐานข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ส่งไปยัง ฐานข้อมูลกลาง จากนั้น มีการบูรณาการข้อมูลพัฒนาเป็นสารสนเทศ
- ผู้บริหารใช้ในการบริหาร ติดตาม ประเมินผลโครงการต่างๆ สนับสนุนการตัดสินใจในเรื่องเร่งด่วนต่างๆได้

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ประชุมพิจารณาคัดเลือกรายการข้อมูลที่จำเป็นต่อการบริหารงานในพื้นที่
- จัดทำฐานข้อมูลกลางของจังหวัดที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและเชื่อมโยงฐานข้อมูล
- จัดทำสารสนเทศเพื่อใช้ในการบริหารจัดการในประเด็นที่สำคัญของจังหวัด เช่น การค้าชายแดน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ผ่านกลไกของคณะกรรมการสถิติระดับพื้นที่จากหน่วยงานต่างๆในจังหวัด
- มีคณะทำงานในแต่ละด้านย่อย เช่น ด้านการค้าชายแดน
- จัดจ้างหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาระบบ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานสถิติจังหวัดหนองคาย

ผลลัพธ์:

- จังหวัดมีฐานข้อมูลสถิติระดับพื้นที่
- จังหวัดมีข้อมูลที่เชื่อมโยงหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ปรับปรุงข้อมูลทันสมัย

ผลผลิต:

- มีรายการข้อมูลที่สำคัญของจังหวัดที่ใช้บริหารระดับพื้นที่
- มีฐานข้อมูลกลางของจังหวัด
- มีสารสนเทศในประเด็นสำคัญ เช่น การค้าชายแดน

ตัวชี้วัดของโครงการ: มีระบบฐานข้อมูลของจังหวัดและมีข้อมูลสถิติที่เชื่อมโยงใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่างๆในพื้นที่

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดตั้งคณะกรรมการ / คณะทำงานด้านข้อมูลและระบบข้อมูล	1 เดือน			ผู้ว่า / รองผู้ว่า เป็นประธานคณะทำงาน	
ประชุมหารือ พิจารณาข้อมูลที่จำเป็นสำคัญ / ติดตามโครงการ				สนง.สถิติจังหวัด / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	
สำรวจสถานะปัจจุบันของข้อมูล แหล่งข้อมูล / ฐานข้อมูล				สนง.สถิติจังหวัด / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	
พัฒนาจัดทำฐานข้อมูลที่สามารถนำเข้าและเชื่อมโยงได้				สนง.สถิติจังหวัด / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	
จัดให้มีข้อมูลสถิติในระบบฐานข้อมูล / เชื่อมโยงจากหน่วยงาน				สนง.สถิติจังหวัด / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	
ปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันต่อเนื่อง มีรายละเอียดของข้อมูล				สนง.สถิติจังหวัด / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	
จัดทำสารสนเทศเพื่อการบริหารระดับพื้นที่				สนง.สถิติจังหวัด / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	
อบรมให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่ด้านข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ				สนง.สถิติจังหวัด / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านโลจิสติกส์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: • สร้างความรู้ ความเข้าใจในด้านการจัดการโลจิสติกส์ให้แก่บุคลากรในจังหวัดหนองคาย
สรุปแนวคิดโครงการ • ฝึกอบรมในหัวข้อ การจัดการโลจิสติกส์ การจัดการสินค้าคงคลัง คลังสินค้า การกระจายสินค้า การขนส่ง การจัดการเทคโนโลยี เป็นต้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • อบรม สัมมนา เสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหัวข้อ การจัดการโลจิสติกส์ การจัดการสินค้าคงคลัง คลังสินค้า การกระจายสินค้า การขนส่ง การจัดการเทคโนโลยี เป็นต้น • จัดทัศนศึกษาดูงานการบริหารจัดการคลังสินค้า
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • สำนักงานจังหวัด / อุตสาหกรรมจังหวัด / พาณิชย์จังหวัด ร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรม และสภาหอการค้า
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.พาณิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: • บุคลากรในจังหวัดหนองคาย มีความรู้ด้านโลจิสติกส์ สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการเพื่อยกระดับธุรกิจสู่เกณฑ์มาตรฐาน
ผลผลิต: • จัดอบรม สัมมนา เสวนา จำนวน 1 ครั้ง • จัดทัศนศึกษาดูงานการบริหารจัดการคลังสินค้า 1 ครั้ง
ตัวชี้วัดของโครงการ: สัดส่วนผู้เข้าร่วมที่ผ่านการประเมินการอบรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. แต่งตั้งคณะทำงานด้านการจัดการโลจิสติกส์ระดับจังหวัด				สนง.พาณิชย์จังหวัด	
2. จัดอบรม สัมมนา เสวนา จำนวน 1 ครั้ง					
3. จัดทัศนศึกษาดูงานการบริหารจัดการคลังสินค้า					
4. สรุปติดตามประเมินผล					

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า
ที่มา / หลักการและเหตุผล: แนวคิดการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้า เพื่อเชื่อมโยงขนส่งสู่ประเทศเพื่อนบ้าน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันในจังหวัดหนองคายได้มีบริษัทเอกชนดำเนินการศูนย์กระจายสินค้าอยู่แล้วในจังหวัดหนองคาย ดังนั้น ทางจังหวัดจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาความต้องการการตลาด (Demand) รูปแบบ และเทคโนโลยีที่จะใช้ในการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า รวมถึงความเป็นไปได้และความคุ่มค่าในการลงทุนในศูนย์กระจายสินค้า
สรุปแนวคิดโครงการ ศึกษาความเหมาะสมและแนวทางพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าในบริเวณจังหวัด ที่สามารถตอบสนองในเรื่องของการจัดทำระบบพัฒนารูประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า / ลดอัตราการสูญเสียระหว่างขนส่ง และการลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • จัดจ้างที่ปรึกษา ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • จัดตั้งเป็นคณะทำงานเพื่อกำกับดูแล
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัด
ผลลัพธ์: • แนวทางการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์ฯ ที่เหมาะสมในพื้นที่
ผลผลิต: รูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์สรุปผลการศึกษา
ตัวชี้วัดของโครงการ: ดำเนินการศึกษาแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. แต่งตั้งคณะกรรมการ				สนง.พาณิชย์จังหวัด	
2. คณะกรรมการกำหนดร่างขอบเขตของงาน					
3. ดำเนินการจัดจ้าง					
4. สรุปผล					
5. ติดตามประเมินผล					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- พื้นที่ภาคอีสานตอนบนนี้ได้รับการกำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง
- จังหวัดหนองคายมีสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี จำนวนมาก และยังมีความเชื่อมโยงกับฝั่งลาว ซึ่งเปิดโอกาสให้คนจากฝั่งลาวสามารถข้ามมาสัมผัสได้

ตารางที่ 3.11-11: **สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ปี พ.ศ. 2557**

จังหวัด	2557	
	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	7,777,597	15,251.05
อุดรธานี	3,049,610	7,445.70
เลย	1,564,615	2,617.03
หนองคาย	**2,380,910**	**4,196.40**
หนองบัวลำภู	324,844	306.90
บึงกาฬ	457,618	685.02

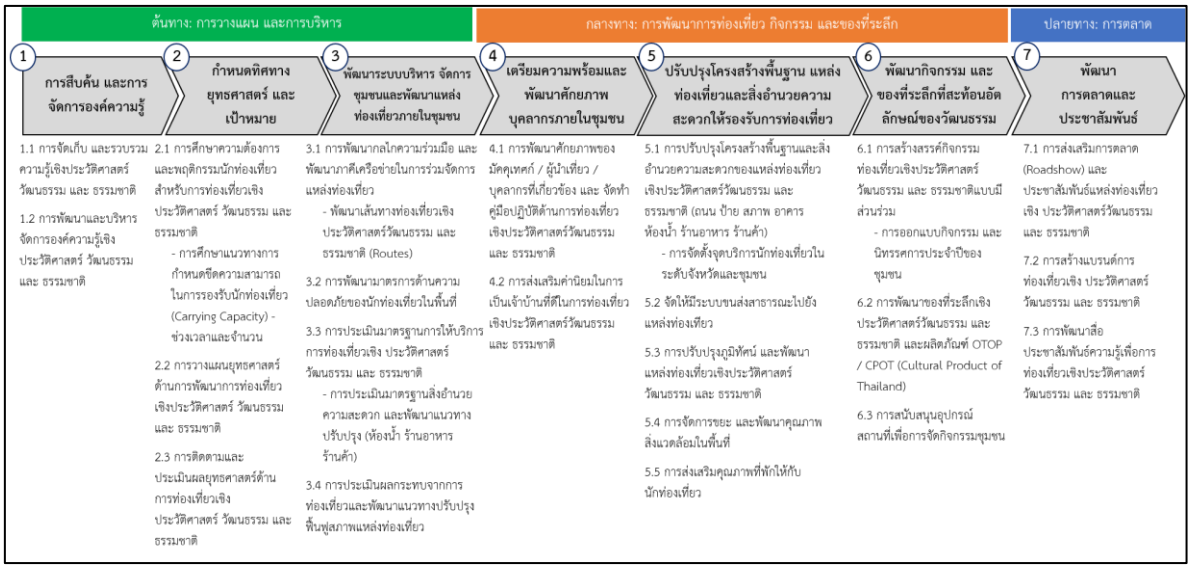
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561- 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-3: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ ของจังหวัดหนองคาย



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-12: **สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า**[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	การพัฒนาจัดเก็บข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	ทางจังหวัดมีความต้องการที่จะศึกษาและรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและธรรมชาติ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่บ้างแต่ยังขาดฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม รวมถึง ยังไม่ได้นำข้อมูลที่ศึกษาที่เก็บรวบรวมไปเผยแพร่อย่างเป็นระบบ
3.1	พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว (Routes)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
4.2	การสร้างค่านิยมและจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	การสร้างจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยว
5.4	กองทุนฌาปนกิจสงเคราะห์จากขยะรีไซเคิล และการจัดการขยะพิษ	กระทรวงสาธารณสุข	เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมรวมถึงส่งเสริมการลดและคัดแยกขยะมูลฝอยในชุมชน และสถานที่ท่องเที่ยวจึงได้จัดทำโครงการกองทุนฌาปนกิจสงเคราะห์จากขยะรีไซเคิล และการจัดการขยะพิษ อีกทั้งเป็นการสร้างกองทุนฌาปนกิจสงเคราะห์หรือเงินสวัสดิการช่วยเหลือกรณีสมาชิกในครัวเรือนเสียชีวิต
5.4	การจัดการขยะมูลฝอยแบบถูกสุขลักษณะ	กระทรวงสาธารณสุข	เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมือง รองรับการท่องเที่ยว จึงได้เกิดโครงการคัดแยกขยะที่ต้นทางและโครงการลดปริมาณขยะมูลฝอย รวมถึงกำจัดขยะมูลฝอยแบบครบวงจร
3.2 / 5.1	สร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มประสิทธิภาพการรักษา	สนง.ตำรวจท่องเที่ยว	ดำเนินการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว พร้อมจัดตั้งศูนย์ให้บริการ

[5] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว		นักท่องเที่ยวที่สามารถมาสอบถามข้อมูลและดูแลความปลอดภัยในพื้นที่
3.3 / 5.1 / 5.5	พัฒนาสถานประกอบการเพื่อให้ได้มาตรฐานในแหล่งท่องเที่ยว	กระทรวงสาธารณสุข สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาสถานประกอบการ ได้แก่ ร้านอาหาร ที่พัก ให้สะอาด รวมถึงสินค้าที่ระลึกได้คุณภาพตามมาตรฐาน
5.3 / 6.2	ส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว เตรียมความพร้อมหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว Home stay	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	การเตรียมความพร้อมหมู่บ้าน OTOP ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว แบบพักอยู่กับชาวบ้าน homestay เพื่อให้นักท่องเที่ยวศึกษาวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
5.1 / 5.2	ปรับปรุงโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ปรับปรุงสิงอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ถนนหนทาง รวมถึงการบริหารจัดการ เช่น รถรับส่งเอกชน ให้นักเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก
5.3 / 6.2 / 6.3	การอนุรักษ์ไทยพวนบ้านหม้อ	พัสนง.ฒนาชุมชนจังหวัด สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	โครงการพัฒนาหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งบ้านหม้อ หมู่ที่ 7 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย เป็นหมู่บ้านของชาวไทพวน มีวิถีวัฒนธรรมชุมชนและภูมิปัญญาพื้นบ้าน ที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ได้
3.1 / 7.1	ส่งเสริมศูนย์เรียนรู้ชุมชนเพื่อขยายผลปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่วิถียั่งยืน	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	จัดการสัมมนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์และศึกษาดูงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ถูกต้อง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ ไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ และเพื่อให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากแหล่งเรียนรู้และศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง

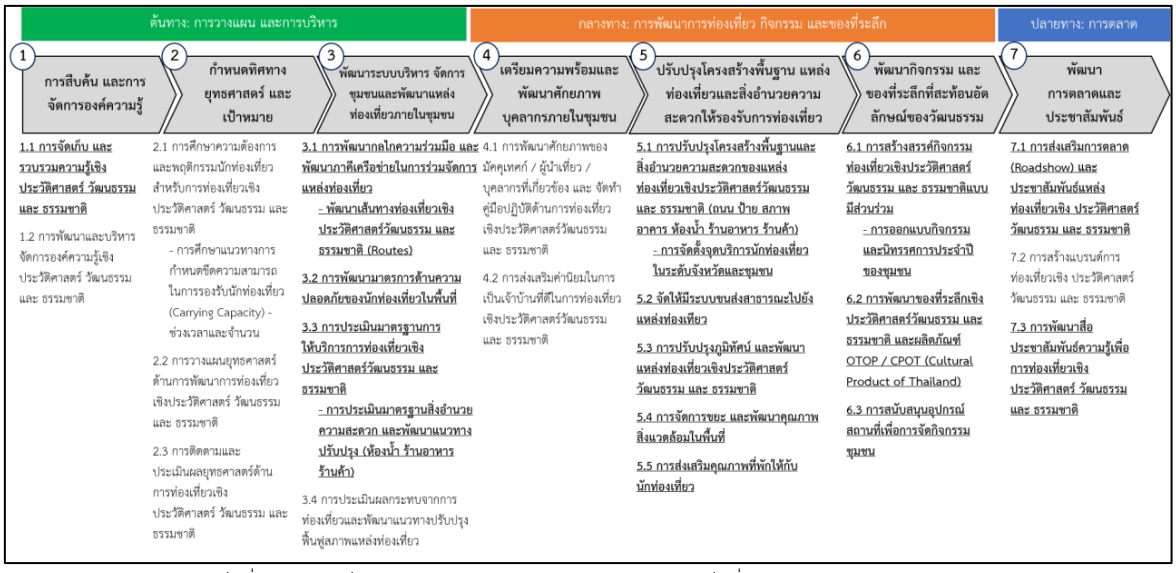
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
7.1 / 7.3	Road Show ประชาสัมพันธ์	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติของจังหวัดหนองคาย (ทำร่วมกับการท่องเที่ยวส่วนกลาง) รวมถึงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ อาทิ สิ่งพิมพ์ และหนองคาย App

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-13: **สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา**

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ 1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ - การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ 2.3 การติดตามและประเมินผลยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการชุมชนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.4การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4.เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน	4.1 การพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง และจัดทำคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ 4.2 การส่งเสริมค่านิยมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ 7.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ ธรรมชาติ

แผนภาพที่ 3.11-4: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ ของจังหวัดหนองคาย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดหนองคาย

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-14: **สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา**[6]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 / 1.2	พัฒนาระบบฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม	การจัดเก็บและสร้างฐานข้อมูลทางด้านมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.1 / 2.2 / 2.3 / 3.4 /	โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม จังหวัดหนองคาย	เพื่อให้มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ จุดยืน และทิศทางการท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคาย เพื่อให้มีการบูรณาการแผนงานด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย
4.1 / 4.2	อบรมมัคคุเทศก์ และอาสาสมัครแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคาย	ต้องการเพิ่มปริมาณและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
7.1 / 7.2 / 7.3	การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวหนองคาย	ให้หนองคายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในชื่อเมืองของพญานาคราช	สนง.วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด

[6] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: สนง.วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมจังหวัด เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจหลักคืออนุรักษ์และสร้างวัฒนธรรม โดยมีการดำเนินงานตามพระราชดำริตามศาสตร์ของพระราชา ปัจจุบันมีการจัดเก็บและรวบรวมฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมอยู่บ้างแล้ว แต่ยังขาดแนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูล และการจัดการที่จะช่วยให้สามารถนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมไปเผยแพร่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบได้
สรุปแนวคิดโครงการ การจัดเก็บและสร้างฐานข้อมูลด้านมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ โดยมุ่งเน้นไปที่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 7 สาขา ได้แก่1 . ศิลปะการแสดง 2. งานช่างฝีมือดั้งเดิม 3. วรรณกรรมพื้นบ้าน 4. กีฬาภูมิปัญญาไทย 5. แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล 6. ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม 7. ภาษา
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • การกำหนดประเด็นในการเก็บข้อมูลทางวัฒนธรรม • การลงพื้นที่เก็บข้อมูล • นำข้อมูลที่ได้รับจากชุมชน มาจัดทำฐานข้อมูลในด้านต่างๆ • นำฐานข้อมูลเผยแพร่ในเว็บไซด์ • หน่วยงานหลักและหน้างานที่เกี่ยวข้องนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมจังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด / หน่วยงานท้องถิ่น
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.สนง /วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมจังหวัด.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่งานทางด้านวัฒนธรรม
ผลผลิต: ฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
ตัวชี้วัดของโครงการ: • มีการจัดเก็บข้อมูลตามมาตรฐานที่กำหนด • มีการใช้ฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เพื่อไปสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
การกำหนดประเด็นในการเก็บข้อมูลทางวัฒนธรรม	ระหว่าง ปีงบประมาณ 61	500,000		สนงวัฒนธรรม. และสิ่งแวดล้อม .สนง /จังหวัด ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด	
การลงพื้นที่เก็บข้อมูล					
นำข้อมูลที่ได้รับจากชุมชน มาจัดทำฐานข้อมูลในด้านต่างๆ					
นำฐานข้อมูลเผยแพร่ใน เว็บไซต์					
หน่วยงานหลักและหน้างานที่เกี่ยวข้องนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์					

ชื่อโครงการ: โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม จังหวัดหนองคาย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดที่ติดแม่น้ำโขงมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ซึ่งถือว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่ปัจจุบันยังขาดทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเฉพาะของจังหวัดอยู่ จึงมีแนวคิดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคายขึ้นมา ซึ่งคาดว่าด้วยแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน และมีเป้าหมายนั้น จะช่วยผลักดันให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อให้ได้แนวทาง / ทิศทาง / แผนงานโครงการด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ห่วงโซ่มูลค่าเป็นตัวกำหนด เพื่อให้ได้กิจกรรมโครงการ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อันที่จะส่งผลให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น

แผนยุทธศาสตร์จะต้องครอบคลุมประเด็น ดังนี้

- ศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- สำรวจศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว
- กำหนดทิศทาง แผนยุทธศาสตร์
- การดูแลสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
- กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง
- แนวทางการดูแล ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ โดยมีวิทยากรที่ปรึกษาในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม จำนวน 3 ครั้ง ครั้งละ 3 วัน 2 คืน
- เป้าหมายภาครัฐและเอกชน รุ่นละ 40 คน ทั้งหมด 3 รุ่น

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
- สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, สนง.จังหวัด, สนง.พัฒนาจังหวัด, หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ภาคเอกชน เช่น สมาคมท่องเที่ยว, สภาอุตสาหกรรม, สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์: สามารถดำเนินการด้านการท่องเที่ยวภายใต้แผนยุทธศาสตร์ได้ครบถ้วนตามห่วงโซ่มูลค่า

ผลผลิต:

- ผู้เข้ารับการสัมมนาเชิงปฏิบัติการสามารถจัดทำแผนงานด้านการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน
- ได้แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 1 แผน แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
เตรียมการเพื่อจัดทำโครงการ					
2. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ครั้งที่ 1	3 วัน	300,000	วิทยากรที่ปรึกษา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
3. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ครั้งที่ 2	3 วัน	300,000	วิทยากรที่ปรึกษา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
4. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ครั้งที่ 3	3 วัน	300,000	วิทยากรที่ปรึกษา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการอบรมมัคคุเทศก์ และอาสาสมัครแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคาย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ประเทศไทย ตั้งแต่ปี 59 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องมีการพัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับในอนาคต ให้มีจำนวนเพียงพอ และมีความเข้าใจที่ถูกต้องของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด

สรุปแนวคิดโครงการ

อบรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย เรื่องราวของแหล้งท่องเที่ยว สิ่งที่ควร / ไม่ควรปฏิบัติ การเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต และภูมิปัญญา และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ชุมชน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- สำรวจกลุ่มเป้าหมาย
- เชิญผู้เข้าร่วมอบรม เพื่อให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพ
- ลงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวตัวอย่าง
- วัดและประเมินผู้ผ่านมาตรฐาน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สนง.ทกจ.นค.
- มหาวิทยาลัย และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

- นักท่องเที่ยวรู้จักข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดมากขึ้น
- ผู้ผ่านอบรมมีความรู้ด้านการจัดการ
- หลักสูตรจากการอบรมได้ถูกนำมาปรับใช้เพื่อการท่องเที่ยว

ผลผลิต: บุคลากรทางการท่องเที่ยวมีศักยภาพ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วมอบรมผ่านมาตรฐาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
สำรวจกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ารับการอบรม	1 เดือน	50,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
เชิญผู้เข้าร่วมอบรมและผู้ให้การอบรม	1 เดือน	10,000			
จัดการฝึกอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์	2 สัปดาห์	1,000,000	วิทยากรพิเศษ	มหาวิทยาลัย/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
ลงพื้นที่ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว	1 เดือน				
วัดและประเมินผลผู้ผ่านมาตรฐาน	1 สัปดาห์			สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

ชื่อโครงการ: การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวหนองคาย - นครแห่งนาคาสักการะพระธาตุคู่เมือง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดหนองคายมีความโดดเด่นในลุ่มน้ำโขง มีประวัติความเป็นมายาวนาน มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปในเรื่องบั้งไฟพญานาคที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนหนองคาย เพื่อเยี่ยมชมและศึกษาข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์และสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่เมือง จังหวัดหนองคายจึงมีแนวคิดในการสร้างการรับรู้ และ แบรนด์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นที่จดจำมากยิ่งขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

ศึกษาและสำรวจเรื่องราวเชิงประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ก่อนพัฒนาเป็นแนวทางการสร้างแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด และใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้มีความโดดเด่นทางศักยภาพ และเพิ่มประสิทธิภาพทางการท่องเที่ยวต่อไป

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์
- ลงพื้นที่สำรวจสถานที่ท่องเที่ยว
- ศึกษาแนวทางการสร้างแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
- พัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สนง.วัฒนธรรมจังหวัด
- สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
- สนง. ประชาสัมพันธ์จังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.วัฒนธรรมจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด

ผลลัพธ์: สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวของหนองคาย

ผลผลิต: ผลการศึกษาแนวทางการสร้างแบรนด์ ที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาแหล่ง เส้นทางท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด

ตัวชี้วัดของโครงการ: รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 5% / ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดเก็บข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์	1 เดือน	50,000		ทกจ.นค./ วธ.	
สำรวจพื้นที่	1 สัปดาห์	20,000			
จัดทำแผนการพัฒนาแบรนด์ของจังหวัด	3 เดือน	300,000			
ปรับปรุง พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	6 เดือน	300,000			
ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์	3 เดือน	500,000			

3.1.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดเลย

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดเลย

จังหวัดเลย ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

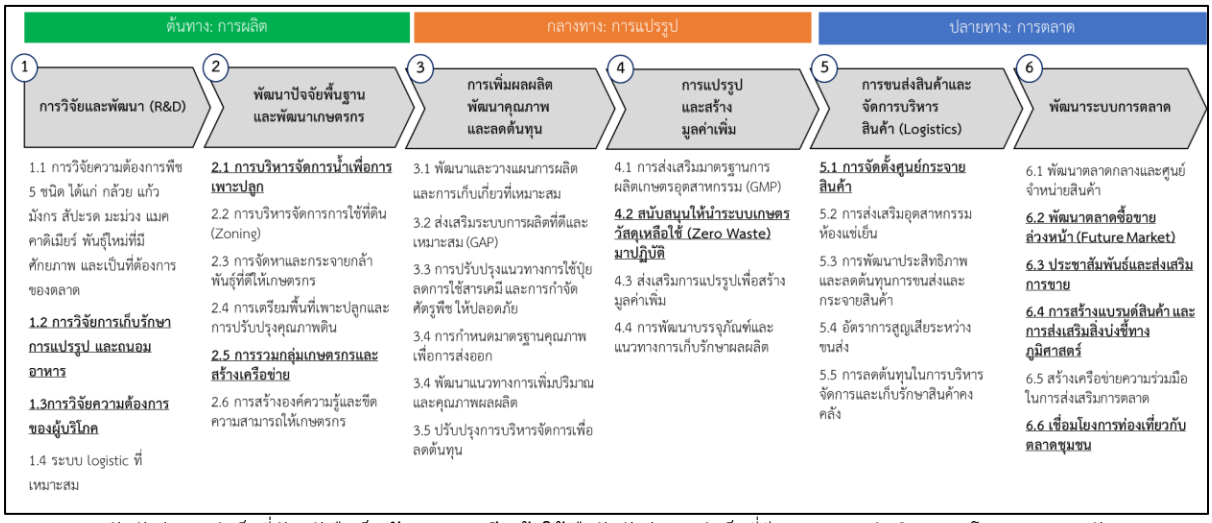
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ไม้ผล	- มีการปลูกไม้ผลที่หลากหลาย และจำนวนมาก - เป็นจังหวัดที่มีการปลูกไม้ผลบางชนิดมากที่สุดในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม	- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น และถือว่าเป็นอีกจุดนำเสนอด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัด - สามารถใช้เป็นจุดขายในการดึงดูดการท่องเที่ยวเข้ามาตลอดทั้งปีได้ (นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาตามฤดูอยู่แล้ว)

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ไม้ผล</u>

ภายใต้ประเด็นไม้ผล ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ไม้ผล ของจังหวัดเลย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.1 การวิจัยความต้องการพืช 5 ชนิด ได้แก่ กล้วย แก้วมังกร สับปะรด มะม่วง แมคคาดิเมียร์ พันธุ์ใหม่ที่มีศักยภาพ และเป็นที่ต้องการของตลาด 1.4 ระบบ logistic ที่เหมาะสม
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.2 การบริหารจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning) 2.3 การจัดหาและกระจายกล้าพันธุ์ที่ดีให้เกษตรกร 2.4 การเตรียมพื้นที่เพาะปลูกและการปรับปรุงคุณภาพดิน 2.6 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกร
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 พัฒนาและวางแผนการผลิต และการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม 3.2 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.3 การปรับปรุงแนวทางการใช้ปุ๋ย ลดการใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืช ให้ปลอดภัย 3.4 การกำหนดมาตรฐานคุณภาพเพื่อการส่งออก 3.5 พัฒนาแนวทางการเพิ่มปริมาณ และคุณภาพผลผลิต 3.6 ปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุน
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตเกษตรอุตสาหกรรม (GMP) 4.3 ส่งเสริมการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 4.4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแนวทางการเก็บรักษาผลผลิต
5.การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.2 การส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น 5.3 การพัฒนารูประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า 5.4 อัตราการสูญเสียระหว่างขนส่ง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	5.5 การลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 พัฒนาตลาดกลางและศูนย์จำหน่ายสินค้า 6.5 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาการผลิตและตลาดผลไม้จังหวัดเลยสู่อาเซียน	เป็นการนำผลงานวิจัยเพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพกระบวนการผลิตและกระบวนการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตด้านการเกษตร	สถาบันการศึกษา/หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ จ.เลย
1.4 / 2.2 / 2.3 / 2.4 / 2.6	โครงการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและเกษตร	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตร ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรดิน การจัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำ การพัฒนาสายพันธ์พืชที่เหมาะสมกับพื้นที่ และเพิ่มศักยภาพให้กับเกษตรกร	หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย
3.1/3.2 / 3.3 / 3.4 / 3.5 / 3.6 / 4.1	โครงการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การเกษตร	• การสร้างความเข้มแข็ง และการรับรู้ใน • การบริหารจัดการกลุ่มสินค้าทางการเกษตร • ส่งเสริมแสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด
4.1 / 4.3 / 4.4	โครงการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร	• ส่งเสริมแนวคิดด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ • สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร • ยกระดับสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐานด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์	หน่วยงานในสังกัดเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย

[7] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.2 / 5.3 / 5.4 / 5.5 / 6.1 / 6.5	โครงการส่งเสริมศักยภาพการตลาด 4.0	• เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด สร้างความร่วมมือทางการค้าและการลงทุน • สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเลย • ยกระดับสินค้า Local Economy 4.0	สนง.พาณิชย์จังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การประเมินความพร้อมของแหล่ง 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวในบริเวณ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ของจังหวัดเลย



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวธรรมชาติ 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.6 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
6.พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.1	โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถูกต้องตรงตามความต้องการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.2	โครงการศึกษาศักยภาพเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมจังหวัดเลย	การเตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.4	โครงการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว	การเตรียมความพร้อมในด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[8] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดเลย

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ไม้ผล

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดเลยมีสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศ ที่เอื้อให้สามารถปลูกไม้ผลที่หลากหลายในพื้นที่ได้
- จังหวัดเลยยังเป็นแหล่งปลูกและผลิตไม้ลสำคัญหลายชนิดในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น มะขามหวาน ลำไย กล้วยน้ำว้า เป็นต้น

ตารางที่ 3.11-15: พื้นที่เพาะปลูก และสถานการณ์การเพาะปลูกไม้ผลสำคัญของจังหวัดเลย ปี 2558

ไม้ผล	มะขามหวาน	มะม่วง	ลำไย	กล้วยน้ำว้า	เสาวรส	เงาะ	ลิ้นจี่	แก้วมังกร	อื่นๆ
พื้นที่เพาะปลูก	49,546	51,278	38,022	42,546	2,649	2,140	2,170	4,093	9,185

ไม้ผล	สถานการณ์สำคัญ
มะขามหวาน	จังหวัดเลยมีความเหมาะสมในการปลูกมะขามหวานมากในอดีตจังหวัดเลยเป็นแหล่งปลูกมะขามหวานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
ลำไย	จังหวัดเลยเป็นแหล่งปลูกลำไยที่สำคัญแหล่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเนื่องจากมีสภาพภูมิอากาศเหมาะสมพื้นที่ปลูกมีศักยภาพปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกลำไยกระจายอยู่ทั่วทุกอำเภอ
ลิ้นจี่	ลิ้นจี่เป็นไม้ผลกึ่งเมืองร้อนเจริญเติบโตได้ดีในสภาพภูมิอากาศหนาวชอบดินร่วนซุยมีการระบายน้ำดีและควรมีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 400 เมตรต้องการอากาศหนาวในช่วงออกดอกจังหวัดเลยเป็นจังหวัดหนึ่งที่สามารถปลูกลิ้นจี่ได้ดี
กล้วยน้ำว้า	จังหวัดเลยเป็นแหล่งปลูกกล้วยที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะปลูกมากแถบอำเภอเชียงคานอำเภอปากชมอำเภอท่าลี่และอำเภอเมืองเลย
มะม่วง	สำหรับสถานการณ์การผลิตมะม่วงของจังหวัดเลย 5 ปี ย้อนหลัง (2552-2556) มีแนวโน้มพื้นที่การปลูกเพิ่มขึ้น ผลผลิตรวมเพิ่มขึ้น แต่ผลผลิตต่อไร่ลดลง

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ มะละกอ ขนุน น้อยหน่า ฝรั่ง มะนาว มะพร้าว มะขามเปรี้ยว ชมพู่ กระท้อน ลองกอง มะปราง มะคาเดเมีย กาแฟ ส้มเขียวหวาน ส้มโอ หม่อน ละมุด

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดเลย ปี พ.ศ. 2561 – 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-5: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ไม้ผล ของจังหวัดเลย



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-16: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[9]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2	โครงการวิจัยการแปรรูปและถนอมอาหาร	สถาบันการศึกษา สนง.สาธารณสุขจังหวัด สนง.สถิติจังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บสินค้าให้อยู่ได้นานมากขึ้น
1.3	โครงการความต้องการของผู้บริโภคและการตลาด	สถาบันการศึกษา สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.สถิติจังหวัด	ต้องการพัฒนาศักยภาพสินค้าให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคและตลาด
2.1	โครงการบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตรในจังหวัดเลย	โครงการชลประทานจังหวัด สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	เป็นการจัดการเพื่อทำให้ผลผลิตทางการเกษตรในจังหวัดเพิ่มมากขึ้นและได้ประสิทธิภาพ
2.5	โครงการพัฒนากลุ่มเกษตรกรและการสร้างเครือข่าย	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	เพื่อให้เกษตรกรในจังหวัดมีความรู้ในการทำการเกษตรไม้ผลให้ได้ผลผลิตที่ดีที่สุดและปลอดภัย
4.2	โครงการพัฒนาวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์
5.1	โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการตลาดกลางในระดับชุมชนและจังหวัด	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด	เพื่อให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด
6.2	โครงการพัฒนาตลาดออนไลน์	สนง.พาณิชย์จังหวัด สถาบันการศึกษา สนง.พัฒนาฝีมือแรงงาน	เพื่อเป็นการเพิ่มช่วงทางการจัดจำหน่ายสินค้า

[9] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.3	โครงการยกการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด	เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าให้มากขึ้น
6.4	โครงการการสร้างแบรนด์เพื่อเป็นอัตลักษณ์ GI	สนง..พาณิชย์จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด สถาบันการศึกษา วัฒนธรรมจังหวัด อพท. สภาอุตสาหกรรม	เป็นสร้างอัตลักษณ์ให้สินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นที่รู้จักมากขึ้น
6.6	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตร	บริษัทประชารัฐ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด อพท. คสป. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	เป็นการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เชื่อมโยงกับตลาดชุมชนในแต่ละชุมชนของจังหวัดเพื่อส่งเสริมเป็นการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ

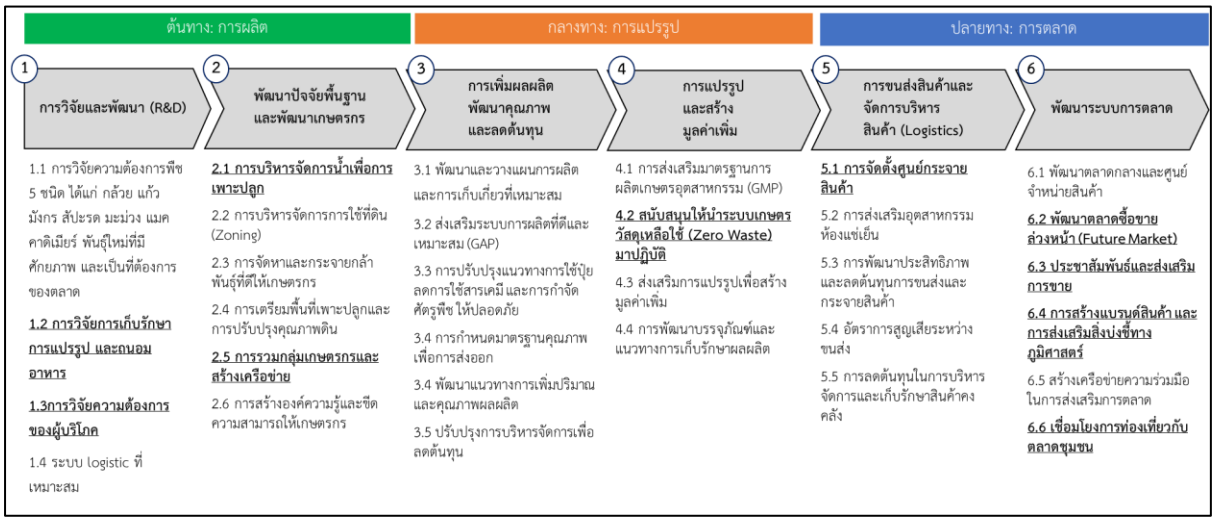
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา	1.1 การวิจัยความต้องการพืช 5 ชนิด ได้แก่ กล้วย แก้วมังกร สับปะรด มะม่วง แมคคาดิเมียร์ พันธุ์ใหม่ที่มีศักยภาพ และเป็นที่ต้องการของตลาด 1.4 ระบบ logistic ที่เหมาะสม
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.2 การบริหารจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning) 2.3 การจัดหาและกระจายกล้าพันธุ์ที่ดีให้เกษตรกร 2.4 การเตรียมพื้นที่เพาะปลูกและการปรับปรุงคุณภาพดิน 2.6 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 พัฒนาและวางแผนการผลิต และการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม 3.2 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	3.3 การปรับปรุงแนวทางการใช้ปุ๋ย ลดการใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย 3.4 การกำหนดมาตรฐานคุณภาพเพื่อการส่งออก 3.5 พัฒนาแนวทางการเพิ่มปริมาณ และคุณภาพผลผลิต 3.6 ปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุน
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตเกษตรอุตสาหกรรม (GMP) 4.3 ส่งเสริมการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 4.4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแนวทางการเก็บรักษาผลผลิต
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.2 การส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น 5.3 การพัฒนารูประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า 5.4 อัตราการสูญเสียระหว่างขนส่ง 5.5 การลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 พัฒนาตลาดกลางและศูนย์จำหน่ายสินค้า 6.5 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

แผนภาพที่ 3.11-6: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ไม้ผลของจังหวัดเลย



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดเลย

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-18:สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[10]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาการผลิตและตลาดผลไม้จังหวัดเลยสู่อาเซียน	เป็นการนำผลงานวิจัยเพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพกระบวนการผลิตและกระบวนการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตด้านการเกษตร	สถาบันการศึกษา/หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ จ.เลย
1.4 / 2.2 / 2.3 / 2.4 / 2.6	โครงการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและเกษตร	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตร ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรดิน การจัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำ การพัฒนาสายพันธ์พืชที่เหมาะสมกับพื้นที่ และเพิ่มศักยภาพให้กับเกษตรกร	หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดเลย
3.1/3.2 / 3.3 / 3.4 / 3.5 / 3.6 / 4.1	โครงการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การเกษตร	การสร้างความเข้มแข็ง และการรับรู้ในการบริหารจัดการกลุ่มสินค้าทางการเกษตร ส่งเสริมแสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด

[10] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
4.1 / 4.3 / 4.4	โครงการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร	• ส่งเสริมแนวคิดด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ • สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร • ยกระดับสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐานด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์	หน่วยงานในสังกัดเกษตรและ สนง.สหกรณ์จังหวัดเลย
5.2 / 5.3 / 5.4 / 5.5 / 6.1 / 6.5	โครงการส่งเสริมศักยภาพการตลาด 4.0	• เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด สร้างความร่วมมือทางการค้าและการลงทุน • สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเลย • ยกระดับสินค้า Local Economy 4.0	สนง.พาณิชย์จังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้จังหวัดเลยสู่อาเซียน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญและมีชื่อเสียงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย จึงต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตด้านการเกษตรเพื่อการแข่งขัน และส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิต การค้า การลงทุนเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน
สรุปแนวคิดโครงการ เป็นการนำผลงานวิจัยเพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพกระบวนการผลิตและกระบวนการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตด้านการเกษตร
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ จัดจ้างศึกษาวิจัยศักยภาพด้านการผลิตและความต้องการของตลาดที่เหมาะสมกับจังหวัดเลย พร้อมจัดทำหลักสูตรและคู่มือพัฒนาจำนวน หลักสูตร
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. ประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัย และอบรม ติดตาม ประเมินผล 2. จัดทำแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการผลิตและการตลาด 3. สถาบันการศึกษา/หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ จ.เลย และหน่วยงาน/องค์กรที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ จ.เลย
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สถาบันการศึกษา/หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ จ.เลย
ผลลัพธ์: ● สร้างเสถียรภาพการผลิตละความมั่นคงให้เป็นเศรษฐกิจพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน ● ได้องค์ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาด

ผลผลิต:

- ผลงานวิจัยเพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพกระบวนการผลิตและกระบวนการตลาด
- คู่มือเพื่อใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาด
- ได้รูปแบบกระบวนพัฒนาการผลิตและการตลาด

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนากระบวนผลิตและการตลาด
- สามารถที่จะช่วยในด้านการกำหนดนโยบายการวางแผนงาน
- การตัดสินปัญหาหรือข้อวินิจฉัยของผู้บริหารให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทราบข้อเท็จจริงในมิติต่าง ๆ
- ช่วยให้มีเครื่องมือและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเข้าสู่ Smart Farmer 4.0

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.จัดจ้างศึกษาวิจัยศักยภาพด้านการผลิตและความต้องการของตลาดที่เหมาะสมกับจังหวัดเลย พร้อมจัดทำหลักสูตรและคู่มือพัฒนาจำนวน 1 หลักสูตร	ตุลาคม-กันยายน (1ปีงบประมาณ)	10 ล้าน	ทรัพยากรด้านบุคคล เช่น ผู้เชี่ยวชาญ/นักวิจัย	สถาบันการศึกษา/หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ จ.เลย	
2.ประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยและอบรม ติดตาม ประเมินผล จัดทำแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการผลิตและการตลาด					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและเกษตรกร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการเกษตร ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรดิน การจัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำ การพัฒนาสายพันธ์พืชที่เหมาะสมกับพื้นที่เพื่อพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร

สรุปแนวคิดโครงการ

- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตร ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรดิน การจัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำ การพัฒนาสายพันธ์พืชที่เหมาะสมกับพื้นที่ และเพิ่มศักยภาพให้กับเกษตรกร

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อเชื่อมโยงสู่พื้นที่การเกษตรอย่างเพียงพอ
- ปรับปรุงบำรุงดินให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมแก่การเพาะปลูก
- ปรับปรุงและพัฒนาสายพันธ์พืชให้มีความเหมาะสมเหมาะสมกับสภาพพื้นที่และภูมิอากาศ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการเกษตรและพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรโดยอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย

ผลลัพธ์:

- ทรัพยากรพื้นฐานด้านการเกษตรได้รับการพัฒนา ให้มีความเหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ
- ได้รับการพัฒนาสายพันธุ์พืชที่มีความเหมาะสม และให้ผลผลิตตามความต้องการ
- เกษตรกรได้รับการพัฒนาศักยภาพสู่ Smart Farmer

ผลผลิต:

- ทรัพยากรปัจจัยพื้นฐานด้านการเกษตรที่เพียงพอ
- เกษตรกรได้รับการพัฒนาเป็นSmart Farmer

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตสินค้าเกษตรร้อยละ 20
- มีเกษตรกร Smart Farmer เพิ่มมากขึ้นร้อยละ 20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.จัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อเชื่อมโยงสู่พื้นที่การเกษตรอย่างเพียงพอ	ตุลาคม-กันยายน (1ปีงบประมาณ)	200 ล้าน	ผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพยากรน้ำ,ดิน และพันธุ์พืช	หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดเลย สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	
2.ปรับปรุงบำรุงดินให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมแก่การเพาะปลูก					
3.ปรับปรุงและพัฒนาสายพันธ์พืชให้มีความเหมาะสมเหมาะสมกับสภาพพื้นที่และภูมิอากาศ					

ชื่อโครงการ: โครงการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญและมีชื่อเสียงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย จึงต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตด้านการเกษตรเพื่อการแข่งขันเพื่อพัฒนาและแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษาสินค้าเกษตรและเพื่อสร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์

สรุปแนวคิดโครงการ

- ส่งเสริมแนวคิดด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์
- สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร
- ยกระดับสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐานด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- แปรรูปสินค้าเกษตร
- พัฒนาบรรจุภัณฑ์
- สร้างภาพลักษณ์สินค้าให้มีความโดดเด่น
- พัฒนาการเทคโนโลยีเก็บรักษาสินค้าให้มีสภาพ รส กลิ่น สี คงเดิมจนถึงมือผู้บริโภค

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาและแปรรูปสินค้าเกษตร,การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษาสินค้าเกษตรและการสร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยความร่วมมือจากอุตสาหกรรมจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, สาธารณสุขจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: หน่วยงานในสังกัดเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย

ผลลัพธ์:

- ได้สินค้าที่มีมาตรฐานในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร
- ได้สินค้าที่มีแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเลย

ผลผลิต: สินค้าที่มีมาตรฐานในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานสากล
- บรรจุภัณฑ์และแบรนด์สินค้าเป็นที่รับรู้ของผู้บริโภค

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.แปรรูปสินค้าเกษตร 2.พัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3.สร้างภาพลักษณ์สินค้าให้มีความโดดเด่น 4.พัฒนาการเทคโนโลยีเก็บรักษาสินค้าให้มีสภาพ รส กลิ่น สี คงเดิมจนถึงมือผู้บริโภค	ตุลาคม-กันยายน	10 ล้าน	นักออกแบบ นักวิทยาศาสตร์	หน่วยงานในสังกัดเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.สาธารณสุขจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การเกษตร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เป็นการบริหารจัดการกลุ่มผลิตสินค้าเกษตรและบริหารจัดการเครือข่ายสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มผลผลิตด้านการเกษตร

สรุปแนวคิดโครงการ

- การสร้างความเข้มแข็ง และการรับรู้ในการบริหารจัดการกลุ่มสินค้าทางการเกษตร
- ส่งเสริมแสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร
- เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร
- สร้างเครือข่ายผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เป็นการบริหารจัดการกลุ่มผลิตสินค้าเกษตรและบริหารจัดการเครือข่ายสินค้าโดยอาศัยความร่วมมือจากเกษตรสหกรณ์การเกษตรจังหวัด, พัฒนาชุมชน, พาณิชย์จังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์:

- เกิดความร่วมมือในการสร้างเครือข่าย และสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร
- มีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ผลผลิต: ผลิตภัณฑ์การเกษตรที่มีคุณภาพ / กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ความสำเร็จในด้านการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร
- ความสำเร็จในการเชื่อโยงเครือข่ายผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตรสู่สากล

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร	ตุลาคม-กันยายน (1ปีงบประมาณ)	10 ล้าน		สหกรณ์การเกษตรจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด	
เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร					
สร้างเครือข่ายผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร					

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมศักยภาพการตลาด 4.0

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญและมีชื่อเสียงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย จึงต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตด้านการเกษตรเพื่อการแข่งขัน เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด สร้างความร่วมมือทางการค้าและการลงทุน สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเลย

สรุปแนวคิดโครงการ

- เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด สร้างความร่วมมือทางการค้าและการลงทุน
- สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเลย
- ยกระดับสินค้า Local Economy 4.0

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- อบรมและสร้างนักการค้ามืออาชีพ
- การเจรจาด้านการค้าและธุรกิจ
- จัดงานแสดงสินค้าเกษตร
- ประชุมความร่วมมือการค้าและการลงทุนชายแดน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด สร้างความร่วมมือทางการค้าและการลงทุน
- สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเลยโดยอาศัยความร่วมมือจากพาณิชย์จังหวัด, เกษตรและสหกรณ์จังหวัด, อุตสาหกรรมจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

ผลลัพธ์:

- มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น
- มีคู่ค้าทางธุรกิจเพิ่มขึ้น
- สร้างรายได้ให้จังหวัด

ผลผลิต: สินค้าเกษตรในการตลาดศักยภาพ 4.0 (จำนวนครั้งของการอบรม / จำนวนผู้เข่ารวมอบรมที่ผ่านเกณฑ์ / จำนวนครั้งของการจัดการเจรจา / มูลค่าการค้าจากการเจรจาที่สำเร็จ / จำนวนผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า)

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- รายได้มวลรวมของจังหวัดเลยเพิ่มขึ้น 20 ล้านบาท
- มีคู่ค้าทางธุรกิจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 40 คู่
- ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.อบรมและสร้างนักการค้ามืออาชีพ	ตุลาคม-กันยายน (1ปีงบประมาณ)	12,000,000	บุคลากรในการดำเนินงาน, นักการทูต, นักกฎหมายระหว่างประเทศ	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	
2.การเจรจาด้านการค้าและธุรกิจ					
3.จัดงานแสดงสินค้าเกษตร					
4.ประชุมความร่วมมือการค้าและการลงทุนชายแดน					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น และถือว่าเป็นอีกจุดนำเสนอด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัด
- สามารถใช้เป็นจุดขายในการดึงดูดการท่องเที่ยวเข้ามาตลอดทั้งปีได้ (นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาตามฤดูอยู่แล้ว)

ตารางที่ 3.11-19: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ปี 2553 – 2557

จังหวัด / กลุ่มจังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)					รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)				
	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	5,720,272	6,858,259	6,884,442	7,654,664	7,777,597	10,242.16	11,309.57	12,076.10	14,397.76	15,251.05
อุดรธานี	2,592,009	2,973,569	2,750,429	3,033,967	3,049,610	5,689.32	5,967.92	6,266.86	7,203.33	7,445.70
ร้อยละ	45.31	43.36	39.95	39.64	39.21	55.55	52.77	51.89	50.03	48.82
เลย	1,044,467	1,105,981	1,365,772	1,512,866	1,564,615	1,366.98	1,449.36	1,576.90	2,310.27	2,617.03
ร้อยละ	18.26	16.13	19.84	19.76	20.12	13.35	12.82	13.06	16.05	17.16
หนองคาย	1,874,230	2,151,028	2,103,000	2,349,340	2,380,910	3,059.94	3,434.81	3,476.98	3,987.86	4,196.40
ร้อยละ	32.76	31.36	30.55	30.69	30.61	29.88	30.37	28.79	27.70	27.52
หนองบัวลำภู	209,566	304,208	287,950	321,763	324,844	125.92	180.47	306.35	292.31	306.90
ร้อยละ	3.66	4.44	4.18	4.20	4.18	1.23	1.60	2.54	2.03	2.01
บึงกาฬ	-	323,473	377,291	436,728	457,618	-	277.01	449.01	603.99	685.02
ร้อยละ	-	4.72	5.48	5.71	5.88	-	2.45	3.72	4.20	4.49

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561 – 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-7: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ของจังหวัดเลย



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-20: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 2.2 / 7.2	โครงการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นการวางแผนและกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ด้านการท่องเที่ยวจังหวัด
3.2	โครงการศึกษาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สถาบันการศึกษา อพท. สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว	การเตรียมความพร้อมในด้านการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละแห่งในจังหวัด
3.3	โครงการพัฒนาศักยภาพของภาคีเครือข่ายและกลไกการขับเคลื่อนให้เข้มแข็งในพัฒนาการการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาภาคีเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและต่างจังหวัด
3.5	โครงการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติธรรมชาติ	สนง.ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด หน่วยงานที่รับผิดในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เช่น กรมอุทยาน กรมป่าไม้ ผู้ประกอบการ	การเตรียมความพร้อมในด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว
3.6	โครงการประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	หน่วยงานที่รับผิดในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เช่น กรมอุทยาน กรมป่าไม้ ผู้ประกอบการ	การเตรียมความพร้อมในการรักษาดูแลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

[11] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
		สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	
4.1	โครงการพัฒนามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.แรงงานจังหวัด	เป็นการพัฒนามัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดและพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศ
4.2 / 4.3	โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.แรงงานจังหวัด	เป็นการจัดทำฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
5.1 / 5.3	โครงการพัฒนาโครงการสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด แขวงทางเลย องค์การบริหารส่วนจังหวัด	เป็นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ ถนน ป้ายบอกทาง จุดพักรถและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด
5.2 / 5.4	โครงการปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.จังหวัด	เป็นการจัดทำแผนและกิจกรรมการจัดการคุณภาพสิ่งล้อมและภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน
5.4	โครงการจัดการปัญหาจากการท่องเที่ยวโดยการกำจัดอย่างถูกวิธีและถูกสุขอนามัย (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมควบคุมมลพิษ	เป็นการจัดการปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว อาทิ สิ่งปฏิกูล ขยะและมลภาวะโดยมีการกำจัดอย่างถูกวิธีและถูกสุขอนามัย
5.5	โครงการยกระดับคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นการพัฒนารูปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า ฯลฯ
6.1 / 6.2	โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความสนใจ (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	เป็นการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้บูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและธรรมชาติเพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.2 / 6.3	โครงการพัฒนาธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นการตรวจและพัฒนามาตรฐานธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการรับรองมาตรฐาน
6.4	โครงการพัฒนามาตรฐานสินค้า ของฝาก และของที่ระลึก (แผนพัฒนาจังหวัด)	กลุ่มอุตสาหกรรมของฝากของที่ระลึกจังหวัดเลย	เป็นการพัฒนาสินค้า ของฝาก และของที่ระลึกให้ได้มาตรฐานเพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว
7.1	โครงการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเลยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-21: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวธรรมชาติ 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.6 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
6.พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

แผนภาพที่ 3.11-8: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ของจังหวัดเลย



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดเลย

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-22: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[12]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.1	โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถูกต้องตรงตามความต้องการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.2	โครงการศึกษาศักยภาพเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมจังหวัดเลย	การเตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.4	โครงการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว	การเตรียมความพร้อมในด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดเลยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในจังหวัดจำนวนมากในแต่ละปี ดังนั้นการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะทำให้สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริการนักท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
สรุปแนวคิดโครงการ การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถูกต้องตรงตามความต้องการ

[12] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใหม่ ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ 2. สรุปผลการสำรวจฯ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด อพท. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา ททท.
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: การนำผลการสำรวจวางแผนการให้บริการนักท่องเที่ยว
ผลผลิต: ผลการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ/การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ตัวชี้วัดของโครงการ: • จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น • รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใหม่ ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ	ตุลาคม-กันยายน (ปีงบประมาณ 2561)	500,000	บุคลากร งบประมาณ การบริหารจัดการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด อพท. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา ททท.	
สรุปผลการสำรวจฯ					

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษาศักยภาพเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมจังหวัดเลย
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทุกปี เพื่อพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและภาคีเครือข่าย
สรุปแนวคิดโครงการ การเตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. สำรวจ รวบรวม ข้อมูล วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลการศึกษาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก 2. จัดทำรายงานการศึกษาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก 3. นำผลการศึกษาไปดำเนินการโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด อพท. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา ททท.
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: การนำผลการสำรวจวางแผนการให้บริการนักท่องเที่ยว
ผลผลิต: ผลการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ/การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ตัวชี้วัดของโครงการ: -จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น -รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.สำรวจ รวบรวม ข้อมูล วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลการศึกษาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก	ตุลาคม-กันยายน	500,000	บุคลากร งบประมาณ การบริหารจัดการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด อพท. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา ททท.	
2.จัดทำรายงานการศึกษาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก					
3.นำผลการศึกษาไปดำเนินการโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเลย

สรุปแนวคิดโครงการ

การเตรียมความพร้อมในด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเตรียมความพร้อมบุคลากรในการรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การติดตั้งกล้อง CCTV ทุกอำเภอและทุกแหล่งท่องเที่ยว
2. การสร้างลานจอดเฮลิคอปเตอร์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลสถานพยาบาล
3. การพัฒนากลไกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว (เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร ป้ายประชาสัมพันธ์)

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด อพท. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา ททท.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

- นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยด้านชีวิตและทรัพย์สิน
- มีความสะดวกในการเดินทาง
- นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัย เมื่อเกิดเหตุ

ผลผลิต:

- มีกล้อง CCTV ครบทุกแหล่งท่องเที่ยว
- มีลานจอดเฮลิคอปเตอร์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลสถานพยาบาล
- มีกลไกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนอาชญากรรมและอุบัติเหตุในแหล่งเที่ยวลดลง
- นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.การติดตั้งกล้อง CCTV ทุกอำเภอละทุกแหล่งท่องเที่ยว	ตุลาคม-กันยายน	500,000	บุคลากร งบประมาณ การบริหารจัดการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด อพท. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา ททท.	
2.การสร้างลานจอดเฮลิคอปเตอร์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลสถานพยาบาล					
3.การพัฒนากลไกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว (เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร ป้ายประชาสัมพันธ์)					

3.1.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดอุดรธานี

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอุดรธานี

จังหวัดอุดรธานี ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

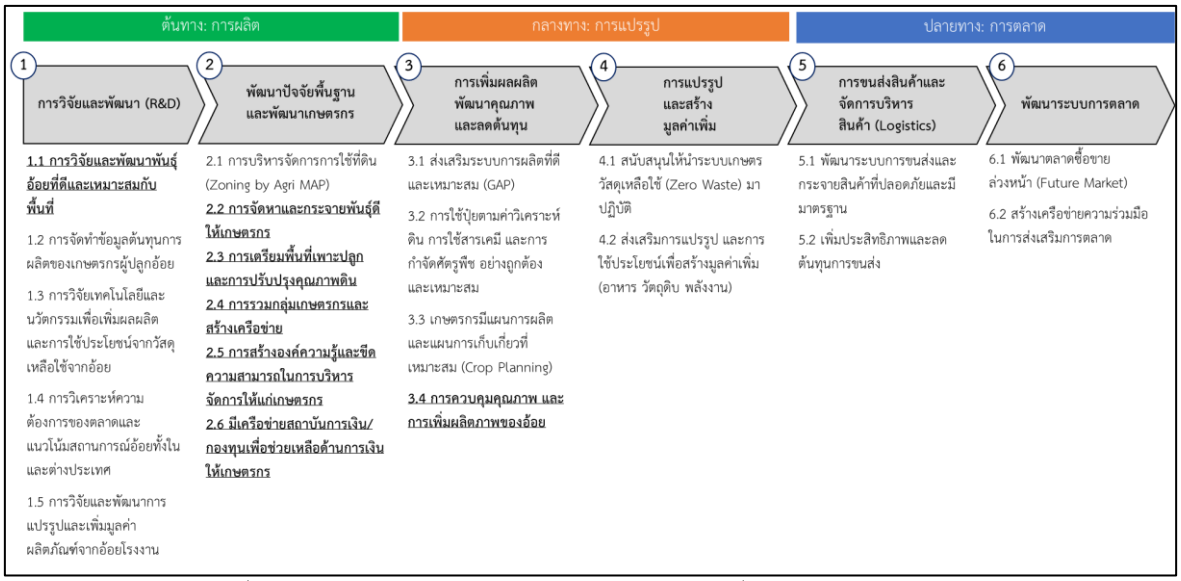
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
อ้อย	- จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตทางด้านอ้อยมากที่สุดของกลุ่ม - อ้อยนับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ที่นอกจากจะนำมาเป็นอาหารได้แล้ว ยังมีส่วนสำคัญในการเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตพลังงานอีกด้วย
ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	- จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมาย - การท่องเที่ยวทางธรรมชาติถือเป็นการสร้างความแตกต่างในการดึงดูดนักท่องเที่ยว หากเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในพื้นที่

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: อ้อย</u>

ภายใต้ประเด็นไม้ผล ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) อ้อย ของจังหวัดอุดรธานี



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.2 การจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกอ้อย 1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต และการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้จากอ้อย 1.4 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์อ้อยทั้งในและต่างประเทศ 1.4 การวิจัยและพัฒนาการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงาน
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning by Agri MAP)
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.2 การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน การใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกต้องและเหมาะสม 3.3 เกษตรกรมีแผนการผลิตและแผนการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม (Crop Planning)
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 สนับสนุนให้นำระบบเกษตรวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste) มาปฏิบัติ 4.2 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (อาหาร วัตถุดิบ พลังงาน)
5.การขนส่งสินค้าและจัดการบริหาร สินค้า (Logistics)	5.1 พัฒนาระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน 5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Future Market) 6.2 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[13]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 / 2.3	โครงการวิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยที่ดีและเหมาะสมกับพื้นที่	วิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยสะอาดที่ปลอดจากโรคใบขาวให้เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อผลิตและแจกจ่ายพันธุ์อ้อยสะอาดแก่เกษตรกรนำไปขยายพันธุ์อย่างพอเพียง โครงการที่เคยทำไม่เพียงพอต่อความต้องการ	ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรฯ
1.2 / 2.2	โครงการพัฒนาฐานข้อมูลด้านต้นทุนการผลิตอ้อยโรงงานเชิงพื้นที่ในระดับครัวเรือน จ.อุดรธานี	สำรวจ จัดเก็บข้อมูลต้นทุนการผลิตอ้อยโรงงานในรายละเอียดที่ครอบคลุมข้อมูลของเกษตรกรทั้งหมด ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ พื้นที่เพาะปลูก พันธุ์ที่ปลูก และผลผลิตต่อไร่	สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
1.3 / 1.4 / 1.5	โครงการวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงานในระดับชุมชน	วิจัยและพัฒนาการเพิ่มผลผลิตอ้อยโรงงาน วิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงานในมิติที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดอุดรธานี ศึกษาแนวโน้มความต้องการตลาดของอ้อยโรงงานของจังหวัดอุดรธานี	สนง.จังหวัด/ สถาบันการศึกษาในพื้นที่/ สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด
2.4 / 4.1	การส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปรับปรุงบำรุงดิน และรณรงค์งดการเผาในแปลงอ้อย	ศึกษาความแตกต่างระหว่างการใช้วัสดุเหลือใช้เป็นปุ๋ยกับการเผา เพื่อเป็นข้อมูลในการส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมการใช้วัสดุเหลือใช้จากการเก็บเกี่ยวให้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ร่วมกับการรณรงค์งดการเผา	สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.พัฒนาที่ดินจังหวัด

[13] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[14]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.5 / 2.6 / 3.2 / 3.3 / 5.1 / 5.2 / 6.1 / 6.2 / 6.3	โครงการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่อ้อยโรงงานจังหวัดอุดรธานีตามแนวทางประชารัฐ	ขยายผลจากโครงการเกษตรแปลงใหญ่ที่เป็นนโยบายของรัฐ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตอย่างครบวงจร การรวมกลุ่ม สร้างเครือข่าย การบริหารจัดการการผลิตอ้อยโรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ การรวมแปลงปลูกขนาดใหญ่ทำให้มีอำนาจการต่อรองเพิ่มขึ้น	สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
3.1 / 3.4	โครงการส่งเสริมการผลิตอ้อยตามระบบ GAP	ศึกษาความแตกต่างของการทำระบบGAP กับระบบปกติ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการดำเนินการ และนำข้อมูลที่ได้แสดงให้เกษตรกรเห็นถึงความแตกต่างที่เกษตรกรและสิ่งแวดล้อมได้รับจากการเปลี่ยนแปลงการผลิต มีเป้าหมายดำเนินการ 5,000 ราย	สนง.เกษตรจังหวัด/ ศวพ.อุดรธานี/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
4.2	โครงการส่งเสริมการแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเป็นทางเลือกในการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร	นำผลการวิจัยด้านการแปรรูปที่มีการวิจัยไว้จำนวนมากมาใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมกับพื้นที่ โดยนำไปส่งเสริมแก่เกษตรกรอย่างเหมาะสม	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด

[14] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การประเมินความพร้อมของแหล่ง 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวในบริเวณ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ของจังหวัดอุดรธานี



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การประเมินความพร้อม ของแหล่งท่องเที่ยว	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.6 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
6.พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวทะเลบัวแดงตามแนวทางการอนุรักษ์ธรรมชาติ 6.3 การพัฒนามาตรฐานการให้บริการธุรกิจสนับสนุนในบริเวณ 6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา**[15]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1	โครงการการประเมินศักยภาพและความพร้อมของทะเลบัวแดงในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ประเมินความพร้อมและศักยภาพของพื้นที่ด้านการท่องเที่ยว เพื่อทราบศักยภาพและความจำเป็นในการพัฒนา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี
3.3 / 6.2 / 6.3	โครงการพัฒนากลไกความร่วมมือและภาคีเครือข่ายในการร่วมบริหารจัดการทะเลบัวแดง	สร้างกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐและชุมชน ปรับทัศนคติ ทำข้อตกลงร่วมกัน	สนง.จังหวัด
6.1	โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	สร้างสรรค์เชื่อมโยงกิจกรรม ประชาสัมพันธ์	สนง.จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.วัฒนธรรมจังหวัด สนง.ทรัพยากรแล้วสิ่งแวดล้อมจังหวัด
6.4	โครงการพัฒนาสินค้าเอกลักษณ์ทะเลบัวแดง	สร้างสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับไปเมื่อมาเที่ยวทะเลบัวแดง	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด

[15] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดอุดรธานี

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: อ้อย

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตทางด้านอ้อยมากที่สุดของกลุ่ม
- อ้อยนับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ที่นอกจากจะนำมาเป็นอาหารได้แล้ว ยังมีส่วนสำคัญในการเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตพลังงานอีกด้วย
- หากมีการพัฒนาผ่านการนำเทคโนโลยีมาใช้ หรือมีนวัตกรรมในการต่อยอดพืชที่เป็นที่นิยมการปลูกอยู่แล้วก็จะช่วยในเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นมาได้

ตารางที่ 3.11-23: สรุปเนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิตมันสำปะหลังของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี พ.ศ. 2558

จังหวัด	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)		ผลผลิต (ตัน)	
	2557	2558	2557	2558
ประเทศ	**9,234,253**	**9,591,448**	**113,262,136**	**116,712,776**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**4,018,859**	**4,242,198**	**47,838,950**	**50,998,403**
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	**1,042,529**	**1,171,450**	**12,488,827**	**14,234,376**
อุดรธานี	**597,954**	**639,735**	**7,130,681**	**7,712,190**
เลย	199,196	236,116	2,423,050	2,889,392
หนองคาย	37,870	51,253	452,824	622,791
หนองบัวลำภู	205,322	242,009	2,456,414	2,982,025
บึงกาฬ	2,187	2,337	25,858	27,978
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2	226,220	233,210	2,689,192	2,804,094
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	1,172,256	1,182,076	13,567,749	14,184,500
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	1,482,025	1,536,291	17,974,967	18,346,404
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2	95,829	119,171	1,118,215	1,429,029

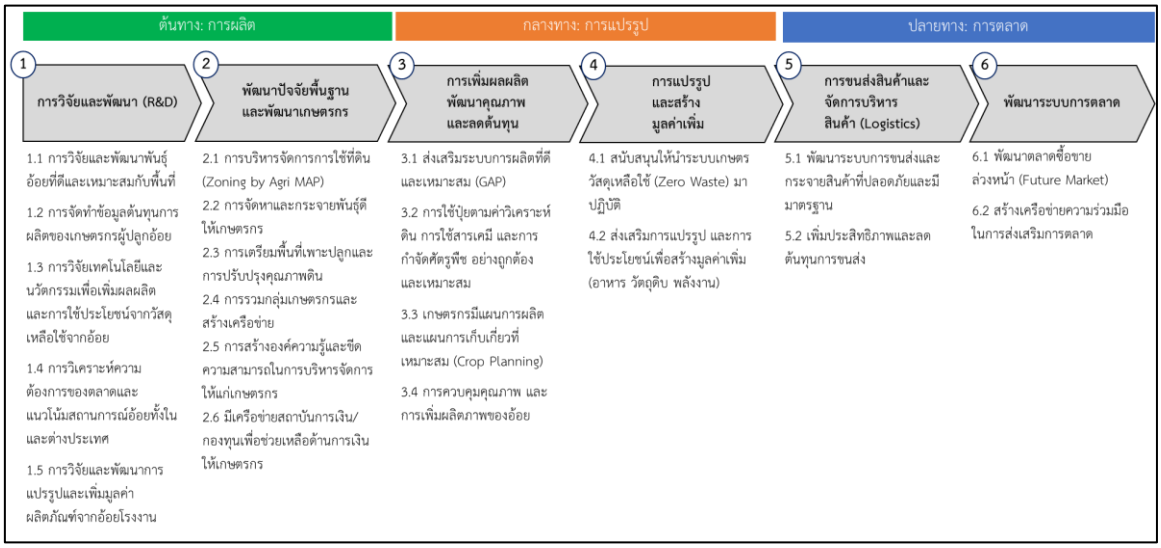
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561 - 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-9: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) อ้อย ของจังหวัดอุดรธานี



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-24: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[16]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.2/ 2.4 / 2.5 / 2.6	เกษตรแปลงใหญ่ : (ข้าว อ้อย มัน สำปะหลัง โคเนื้อ ปลากะพงขาว ปลาตะเพียน) (งบfunction:ปี60-62)	สำนักงานเกษตรจังหวัด (ฝ่ายเลขาฯ)	พัฒนาและส่งเสริมกระบวนการเกษตรตามศักยภาพของพื้นที่ ผ่านการปลูกและการดูแลในรูปแบบแปลงใหญ่ เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การดูแลพันธุ์ การจัดการพื้นที่ การให้ความรู้และสร้างเครือข่ายเกษตรกรในการปลูกพืชดังกล่าว
1.1/ 2.3 / 3.4	ส่งเสริมการผลิตพันธุ์อ้อยสะอาด (งบจังหวัด:ปี 60-62)	ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรอาชีพการเกษตร (พันธุ์พืชเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ)	ผลิตพันธุ์อ้อยสะอาดจากการชำเพาะตาของศูนย์ฯ ซึ่งเป็นพันธ์อ้อยที่ปลอดโรคใบขาว เพื่อแจกพันธุ์ให้เกษตรกรไปให้ขยายพันธุ์ต่อไป

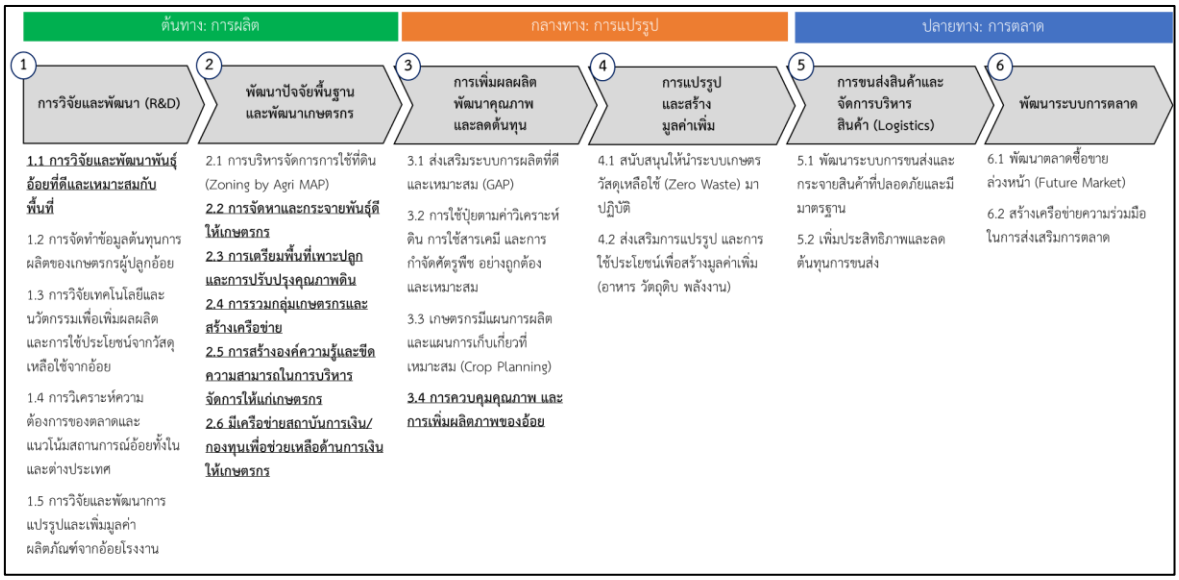
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

[16] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ตารางที่ 3.11-25: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.2 การจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกอ้อย 1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต และการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้จากอ้อย 1.4 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์อ้อยทั้งในและต่างประเทศ 5.3 การวิจัยและพัฒนาการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงาน
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning by Agri MAP)
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.2 การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน การใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกต้องและเหมาะสม 3.3 เกษตรกรมีแผนการผลิตและแผนการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม (Crop Planning)
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 สนับสนุนให้นำระบบเกษตรวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste) มาปฏิบัติ 4.2 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (อาหาร วัตถุดิบ พลังงาน)
5.การขนส่งสินค้าและจัดการบริหาร สินค้า (Logistics)	5.1 พัฒนาระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน 5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Future Market) 6.2 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

แผนภาพที่ 3.11-10: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) อ้อย ของจังหวัดอุดรธานี



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอุดรธานี

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-26: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 2.3	โครงการวิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยที่ดีและเหมาะสมกับพื้นที่	วิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยสะอาดที่ปลอดจากโรคใบขาวให้เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อผลิตและแจกจ่ายพันธุ์อ้อยสะอาดแก่เกษตรกรนำไปขยายพันธุ์อย่างพอเพียง โครงการที่เคยทำไม่เพียงพอต่อความต้องการ	ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรฯ
1.2 / 2.2	โครงการพัฒนาฐานข้อมูลด้านต้นทุนการผลิตอ้อยโรงงานเชิงพื้นที่ในระดับครัวเรือน จ.อุดรธานี	สำรวจ จัดเก็บข้อมูลต้นทุนการผลิตอ้อยโรงงาน ในรายละเอียดที่ครอบคลุมข้อมูลของเกษตรกรทั้งหมด ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ พื้นที่เพาะปลูก พันธุ์ที่ปลูก และผลผลิตต่อไร่	สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
1.3 / 1.4 / 1.5	โครงการวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงานในระดับชุมชน	วิจัยและพัฒนาการเพิ่มผลผลิตอ้อยโรงงาน วิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงานในมิติที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดอุดรธานี ศึกษาแนวโน้มความต้องการตลาดของอ้อยโรงงานของจังหวัดอุดรธานี	สนง.จังหวัด/สถาบันการศึกษาในพื้นที่/สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/สนง.พาณิชย์จังหวัด
2.4 / 4.1	การส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปรับปรุงบำรุงดินและรณรงค์ งดการเผาในแปลงอ้อย	ศึกษาความแตกต่างระหว่างการใช้วัสดุเหลือใช้เป็นปุ๋ยกับการเผา เพื่อเป็นข้อมูลในการส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมการใช้วัสดุเหลือใช้จากการเก็บเกี่ยวให้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ร่วมกับการรณรงค์งดการเผา	สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.พัฒนาที่ดินจังหวัด
2.5 / 2.6 / 3.2 / 3.3 / 5.1 / 5.2 / 6.1 / 6.2 / 6.3	โครงการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่อ้อยโรงงานจังหวัดอุดรธานีตามแนวทางประชารัฐ	ขยายผลจากโครงการเกษตรแปลงใหญ่ที่เป็นนโยบายของรัฐ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตอย่างครบวงจร การรวมกลุ่ม สร้างเครือข่าย	สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

[17] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
		การบริหารจัดการการผลิตอ้อยโรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ การรวมแปลงปลูกขนาดใหญ่ทำให้มีอำนาจการต่อรองเพิ่มขึ้น	
3.1 / 3.4	โครงการส่งเสริมการผลิตอ้อยตามระบบ GAP	ศึกษาความแตกต่างของการทำระบบGAP กับระบบปกติ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการดำเนินการ และนำข้อมูลที่ได้แสดงให้เกษตรกรเห็นถึงความแตกต่างที่เกษตรกรและสิ่งแวดล้อมได้รับจากการเปลี่ยนแปลงการผลิต มีเป้าหมายดำเนินการ 5,000 ราย	สนง.เกษตรจังหวัด/ ศวพ.อุดรธานี/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
4.2	โครงการส่งเสริมการแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเป็นทางเลือกในการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร	นำผลการวิจัยด้านการแปรรูปที่มีการวิจัยไว้จำนวนมากมาใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมกับพื้นที่ โดยนำไปส่งเสริมแก่เกษตรกรอย่างเหมาะสม	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการวิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยที่ดีและเหมาะสมกับพื้นที่
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ● โรคใบขาวเป็นปัญหาสำคัญของการปลูกอ้อย ซึ่งเป็นปัญหาจากต้นพันธุ์ที่เกษตรกรนำมาปลูก ● ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรอุดรธานีทำการผลิตพันธุ์อ้อยสะอาดเพื่อแจกแก่เกษตรกรไปขยายพันธุ์ต่อ แต่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ ● ควรมีการวิจัยและพัฒนาพันธุ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ปลอดจากโรคและเหมาะสมกับพื้นที่ รวมทั้งให้ผลผลิตที่เพิ่มขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ ● การวิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยที่ดี ซึ่งมีความสะอาด ปลอดภัยจากโรค และเหมาะสมกับพื้นที่ ● รัฐผลิตพันธุ์อ้อยสะอาดเพื่อแจกจ่ายแก่เกษตรกให้เพียงพอ เพื่อหยุดยั้งโรคใบราขาว และเพิ่มผลผลิต
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ● วิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยสะอาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ ● สำรวจพื้นที่ ● ผลิตและแจกจ่ายแก่เกษตรกร

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวิจัย พัฒนา และผลิต โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรอุดรธานี
ผลลัพธ์: เกษตรกรมีผลผลิตเพิ่มขึ้นเนื่องจากการใช้อ้อยพันธุ์ดีในการเพาะปลูก
ผลผลิต: ● พันธุ์อ้อยสะอาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ ● เกษตรกรได้ใช้พันธุ์อ้อยสะอาดในการเพาะปลูก
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนพันธุ์อ้อยสะอาดที่สามารถแจกจ่ายให้แก่เกษตรกรนำไปขยายพันธุ์ต่อ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. วิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยสะอาด	3 ปี	30,000,000			
2. สำรวจพื้นที่					
3. ผลิตพันธุ์อ้อยสะอาด					
4. แจกจ่ายพันธุ์อ้อยแก่เกษตรกรเพื่อนำไปขยายพันธุ์ใช้					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาฐานข้อมูลด้านต้นทุนการผลิตอ้อยโรงงานเชิงพื้นที่ในระดับครัวเรือน จ.อุดรธานี
ที่มา / หลักการและเหตุผล: • เกษตรกรผู้ปลูกอ้อยมีจำนวนมากที่มีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่การผลิตจากอ้อยเป็นอย่างอื่นเมื่อราคาอ้อยตกต่ำ • เกษตรกรไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงพืชที่เพาะปลูกในพื้นที่ของตน ทำให้ข้อมูลการเพาะปลูก ข้อมูลผลิต และข้อมูลต้นทุนไม่สะท้อนความเป็นจริง • ควรมีการจัดทำข้อมูลของเกษตรกรในเชิงรุกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องต่อเนื่อง และเป็นปัจจุบัน
สรุปแนวคิดโครงการ การวางแผนการพัฒนาจำเป็นต้องมีข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมายที่ครบถ้วนและครอบคลุม
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • สำรวจข้อมูลเกษตรกร ทั้งข้อมูลพื้นฐาน และข้อมูลด้านการผลิต • จัดทำฐานข้อมูลของเกษตรกรให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานด้านการเกษตร และสถิติในจังหวัดอุดรธานี
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด และสนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
ผลลัพธ์: หน่วยงานภาครัฐสามารถใช้ข้อมูลเกษตรกรในการวางแผนการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ผลผลิต: ฐานข้อมูลของเกษตรกรผู้ปลูกอ้อยโครงการเชิงพื้นที่ของจังหวัดอุดรธานี
ตัวชี้วัดของโครงการ: ฐานข้อมูลของเกษตรกรผู้ปลูกอ้อยโครงการเชิงพื้นที่ของจังหวัดอุดรธานี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. การสำรวจข้อมูลปฐมภูมิของเกษตรกรทั้งหมด	1 ปี	4,000,000			
2. ประมวลผลและจัดทำฐานข้อมูลในรูปแบบที่สามารถใช้ประโยชน์ได้					

ชื่อโครงการ: โครงการวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงานในระดับชุมชน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- เกษตรกรผู้ปลูกอ้อยเป็นผู้รับราคาเนื่องจากปลูกอ้อยเพื่อส่งโรงงานเพียงอย่างเดียว
- ราคาที่เกษตรกรได้รับขึ้นอยู่กับโรงงาน
- เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้มากขึ้น จึงควรหาแนวทางในการเพิ่มผลผลิต
- เพื่อเพิ่มช่องทางของรายได้ที่นอกเหนือจากการขายผลผลิต จึงควรมีการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าตามศักยภาพของชุมชน
- การศึกษาความต้องการทางการตลาดควบคู่ไปกับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกัน

สรุปแนวคิดโครงการ

- เกษตรกรควรมีทางเลือกในการสร้างรายได้ให้กับตนเองมากขึ้น
- เพิ่มรายได้จากการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ การใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ และการแปรรูป
- การเพิ่มทางเลือกต้องมีการวิจัยและพัฒนาให้เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน
- งานวิจัยและพัฒนาด้านอ้อยมีจำนวนมาก ควรนำองค์ความรู้ที่มีเดิมมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนอุดรธานี

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ทบทวนงานวิจัยและพัฒนาการเพิ่มผลผลิตอ้อยโรงงานที่เหมาะสมกับพื้นที่
- ทบทวนงานวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงานในมิติที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดอุดรธานี
- ศึกษาแนวโน้มความต้องการตลาดของอ้อยโรงงานของจังหวัดอุดรธานี

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานด้านการเกษตรในจังหวัดอุดรธานี

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์: เกษตรกรมีสามารถเพิ่มรายได้จากการเพิ่มผลผลิต การแปรรูป และการเพิ่มมูลค่าของอ้อยโรงงาน

ผลผลิต:

- แนวทางการเพิ่มผลผลิตอ้อยของอุดรธานี
- แนวทางการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ การแปรรูป และเพิ่มมูลค่าระดับชุมชน
- ทิศทางการตลาดของอ้อยโรงงานอุดรธานี

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- แนวทางการเพิ่มผลผลิตอ้อยของอุดรธานี อย่างน้อย 1 แนวทาง
- แนวทางการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ การแปรรูป และเพิ่มมูลค่าระดับชุมชน อย่างน้อย 1 แนวทาง
- ผลการศึกษาทิศทางการตลาดของอ้อยโรงงานอุดรธานีเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ทบทวนงานวิจัยและพัฒนาการเพิ่มผลผลิตอ้อยโรงงานที่เหมาะสมกับพื้นที่	1 ปี	6,000,000			
2. ทบทวนงานวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอ้อยโรงงานในมิติที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดอุดรธานี					
3. ศึกษาแนวโน้มความต้องการตลาดของอ้อยโรงงานของจังหวัดอุดรธานี					
4. จัดทำรายงาน และเผยแพร่สู่เกษตรกร					

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปรับปรุงบำรุงดิน และรณรงค์ งดการเผาในแปลงอ้อย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- ปัญหาการเผาใบอ้อยในการเก็บเกี่ยว
- วัสดุเหลือใช้จากการเก็บเกี่ยวสามารถใช้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ในการปรับปรุงดินได้แทนการเผาทิ้ง
- เกษตรกรเลือกใช้การเผาแทนการใช้เศษเหลือเป็นปุ๋ยอินทรีย์
- เกิดปัญหามลพิษทางอากาศ

สรุปแนวคิดโครงการ

- ใบอ้อยสามารถเป็นวัตถุอินทรีย์ในการปรับปรุงดินได้
- การส่งเสริมและรณรงค์ด้วยข้อมูลทางวิชาการที่เข้าใจง่ายเป็นสิ่งสำคัญ
- การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเผาของเกษตรกร จำเป็นต้องแสดงให้เห็นถึงผลดีและผลเสียของการเผา

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ศึกษาความแตกต่างระหว่างการใช้วัสดุเหลือใช้เป็นปุ๋ยกับการเผา
- ส่งเสริมการใช้วัสดุเหลือใช้จากการเก็บเกี่ยวให้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ร่วมกับการรณรงค์งดการเผา
- รณรงค์งดการเผาใบอ้อยในการเก็บเกี่ยว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานด้านการเกษตร และการใช้ที่ดินในจังหวัดอุดรธานี

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด และสนง.พัฒนาที่ดิน

ผลลัพธ์: มลภาวะที่เกิดจากการเผาลดลง และเกษตรกรสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์จากวัสดุเหลือใช้แทนการใช้ปุ๋ยเคมี

ผลผลิต:

- ชุดความรู้ในการส่งเสริมให้เกษตรกรงดการเผาและใช้ประโยชน์จากใบอ้อย
- เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเผาและใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปรับปรุงดิน

ตัวชี้วัดของโครงการ: เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการปรับปรุงดินและงดการเผา ร้อยละ 80 ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษาความแตกต่างระหว่างการใช้วัสดุเหลือใช้เป็นปุ๋ยกับการเผา	3 ปี	10,000,000			
2. ส่งเสริมการใช้วัสดุเหลือใช้จากการเก็บเกี่ยวให้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ร่วมกับการรณรงค์งดการเผา					
3. รณรงค์งดการเผาใบอ้อยในการเก็บเกี่ยว					
4. การติดตามและประเมินผลด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม					

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่อ้อยโรงงานจังหวัดอุดรธานีตามแนวทางประชารัฐ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การขยายผลนโยบายของภาครัฐจากกลุ่มเกษตรกรนำร่องให้เพิ่มจำนวนมากขึ้น ภายใต้แนวคิดของเกษตรแปลงใหญ่ คือ

1) เพื่อส่งเสริมเกษตรกรเข้าสู่การผลิตแปลงใหญ่
2) เพื่อลดต้นทุนการผลิต
3) เพื่อเพิ่มผลผลิต

สรุปแนวคิดโครงการ

- เกษตรกรผู้ปลูกอ้อยต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- แนวคิดเกษตรแปลงใหญ่ ซึ่งให้ความสำคัญกับ การรวมกลุ่ม การสร้างเครือข่าย การบริหารจัดการการผลิตอ้อยโรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ และนำมาซึ่งอำนาจการต่อรองทั้งด้านการผลิต แปรรูป และการตลาด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

ถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการในการบริหารจัดการอ้อยโรงงานตามแนวคิดเกษตรแปลงใหญ่อย่างครบวงจร

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานด้านการเกษตรในจังหวัดอุดรธานี

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สนง.เกษตรจังหวัด และสนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์:

- เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกอ้อย

ผลผลิต:

- ต้นทุนการผลิตลดลง
- ผลผลิตเพิ่มขึ้น
- จำนวนเกษตรกรเข้าสู่การผลิตแปลงใหญ่

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 20 ภายใน 3 ปี (ปีที่ 1:ร้อยละ 6,ปีที่ 2: ร้อยละ 13, ปีที่ 3: ร้อยละ 20)
- ผลผลิตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20 ภายใน 3 ปี(ปีที่ 1:ร้อยละ 6,ปีที่ 2: ร้อยละ 13, ปีที่ 3: ร้อยละ 20)
- จำนวนเกษตรกรเข้าสู่การผลิตแปลงใหญ่ ไม่น้อยกว่า 30 รายและพื้นที่ไม่น้อยกว่า 300 ไร่
- จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ 60 มีรายได้เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. คัดเลือกพื้นที่/รับสมัครเกษตรกร/ชี้แจงโครงการ	1 เดือน(ตุลาคม)	50,000,000			
2. ดำเนินการ (ตั้งคณะกรรมการฯ การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการศึกษาดูงาน)	11 เดือน (พฤศจิกายน-กันยายน)				
3. ติดตามประเมินผล	1 เดือน (กันยายน)				

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการผลิตอ้อยตามระบบGAP
ที่มา / หลักการและเหตุผล: • GAP เป็นมาตรฐานที่สินค้าเกษตรควรผ่านการรับรอง • อ้อยเป็นพืชที่ไม่ได้ใช้สำหรับบริโภคโดยตรง ทำให้การรณรงค์ GAP ไม่ให้ความสำคัญ • ระบบ GAP มิได้ส่งผลต่อการบริโภคเป็นอาหารเท่านั้น แต่ยังมีมิติที่ดีต่อผู้ผลิต และสิ่งแวดล้อม • การรณรงค์จึงต้องแสดงให้เกษตรกรเห็นผลดีของการปรับเปลี่ยน
สรุปแนวคิดโครงการ • แรงจูงใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมีความสำคัญ • GAP ส่งผลดีต่อทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม • การสร้างแรงจูงใจด้วยการแสดงความแตกต่างของระบบการผลิตเดิมกับ GAP เป็นสิ่งจำเป็น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • ศึกษาความแตกต่างของการทำระบบGAP กับระบบปกติ • ให้ข้อมูลข้อดีข้อเสียแก่เกษตรกร จำนวน 5,000 ราย
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานด้านการเกษตรในจังหวัดอุดรธานี
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด ศวพ.อุดรธานี และสนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรกรผู้ปลูกอ้อยมีคุณภาพชีวิตที่ดีจากการผลิตที่ดีต่อสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมของระบบ GAP
ผลผลิต: เกษตรกรเข้าสู่ระบบ GAP
ตัวชี้วัดของโครงการ: เกษตรกรเข้าสู่ระบบ GAP ไม่น้อยกว่า 4, 000ราย

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษาความแตกต่างของการทำระบบ GAP กับระบบปกติ		3,000,000			
2. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างแรงจูงใจในการปรับเปลี่ยนแก่เกษตรกร					
3. ให้ข้อมูลความรู้เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของเกษตรกร					
4. ติดตามประเมินผล					

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่เกษตรกร
ที่มา / หลักการและเหตุผล: • เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้มากขึ้น • เพื่อเพิ่มช่องทางของรายได้ที่นอกเหนือจากการขายผลผลิต จึงควรมีการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าตามศักยภาพของชุมชน • การศึกษาความต้องการทางการตลาดควบคู่ไปกับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกัน
สรุปแนวคิดโครงการ นำผลการวิจัยด้านการแปรรูปและการใช้ประโยชน์ไปส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรม
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ให้ความรู้และสงเสริมทางเลือกให้แก่เกษตรกร
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และการจำหน่าย ได้แก่ สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด และสนง.เกษตรจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด/สนง.เกษตรจังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรกรมีทางเลือกในการเพิ่มรายได้จากการแปรรูปและใช้ประโยชน์จากอ้อยอย่างคุ้มค่า
ผลผลิต: เกษตรกรมีการแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่มของอ้อย
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนเกษตรกรที่มีรายได้จากการเพิ่มมูลค่าอ้อยโรงงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. กำหนดกลุ่มเกษตรกรเป้าหมายที่มีศักยภาพในการดำเนินโครงการ	1 ปี	5,000,000			
2. อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้ที่เหมาะสม					
3. ติดตามและประเมินผล					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงมากมาย
- จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดในกลุ่มจังหวัด
- การกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติถือเป็นการสร้างความแตกต่างในการดึงดูดนักท่องเที่ยวหากเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในพื้นที่

ตารางที่ 3.11-27: สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ปี พ.ศ. 2557

จังหวัด	2557	
	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	7,777,597	15,251.05
อุดรธานี	3,049,610	7,445.70
เลย	**1,564,615**	**2,617.03**
หนองคาย	2,380,910	4,196.40
หนองบัวลำภู	324,844	306.90
บึงกาฬ	457,618	685.02

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561 - 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของ

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-11: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวธรรมชาติ ของจังหวัดอุดรธานี



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-28: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[18]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1 / 2.2	กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย วางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวธรรมชาติในพื้นที่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี	กำหนดแนวทางการพัฒนาตามบทบาทหน้าที่หลักของหน่วยงาน
3.1 / 3.2 / 3.4 / 3.5 / 4.3	พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี เขตห้ามล่าสัตว์ป่าฯ สนง.ชลประทาน สนง.เจ้าท่า และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	พัฒนาการท่องเที่ยวตามบทบาทของหน่วยงาน
4.1/ 4.2 /	เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี	พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวตามบทบาทของหน่วยงาน
5.1 / 5.2 / 5.3 / 5.4 / 5.5 / 5.6	ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี	ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความพร้อม เสอม
7.1 / 7.2 / 7.3	พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ (การประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว/การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว/การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

[18] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ตารางที่ 3.11-29: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การประเมินความพร้อม ของแหล่งท่องเที่ยว	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.6 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
6.พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวทะเลบัวแดงตามแนวทางการอนุรักษ์ธรรมชาติ 6.3 การพัฒนามาตรฐานการให้บริการธุรกิจสนับสนุนในบริเวณ 6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.11-12: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ของจังหวัดอุดรธานี



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอุดรธานี

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-30: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[19]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการการประเมินศักยภาพและความพร้อมของทะเลบัวแดงในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ประเมินความพร้อมและศักยภาพของพื้นที่ด้านการท่องเที่ยว เพื่อทราบศักยภาพและความจำเป็นในการพัฒนา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี
3.3 / 6.2 / 6.3	โครงการพัฒนากลไกความร่วมมือและภาคีเครือข่ายในการร่วมบริหารจัดการทะเลบัวแดง	สร้างกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐและชุมชน ปรับทัศนคติ ทำข้อตกลงร่วมกัน	สนง.จังหวัด
6.1	โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	สร้างสรรค์เชื่อมโยงกิจกรรมประชาสัมพันธ์	สนง.จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชน/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัด สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
6.4	โครงการพัฒนาสินค้าเอกลักษณ์ทะเลบัวแดง	สร้างสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับไปเมื่อเที่ยว	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด

[19] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการการประเมินศักยภาพและความพร้อมของทะเลบัวแดงในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: • ทะเลบัวแดงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำคัญหนึ่งของจังหวัดอุดรธานี • มีพื้นที่ขนาดใหญ่และเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน • ยังมีความสามารถในการพัฒนาให้สมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด • ในการพัฒนาจึงมีความจำเป็นต้องประเมินศักยภาพและความจำเป็นในการพัฒนาก่อน
สรุปแนวคิดโครงการ • พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการประเมินความพร้อมและศักยภาพของพื้นที่ เพื่อทราบศักยภาพและความจำเป็นในการพัฒนา • ศักยภาพในการพัฒนาพิจารณาทั้งบริบทของธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมของชุมชน และการบริการจัดการ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ประเมินความพร้อมและศักยภาพของพื้นที่ด้านการท่องเที่ยว เพื่อทราบศักยภาพและความจำเป็นในการพัฒนา
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานหลัก และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นผู้ดูแลพื้นที่และชุมชนที่เกี่ยวข้อง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี
ผลลัพธ์: ทะเลบัวแดงมีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามศักยภาพและความเหมาะสมตามบริบทของพื้นที่และชุมชน
ผลผลิต: • ศักยภาพในการพัฒนาของทะเลบัวแดง • แนวทางการพัฒนาทะเลบัวแดง
ตัวชี้วัดของโครงการ: แนวทางการพัฒนาทะเลบัวแดงอย่างมีส่วนร่วมตามศักยภาพของพื้นที่

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษาวิจัยเพื่อประเมินศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่	1 ปี	1,000,000			
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาพื้นที่ให้มีความเหมาะสม					
3. จัดทำรายงานเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนา					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนากลไกความร่วมมือและภาคีเครือข่ายในการร่วมบริหารจัดการทะเลบัวแดง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- ทะเลบัวแดงมีพื้นที่มากกว่า 29,000 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ 4 อำเภอ
- มีภาคีที่เกี่ยวข้องหลายหลาย ทั้งหน่วยงานระดับจังหวัด ระดับท้องที่ และชุมชน แต่การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวไม่มีเอกภาพต่างคนต่างจัดการในส่วนของตนเอง ควรมีแนวทางการทำงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สรุปแนวคิดโครงการ

- การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรมีเอกภาพ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- กลไกความร่วมมือของภาคีเครือข่ายเป็นแนวทางกำหนดการบริหารจัดการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวต้องมีการกระจายไปในยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นธรรม

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดเวทีเพื่อสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐและชุมชน
- จัดทำข้อตกลงร่วมกันในการบริการจัดการการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน โดยมีสำนักงานจังหวัดเป็นส่วนกลางในการประสานงานให้เกิดความร่วมมือ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัด

ผลลัพธ์: นักท่องเที่ยวทะเลบัวแดงมีจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องจากการบริหารจัดการที่มีส่วนร่วม

ผลผลิต: รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทะเลบัวแดงแบบมีส่วนร่วม

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทะเลบัวแดงแบบมีส่วนร่วม
- การนำแนวทางการบริหารจัดการทะเลบัวแดงแบบมีส่วนร่วมไปปฏิบัติจริง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดเวทีเพื่อให้ภาคีเครือข่ายได้พบปะและหาแนวทางการบริหารจัดการร่วมกัน	1 ปี	5,000,000			
2. จัดทำข้อตกลงในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม					
3. นำข้อตกลงไปปฏิบัติ และทบทวนแนวทางเพื่อพัฒนารูปรับปรุงให้เหมาะสม					

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- ธรรมชาติที่สวยงาม และกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือน
- การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวด้วย
- แหล่งท่องเที่ยวของอุดรธานีมีจำนวนมากและหลากหลาย จึงควรมีการเชื่อมโยงกัน เพื่อกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปในวงกว้าง

สรุปแนวคิดโครงการ

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร
- การท่องเที่ยวต้องเชื่อมโยงให้เกิดผลประโยชน์ในจังหวัดอย่างทั่วถึง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ค้นหาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
2. สร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่สามารถเชื่อมโยงกัน
3. ประชาสัมพันธ์เส้นทางเชื่อมโยงและกิจกรรมการท่องเที่ยว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การบูรณาการหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.จังหวัด สนง.พัฒนาชุมชน สนง.วัฒนธรรม และ สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด

ผลลัพธ์: ผู้มาเยี่ยมเยือนของจังหวัดอุดรธานีเพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

- กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- เส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่หลากหลาย
- แผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- เส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่หลากหลาย
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ค้นหาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	3 ปี	50,000,000			
สร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่สามารถเชื่อมโยงกัน					
ประชาสัมพันธ์เส้นทางเชื่อมโยงและกิจกรรมการท่องเที่ยว					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาสินค้าเอกลักษณ์ทะเลบัวแดง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: • ไม่มีสินค้าที่มีเอกลักษณ์รองรับนักท่องเที่ยว • ควรทำการค้นหาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง • เพื่อพัฒนาสินค้าต้นแบบที่มีเอกลักษณ์ • เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ แก่ชุมชน
สรุปแนวคิดโครงการ • แหล่งท่องเที่ยวควรมีทั้ง สิ่งที่จะทำ สิ่งที่จะดู สิ่งที่จะกิน และสิ่งที่จะซื้อ • ของที่จะซื้อกลับต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ จ้างผู้เชี่ยวชาญ ทำการวิจัยและพัฒนาสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และวิจัยตลาด
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดจ้างที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.พัฒนาชุมชน
ผลลัพธ์: ชุมชนในพื้นที่ทะเลบัวแดงมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น
ผลผลิต: • มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของทะเลบัวแดง • ประชาชนมีอาชีพ
ตัวชี้วัดของโครงการ: • สินค้าต้นแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของทะเลบัวแดงไม่น้อยกว่า 10 ชนิด • มีกลุ่มอาชีพที่สามารถผลิตสินค้าเอกลักษณ์ของทะเลบัวแดง ไม่น้อยกว่า 2 กลุ่ม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. พัฒนา TOR	1 ปี	20,000,000			
2. จัดจ้างที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถ					
3. ประเมินผลการดำเนินงาน					

3.1.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดหนองบัวลำภู

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดหนองบัวลำภู

จังหวัดหนองบัวลำภู ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

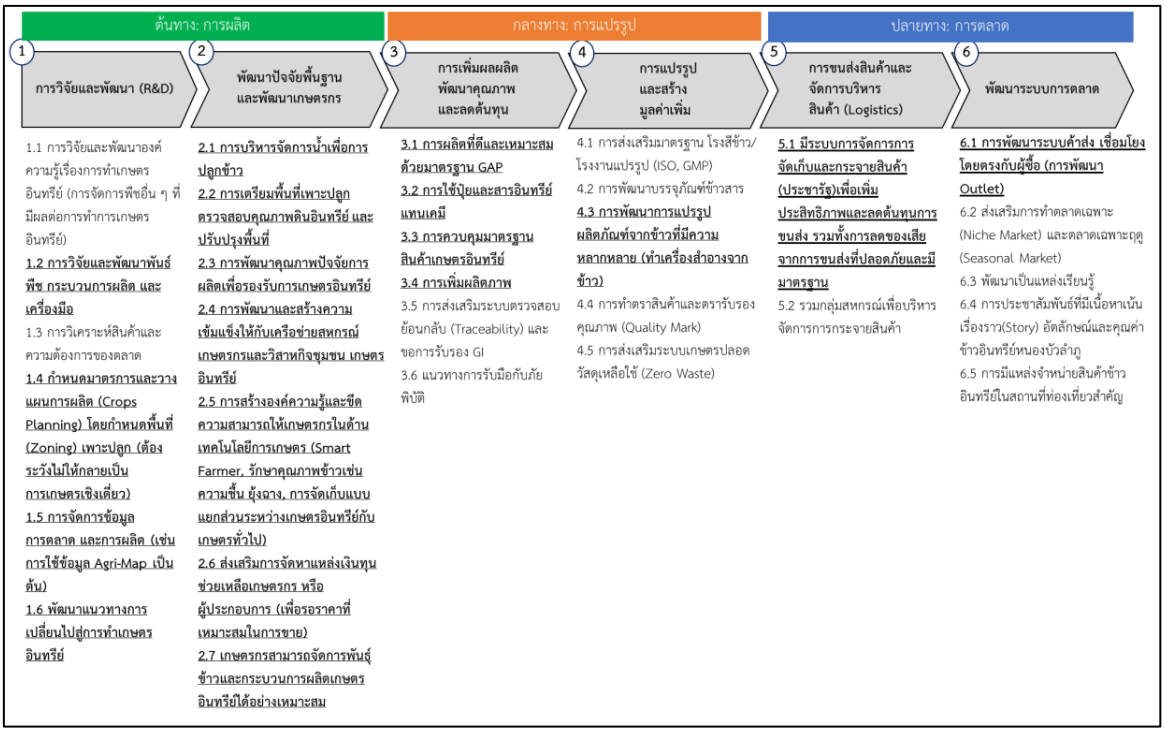
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวหอมมะลิ (อินทรีย์)	- เป็นจังหวัดที่มีปลูกและมีผลผลิตข้าวมากที่สุดในกลุ่มจังหวัด - จังหวัดหนองบัวลำภูมีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ข้าว) ให้เป็นเกษตรปลอดภัย และอินทรีย์
ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	- มีแหล่งท่องเที่ยวทางเชิงนิเวศ / ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ - การนำเสนอแนวทางการท่องเที่ยวเชิงเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ จะเป็นการสร้างความแตกต่างทางด้านการท่องเที่ยวของภาคอีสาน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิ (อินทรีย์)

ภายใต้ประเด็นไม้ผล ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ (อินทรีย์) ของจังหวัดหนองบัวลำภู



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.1 การวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ (การจัดการพืชอื่นๆ ที่มีผลต่อการทำการเกษตรอินทรีย์) 1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.5 การส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และขอการรับรอง GI 3.6 แนวทางการรับมือกับภัยพิบัติ
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป (ISO, GMP) 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)
5.การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.2 รวมกลุ่มสหกรณ์เพื่อบริหารจัดการการกระจายสินค้า
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) และตลาดเฉพาะฤดู (Seasonal Market) 6.3 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	6.4 การประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเน้นเรื่องราว(Story) อัตลักษณ์และคุณค่าข้าวอินทรีย์หนองบัวลำภู 6.5 การมีแหล่งจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[20]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 1.3 / 2.3 / 2.4 / 3.5 / 3.6 / 4.4 / 6.2 / 6.3 / 6.4	โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งพัฒนาการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์	การวางแผนการพัฒนาระบบการเกษตรและการผลิตอาหารคุณภาพ โดยคำนึงให้ครบตลอดห่วงโซ่มูลค่าที่สำคัญ ครอบคลุมทั้งการนำผลงานวิจัยที่มีอยู่มาต่อยอด การศึกษาความต้องการของตลาด การพัฒนาศักยภาพเกษตรกร แหล่งเรียนรู้ และการบริหารจัดการการเกษตรที่เหมาะสม การจัดการภัยพิบัติ การส่งเสริมการพัฒนาเพื่อเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่ม ไปจนถึงการสร้างตราสินค้า เรื่องราว และการเชื่อมโยงการทำตลาด	สนง. เกษตรจังหวัด
2.5 / 2.7	โครงการพัฒนาทักษะการผลิตการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์	เพิ่มองค์ความรู้และทักษะ (อบรมให้ความรู้ ฝึกปฏิบัติ ศึกษาดูงาน) แก่เกษตรกรให้สามารถพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐานและปลอดภัยเพื่อพัฒนาไปสู่เกษตรอินทรีย์ เพิ่มทักษะให้สามารถจัดการพันธุ์ข้าวและกระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์ได้อย่างเหมาะสม	สนง. เกษตรจังหวัด
4.1	โครงการสนับสนุนโรงสีชุมชนให้เป็นโรงสีข้าวอินทรีย์	สนับสนุนเครื่องมือ/เครื่องสีข้าวให้กับโรงสีข้าวชุมชนเพื่อเป็นโรงสีข้าวที่มีการแยกการสีข้าวอินทรีย์	สนง.พาณิชย์จังหวัด (ค้าภายในจังหวัด)

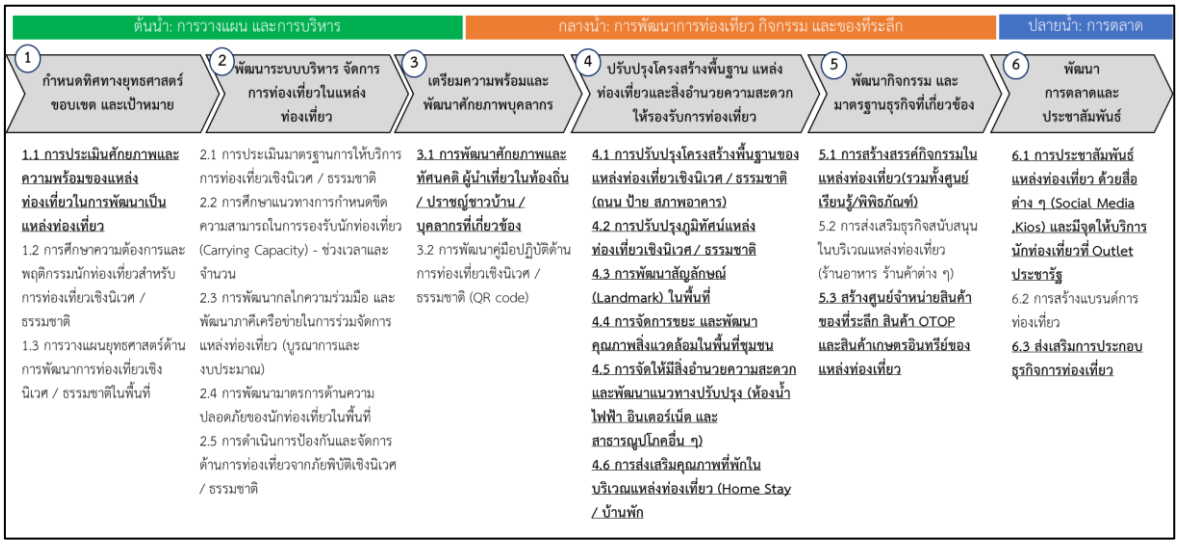
[20] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[20]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.1 / 5.2 / 6.1 / 6.4 / 6.5	โครงการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าและ Outlet ประชารัฐ เพื่อจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน	จัดตั้งเครือข่ายผู้ประกอบการ และสหกรณ์ในพื้นที่ พร้อมพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ เพื่อให้กับบุคคลทั่วไปมีแหล่งจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการการขนส่งและขายสินค้าให้มีประสิทธิภาพ	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย 2) พัฒนาระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวในบริเวณ 3) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 4) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 5) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ของจังหวัดหนองบัวลำภู



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	1.2 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ 1.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติในพื้นที่
2.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	2.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ 2.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ช่วงเวลาและจำนวน 2.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว (บูรณาการและงบประมาณ) 2.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 2.5 การดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ
3.เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3.2 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ (QR code)
5.พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ)
6.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[21]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.2 / 1.3 / 2.1 / 2.2 / 3.2 / 5.2 / 6.1 / 6.2	โครงการ เพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดหนองบัวลำภูอย่างมีทิศทางและยั่งยืน	• ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผนธุรกิจ และแผนการสร้างแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด • ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว พร้อมกำหนดทิศทาง แนวทางและรูปแบบการส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ • ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยว • กำหนดแนวทางมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของจังหวัด • พัฒนาคู่มือการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม • ออกแบบและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยใช้ศักยภาพและอัตลักษณ์ของของหนองบัวลำภูเป็นแรงดึงดูด • ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบและช่องทางสื่อต่าง ๆ (Social Media ,Kios) และมีจุดให้บริการนักท่องเที่ยวที่ Outlet ประชารัฐ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / อบจ. / สนง.พาณิชย์จังหวัด / อุทยานแห่งชาติ / ภาคเอกชน / ททท. สนง.จังหวัด / สถาบันการศึกษา

[21] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[21]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.3	โครงการพัฒนาเครือข่ายในการท่องเที่ยว	พัฒนากลไกความร่วมมือ จัดกิจกรรมและดำเนินการร่วมกับภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	สำนักงานจังหวัด / อบจ. / หอการค้า / อปท. /สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.4 / 2.5	โครงการหนองบัวลำภูปลอดภัยทุกวัน	• สำรวจและประเมินความเสี่ยงที่จะมีผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว • พัฒนามาตรการ แนวทางและวิธีการดูแลและเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ • ดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ • สร้างความมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว • ติดตั้งอุปกรณ์เตือนภัยในแหล่งที่คาดว่าจะมีภัยพิบัติจากธรรมชาติ • ติดตั้งแผนผัง ป้ายเตือนภัย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.ทรัพยากรธรรมชาติฯ จังหวัด. / สนง.ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด / ตำรวจท่องเที่ยว และตำรวจภูธร / โรงพยาบาล / สนง.สถิติจังหวัด / อปท.
5.1	โครงการกินข้าวบนภูดูดาวบนดิน นอนถิ่นธรรมะ	• นำเสนอกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความหลากหลายและดึงดูดด้วยธรรมชาติและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของเมืองหนองบัวลำภู เช่น ท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ ท่องเที่ยวดินแดนแห่งธรรมะ ท่องเที่ยวตื่นอารยธรรม ท่องเที่ยวและช้อปปิ้ง แหล่งแพรพรรณ เป็นต้น • ส่งเสริมธุรกิจและการประกอบการสนับสนุนการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว • ประชาสัมพันธ์ให้คนมาท่องเที่ยว ทานอาหาร ชมความเป็นธรรมชาติทัศนียภาพ เมืองหนองบัวลำภู	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท. สนง.จังหวัด / ภาคเอกชน / อบจ.

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดหนองบัวลำภู

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิ (อินทรีย์)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดหนองบัวลำภูเป็นจังหวัดที่มีปลูกและมีผลผลิตข้าวมากที่สุดเป็นอันดับสองของกลุ่มจังหวัด (รองจากจังหวัดอุดรธานี)
- จังหวัดหนองบัวลำภูมีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ข้าว) ให้เป็นเกษตรปลอดภัย และอินทรีย์
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง จะเป็นการสร้างความแตกต่างในตลาด เพื่อลดความเสี่ยงจากปัญหาราคาข้าวตกต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการสร้างแบรนด์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับตลาดภายในประเทศ หรือการพัฒนาคุณภาพเพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

ตารางที่ 3.11-31: สรุปเนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตข้าวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ปี พ.ศ. 2558

จังหวัด	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)		ผลผลิต (ตัน)	
	2557	2558	2557	2558
ประเทศ	**75,845,675**	**65,776,225**	**35,942,057**	**29,272,416**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**39,297,173**	**36,992,714**	**13,682,937**	**12,517,378**
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	**4,041,224**	**3,742,875**	**1,428,089**	**1,270,255**
อุดรธานี	1,815,280	1,700,034	671,729	597,960
เลย	368,582	337,465	134,776	121,447
หนองคาย	604,421	531,235	234,527	199,343
หนองบัวลำภู	**747,425**	**692,103**	**242,145**	**212,399**
บึงกาฬ	505,516	482,038	144,912	139,106

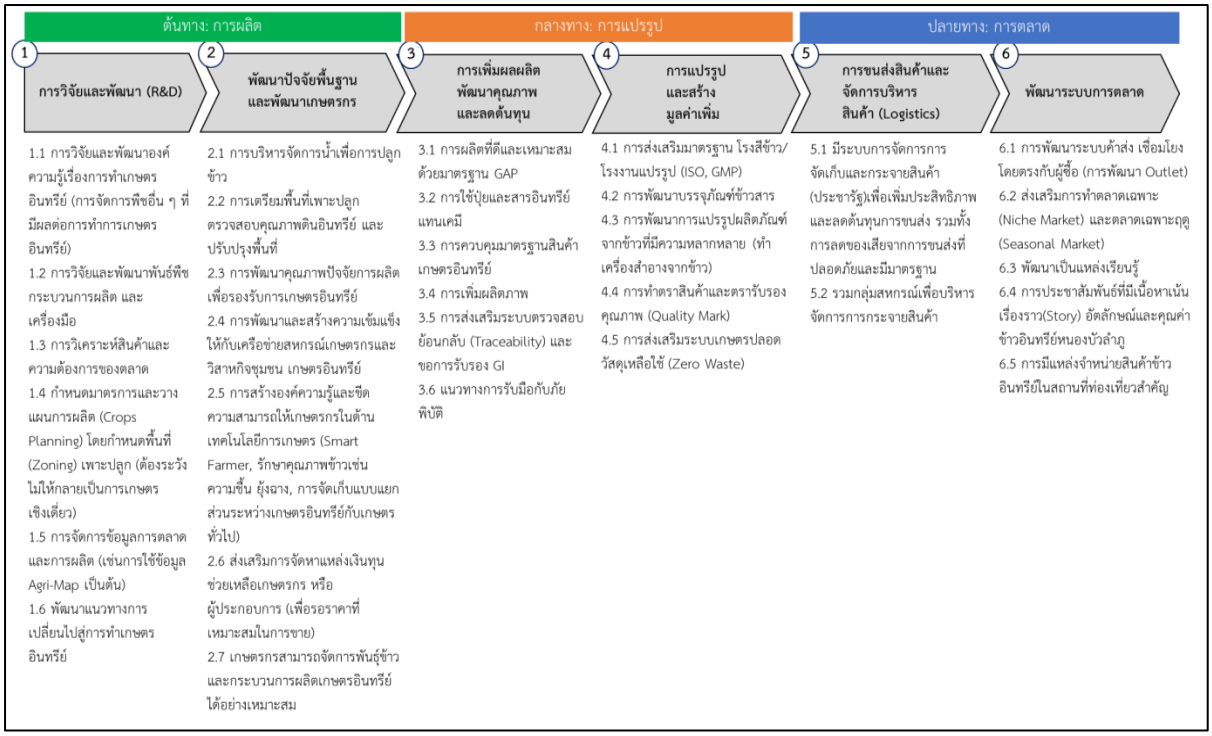
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561 - 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-13: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ (อินทรีย์) ของจังหวัดหนองบัวลำภู



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-32: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[22]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2 / 1.4 / 2.1 / 2.2 / 2.5 / 4.3	โครงการส่งเสริมราชินีข้าวเหนียวครบวงจร (โครงการกลุ่มจังหวัด)	สนง. เกษตรจังหวัด	สนับสนุนเมล็ดพันธุ์ /จัดอบรมเกษตรกร/ตรวจวิเคราะห์ดิน/สนับสนุนการใช้ปุ๋ยอินทรีย์/สนับสนุนระบบน้ำ
3.1 / 3.4	โครงการพัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้าการเกษตร GAP (โครงการจาก Function)	สนง. เกษตรจังหวัด	ให้ความรู้เกษตรกรและฝึกปฏิบัติรวมทั้งการเตรียมแปลงฟาร์มเพื่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพการผลิตสินค้าการเกษตร GAP
1.5 / 2.6 / 2.7 3.1 / 3.2 / 3.4	โครงการส่งเสริมการเกษตรแปลงใหญ่ (โครงการจาก Function)	สนง. เกษตรจังหวัด	ให้ความรู้และจัดระบบการจัดการเพื่อให้สมาชิกเกษตรกรที่ร่วมโครงการเกิดความเข้าใจละปฏิบัติตามแนวทางและวิธีการของการเกษตรแปลงใหญ่ (โดยการใช้ข้อมูลพื้นที่การปลูกที่เหมาะสม ผ่านเครื่องมือ Agri-Map มาปรับใช้) รวมถึงการส่งเสริมเรื่องปัจจัยการผลิต เงินทุน (ดอกเบี้ยต่ำ) เพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงด้วย

[22] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

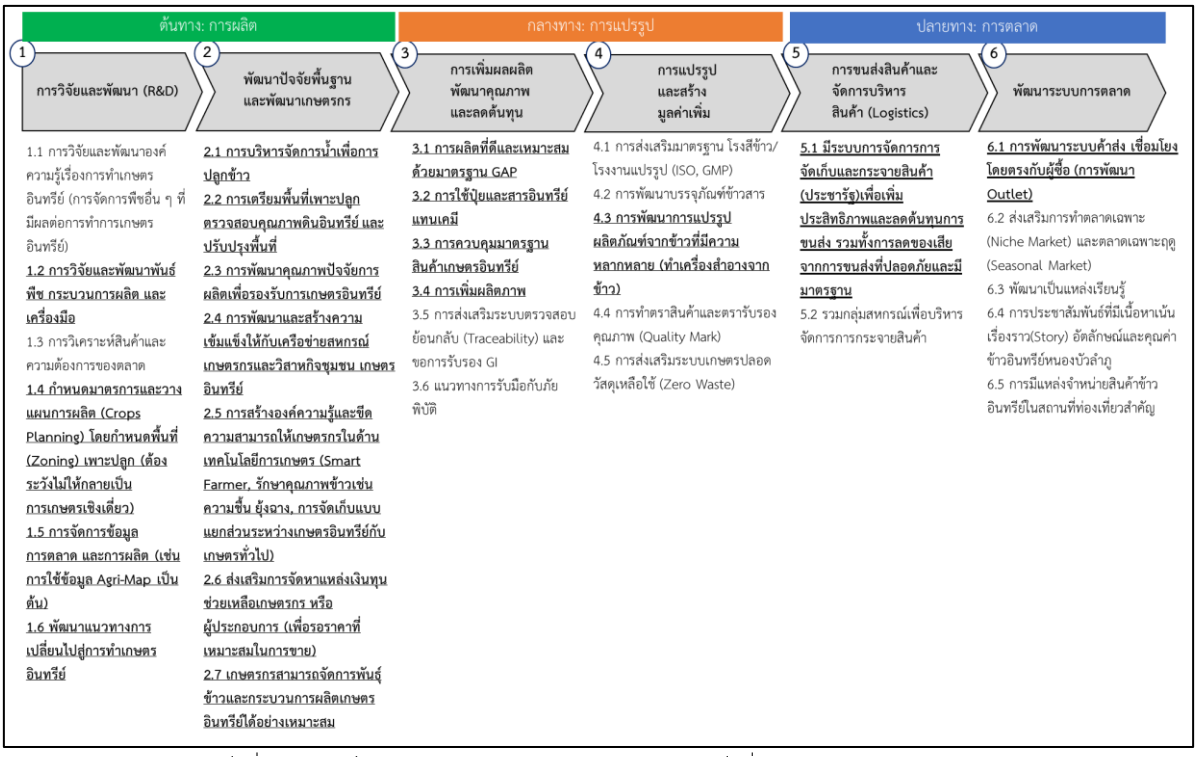
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.5	โครงการพัฒนาทักษะการผลิตการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์ (แผน 4 ปี 2561-2564)	สนง. เกษตรจังหวัด	โครงการอบรมให้ความรู้ ฝึกปฏิบัติ ศึกษาดูงาน แก่เกษตรกรเพื่อพัฒนาไปสู่เกษตรอินทรีย์
2.3 / 2.4	โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งพัฒนาการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์ (แผน 4 ปี 2561-2564)	สนง. เกษตรจังหวัด	สนับสนุนปัจจัยการผลิตและการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมผลผลิตของเกษตรอินทรีย์
2.1 / 2.2	โครงการพัฒนาแหล่งน้ำ	โครงการชลประทานหนองบัวลำภู	รวมทั้งหมด 68 กิจกรรมหลัก โดยแบ่งเป็น ขุดลอกลำห้วย คูคลองและบ่อน้ำ, ขุดบ่อน้ำบาดาล, ก่อสร้างฝายน้ำล้น, ก่อสร้างรางระบายน้ำสำเร็จรูป, ขุดเจาะบ่อบาดาล
1.6 / 3.2 / 3.3 / 3.4	โครงการส่งเสริมการเพิ่มผลผลิต การแปรรูปการตลาดและการยกระดับภาคการเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	พัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและผลักดันเพื่อให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความมั่นคง รายได้เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ
2.1 / 2.2 / 6.1	โครงการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการเกษตร	โครงการชลประทานหนองบัวลำภู	พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรและก่อสร้างตลาดกลางสินค้าเกษตร
2.1	โครงการสูบน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเกษตรอินทรีย์		พัฒนาและปรับปรุงบ่อสูบน้ำ พร้อมอุปกรณ์ให้กับเกษตรกรในพื้นที่
5.1	โครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคม ขนส่งให้ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	แขวงทางหลวงหนองบัวลำภู	พัฒนาเส้นทางคมนาคม ขนส่งทั้งสายหลัก สายรอง ถนนในหมู่บ้าน ถนนเพื่อขนถ่ายสินค้าทางการเกษตร
1.1 / 4.2 / 4.4 / 4.5	โครงการส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตการแปรรูปการตลาดและยกระดับภาคการเกษตรสู่เกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์	สนง. เกษตรจังหวัด	มุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิต และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมใหม่เพื่อเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ตั้งแต่การกระจายพันธ์ การแปรรูป การสร้างมูลค่า (บรรจุภัณฑ์) ตราสินค้า และการใช้ประโยชน์จากสิ่งเหลือใช้

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-33: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.1 การวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ (การจัดการพืชอื่น ๆ ที่มีผลต่อการทำการเกษตรอินทรีย์) 1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.5 การส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และขอการรับรอง GI 3.6 แนวทางการรับมือกับภัยพิบัติ
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป (ISO, GMP) 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)
5.การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.2 รวมกลุ่มสหกรณ์เพื่อบริหารจัดการการกระจายสินค้า
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) และตลาดเฉพาะฤดู (Seasonal Market) 6.3 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ 6.4 การประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเน้นเรื่องราว (Story) อัตลักษณ์และคุณค่าข้าวอินทรีย์หนองบัวลำภู 6.5 การมีแหล่งจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ

แผนภาพที่ 3.11-14: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ (อินทรีย์) ของจังหวัดหนองบัวลำภู



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดหนองบัวลำภู

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-34: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[23]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 1.3 / 2.3 / 2.4 / 3.5 / 3.6 / 4.4 / 6.2 / 6.3 / 6.4	โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งพัฒนาการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์	การวางแผนการพัฒนาระบบการเกษตรและการผลิตอาหารคุณภาพ โดยคำนึงให้ครบตลอดห่วงโซ่มูลค่าที่สำคัญ ครอบคลุมทั้งการนำผลงานวิจัยที่มีอยู่มาต่อยอด การศึกษาความต้องการของตลาด การพัฒนาศักยภาพเกษตรกร แหล่งเรียนรู้ และการบริหารจัดการการเกษตรที่เหมาะสม การจัดการภัยพิบัติ การส่งเสริมการพัฒนาเพื่อเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่ม ไปจนถึงการสร้างตราสินค้า เรื่องราว และการเชื่อมโยงการทำตลาด	สนง. เกษตรจังหวัด
2.5 / 2.7	โครงการพัฒนาทักษะการผลิตการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์	เพิ่มองค์ความรู้และทักษะ(อบรมให้ความรู้ ฝึกปฏิบัติ ศึกษาดูงาน)แก่เกษตรกรให้สามารถพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐานและปลอดภัยเพื่อพัฒนาไปสู่เกษตรอินทรีย์ เพิ่มทักษะให้สามารถจัดการพันธุ์ข้าวและกระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์ได้อย่างเหมาะสม	สนง. เกษตรจังหวัด
4.1	โครงการสนับสนุนโรงสีชุมชนให้เป็นโรงสีข้าวอินทรีย์	สนับสนุนเครื่องมือ/เครื่องสีข้าวให้กับโรงสีข้าวชุมชนเพื่อเป็นโรงสีข้าวที่มีการแยกการสีข้าวอินทรีย์	สนง.พาณิชย์จังหวัด (ค้าภายในจังหวัด)
5.1 / 5.2 / 6.1 / 6.4 / 6.5	โครงการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าและOutlet ประชารัฐ เพื่อจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน	จัดตั้งเครือข่ายผู้ประกอบการ และสหกรณ์ในพื้นที่ พร้อมพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ เพื่อให้กับบุคคลทั่วไปมีแหล่งจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการการขนส่งและขายสินค้าให้มีประสิทธิภาพ	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด

[23] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งพัฒนาการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (2561 – 2564) เมือง Green City
- ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักอันดับ 1 ของจังหวัด
- กระแสการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคอาหารปลอดภัย
- สามารถนำมาเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้

สรุปแนวคิดโครงการ

การวางแผนการพัฒนาระบบการเกษตรและการผลิตอาหารคุณภาพ:

- ผลงานวิจัยที่มีอยู่มาต่อยอด
- การศึกษาความต้องการของตลาด
- การพัฒนาศักยภาพเกษตรกร พัฒนาแหล่งเรียนรู้ และการบริหารจัดการการเกษตรที่เหมาะสม
- การจัดการภัยพิบัติ
- การส่งเสริมการพัฒนาเพื่อเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- การแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่ม ไปจนถึงการสร้างตราสินค้า เรื่องราว และการเชื่อมโยงการทำตลาด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ศึกษาวิจัย และพัฒนาแผนงานการพัฒนาระบบการเกษตรทั้งระบบ
- ศึกษาและพัฒนาระบบการเกษตร
  - เตรียม / กำหนดพื้นที่เพาะปลูก / ตรวจสอบคุณภาพดิน
  - ส่งเสริมการผลิตตามระบบเกษตรอินทรีย์
  - ตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์
- พัฒนาคุณภาพปัจจัยการผลิตเพื่อรองรับการเกษตรอินทรีย์
- การพัฒนา*และสร้างความเข้มแข็ง*ให้กับเครือข่ายสหกรณ์ เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน*เกษตรอินทรีย์*

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ศึกษาวิจัยแลพัฒนาแผนงาน (สนง. เกษตรจังหวัด ฯ)
- กำหนดพื้นที่ปลูกตาม zoning (สนง. เกษตรจังหวัด ฯ , สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด)
- ตรวจสอบคุณภาพดิน (สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด)
- ระบบการผลิตข้าวอินทรีย์ (สนง. เกษตรจังหวัด ฯ , สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด , อบจ. , ศูนย์วิจัยข้าว (กรมการข้าว))
- ตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ศูนย์วิจัยข้าว (กรมการข้าว), มกอช.)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง. เกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์:

- ประชาชนได้บริโภคและจำหน่ายอาหารปลอดภัย
- เกษตรกรผู้ผลิตข้าวมีความปลอดภัยและมีรายได้จากการผลิตข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้น
- ผลิตภาพและมูลค่าของข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

- เนื้อที่ให้ผลผลิตข้าวอินทรีย์..... ไร่
- ปริมาณผลผลิตข้าวอินทรีย์ .....ตัน
- เกษตรกรที่สามารถปรับเปลี่ยนไปสู่เกษตรอินทรีย์ ..... ครอบครัว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- เนื้อที่ให้ผลผลิตข้าวอินทรีย์..... ไร่
- ปริมาณผลผลิตข้าวอินทรีย์ .....ตัน
- ร้อยละของเกษตรกรที่สามารถปรับเปลี่ยนไปสู่เกษตรอินทรีย์(ร้อยละ.....)
- ผลิตภาพของการปลูกข้าวอินทรีย์.....กิโลกรัมต่อไร่
- ร้อยละของมูลค่าข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้น (ร้อยละ.....)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษาวิจัยและพัฒนาแผนงานการพัฒนาระบบการเกษตรและการผลิตอาหารคุณภาพ (Master Plan)	พ.ย. – ธ.ค.60			สนง.เกษตรจังหวัด	
2. กำหนดพื้นที่เพาะปลูกข้าวอินทรีย์	ธ.ค.60			สนง.เกษตรจังหวัด	
3. ตรวจสอบคุณภาพดิน	ธ.ค. – ม.ค.61			สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด	
4. ส่งเสริมการผลิตระบบเกษตรอินทรีย์	เม.ย. – ต.ค.61			สนง.เกษตรจังหวัด/ ศูนย์วิจัยข้าว / อบจ.	
5. ตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์	ก.ค. – พ.ย.62			ศูนย์วิจัยข้าว / มกอช.	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาทักษะการผลิตการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ตามนโยบายกระดาษ A4 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีเป้าหมายที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้น ทั้งด้าน ฐานะทางสังคมและรายได้เพิ่มขึ้น เพื่อให้เกษตรกรได้รับความรู้ ได้รับการพัฒนาทักษะการผลิตการเกษตร และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการประกอบอาชีพ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จากการผลิตสินค้าอินทรีย์

สรุปแนวคิดโครงการ

อบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีเพิ่มองค์ความรู้และทักษะแก่เกษตรกรให้สามารถพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- อบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับเกษตรกร
- ให้คำปรึกษาแนะนำการพัฒนาเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์
- ติดตามประเมินผล

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- หน่วยงาน อปท. ในพื้นที่
- หน่วยงานสังกัดประทรวงเกษตรที่รับผิดชอบในพื้นที่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์:

เกษตรกรได้รับความรู้และมีความสามารถนำความรู้ไปใช้ในการพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

ผลผลิต:

เกษตรกรที่ได้รับการฝึกอบรมความรู้และเพิ่มทักษะเกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการฝึกอบรมความรู้และเพิ่มทักษะเกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ (ราย)
- ร้อยละของเกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาสามารถนำไปปฏิบัติและขยายผลได้ (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์โครงการและคัดเลือกเป้าหมายพื้นที่	ม.ค. – มี.ค. 61			กรมประชาสัมพันธ์ สังกัดกระทรวง / อปท.	
2. ประสานงานผู้เกี่ยวข้องและชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน	ม.ค. – มี.ค. 61			สนง.เกษตรจังหวัด	
3. รับสมัครเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ	เม.ย. – พ.ค. 61			สนง.เกษตรจังหวัด	
4. จัดอบรมถ่ายทอดความรู้	15 พ.ค. – 15 ก.ค. 61			สนง.เกษตรจังหวัด ศูนย์วิจัยข้าว	
5. ติดตามและให้คำปรึกษาแนะนำ	พ.ค. – ธ.ค. 61			สนง.เกษตรจังหวัด ศูนย์วิจัยข้าว	
6. ประเมินผล	พ.ย. – ธ.ค. 61			สนง.เกษตรจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการสนับสนุนโรงสีชุมชนให้เป็นโรงสีข้าวอินทรีย์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ปัจจุบันกระแสบริโภคสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้น แต่โรงสีที่ใช้สีข้าวอินทรีย์ และไม่อินทรีย์ใช้รวมกัน จึงจำเป็นที่จะต้องสนับสนุนให้โรงสีชุมชนสีเฉพาะข้าวอินทรีย์เพียงอย่างเดียวเพื่อป้องกันการปนเปื้อน
สรุปแนวคิดโครงการ • สนับสนุนเครื่องสีข้าวให้กับชุมชนเพื่อเป็นเครื่องสีข้าวอินทรีย์ • จัดหา / จัดซื้อ / ปรับปรุงโรงสีชุมชน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • สำรวจเตรียมความพร้อมโรงสีชุมชน • คัดเลือกกลุ่ม / โรงสีชุมชน • จัดซื้อโรงสี / ปรับปรุงโรงสี • ติดตามประเมินผล
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • สนง.เกษตรจังหวัด • สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด • สนง.พาณิชย์จังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง. เกษตรจังหวัด
ผลลัพธ์: โรงสีชุมชนสามารถสีข้าวอินทรีย์อย่างมีคุณภาพและมีมาตรฐาน
ผลผลิต: มีโรงสีข้าวอินทรีย์ชุมชนเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: • มีโรงสีข้าวอินทรีย์ชุมชนจำนวน 1 แห่ง • ร้อยละของปริมาณการสีข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้น (ร้อยละ10)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. วิเคราะห์งาน	ต.ค.2560 - ก.ย. 2561			สนง.พาณิชย์จังหวัด	
2. สำรวจกลุ่มใกล้ชุมชน					
3. คัดเลือก					
4. จัดซื้อ / ส่งมอบ				สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	
5. ติดตามประเมินผล					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าและ Outlet ประชารัฐ เพื่อจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดหนองบัวลำภู มีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) คือ ข้าวอินทรีย์ และกำหนดยุทธศาสตร์จังหวัด 4 ปี (2560 – 2564) Green City เกษตรอินทรีย์วิถีหนองบัวลำภู แต่ยังไม่มีสถานที่รวบรวมและจำหน่ายสินค้าของเกษตรกร กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยในการรักษาคุณภาพและกระจายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชนจากข้าวและผลิตภัณฑ์การเกษตรอื่น ๆ สู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการ

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อใช้เป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์การเกษตรอื่น ๆ ให้กับบุคคลทั่วไป

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

จัดตั้งศูนย์จำหน่ายข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชนระดับจังหวัด จำนวน 1 แห่ง โดยบริษัทประชารัฐรักสามัคคีหนองบัวลำภู (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด เป็นผู้บริหารจัดการศูนย์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- คณะกรรมการเครือข่าย OTOP ระดับอำเภอ / จังหวัด
- คณะกรรมการบริษัทเกษตรอินทรีย์วิถีหนองบัวลำภู
- คณะกรรมการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีหนองบัวลำภู
- คณะกรรมการ คสป. จังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด และบริษัทประชารัฐ

ผลลัพธ์: กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการมีแหล่งจำหน่ายสินค้าและมีรายได้เพิ่มขึ้น

ผลผลิต: มีแหล่งจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนแหล่งจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน (....แห่ง)
- กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 30)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ขอใช้อาคารพื้นที่จากธนารักษ์จังหวัด	ต.ค. 60 – ก.ย. 61			สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
2. แต่งตั้งคณะทำงานด้านต่าง ๆ	ส.ค. 60				
3. ประชุมผู้ผลิต ผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์ / ผลิตภัณฑ์ชุมชน	ก.ย. 60			สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด/ บริษัทประชารัฐ	
4. ปรับปรุงพัฒนาอาคารศูนย์จำหน่าย	ส.ค. – ก.ย. 60				
5. พิธีเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้า / Outlet ประชารัฐ	ต.ค. 60				
6. ติดตามประเมินผล	ก.ย. 61				

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ / นิเวศ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดหนองบัวลำภูมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมจำนวนมาก
- การนำเสนอแนวทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จะเป็นการสร้างความแตกต่างทางด้านการท่องเที่ยวของภาคอีสาน
- การท่องเที่ยวของจังหวัดหนองบัวลำภูยังไม่ได้เป็นที่รู้จักมากนัก หากเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งหากมีการพัฒนาอย่างจริงจัง อาจเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพิ่มเติมในอนาคตได้

ตารางที่ 3.11-35: สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ปี พ.ศ. 2557

จังหวัด	2557	
	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	7,777,597	15,251.05
อุดรธานี	3,049,610	7,445.70
เลย	1,564,615	2,617.03
หนองคาย	2,380,910	4,196.40
หนองบัวลำภู	**324,844**	**306.90**
บึงกาฬ	457,618	685.02

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561 – 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของ

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-15: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ของจังหวัดหนองบัวลำภู



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-36: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[24]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	โครงการศึกษาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ประเมินแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และพัฒนาแนวทางการเป็นแหล่งท่องเที่ยว
3.1	โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (จากFunction)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
3.1	โครงการอบรมผู้นำเที่ยวท้องถิ่น “มัคคุเทศก์น้อย” (จากFunction)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรเยาวชนในพื้นที่มห้สามารทำหน้าที่เป็นมัคคเทศน์ตามแหล่งท่องเที่ยวได้
4.1	ก่อสร้างถนนขึ้นพระพุทธยันตี	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ก่อสร้างเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว
4.1	ก่อสร้างถนนเชื่อมต่อบ้านห้วยทราย เชื่อมต่อ ต.หนองบัว ถึง อ.หนองวัวซอ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ก่อสร้างเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว
4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5	โครงการพัฒนารูปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ		พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ ปรับปรุงรวมทั้งบูรณะซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยว
4.1, 4.2, 4.3, 4.5	โครงการก่อสร้างสิ่งสนับสนุนจุดขาย Landmark สถานที่ท่องเที่ยว	สนง.โยธาและผังเมืองจังหวัด	การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งสาธารณูปโภค และวิวทิวทัศน์ - ก่อสร้างปะติมากรรมปูนหินพญานาค - ก่อสร้างลานจอดรถพระพุทธยันตี - ขยายเขตไฟฟ้า 3 เฟส พระพุทธยันตี - ก่อสร้างทางเดินพระพุทธยันตี - ปรับปรุงภูมิทัศน์ศาลปู่หลุบถึงน้ำตกเฒ่าโต้
4.6	โครงการพัฒนา โฮมสเตย์ (จากFunction)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ปรับปรุงมาตรฐานการโฮมสเตย์ของจังหวัด

[24] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

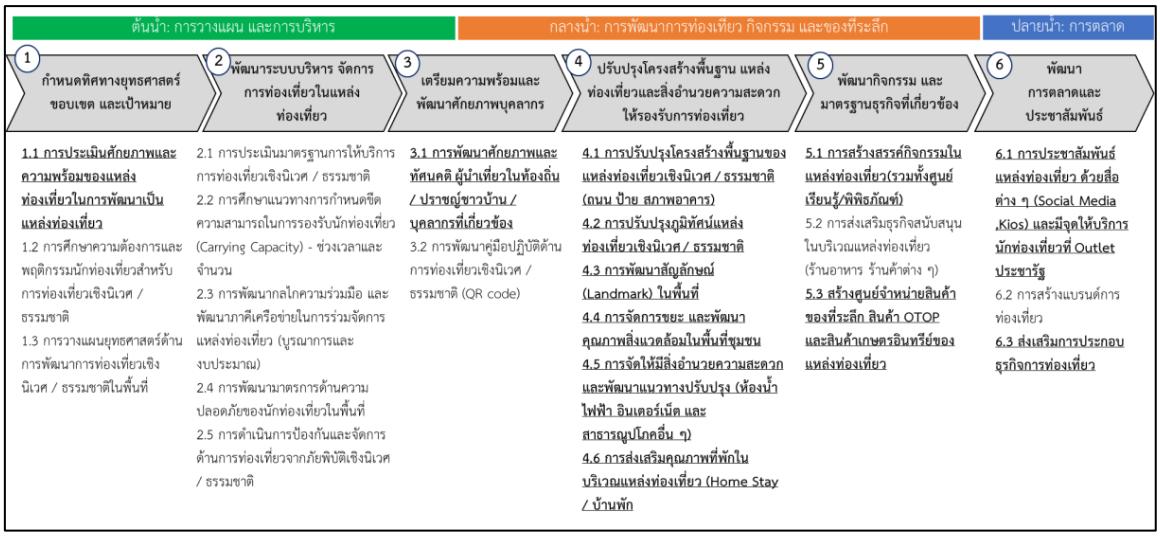
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.1	ก่อสร้างศูนย์เรียนรู้ดาราศาสตร์และท้องฟ้าจำลองแหล่งท่องเที่ยวภูพานน้อย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาแหล่งเรียนรู้ทางด้านดาราศาสตร์ในพื้นที่
5.1	ปรับปรุงพิพิธภัณฑ์หอยหิน 150 ล้านปี	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาแหล่งเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์ในพื้นที่
5.1	โครงการครอบครัวอบอุ่น “พาครอบครัวเที่ยว” (จาก Function)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
5.3	สร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าท้องถิ่นที่ภูพานน้อย	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	พัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ OTOP
6.1	โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาแนวทางการสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
6.1	โครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (จากFunction)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาแนวทางการสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
6.3	ส่งเสริมตลาดการลงทุนการท่องเที่ยวและการเกษตรของกลุ่มจังหวัดบนเส้นทาง Routes	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	กิจกรรมก่อสร้าง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภูพานน้อย

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-37: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	1.2 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ 1.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติในพื้นที่
2.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	2.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ 2.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ช่วงเวลาและจำนวน 2.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว (บูรณาการและงบประมาณ) 2.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 2.5 การดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ
3.เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3.2 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ (QR code)
5.พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ)
6.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.11-16: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ของจังหวัดหนองบัวลำภู



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดหนองบัวลำภู

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-38: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[25]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.2 / 1.3 / 2.1 / 2.2 / 3.2 / 5.2 / 6.1 / 6.2	โครงการ เพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดหนองบัวลำภูอย่างมีทิศทางและยั่งยืน	• ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผนธุรกิจ และแผนการสร้างแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด • ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว พร้อมกำหนดทิศทาง แนวทางและรูปแบบการส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ • ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / อบจ. / สนง.พาณิชย์จังหวัด / อุทยานแห่งชาติ / ภาคเอกชน / ททท. สนง.จังหวัด / สถาบันการศึกษา

[25] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
		• กำหนดแนวทางมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของจังหวัด • พัฒนาคู่มือการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม • ออกแบบและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยใช้ศักยภาพและอัตลักษณ์ของของหนองบัวลำภูเป็นแรงดึงดูด • ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบและช่องทางสื่อต่าง ๆ (Social Media ,Kios) และมีจุดให้บริการนักท่องเที่ยวที่ Outlet ประชารัฐ	
2.3	โครงการพัฒนาเครือข่ายในการท่องเที่ยว	พัฒนากลไกความร่วมมือ จัดกิจกรรมและดำเนินการร่วมกับภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	สำนักงานจังหวัด / อบจ. / หอการค้า / อปท. /สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.4 / 2.5	โครงการหนองบัวลำภูปลอดภัยทุกวัน	• สำรวจและประเมินความเสี่ยงที่จะมีผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว • พัฒนามาตรการ แนวทางและวิธีการดูแลและเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ • ดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ • สร้างความมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว • ติดตั้งอุปกรณ์เตือนภัยในแหล่งที่คาดว่าจะมีภัยพิบัติจากธรรมชาติ • ติดตั้งแผนผัง ป้ายเตือนภัย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.ทรัพยากรธรรมชาติฯ จังหวัด / สนง.ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด / ตำรวจท่องเที่ยว และตำรวจภูธร / โรงพยาบาล / สนง.สถิติจังหวัด / อปท.

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
5.1	โครงการกินข้าวบนภูดูดาวบนดิน นอนถิ่นธรรมะ	• นำเสนอกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความหลากหลายและดึงดูดด้วยธรรมชาติและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของเมืองหนองบัวลำภู เช่น ท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ ท่องเที่ยวดินแดนแห่งธรรมะ ท่องเที่ยวตื่นอารยธรรม ท่องเที่ยวและช้อปปิ้ง แหล่งแพรพรรณ เป็นต้น • ส่งเสริมธุรกิจและการประกอบการสนับสนุนการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว • ประชาสัมพันธ์ให้คนมาท่องเที่ยว ทานอาหาร ชมความเป็นธรรมชาติ ทัศนียภาพ เมืองหนองบัวลำภู	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท. สนง.จังหวัด / ภาคเอกชน / อบจ.

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดหนองบัวลำภูอย่างมีทิศทางและยั่งยืน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวละกิจกรรมที่เกี่ยวข้องจึงมีการแข่งขันสูงมากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมและภาวะเศรษฐกิจ แต่ที่ผ่านมาการจัดการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่มีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างสรรค์กิจกรรมและการส่งเสริมการจัดการสินค้าและบริการไม่มีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ดังนั้นจังหวัดจึงต้องมีการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติของจังหวัดอย่างมีทิศทางและเป็นระบบเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดไปสู่ความสำเร็จได้อย่างครบถ้วนในทุกปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดได้อย่างยั่งยืน

สรุปแนวคิดโครงการ

- ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผนธุรกิจ และแผนการสร้างแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
- ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว พร้อมกำหนดทิศทาง แนวทางและรูปแบบการส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
- ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยว
- กำหนดแนวทางมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของจังหวัด
- พัฒนาคู่มือการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม
- ออกแบบและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยใช้ศักยภาพและอัตลักษณ์ของของหนองบัวลำภูเป็นแรงดึงดูด
- ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบและช่องทางสื่อต่าง ๆ (Social Media ,Kios) และมีจุดให้บริการนักท่องเที่ยวที่ Outlet ประชารัฐ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ
- วางแผนการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว
- การออกแบบและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยใช้ศักยภาพและอัตลักษณ์ของหนองบัวลำภูจังหวัดเป็นแรงดึงดูด
- การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
- การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศพร้อมเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ของหนองบัวลำภู

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สนง.ท่องเที่ยว-กีฬาจังหวัด/อบจ./สนง.พาณิชย์จังหวัด/อุทยานแห่งชาติ/ภาคเอกชน/ททท.สนง.จังหวัด/ สถาบันการศึกษา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์: รายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น
ผลผลิต: นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: • ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น • ร้อยละของจำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / ธรรมชาติ				ททท.สนง.จังหวัด / สถาบันการศึกษา	
2.การวางแผนการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท.สนง.จังหวัด / อุทยาน / อปท.	
3.การออกแบบและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยใช้ศักยภาพและอัตลักษณ์ของจังหวัดหนองบัวลำภูเป็นแรงดึงดูด				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท.สนง.จังหวัด / อุทยาน / อปท.	
4.การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท.สนง.จังหวัด / อุทยาน / อปท.	
5.การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศพร้อมเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ของหนองบัวลำภู				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท.สนง.จังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาเครือข่ายในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การพัฒนา ดูแลรักษาและสร้างความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องสร้างความมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่การสร้างความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่และร่วมดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติธรรมชาติ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การร่วมสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการธุรกิจเพื่อสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายความสำเร็จร่วมกันกับจังหวัดหนองบัวลำภู

สรุปแนวคิดโครงการ

พัฒนากลไกความร่วมมือ จัดกิจกรรมและดำเนินการร่วมกับภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. พัฒนากลไกความร่วมมือ แผนดำเนินการอย่างต่อเนื่องและการติดตามประเมินความร่วมมือ
2. จัดกิจกรรมและดำเนินการร่วมกับภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานจังหวัด / อบจ. / อปท. / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / หอการค้า / สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์: ภาพลักษณ์การเป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติของจังหวัดหนองบัวลำภูที่มีเสน่ห์ด้วยความมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายความอบอุ่นและความปลอดภัย

ผลผลิต: กิจกรรมและการดำเนินการร่วมกันโดยภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ครบถ้วนตามแผน

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนกิจกรรมและการดำเนินการร่วมกันโดยภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ครบถ้วนตามแผน
- ร้อยละของระดับความเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องต่อภาพลักษณ์การเป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติของจังหวัดหนองบัวลำภูที่มีเสน่ห์ด้วยความมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายความอบอุ่นและความปลอดภัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. พัฒนากลไกความร่วมมือ แผนดำเนินการอย่างต่อเนื่องและการติดตามประเมินความร่วมมือ				สำนักงานจังหวัด / อบจ. / อปท. /สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / หอการค้า / สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	
2. จัดกิจกรรมและดำเนินการร่วมกับภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
3. การติดตามประเมินผล				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการหนองบัวลำภูปลอดภัยทุกวัน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ปัจจัยสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวคือความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินรวมทั้งความปลอดภัยจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ นอกจากนี้เมื่อเกิดเหตุการณ์ความไม่ปลอดภัยขึ้นมักก่อให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ ดังนั้นจังหวัดจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมและประเมินความเสี่ยงที่คาดว่าจะมีผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ต้องมีการพัฒนามาตรการ แนวทางและวิธีการดูแลและเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเป็นระบบ รวมทั้งดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติทางธรรมชาติอย่างจริงจัง

สรุปแนวคิดโครงการ

- สำรวจและประเมินความเสี่ยงที่คาดว่าจะมีผลต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- พัฒนามาตรการ แนวทางและวิธีการดูแลและเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
- สร้างความมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว
- ดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ
- ติดตั้งอุปกรณ์เตือนภัยในแหล่งที่คาดว่าจะมีภัยพิบัติจากธรรมชาติ
- ติดตั้งแผนผัง ป้ายเตือนภัย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การพัฒนามาตรการ แนวทางและวิธีการดูแลและเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ทุกรูปแบบ
2. การสร้างความมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว
3. การดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.ทรัพยากรธรรมชาติฯจังหวัด / สนง.ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด / ตำรวจท่องเที่ยว และตำรวจภูธร / โรงพยาบาล / สนง.สถิติจังหวัด / อปท.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด

ผลลัพธ์: นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว

ผลผลิต:

- มาตรการ แนวทางและวิธีการดูแลและเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
- กิจกรรมที่มีการดำเนินเสร็จโดยมีชุมชนและประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนมาตรการ แนวทางและวิธีการดูแลและเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
- จำนวนกิจกรรมที่มีการดำเนินเสร็จโดยมีชุมชนและประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว
- ร้อยละของระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อความปลอดภัยในพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
การพัฒนามาตรการ แนวทาง และวิธีการดูแลและเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ทุกรูปแบบ				สนง.ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด / ตำรวจภูธร / โรงพยาบาล / สนง.สถิติจังหวัด / อปท.	
การสร้างความมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว				สนง. ทรัพยากรธรรมชาติจังหวัด/ สนง.ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด	
การดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ					

ชื่อโครงการ: โครงการ กินข้าวบนภู ดูดาวบนดิน นอนถิ่นธรรมะ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- นักท่องเที่ยวยังไม่มีข้อมูลที่ดีและเพียงพอที่เข้ามาสัมผัสหนองบัวลำภู
- หนองบัวลำภูมีสิ่งดีๆแต่ยังไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวหนองบัวลำภู
- สนองนโยบายไทยเที่ยวไทย และเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน บุคลากรที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

สรุปแนวคิดโครงการ

- นำเสนอกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความหลากหลายและดึงดูดด้วยธรรมชาติและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของเมืองหนองบัวลำภู เช่น ท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ ท่องเที่ยวดินแดนแห่งธรรมะ ท่องเที่ยวตื่นอารยธรรม ท่องเที่ยวและช้อปปิ้ง แหล่งแพรพรรณ เป็นต้น
- ส่งเสริมธุรกิจและการประกอบการสนับสนุนการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
- ประชาสัมพันธ์ให้คนมาท่องเที่ยว ทานอาหาร ชมความเป็นธรรมชาติ ทัศนียภาพ เมืองหนองบัวลำภู

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- สร้างสรรค์จัดกิจกรรมโดยความมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น ชุมชนและผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของหนองบัวลำภู
- ส่งเสริมธุรกิจและการประกอบการสนับสนุนการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
- จัดทำสื่อและประชาสัมพันธ์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / อบจ. / สำนักงานจังหวัด / สนง.พาณิชย์จังหวัด / อุทยานแห่งชาติ / ภาคเอกชน / ททท. สนง.จังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์: นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศสนใจและพึงพอใจในกิจกรรมและข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดหนองบัวลำภู

ผลผลิต:

- รายการกิจกรรมที่สร้างสรรค์ใหม่และกิจกรรมเดิมพร้อมรายละเอียดการดำเนินการ
- ธุรกิจและการประกอบการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างได้มาตรฐาน
- รูปแบบและช่องทางสื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดหนองบัวลำภู

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนรายการกิจกรรมที่สร้างสรรค์ใหม่และกิจกรรมเดิมพร้อมรายละเอียดการดำเนินการ (....รายการ)
- จำนวนธุรกิจและการประกอบการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างได้มาตรฐาน
- จำนวนรูปแบบและช่องทางสื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดหนองบัวลำภู
- ร้อยละของระดับความสนใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศต่อกิจกรรมและข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดหนองบัวลำภู

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
การสร้างสรรค์จัดกิจกรรมโดยความมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น ชุมชนและผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของหนองบัวลำภู				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / อบจ. / สนง.พาณิชย์จังหวัด / อุทยานแห่งชาติ / ภาคเอกชน / ททท. สนง.จังหวัด	
ส่งเสริมธุรกิจและการประกอบการสนับสนุนการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท. สนง.จังหวัด	
การจัดทำสื่อและประชาสัมพันธ์					

3.1.9 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดบึงกาฬ

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดบึงกาฬ

จังหวัดบึงกาฬ ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

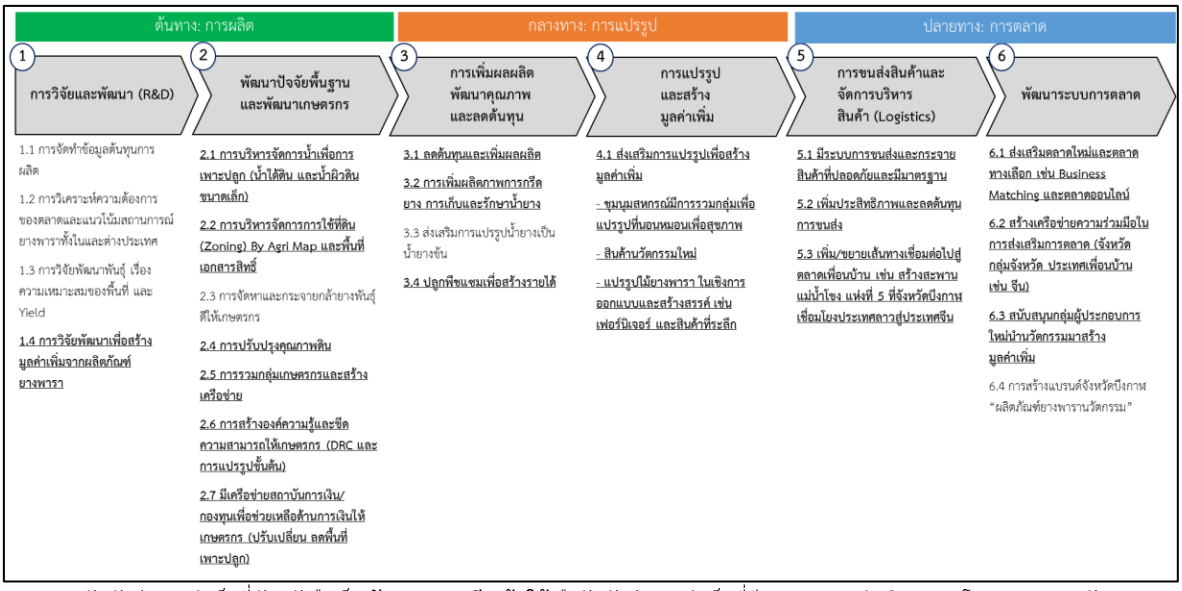
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ยางพารา	- จังหวัดบึงกาฬเป็นจังหวัดที่มีการปลูก และมีผลผลิตยางพารามากที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานตอนบน 1 - ยางพารายังถือว่าเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของภาคใต้อยู่ และยังมีโอกาสที่สามารถนำไปแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าในรูปแบบอื่นๆ ได้
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	- พื้นที่ภาคอีสานตอนบนนี้ได้รับการกำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง - จังหวัดบึงกาฬ และมีเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมหลายเส้นทางที่เชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียงได้หลายเส้นทาง

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ยางพารา</u>

ภายใต้ประเด็นไม้ผล ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ยางพารา ของจังหวัดบึงกาฬ



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.1 การจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต 1.2 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์ยางพาราทั้งในและต่างประเทศ 1.3 การวิจัยพัฒนาพันธุ์ เรื่องความเหมาะสมของพื้นที่ และ Yield
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.3 การจัดหาและกระจายกล้ายางพันธุ์ดีให้เกษตรกร
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.3 ส่งเสริมการแปรรูปน้ำยางเป็นน้ำยางข้น

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[26]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1	โครงการจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต	รวมรวมและวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตน้ำยางก้อนถ้วย	สนง.เกษตรจังหวัด
1.2 / 1.3 / 2.4 / 2.6 / 3.2 / 3.3 / 6.1 / 6.4	โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากไม้ยางพารา	ศึกษาวิจัย และพัฒนาแผนงาน / แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ยางพาราตลอดห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งประกอบด้วย - ศึกษาเรื่องราว ประวัติความเป็นมาและอัตลักษณ์ยางพารา และผลิตภัณฑ์จากยางพาราของจังหวัดบึงกาฬ ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง (เมื่อพูดถึงผลิตภัณฑ์จากยางพาราต้องนึกถึงจังหวัดบึงกาฬ) - ศึกษาวิจัยและพัฒนาความเหมาะสมของพันธุ์ยางพาราต่อพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ ซึ่งรวมถึงการทดสอบคุณภาพดินที่เหมาะสมในการปลูก - ศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูลสถานการณ์และความต้องการยางพาราทั้งในและต่างประเทศ - วิเคราะห์คุณสมบัติของยางพาราในการในการแปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ และจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากการแปรรูปไม้ยางพาราโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าไม้ยางพารา - พัฒนาเกษตรกรในเรื่องของการปลูก การกรีดยาง การเก็บรักษาน้ำยางให้มีคุณภาพและการแปรรูป (ยางข้นและมีค่า DRC สูง) - พัฒนาแผนงานการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น อาทิ จัดทำแอพพลิเคชั่นเพื่อเป็นตลาดกลางสำหรับ	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด / สนง.เกษตรจังหวัด / สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด

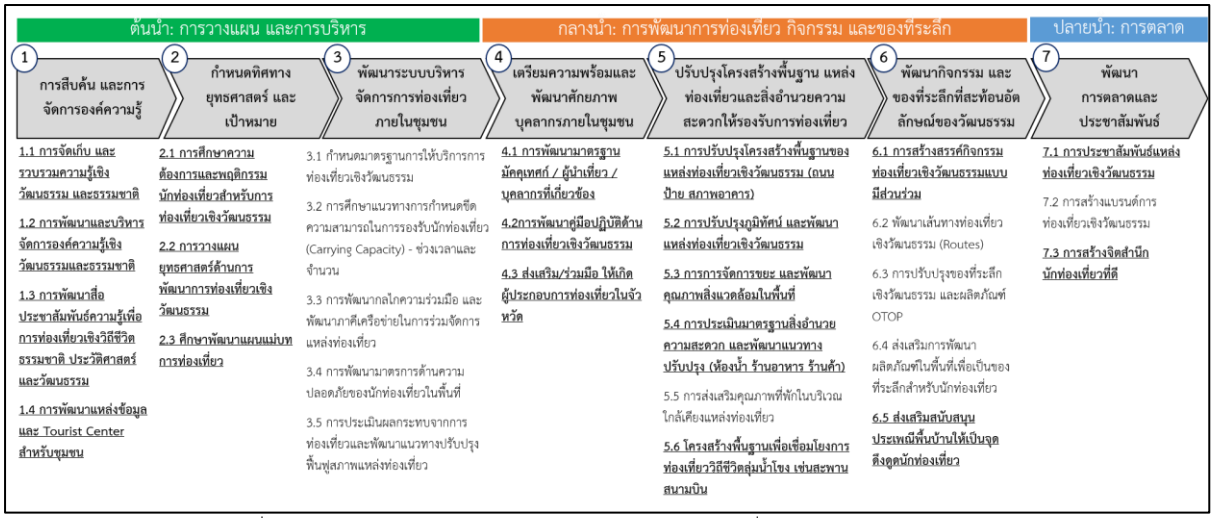
[26] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[26]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		ซื้อขายยางพาราสำหรับเกษตรกรและผู้ประกอบการ	
6.2	โครงการส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ยางพารากลุ่มจังหวัดอีสานตอนบน	สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างต้นน้ำ-ปลายน้ำ ในกลุ่มเกษตรกรยางพาราและผู้ประกอบการรวมทั้งภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องของกลุ่มจังหวัดอีสานตอนบนเพื่อการส่งออก	สนง.พาณิชย์จังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของจังหวัดบึงกาฬ



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.1 กำหนดมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
6.พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.2 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Routes) 6.3 การปรับปรุงของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP 6.4 ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในพื้นที่เพื่อเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[27]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.2 / 3.1 / 3.2 / 3.4 / 3.5 / 5.4 / 5.5 / 6.3 / 6.4	โครงการยกระดับและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ	- สำรวจและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดขีดความสามารถในการรองรับของนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง พร้อมแนวทางการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ - พัฒนากลไกความร่วมมือในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.วัฒนธรรมจังหวัด

[27] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[27]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		- กำหนดมาตรฐานการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ - ศึกษาและจัดทำข้อมูล ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางครอบคุมทุกแหล่งท่องเที่ยงเชิงวัฒนธรรม - กำหนดรูปแบบและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และสินค้า OTOP	
4.1	โครงการสร้างเสริมความรู้และพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์	เพื่อสร้างมาตรฐานและพัฒนามัคคุเทศก์ให้มีศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยว และภาษา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดบึงกาฬ

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ยางพารา

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดบึงกาฬเป็นจังหวัดที่มีการปลูก และมีผลผลิตยางพารามากที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานตอนบน 1
- ยางพารายังถือว่าเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของภาคใต้อยู่ และยังมีโอกาสที่สามารถนำไปแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าในรูปแบบอื่นๆ ได้
- แม้ว่าราคายางพาราตอนนี้มีแนวโน้มที่ลดลง แต่รัฐบาลก็มีการออกนโยบายหรือแนวทางเพื่อใช้ประโยชน์จากยางพาราเพิ่มมากขึ้น ผ่านการนำวัตถุดิบมาใช้ในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างอุปสงค์เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3.11-39: สรุปเนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิตยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี พ.ศ. 2558

จังหวัด	เนื้อที่กรีดได้ (ไร่)		ผลผลิต (ตัน)	
	2557	2558	2557	2558
ประเทศ	**18,223,833**	**18,846,009**	**4,566,260**	**4,466,063**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**2,914,379**	**3,240,734**	**629,631**	**649,585**
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	**1,380,871**	**1,561,285**	**313,123**	**326,431**
อุดรธานี	303,453	335,129	61,483	64,010
เลย	309,988	381,702	62,012	67,180
หนองคาย	161,600	232,279	38,249	44,830
หนองบัวลำภู	44,637	52,343	9,444	9,893
บึงกาฬ	**561,193**	**559,832**	**141,935**	**140,518**

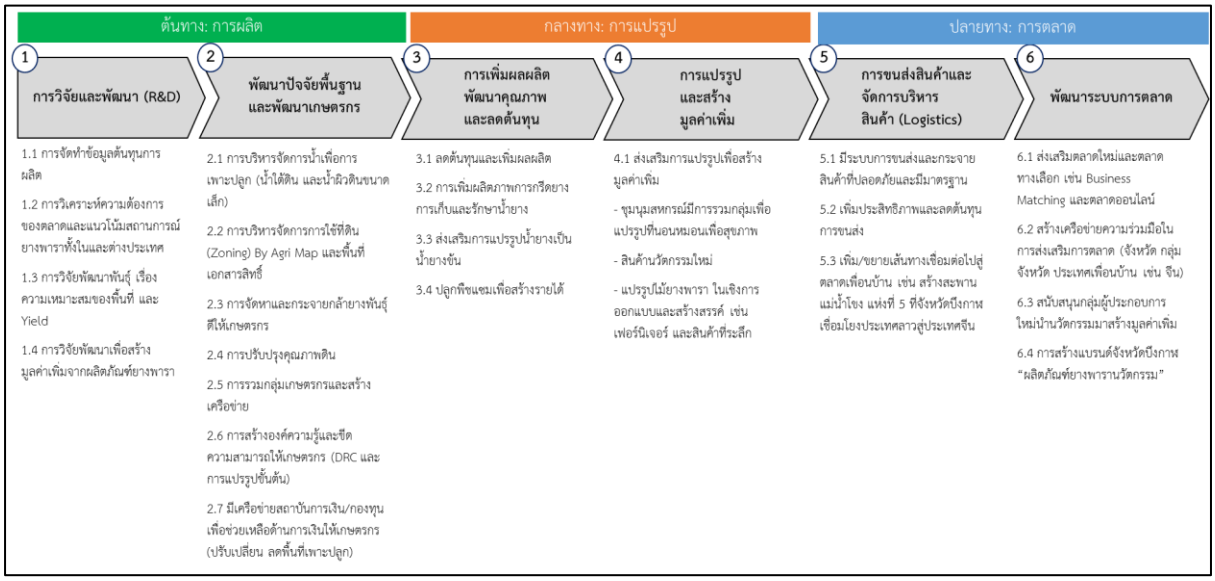
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561 - 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-17: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ยางพารา ของจังหวัดบึงกาฬ



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-40: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[28]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.4	โครงการซื้อเครื่องจักรให้สถาบันเกษตรกรที่มีศักยภาพยืม โครงการรวบรวมผลงานวิจัยให้เกษตรกรแปรรูป	การยางแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ / สนง.เกษตรจังหวัด	รัฐลงทุนซื้อเครื่องจักรพร้อมองค์ความรู้ให้สถาบันเกษตรกรที่มีศักยภาพยืมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ / รวมรวมผลงานวิจัยให้เกษตรกรนำไปแปรรูป และต่อยอดผลิตภัณฑ์
1.4 / 6.3	โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร	การยางแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ / สนง.เกษตรจังหวัด / สนง.เกษตรและสหกรณ์บึงกาฬ/ กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย	ส่งเสริมงานวิจัยด้านการแปรรูปไม้ยางพารา พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และการสนับสนุนเครื่องมือสำคัญบางส่วนในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากยางพาราด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี

[28] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

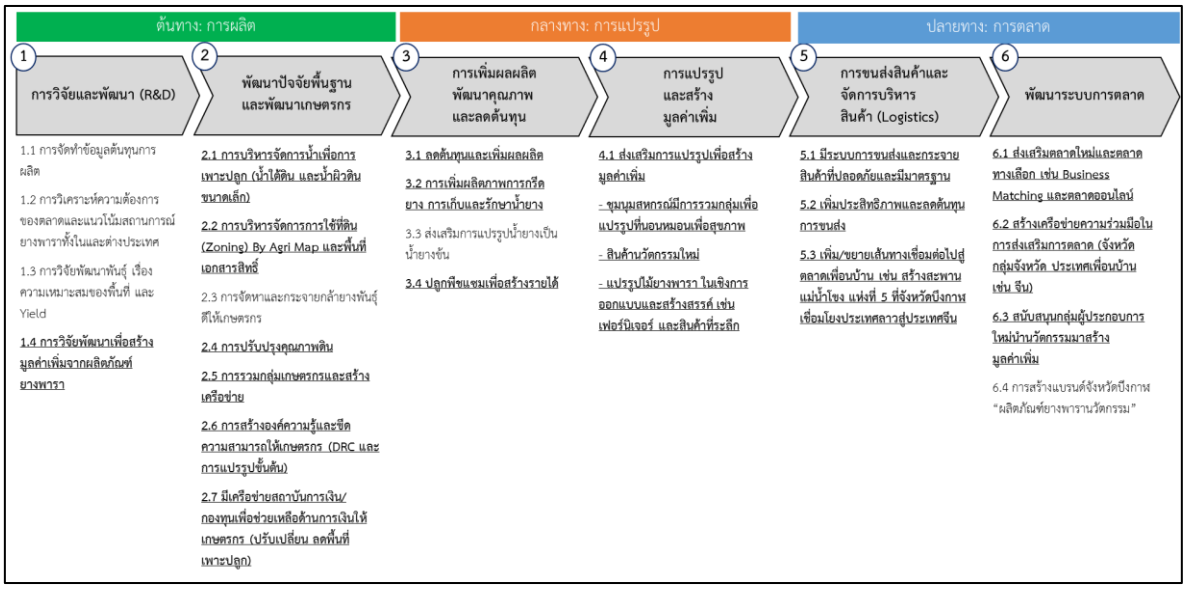
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1 / 2.4 / 3.2	การบำรุงรักษาสวนยางและการกรีดยางอย่างถูกวิธีเพื่อเพิ่มผลผลิต (แผนพัฒนาจังหวัด)	การยางแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ	ให้ความรู้เกษตรกร สนับสนุนเครื่องมือและปัจจัยสำคัญในการดูแลสวนยาง และให้ความช่วยเหลือในการกรีดยางคุณภาพให้ได้ปริมาณสูง
2.1	การก่อสร้างและพัฒนาระบบชลประทาน / ก่อสร้างระบบท่อส่งน้ำเพื่อการชลประทาน (แผนพัฒนาจังหวัด)	โครงการชลประทานบึงกาฬ	ก่อสร้างแหล่งน้ำ และระบบชลประทานในพื้นที่จังหวัด เพื่อให้เกษตรกรมีน้ำใช้ในการทำการเกษตร
2.2	โครงการปรับเปลี่ยนการใช้พื้นที่	การยางแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ / สนง.เกษตรจังหวัด	จัดสรรพื้นที่เพาะปลูกให้มีความหลากหลาย ลดการช่วยเหลือนอกเขตพื้นที่ สปก.
2.5	โครงการรวมกลุ่มเกษตรกร	สนง.เกษตรจังหวัด	ส่งเสริมสถาบันเกษตรกรให้มีการรวมกลุ่มสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกร

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-41: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.1 การจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต 1.2 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์ยางพาราทั้งในและต่างประเทศ 1.3 การวิจัยพัฒนาพันธุ์ เรื่องความเหมาะสมของพื้นที่ และ Yield
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.3 การจัดหาและกระจายกล้ายางพันธุ์ดีให้เกษตรกร
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.3 ส่งเสริมการแปรรูปน้ำยางเป็นน้ำยางข้น
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.4 การสร้างแบรนด์จังหวัดบึงกาฬ “ผลิตภัณฑ์ยางพารานวัตกรรม”

แผนภาพที่ 3.11-18: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ยางพารา ของจังหวัดบึงกาฬ



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดบึงกาฬ

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-42: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[29]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต	รวมรวมและวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตน้ำยางก้อนถ้วย	สนง.เกษตรจังหวัด
1.2 / 1.3 / 2.4 / 2.6 / 3.2 / 3.3 / 6.1 / 6.4	โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากไม้ยางพารา	ศึกษาวิจัย และพัฒนาแผนงาน / แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ยางพาราตลอดห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งประกอบด้วย - ศึกษาเรื่องราว ประวัติความเป็นมา และอัตลักษณ์ยางพารา และผลิตภัณฑ์จากยางพาราของจังหวัดบึงกาฬ ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง (เมื่อพูดถึงผลิตภัณฑ์จากยางพาราต้องนึกถึงจังหวัดบึงกาฬ) - ศึกษาวิจัยและพัฒนาความเหมาะสมของพันธุ์ยางพาราต่อพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ ซึ่งรวมถึงการทดสอบคุณภาพดินที่เหมาะสมในการปลูก - ศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูลสถานการณ์และความต้องการยางพาราทั้งในและต่างประเทศ - วิเคราะห์คุณสมบัติของยางพาราในการในการแปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ และจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากการแปรรูปไม้ยางพาราโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าไม้ยางพารา - พัฒนาเกษตรกรในเรื่องของการปลูก การกรีดยาง การเก็บรักษาน้ำยางให้มีคุณภาพ และการแปรรูป (ยางข้นและมีค่า DRC สูง) - พัฒนาแผนงานการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น อาทิ จัดทำแอพพลิเคชั่นเพื่อเป็นตลาดกลางสำหรับซื้อขายยางพาราสำหรับเกษตรกรและผู้ประกอบการ	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด / สนง.เกษตรจังหวัด สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด

[29] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> <u>(Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
6.2	โครงการส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ยางพารากลุ่มจังหวัดอีสานตอนบน	สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างต้นน้ำ-ปลายน้ำ ในกลุ่มเกษตรกรยางพาราและผู้ประกอบการรวมทั้งภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องของกลุ่มจังหวัดอีสานตอนบนเพื่อการส่งออก	สนง.พาณิชย์จังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่ยังคงขายผลผลิตยางพาราที่ไม่ผ่านการแปรรูปมากนักผ่านระบบตลาดยางท้องถิ่นในรูปแบบของสินค้าขั้นต้น ทำให้ส่วนที่เกษตรกรได้รับมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็นและยังถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้ารับซื้อยาง ถ้าหากเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในประโยชน์ของการแปรรูปยางพาราเป็นสินค้าขั้นกลาง เช่น ยางพาราแผ่นดิบด้วยตัวเองก็จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเกษตรกรและสามารถทำให้เกษตรกรมีอำนาจในการกำหนดราคาได้มากขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

เปรียบเทียบต้นทุนประสิทธิผล ระหว่างการผลิตยางก้อนถ้วย คือ รูปแบบการผลิตเดิมที่เกษตรส่วนใหญ่นิยมผลิต และการผลิตยางพาราแผ่นดิบ คือ รูปแบบการผลิตที่มีค่าใช้จ่ายและอุปกรณ์ในการผลิตเพิ่มแต่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกยางพารา เปรียบเทียบระหว่าง การผลิตและจำหน่ายยางก้อนถ้วย และยางพาราแผ่นดิบ ในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ
- เปรียบเทียบการจัดการด้านการผลิต ประกอบด้วยต้นทุน ผลตอบแทน วัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
- ข้อมูลต้นทุน และผลตอบแทนที่ชัดเจนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราให้หันมาผลิตยางแผ่นดิบที่มีรายได้มากกว่า
- การเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาในการผลิตยางแผ่นดิบ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานจังหวัดบึงกาฬ / สำนักงานเกษตรจังหวัด / เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา แปรรูป และจำหน่ายยางก้อนถ้วย

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง. เกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์: เกษตรกรรับรู้ข้อมูลต้นทุน และผลตอบแทนยางก้อนถ้วย และยางพาราแผ่นดิบ อย่างทั่วถึง

ผลผลิต: รายงานศึกษาวิจัยข้อมูลต้นทุนการผลิต / ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาในการผลิตยางแผ่นดิบ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ดำเนินการจัดทำรายงานการศึกษาแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด
- เกษตรกรสามารถลดต้นทุนการผลิตลงได้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนแนวทางการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง.จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด / เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา แปรรูปและจำหน่ายยางก้อนถ้วย	
สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากตัวอย่างเกษตรกร	เดือนที่ 2-3				
วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล	เดือนที่ 4				
ศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา	เดือนที่ 5				
จัดทำร่างผลการศึกษา	เดือนที่ 6	1,000,000			

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากไม้ยางพารา

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดบึงกาฬมีการปลูกยางพารามาเป็นระยะเวลานาน โดยต้นยางส่วนใหญ่มีอายุการกรีดเฉลี่ยประมาณ 25 ปี ทั้งนี้ต้นยางพาราที่หมดอายุการกรีดส่วนใหญ่ขายให้แก่พ่อค้าที่เหมาสวนซึ่งโดนกดราคา ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาการแปรรูปไม้ยางพาราที่โค่นมากขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยนำผลการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์คิดค้นนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าให้กับไม้ยางพาราที่ตรงกับความต้องการของตลาด

สรุปแนวคิดโครงการ

ศึกษาวิจัย และพัฒนาแผนงาน / แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ยางพารา ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งประกอบด้วย

- ศึกษาเรื่องราว ประวัติความเป็นมา และอัตลักษณ์ยางพารา และผลิตภัณฑ์จากยางพาราของจังหวัดบึงกาฬ ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง (เมื่อพูดถึงผลิตภัณฑ์จากยางพาราต้องนึกถึงจังหวัดบึงกาฬ)
- ศึกษาวิจัยและพัฒนาความเหมาะสมของพันธุ์ยางพาราต่อพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ ซึ่งรวมถึงการทดสอบคุณภาพดินที่เหมาะสมในการปลูก
- ศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูลสถานการณ์และความต้องการยางพาราทั้งในและต่างประเทศ
- วิเคราะห์คุณสมบัติของยางพาราในการในการแปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ และจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากการแปรรูปไม้ยางพาราโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าไม้ยางพารา
- พัฒนาเกษตรกรในเรื่องของการปลูก การกรีดยาง การเก็บรักษาน้ำยางให้มีคุณภาพ และการแปรรูป (ยางข้นและมีค่า DRC สูง)
- พัฒนาแผนงานการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น อาทิ จัดทำแอพพลิเคชั่นเพื่อเป็นตลาดกลางสำหรับซื้อขายยางพาราสำหรับเกษตรกรและผู้ประกอบการ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ค้นคว้าเรื่องราวของยางพาราของจังหวัดบึงกาฬ
- ศึกษาวิจัยคุณสมบัติของไม้ยางพาราและการแปรรูปไม้ยางพารา
- สำรวจตลาด และความต้องการของตลาดจากผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ยางพารา
- ศึกษาวิจัยสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากยางพาราด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ตรงกับความต้องการของตลาด
- สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกษตรกรในพื้นที่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการทำประชาคม
- เชื่อมโยงและประสานงานกับหน่วยงานวิจัยทางด้านการเกษตร และอื่นๆ ในการเข้ามาร่วมพัฒนา

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานจังหวัดบึงกาฬ / สำนักงานเกษตรจังหวัด / สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์: เกษตรกรมีองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีในการเพิ่มมูลค่าไม้ยางพารา

ผลผลิต: รายงานการศึกษา / ผลผลิตต้นแบบ / แผนานการตลาด

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ดำเนินการศึกษาและพัฒนาแผนงานแล้วเสร็จตามระยะเวลา
- มูลค่าการค้ายางพาราของจังหวัดบึงกาฬเพิ่มสูงขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนแนวทางการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง.เกษตรจังหวัด	
ศึกษาวิจัยคุณสมบัติและการแปรรูปไม้ยางพาราของเกษตรกร	เดือนที่ 2			สนง.เกษตรจังหวัด	
สำรวจความต้องการของตลาดในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ยางพารา	เดือนที่ 2			สนง.พาณิชย์จังหวัด	
ศึกษาวิจัย และพัฒนาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพาราของจังหวัด	เดือนที่ 2 - 3			สนง.เกษตรจังหวัด / สนง.พาณิชย์จังหวัด / สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)	
พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในการเพิ่มมูลค่าไม้ยางพาราที่ตรงกับความต้องการของตลาด	เดือนที่ 4 – 5			สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)	
สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากไม้ยางพาราที่ตรงกับความต้องการของตลาด	เดือนที่ 6			สนง.เกษตรจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ยางพาราลุ่มจังหวัดอีสานตอนบน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การส่งเสริมเกษตรกรให้เกิดความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้นั้นต้องเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของเกษตรกรเอง โดยการนำเอากระบวนการจัดตั้งกลุ่ม การบริหารจัดการกลุ่มเข้ามาเป็นกลไกในการเชื่อมโยงเครือข่าย รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือในกลุ่มเกษตรกรยางพาราและผู้ประกอบการรวมทั้งภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องของกลุ่มจังหวัดอีสานตอนบนเพื่อการส่งออก
สรุปแนวคิดโครงการ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างต้นน้ำ-ปลายน้ำ ในกลุ่มเกษตรกรยางพาราและผู้ประกอบการรวมทั้งภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องของกลุ่มจังหวัดอีสานตอนบนเพื่อการส่งออก
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มเกษตรกรยางพาราและผู้ประกอบการรวมทั้งภาคเอกชนภายในจังหวัด • ขยายการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มเกษตรกรยางพาราและผู้ประกอบการรวมทั้งภาคเอกชนไปสู่กลุ่มจังหวัดอีสานตอนบนเพื่อการส่งออก
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานเกษตรจังหวัด / เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา แปรรูป และจำหน่ายยางก้อนถ้วย
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง. เกษตรจังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรกรเกิดการร่วมกลุ่ม ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน
ผลผลิต: มีกลุ่มคลัสเตอร์ยางพาราลุ่มจังหวัดอีสานตอนบนเกิดขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: • มีกลุ่มคลัสเตอร์ยางพาราที่มีการลงทะเบียนเกิดขึ้น (โดยมีจำนวนกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการไม่น้อยกว่า ... ราย)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนแนวทางการดำเนินงาน	เดือนที่ 1				
ส่งเสริมการรวมกลุ่มภายในจังหวัด	เดือนที่ 2-3				
วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการรวมกลุ่ม และหาแนวทางการแก้ไข	เดือนที่ 4				
ขยายผลการรวมกลุ่มไปสู่กลุ่มจังหวัดอีสานตอนบน	เดือนที่ 5-6				

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- พื้นที่ภาคอีสานตอนบนนี้ได้รับการกำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง
- วัฒนธรรมของภาคอีสานมีความเชื่อมโยงของกับของลาว ทำให้มีโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้
- จังหวัดบึงกาฬมีเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมหลายเส้นทางที่เชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียงได้หลายเส้นทาง

ตารางที่ 3.11-43: สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ปี พ.ศ. 2557

จังหวัด	2557	
	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	7,777,597	15,251.05
อุดรธานี	3,049,610	7,445.70
เลย	1,564,615	2,617.03
หนองคาย	2,380,910	4,196.40
หนองบัวลำภู	324,844	306.90
บึงกาฬ	**457,618**	**685.02**

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561 - 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของ

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.11-19: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดบึงกาฬ



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-44: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[30]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.2	โครงการพิพิธภัณฑ์/ หอวัฒนธรรมบึงกาฬ	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	เป็นที่รวบรวมความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่และประเพณีวัฒนธรรมของจังหวัดบึงกาฬ
1.2 / 1.4 / 7.1	โครงการจัดทำแอพพลิเคชั่นแหล่งข้อมูล Tourist Center	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	จัดทำแอพลิเคชั่นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหารของจังหวัดบึงกาฬเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ
1.3 / 6.1 / 6.5 / 7.1	โครงการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมกิจกรรมการ ท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ / โครงการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวทางสื่อโทรทัศน์ / โครงการผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์จังหวัด (สิ่งพิมพ์, แผ่นพับ,ฯลฯ) (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.จังหวัด / สนง.วัฒนธรรมจังหวัดบึงกาฬ /สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดบึงกาฬ	ส่งเสริมงานประชาสัมพันธ์ด้านเรื่องราว กิจกรรม และการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ
2.1	โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังวัดบึงกาฬ	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	สำรวจและศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและความต้องการในการใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหารของนักท่องเที่ยว
2.2 / 2.3	โครงการจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยว จ.บึงกาฬ (แผนพัฒนาจังหวัด)	องค์การบริหารส่วนจังหวัดบึงกาฬ	พัฒนาแผนงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
4.1 / 4.2 / 4.3 / 7.3	โครงการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการหรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยว / โครงการจัดอบรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอปท.	พัฒนาศักยภาพบุคลากร เสริมสร้างเครือข่ายระหว่างภาคส่วนต่างๆ พร้อมจัดตั้งกลไกการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมจัดทำกรอบคู่มือการปฏิบัติงานที่เหมาะสม

[30] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	มัคคุเทศก์ และอาสาสมัครช่วยเหลือด้าน การท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)		
5.1 / 5.6	โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว / โครงการถนนเพื่อการท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.ทางหลวงชนบท / แขวงการ	ปรับปรุงถนนและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
5.2	โครงการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด / อปท. / สนง.ยธ.จ.บก./	ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัด
5.3	โครงการบริหารตามแผนแม่บทในการจัดการขยะมูลฝอยจังหวัดบึงกาฬ / โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรปุาไม้แบบบูรณาการ / โครงการอนุรักษ์ และฟื้นฟูแหล่งน้ำ (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	พัฒนาแผนงานในการบริหารจัดการขยะและดูแลสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ พร้อมดำเนินงานตามแผนงานดัง
5.4	โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก / โครงการ Q Restaurant	สนง.เกษตรจังหวัด	สร้างมาตรฐานของร้านอาหารและพ่อครัวให้มีคุณภาพตามหลักสากลเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.11-45: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.1 กำหนดมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
6.พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.2 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Routes) 6.3 การปรับปรุงของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP 6.4 ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในพื้นที่เพื่อเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แผนภาพที่ 3.11-20: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของจังหวัดบึงกาฬ



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดบึงกาฬ

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.11-46: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[31]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.2 / 3.1 / 3.2 / 3.4 / 3.5 / 5.4 / 5.5 / 6.3 / 6.4	โครงการยกระดับและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ	- สำรวจและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดขีดความสามารถในการรองรับของนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง พร้อมแนวทางการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ - พัฒนากลไกความร่วมมือในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ - กำหนดมาตรฐานการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ - ศึกษาและจัดทำข้อมูล ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางครอบคลุมทุกแหล่งท่องเที่ยงเชิงวัฒนธรรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.วัฒนธรรมจังหวัด

[31] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
		- กำหนดรูปแบบและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และสินค้า OTOP	
4.1	โครงการสร้างเสริมความรู้และพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์	เพื่อสร้างมาตรฐานและพัฒนามัคคุเทศก์ให้มีศักยภาพทางด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยว และภาษา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการยกระดับและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ

ที่มา / หลักการและเหตุผล: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวละกิจกรรมที่เกี่ยวข้องจึงมีการแข่งขันสูงมากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมและภาวะเศรษฐกิจ แต่ที่ผ่านมาการจัดการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่มีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างสรรค์กิจกรรมและการส่งเสริมการจัดการสินค้าและบริการไม่มีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ดังนั้นจังหวัดจึงต้องมีการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติของจังหวัดอย่างมีทิศทางและเป็นระบบเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดไปสู่ความสำเร็จได้อย่างครบถ้วนในทุกปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดได้อย่างยั่งยืน

สรุปแนวคิดโครงการ

- สำรวจและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดขีดความสามารถในการรองรับของนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง พร้อมแนวทางการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
- พัฒนากลไกความร่วมมือในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
- กำหนดมาตรฐานการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่
- ศึกษาและจัดทำข้อมูล ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางครอบคุมทุกแหล่งท่องเที่ยงเชิงวัฒนธรรม
- กำหนดรูปแบบและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และสินค้า OTOP

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว
- สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ บุคลากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- สำรวจข้อมูล ที่ตั้ง และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- เชื่อมโยงเส้นทาง ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- เผยแพร่ข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / อบจ. / สนง.วัฒนธรรมจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: • รายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น • พัฒนาข้อมูล เส้นทางการเดินทางของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งแบบบูรณาการกัน
ผลผลิต: แผนงานพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด / ข้อมูล และเส้นทางการเดินทางของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกัน
ตัวชี้วัดของโครงการ: • จำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งเพิ่มมากขึ้น • รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
วางแผนแนวทางการดำเนินงาน	เดือนที่ 1				
สำรวจ รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	เดือนที่ 2				
เชื่อมโยงข้อมูล เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	เดือนที่ 3				
ศึกษาวิจัย และพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด	เดือนที่ 3-5				
ข้อมูลให้นักท่องเที่ยว	เดือนที่ 5-6				

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างเสริมความรู้และพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดบึงกาฬมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งจากในประเทศและต่างประเทศจำนวนมาก แต่ยังคาดแคลนมัคคุเทศก์ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งศักยภาพด้านภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศอีกจำนวนมาก เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยงจึงควรพัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนของมัคคุเทศก์ในแต่ละพื้นที่ให้มากขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว อาทิ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว ภาษา คู่มือการปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยว กลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. อบรมให้ความรู้ 2. ศึกษาดูงาน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / หอการค้า / สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: มัคคุเทศก์มีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวและภาษา
ผลผลิต: มีการฝึกอบรมมัคคุเทศน์ในพื้นที่
ตัวชี้วัดของโครงการ: • จำนวนมัคคุเทศน์ที่ผ่านอบรม • ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนแนวทางการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / หอการค้า / สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	
รับสมัครเยาวชน หรือผู้ที่สนใจเป็นมัคคุเทศก์	เดือนที่ 2				
ฝึกอบรม ให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวและภาษา	เดือนที่ 3-4				
สรุปผลการฝึกอบรมเพื่อนำไปพัฒนามัคคุเทศก์รุ่นต่อไป	เดือนที่ 5				

3.2 กลุ่มที่ 12 (จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม จังหวัดสกลนคร)

3.2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ และ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัด กลุ่มที่ 12

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 ประกอบไปด้วยจังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม จังหวัดสกลนคร ตั้งอยู่บริเวณทางตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีแม่น้ำโขงเป็นเส้นกั้นพรมแดน ที่จังหวัดนครพนมและจังหวัดมุกดาหาร มีสะพานมิตรภาพเชื่อมประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนม โดยมีเส้นกั้นพรมแดนระหว่างประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตามแนวลำน้ำโขง มีพื้นที่รวมประมาณ 19,474.47 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 12,190,433 ไร่ โดยสามารถแบ่งพื้นที่ของแต่ละจังหวัด ได้ดังนี้

จังหวัดมุกดาหาร	มีพื้นที่	4,339.83	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดนครพนม	มีพื้นที่	5,528.88	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดสกลนคร	มีพื้นที่	9,605.76	ตารางกิโลเมตร

จังหวัดมุกดาหาร มีลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ภูเขาอยู่ทางด้านตะวันตกของจังหวัด ประกอบด้วยภูเขาสูงชันหลายเทือกเขาติดต่อกัน ส่วนที่ราบจะอยู่ระหว่างพื้นที่ภูเขาต่อเนื่องมาจนถึงแม่น้ำโขง โดยเป็นที่ราบลุ่มที่กว้างใหญ่ ส่วนบริเวณชายแดนติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ลักษณะภูมิประเทศจะเป็นที่ราบลุ่ม ขนานไปตามแม่น้ำโขง

จังหวัดนครพนม มีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม สภาพภูมิประเทศ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 เขต คือ เขตตอนเหนือ มีสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเนินสูง และที่ดอน ในขณะที่เขตตอนใต้มีพื้นที่บริเวณใกล้แม่น้ำโขงทางทิศตะวันออกเป็นที่ราบลุ่มส่วนทางทิศตะวันตก ซึ่งอยู่ห่างจากแม่น้ำโขงออกไปเป็นพื้นที่ดอนมีสภาพเป็นป่าเต็งรัง พื้นดินส่วนมากมีลักษณะเป็นดินลูกรังบางแห่งมีลักษณะเป็นที่เนิน

จังหวัดสกลนคร มีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปทางด้านทิศใต้เป็นเทือกเขาสูง จากนั้นจะค่อยๆ เอียงลาดลงมาทางทิศเหนือและทิศตะวันออก พื้นที่ด้านตะวันออกและตะวันตกของจังหวัด มีสภาพพื้นที่แบบลูกคลื่นลอนลาด ส่วนทิศเหนือ บางส่วนจะเป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมซึ่งใช้ทำนาได้บางส่วนเท่านั้น

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้นในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ประมาณ 106,390 ล้านบาท ซึ่งมีลดลงจากช่วงปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 1.2 โดยภาคเศรษฐกิจที่โดดเด่นคือภาคบริการ คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละประมาณ 65 ของมูลค่าเศรษฐกิจทั้งหมดของพื้นที่

หากจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าจังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 44 มีมูลค่าอยู่ที่ 46,837 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดนครพนม และมุกดาหารตามลำดับ

ทางด้านนโยบาย และการขับเคลื่อนของพื้นที่นั้น มีการกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสินค้าเกษตรคุณภาพ ทั้งในส่วนของเกษตรปลอดภัย และเกษตรอินทรีย์ โดยให้ความสำคัญกับทั้งพืชเศรษฐกิจ อาทิ มันสำปะหลัง และข้าว รวมทั้งมีแนวทางในการผลักดันโคท้องถิ่น ไปสู่การผลิตและการค้าเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น ในส่วนของการท่องเที่ยวนั้น ในพื้นที่ยังคงเน้นการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงตามทิศทางของกระทรวงการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้พื้นที่เป็นเมืองการค้าชายแดนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเชื่อมโยงการค้าของภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้าน ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจากตัวชี้วัดการพัฒนาพบว่าประเด็นศักยภาพแรงงานที่ค่อนข้างต่ำของพื้นที่เป็นประเด็นที่ค่อนข้างเด่นชัด ซึ่งสะท้อนมาสู่แนวทางการทำการเกษตรของพื้นที่ที่ยังสะท้อนให้เห็นว่าทิศทางการทำการเกษตรของกลุ่มจังหวัดยังเน้นที่ปริมาณอยู่มากกว่าเน้นที่คุณภาพ หรือมูลค่าเพิ่ม ซึ่งท้ายที่สุดจะทำให้เกษตรกรในพื้นที่อาจต้องประสบกับปัญหาจากราคาสินค้าเกษตรที่มีความผันผวนได้

ทั้งนี้ จากข้อมูลศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาทั้งหมด สามารถสรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่จะนำมาใช้ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในแต่ละจังหวัด ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
มุกดาหาร	การค้าชายแดน	ท่องเที่ยวชุมชน
นครพนม	ข้าว	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
สกลนคร	โคเนื้อ	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของแต่พื้นที่ และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีผลสรุป ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม และจังหวัดสกลนครนี้ พบว่ามีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ 106,390 ล้านบาท ซึ่งมีลดลงจากช่วงปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 1.2 โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่นี้จะอยู่ที่ภาคบริการ โดยมีสัดส่วนในช่วงระยะเวลาของปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2558) อยู่ระหว่างร้อยละ 59 – 65 มาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการค้า และการขนส่ง ตามมาด้วยภาคการเกษตรซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 27 – 34 ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรม มีสัดส่วนที่น้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่เพียงร้อยละประมาณ 7 - 8 เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเรื่องของการเติบโตของแต่ละภาคเศรษฐกิจนั้น จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจของพื้นที่นี้มีการเติบโตที่ค่อนข้างผันผวน โดยในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2557 เศรษฐกิจของพื้นที่ทั้งหมดลดลงทั้งสิ้น โดยในภาพรวมมีการลดลงกว่าร้อยละ 6.3 และเฉพาะในภาคภาคการเกษตรมีการลดลงมากที่สุดถึงร้อยละ 17 ในขณะที่ปี พ.ศ. 2558 นั้น มีการลดลงกว่าร้อยละ 1.2 และยังเป็นภาคการเกษตรที่มีอัตราการลดลงสูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 10.2 ทั้งนี้มีเพียงภาคบริการที่ในปี พ.ศ. 2558 กลับมีการเติบโตขึ้นเล็กน้อย โดยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 3.2 (ในปี พ.ศ. 2557 ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 0.6) ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมนั้นยังคงมีอัตราการเติบโตที่ลดน้อยลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2558 ลดลงที่อัตราร้อยละ 1.5 (ในปี พ.ศ. 2557 ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 2.5)

ตารางที่ 3.12-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวม พื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร	38,899	32,279	-17.0	28,984	-10.2
(สัดส่วน ร้อยละ)	(34)	(30)		(27)	
อุตสาหกรรม	8,514	8,301	-2.5	8,177	-1.5
(สัดส่วน ร้อยละ)	(7)	(8)		(8)	
บริการ	67,518	67,095	-0.6	69,229	3.2
(สัดส่วน ร้อยละ)	(59)	(62)		(65)	
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	114,931	107,675	-6.3	106,390	-1.2

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม 12**

หากพิจารณาในมุมของพื้นที่ จำแนกตามจังหวัด จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 สูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 44 มีมูลค่าอยู่ที่ 46,837 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดนครพนมอยู่ที่ร้อยละ 36 หรือประมาณ 38,073 ล้านบาทและจังหวัดมุกดาหาร อยู่ที่ร้อยละ 20 หรือประมาณ 21,480 ล้านบาท ตามลำดับ

ทั้งนี้ ในมุมของการเติบโตนั้น พบว่าในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดสกลนคร (ซึ่งมีสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงที่สุด) และจังหวัดมุกดาหารมีอัตราการเติบโตที่ลดลง ในขณะที่จังหวัดนครพนม มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย (ร้อยละ 0.1)

ตารางที่ 3.12-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
มุกดาหาร (สัดส่วน ร้อยละ)	22,058 (20)	21,520 (20)	-2.4	21,480 (20)	-0.2
นครพนม (สัดส่วน ร้อยละ)	40,700 (35)	38,027 (35)	-6.6	38,073 (36)	0.1
สกลนคร (สัดส่วน ร้อยละ)	52,173 (45)	48,129 (45)	-7.8	46,837 (44)	-2.7
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	114,931	107,675	-6.3	106,390	-1.2

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.2.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 12

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 ดังนี้

ตารางที่ 3.12-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)</u> **ยุทธศาสตร์ที่** 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน **ยุทธศาสตร์ที่** 4 การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม **ยุทธศาสตร์ที่** 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ มีกรอบและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดทำแผนพัฒนาอื่นๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านการผลิต บริการ การค้า การลงทุน และการพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน + สร้างการพัฒนาของเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืน รวมถึงสร้างความเจริญแก่ทุกภาคส่วนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ**	+ สร้างงานและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้และความกินดีอยู่ดีของประชาชน

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
● เป้าหมายภาคอีสาน การพัฒนาเพื่อการหลุดพ้นจากความยากจนสู่เป้าหมายสู่การพึ่งตนเอง (อีสานพึ่งตนเอง)	+ สร้างห่วงโซ่คุณค่าของภาคการเกษตรเพื่อสร้างรายได้ให้แก่พื้นที่อย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการต่อยอดสิ่งที่มีศักยภาพอยู่แล้วในแต่ละพื้นที่ + กระจายความเจริญ ไปสู่พื้นที่ต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ประชาชนมีระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสารณูปโภค และระบบสาธารณูปการที่เหมาะสม
<u>ยุทธศาสตร์ด้านเกษตรกรรม</u> ● **สินค้าเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)** – มันสำปะหลัง ข้าว โค กระบือ ● **ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างกิจกรรมเศรษฐกิจทั้งห่วงโซ่มูลค่าของผลผลิตเกษตร เป้าหมาย รายได้และความผาสุกของเกษตรกรและสถาบันเกษตรเพิ่มขึ้น + มีประสิทธิภาพของผลผลิตจากการเกษตรกรรมเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าภาคการเกษตรเพิ่มสูงขึ้น + ฟื้นฟูทรัพยากรเกษตร และใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน - ปัจจัยการผลิตของสินค้าเกษตรเป้าหมายมีราคาสูงขึ้น จากความต้องการปัจจัยการผลิตในพื้นที่สูงขึ้น
<u>ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม</u> ● **ศักยภาพอุตสาหกรรม (กระทรวงอุตสาหกรรม)** **–** แปรรูปการเกษตร โรงฆ่าสัตว์ เนื้อโพนยางคำ ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งเกิดการเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่มูลค่าทั้งในและต่างประเทศ + ยกระดับผลิตภาพ มาตรฐานและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเป้าหมาย + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ทั้งในแง่คุณภาพและปริมาณ ตลอดจนองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย - ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงจากผลกระทบของการประกอบอุตสาหกรรมฯ
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว</u> ● **เป้าหมาย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)** – เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง: การท่องเที่ยวตามลำน้ำโขง เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ● **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2**	+ สร้างพื้นที่ท่องเที่ยว สินค้าและบริการตามลำน้ำโขงที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงสร้างความเชื่อมโยงภาพการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวภายใต้วัฒนธรรมของลำน้ำโขง - ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรมได้รับความเสียหายจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเมือง และโครงสร้างพื้นฐาน**</u> ● **เมืองเป้าหมาย – นครพนม** – เมืองชายแดน ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง 2558 – 2565** - การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง เช่น บ้านไผ่-นครพนม - การเพิ่มขีดความสามารถทางหลวงเชื่อมโยงฐานการผลิตของประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน - โครงการศูนย์การขนส่งชายแดนจังหวัดนครพนม	+ กระจายความเจริญ สังคมเมือง และกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปสู่เมืองเป้าหมายในการพัฒนา เช่น นครพนม เพื่อยกระดับความกินดีอยู่ดีของประชาชนในพื้นที่ + พัฒนาโครงข่ายการคมนาคมทางรางในประเทศ รวมถึงสร้างความเชื่อมโยงทางด้านคมนาคมในพื้นที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน - ปัญหาการลักลอบเข้าเมืองของแรงงานต่างด้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีความเสี่ยงทั้งในเชิงความมั่นคง สาธารณสุข ตลอดจนการแย่งงานคนในพื้นที่
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านการค้า / เขตเศรษฐกิจพิเศษ / การค้าชายแดน**</u> ● **ตำแหน่งยุทธศาสตร์การค้า (ก.พาณิชย์)** – ศูนย์กลางสินค้าเกษตรและปศุสัตว์ และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแห่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ● **เชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่ชายแดน เขตเศรษฐกิจชายแดน ตลอดจนเชื่อมโยงระบบการผลิตกับพื้นที่ตอนในของประเทศ** ● **นครพนม –** ท่องเที่ยว โรงแรม ศูนย์แสดงสินค้า **มุกดาหาร –** การค้า การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ คลังสินค้า อิเล็กทรอนิกส์	+ เกิดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่ศักยภาพในการเชื่อมโยงกับพื้นที่ประเทศลาว ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์จากต้นทุนค่าแรงที่ต่ำกว่าได้ + กระตุ้นให้เกิดมูลค่าการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยและลาวที่เพิ่มสูงขึ้น และสามารถพัฒนาสิ่งอำนวยความทางการค้าชายแดน ตลอดจนสามารถสนับสนุนการส่งออกสินค้าไปยังประเทศจีนและเวียดนาม + เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคการผลิตและกระจายสินค้าภายในประเทศ กับพื้นที่ชายแดนซึ่งเป็นศูนย์กระจายสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน - เกิดการลักลอบนำเข้า และส่งออกสินค้าผิดกฎหมาย รวมถึงสินค้าหลบเลี่ยงภาษี ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ
<u>**แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด**</u> ● **วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด** ส่งเสริมการเกษตรด้วยนวัตกรรม ท่องเที่ยว 3 ธรรม เชื่อมโยง 3 ประเทศ มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจสู่อาเซียน ● **จุดเน้นยุทธศาสตร์ (Positioning)** 1. การท่องเที่ยว - ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม 2. การเกษตร – พัฒนาการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการเกษตร 3. การค้า การลงทุน - เพิ่มขีดความสามารถด้านการค้าการลงทุนแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ส่งเสริมนวัตกรรม	+ เกิดการพัฒนาเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่อย่างบูรณาการทั้งโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถสนับสนุนกิจกรรมทางที่เชื่อมโยงกันทั้งห่วงโซ่มูลค่าภายในพื้นที่ + ยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีอย่างเป็นรูปธรรมภายในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขง + เกิดการรวมกลุ่มทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนภายในพื้นที่กลุ่มจังหวัด ซึ่งสร้างความเชื่อมโยงและเป็นเอกภาพภายในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้ว พื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) ด้วยจึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่า การวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking) เข้ามาใช้ และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.12-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 12

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	45.50	ร้อยละ	2
คนอายุ 15 -60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	99.17	ร้อยละ	2
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้	99.30	ร้อยละ	1
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	24.6	ร้อยละ	2
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	33.58	ร้อยละ	3
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	1,017	กก.ต่อไร่	14
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	-1.74	ร้อยละ	15
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	0.82	ร้อยละ	14
จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP	3	แห่ง	18
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	14.84	ร้อยละ	15
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ)*	2.56	ร้อยละ	10
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	423.69	ร้อยละ	17
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	98.85	ร้อยละ	5
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	-14.33	ร้อยละ	18
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	69.22	ร้อยละ	13
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	6.8	ร้อยละ	16

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	5.62	ร้อยละ	2
อัตราเงินเฟ้อ*	-0.6	ร้อยละ	4
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	92,321	บาท / คน / ปี	17
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	24.3	ร้อยละ	7
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	3.46	ร้อยละ	9
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	189,519	พันลิตร	18
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	91,397	พันลิตร	18
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	2,074	กิโลวัตต์ / ชั่วโมง / ราย	1

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.12-6: การจักตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 - 4
Quartile 2	ดี	5 - 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 - 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดมุกดาหาร นครพนม และ สกลนคร ได้ดังนี้

1) กลุ่มจังหวัดมีประชากรที่มีงานทำอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างมาก [คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (2), คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (1)] และมีอัตราการพึ่งพิงของประชากรวัยเด็กและชราค่อนข้างต่ำ [อัตราพึ่งพิง (1)] เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มจังหวัดอื่นๆ
2) ผลิตภาพ (Productivity) แรงงานเฉลี่ยของจังหวัดอยู่ในระดับต่ำ [ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (17)] อาจสะท้อน ให้เห็นถึงการทำงานที่มีมูลค่าต่ำ

3) ภาพรวมเศรษฐกิจของจังหวัดเติบโตได้ดี [อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (2)] โดยมีผลมาจากภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตร [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (2), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (3)] แสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางด้านการเกษตรของกลุ่มจังหวัด
4) ข้อมูลผลิตภาพ (Productivity) ในภาคการเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ และผลผลิตสินค้าเกษตรมีแนวโน้มลดลง [ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่ (14), อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย (15)] รวมถึงมาตรฐานทางการเกษตรที่ต่ำ [อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด (14), จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP (18)] แสดงให้เห็นว่าทิศทางการทำการเกษตรของกลุ่มจังหวัดยังเน้นที่ปริมาณ มากกว่าเน้นที่คุณภาพ หรือมูลค่าเพิ่ม
5) แม้ว่าภาพรวมของทางด้านการเกษตรจะดีขึ้น แต่หากพิจารณาข้อมูลในเรื่องคุณภาพชีวิตของเกษตรกร [สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร (15), สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (17)] จะเห็นได้ว่ายังคงมีปัญหาหนี้สินอยู่ เกษตรกรอาจยังต้องมีการกู้ เพื่อมาทำการเกษตรแบบเดิมๆ ซึ่งอาจเป็นสิ่งยืนยันเพิ่มเติมว่าการขับเคลื่อนด้านการเกษตรของกลุ่มจังหวัดเน้นไปที่ปริมาณ มากกว่าคุณภาพ (มูลค่าสูง)
6) ซึ่งท้ายที่สุดทำให้อัตราการขยายตัวของจำนวนเกษตรกรที่ลดลง [อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่ (18)]

3.2.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 12

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย และยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (External Factors) และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้น จึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวม โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 ทั้งมีศักยภาพในการผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย ยางพารา ปาล์มน้ำมัน เป็นต้น โดยมีพื้นที่การปลูก ผลผลิตพืชเศรษฐกิจและจำนวนสัตว์เศรษฐกิจ ของกลุ่มจังหวัดฯ

S2 มีแหล่งท่องเที่ยว ที่สำคัญหลากหลาย ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กลุ่มจังหวัด ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทเชิงธรรมชาติและสัตว์ป่า

S3 มีงานประเพณี วัฒนธรรม และสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

S4 มีแหล่งรวมและกระจายสินค้าไปสู่ตลาดภายในประเทศ และออกสู่ตลาดต่างประเทศ ที่สำคัญหลายแห่ง ได้แก่ ด่านศุลกากรจังหวัดมุกดาหาร ตลาดอินโดจีนจังหวัดมุกดาหาร

S5 มีสนามบิน แห่ง ในกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อให้สามารถรองรับนักธุรกิจและ 2 นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านได้

S6 มีอาณาเขตและเส้นทางคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านและสามารถผ่านเข้าไปจีนตอนใต้ ได้ โดยผ่านสะพานมิตรภาพ 2 (จังหวัดมุกดาหาร) และสะพานมิตรภาพ (จังหวัดนครพนม)

S7 มีการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่จังหวัดนครพนม

S8 มีปริมาณน้ำฝน ระบบชลประทานที่มีคุณภาพ และแหล่งกักเก็บน้ำจานวนมาก

S9 มีที่พักและโรงแรมที่ได้มาตรฐานไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

S10 มีสินค้าทางการเกษตรที่เป็นที่รู้จักและยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

S11 มีการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่จังหวัดนครพนม

S12 มีแรงงานจำนวนมาก สามารถรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการในอนาคต รวมถึงมีอัตราการว่างงานต่ำ

S13 มีความสามารถในการแข่งขันด้านการเกษตรค่อนข้างสูง โดยมีสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 ขาดการเชื่อมโยงกับตลาดเกษตรกรจึงไม่สนใจเข้าสู่ระบบ GAP เนื่องจาก ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรยัง คงให้ความสนใจ ต่อผลผลิตการเกษตร GAP ในระดับที่ต่ำ

W2 สภาพเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดมีความทั่วถึง แต่ยังไม่สะดวกในบางช่วงเช่น ขาดระบบการขนส่งทางรางที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองหลักและเมืองหลวง

W3 ขาดองค์ความรู้และข้อมูลการตลาดประเทศเพื่อนบ้านยังไม่เพียงพอ เนื่องจากผู้ประกอบการสินค้า OTOP เน้นการจำหน่ายภายในประเทศ เป็นหลักขาดองค์ความรู้ในการค้าขายกับต่างประเทศ

W4 ทรัพยากรป่าไม้ในกลุ่มจังหวัดฯ มีพื้นที่น้อยเมื่อเทียบกับพื้นที่ทั้งหมดของกลุ่มจังหวัดฯ

W5 ประชาชนในกลุ่มจังหวัดฯ อยู่ในเกณฑ์ความยากจน สาเหตุจากประชากร ในกลุ่มจังหวัดฯ มีอาชีพด้านการเกษตร เป็นสำคัญ ซึ่งราคาพืชผลการเกษตรมีความไม่แน่นอน มีผลต่อรายได้ของประชาชน

W6 การบริหารจัดการน้ำยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

W7 มีผลิตภาพแรงงานต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

W8 การบริการพื้นฐานภาครัฐ ยังไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะบริการด้านสุขภาพ สัดส่วนแพทย์ต่อประชากรอยู่ในระดับสูงและยังมีปัญหาโรคเฉพาะถิ่น

W9 มีผลิตภาพในปัจจุบันและอัตราการขยายตัวของผลิตภาพในการผลิตสินค้าเกษตรต่ำ (เน้นการเกษตรเชิงปริมาณ มากกว่าเชิงคุณภาพ ที่มีมูลค่าสูง)

W10 เกษตรกรยังมีปัญหาหนี้สินจำนวนมาก

W11 ภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ยังมีขนาดค่อนข้างเล็ก และมีศักยภาพในการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมที่ค่อนข้างจำกัด

โอกาส (Opportunities)

O1 การคมนาคมมีการขยายตัวมากขึ้น รองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เส้นทาง EWEC ฯลฯ

O2 ประเทศเพื่อนบ้านมีความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มจังหวัดฯ ทั้งในแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ อีกทั้งประชากรในประเทศเพื่อนบ้านและในกลุ่มจังหวัดฯ มีขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณีที่คล้าย คลึงกัน และมีประชาชนบางส่วนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางเชื้อชาติ ซึ่งส่งผลดีต่อการประกอบธุรกิจ

O3 ผู้บริโภคในประเทศเพื่อนบ้าน มีความนิยมสินค้าอุปโภคและสินค้าอุตสาหกรรมจากประเทศไทยที่ส่งมาขายผ่านทางกลุ่มจังหวัดฯ

O4 สาธารณรัฐประชาชนจีนมีนโยบายการสนับสนุนและส่งเสริมการค้าการลงทุนกับประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยในปัจจุบัน สาธารณรัฐประชาชนจีนให้ความสำคัญ ต่อการค้าการลงทุนกับประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยจะใช้เส้นทาง จีนตอนใต้ ลงมาสู่ ไทย – สปป.ลาว – เวียดนาม พม่า-เวียดนาม

O5 มีความเชื่อมโยงด้านการค้า การลงทุน ซึ่งกันและกัน ทั้งในและนอกเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัด

O6 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน โดยกลุ่มจังหวัดฯ มีพืชเศรษฐกิจที่สามารถนำไปผลิตเป็นพลังงานทดแทนได้อย่างเพียงพอ เช่น มันสำปะหลัง มูลสัตว์ เป็นต้น

O7 มีการขนส่งสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน สปป.ลาว และเวียดนาม โดยมีโครงการลงทุนก่อสร้างทางรถไฟจากสะหวันนะเขตไปชายแดนที่ด่านลาวบาว ลงทุนโดยบริษัทจากมาเลเซีย

O8 นโยบายรัฐบาลพัฒนาระบบรถไฟรางคู่ เพื่อการขนส่งระหว่างเมืองและเชื่อมต่อภูมิภาคโดยระบบรางตามแนวเศรษฐกิจด้านตะวันออก – ตะวันตก (East-West Economic Corridor)

อุปสรรค (Threats)

T1 เนื่องจากกลุ่มจังหวัดฯมีอาณาเขตติดกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีแนวชายแดนยาว 26 กิโลเมตร ซึ่งทำให้ในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อาจก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาเช่น โรคติดต่อตามแนวชายแดนที่สำคัญ

T2 เทือกเขาภูพานเป็นอุปสรรคต่อการขนส่งของกลุ่มจังหวัดฯ โดยมีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่มีความลาดชันและสูง 52 เมตร จากระดับน้ำทะเล รวมทั้งมีความคดเคี้ยว ทำให้การคมนาคมขนส่งต้องใช้เวลามาก มีค่าใช้จ่ายสูงกว่าปกติ ตลอดจนเกิดปัญหาอุบัติเหตุบ่อยครั้ง

T3 Cross Border Transport Agreement (CBTA) มีข้อตกลงให้เฉพาะสินค้าที่ส่งผ่านสะพานมิตรภาพ 2 (จังหวัดมุกดาหาร) เป็นสินค้าผ่านแดน (Transit) สามารถส่งผ่านไปยังประเทศที่สามได้แต่ในขณะที่สินค้าที่จะส่งผ่านสะพานมิตรภาพ (จังหวัดนครพนม) ไม่มีข้อตกลงให้เป็นสินค้าผ่านแดนจึงมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเมื่อต้องการส่งไปยังประเทศที่สาม

T4 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจะยอมรับสินค้าประเภทผลไม้จากประเทศไทยตามกระบวนการ CIQ ในกรณีที่ส่งผ่านมาทางสะพานมิตรภาพ 2 (จังหวัดมุกดาหาร) เท่านั้น แต่สำหรับสินค้าผลไม้ที่ส่งผ่านมาทางสะพานมิตรภาพ (จังหวัดนครพนม) จะส่งออกไปได้ถึงเฉพาะประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

T5 ปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงาน ทั้งจากประเทศเพื่อนบ้านมาสู่ภาค และจากภาคซึ่งส่วนใหญ่เป็นสังคมชนบทที่มีความเอื้ออาทรช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มาสู่สังคมเมืองที่ต่างคนต่างอยู่ ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต

T6 มีแนวโน้มจะขาดแคลนเกษตรกรในอนาคตเนื่องจากมีจำนวนเกษตรกรลดลงอย่างต่อเนื่อง

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 12 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัด และสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายใน ประเทศของพื้นที่กลุ่ม 12 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 12 ดังนี้

3.2.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดมุกดาหาร

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดมุกดาหาร

จังหวัดมุกดาหาร ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

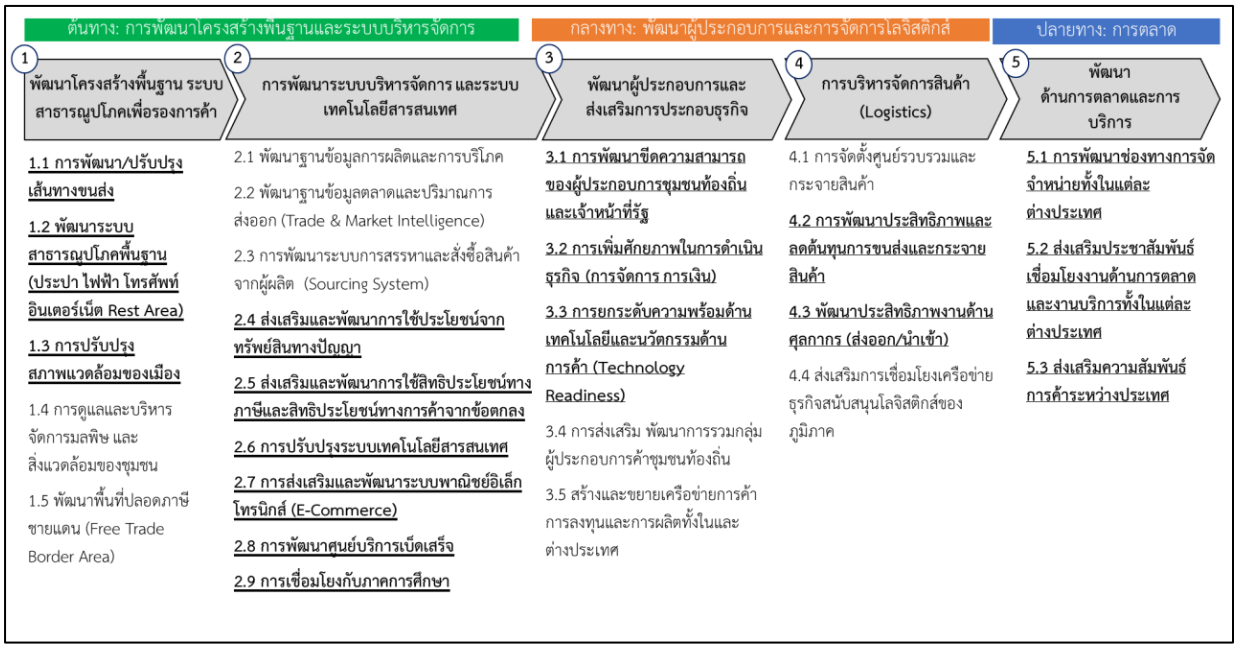
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
การค้าชายแดน	- จังหวัดมุกดาหารมีมูลค่าการค้าชายแดนไทย–สปป.ลาว ที่ค่อนข้างสูงในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ - ด้วยนโยบายในการพัฒนาเส้นทางคมนาคมของไทยและการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในสะหวันนะเขต มีโอกาสที่จะเพิ่มปริมาณการขนส่ง และการค้าขายชายแดนเพิ่มมากขึ้นได้
ท่องเที่ยวชุมชน	- จังหวัดมุกดาหารมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจำนวนมาก และมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบในพื้นที่ - แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ยังสามารถคงเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: การค้าชายแดน</u>

ภายใต้ประเด็นการค้าชายแดน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 5 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการค้า 2) การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ 4) การบริหารจัดการสินค้า และ 5) พัฒนาด้านการตลาดและบริการ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดนของจังหวัดมุกดาหาร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองการค้า	1.4 การดูแลและบริหารจัดการมลพิษ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน 1.5 พัฒนาพื้นที่ปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area)
2. การพัฒนาระบบบริหารจัดการและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	2.1 พัฒนาฐานข้อมูลการผลิตและการบริโภค 2.2 พัฒนาฐานข้อมูลตลาดและปริมาณการส่งออก (Trade & Market Intelligence) 2.3 การพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต (Sourcing System)
3. พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ	3.4 การส่งเสริม พัฒนาการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้าชุมชนท้องถิ่น 3.5 สร้างและขยายเครือข่ายการค้า การลงทุนและการผลิตทั้งในและต่างประเทศ
4. การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	4.1 การจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า 4.4 ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจสนับสนุนโลจิสติกส์ของภูมิภาค

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4	โครงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	ปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร เพื่อรองรับการขยายตัวของภาคเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตขึ้น	สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัด
1.5	โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาพื้นที่เขตปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area) จังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาความเป็นไปได้ และรูปแบบแนวทางการพัฒนาพื้นที่เขตปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area)	คณะทำงานพิเศษ
2.1 / 2.2 / 2.3 / 2.6	โครงการพัฒนา Smart City จังหวัดมุกดาหาร	พัฒนาแนวทางการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลสำคัญของจังหวัดมุกดาหาร เพื่อรองรับการการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต	สนง.สถิติจังหวัด
2.1 / 2.2 / 2.3 / 2.6	โครงการพัฒนาและการเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาด การบริโภค และธุรกิจ	ปรับปรุงแนวทางการจัดเก็บ วิเคราะห์ ประมวล และนำเสนอ ข้อมูลเชิงลึกเพื่อประกอบการตัดสินใจในการทำธุรกิจ การค้า และการลงทุนในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร และสะหวันนะเขต	สนง.พาณิชย์ จังหวัด
3.3	โครงการเปิดโลกอุตสาหกรรม	อบรบให้ความรู้ ดูงานทางด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาต่อยอดอุตสาหกรรม และธุรกิจในพื้นที่	สนง.อุตสาหกรรม จังหวัด
3.4	โครงการเชื่อมโยงผู้ประกอบการรุ่นใหม่ไทย – ลาว	จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ และเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการรุ่นใหม่จากไทย-ลาว	สนง.พาณิชย์ จังหวัด

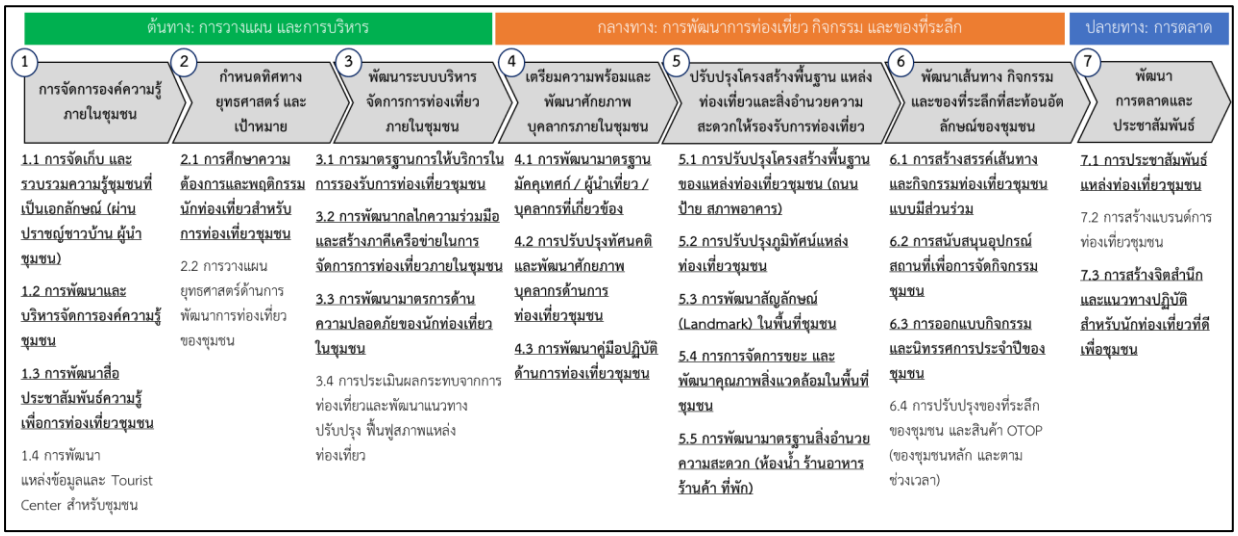
[1] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.1 / 4.3 / 4.4	โครงการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาความเหมาะสม และแนวทางการพัฒนาศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดมุกดาหาร	สนง.จังหวัด หน่วยงานสังกัดกระทรวง DE
5.1 / 5.2 / 5.3	โครงการสำรวจเส้นทางการค้า	ดำเนินการสำรวจเส้นทางการค้า การขนส่ง พร้อมศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจากเส้นทางขนส่ง และเมืองเป้าหมาย	สนง.พาณิชย์จังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวชุมชน

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การจัดการองค์ความรู้ภายในชุมชน 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนาเส้นทาง กิจกรรมและของที่ระทึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดมุกดาหาร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การจัดการองค์ความรู้ภายในชุมชน	1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.4 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนาเส้นทาง กิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน	6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของชุมชน และสินค้า OTOP (ของชุมชนหลัก และตามช่วงเวลา)
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชน

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.4	โครงการพัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourist Center)	พัฒนาแผนงานในการจัดตั้งศูนย์บริหารด้านการท่องเที่ยว พร้อมกำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.2 / 3.4	โครงการศึกษา และจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ พร้อมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.1	โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว	พัฒนาระบบฐานข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดแนวทางการนำเสนอเรื่องราวปละข้อมูลของสถานที่ พร้อมการพัฒนา Application รองรับการท่องเที่ยวของจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
5.4	โครงการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเมืองมุกดาหาร	พัฒนาแนวทางการจัดทำมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว ในด้านต่างๆ เฉพาะของจังหวัดมุกดาหาร	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.พาณิชย์

[2] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
			จังหวัด / หอการค้า
6.4	โครงการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน	ออกแบบ และพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนจังหวัดมุกดาหาร	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด / สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด
7.2	โครงการพัฒนา แบรนด์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาข้อมูลทางด้านการตลาด และพัฒนาแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร พร้อมกำหนดองค์ประกอบของแบรนด์ที่เกี่ยวข้อง	สนง.พาณิชย์จังหวัด

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดมุกดาหาร

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: การค้าชายแดน

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดมุกดาหารมีมูลค่าการค้าชายแดนไทย - สปป.ลาว ที่ค่อนข้างสูงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ด้วยนโยบายในการพัฒนาเส้นทางคมนาคม มีโอกาสที่จะเพิ่มปริมาณการขนส่ง และการค้าขายชายแดนเพิ่มมากขึ้นได้
- สปป. ลาว มีนโยบายในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวันนะเขต ซึ่งมีส่วนช่วยในการกระตุ้นการขนส่งและค้าขายผ่านแดนในเขตมุกดาหารเพิ่มขึ้นได้

ตารางที่ 3.12-7: มูลค่าการค้าชายแดนไทย – สปป.ลาว ปี 2557 – 2558

มูลค่าการค้าชายแดนไทย-ลาว	มูลค่า (ล้านบาท)					
	ปี 2557			ปี 2558		
	ส่งออก	นำเข้า	รวม	ส่งออก	นำเข้า	รวม
ประเทศไทย	**123,937.21**	**80,862.51**	**43,074.70**	**132,733.52**	**43,741.02**	**176,474.54**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**104,643.14**	**26,954.17**	**77,688.97**	**108,581.90**	**40,760.15**	**149,342.05**
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	68,485.27	2,552.20	65,933.07	64,175.22	6,265.10	70,440.32
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2	**20,977.39**	**22,773.34**	**43,750.73**	**30,499.21**	**31,435.91**	**61,935.12**
มุกดาหาร	**16,771.47**	**22,553.70**	**39,325.17**	**25,627.71**	**28,309.06**	**53,936.77**
นครพนม	4,205.92	219.64	4,425.56	4,871.50	3,126.85	7,998.35
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2	15,180.48	1,628.63	13,551.85	13,907.47	3,059.14	16,966.61

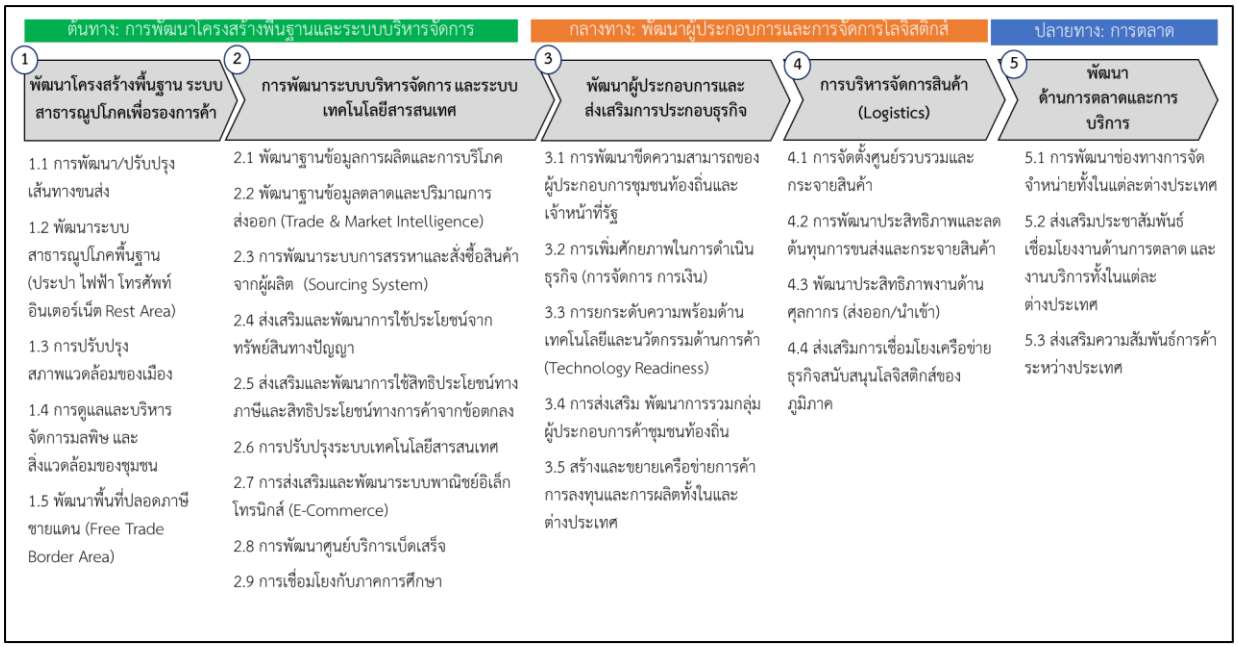
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561- 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 12-1: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดน ของจังหวัดมุกดาหาร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-8: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	โครงการพัฒนาการโครงสร้างคมนาคมพื้นฐาน		- สะพานเชื่อมวงแหวนรอบนอก / พัฒนาเส้นทางเชื่อมโยง EWEC - CY เชื่อมทางรถไฟ / Para EWEC / - พัฒนาสนามบิน
1.2	โครงการพัฒนาโครงสร้างโครงสร้างพื้นฐานรองรับด่านชายแดน		- Truck Terminal - ปรับปรุงสภาพด่านชายแดน - ขยายถนนรองรับการขยายตัวของการขนส่ง
1.3	โครงการออกแบบและวางผังเมือง	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	ออกแบบผังเมืองและกำหนดพื้นที่ในระดับชุมชน อำเภอ และระดับจังหวัด
2.4	โครงการพัฒนา GI แบบครบวงจร	สนง.พาณิชย์จังหวัด	สร้างการรับรู้ ให้ความรู้ และให้คำปรึกษาในเรื่องของการพัฒนาสินค้า GI

[3] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.5	โครงการเพิ่มศักยภาพและสร้างการรับรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ทางค้า	สนง.พาณิชย์จังหวัด	ประชาสัมพันธ์ และสร้างความเข้าใจในเรื่องของสิทธิประโยชน์ทางการค้า
2.6	โครงการ Net ประชารัฐ	ประชารัฐ / CAT	พัฒนาระบบโครงข่ายอินเตอร์เน็ตตามหมู่บ้าน (ให้เสถียร หรือเข้าถึงได้เท่าที่ควร)
2.7	เอกชนมีการดำเนินการเอง Thaitrade.com	เอกชน สนง.พาณิชย์จังหวัด (Ft)	พัฒนาช่องทางการขายสินค้าออนไลน์
2.8	โครงการจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ		มีการจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จรองรับการค้าและการลงทุนในระหว่างชายแดน และพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ
2.9	โครงการจัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยี และแหล่งข้อมูล (Knowledge Center)		-พัฒนาหน่วยงานที่จะทำหน้าที่เชื่อมโยงงานวิจัยของหน่วยงานวิจัย และภาคการศึกษาเพื่อมาขยายผลในพื้นที่ -พัฒนาแหล่งข้อมูลเพื่อให้ประชาชนในจังหวัดสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ต่างๆ ได้
3.1	โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และอุตสาหกรรม	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	อบรมแนวทางการดำเนินงานตามมาตรฐานสากล: ISO / GMP / HACCP / มผช / การออกแบบผลิตภัณฑ์
3.2	โครงการกองทุน SME 20,000 ล้าน	สนงอุตสาหกรรม.จังหวัด	ให้การสนับสนุนเงินทุนกับ SMEs ที่ผ่านการประเมิน
3.2	โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป	สนงอุตสาหกรรม.จังหวัด	พัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านเกษตรแปรรูป
3.3	โครงการยกระดับกระบวนการผลิต และนวัตกรรมสหกรณ์หนองสูง		พัฒนาขีดความสามารถ ติดตั้งเครื่องจักร และพัฒนาแนวทางการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมของสหกรณ์หนองสูง

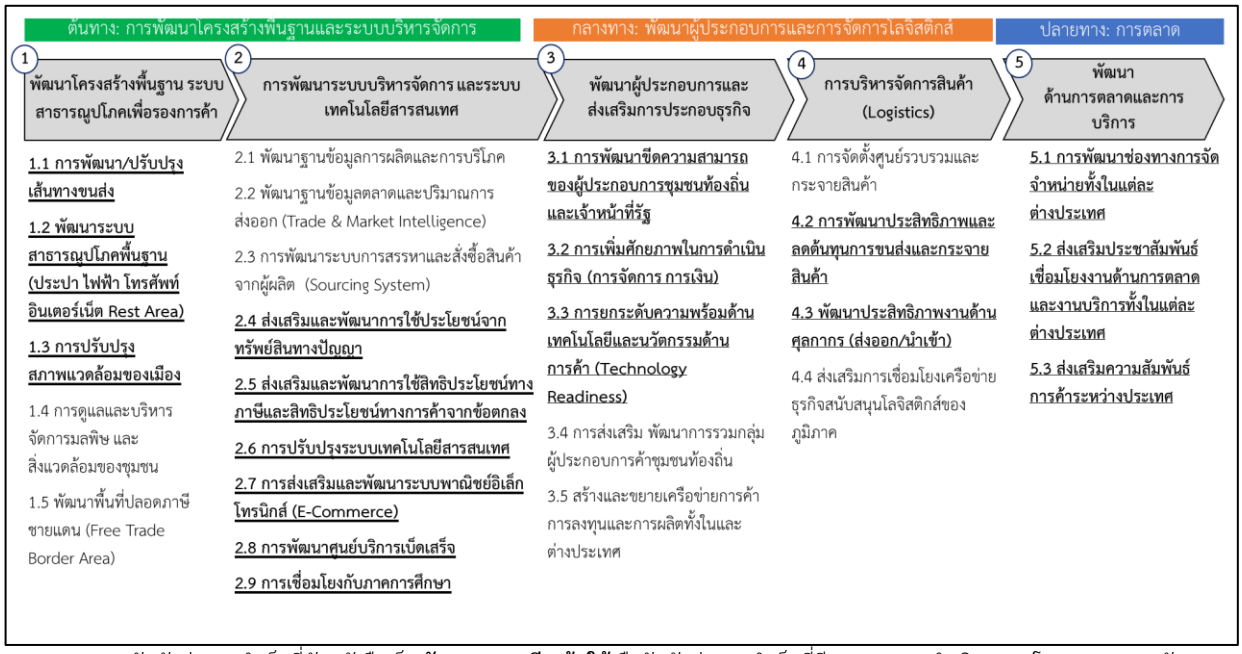
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.2	โครงการพัฒนา Single Form เชื่อมโยง GMS	JICA	พัฒนาแบบฟอร์มเพื่อการเดินทางระหว่างประเทศในแถบลุ่มน้ำโขง
4.2	โครงการปรับปรุง CIQ		ปรับปรุงกระบวนการของพิธีการศุลกากร (Custom) การตรวจคนเข้าเมือง (Immigration) และผ่านด่านตรวจกักกันพืชและสัตว์ (Quarantine) ในบริเวณด่านมุกดาหาร
5.1 / 5.2 / 5.3	โครงการพัฒนากิจกรรมและการประชาสัมพันธ์การค้า	สนง.พาณิชย์จังหวัด	จัดงานแสดงสินค้า / การจับคู่ธุรกิจ / การเชื่อมโยงประชาสัมพันธ์

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองการค้า	1.4 การดูแลและบริหารจัดการมลพิษ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน 1.5 พัฒนาพื้นที่ปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area)
2. การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	2.1 พัฒนาฐานข้อมูลการผลิตและการบริโภค 2.2 พัฒนาฐานข้อมูลตลาดและปริมาณการส่งออก (Trade & Market Intelligence) 2.3 การพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต (Sourcing System)
3.พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ	3.4 การส่งเสริม พัฒนาการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้าชุมชนท้องถิ่น 3.5 สร้างและขยายเครือข่ายการค้า การลงทุนและการผลิตทั้งในและต่างประเทศ
4.การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	4.1 การจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า 4.4 ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจสนับสนุนโลจิสติกส์ของภูมิภาค

แผนภาพที่ 12-2: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดนของจังหวัดมุกดาหาร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน /โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน /โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดมุกดาหาร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.12-10: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4	โครงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	ปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร เพื่อรองรับการขยายตัวของภาคเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตขึ้น	สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
1.5	โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาพื้นที่เขตปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area) จังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาความเป็นไปได้ และรูปแบบแนวทางการพัฒนาพื้นที่เขตปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area)	คณะทำงานพิเศษ

[4] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.1 / 2.2 / 2.3 / 2.6	โครงการพัฒนา Smart City จังหวัดมุกดาหาร	พัฒนาแนวทางการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลสำคัญของจังหวัดมุกดาหาร เพื่อรองรับการการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต	สนง.สถิติจังหวัด
2.1 / 2.2 / 2.3 / 2.6	โครงการพัฒนาและการเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาด การบริโภค และธุรกิจ	ปรับปรุงแนวทางการจัดเก็บ วิเคราะห์ ประมวล และนำเสนอ ข้อมูลเชิงลึก เพื่อประกอบการตัดสินใจในการทำธุรกิจการค้า และการลงทุนในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร และสะหวันนะเขต	สนง.พาณิชย์จังหวัด
3.3	โครงการเปิดโลกอุตสาหกรรม	อบรบให้ความรู้ ดูงานทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อมาต่อยอดอุตสาหกรรม และธุรกิจในพื้นที่	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
3.4	โครงการเชื่อมโยงผู้ประกอบการรุ่นใหม่ไทย – ลาว	จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ และเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการรุ่นใหม่จากไทย และลาว	สนง.พาณิชย์จังหวัด
4.1 / 4.3 / 4.4	โครงการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาความเหมาะสม และแนวทางการพัฒนาศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดมุกดาหาร	สนง.จังหวัดและหน่วยงานสังกัดกระทรวง DE
5.1 / 5.2 / 5.3	โครงการสำรวจเส้นทางการค้า	ดำเนินการสำรวจเส้นทางการค้า การขนส่ง พร้อมศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จากเส้นทางขนส่ง และเมืองเป้าหมาย	สนง.พาณิชย์จังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การแก้ไขปัญหาทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของจังหวัดมุกดาหารยังเน้นไปที่การรองรับการอยู่อาศัยทั่วไป แต่ยังไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจที่กำลังจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการเชื่มโยงโครงการข่ายคมนาคมเข้ามา และการขยายตัวของด่านชายแดน
สรุปแนวคิดโครงการ • วางแผนบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจสำคัญที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต อาทิ การขยายตัวของเมือง การเชื่อมโยงทางด้านคมนาคม การพัฒนาแหล่งอุตสาหกรรม การขยายตัวของด่ายแดน การเติบโตทางด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร • แผนงานจะครอบคลุมทั้งในเรื่องของ พื้นที่ (Zoning) แนวทางการป้องกัน แนวทางการบริหารจัดการ และแนวทางการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมต่างๆ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดูแลจัดการสิ่งแวดล้อมด้วย
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร 2. สัมภาษณ์ผู้บริหารจังหวัด และหัวหน้าส่วนราชการ 3. ศึกษาจากกรณีศึกษา 4. สำรวจพื้นที่ 5. ระดมสมอง 6. รับฟังความคิดเห็น
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สนง ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน โดยอาจมีการจ้างสถาบันการศึกษามาเป็นผู้ทำวิจัย 2. อาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในพื้นที่
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
ผลลัพธ์: พื้นที่จังหวัดมุกดาหารมีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม
ผลผลิต: รายงานศึกษาวิจัย
ตัวชี้วัดของโครงการ: มีการพัฒนารายงานศึกษาแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
วางแผนแนวทางการดำเนินงาน	1 เดือน (เดือน – เดือน)				
ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง นโยบาย และระเบียบต่างๆ	3 เดือน				
ศึกษากรณีศึกษา	2 เดือน				
สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	4 เดือน				
ประมวลผล และจัดทำร่างผลการศึกษา	2 เดือน				
รับฟังความคิดเห็น	1 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษาความเป็นไปได้พัฒนาพื้นที่ปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area)

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ยกระดับการค้าของด่านชายแดนมุกดาหาร

ส่งเสริมเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นภายในพื้นที่

พัฒนาเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า และแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนไทย ลาว และเวียดนาม

สรุปแนวคิดโครงการ

- พัฒนาพื้นที่บริเวณด่านชายแดนทั้งหมด ให้รองรับรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ โดยประกอบไปด้วย
- พื้นที่เชิงพาณิชย์ทั่วไป: ที่พัก ร้านอาหาร ที่ช้อปปิ้ง
- พื้นที่อุตสาหกรรม และการขนส่ง: เขตโรงงาน ขนส่ง โกดัง
- พื้นที่ท่องเที่ยว พักผ่อน: จุดพักผ่อน






สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ศึกษาความเป็นไปได้ (ดูแนวทางการพัฒนาต้นแบบ ศึกษากฎหมาย หารือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง)
- ออกแบบพื้นที่
- จัดทำแนวทางการพัฒนา
- ออกระเบียบ และมาตรการจูงใจ
- ดึงดูดเอกชนให้เข้ามาลงทุน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- หน่วยงานภาครัฐ ร่วมกับภาคการศึกษา ศึกษาแนวทาง กำหนดการแนวทางการพัฒนา ระเบียบ มาตรการจูงใจต่างๆ
- เอกชนเป็นผู้เข้ามาลงทุน และดำเนินการ
- หน่วยงานภาครัฐเข้ามาตรวจสอบ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: หน่วยงานจัดตั้งพิเศษในการพัฒนา (คล้ายกับกรณีของ EEC)

ผลลัพธ์: พัฒนาพื้นที่ปลอดภาษีขึ้นในจังหวัดมุกดาหาร ที่จะช่วยยกระดับเศรษฐกิจของภาคอีสานให้เพิ่มสูงขึ้น และช่วยสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่

ผลผลิต: รายงานศึกษาความเป็นไปได้

ตัวชี้วัดของโครงการ: มีการพัฒนารายงานศึกษาแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ศึกษาแนวทางการพัฒนาต้นแบบ	3 เดือน (เดือน – เดือน)				
ศึกษาแนวโน้ม รูปแบบ ทางด้านการการค้า และการลงทุน	3 เดือน				
ศึกษานโยบาย และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	2 เดือน				
กำหนดกรอบรูปแบบ และแนวทางการพัฒนาพื้นที่	4 เดือน				
ศึกษาความเหมาะสม และความคุ้มค่าทางการเงิน	2 เดือน				
วางแผนงานในการพัฒนา	6 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนา Smart City จังหวัดมุกดาหาร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อให้จังหวัดสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนโดยสามารถยกระดับเศรษฐกิจ ยกระดับการบริการภาครัฐ ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สร้างทักษะต่อยอดวิชาชีพพึ่งพาตนเองได้

สรุปแนวคิดโครงการ

- ยกระดับเศรษฐกิจเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด(Gpp) เพิ่มขึ้น
- ขับเคลื่อน นวัตกรรมการบริการ
- ประชาชนและผู้ประกอบการในจังหวัดสามารถเข้าถึงข้อมูล สารสนเทศด้านการค้าการลงทุนเพิ่มขึ้น
- เพิ่มทักษะด้านดิจิทัลและสร้างความเข้มแข็งของประชาชนในพื้นที่
- เป็นเมืองอัจฉริยะ โดยใช้เทคโนโลยีมาจัดการ เช่น การติดตั้ง internet ในชุมชน แหล่งท่องเที่ยว แหล่งการค้า การลงทุน โดยใช้ smart phone ฯลฯ เข้าถึงอย่างง่ายดาย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดการฐานข้อมูลด้านการค้าการลงทุน Data Center
- ติดตั้ง High Speed/wifi ให้ครอบคลุมและมีความเสถียรสูง
- ติดตั้ง CCTV เพื่อจัดเก็บข้อมูลจราจร เชื่อมโยง Internet
- จัดทำแผนที่อัจฉริยะเส้นทางจราจรท่าเรือบก
- จัดทำศูนย์ Smart call Center

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บูรณาการ การทำงานทุกภาคส่วน จัดตั้งเป็นคณะทำงานรับผิดชอบในเรื่อง concept ภาพใหญ่ / ความเป็นไปได้ และความต้องการของประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัดและหน่วยงานสังกัดกระทรวง DE

ผลลัพธ์: ความเป็นอยู่ของประชากรในจังหวัดดีขึ้น / กระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

ผลผลิต:

- มีฐานข้อมูลด้านการค้าการลงทุน และมีศูนย์ Smart Call Center
- มีระบบ High Speed Wifi
- มีระบบ CCTV
- มีระบบแผนที่อัจฉริยะ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1. GPP เพิ่มขึ้น
2. จำนวนผู้ใช้ Internet ต่อประชากร 100,000 คน
3. ผู้ประกอบการรายใหม่ start up เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.จัดการฐานข้อมูลด้านการค้า การลงทุน Data Center	ปีงบ 2561 - 2562	5,000,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	
2.ติดตั้ง High Speed / wifi	ปีงบ 2562	500,000		TOT / CAT	
3.ติดตั้ง CCTV	ปีงบ 2562	2,000,000		ด่านศุลกากร	
4.จัดทำแผนที่อัจฉริยะ	ปีงบ 2562	5,000,000		ด่านศุลกากร	
5.จัดทำศูนย์ Smart Call Center	ปีงบ 2562	300,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาและการเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาด การบริโภค และธุรกิจ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

หน่วยงาน และผู้ประกอบการยังขาดองค์ความรู้และขาดการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการค้าชายแดน

สรุปแนวคิดโครงการ

- พัฒนาองค์ความรู้โดยใช้กลไกและเทคโนโลยีในการจัดการเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันด้านการค้าชายแดน
- จัดหาองค์ความรู้จากหน่วยงานต่างๆ มาจัดเก็บ บริหารจัดการ และแผยแพร่ให้ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องใช้งานได้อย่างเหมาะสม

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดทำและรวบรวมองค์ความรู้(จากสถานศึกษา)ด้านการค้าการลงทุนทั้งในและต่างปท.
- เชื่อมโยงระบบและจัดการองค์ความรู้
- สนับสนุนการต่อยอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาให้ทันต่อเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลง
- ส่งเสริมการสร้างธุรกิจจากองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากสถานศึกษา

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

-พาณิชย์จังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการรวบรวม จัดเก็บ ประมวล และเผยแพร่ข้อมูล

-บูรณาการทุกภาคส่วนในการเชื่อมโยงข้อมูล

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

ผลลัพธ์: ผู้ประกอบการสามารถนำเอาข้อมูลไปต่อยอด และใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้

ผลผลิต: มีระบบจัดเก็บ และเผยแพร่ข้อมูล

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1.จำนวนปชช.และผู้ประกอบการที่ใช้บริการ

2.ผู้ประกอบการรายใหม่ start up เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.จัดทำและรวบรวมองค์ความรู้ด้านการค้าการลงทุน	งบปี 2562	3,000,000			
2.เชื่อมโยงระบบและจัดการองค์ความรู้	งบปี 2562				
3.สนับสนุนการต่อยอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาให้ทันต่อเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลง	งบปี 2562				
4.ส่งเสริมการสร้างธุรกิจจากองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากสถานศึกษา	ปีงบ 2561 - 2562				

ชื่อโครงการ: โครงการเปิดโลกอุตสาหกรรม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ผู้ประกอบการในพื้นที่ยังขาดแนวทางการนำเอานวัตกรรม หรือกระบวนการผลิตสมัยใหม่มาใช้พัฒนา ทำให้ในอนาคตอาจสูญเสียความได้เปรียบไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ จึงต้องการมีการนำเสนอ ให้ความรู้ และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมเหล่านี้มากขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

สร้างการรับรู้ ให้ความรู้ และเชื่อมโยงโอกาสในการพัฒนานวัตกรรม และการบริหารจัดการสมัยใหม่ให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะทางด้านอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดให้มีความรู้มากขึ้น

การดำเนินงาน อาจครอบคลุมถึงการค้นหาโรงงานอุตสาหกรรม หรือผู้ประกอบการที่มีการนำนวัตกรรม หรือการบริหารจัดการที่ดีอยู่แล้ว มาช่วยถ่ายทอดให้ผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาเพิ่มเติม

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- กำหนดแนวทางการนวัตกรรม หรือการบริหารจัดการที่ต้องการนำเสนอ
- กำหนดกลุ่มอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการเป้าหมาย
- คัดเลือก
- ให้ความรู้ ศึกษาดูงาน เชื่อมโยงธุรกิจ
- ให้คำปรึกษา

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

อุตสาหกรรมจังหวัดเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน โดยขอความร่วมมือจากส่วนราชการ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสภาหอการค้า และสภาอุตสาหกรรม ในการเชื่อมโยงเข้าถึง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

ผลลัพธ์: ผู้ประกอบการในพื้นที่ได้รับการพัฒนานวัตกรรม เพื่อยกระดับการดำเนินงาน

ผลผลิต: มีการจัดกิจกรรมการให้ความรู้ และเชื่อมโยงแล้วเสร็จ

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.ศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการในพื้นที่	2 เดือน	3,000,000			
2.กำหนดรูปแบบของการพัฒนานวัตกรรม การบริหารจัดการสมัยใหม่ พร้อมค้นหาผู้ที่จะมาให้ความรู้ได้	2 เดือน				
3.กำหนดเกณฑ์ผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าร่วม และทำการคัดเลือก	2 เดือน				
4.ประสานงาน และจัดกิจกรรมในการให้ความรู้ และเชื่อมโยง	6 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่องโยงเครือข่ายนักธุรกิจรุ่นใหม่ของจังหวัดกับประเทศเพื่อนบ้าน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์นักธุรกิจรุ่นใหม่ในการเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างกัน
สรุปแนวคิดโครงการ: จัดประชุมเพื่อให้เกิดเครือข่าย หรือ สร้างความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ไทย-ลาว
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • สำรวจความต้องการที่จะพัฒนาของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ • จัดทำหลักสูตรอบรม ตามข้อ1 ร่วมเก็บเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจร่วมกัน อย่างน้อย 1-2 หลักสูตร หลักสูตรละ 5 วัน • จัดทำกิจกรรมอบรมหรือจัดทำ Camping
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประสานงานร่วมกันระหว่าง YEC / BIZ club / หอการค้า / สภาอุตสาหกรรม / สภาอุตสาหกรรมและการค้าแขวงสะหวันนะเขต สปป.ลาว /แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงสะหวันนะเขต สปป.ลาว โดยความร่วมมือของกงศุล
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพานิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: -เกิดเครือข่ายทางด้านการค้าการลงทุน -มีมูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น
ผลผลิต: -ผู้เข้าร่วมอบรมหลักสูตรละ 30 คน (ไทย 15 ลาว15)
ตัวชี้วัดของโครงการ: ผู้เข้าร่วมการอบรมในแต่ละหลักสูตรผ่านการประเมินร้อยละ80 ของแต่ละหลักสูตร

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
สำรวจความต้องการที่จะพัฒนาของผู้ประกอบการรุ่นใหม่	2 หลักสูตร หลักสูตรละ 5 วัน	1,000,000		สนง.พานิชย์จังหวัด	
จัดทำหลักสูตรอบรมตามข้อ 1 ร่วมกัน เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจร่วมกันอย่างน้อย 1-2 หลักสูตร หลักสูตรละ 5 วัน					
จัดกิจกรรมอบรมหรือจัดทำ camping					

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงศูนย์เปลี่ยนถ่ายและกระจายสินค้าบริเวณด่านพรมแดน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เนื่องจากมุกดาหารมีอัตราการขยายตัวของการค้าชายแดนเพิ่มขึ้นจำนวนมากในแต่ละปี ทำให้เกิดปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับ เช่น พื้นที่จอดรถ พื้นที่ควบคุมสินค้าอันตรายและสารเคมี พื้นที่จัดแสดงสินค้า รวมถึงพื้นที่เพื่อการพาณิชย์ มีพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับกิจกรรมต่างๆ
สรุปแนวคิดโครงการ: ในอนาคตมุกดาหารจะมีการเติบโตด้านการค้าชายแดนอีกจำนวนมาก รวมถึงมีการย้ายฐานการผลิตในประเทศไทยไปสู่เขตฯสะหวันเซโน เพิ่มขึ้น รวมถึงการถูกยกระดับให้เป็นด่านสากล CCA ดังนั้น ปัจจัยการเตรียมพื้นที่รองรับกิจกรรมบริเวณด้านพรมแดนจึงมีความสำคัญเพื่อให้ยอดการเติบโตตัวเลขการค้าชายแดนเป็นไปตามเป้าหมาย 200,000 ล้านบาท รวมถึงการพัฒนาให้จังหวัดมุกดาหาร เป็นโชว์รูมประเทศไทย การเพิ่มปริมาณผู้ประกอบการค้าชายแดนให้มีพื้นที่กิจกรรมด้านธุรกิจค้าปลีกส่ง โดยมีโกดังสินค้าเพิ่มขึ้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • บริหารจัดการพื้นที่จอดรถด้วยระบบอัจฉริยะ,เทคโนโลยี • ขยายพื้นที่จอดรถสินค้าอันตรายและสารเคมี ให้แยกเป็นพื้นที่ควบคุมพิเศษ • ขยายพื้นที่เพื่อการพาณิชย์และแสดงสินค้า
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การดำเนินงานร่วมกันระหว่างสำนักงานจังหวัดมุกดาหาร ศุลกากร (ด้านพรมแดน) และกรงทางหลวง กระทรวงคมนาคม
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัด
ผลลัพธ์: -เพิ่มขีดความสามารถการบริหารจัดการด่านพรมแดน -เพิ่มมูลค่าการค้าชายแดน
ผลผลิต: รายงานการศึกษาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงศูนย์เปลี่ยนถ่ายและกระจายสินค้า
ตัวชี้วัดของโครงการ: จัดทำรายงานการศึกษาแล้วเสร็จ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จังหวัดมุกดาหาร วางแผน นโยบาย ออกแบบ	1-2 ปี				
จ้างบริษัทที่ปรึกษาโครงการ					
ของบประมาณดำเนินการ					
ดำเนินการตามโครงการ					

ชื่อโครงการ: โครงการสำรวจเชื่อมโยงเส้นทางการค้า (แสวงหาตลาดใหม่)
ที่มา / หลักการและเหตุผล: สำรวจเส้นทางการค้าใหม่ๆ หรือสำรวจตลาดใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางการค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดน
สรุปแนวคิดโครงการ: สำรวจเส้นทางการขนส่งสินค้าและความต้องการบริโภคสินค้าของเมืองรองในประเทศเพื่อนบ้าน หรือ ต่างประเทศ โดยเฉพาะ เมืองรองในประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงการศึกษากฎระเบียบ วัฒธรรมประเพณีการค้า
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • จ้างศึกษาสำรวจเส้นทางการค้าใหม่ๆ และจัดประชุมแสวงหาความร่วมมือทางการค้าระหว่าง ผู้แทนภาครัฐและเอกชนของจังหวัดมุกดาหารกับเมืองเป้าหมาย
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประสานงานร่วมกันระหว่าง หอการค้า / สภาอุตสาหกรรม / สมาคมผู้ประกอบการขนส่งสินค้า /ทูตพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกงศุล
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: -ได้เส้นทางการค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น -มูลค่าการส่งออก เพิ่มขึ้น -ได้ตลาดใหม่ๆ
ผลผลิต: -สำรวจเส้นทางการค้า 3 เส้นทาง
ตัวชี้วัดของโครงการ: มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น / -เส้นทางการค้าใหม่ 3 เส้นทาง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดประชุมผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเพื่อหาข้อมูล	15 วัน 3 เส้นทาง ทางละ 5วัน	3,000,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	
จัดจ้างสถาบันการศึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญ					
ประสานประเทศเป้าหมาย					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวชุมชน

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดมุกดาหารมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจำนวนมาก และมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบในพื้นที่
- แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ยังสามารถคงเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้ และยังมีความเชื่อมโยงกับฝั่งลาว ซึ่งเปิดโอกาสให้คนจากฝั่งลาวสามารถข้ามมาสัมผัสได้
- มีการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในเรื่องของการท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำโขง

ตารางที่ 3.12-11: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ปี 2555 – 2557

จังหวัด / กลุ่มจังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)			รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)		
	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2	2,953,421	3,342,374	3,469,471	3,956	4,746	5,063
นครพนม	793,036	873,925	913,138	1,113	1,300	1,407
ร้อยละ	26.9%	26.1%	26.3%	28.1%	27.4%	27.8%
มุกดาหาร	**1,240,108**	**1,428,660**	**1,475,139**	**1,499**	**1,877**	**1,995**
ร้อยละ	**42.0%**	**42.7%**	**42.5%**	**37.9%**	**39.5%**	**39.4%**
สกลนคร	920,277	1,039,789	1,081,194	1,344	1,569	1,661
ร้อยละ	31.2%	31.1%	31.2%	34.0%	33.1%	32.8%

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561- 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะ เดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนิน การ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 12-3: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวชุมชน ของจังหวัดมุกดาหาร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-12: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.2 / 1.3	โครงการจัดเก็บและพัฒนาองค์ความรู้ชุมชน เพื่อการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	สำรวจข้อมูลในชุมชน จัดเก็บข้อมูล พร้อมนำมาประชาสัมพันธ์และสื่อสารในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ – อาหารถิ่น / วัฒนธรรม และประวัติบ้านท่านหนูฮัก
2.1	โครงการศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านภู	มหาวิทยาลัย	สำรวจและศึกษาพฤติกรรมทางด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมายังชุมชนบ้านภู
3.1	โครงการพัฒนามาตรฐานการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ให้ความรู้ถึงแนวทางการให้บริการที่เป็นการพัฒนาองค์ประกอบทางด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน
3.2	คู่มือการปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยว / แนวทางการปฏิบัติตัวของท่องเที่ยว	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	แหล่งชุมชนจะกำหนดแนวทางการดำเนินงานของผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน พร้อมกำหนดกรอบระเบียบที่ควร หรือไม่ควรของนักท่องเที่ยว
3.3	โครงการติดตั้ง CCTV เพื่อตรวจสอบความปลอดภัย	สนง.จังหวัด	ติดตั้งกล้อง CCTV ในบริเวณพื้นที่สำคัญของจังหวัด
4.1 / 4.2 / 4.3	โครงการอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถทางด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของมัคคุเทศน์และบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
4.1 / 4.2 / 4.3	โครงการเจ้าบ้านที่ดี	ก.ท่องเที่ยว (function)	ฝึกอบรมเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ที่อยู่ในจังหวัดในการเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยว
5.1 / 5.2	โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเข้าแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร	แขวงการทาง / สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	ปรับปรุงถนน / ก่อสร้างถนน / ก่อสร้างเส้นทางจักรยาน / โครงการสนับสนุนไฟฟ้าและแสงสว่าง

[5] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.2 / 5.3	โครงการพัฒนาชุมชนพาลุกาและพิพิธภัณฑ์บ้านท่านหนูฮัก	สนง.จังหวัด	ปรับปรุงสภาพพื้นที่ และสภาพแวดล้อมในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนพาลุกา
5.4	โครงการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	สนง.ทรัพยากรจังหวัด	ฝึกอบรมผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องของการจัดการขยะ และการคัดแยกขยะ
5.5	โครงการพัฒนามาตรฐาน Homestay	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมมาตรฐานการให้บริการ Homestay ตามกรอบที่กระทรวงการท่องเที่ยวได้มีการกำหนดขึ้นมา
5.5	Clean Food Good Taste	สนง.พาณิชย์จังหวัด	ประเมิน และให้การรับรองร้านอาหารที่ให้บริการอาหารคุณภาพ และสะอาด
5.5	โครงการของดี เมืองมุก	หอการค้าจังหวัด	คัดเลือกร้านอาหาร ของที่ระลึกขึ้นชื่อของจังหวัดมุกดาหาร และประชาสัมพันธ์
5.5	การรับรองมาตรฐาน Q	สนง.เกษตรจังหวัด	ประเมินร้านอาหารคุณภาพ โดยใช้วัตถุดิบที่สะอาดและมีคุณภาพ
6.1	โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร
6.1	โครงการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยว เสน่ห์ถิ่นไทยสไตล์ลึกซึ้ง	ททท.	จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร
6.2	โครงการจัดหาจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านภู	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	จัดหาจักรยานเพื่อส่งเสริมการทำกิจกรรมของชุมชนบ้านภู
5.1 / 5.2 / 6.3 / 7.1	โครงการพัฒนาการตลาด กิจกรรม และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหารสู่ความยั่งยืน		ก่อสร้างซุ้มประตูเมือง / มหกรรมการแสดง / ติดตั้งระบบไฟฟ้า / การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว / จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
6.4	โครงการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกและ OTOP ของชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง	สนงพัฒนาชุมชนจังหวัด	อบรมให้ความรู้ พัฒนาของที่ระลึก ทำ mascot ของชุมชนที่ได้รับคัดเลือกมาก

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-13: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การจัดการองค์ความรู้ภายในชุมชน	1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.4 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนาเส้นทาง กิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน	6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของชุมชน และสินค้า OTOP (ของชุมชนหลักและตามช่วงเวลา)
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชน

แผนภาพที่ 12-4: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดมุกดาหาร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดมุกดาหาร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.12-14: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[6]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4	โครงการพัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourist Center)	พัฒนาแผนงานในการจัดตั้งศูนย์บริหารด้านการท่องเที่ยว พร้อมกำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.2 / 3.4	โครงการศึกษา และจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ พร้อมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	สนงท่องเที่ยว.และกีฬาจังหวัด
3.1	โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว	พัฒนาระบบฐานข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดแนวทางการนำเสนอเรื่องราวและข้อมูลของสถานที่ พร้อมการพัฒนา Application รองรับการท่องเที่ยวของจังหวัด	สนงท่องเที่ยว.และกีฬาจังหวัด

[6] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
5.4	โครงการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเมืองมุกดาหาร	พัฒนาแนวทางการจัดทำมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว ในด้านต่างๆ เฉพาะของจังหวัดมุกดาหาร	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด / หอการค้า
6.4	โครงการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน	ออกแบบ และพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนจังหวัดมุกดาหาร	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด / สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
7.2	โครงการพัฒนา แบรนด์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาข้อมูลทางด้านการตลาด และพัฒนาแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร พร้อมกำหนดองค์ประกอบของแบรนด์ที่เกี่ยวข้อง	สนง.พาณิชย์จังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourist Center)
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ปัจจุบันศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหารยังมีการบริการที่ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ รวมถึงรูปแบบการให้บริการยังคงมีข้อจำกัดอยู่มาก จึงมีแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศูนย์บริการท่องเที่ยวของจังหวัดให้สามารถบริการได้หลากหลายมากขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ • การพัฒนาศูนย์ข้อมูล (จุดต้อนรับนักท่องเที่ยว) • เน้นการค้นหาข้อมูล รับฟังคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว • มีทั้งข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร ตารางกิจกรรม หรือแม้แต่โปรโมชั่นต่างๆ เพื่อไว้ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดของจังหวัด • มีเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวให้คำแนะนำ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. กำหนดที่ตั้งของศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว 2. รวบรวมข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พร้อมจัดระเบียบข้อมูลอย่างเป็นระบบ 3. จัดหาและพัฒนาศักยภาพบุคลากรประจำศูนย์ (ผู้แนะนำการท่องเที่ยว – Mookdahan Tourism Expert) 4. ประชาสัมพันธ์ศูนย์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สำนักงานจังหวัด เป็นผู้กำหนดพื้นที่ 2. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เป็นผู้จัดทำข้อมูล ฝึกอบรม ประสานงานในด้านต่างๆ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพื้นที่ ช่วยทำข้อมูล ประสานงาน และประชาสัมพันธ์ 4. เอกชน ให้ความร่วมมือตามที่หน่วยงานร้องขอ หรือสนับสนุนข้อมูลและกิจกรรมต่างๆ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: การท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหารมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น
ผลผลิต: มีศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพแล้วเสร็จ
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. จำนวนผู้ใช้บริการ 2. การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว 3. การใช้จ่ายในมุกดาหารเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. กำหนดบทบาทหน้าที่ รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานของศูนย์	2 เดือน				
2. ประสานงาน จัดเตรียมข้อมูล กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3 เดือน				
3. กำหนดพื้นที่ และแนวทางปรับปรุงสถานที่	2 เดือน				
4. คัดเลือก และพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3 เดือน				
5. ปรับปรุงสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	4 เดือน				
6. ประชาสัมพันธ์	2 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

มุกดาหารเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดชายแดนประเทศลาว มีแม่น้ำโขงกั้นเขตพรมแดน วิถีชีวิตขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมชนเผ่าที่มีการอนุรักษ์และสืบสานมาอย่างยาวนาน และคงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นได้อย่างสง่างาม เมื่อความโดดเด่นทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นจุดจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสและเรียนรู้ก่อเกิดเป็นรายได้ให้กับคนในชุมชนและเมื่อการหลั่งไหลของนทท.มีปริมาณเพิ่มขึ้น กอปรการขาดการวางแผนและการบริหารจัดการส่งผลให้ชุมชนเกิดความแตกแยก ไม่เป็นระบบ ขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนทท.ได้ ดังนั้น เพื่อให้หมู่บ้านท่องเที่ยวสามารถรองรับนทท.ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดค.ประทับใขและกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จึงได้จัดทำโครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของชุมชนขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

- ประเมินรูปแบบด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่เหมาะสมของจังหวัดมุกดาหาร
- กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย
- วางยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนาสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป้าหมาย
- กำหนดแนวทางการบริหารจัดการที่สำคัญกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานตามทิศทางยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัด อาทิ
  - พัฒนา/ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ภูมิทัศน์ ของชุมชน
  - พัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชน จนท. ผู้ให้บริการ และผู้มีส่วนได้เสียให้เข้าใจหลักการบริการการท่องเที่ยว
  - พัฒนา/ปรับปรุงของฝากของที่ระลึก และสินค้า OTOP
  - จัดทำปฏิทินและเส้นทางการท่องเที่ยว
  - พัฒนาเทคโนโ,ยีสารสนเทศให้ทันสมัย อาทิ ข้อมูล App ต่างๆ
  - การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและครบวงจร

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1.รวบรวมข้อมูลชุมชน/ค.ต้องการของนทท. – สถาบันการศึกษา/นักวิจัย

2.ประชุมผู้มีส่วนได้เสีย และ SWOT – พช/ท่องเที่ยว/เกษตร/อุตฯ/วัฒนธรรม

3.กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และตัวชี้วัด – พช/ท่องเที่ยว/เกษตร/อุตฯ/วัฒนธรรม

4.กำหนดกลไกการขับเคลื่อน และติดตามประเมินผล – พช/ท่องเที่ยว/เกษตร/อุตฯ/วัฒนธรรม/เอกชน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์ โดยอาศัยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการจัดทำ ส่วนราชการอื่นๆ และภาคเอกชนเป็นผู้ให้ข้อมูล

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

1.มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น

2.มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น

3.มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน

ผลผลิต:

1.หมู่บ้านท่องเที่ยวมีขีดความสามารถในการรองรับนทท. 2.มีแผนยุทธศาสตร์ จำนวน 1 เล่ม
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1.จังหวัดมีแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ 2.ส่วนราชการทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.จัดเก็บข้อมูลชุมชน ความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	4 เดือน	500,000		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด / สถาบันการศึกษา / นักวิจัย	
2.วิเคราะห์ศักยภาพในด้านต่างๆ - SWOT					
3.ดำเนินการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว - GO TO MUKDAHAN

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

1. ข้อมูลด้านการการท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหารยังเข้าถึงได้อย่างจำกัด รูปแบบการจัดเก็บข้อมูลอาจยังทำได้ไม่มีประสิทธิภาพมากนัก
2. ปัจจุบันแนวโน้มการหาแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร การบริการต่างๆผ่าน Smart Phone เพิ่มมากขึ้น การนำข้อมูลลง App จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างกว่า

สรุปแนวคิดโครงการ

- ความสำคัญของการแนะนำรูปแบบการท่องเที่ยวและวิธีประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแนวใหม่ จึงมีการพัฒนาซอฟแวร์แอพพลิเคชั่นเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง อำนวยความสะดวกในการตัดสินใจ ก่อนการเดินทางไปสถานที่จริง และ เป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดอีก
- Application: เน้นการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว การเดินทาง กิจกรรมสำคัญของจังหวัด ที่กิน ที่ช้อป

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. จัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว ภาพถ่าย การคมนาคม แผ่นที่ โรงแรม ร้านอาหาร แผนการเดินทาง การพยากรณ์อากาศ สถานีน้ำมัน
2. จัดทำแอปพลิเคชั่น และ QR code
3. ประชาสัมพันธ์แอพ เช่น ทำ QR code ติดตามหน่วยราชการ สถานีน้ำมัน จุดท่องเที่ยว ร้านอาหาร

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ประสานหน่วยงานที่มีข้อมูลด้านต่างๆเพื่อทำการรวบรวม
2. จัดวางรูปแบบและจัดจ้างทำแอพ และ QR code
3. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แอพให้เกิดการใช้งาน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

1. มีเงินสะพัดมากขึ้นใน จังหวัด
2. เกิดการแข่งขันด้านการบริการ

ผลผลิต:

1.มี Application และระบบเทคโนโลยีเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1. การใช้งานของ Application และการเข้าระบบ
2. การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว
3. การใช้จ่ายในมุกดาหารเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดทำฐานข้อมูล การท่องเที่ยวด้านต่างๆ และ ไฮไลท์การท่องเที่ยว นิทรรศการ ภาพถ่าย 360องศา	ปี60 - ปี61	500,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
2. จัดทำแอพ ที่กะทัดรัด เข้าใจง่าย ในการใช้งาน สามารถเพิ่มงาน เพื่อใช้เตรียมแผนการเดินทาง	ปี60 - ปี61	5,000,000		จัดจ้าง	
3. การประชาสัมพันธ์ การใช้งานแอพ	ปี60 - ปี61	300,000		หน่วยงานราชการ, ประชาสัมพันธ์	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนามาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

มุกดาหารมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจำนวนมาก อาทิ บ้านเป้า บ้านภู ภูผาเทิบ วัดรอยพระพุทธบาทภูมโนรมย์ หอแก้ว หอเจ้าแม่สองนาง วัดสองคอน อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นยังไม่ได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนามาตรฐานการอำนวยความสะดวก

สรุปแนวคิดโครงการ

มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาศักยภาพทางด้านการพัฒนามาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชน เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ประชุมหารือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหารือและกำหนดแนวทางในการดำเนินการให้เกิดผลที่มีประสิทธิภาพ
- จัดตั้งคณะกรรมการตรวจประเมินเกณฑ์มาตรฐาน
- ประชุมคณะกรรมการเพื่อกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน
- ตรวจประเมิน แจ้งผล และให้ความคิดเห็น
- ได้แหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
- ประกาศให้รับทราบทุกผ่านส่วน
- ประชาชนในชุมชนมีความรู้สามารถถ่ายทอดความเข้าใจในการพัฒนาได้

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จัดตั้งคณะกรรมการประเมิน โดยมีองค์ประกอบจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการประชุมของคณะกรรมการจะมีการประเมินรายละเอียดทุกขั้นตอน และมีการแนวทางการพัฒนาที่เป็นการบูรณาการจากทุกภาคส่วน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์: มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกตามเกณฑ์

ผลผลิต: แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนามาตรฐาน

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ไม่น้อยกว่า 5 แห่ง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ประชุมคณะกรรมการ	1 ปี งบประมาณ	100,000	บุคลากร		
กำหนดแบบประเมินมาตรฐาน			ครุภัณฑ์ยานพาหนะ		
ตรวจประเมิน ให้คำแนะนำ			วัสดุ-อุปกรณ์		
ประกาศ มอบเกียรติบัตร			เครื่องมือสื่อสาร		
ตรวจให้เกิดความยั่งยืน					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่มุกดาหารยังขาดของที่ระลึกที่จะดึงดูดและจูงใจให้นักท่องเที่ยวซื้อกลับไป จึงมีแนวคิดในการช่วยเหลือพัฒนาของที่ระลึกในพื้นที่เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ ให้คำปรึกษา และร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน และของที่ระลึก เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายมากขึ้น โดยพิจารณาตั้งแต่ - การคัดเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ - การปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ - การออกแบบบรรจุภัณฑ์ - การปรับปรุงแนวทางการนำเสนอ (สร้างเรื่องราว) - การประชาสัมพันธ์
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ คัดเลือกของที่ระลึกศักยภาพของจังหวัด ให้คำปรึกษา และร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด อาจเป็นหน่วยงานหลักในการประสานเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายของที่ระลึก โดยให้อุตสหากรรมจังหวัดเข้ามาช่วยเหลือและร่วมจัดหาผู้เชี่ยวชาญมาช่วยปรับปรุงและพัฒนาขึ้นมาได้
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
ผลลัพธ์: มีผลิตภัณฑ์ขึ้นชื่อของจังหวัด ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้จดจำ และกระตุ้นการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นได้
ผลผลิต: ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวได้รับการปรับปรุง
ตัวชี้วัดของโครงการ: ยอดขายของที่ระลึกเพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
คัดเลือกผลิตภัณฑ์ หรือของที่ระลึกเป้าหมาย	1 เดือน			สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	
ให้คำปรึกษา ร่วมกระบวนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์	6 เดือน				
ประชาสัมพันธ์	1 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร
ที่มา / หลักการและเหตุผล: “สามสัมพันธ์ วัฒนธรรม 2 ฝั่งโขง” ชื่อแคมเปนไม่สื่อให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะมาเที่ยวมุกดาหาร จึงต้องมีการสร้างชื่อแคมเปนใหม่ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความรู้สึกให้นักท่องเที่ยวอยากมาเที่ยวมุกดาหาร Re-branding = สร้างความโดดเด่น น่าสนใจ แตกต่าง
สรุปแนวคิดโครงการ คิดคำออกแบบแคมเปน เช่น “เที่ยวสุข สนุกที่มุกดาหาร” และออกแบบประชาสัมพันธ์ หรือทำหนังสั้น และนำเสนอให้คณะทำงานพิจารณา
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -จัดตั้งคณะทำงาน -จัดประชุมคณะทำงาน -จัดประกวดให้ทำหนังสั้น -จ้างนักการตลาด/นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ เพื่อจัดทำออกแบบ LOGO application -Re brand
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการในรูปของคณะกรรมการ ซึ่งประกอบไปด้วย ชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้าน วัฒนธรรมจังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬา ภาคเครือข่ายธุรกิจ สภาวัฒนธรรม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: มีนักท่องเที่ยวและรู้จักจังหวัดมุกดาหารมากขึ้น
ผลผลิต: -แคมเปน ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว -สื่อ หนังสั้น ประชาสัมพันธ์
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละ 80 ของผู้รับซื้อมีความพึงพอใจ เป็นการประชาสัมพันธ์เชิญชวน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดตั้งคณะทำงาน	1 เดือน	1,000,000		สนง. พาณิชย์ จังหวัด	
จัดประชุมคณะทำงาน					
จัดจ้างนักการตลาดหรือนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพเพื่อจัดทำแอปพลิเคชั่น และสื่อประชาสัมพันธ์					

3.2.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดนครพนม

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดนครพนม

จังหวัดนครพนม ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

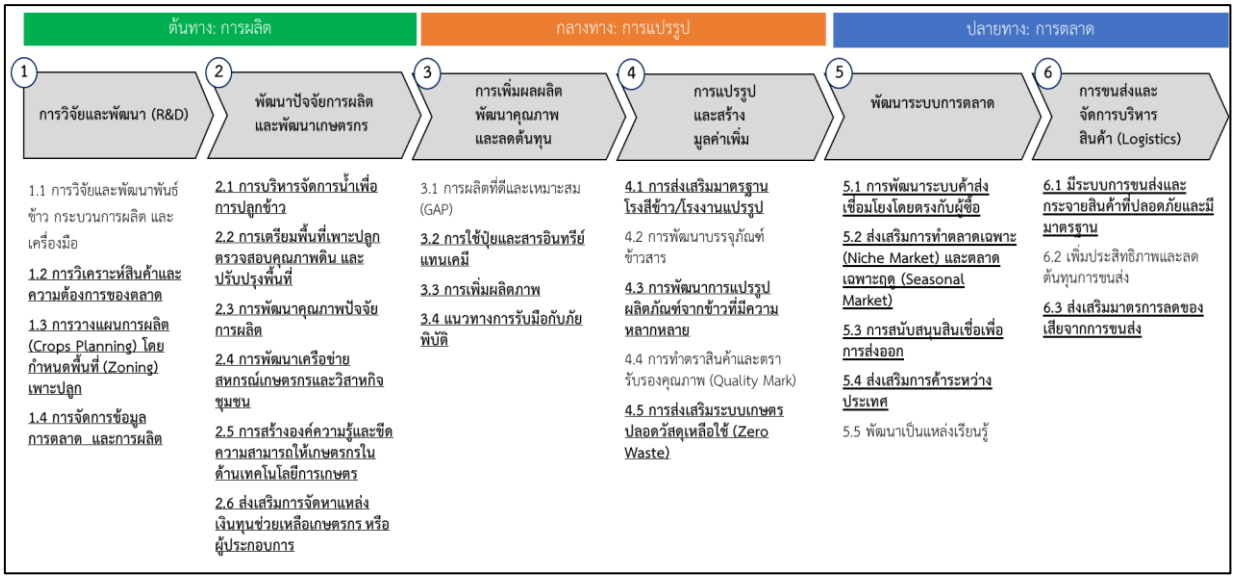
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าว	- จังหวัดนครพนมนับว่าเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีปริมาณการปลูกข้าวค่อนข้างสูง - จังหวัดมีการส่งเสริมการผลิตข้าวเจ้านาปีให้ได้คุณภาพดีและได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีโอกาสในการทำการตลาดคุณภาพ เพื่อลดความเสี่ยงจากราคาสินค้าเกษตรได้
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	- กระทรวงการท่องเที่ยและกีฬากำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง - จังหวัดนครพนมมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม รวมถึงศาสนสถานที่มีชื่อเสียงอยู่จำนวนมาก - มีประเพณี กิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าว</u>

ภายใต้ประเด็นข้าว ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา 2) การพัฒนาปัจจัยการผลิตและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) พัฒนาระบบตลาด และ 6) การขนส่งและจัดการบริการสินค้า (Logistics) ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดนครพนม



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.5 การวิจัยและพัฒนาพันธ์ข้าว กระบวนการผลิต และเครื่องมือ
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP)
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)
5. พัฒนาระบบการตลาด	5.5 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้
6. การขนส่งและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	6.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

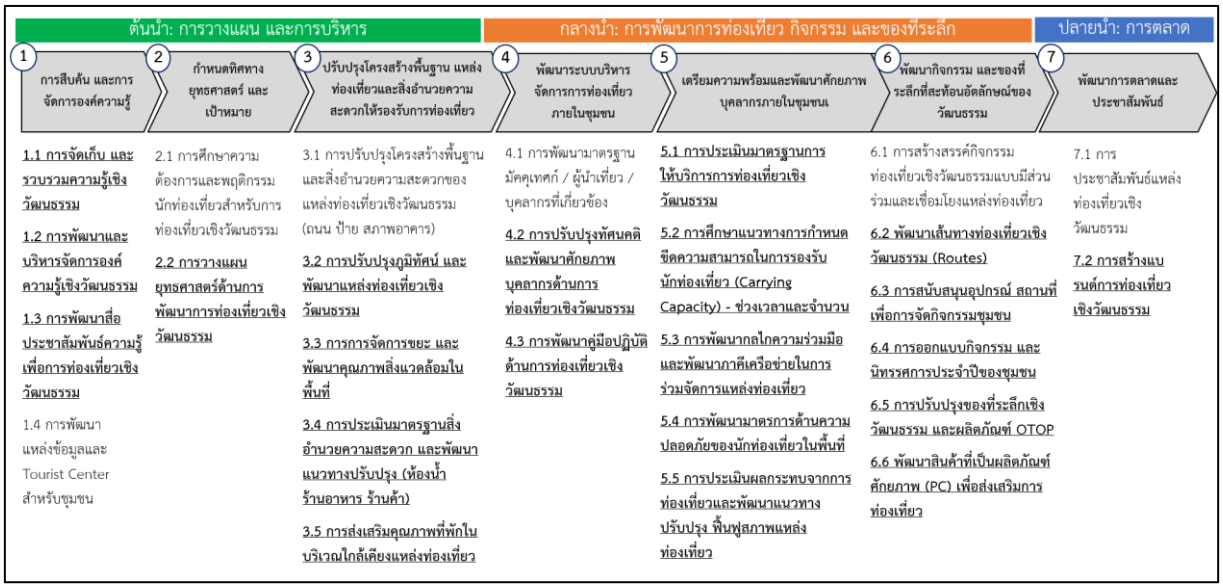
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[7]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 / 4.4	โครงการวิเคราะห์ความพร้อมในการจัดทำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม	ศึกษาวิจัยเพื่อสร้างเอกลักษณ์และคุณลักษณะพิเศษ เพื่อพัฒนาให้เป็นข้าวที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) รวมไปถึงต้องมีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวหอมมะลิ ให้มีคุณภาพสูงขึ้นไป	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม
3.1 / 5.5	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์	สร้างและพัฒนาแปลงสาธิตให้เป็นแหล่งเรียนรู้กับเกษตรกรและนักท่องเที่ยวรวมถึงกลุ่มผู้บริโภค ผู้ซื้อ	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม
4.2	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ นครพนม	ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ข้าวสารให้มีมาตรฐานในการเก็บรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ข้าวสารได้ดี สะดวกในการใช้งานสวยงามทันสมัยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางการตลาด โดยเน้นการสื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม
4.4	โครงการสร้างการรับรู้โดยการประชาสัมพันธ์	จัดกิจกรรม และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ข้าวของจังหวัดนครพนม	สนง.พาณิชย์จังหวัดนครพนม สนง.เกษตรจังหวัดนครพนม สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม
6.2	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง	พัฒนาศักยภาพเกษตรกร ผู้ประกอบการโรงสี และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ และสร้างเครือข่ายทางด้านการขนส่งให้เกิดขึ้นในจังหวัด	สนง.พาณิชย์จังหวัดนครพนม

[7] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทาง ยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 4) พัฒนาระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน 5) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชน 6) พัฒนากิจกรรมและของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมและ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของจังหวัดนครพนม



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้นและการจัดการองค์ความรู้	1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2 กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	3.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ถนน ป้าย สภาพอาคาร)
4. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.4 / 2.1 / 6.1 / 7.1	โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง	เพื่อค้นหาและเพิ่มศักยภาพ สินค้าท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่โดดเด่น และพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า รวมถึงการสนับสนุนเครื่องมือจัดศูนย์การเรียนรู้หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม
4.1	โครงการการพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์และผู้นำชุมชน	เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชนรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยววัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม
3.1	โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม	ปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดและประเทศเพื่อนบ้าน	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครพนม

[8] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดนครพนม

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1:ข้าว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดนครพนมนับว่าเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีปริมาณการปลูกข้าวค่อนข้างสูง
- จังหวัดมีการส่งเสริมการผลิตข้าวเจ้านาปีให้ได้คุณภาพดีและได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง
- จังหวัดสามารถใช้จุดขายในเรื่องของการผลิตที่มีคุณภาพ และการปลูกแบบอินทรีย์มาต่อยอดในการขาย เพื่อลดปัญหาความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรลงได้

ตารางที่ 3.12-15: สรุปเนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิตข้าวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี พ.ศ. 2558

จังหวัด	เนื้อที่เก็บเกี่ยว(ไร่)		ผลผลิต (ตัน)	
	2557	2558	2557	2558
ประเทศ	**73,138,133**	**63,160,512**	**35,942,057**	**29,272,416**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**36,945,785**	**34,905,170**	**13,682,937**	**12,517,378**
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1	3,862,775	3,678,692	1,428,089	1,270,255
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2	**3,745,137**	**3,637,736**	**1,294,799**	**1,230,900**
นครพนม	**1,275,270**	**1,269,201**	**466,620**	**444,897**
มุกดาหาร	484,106	472,304	185,859	181,014
สกลนคร	1,985,761	1,896,231	642,320	604,989
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง	9,503,547	8,550,522	3,655,220	3,178,165
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	10,562,577	10,230,050	4,007,500	3,788,507
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2	9,135,685	8,798,829	3,232,509	3,031,037

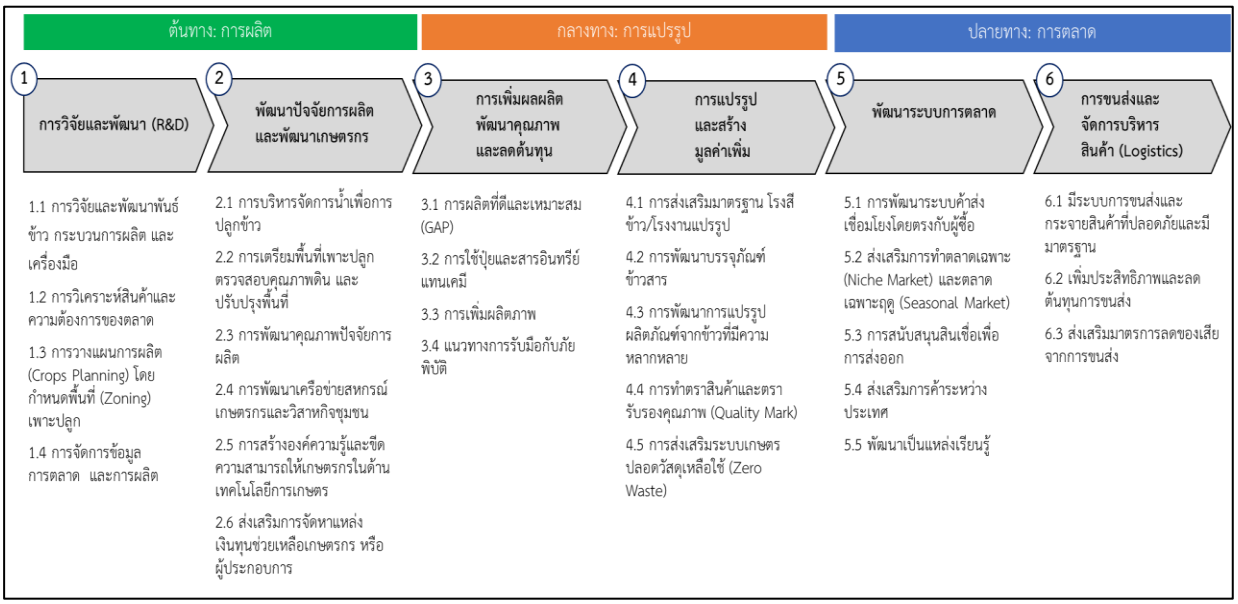
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 พ.ศ. 2561- 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 12-5: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดนครพนม



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-16: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[9]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2 / 1.3 / 1.4	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรจังหวัดนครพนม	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครพนม	มุ่งหวังให้เกษตรได้ข้าวพันธุ์ดี เพิ่มมูลค่าและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ข้าว ลดการใช้สารเคมี ส่งเสริมการเพาะปลูกในพื้นที่ที่เหมาะสม และสนับสนุนให้มีพื้นที่เพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ให้ได้ข้าวพันธุ์ดี พัฒนาช่องทางการ และระบบการขนส่งสินค้าให้ถึงมือผู้ซื้อและผู้บริโภคได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และส่งเสริมโอกาสด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ
2.1 / 2.2 / 2.3 / 2.4 / 2.5 / 2.6	• โครงการพัฒนาแหล่งน้ำและระบบชลประทานเพื่อการเกษตรแก้ไขปัญหาอุทกภัยน้ำท่วมและภัยแรง	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครพนม	ส่งเสริมให้มีการวางแผน บริหารจัดการทรัพยากรและปัจจัยที่เอื้อต่อการเพาะปลูกข้าวและพัฒนาความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มเครือข่ายสหกรณ์ให้เกิดความยั่งยืนและต่อเนื่อง

[9] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	• โครงการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำก่ำอันเนื่องมาจากพระราชดำริ • โครงการเผยแพร่ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (วันเกษตรลุ่มน้ำโขง) • โครงการส่งเสริมการผลิตด้านการเกษตรครบวงจรในพื้นที่แปลงใหญ่ • โครงการส่งเสริมธรรมาภิบาลในสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร		
3.2 / 3.3 / 3.4	• โครงการพัฒนาแหล่งน้ำและระบบชลประทานเพื่อเกษตรแก้ไขปัญหาอุทกภัยน้ำท่วมและภัยแล้งจังหวัดนครพนม • โครงการส่งเสริมการผลิตด้านการเกษตรครบวงจรในพื้นที่แปลงใหญ่ • โครงการส่งเสริมการลดพื้นที่การใช้สารเคมีในนาข้าว • โครงการส่งเสริมการใช้ไอโอชาร์ (ถ่านชีวภาพ) ในกระบวนการผลิตการเกษตร • โครงการส่งเสริมสหกรณ์กลุ่มเกษตรกรลดการใช้สารเคมี เพื่อลดต้นทุน	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครพนม	ส่งเสริมให้เกษตรกรได้พัฒนาคุณภาพผลิตผลและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ข้าว ลดการใช้สารเคมี ให้ความรู้เรื่องการป้องกันความเสี่ยงจากภัยพิบัติ

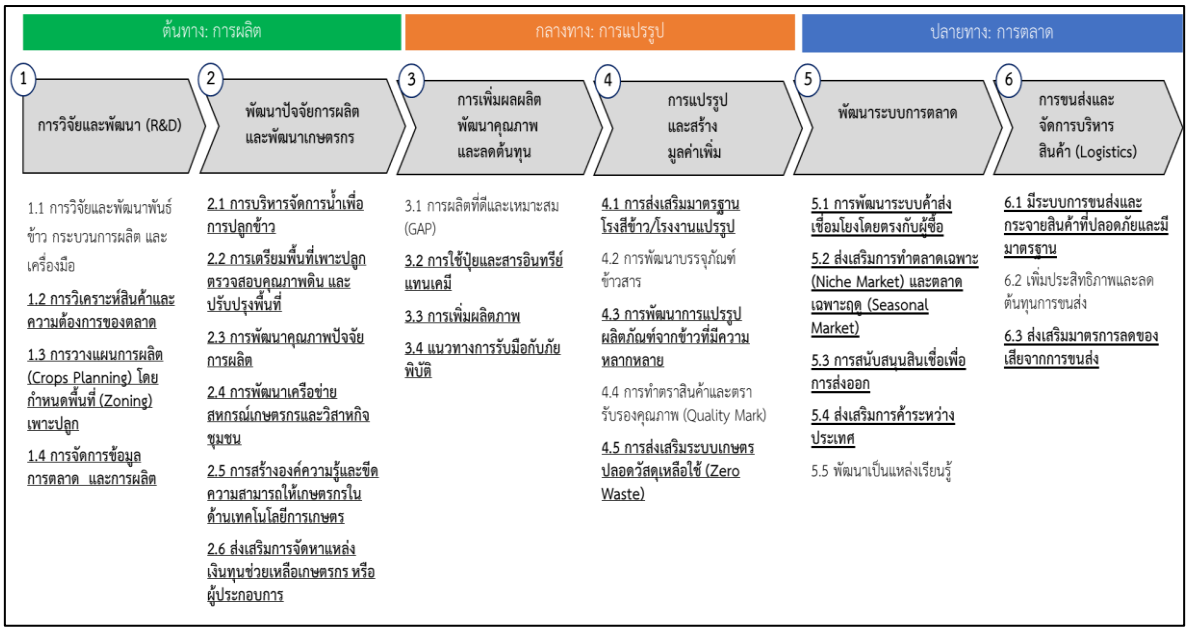
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	การผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน		
4.1 / 4.3 / 4.5	• โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตสินค้าเกษตรจังหวัดนครพนม • โครงการส่งเสริมการผลิตด้านการเกษตรครบวงจรในพื้นที่แปลงใหญ่ • โครงการส่งเสริมการใช้ไอโอชาร์ (ถ่านชีวภาพ) ในกระบวนการผลิตการเกษตร	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครพนม	ส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ข้าว ลดการใช้สารเคมี และสนับสนุนให้มีพื้นที่เพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ให้ได้ข้าวพันธุ์ดี พัฒนาพื้นที่จัดเก็บผลิตผลให้ได้มาตรฐาน และส่งเสริมโอกาสด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพด้วยการพัฒนาเพื่อให้เกิดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้ได้หลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภค
5.1 / 5.2 / 5.3 / 5.4	• โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตสินค้าเกษตรจังหวัดนครพนม • โครงการเพิ่มขีดความสามารถด้านการผลิตและการตลาดสินค้าสหกรณ์ในจังหวัดนครพนมด้วยเทคโนโลยี	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครพนม	ส่งเสริมการเพาะปลูกในพื้นที่ที่เหมาะสม และสนับสนุนให้มีพื้นที่เพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ให้ได้ข้าวพันธุ์ดี พัฒนาช่องทางการและระบบการขนส่งสินค้าให้ถึงมือผู้ซื้อและผู้บริโภคได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และส่งเสริมโอกาสด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ สนับสนุนให้เกษตรกร ผู้ผลิต พบผู้ซื้อโดยตรง รวมถึงเชื่อมโยงแหล่งเงินทุนอย่างครบวงจร เพื่อให้เกษตรกร และผู้ผลิตได้รับความรู้ด้านเงินทุนและเข้าถึงเงินทุนอย่างเหมาะสม
6.1 / 6.3	• โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตสินค้าเกษตรจังหวัดนครพนม	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครพนม	พัฒนาช่องทางการ และระบบการขนส่งสินค้าให้ถึงมือผู้ซื้อและผู้บริโภคได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธ์ข้าว กระบวนการผลิต และเครื่องมือ
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP)
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)
5. พัฒนาระบบการตลาด	5.5 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้
6. การขนส่งและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	6.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง

แผนภาพที่ 12-6: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดนครพนม



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดนครพนม

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.12-18: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[10]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 4.4	โครงการวิเคราะห์ความพร้อมในการจัดทำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม	ศึกษาวิจัยเพื่อสร้างเอกลักษณ์และคุณลักษณะพิเศษ เพื่อพัฒนาให้เป็นข้าวที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) รวมไปถึงต้องมีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวหอมมะลิ ให้มีคุณภาพสูงขึ้นไป	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม
3.1 / 5.5	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์	สร้างและพัฒนาแปลงสาธิตให้เป็นแหล่งเรียนรู้กับเกษตรกรและนักท่องเที่ยวรวมถึงกลุ่มผู้บริโภคผู้ซื้อ	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม
4.2	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม	ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ข้าวสารให้มีมาตรฐานในการเก็บรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ข้าวสารได้ดี สะดวกในการใช้งานสวยงามทันสมัย เพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางการตลาด	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม

[10] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	**แนวทางการพัฒนา**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
		โดยเน้นการสื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม	
4.4	โครงการสร้างการรับรู้โดยการประชาสัมพันธ์	จัดกิจกรรม และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ข้าวของจังหวัดนครพนม	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนม สำนักงานเกษตรจังหวัดนครพนม สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม
6.2	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง	พัฒนาศักยภาพเกษตรกร ผู้ประกอบการโรงสี และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และสร้างเครือข่ายทางด้านการขนส่งให้เกิดขึ้นในจังหวัด	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนม

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการวิเคราะห์ความพร้อมในการจัดทำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ข้าวหอมมะลินครพนม ถือได้ว่าเป็นข้าวที่ดีที่สุดของจังหวัดนครพนม แต่เนื่องจากข้าวหอมมะลิ มีการปลูกกันอย่างแพร่หลายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การตลาดปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ข้าวหอมมะลินครพนมจะถูกพ่อค้าจากต่างจังหวัดมากว้านซื้อไปตั้งแต่ปลายฤดูการผลิต ทำให้เกษตรกรรวมถึงจังหวัดต้องสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้รับจากมูลค่าเพิ่มตามห่วงโซ่การผลิตข้าวหอมมะลิไปจำนวนมาก และเป็นที่ทราบกันทั่วไปว่าตลาดต่างประเทศมีความต้องการข้าวหอมมะลิสูง แต่ข้าวหอมมะลินครพนมซึ่งมีคุณภาพดีกลับถูกพ่อค้าจากต่างจังหวัดนำไปแปรรูป และส่งออกไปต่างประเทศในนามจังหวัดนั้น ๆ สร้างชื่อ สร้างรายได้ให้กับจังหวัดอื่น นอกจากนี้คนนครพนม ผู้บริโภคต่างจังหวัดและตลาดต่างประเทศ ยังไม่รู้จักและยอมรับข้าวหอมมะลินครพนม จึงควรที่จะส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ รวมถึงการพัฒนาข้าวหอมมะลินครพนมให้เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ในการยกระดับข้าวหอมมะลินครพนม ให้มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากในพื้นที่อื่นๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และอัตลักษณ์ของข้าวหอมมะลินครพนม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ในการพัฒนาข้อมูลข้าวหอมมะลินครพนม เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของข้าวหอมมะลินครพนม โดยการศึกษาวิเคราะห์สภาพพันธุ์ข้าวถึงความบริสุทธิ์ คุณค่าทางโภชนาการ และจุดเด่น ที่สามารถเพิ่มมูลค่าได้

สรุปแนวคิดโครงการ

ศึกษาวิจัยเพื่อสร้างเอกลักษณ์และคุณลักษณะพิเศษ เพื่อพัฒนาให้เป็นข้าวที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) รวมไปถึงต้องมีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวหอมมะลิ ให้มีคุณภาพสูงขึ้นไป เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรมีข้าวพันธุ์ดี สำหรับการจำหน่ายพันธุ์ข้าว รวมทั้งการปลูกข้าวเพื่อบริโภคภายในประเทศและเพื่อการส่งออก

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. วิจัยศักยภาพพันธุ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนมเพื่อหาลักษณะเด่นของภูมิศาสตร์ที่เหมาะกับการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม
2. ศึกษา วิจัย ค้นหา คุณค่าทางโภชนาการ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และคุณลักษณะพิเศษของข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม
3. ฝึกอบรมเกษตรกรในพื้นที่เพื่อเตรียมความพร้อมยอมรับการทำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม
4. วิจัยและพัฒนาสายพันธุ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บูรณาการของหน่วยงาน ระหว่างมหาวิทยาลัยนครพนม สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม สำนักงานเกษตรจังหวัดนครพนม สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนม สถานีพัฒนาที่ดินนครพนม ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรนครพนม ในการร่วมกันวิเคราะห์ศึกษาข้อมูลสภาพพื้นที่ที่เหมาะสมและคุณค่าทางโภชนาการของข้าวหอมมะลินครพนม ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของข้าวหอมมะลินครพนม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: มหาวิทยาลัยนครพนม และสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม

ผลลัพธ์: • ข้อมูลสภาพพันธ์ข้าว ลักษณะเด่นทางภูมิศาสตร์พื้นที่ริมแม่น้ำโขงที่เหมาะสำหรับการปลูกข้าวหอมมะลิ • ข้อมูลภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของการเพาะปลูกข้าวหอมมะลินครพนม และคุณค่าทางโภชนาการของข้าวหอมมะลินครพนมที่ได้จากห้องปฏิบัติการ
ผลผลิต: รายงานศึกษาวิจัย เอกลักษณ์ของข้าวหอมมะลินครพนม
ตัวชี้วัดของโครงการ: ได้ข้อมูลรายงานผลการศึกษาที่มีการจัดเตรียมข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การจัดทำข้อบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลินครพนม จำนวน 1 ชุดข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น –สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. เก็บรวบรวมข้อมูลบริบทพื้นที่ ประวัติความเป็นมา ของการปลูกข้าวหอมมะลิ		5,000,000		มหาวิทยาลัยนครพนม สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัดนครพนม สถานีพัฒนา / ที่ดินนครพนม/ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรนครพนม /สนง.พาณิชย์จังหวัดนครพนม	
2. ศึกษาขนบธรรมเนียม สังคม วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น พิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว การปลูกข้าวหอมมะลิจังหวัดนครพนม (สัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน เกษตรกร FG)					
3. เก็บรวบรวมข้อมูลการคัดเลือกพันธ์ ดูลักษณะเมล็ด สี กระบวนการผลิต รีวิวข้อมูลเอกสารข้าวพันธ์อื่น					
4. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลสภาพพื้นที่ ที่ตั้ง ลักษณะกายภาพภูมิศาสตร์ ลักษณะธรณีวิทยา ภูมิอากาศ และสภาพพื้นที่ดินเหมาะแก่การปลูกข้าวหอมมะลิพันธุ์ขาวดอกมะลิ 105					

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น –สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
5. ตรวจ วิเคราะห์ ดิน น้ำ สภาพ พันธ์ และตรวจลักษณะเฉพาะข้าว หอมมะลิที่ปลูกในพื้นที่นั้นๆ					
6. ตรวจคุณค่าทางโภชนาการของ ข้าวหอมมะลิในห้องปฏิบัติการเพื่อ หาคุณลักษณะเฉพาะของเมล็ดข้าว หอมมะลินครพนม					
7. วิเคราะห์ จัดทำข้อมูลเพื่อสร้าง เอกลักษณ์ของข้าวหอมมะลิ นครพนม					

ชื่อโครงการ: โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของจังหวัดนครพนมได้รับรางวัลระดับประเทศมาโดยตลอดในด้านของคุณภาพข้าว และเพื่อรักษาคุณภาพให้ได้อย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นต้องพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพที่สม่ำเสมอ ตั้งแต่ต้นน้ำ ด้วยการคัดเมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพปลอดจากการปลอมปน รวมถึงส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เพาะปลูกได้เข้าใจถึงการผลิตที่มีมูลค่าสูงด้วยการเลือกใช้วิธีการเพาะปลูกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการใช้สารเคมี

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อแก้ไขการปลอมปนพันธุ์ข้าว และส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เพาะปลูกได้เรียนรู้กระบวนการปลูกที่สามารถเพิ่มผลผลิตต่อไร่ได้ ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรสามารถเพิ่มรายได้ได้ รวมถึงสามารถขยายผลการดำเนินงานที่ได้ในพื้นที่เพาะปลูกอื่นได้ ผ่านการอบรม สนับสนุนเครื่องมือ หรือการดูงานต่างๆ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การเพิ่มประสิทธิภาพข้าวหอมมะลิอินทรีย์ให้ได้ตามมาตรฐานสากล
2. สร้างและพัฒนาแปลงสาธิตให้เป็นแหล่งเรียนรู้กับเกษตรกรและนักท่องเที่ยวรวมถึงกลุ่มผู้บริโภคผู้ซื้อ
3. ส่งเสริมเรื่องการตรวจรับรองมาตรฐานอินทรีย์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บูรณาการของหน่วยงาน ระหว่างมหาวิทยาลัยนครพนม สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม สำนักงานเกษตรจังหวัดนครพนม สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนม สถานีพัฒนาที่ดินนครพนม ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรนครพนม ในการร่วมกันวิเคราะห์ศึกษาข้อมูลสภาพพื้นที่ที่เหมาะสมและคุณค่าทางโภชนาการของข้าวหอมมะลินครพนม ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของข้าวหอมมะลินครพนม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม

ผลลัพธ์:

- เพิ่มประสิทธิภาพข้าวหอมมะลิอินทรีย์ให้ได้ตามมาตรฐานสากล
- สร้างและพัฒนาแปลงสาธิตให้เป็นแหล่งเรียนรู้กับเกษตรกรและนักท่องเที่ยวรวมถึงกลุ่มผู้บริโภคผู้ซื้อ
- ส่งเสริมเรื่องการตรวจรับรองมาตรฐานอินทรีย์

ผลผลิต: เกษตรกรเข้าร่วมจำนวน 200 ราย / มีแปลงสาธิตเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- เกษตรกรเข้าร่วมมีความเข้าใจการการเพาะปลูกข้าวตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ จำนวน 200 ราย
- แปลงสาธิตเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์
- ได้รับการรับรองมาตรฐานเสินค้าเกษตรอินทรีย์

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพดีและได้มาตรฐาน 1.1 ชี้แจงโครงการฝึกอบรมการเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ ข้าวหอมมะลิคุณภาพมีตามมาตรฐานอินทรีย์ อาหารว่างและเครื่องดื่ม วันละ 2 มื้อ มื้อละ 35 บาท 4 วัน = 444,000 บาท, ค่าพาหนะเกษตรกร คนละ 200 บาท = 56,000 บาท, ค่าพาหนะเกษตรกร คนละ 200 บาท = 160,000 บาท, ค่าจัดทำเอกสารการประชุม200ชุด ชุดละ 100 บาท = 20,000 บาท, ค่าป้ายประชาสัมพันธ์ ขนาด 3x4 เมตร จำนวน 10 ป้าย ป้ายละ 1,800 บาท = 18,000 บาท, วัสดุสำนักงาน = 10,000 บาท	ต.ค.-ก.ย. 61 4 วัน	5,168,440 708,000		สนง.เกษตรจังหวัดนครพนมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
2. ทำแปลงสาธิตการผลิตตามกระบวนการผลิตทั้งมาตรฐานอินทรีย์และขยายพันธ์เชื้อราไตรโครเตอร์มา เป้าหมาย 10 กลุ่ม 200 ราย 2.1 สนับสนุนเมล็ดทั้งพันธุ์ดี จำนวน 1,000 กิโลกรัม กิโลกรัมละ 25 บาท 2.2 สาธิตกาทำปุ๋ยอินทรีย์ 10 กลุ่ม (ปุ๋ยคอก 10 กลุ่ม กลุ่มละ 20,000 ลูกๆ ละ 4 บาท) = 80,000 บาท การทำน้ำตาล 10 กลุ่ม		1,724,440 250,000 1,255,400		สำนักงานเกษตรจังหวัดนครพนมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กลุ่มละ 600กิโลกรัมๆ 15 บาท เป็นเงิน 90,000 บาท รำอ่อน กลุ่มละ 500 กิโลกรัมๆ ละ 20 บาท เป็นเงิน 100,000 บาท ถังน้ำหมัก 10 กลุ่มๆ ละ 10 ใบ ใบละ 400 บาท เป็นเงิน 40,000 บาท ขนาด 200 ลิตร แร่ร็อกฟอสเฟส 10 กลุ่ม 5,000 กิโลกรัม 4 บาท เป็นเงิน 200,000 บาท ผ้าใบพลาสสติก ขนาด 4x5 เมตร 10 กลุ่มๆ ละ 3 ผืนๆละ 500 บาท เป็นเงิน 15,000 บาท พลิ้วด้ามเหล็ก 10 กลุ่มๆ ละ 4 ด้ามๆละ 130 บาท เป็นเงิน 5,200 บาท จอบ 10 ตุ้มๆ 4 ด้ามๆ ละ 130 บาท เป็นเงิน 5,200 บาท - สาธิตการใช้สารชีวภัณฑ์และการขยายสารชีวภัณฑ์ หัวเชื้อไตรโด) ขนาด (เดอร์มา20 กรัม 10 กลุ่ม ๆ ละ 60 ขวดๆ ละ 200 บาท เป็นเงิน 120,000 บาท หม้อหุ้งข้าว ขนาด 7 ลิตร 10 ตุ้มๆ ละ 1 ใบๆละ 45,000 บาท เป็นเงิน 45,000 บาท ถุงพลาสสติก ขนาด 8x12 นิ้ว 10 กลุ่มๆละ 2 กิโลกรัม กิโลกรัมละ 100 บาท เป็นเงิน 2,000 บาท					
3. การตรวจรับรองมาตรฐานอินทรีย์ จะต้องมีการดำเนินการ		219,040			

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ตรวจรับรองให้ไม่เกิน 2 ปี งบประมาณ 3,000,000 บาท ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ในการติดตาม การดำเนินงานระดับจังหวัด 4 คนๆ 4 วันๆ ละ 240 บาท เป็นเงิน 3,840 บาท ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง 4 วันๆละ 800 บาท เป็นเงิน 3,200 บาท ค่ารับรองมาตรฐานอินทรีย์รายเดิม ปี 60 2,500 ไร่ 200 กลุ่มๆละ 25 ราย ๆละ 5 ไร่ ตรวจรับรองแบบกลุ่มๆละ 100,000 บาท ค่าตรวจรับรองมาตรฐานรายปี ปี 61 จำนวน 1,000 ไร่ 10 กลุ่มๆ ละ 20 รายๆ ละ 5 ไร่ ตรวจรับรองแบบกลุ่มๆ ละ 100,000 บาท เป็นเงิน 1,000,000 บาท					

ชื่อโครงการ: โครงการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ นครพนม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ข้าวหอมมะลิ อินทรีย์ของจังหวัดนครพนมเป็นผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) เนื่องจากจังหวัดมีการส่งเสริมการผลิตข้าวเจ้านาปี ให้ได้คุณภาพดี และได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ซึ่งได้รับรางวัลการประกวดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ระดับประเทศมาโดยตลอด ทำให้มีโอกาสในการทำการตลาดคุณภาพโดยการพัฒนาข้าวอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง จากการวิเคราะห์ห่วงโซคุณค่า และปัจจัยความสำเร็จที่เกี่ยวข้องพบว่าการแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่ม ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาในเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร จังหวัดนครพนมจึงได้จัดทำโครงการ “พัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร” เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ลุ่มน้ำโขงนครพนมขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

การออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ข้าวสารขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม, 5 กิโลกรัม , 10 กิโลกรัม, 25 กิโลกรัม และขนาด 50 กิโลกรัม ซึ่งมีมาตรฐานในการเก็บรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ข้าวสารได้ดี สะดวกในการใช้งานสวยงามทันสมัยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางการตลาด มีข้อมูลครบถ้วน ประกอบด้วย 1. ตราสินค้าที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม 2. เรื่องราว ที่สื่อถึงคุณภาพ คุณค่าและความโดดเด่นพิเศษของความหอมนุ่มและคุณค่าของสารอาหารที่เกิดจากการปลูกโดยระบบอินทรีย์ 100% จากดินลุ่มน้ำโขงที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านเร่ธาตุสารอาหารของพืช ปริมาณน้ำฝนที่มีแสงแดด และอากาศที่บริสุทธิ์ จึงเป็นข้าวหอมมะลิอินทรีย์ระดับ Premium และตรามาตรฐานข้าวอินทรีย์

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ประกวดออกแบบตราสินค้า “ข้าวหอมมะลิอิทรีย์ลุ่มน้ำโขง” นครพนม
2. ประกวดออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร “ข้าวหอมมะลิอิทรีย์ลุ่มน้ำโขง” นครพนม
3. จ้างเหมาทำบรรจุภัณฑ์ ข้าวสารต้นแบบ สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจการผลิตข้าวอินทรีย์และเครือข่าย เพื่อทดลองตลาด
4. ทดสอบมาตรฐานบรรจุภัณฑ์
5. สื่อสารสร้างการรับรู้ในหลายช่องทางและต่อเนื่อง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ใช้กลไกการดำเนินงานของประชารัฐ ซึ่งประกอบด้วย

1. ภาคประชาชน คือ ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์
2. ภาคประชาสังคม คือ สภาเกษตรจังหวัดนครพนม, สภาองค์กรชุมชน
3. ภาคเอกชน คือ หอการค้า,สภาอุตสาหกรรม, สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. ภาควิชาการ คือ มหาวิทยาลัยนครพนม
5. ภาคราชการ คือ คณะทำงานพัฒนาเศรษฐกิจฐานภาค (E3) ที่เกี่ยวข้อง (เกษตรและสหกรณ์, เกษตรจังหวัด, พาณิชย์, อุตสาหกรรม, พัฒนาชุมชน)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม

ผลลัพธ์: เกษตรกรในจังหวัดนครพนมสามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในการจำหน่ายข้าวหอมมะลิอินทรีย์ระดับ Premium มียอดจำหน่ายที่สูงขึ้น มีรายได้เพิ่มไม่น้อยกว่า 10 %

ผลผลิต: 1. มีตราสินค้าที่มีความแกร่ง 1 ตรา / มีบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน / เพิ่มคุณค่าและมูลค่าจำนวน 5 ขนาด คือ 1 กิโลกรัม จำนวน 50,000 ชิ้น, 5 กิโลกรัม จำนวน 2,000 ชิ้น, 10 กิโลกรัม จำนวน 2,000 ชิ้น, 25 กิโลกรัม จำนวน 1,000 ชิ้น 50 กิโลกรัม จำนวน 1,000 ชิ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของจังหวัดนครพนมมีบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการและผู้บริโภคมีความพึงพอใจ
- ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของจังหวัดนครพนมสามารถแข่งขันทางการตลาดได้ และมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงถึง 10% อย่างน้อย

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประชุมคณะทำงานประสานการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานมากและประชารัฐ (คสป.) จังหวัดเพื่อพิจารณากำหนดกรอบรายละเอียดรูปแบบบรรจุภัณฑ์	15 สิงหาคม 2560	-	ผลงานวิจัยคุณภาพข้าว	คณะทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานมากและประชารัฐ (คสป)	
2. ประกวดออกแบบตราสินค้า	1-3 กันยายน 2560	50,000	การรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
3. ประกวดออกแบบบรรจุภัณฑ์	1-3 กันยายน 2560	50,000	ตราสินค้า		
4. นำเข้าสู่ที่ประชุม (คสป.) เพื่อพิจารณาเห็นชอบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์	15 ตุลาคม 2560	-	เรื่องราว		
5. จ้างเหมาจัดทำบรรจุภัณฑ์	ตุลาคม – พฤศจิกายน 2560	1,000,000			
6. ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ทุกช่องทางอย่างต่อเนื่องโดยจัดอีเว้นท์เปิดตัว “ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ลุ่มน้ำโขงนครพนม”	ธันวาคม 2560	400,000			
		1,500,000			

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างการรับรู้โดยการประชาสัมพันธ์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เนื่องจากข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวในจังหวัดนครพนมยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วไปจึงต้องมีการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น line, Facebook, สื่อวิทยุ, สื่อสิ่งพิมพ์, โทรทัศน์ เป็นต้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จังหวัดจะกระตุ้นและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวผ่านช่องทางต่างๆ ให้เป็นที่ทราบโดยทั่วกัน

สรุปแนวคิดโครงการ

1. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Online, อิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำทุกเดือน
2. สื่อวิทยุ โทรทัศน์
3. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยว
4. การใช้ QR Code
5. จัด โชว์ ชิม ช็อป
6. การเจรจาจับคู่ธุรกิจข้าวกับห้างสินค้าในจังหวัด
7. การจัดงานข้าวหอมมะลินครพนม กิจกรรม ประกอบด้วย การจัดประกวดข้าวหอมมะลิ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
2. การจัดงานข้าวหอมมะลิประจำปี

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนม / สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครพนม / สำนักงานเกษตรจังหวัดนครพนม / สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม / สำนักงานประมงจังหวัดนครพนม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนม / สำนักงานเกษตรจังหวัดนครพนม / สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครพนม

ผลลัพธ์: . มีการกระจายสินค้าข้าวอย่างทั่วถึงแก่ผู้บริโภค / มีช่องทางการจัดจำหน่ายจากการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น

ผลผลิต: มีการกระจายสินค้าข้าวอย่างทั่วถึงแก่ผู้บริโภค / มีช่องทางการจัดจำหน่ายจากการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนผู้รับรู้ข้าวนครพนมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 / มูลค่าการจำหน่ายสินค้าข้าวร้อยละ 10

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ • Online (9,000 x 12)	ตลอดเวลา	108,000	ผู้ดูแล Admin จ้างสื่อวิทยุ ข่าวประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว ข้าวและผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ประกอบการ ห้างสรรพสินค้า ผู้ผลิตข้าว ผู้ประกอบการ	สนง. พาณิชย์จังหวัด	
• วิทยุเปิดสปอร์ตโฆษณา (5 แห่ง x 3,000 ม. x 12)	ปีงบประมาณ	180,000			
• โทรทัศน์ (ตัววิ่ง)	ปีงบประมาณ	2,000,000			
• การจัดงานข้าวหอมมะลินครพนม	1 ครั้ง/ปี	5,000,000			
• การกระจายข้าวตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น พญาศรีลักษณ์, พระธาตุพนม, ไปรษณีย์อำเภอเมือง	ตลอดปี	72,000			
การทำ MOU ระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ผลิตข้าวกับห้างสรรพสินค้า	1 ครั้ง/ปี	10,000			

ชื่อโครงการ: โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เพื่อให้ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ผลิต และผู้เกี่ยวข้อง ได้มีการใช้ระบบโลจิสติกส์ ที่มีประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นและลดต้นทุนขนส่ง
สรุปแนวคิดโครงการ ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ผลิต และผู้เกี่ยวข้อง ได้นำเอาระบบโลจิสติกส์ไปพัฒนาสถานประกอบการ และลดต้นทุนการขนส่ง ผ่านการฝึกอบรม การให้คำปรึกษา และการสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ อบรมให้ผู้ประกอบการ เกษตรกรผู้ผลิต และผู้เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ผ่านเว็บไซด์ อบรมพื้นฐานให้ผู้ประกอบการ เกษตรกรผู้ผลิต และผู้เกี่ยวข้อง ด้านระบบโลจิสติกส์ การสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนขนส่ง
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นการถ่ายทอดความรู้ เพื่อเกิดความเข้าใจและสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ในกระบวนการขนส่งและบริหารด้านโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนมเป็นหน่วยงานดำเนินการหลักและร่วมกับหน่วยงานภาคเอชน สมาคมและองค์กรอิสระที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครพนม
ผลลัพธ์: . ผู้ประกอบการนำเอาระบบโลจิสติกส์ ไปพัฒนาสถานประกอบการ และลดต้นทุนการขนส่ง
ผลผลิต: มีกลุ่มเครือข่ายระบบโลจิสติกส์เพิ่มขึ้น / มีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: มีผู้ประกอบการที่ใช้ระบบโลจิสติกส์ ที่มีประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นและลดต้นทุนขนส่ง ร้อยละ 5 / มีเครือข่ายผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. อบรมให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ผ่านเว็บไซด์	1 ครั้ง / ปี (300 คน X 2 วัน)	100,000	- ผู้ประกอบการ - เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง - วิทยากร	สนง. พาณิชย์จังหวัดนครพนม	
2. อบรมพื้นฐานให้ผู้ประกอบการด้านระบบโลจิสติกส์	1 ครั้ง / ปี	100,000	- ผู้ประกอบการ - เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง - วิทยากร		
3. การสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนขนส่ง	1 ครั้ง / ปี	50,000	- ผู้ประกอบการ - เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง		

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภณฑ์ศักยภาพ

- พื้นที่ภาคอีสานตอนบนนี้ได้รับการกำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง
- จังหวัดนครพนมมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม รวมถึงศาสนสถานที่มีชื่อเสียงอยู่จำนวนมาก
- มีการนำเสนอประเพณี กิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว ทำให้มักจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเยือนในช่วงกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
- วัฒนธรรมของภาคอีสานมีความเชื่อมโยงของกับของลาว ทำให้มีโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้

ตารางที่ 3.12-19: สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ปี พ.ศ. 2557

จังหวัด	2557	
	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2	3,469,471	5,063
นครพนม	913,138	1,407
มุกดาหาร	1,475,139	**1,995**
สกลนคร	1,081,194	1,661

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 พ.ศ. 2561- 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของ

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 12-7: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-20: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.2 / 1.3	• โครงการยกระดับและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว • โครงการASEAN Connect : Tour de Khong	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	สร้างระบบจัดเก็บฐานข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตลอดจนการประชาสัมพันธ์จังหวัดในการใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์
2.2	• โครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวพระธาตุในจังหวัดนครพนม • โครงการส่งเสริมประเพณี/วัฒนธรรมท้องถิ่นเชื่อมท่องเที่ยวอินโดจีน	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	สร้างยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน
3.2 / 3.3 / 3.4 / 3.5	• โครงการยกระดับและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม • โครงการที่ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นสำคัญของจังหวัดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอินโดจีน	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวตามระบบมาตรฐานให้เป็นสากล
4.1 / 4.2 / 4.3	• โครงการพัฒนาการบุคลากรและสินค้าทางการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม • โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมเพื่อเชื่อมโยง	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาบุคลากรเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
5.1 / 5.2 / 5.3 / 5.4 / 5.5	• โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมเพื่อเชื่อมโยง	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	สร้างมาตรฐานและเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

[11] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	• โครงการยกระดับและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม • โครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวพระธาตุสำคัญจังหวัดนครพนม		ตลอดจนการสร้างเครือข่ายรวมกันในจังหวัด
6.2 / 6.3 / 6.4 / 6.5 / 6.6	• โครงการยกระดับและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม • โครงการที่ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นสำคัญของจังหวัดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอินโดจีน • โครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวพระธาตุส าคัญจังหวัดนครพนม • โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมเพื่อเชื่อมโยงGMS	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ส่งเสริมสินค้า กิจกรรมเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
7.1	• โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมเพื่อเชื่อมโยง	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และยกระดับการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ถึงนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วและเข้าใจง่าย
5.1 / 5.2	โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเข้าแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร	แขวงการทาง / สนง.โยธาธิการและผังเมือง	ปรับปรุงถนน / ก่อสร้างถนน / ก่อสร้างเส้นทางจักรยาน / โครงการสนับสนุนไฟฟ้าและแสงสว่าง
5.2 / 5.3	โครงการพัฒนาชุมชนพาลุกา และพิพิธภัณฑ์บ้านท่านหนูฮัก	สนง.จังหวัด	ปรับปรุงสภาพพื้นที่ และสภาพแวดล้อมในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนพาลุกา

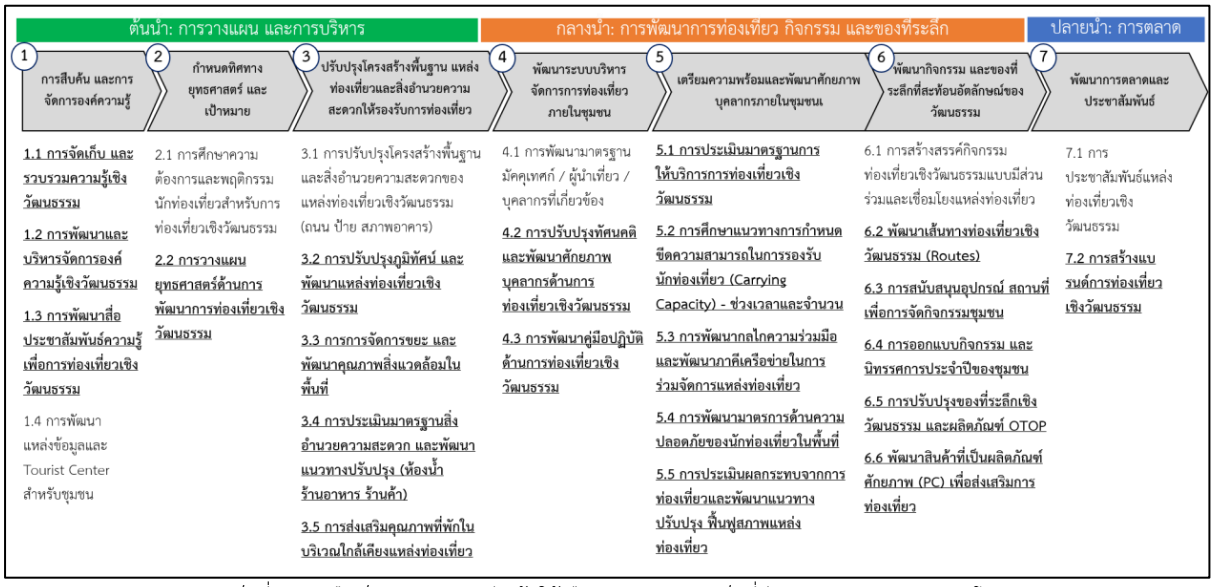
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.4	โครงการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	สนง.ทรัพยากรจังหวัด	ฝึกอบรมผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องของการจัดการขยะและการคัดแยกขยะ
5.5	โครงการพัฒนามาตรฐาน Homestay	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมมาตรฐานการให้บริการ Homestay ตามกรอบที่กระทรวงการท่องเที่ยวได้มีการกำหนดขึ้นมา
7.2	พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงทุกแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัด พร้อมเพิ่มช่องทางและปรับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยเพื่อยกระดับการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ถึงนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วและเข้าใจง่าย และสร้างฐานข้อมูลให้เป็นระบบ เพื่อสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลต่อคนในชุมชน รวมถึงดำเนินการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างมีกระบวนการอย่างเป็นระบบสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมเพื่อการตลาดและการประชาสัมพันธ์เสนอสินค้าอันโดดเด่น ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สามารถนำไปขยายผลได้ในทุกๆ ด้าน

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-21: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้นและการจัดการองค์ความรู้	1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	3.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ถนน ป้าย สภาพอาคาร)
4.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง
6.พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แผนภาพที่ 12-8: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ของจังหวัดนครพนม



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดนครพนม

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.12-22: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[12]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4 / 2.1 / 6.1 / 7.1	โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวนครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง	ค้นหาและเพิ่มศักยภาพ สินค้าท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่โดดเด่น และพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า รวมถึงสนับสนุนศูนย์การเรียนรู้หมู่บ้านเชิงวัฒนธรรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม
4.1	โครงการการพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์และผู้นำชุมชน	เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชนรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว วัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม
3.1	โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก	ปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดและประเทศเพื่อนบ้าน	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด

[12] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม		

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ข้าวหอมมะลินครพนม ถือได้ว่าเป็นข้าวที่ดีที่สุดของจังหวัดนครพนม แต่เนื่องจากข้าวหอมมะลิ มีการปลูกกันอย่างแพร่หลายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การตลาดปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ข้าวหอมมะลินครพนมจะถูกพ่อค้าจากต่างจังหวัดมากว้านซื้อไปตั้งแต่ปลายฤดูการผลิต ทำให้เกษตรกรรวมถึงจังหวัดต้องสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้รับจากมูลค่าเพิ่มตามห่วงโซ่การผลิตข้าวหอมมะลิไปจำนวนมาก และเป็นที่ทราบกันทั่วไปว่าตลาดต่างประเทศมีความต้องการข้าวหอมมะลิสูง แต่ข้าวหอมมะลินครพนมซึ่งมีคุณภาพดีกลับถูกพ่อค้าจากต่างจังหวัดนำไปแปรรูป และส่งออกไปต่างประเทศในนามจังหวัดนั้น ๆ สร้างชื่อ สร้างรายได้ให้กับจังหวัดอื่น นอกจากนี้คนนครพนม ผู้บริโภคต่างจังหวัดและตลาดต่างประเทศ ยังไม่รู้จักและยอมรับข้าวหอมมะลินครพนม จึงควรที่จะส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ รวมถึงการพัฒนาข้าวหอมมะลินครพนมให้เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ในการยกระดับข้าวหอมมะลินครพนม ให้มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากในพื้นที่อื่นๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และอัตลักษณ์ของข้าวหอมมะลินครพนม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ในการพัฒนาข้อมูลข้าวหอมมะลินครพนม เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของข้าวหอมมะลินครพนม โดยการศึกษาวิเคราะห์สภาพพันธุ์ข้าวถึงความบริสุทธิ์ คุณค่าทางโภชนาการ และจุดเด่น ที่สามารถเพิ่มมูลค่าได้

สรุปแนวคิดโครงการ

- ค้นหาและเพิ่มศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่โดดเด่นและพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน
- พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า และสร้างสรรค์สินค้าให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดในการส่งเสริมการให้มีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเน้นกิจกรรมการสัมผัสประสบการณ์จริง (Local Experience)
- สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนเพื่อการตลาดและการประชาสัมพันธ์เสนอสินค้าอันโดดเด่น ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ สามารถนำไปขยายผลได้ในทุกๆด้าน
- ประชาสัมพันธ์แลส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวขยายวันพักเฉลี่ยและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศและกระจายรายได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. จ้างที่ปรึกษาจัดเก็บข้อมูลศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์อัตลักษณ์เอกลักษณ์ที่โดดเด่นและกำหนดแนวทางรูปแบบศูนย์การเรียนรู้ท่องเที่ยวชุมชน
2. ฝึกอบรมสัมมนาอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และศึกษาดูงานแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยวต้นแบบ
3. จัดประกวดเส้นทางท่องเที่ยว/สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวจังหวัด
4. สนับสนุนเครื่องมือจัดศูนย์การเรียนรู้หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
5. ทดสอบ/EVENT/PR /ประเมินผล

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม / คณะกรรมการบริหารงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม / หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สำนักงานการท่องท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม / สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม / สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด / หอการค้าจังหวัดนครพนม / สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครพนม / อำเภอ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/ผู้นำชุมชน)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม

ผลลัพธ์:

- มีข้อมูลประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมดั้งเดิมวิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรมมีอัตลักษณ์และโดดเด่นของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์แปดชนเผ่าสองเชื้อชาติ
- มีศูนย์กลางการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรของชุมชนทันสมัยและเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายจำนวน 12 ศูนย์
- มีเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัตศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างน้อย 3 เส้นทาง
- มีเครื่องมือสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม(แบรนด์)

ผลผลิต:

- สร้างการรับรู้และกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาสัมผัสประสบการณ์จริง (Local Experience)วิถีอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม
- เพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวขยายวันพักเฉลี่ยและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5
- รายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว 5
- เพิ่มจำนวนวันพำนักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ร้อยละ 0.05
- มีจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประชุมคณะกรรมการฯ กลไกการดำเนินงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผน กำหนดขอบเขตงาน ติดตาม ประเมินผล โครงการ	ต.ค.-ก.ย.	200,000	นิทรรศการ/ อินเตอร์เน็ต	สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	12 ครั้งต่อปี
2. ที่ปรึกษาจัดเก็บข้อมูลศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ที่โดดเด่นและกำหนดแนวทางรูปแบบ	พ.ย.-เม.ย.	1,000,000	ปราชญ์ชาวบ้าน / ศิลปิน /ครูภูมิปัญญา นิทรรศการ/ แบบสอบถาม	สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง. วัฒนธรรมจังหวัด	นำเสนอผลความก้าวหน้า 2 เดือน/ครั้ง
3. ฝึกอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และศึกษาดูงานแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยวต้นแบบ	พ.ค.-มิ.ย.	4,500,000	หลักสูตรที่เกี่ยวข้อง, สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์, การสาธิต		5 หลักสูตร สูตรละ 4 วัน/เป้า 300 คน
4.จัดประกวดเส้นทางท่องเที่ยว/สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวจังหวัด	ก.ค.-ส.ค.	1,000,000	โล่ เงินรางวัล สื่อทุกแขนง	ททท.	
5.ทดสอบ/EVENT/PR / ประเมินผล	ส.ค.-ก.ย.(ต.ค.)	10,000,000	สื่อทุกแขนง เทคโนโลยี/ ดารา/ศิลปิน	ททท.	

ชื่อโครงการ: โครงการการพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์และผู้นำชุมชน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดนครพนมมีศักยภาพในการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีความหลายหลายในเชิงประวิติศาสตร์และวัฒนธรรม มีจุดเด่นเป็นพื้นที่เชิงวัฒนธรรมรวมถึงศาสนาสถานที่ที่มีชื่อเสียง เช่น องค์พระธาตุพนม และพระธาตุประจำวันเกิด มีประเพณีวัฒนธรรมชนเผ่า ซึ่งจังหวัดได้ส่งเสริมและพัฒนาให้ชุมชนหมู่บ้านชนเผาต่างๆจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และชนเผ่า 2 เชื้อชาติ

จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี หากมีการบริหารการท่องเที่ยวและพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธุ์ที่ดี ก็จะสร้างการเติมโตทางเศรษฐกิจ (GDP) เพิ่มอย่างมากในขณะเดียวกันความพร้อมและศักยภาพของบุคลากรในชุมชนยังเป็นปัจจัยสุ่ความสำเร็จที่ยังต้องพัฒนา (Gap analysis) โดยเฉพาะการพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ ผู้นำเที่ยว และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

สรุปแนวคิดโครงการ

- เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลาการในชุมชนรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว วัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง
- เน้นการยกระดับมาตรฐานมัคคุเทศก์ ผู้นำเที่ยว บุคลาการที่เกี่ยวข้องสู่มาตรฐานสากล

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

มุ่งผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน และคุณภาพความต้องการของตลาด อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมด้านสำคัญ ดังนี้

- ฝึกอบรมมัคคุเทคก์ท้องถิ่น (เฉพาะพื้นที่ชนเผ่าและพระธาตุประจำวันเกิดและหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน) จำนวน 2 รุ่น / รุ่นละ 40 คน
- ฝึกอบรมมัคคุเทศก์อาสาสมัครทั่วไปหลักสูตรภาษาไทย 1 รุ่น
- ฝึกอบรมมัคคุเทศก์อาสาสมัครทั่วไป หลักสูตรภาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษจำนวน 1 รุ่นๆละ 20 คน / ภาษาเวียดนามจำนวน 1 รุ่นๆละ 20 คน / ภาษาจีนจำนวน 1 รุ่นๆละ 20 คน)
- ศึกษาดูงานพื้นที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบนอกจังหวัด

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ใช้กลไกลการดำเนินงานคณะทำงานพัฒนาเศรษฐกิจภาคและประชารัฐ ประกอบด้วย

1. ภาคประชาชน ประกอบด้วยคณะกรรมการหมู่บ้าน ชนเผ่า ชุมชนรอบพระธาตุประจำวันเกิด
2. ภาควิชาการ คือสถาบันภาษาและคณะจัดการท่องเที่ยวม.นครพนม
3. ภาคประชาสังคม สภาวัฒนธรรมจังหวัด
4. ภาคเอกชน สภาอุสหกรรมการท่องเที่ยว สมาคมไทยเวียดนาม สมาคมพ่อค้า สมาคมชาวไทยเชื้อสายจีน และหอการค้าไทย
5. ภาครัฐ คือการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครพนม วัฒนธรรมจังหวัดนครพนม และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครพนม

ผลลัพธ์: มีนักท่องเที่ยวชุมชนที่มาตรฐานสามาตรรับนักท่องเที่ยวได้อย่างดี นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจผลผลิตของโครงการ

ผลผลิต:

- มีมัคคุเทศก์ชุมชนที่มีมาตรฐานจำนวน 80 คน

• มีมัคคุเทศก์ทั่วไป/อาสาสมัคร (ภาษาไทยจำนวน 40 คน/ภาษาอังกฤษ 20 คน/ภาษาเวียดนาม 20 คน/ภาษาจีน 20 คน)
ตัวชี้วัดของโครงการ: • ผู้เข้าอบรมมัคคุเทศก์ชุมชนร้อยละ 90 มีทักษะการเป็นมัคคุเทศก์นำท่องเที่ยวในชุมชนได้ • ผู้เข้าอบรมมัคคุเทศก์ทั่วไปทั้งภาษาไทยและต่างประเทศร้อยละ 85 มีทักษะการเป็นมัคคุเทศก์และสามารถนำเที่ยวได้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
แต่งตั้งคณะทำงาน/ประชุม เตรียมแผน	15 สิงหาคม 2560	-	ข้อมูลสถิติเชิงท่องเที่ยว	คสป. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
ประกาศรับสมัคร/เชิญชวนอาสาสมัครและคัดเลือกอาสาสมัคร	กันยายน 2560	-	ทะเบียนข้อมูลมัคคุเทศก์ภายในจังหวัด		
ฝึกอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์ชุมชน	ตุลาคม 2560	2,500,000	ข้อมูลความรู้เชิงวัฒนธรรม		
ฝึกอบรมหลักสูตรอาสาสมัครมัคคุเทศก์ทั่วไป	พฤศจิกายน 2560	180,000	สื่อประชาสัมพันธ์ความรู้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		
ฝึกอบรมหลักสูตรอาสาสมัครมัคคุเทศก์ทั่วไป - ภาษาต่างประเทศ 3 รุ่น รุ่นละ 20 คน คนละ 10 วัน	ธันวาคม 2560	300,000	สื่อสังคมออนไลน์		
ศึกษาดูงานพื้นที่ต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน	ธันวาคม 2560	300,000			

ชื่อโครงการ: โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ที่ผ่านมาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ยังมีปัญหาและอุปสรรค เช่น การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ได้รับความสะดวกสาย ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่สนใจ ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดและประเทศเพื่อนบ้านรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

ก่อสร้างถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก ก่อสร้างอาคารอำนวยการ ก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ/ผู้สูงอายุ ปรับปรุงและเพิ่มป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ดำเนินการจ้างเหมา และดำเนินการทันทีหลังจากได้ศึกษาความเหมาะสม / พัฒนาพื้นที่ดำเนินการ / ได้รับการอนุญาตตามกฎหมาย และได้รับอนุมัติตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครพนม

ผลลัพธ์:

- แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้มีมาตรฐาน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ไม่น้อยกว่าปีละ 500,000 คน
- ประชาชนในพื้นที่มีรายได้จากการขายของที่ระลึกและสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลผลิต:

- ถนนคอนกรีตเสริมเหล็กที่อำนวยความสะดวกการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- อาคารอำนวยการเพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว
- สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ/ผู้สูงอายุ
- ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5
- รายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว ร้อยละ 5
- แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมได้รับการพัฒนาได้มาตรฐาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
สำรวจ / ศึกษา / วิเคราะห์ข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	ตุลาคม 60 – กันยายน 61	12,000,000		สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครพนม	
ร่างแบบและดำเนินการจ้างเหมาและดำเนินการทันทีหลังจากได้ศึกษาความเหมาะสม / พัฒนาพื้นที่ดำเนินการ / ได้รับการอนุญาต ตามกฎหมาย และได้รับอนุมัติตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง					
ตรวจสอบและติดตามและสรุปผลการดำเนินงาน					

3.2.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดสกลนคร

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดสกลนคร

จังหวัดสกลนคร ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

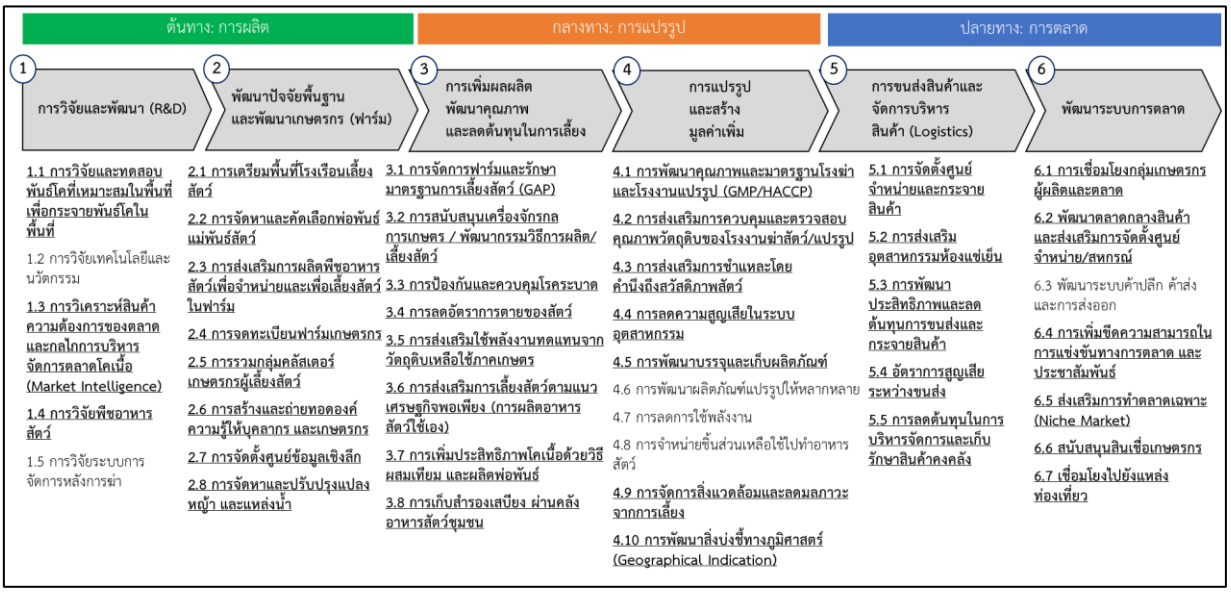
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
โคเนื้อ	- จังหวัดสกลนครมีปริมาณการเลี้ยงโคที่มากที่สุด - มีพันธ์โคพื้นเมืองขึ้นชื่อที่สามารถมาต่อยอดทางการตลาดได้ง่าย อาทิ โคขุนโพนยางคำ โคดำ ภูพาน - มีแนวโน้มความต้องการบริโภคโคเนื้อคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้น
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	- พื้นที่ภาคอีสานตอนบนนี้ได้รับการกำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง - จังหวัดสกลนครมีมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม รวมถึงศาสนสถานที่มีชื่อเสียงอยู่จำนวนมาก และมีเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมหลายเส้นทางที่เชื่อมโยงกับจังหวัดหลายเส้นทาง

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: โคเนื้อ</u>

ภายใต้ประเด็นไม้ผล ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม) 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม และ 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อของจังหวัดสกลนคร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.2 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 1.5 การวิจัยระบบการจัดการหลังการฆ่า
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้หลากหลาย 4.7 การลดการใช้พลังงาน 4.8 การจำหน่ายชิ้นส่วนเหลือใช้ไปทำอาหารสัตว์
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.3 พัฒนาระบบค้าปลีก ค้าส่ง และการส่งออก

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.2 / 1.5 / 4.6 / 4.7 / 4.8 / 5.3 / 6.1 / 6.2 / 6.3	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป การตลาดโคเนื้อคุณภาพสู่อาเซียน	พัฒนาประสิทธิภาพการเลี้ยงโค ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ แบบบูรณาการ โดยให้ความสำคัญทั้งในเรื่องของการพัฒนาเกษตรกร การวิจัยการเลี้ยงเพื่อสร้างมูลค่า แนวทางการแปรรูป การดูแลหลังการฆ่า ไปจนถึงการขนส่ง และการทำตลาด	สนง.ปศุสัตว์จังหวัดสกลนคร / สนง.พาณิชย์จังหวัดสกลนคร / สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดสกลนคร

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทาง ยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 4) พัฒนาระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน 5) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชน 6) พัฒนากิจกรรมและของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมและ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

[13] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของจังหวัดสกลนคร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.1 การพัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4.เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.3 การการจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[14]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.1 / 5.5 / 7.3	โครงการสร้างการรับรู้ และพัฒนามาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว	กำหนดมาตรฐานการให้บริการในด้านที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็นทั้งในรูปแบบของสาขาการให้บริการ และองค์ประกอบการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับการนำเสนอและประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับรู้ และมีการพัฒนาบุคลากรเพิ่มเติม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.1 / 2.2 / 3.3 / 3.4 / 3.5 / 5.3 / 7.2	โครงการจัดทำแผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ จ.สกลนคร	ศึกษาข้อมูลความต้องการนักท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว พัฒนาแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด พร้อมแผนงานในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับภาคการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
1.1 / 7.4	โครงการพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center	ปรับปรุงศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว พร้อมพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
4.3 / 7..3	โครงการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยว	พัฒนาคู่มือด้านการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการสื่อสารเรื่องราวให้กับนักท่องเที่ยว และยังเป็นแนวให้กับเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[14] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดสกลนคร

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: โคเนื้อ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดสกลนครมีปริมาณการเลี้ยงโคที่มากที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2
- ด้วยแนวโน้มความต้องการบริโภคโคเนื้อคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้น ช่วยสร้างโอกาสในการพัฒนาคุณภาพและสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์โคท้องถิ่นได้
- มีพันธุ์โคพื้นเมืองขึ้นชื่อที่สามารถมาต่อยอดทางการตลาดได้ง่าย อาทิ โคขุนโพนยางคำ โคดำ ภูพาน
- มีแนวโน้มที่สามารถจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้

ตารางที่ 3.12-23: สรุปจำนวนโค ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ปี พ.ศ. 2558

จังหวัด	จำนวนโค (ตัว)	
	2557	2558
ประเทศ	**4,312,408**	**4,407,108**
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**2,100,472**	**2,104,941**
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2	**258,341**	**275,975**
นครพนม	79,342	82,557
มุกดาหาร	40,696	43,247
สกลนคร	**138,303**	**150,171**

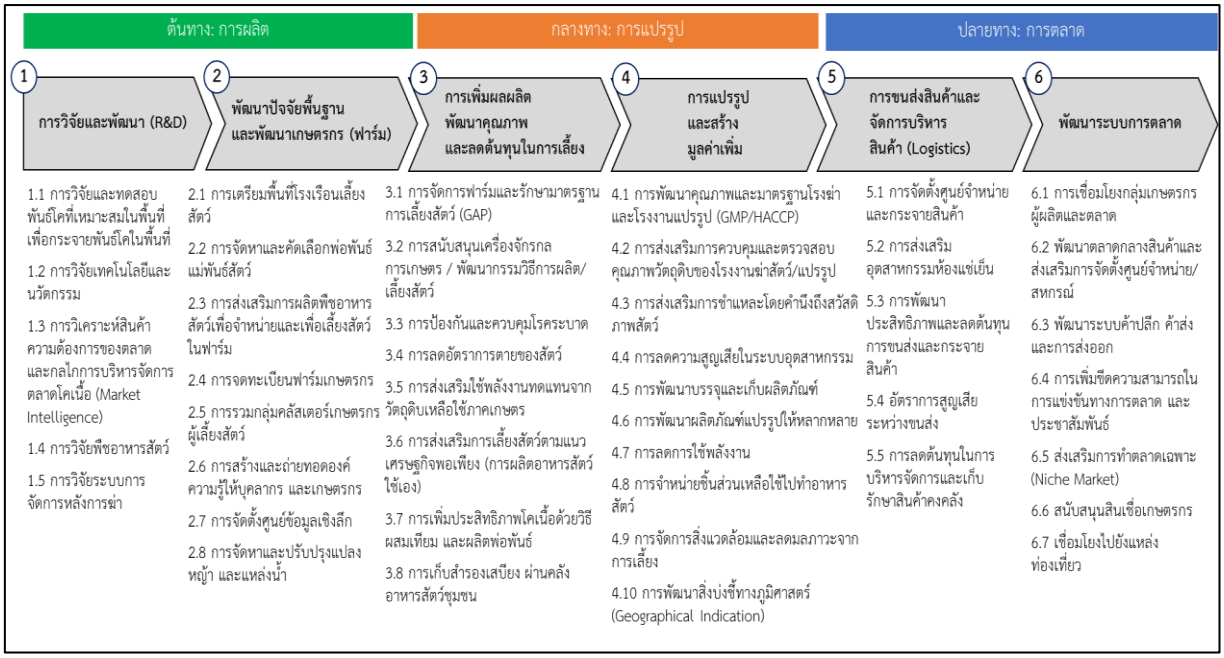
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2561- 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 12-9: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดสกลนคร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-24: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[15]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.2	• การนำพันธุ์วัวมาพัฒนาในพื้นที่ และแจกจ่ายให้เกษตร • ธนาคารโค กระบือ / การสนับสนุนแม่พันธุ์วัว	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	มีการนำพันธุ์จากพื้นที่ต่างๆ มาพัฒนาเพื่อให้เหมาะสมกับพื้นที่ของจังหวัด และมีการแจกจ่ายให้กับเครือข่ายเกษตรกรในพื้นที่ได้ใช้ประโยชน์ รวมถึงการพัฒนาโครงการในลักษณะเป็นธนาคารโค กระบือ ที่ให้พ่อพันธุ์แม่พันธุ์เกษตรกรไป และต้องนำมาลูกมาคืน เป็นต้น
1.3	งานวิจัยทางด้านการเลี้ยงโค ตลาด และการบริโภคของมหาวิทยาลัยสกลนคร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มีการศึกษาวิจัยเรื่องของการเลี้ยง ภาพรวมของตลาดโค และรูปแบบการบริโภคอยู่แล้ว อาจมีการนำงานวิจัยเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ได้
2.1	• งานวิจัยและส่งเสริมอาหารสัตว์	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	วิจัยและส่งเสริมการปลูกหญ้าเนเปียเพื่อการเลี้ยงโค รวมทั้งทำเป็นฐานการปลูกและกระจายพันธุ์พืชอาหารสัตว์ พร้อมเครื่องมือในการถนอมอาหารสัตว์ (หญ้า / ฟางหมัก)

[15] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	• เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเสบียงอาหารสัตว์ (แผนพัฒนาจังหวัด)		ให้ชาวบ้านรวมกลุ่มปลูกหญ้าในพื้นที่ที่กำหนดเป็นแหล่งเสบียงอาหาร ซึ่งมีที่ในการเก็บหญ้า หมัก เก็บฟางอัด โดยให้เกษตรกรเข้าไปบริหารจัดการทั้งในเรื่องของการซื้อ ยืม และการจ่ายดอกเบี้ยการยืมคืนเข้าโกดัง
2.1 / 2.4 / 2.8	การประเมินคุณสมบัติเกษตรกร	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	ก่อนที่จะอนุญาตเกษตรกรให้เลี้ยงวัวได้ จะต้องมีการประเมินคุณสมบัติและความพร้อมของการเลี้ยงก่อนอยู่แล้ว ทั้งในเรื่องของพื้นที่ แหล่งน้ำ แหล่งอาหาร (หญ้า) และการดูแลเรื่องพ่อพันธุ์หรือแม่พันธุ์ ซึ่งเกษตรกรที่ได้รับการอนุญาตจะต้องทำการลงทะเบียนเกษตรกรไว้ด้วย
2.5	การรวมกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยง / รวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อการจัดจำหน่าย	สหกรณ์การเกษตร	มีการรวมกลุ่มเกษตรกรในลักษณะของคลัสเตอร์ขึ้นมาอยู่แล้ว ทั้งกลุ่มที่เน้นการเลี้ยง และกลุ่มที่เน้นการจัดจำหน่าย
2.6	• การพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงโค • พัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่สู่ Young Smart Farmer (แผนพัฒนาจังหวัด) • เพิ่มศักยภาพสถาบันเกษตรกร เกษตรกรและบุคลากรทางการเกษตร (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด / สหกรณ์การเกษตร สนง.เกษตรจังหวัด / สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	มีการฝึกอบรม การสร้างเครือข่าย การดูงาน และการทำจุดสาธิตการดำเนินงานในเรื่องของการเลี้ยงโคในพื้นที่ / พัฒนาและฝึกอบรมเกษตรกรในพื้นที่
2.7	• ศูนย์สารสนเทศโคเนื้อ • พัฒนาข้อมูลสารสนเทศการเกษตร (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.จังหวัด / สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.เกษตรและสหกรณ์/ ม.เกษตรฯสกลนคร	มีศูนย์สารสนเทศโคเนื้อ แหล่งซื้อ แหล่งขาย มีการพัฒนาระบบ เป็นส่วนหนึ่งของสนง.จังหวัด มีการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศการเกษตร เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลด้านการเกษตรของจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.8	การพัฒนาบ่อน้ำบาดาล	สนง.เกษตรจังหวัด	พัฒนาจุดสาธิตระบบน้ำบ่อบาดาล เพื่อกักเก็บและดึงน้ำขึ้นมาใช้ประโยชน์ รวมถึงพัฒนาเป็นระบบสปิงเกอร์ เพื่อใช้สำหรับการปลูกหญ้า
3.1 / 5.3 / 5.5	การพัฒนาการเลี้ยงตามมาตรฐาน GAP / การตรวจ GAP	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	ให้ความรู้ ให้คำปรึกษา และช่วยเหลือเกษตรกรในการเลี้ยงสัตว์ตามมาตรฐาน GAP รวมถึงช่วยเหลือในกระบวนการตรวจสอบ GAP ทั้งนี้ การส่งเสริม GAP นี้ ครอบคลุมตั้งแต่การเลี้ยง ไปจนถึงแนวทางการจัดเก็บและขนส่ง ให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมอีกด้วย
3.2 / 3.3 / 3.4	การสนับสนุนปัจจัยการเลี้ยงและการให้ความรู้	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	มีการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานการเลี้ยงโคตามโครงการที่การพัฒนาขึ้นมาในแต่ละปีอยู่แล้ว โดยมุ่งเน้นการทั้งในเรื่องเครื่องจักรกล การให้อาหาร ยารักษาโรค เพื่อให้กระบวนการเลี้ยงสัตว์มีความเหมาะสม
3.5	การพัฒนาแก๊สชีวภาพ (Bio-gas)	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	มีการส่งเสริมกระบวนการการทำแก๊สชีวภาพ (Bio-gas) จากมูลวัว และพัฒนาจุดสาธิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนของเกษตรกร
3.6	การส่งเสริมการให้เกษตรกรพึ่งตนเอง	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงวัว พร้อมสนับสนุน ปัจจัยในการสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถผลิตอาหารใช้เอง เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย
3.7	การเพิ่มประสิทธิภาพโคเนื้อด้วยวิธีผสมเทียม และผลิตพ่อพันธ์	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด / มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	ส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผสมเทียมเพื่อผลิตพ่อพันธุ์เพิ่มเติม
4.1 / 4.2 / 4.3 / 4.4	โครงการพัฒนาโรงฆ่าและแปรรูปมาตรฐาน (งบเพิ่มเติม)	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	พัฒนาโรงฆ่า และโรงงานแปรรูปตามมาตรฐาน GMP / HACCP

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.5	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	มีการพัฒนากิจกรรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ และให้เกษตรกรได้นำไปปรับใช้
4.6	ส่งเสริมการให้ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์พื้นฐาน	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	มีการอบรมให้ความรู้เกษตรกร และผู้ที่สนใจในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เนื้อพื้นฐาน อาทิ ไส้กรอก แหนม หม่ำ กุนเชียง เป็นต้น
4.10	การพัฒนาสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indicators)	สนง.พาณิชย์จังหวัด	ผลักดันการจดทะเบียนสินค้าทางภูมิศาสตร์ของจังหวัด เน้นการส่งเสริมสินค้าที่นำมาแปรรูป สร้างการรับรู้ เพื่อสร้างมูลค่า
5.1	การจัดตั้งศูนย์จำหน่ายและกระจายสินค้า (งบเพิ่มเติม)	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	มีการของบประมาณเพื่อการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าเกษตรในพื้นที่อยู่แล้ว
5.2	ห้องเย็นของสหกรณ์ / รถห้องเย็น	สหกรณ์การเกษตร / สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	สหกรณ์การเกษตรในจังหวัด มีห้องเย็นไว้บริการอยู่แล้ว แต่ในปัจจุบันได้มีการสนับสนุนการจัดหารถห้องเย็นเพื่อเก็บรักษาคุณภาพตลอดระยะเวลาขนส่งเพิ่มเติมด้วย
5.3 / 5.4 / 5.5	• โครงการปรับปรุงถนนเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเพื่อการเกษตรจังหวัดสกลนคร (แผนพัฒนาจังหวัด) • ใบอนุญาตในการขายและขนส่งสัตว์และซากสัตว์	ที่ทำการปกครองจังหวัดสกลนคร / สนง.ปศุสัตว์จังหวัด / กรมปศุสัตว์	ปรับปรุงถนนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และความเสี่ยงจากการสูญเสียในการขนส่งสินค้าเกษตร นอกจากนี้ ในการขนส่งสัตว์ หรือซากสัตว์จะต้องได้รับใบอนุญาตการขนส่ง ซึ่งจะต้องมีการลงทะเบียนและตรวจสอบยานพาหนะขนส่งก่อน รวมถึงสารวัตรกรมปศุสัตว์คอยตรวจสอบการขนส่ง (ผ่านด่านตรวจ) และการจำหน่ายในพื้นที่ด้วย
6.1 / 6.2	• โรงเรียนโคขุนโพนยางคำ • ตลาดสหกรณ์	สหกรณ์การเกษตร / สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	มีการเชื่อมโยงเกษตรกร และพัฒนาตลาดซื้อขายโคของจังหวัด
6.3 / 6.4 / 6.5	มหกรรมโคขุนโพนยางคำ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด / พาณิชย์จังหวัด	จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Roadshow) และส่งเสริมโคเนื้อโพนยางคำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น พร้อมกับเชื่อมโยงตลาดกลุ่มต่างๆ มากขึ้น

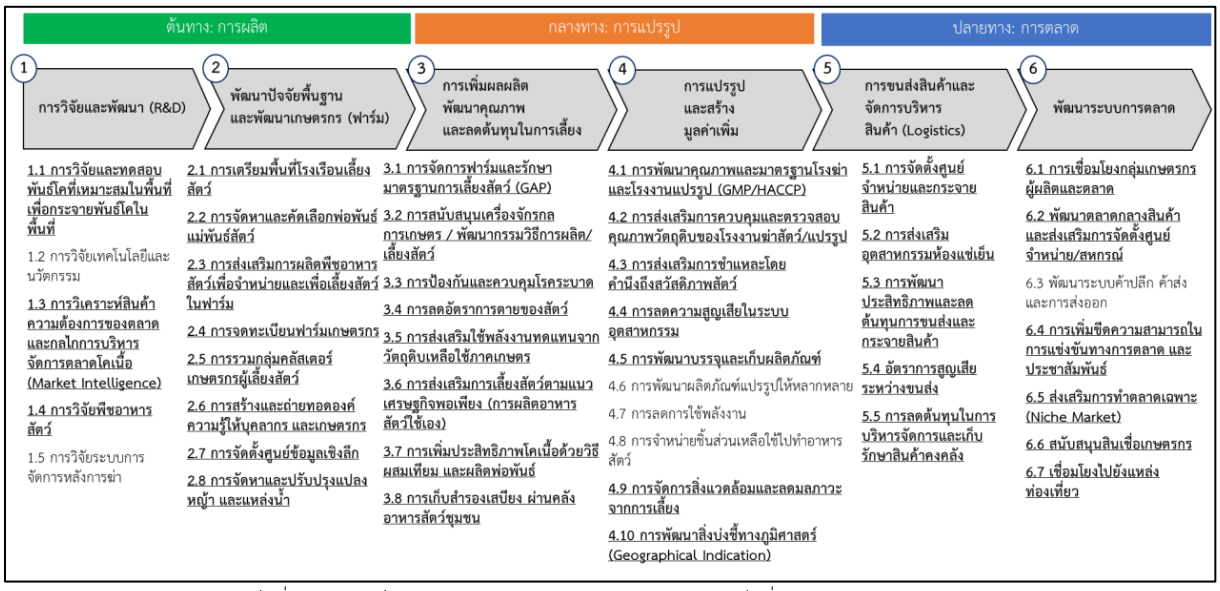
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.6	• สินเชื่อ ธกส • สินเชื่อสนับสนุนของรัฐบาล – โครงการโคเนื้อสร้างอาชีพ / สินเชื่อเพื่อปรับปรุงที่นามาเลี้ยงโค	ธ.ก.ส. / สหกรณ์การเกษตร / สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	ส่งเสริมสินเชื่อสนับสนุนให้เกษตรกร เพื่อใช้ในการพัฒนาอาชีพ ต่อยอด หรือปรับเปลี่ยนแนวทางการทำการเกษตรมาสู่การเลี้ยงโคเพิ่มขึ้น
6.7	หมู่บ้านชุมชนโคขุน	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	ส่งเสริมหมู่บ้านเกษตรกรรมในพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการเลี้ยงโคในพื้นที่จังหวัดสกลนคร

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-25: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.2 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 1.6 การวิจัยระบบการจัดการหลังการฆ่า
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้หลากหลาย 4.7 การลดการใช้พลังงาน 4.9 การจำหน่ายชิ้นส่วนเหลือใช้ไปทำอาหารสัตว์
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.3 พัฒนาระบบค้าปลีก ค้าส่ง และการส่งออก

แผนภาพที่ 12-10: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดสกลนคร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดสกลนคร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.12-26: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[16]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.2 / 1.5 / 4.6 / 4.7 / 4.8 / 5.3 / 6.1 / 6.2 / 6.3	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป การตลาดโคเนื้อคุณภาพสู่อาเซียน	พัฒนาประสิทธิภาพการเลี้ยงโค ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ แบบบูรณาการ โดยให้ความสำคัญทั้งในเรื่องของการพัฒนาเกษตรกร การวิจัยการเลี้ยงเพื่อสร้างมูลค่า แนวทางการแปรรูป การดูแลหลังการฆ่า ไปจนถึงการขนส่ง และการทำตลาด	สนง.ปศุสัตว์จังหวัดสกลนคร / สนง.พาณิชย์จังหวัดสกลนคร / สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดสกลนคร

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป การตลาดโคเนื้อคุณภาพสู่อาเซียน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จุดแข็งของการวิเคราะห์ SWOT ของจังหวัดสกลนคร ในด้านปศุสัตว์มีโคเนื้อเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่สำคัญ โดยแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2558-2561) จังหวัดสกลนคร ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งกลยุทธเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนาสินค้าเกษตรและกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน พัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและบริหารจัดการสินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า การผลิตโคเนื้อคุณภาพของจังหวัดสกลนคร เป็นที่รู้จักและยอมรับกันทั่วประเทศ ตลาดมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในสภาพปัจจุบันปัญหาลูกโคเนื้อซึ่งเป็นโคต้นน้ำ ที่จะเข้าสู่กระบวนการขุนยังผลิตได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของพื้นที่ ทั้งนี้จังหวัดสกลนคร ผลิตได้ปีละ 3,000-4,000 ตัว แต่ความต้องการของตลาดประมาณ 9,000 ตัว/ปี (ในทางปฏิบัติต้องเตรียมแม่โคพันธุ์ลูกผสมที่พร้อมผสมเทียมโดยน้ำเชื้อโคคุณภาพประมาณ 30,000 ตัว) ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นทุกปีสำหรับการเดินทางไปหาซื้อและขนส่งลูกโคเนื้อจากจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศเข้ามาขุนในพื้นที่ และหาซื้อยากขึ้นเนื่องจากโคเนื้อเริ่มขาดแคลน จากการที่มีพ่อค้ามากว้านซื้อโคเนื้อมีชีวิต โดยเฉพาะโคแม่พันธุ์โดยให้ราคาสูง ส่งออกไปต่างประเทศเป็นจำนวนมาก (จำเป็นต้องเร่งการผลิตทั้งในส่วนของโคเพศเมียลูกผสมที่จะเข้ามาทดแทน รวมถึงการผลิตโคต้นน้ำให้เพียงพอกับความต้องการโดยเร่งด่วน) ประกอบกับทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ในพื้นที่ลดลง เนื่องจากเกษตรกรหันไปปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นๆ จำนวนแม่พันธุ์โคเนื้อลดลง ต้นทุนการเลี้ยงสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อการผลิตเนื้อโคคุณภาพ เสียโอกาสในเชิงธุรกิจที่จะสร้างรายได้ให้เกษตรกร หากเนื้อโคขาดแคลนผลิตไม่พอจะส่งผลทำให้ราคาเนื้อโคสูงขึ้น มีผลจูงใจในการลักลอบนำเข้าเนื้อโคแช่แข็ง รวมถึงโคเนื้อมีชีวิตตามแนวชายแดนจากประเทศเพื่อนบ้าน มีความเสี่ยงต่อการนำโรคระบาดสัตว์เข้ามาในประเทศ ทำให้เสียงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินการควบคุม กำจัดโรค เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเมื่อต้องแข่งขันตามข้อตกลง FTA กับประเทศคู่ค้า

[16] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

จำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการนี้ เพราะผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคเนื้อโคคุณภาพเพิ่มขึ้น ลูกโคเนื้อสำหรับขุนขาดแคลน ประกอบกับการเลี้ยงโคเนื้อมีต้นทุนสูง กำไรลดลง มีการแข่งขันด้านการผลิต การแปรรูป การตลาดโคเนื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น หากไม่ดำเนินโครงการจะสร้างความเสียหาย เสียโอกาสทางด้านเศรษฐกิจในการประกอบอาชีพของเกษตรกร และอาจเกิดภาวะขาดแคลนเนื้อโคตลอดจนปัญหาราคาเนื้อโคแพงขึ้นมาก ส่งผลทำให้ประชาชนผู้บริโภคเดือดร้อน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมหลัก เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (ต้นน้ำ) งบประมาณ 42,646,000 บาท

-สนับสนุนให้เกษตรกรรวมตัวเป็นกลุ่มเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน

-การฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีด้านการผลิตโคเนื้อ

-เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อยกระดับสายเลือดโดยวิธีการผสมเทียมหรือใช้พ่อพันธุ์

-ศึกษาวิจัยการเลี้ยงโคด้วยสมุนไพร

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมหลัก การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม (กลางน้ำ) งบประมาณ 5,573,850 บาท

-การฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้านการแปรรูปเนื้อโคเพื่อเพิ่มมูลค่าเกษตรกรหรือผู้ประกอบการ

-ศึกษาวิจัยระบบการจัดการหลังการฆ่า เช่น การเก็บรักษา,การตัดแต่ง,การแยกชิ้นน่าวนตามการใช้ประโยชน์,การบ่มเนื้อ

-ศึกษาวิจัยการแปรรูปอาหารพร้อมบริโภค

กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมหลัก การขนส่งสินค้า การพัฒนาระบบการตลาด(ปลายน้ำ) งบประมาณ 4,350,000 บาท

-ถ่ายทอดความรู้เรื่องการขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ

-จัดทำแผนการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ / -พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า / -พัฒนาตลาดสินค้าออนไลน์

กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมหลัก อำนวยการและติดตามประเมินผล งบประมาณ 430,150 บาท

-จัดตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนโครงการฯ

-จัดทำระบบจัดเก็บและบันทึกข้อมูล

-ติดตามวัดผลโดยหน่วยงานภายในและรายงานความก้าวหน้าผลการปฏิบัติงาน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ขับเคลื่อนโครงการโดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อรวบรวมข้อมูลการผลิตการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า การพัฒนาระบบการตลาด อาทิ พาณิชย์จังหวัด,หอการค้า,สภาอุตสาหกรรม,อุตสาหรรมจังหวัด,ด่านกักกันสัตว์ตามแนวชายแดน,มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาในพื้นที่ เป็นต้น

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

-สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสกลนคร

-สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร

-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสกลนคร

ผลลัพธ์:

- ผลิตลูกโคเนื้อคุณภาพสูงเพศผู้ที่เกิดจากแม่โคพันธุ์ลูกผสมเพิ่มขึ้นปีละ 4,800 ตัว คิดมูลค่าตัวละ 30,000 บาท เป็นเงิน 145 ล้านบาท
- ภาครัฐสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อ สนับสนุนให้แก่เกษตรกรเลี้ยงเป็นอาชีพที่มั่นคงได้

- สนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของเกษตรกรเป็นกลุ่มเพื่อร่วมกันคิดร่วมกันวางแผนและร่วมกันแก้ไขปัญหาด้านการผลิต การแปรรูป การขนส่งสินค้า การตลาด และการพัฒนาระบบการเลี้ยงโคเนื้อ
- ลดปัญหาด้านสังคมจากการเคลื่อนย้ายแรงงาน จากสังคมชนบทสู่สังคมเมือง
- ผลิตปุ๋ยคอกทดแทนการใช้ปุ๋ยเคมีได้เพิ่มขึ้น ปีละ 9,600 ตัน ช่วยปรับปรุงคุณภาพของดินให้ดีขึ้นได้ปีละ 4,800 ไร่
- มีงานวิจัยที่เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเฉพาะอาหารที่เลี้ยงโคเนื้อ รวมถึงระบบการจัดการหลังการฆ่า และการแปรรูปเป็นอาหารพร้อมบริโภค

ผลผลิต: ผลิตลูกโคเนื้อคุณภาพสูงเพศผู้ที่เกิดจากแม่โคพันธุ์ลูกผสมเพิ่มขึ้นปีละ 4,800 ตัว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงแม่โคลูกผสมได้รับบริการ จำนวน 8,000 ราย
- จำนวนแม่โคเนื้อลูกผสมที่ได้รับบริการ จำนวน 16,000 ตัว
- แม่โคลูกผสมตั้งท้อง จำนวน 9,600 ตัว
- ลูกโคเนื้อคุณภาพเพศผู้ที่ผลิตได้ จำนวน 4,800 ตัว
- ความพึงพอใจของเกษตรกรที่ได้รับบริการจากหน่วยงานภาครัฐไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ประชาสัมพันธ์โครงการฯ	ต.ค.60	20,000		สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	
2.แต่งตั้งคณะกรรมการ/คณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนโครงการฯ/ประชุม	พ.ย.60	10,000			
3.สนับสนุนให้เกษตรกรรวมตัวเป็นกลุ่มเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน	พ.ย.60	650,000			
4.การฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีด้านการผลิตโคเนื้อ	ธ.ค.61	2,352,000			
5.เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อยกระดับสายเลือดโดยวิธีการผสมเทียมหรือใช้พ่อพันธุ์	ธ.ค.60-ก.ย.61	770,000			
6.ศึกษาวิจัยการเลี้ยงโคด้วยสมุนไพร	ม.ค.-ก.ย.61	200,000		มหาวิทยาลัย	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
7.การฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้านการแปรรูปเนื้อโคเพื่อเพิ่มมูลค่าเกษตรกรหรือผู้ประกอบการ	ม.ค.61	100,000		มหาวิทยาลัย	
8.ศึกษาวิจัยระบบการจัดการหลังการฆ่า เช่น การเก็บรักษา,การตัดแต่ง,การแยกชิ้นส่วนตามการใช้ประโยชน์,การบ่มเนื้อ เป็นต้น	ก.พ.-ก.ค.61	100,000		สนง.ปศุสัตว์จังหวัด มหาวิทยาลัย	
9.ศึกษาวิจัยการแปรรูปอาหารพร้อมบริโภค	ม.ค.-มิ.ย.61	100,000		มหาวิทยาลัย/ หอการค้า/ สภาอุตสาหกรรมจังหวัด	
10.ถ่ายทอดความรู้เรื่องการขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ	ก.พ.61	50,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด/ หอการค้า/ สภาอุตสาหกรรมจังหวัด	
11.จัดทำแผนการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ม.ค.-มี.ค.61	80,000			
12.พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า	ก.พ.-เม.ย.61	200,000			
13.พัฒนาตลาดสินค้าออนไลน์	มี.ค.-พ.ค.61	500,000			
14.จัดทำระบบจัดเก็บและบันทึกข้อมูล	ม.ค.-ก.ย.61	60,000		สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	
15.ติดตามวัดผลโดยหน่วยงานภายในและรายงานความก้าวหน้าผลการปฏิบัติงาน	ก.ค.-ก.ย.61	50,000		สนง.จังหวัด	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- พื้นที่ภาคอีสานตอนบนนี้ได้รับการกำหนดให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง
- จังหวัดสกลนครมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม รวมถึงศาสนสถานที่มีชื่อเสียงอยู่จำนวนมาก และมีเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมหลายเส้นทางที่เชื่อมโยงกับจังหวัด
- วัฒนธรรมของภาคอีสานมีความเชื่อมโยงกับของลาว ทำให้มีโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้

ตารางที่ 3.12-27: สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ปี พ.ศ. 2557

จังหวัด	2557	
	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2	3,469,471	5,063
นครพนม	913,138	1,407
มุกดาหาร	1,475,139	**1,995**
สกลนคร	1,081,194	1,661

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 พ.ศ. 2561- 2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 12-11: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของจังหวัดสกลนคร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-28: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.2 / 1.3	• การรวบรวมความรู้ และการเผยแพร่เชิงวัฒนธรรม • โครงการส่งเสริมวัฒนธรรม – ปราสาทผึ้ง / ประเพณีแห่ดาว	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	สนง.วัฒนธรรม ดำเนินการสำรวจข้อมูลโบราณสถาน เพื่อขึ้นทะเบียน มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พร้อมกับดำเนินการจัดเก็บ แบ่งหมวดหมู่ และมีการอบรมถ่ายทอด มีการรวบรวมข้อมูลประเพณีและวัฒนธรรมในอดีต พร้อมนำมาประชาสัมพันธ์
3.3	มีเครือข่ายในพื้นที่อยู่แล้ว / มีใบรับรองการเป็นเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการในพื้นที่มีการสร้างเครือข่ายกันอยู่แล้ว โดยมีสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัด โดยมีการพัฒนาใบรับรอง (Certification) เครือข่ายท่องเที่ยวภายในจังหวัด เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการมาเข้าร่วม
4.1 / 4.2	• โครงการเจ้าบ้านที่ดี • เครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในการพัฒนาเรื่องการต้อนรับนักท่องเที่ยว • การอบรมใบประกอบวิชาชีพมัคคุเทศ	ก.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ม.ราชภัฏสกลนคร	พัฒนาศักยภาพ และปรับปรุงทัศนคติในเรื่องของการเป็นผู้ต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด โดยมุ่งเน้นผู้ที่เป็นเจ้าของแหล่ง และผู้ที่อยู่ในพื้นที่เป็นหลัก มีการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เพื่อให้สามารถได้รับใบประกอบวิชาชีพ
4.3	คู่มือการท่องเที่ยว 4 ภาษา (ไทย อังกฤษ จีน เวียดนาม)	สนง ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาคู่มือด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
5.1	• จัดทำป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสกลนคร (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ท้องถิ่น	ปรับปรุงป้ายบอกทาง / ถนนเพื่อการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัด

[17] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	• โครงการซ่อมสร้างและก่อสร้างถนนผิวทางแอสฟัลติกคอนกรีตในพื้นที่จังหวัดสกลนคร (แผนพัฒนาจังหวัด) • โครงการปรับปรุงถนนเพื่อยกระดับด้านการท่องเที่ยว		
5.2	• โครงการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเมือง 3 ธรรม • โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขุนผลภูพานเตียง ศิริขันธ์	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของจังหวัด
5.4	การปรับปรุงห้องน้ำในอุทยานภูพาน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ท้องถิ่น	พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และในพื้นที่จังหวัด
6.1 / 6.3	• กิจกรรมจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวหนองหาร “ตะวันรอนที่หนองหาร” (แผนพัฒนาจังหวัด) • กิจกรรมพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกาะดอนบริเวณหนองหาร จังหวัดสกลนคร (แผนพัฒนาจังหวัด) • เส้นทางท่องเที่ยว 3 ธรรม เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน • โครงการชุมชนตามรอย • โครงการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัด • โครงการ 9 ที่กล้าเพื่อพ่อ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว / สภาหอการค้า	สร้างสรรค์เส้นทางและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยมีทั้งการสร้างสรรค์เส้นทางใหม่ และการเชื่อมโยงเส้นทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่มาเป็นเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.3	• สนับสนุนเครื่องดนตรี • การพัฒนาลานธรรมลานวิถีไทย • ปรับปรุงศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราช	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	สนับสนุนอุปกรณ์ให้เยาวชนและชุมชนในการแสดงกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว รวมถึงมีการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางเพื่อให้ชุมชนมาใช้ในการนำเสนอกิจกรรมหรือประเพณีท้องถิ่น
6.4	• ปฏิทินเทศกาลและการท่องเที่ยวของจังหวัด • งานปราสาทผึ้ง • งานแห่ดาว (ตกแต่งชุมชนย้อนยุค / จำลองเทศกาลในอดีต) • งานเทศกาลกินไก่งวง	สนง ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.วัฒนธรรมจังหวัด / สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	สร้างสรรค์กิจกรรมและเทศกาลประจำปีของจังหวัด พร้อมประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวให้เข้ามายังจังหวัดตลอดทั้งปี
6.5	• โครงการต่อยอดผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม • โครงการพัฒนาชุมชนสินค้า OTOP (Smart OTOP Village)	สนง.พัฒนาชุมชน / ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	อบรมการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ (Cultural Product of Thailand) ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนาชุมชนเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้
7.1	• กิจกรรมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมือง 3 ธรรม จังหวัดสกลนคร (แผนพัฒนาจังหวัด) • กิจกรรมประกวดวิดีโอคลิป แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว 3 ธรรม จังหวัดสกลนคร (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
7.4	• กิจกรรมนวัตกรรมบริการข้อมูลการท่องเที่ยว 3 ธรรมจังหวัดสกลนครบนแอพพลิเคชั่น - Mobile Application (แผนพัฒนาจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	พัฒนาเครื่องมือสมัยใหม่ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศในการเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.12-29: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.1 การพัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4.เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.3 การการจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

แผนภาพที่ 12-12: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของจังหวัดสกลนคร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดสกลนคร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.12-30: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[18]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.1 / 5.5 / 7.3	โครงการสร้างการรับรู้และพัฒนามาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว	กำหนดมาตรฐานการให้บริการในด้านที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็นทั้งในรูปแบบของสาขาการให้บริการ และองค์ประกอบการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับการนำเสนอและประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับรู้ และมีการพัฒนาบุคลากรเพิ่มเติม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.1 / 2.2 / 3.3 / 3.4 / 3.5 / 5.3 / 7.2	โครงการจัดทำแผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ จ.สกลนคร	ศึกษาข้อมูลความต้องการนักท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว พัฒนาแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด พร้อมแผนงานในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับภาคการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
1.1 / 7.4	โครงการพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center	ปรับปรุงศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว พร้อมพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
4.3 / 7..3	โครงการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยว	พัฒนาคู่มือด้านการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการสื่อสารเรื่องราวให้กับนักท่องเที่ยว และยังเป็นแนวให้กับเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[18] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างการรับรู้ และพัฒนามาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ตามนโยบายของคณะรัฐบาลมนตรี ภาคการท่องเที่ยว การบริการและการกีฬา ในส่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้มีการพัฒนา บูรณะ และ ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชุมชน ตามแผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร ได้กำหนดยุทธศาสตร์ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาด้านการรับรู้และพัฒนามาตรฐาน การบริหารท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร

จ.สกลนคร เป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยทุนทางวัฒนธรรม มีแหล่งเรียนรู้ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มีเสน่ห์ที่ยากจะมีจังหวัดใดลอกเลียนแบบได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการเผยแพร่ สร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวและพัฒนามาตรฐาน ด้านการบริการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและมาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว

สรุปแนวคิดโครงการ

กำหนดมาตรฐานการให้บริการในด้านที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น

1. สาขาการให้บริการ : ร้านอาหาร / แหล่งท่องเที่ยว / โรงแรมหรือที่พัก / ร้านค้าของที่ระลึก / ห้องน้ำ / จุดพักรถ เป็นต้น
2. องค์ประกอบการให้บริการ :ความสะอาด / บุคลิกภาพ มารยาท และการให้บริการของบุคลากร / ข้อมูล / สภาพของอาคาร / ความปลอดภัย / เป็นต้น

พร้อมกับการนำเสนอและประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับรู้ และมีการพัฒนาบุคลากรเพิ่มเติม

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

-กำหนดมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

-อบรมบุคลากร (เจ้าหน้าที่ คนท้องถิ่น เยาวชน และมัคคุเทศก์น้อย) สร้างจิตสำนึก ร่วมพัฒนาชุมชน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม และสร้างอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

-จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านสื่อทุกช่องทาง จัดทำคู่มือเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว 3 ธรรม

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ร่วมบูรณาการหน่วยงาน โดยผ่านกลไกประชารัฐ

(สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.สถิติ สนง.แรงงาน และ ภาคเอกชน สภาหอการค้า/สภาอุตสาหกรรม)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

- จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- บุคลากรในชุมชน ได้รับการพัฒนาศักยภาพ สามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ ชัดเจน

ผลผลิต:

- จัดงานประชาสัมพันธ์
- จัดอบรมบุคลากร จำนวน 150 คน
- คู่มือเผยแพร่การท่องเที่ยว 3 ธรรม 1500 เล่ม

ตัวชี้วัดของโครงการ: บุคลากรในท้องถิ่น ได้รับการพัฒนาศักยภาพและสามารถสร้างมาตรฐานของการบริการในฐานะเจ้าบ้านที่ดี / ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว / รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กำหนดกรอบมาตรฐาน และเนื้อหาการประเมิน	ต.ค. 60 – 31 มี.ค. 61				
จัดทำแผนปฏิทินการดำเนินการ				สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	
จัดอบรมบุคลากร				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
จัดประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ					
จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์					

ชื่อโครงการ: โครงการจัดทำแผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ จ.สกลนคร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ปัจจุบัน จังหวัดมีแผนยุทธศาสตร์ในภาพรวม และภาคการท่องเที่ยวก็เป็นภาคที่มีความสำคัญและเติบโตเพิ่มมากขึ้น แต่ยังไม่มีแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ที่บอกถึงทิศทาง และตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดโดยเฉพาะ ทำให้ไม่สามารถวางแผนโครงการเชิงยุทธศาสตร์มารองรับในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมได้

การนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ได้ปรับให้เข้ากับโครงการตามแต่ละกิจกรรมให้ตรงตามแนวยุทธศาสตร์ที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้มีทิศทางมีตรงตามเป้าประสงค์ ให้เศรษฐกิจเกิดการพัฒนา ยกระดับการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อที่จะสร้างสมดุลให้กับการท่องเที่ยวได้ถูกกลุ่ม และเกิดความเชื่อมโยง

สรุปแนวคิดโครงการ

แผนยุทธศาสตร์จะต้องครอบคลุมประเด็น ดังนี้

- ศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- สำรวจศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว
- กำหนดทิศทาง แผนยุทธศาสตร์ และการสร้างแบรนด์ด้านการท่องเที่ยว
- กลไกการจัดการ มาตรการดูแลแหล่งท่องเที่ยว และการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- การดูแลสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
- กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง
- แนวทางการดูแล ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. อบรม work shop
2. สำรวจข้อมูล ประชุมเสวนาแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว
3. ทำประชาคม

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- จัดการประชุมกับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนนำข้อมูลที่ได้มาจัดวางตามกรอบยุทธศาสตร์ (แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่2)
- กำหนดยุทธศาสตร์ให้มีการบูรณาการกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกด้าน
- มีการจัดตั้งคณะกรรมการในการจัดทำแผนพัฒนา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

- จ.สกลนคร สามารถขับเคลื่อนที่ด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ยกระดับคุณภาพด้านท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทุกด้าน
- ส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับประชากรในจังหวัด

ผลผลิต: แผนพัฒนายุทธศาสตร์จังหวัดสกล / แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะด้าน

ตัวชี้วัดของโครงการ: รายได้เพิ่มขึ้น / มีนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
การจัดประชุมเชิงสัมมนา (จัดตั้งคณะกรรมการ)	3 วัน		ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
การทำสัมภาษณ์	3-4 เดือน				
อบรมเชิงปฏิบัติการ (ทำ workshop และจัดทำแผน)	2 วัน				
ประชาคม	2 สัปดาห์				

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- สื่อปัจจุบันกำลังเติบโต จำเป็นต้องมีการรองรับ
- การประชาสัมพันธ์แบบเดิมไม่สามารถเข้าถึงและไม่ทั่วถึง เช่น แผ่นพับ จึงต้องมีการพัฒนารูปแบบของสื่อเพิ่มมากขึ้น
- ปัจจุบันศูนย์ข้อมูลยังไม่มีคุณภาพ จึงควรมีการพัฒนาให้สามารถรองรับการให้บริการนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

พัฒนา Tourist Center ของจังหวัด และสื่อประชาสัมพันธ์เสริม:

- ปรับปรุงศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว (ปรับปรุงจากอาคารเก่า / ให้เป็นลักษณะของศูนย์ข้อมูล และแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัด / มีบริการสำหรับผู้พิการ)
- จัดทำ Application
- พัฒนาบุคลากร
- call center
- ทำเอกสารประชาสัมพันธ์ แผนที่

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- รวบรวม ประมวล และจัดหมวดหมู่ของข้อมูล
- กำหนดเนื้อหา รูปแบบ และแนวทางการนำเสนอข้อมูล
- ออกแบบ ปรับปรุงอาคาร และสถานที่เพื่อรองรับการเป็นศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว
- พัฒนาบุคลากร / สื่อประชาสัมพันธ์ / Application / สิ่งพิมพ์
- ประชาสัมพันธ์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตั้งคณะกรรมการ โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัด ทั้งจากภาครัฐ เอกชน และการศึกษา และค่อยมีการแจกจ่ายงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์: นักท่องเที่ยวรู้จักข้อมูลด้านการท่อวเที่ยวของจังหวัดสกลนครมากขึ้น

ผลผลิต:

- มีศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัด
- มีสื่อประชาสัมพันธ์ทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- มีการปรับปรุงศูนย์แล้วเสร็จในระยะเวลา
- จำนวนประเภทสื่อประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
จัดตั้งคณะกรรมการ / กำหนดเนื้อหา และแนวทางการนำเสนอข้อมูล	1 เดือน		ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว / การตลาด		
รวบรวม ประมวล จัดหมวดหมู่ และปรับปรุงแนวทางการนำเสนอข้อมูล	3 เดือน				
ออกแบบ และปรับปรุงสถานที่ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว	6 เดือน				
พัฒนาบุคลากร	3 เดือน		ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว / การตลาด		
พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ (Application / สิ่งพิมพ์)	3 เดือน				
ประชาสัมพันธ์	1 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยว

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การพัฒนาเมืองสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยว มักจะพบปัญหาด้านการปฏิบัติเกี่ยวกับสถานที่ เช่นโบราณสถาน หรือสถานที่ทางศาสนา ที่เคารพบูชาของคนในพื้นที่ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกับที่เป็นเรื่องละเอียดอ่อนต่อความรู้สึกของเจ้าของและนักท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่วัฒนธรรมและการปฏิทินที่ปลอดภัย

สรุปแนวคิดโครงการ

การจัดทำคู่มือการปฏิทินด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลเพื่อให้นักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ที่ดูแลมีความเข้าใจถึงวัฒนธรรม ทั้งทางด้านศาสนาและความเป็นมาของท้องถิ่น ซึ่งมีหลายชนเผ่า,วัฒนธรรม ซึ่งอาจแตกต่างจากที่อื่น จึงเป็นหน้าที่ของเจ้าของวัฒนธรรมต้องรักษาและส่งต่อให้คนรุ่นหลังและนักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง ซึ่งประกอบด้วย

- เนื้อหาเชิงวัฒนธรรม / รายละเอียดของแหล่ง
- แนวทางปฏิบัติ / สิ่งที่ควรปฏิบัติ / สิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำและออกแบบคู่มือการท่องเที่ยว
- รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและเรื่องราวความเป็นมา
- การจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้อง
- การออกแบบคู่มือและรูปแบบการใช้งานและกำหนดช่องทางการเผยแพร่คู่มือ และ สื่อออนไลน์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

-สนง.วัฒนธรรมรวบรวมวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นที่กำหนดเป็นจุดท่องเที่ยว

-ปราชน์ชาวบ้าน,ผู้รอบรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประจำถิ่น

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุทยานแห่งชาติกำหนดพื้นที่ปลอดภัยและพื้นที่ต้องห้าม

-สนง.สาธารณสุขรวบรวมคุณสมบัติของพืชสมุนไพรในพื้นที่ คุณ/โทษ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.วัฒนธรรมจังหวัด / สนง.พระพุทธศาสนาจังหวัด / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม / กระทรวงสาธารณสุข

ผลลัพธ์:

- นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ด้านธรรมะ วัฒนธรรมและธรรมชาติ
- นักท่องเที่ยวปฏิบัติอย่างถูกต้องและทำให้เกิดความรู้สึกรักและศรัทธาในวัฒนธรรมของจังหวัด

ผลผลิต: จังหวัดมีคู่มือในการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดของโครงการ: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
แต่งตั้งคณะทำงาน และกำหนดเนื้อหาในการพัฒนาคู่มือ	1 เดือน	1,000,000			
รวบรวมข้อมูล	3 เดือน				
ปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหา	2 เดือน				
จัดทำคู่มือ	1 เดือน				
เผยแพร่	1 เดือน				

3.3 กลุ่มที่ 13 (จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์)

3.3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 13

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 ประกอบไปด้วยจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ มีพื้นที่ประมาณ 51,718.19 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 32,323,535 ไร่โดยมีพื้นที่ประมาณ 51,718.19 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 32,323,535 ไร่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30.63 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (168,854 ตารางกิโลเมตร) และคิดเป็นพื้นที่ร้อยละ 10.08 ของพื้นที่ทั้งประเทศ (513,115ตารางกิโลเมตร) โดยจังหวัดนครราชสีมามีพื้นที่มากที่สุด รองลงมาได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ ตามลำดับ โดยมีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม และร้อยเอ็ด
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดศรีสะเกษ
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดปราจีนบุรี สระแก้ว และราชอาณาจักรกัมพูชา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดเพชรบูรณ์ ลพบุรี สระบุรี และจังหวัดนครนายก

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ประมาณ 454,210 ล้านบาท ซึ่งมีการเติบโตจากช่วงปีที่ผ่านมากร้อยละ 2.5 โดยภาคเศรษฐกิจที่โดดเด่นคือภาคบริการ โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละประมาณ 56 ของมูลค่าเศรษฐกิจทั้งหมดของพื้นที่ โดยในช่วงปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา ภาคบริการนั้นมีการเติบโตสูงที่สุดร้อยละ 5.8

หากจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าจังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 58 มีมูลค่าอยู่ที่ 264,964 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดชัยภูมิ ตามลำดับ

ทางด้านนโยบายและการขับเคลื่อนของพื้นที่นั้น พบว่า ในภาพรวมมีนโยบายที่จะพัฒนาเพื่อหลุดพ้นจากความยากจนสู่การพึ่งพาตนเอง โดยการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ผ้าท้องถิ่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำ โดยมีการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมและพัฒนาการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมและพัฒนาการรักษาความสงบเรียบร้อยและความมั่นคง และส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจากตัวชี้วัดการพัฒนา พบว่า ค่อนข้างสอดคล้องกับโครงสร้างและทิศทางของเศรษฐกิจของพื้นที่ในภาพรวม โดยพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 นี้มีศักยภาพในเรื่องของการพัฒนาในภาคบริการ โดยมีสัดส่วนในช่วงระยะเวลาของปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2558) อยู่ระหว่างร้อยละ 53 – 56 ตามมาด้วยภาคอุตสาหกรรม และภาคการเกษตร

ทั้งนี้จากข้อมูลศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาทั้งหมด สามารถสรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่จะนำมาใช้ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในแต่ละจังหวัด ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.13-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
นครราชสีมา	ข้าว	ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
ชัยภูมิ	ข้าว	ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
บุรีรัมย์	ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	ศูนย์กลางท่องเที่ยวและกีฬา
สุรินทร์	ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	ข้าว

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของแต่พื้นที่ และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีผลสรุป ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ พบว่า มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ.2558 อยู่ที่ 454,210 ล้านบาท ซึ่งมีการเติบโตจากช่วงปีที่ผ่านมากว่าร้อยละ2.5 โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่นี้จะอยู่ที่ภาคบริการ โดยมีสัดส่วนในช่วงระยะเวลาของปีที่ผ่านมา(พ.ศ.2556–2558)อยู่ระหว่างร้อยละ53–56 ตามมาด้วยภาคอุตสาหกรรมซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ22–24 และภาคการเกษตรซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับภาคอุตสาหกรรมอยู่ที่ประมาณร้อยละ20–25

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเรื่องของการเติบโตของแต่ละภาคเศรษฐกิจนั้น ภาคบริการกลับมามีการเติบโตหลังจากลดลงในปี พ.ศ.2557 โดยในปี พ.ศ.2558 มีการเติบโตที่ร้อยละ5.8 ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีการเติบโตจากปีก่อนหน้าที่ประมาณร้อยละ3.7 ต่อเนื่องจากปี พ.ศ.2557 ที่เติบโตร้อยละ3.0 ส่วนภาคการเกษตรนั้นกลับเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีการหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2557 ลดลงกว่าร้อยละ15 และในปี พ.ศ.2558 ยังมีการลดลงร้อยละ6.9 อย่างไรก็ตามอัตราการลดลงน้อยกว่าปี พ.ศ.2557

ตารางที่ 3.13-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวม พื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร (สัดส่วน ร้อยละ)	115,894 (25)	98,206 (22)	-15.3	91,400 (20)	-6.9
อุตสาหกรรม (สัดส่วน ร้อยละ)	100,687 (22)	103,682 (23)	3.0	107,552 (24)	3.7
บริการ (สัดส่วน ร้อยละ)	241,986 (53)	241,198 (54)	-0.3	255,258 (56)	5.8
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	458,567	443,086	-3.4	454,210	2.5

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม**

หากพิจารณาในมุมของพื้นที่ จำแนกตามจังหวัด จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2558 จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ58 มีมูลค่าอยู่ที่ 264,964 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดชัยภูมิตามลำดับ

ทั้งนี้ ในมุมของการเติบโตนั้น พบว่าในปี พ.ศ.2558 มีเพียง 3 จังหวัดของพื้นที่นี้เท่านั้น ที่มีการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น ประกอบไปด้วย จังหวัดนครราชสีมา ที่มีการเติบโตร้อยละ4.3 จังหวัดชัยภูมิ ที่มีการเติบโตร้อยละ 0.8 และจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีการเติบโตร้อยละ0.8 เช่นกัน ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์ กลับมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ลดลง โดยลดลงประมาณร้อยละ1.3

ตารางที่ 3.13-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
นครราชสีมา	255,465	253,974	-0.6%	264,964	4.3%
(สัดส่วน ร้อยละ)	(56)	(57)		(58)	
ชัยภูมิ	56,845	52,878	-7%	53,278	0.8%
(สัดส่วน ร้อยละ)	(12)	(12)		(12)	
บุรีรัมย์	77,112	72,896	-5.5%	73,741	0.8%
(สัดส่วน ร้อยละ)	(17)	(16)		(16)	
สุรินทร์	69,145	63,339	8.4%	62,498	-1.3%
(สัดส่วน ร้อยละ)	(15)	(14)		(14)	
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	458,567	443,086	-3.4%	454,210	2.5%

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.3.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 13

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 ดังนี้

ตารางที่ 3.13-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)</u> ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ สร้างความสามารถในการแข่งขัน + สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ** เป้าหมายภาคอีสาน การพัฒนาเพื่อการหลุดพ้นจากความยากจนสู่เป้าหมายสู่การพึ่งตนเอง (อีสานพึ่งตนเอง)	+ พัฒนาเพื่อหลุดพ้นจากความยากจนสู่การพึ่งพาตนเอง โดยการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ผ้าท้องถิ่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำ
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว</u> แผนงานท่องเที่ยว : วิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยง สปป.ลาว กัมพูชา และเวียดนาม	+ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน + การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และสินค้า บริการ ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนของ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และ อัตลักษณ์วิถีไทย + การพัฒนาเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงไปสู่สากล
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการเกษตร</u> ● **สินค้าเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)** – มันสำปะหลัง ข้าว โค กระบือ ปอ ข้าวโพด ● **ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)** การ Zoning เกษตร : ผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ มันสำปะหลัง ข้าว โค กระบือ ปอ ข้าวโพด ● **ยุทธศาสตร์กรมปศุสัตว์**	+ โอกาสการเป็นศูนย์กลางการแปรรูปทางเกษตรและอาหารแบบครบวงจร + นโยบายปรับพื้นที่ทำนา เป็นการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ 40 จังหวัด + ใช้อุปกรณ์และเครื่องจักรสมัยใหม่ในการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับภาคเกษตร เช่น Smart Farmer + ยกระดับการผลิต พัฒนามาตรฐาน และเชื่อมโยงตลาดด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ + ส่งเสริมการเชื่อโยงงานวิจัยและพัฒนาด้านปศุสัตว์
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเมือง</u> **ทิศทางการพัฒนาเมือง และโครงสร้างพื้นฐาน**	+ เมืองศูนย์กลางการค้า การลงทุน การบริการสุขภาพ และศูนย์กลางการศึกษา
<u>ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม</u> ● **ศักยภาพอุตสาหกรรม** - อ้อยและน้ำตาลทรายและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง แปรรูปจากข้าว ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ Smart Factory เชื่อมโยงกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของตลาด + ส่งเสริมการแปรรูปการผลิตผลทางการเกษตรเพื่อการบริโภค และพลังงานงานทดแทน - ยุทธศาสตร์ EEC ส่งผลกระทบต่อการลงทุนขนาดใหญ่ของภาคเอกชนในพื้นที่

3.3.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก(External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้วพื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน(Internal Factors) ด้วยจึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่าการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking) เข้ามาใช้ และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.13-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 13

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	49.16039432	ร้อยละ	10
คนอายุ 15 -60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	98.3042137	ร้อยละ	7
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไปมีอาชีพและมีรายได้	96.78041141	ร้อยละ	5
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	15.43285005	ร้อยละ	10
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	26.03	ร้อยละ	8
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	2028	กก.ต่อไร่	5
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	1.71	ร้อยละ	8
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	0.51	ร้อยละ	16
จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP	45	แห่ง	8
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	17.43	ร้อยละ	13
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ)*	2.16	ร้อยละ	4
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	299.11	ร้อยละ	15
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	97.64614906	ร้อยละ	13
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	2.17	ร้อยละ	7
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	87.14	ร้อยละ	4
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	25.19824604	ร้อยละ	8
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	2.72336679	ร้อยละ	9
อัตราเงินเฟ้อ*	-0.9	ร้อยละ	8
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	104178.9159	บาท / คน / ปี	6

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	23.88586239	ร้อยละ	10
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	4.035265917	ร้อยละ	7
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	1362350.25	พันลิตร	3
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	434728.2191	พันลิตร	5
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	4249.83613	กิโลวัตต์ / ชั่วโมง / ราย	8

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.13-6: การจักตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 – 4
Quartile 2	ดี	5 – 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 – 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมขอพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่13 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ ได้ดังนี้

1) สถานการณ์ทางด้านแรงงานในกลุ่มจังหวัดอยู่ในระดับค่อนข้างดี [คนอายุ15-60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (7)] โดยมีประชากรกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุที่ต่ำกว่าประชากรในวัยทำงานมาก [คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (5), อัตราพึ่งพิง (10)]
2) ในภาพรวมเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวปานกลาง[อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด(9)] โดยมีตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักเป็นภาคการเกษตร [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม(10), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม(8)] ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาการเกษตรของกลุ่มค่อนข้างดี รวมถึงมีศักยภาพด้านการพัฒนาผลผลิตค่อนข้างสูง[ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่(5), อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย(8)]

3) นอกจากนี้ภาคอุตสาหกรรมของกลุ่มจังหวัดถือว่าอยู่ในระดับดี [สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม(8)] และภาคบริการของกลุ่มจังหวัดถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม(10), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์(7)]
4) หากพิจารณาร่วมกับตัวชี้วัดทางด้านผลิตภาพแรงงาน อาจกล่าวได้ว่าแรงงานกลุ่มนี้ มีศักยภาพทางด้านการผลิตในภาคการเกษตรเป็นอย่างมาก [ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย(6)]

3.3.4 **การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่** 13

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย และยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (External Factors) และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้นจึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวมโดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 เป็นฐานการผลิตและแปรรูปทางการเกษตรที่สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิพันธุ์ดีและมีโคเนื้อพันธุ์ดีและได้มาตรฐานสูง

S2 มีถนนที่เป็นโครงข่ายเชื่อมโยงภายในเชื่อมโยงระหว่างภาคและประเทศเพื่อนบ้านทั้งในเส้นทางเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (NSEC) และตะวันออก-ตะวันตก (EWEC) เอื้อต่อการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

S3 มีแรงงานจำนวนมาก และสามารถยกระดับให้สูงขึ้น เนื่องจากมีสถานศึกษาในระดับอาชีวะ และอุดมศึกษาจำนวนมาก

S4 มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีประวัติศาสตร์ และธรรมชาติที่สวยงาม รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่โดดเด่นสามารถสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ บางพื้นที่มีปัญหาดินเค็ม อีกทั้งระบบชลประทานครอบคลุมพื้นที่เพียงร้อยละ 10 ของพื้นที่เกษตร

W2 มีสัดส่วนคนจนมากที่สุดของประเทศร้อยละ 10 เนื่องจากขาดโอกาสในการประกอบอาชีพ รายได้ต่ำจึงขาดโอกาสในการศึกษา

W3 แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม แต่ละจุดห่างไกล เข้าถึงยาก อีกทั้งวิธีการและรูปแบบการนำเสนอยังไม่เป็นที่น่าสนใจ

โอกาส (Opportunities)

O1 ความก้าวหน้าของความร่วมมืออนุภาคลุ่มน้ำโขง(GMS) ส่งผลให้เกิดความร่วมมือทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เช่น การก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงที่มุกดาหาร หนองคาย นครพนม และมีแผ่นก่อสร้างที่บึงกาฬ

O2 รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการแก้ปัญหาความยากจน และการกระจายรายได้ ซึ่งประชากรที่ยากจนส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

O3 ค่านิยมของสังคมโลกให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพ ประกอบกับโครงสร้างประชากรสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการด้านสุขภาพจะมีแนวโน้มสูงขึ้น

อุปสรรค (Threats)

T1 ภาวะความแปรปรวนของธรรมชาติ ที่มีฝนตกรุนแรงส่งผลให้เกิดการสูญเสียความอุดมสมบูรณ์ของหน้าดิน ปัญหาคุณภาพดินที่ต่ำ ขาดแคลนแหล่งกักเก็บน้ำเพื่อการเกษตรที่พอเพียง

T2 การย้ายฐานการผลิตและการขนส่งยาเสพติดมายังชายแดนของภาค รวมทั้งภัยจากโรคติดต่อทั้งของคนและสัตว์จากการเคลื่อนย้ายสินค้าและการเข้ามาของแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 13 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัด และสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของพื้นที่กลุ่ม 13 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 13 ดังนี้

3.3.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดนครราชสีมา

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดนครราชสีมา

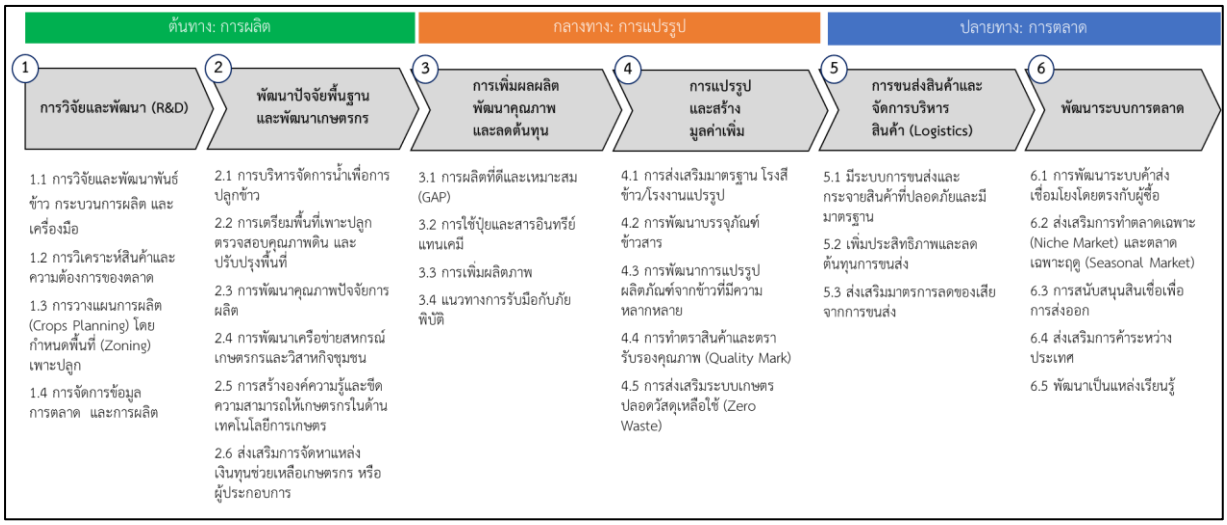
จังหวัดนครราชสีมา ได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับภาคการเกษตรกรรม โดยพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว และสัตว์เศรษฐกิจ ได้แก่ โคเนื้อโคราชวากิว ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ถูกกำหนด ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าว	- พื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมด 4,319,122 ไร่ แยกเป็น - ข้าวนาปี 3,614,313 ไร่ ผลผลิต 1.177 ล้านตัน ผลผลิตเฉลี่ย 413.65 กก./ ไร่ - ข้าวนาปรัง 429,421 ไร่ ผลผลิต 263,758 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 617 กก./ ไร่ - ข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ ได้รับการจดทะเบียนข้อบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) - เป็นพื้นที่ต้นแบบนาแปลงใหญ่ที่บ้านกระสังข์ อำเภอพิมาย - มีศูนย์พันธุ์ข้าวชุมชน เป็นแหล่งเมล็ดพันธุ์คุณภาพดีที่เกิดจากความร่วมมือของทุกฝ่าย ช่วยแบ่งเบาภาระปัจจัยการผลิตแก่เกษตรกรและช่วยให้ถึงพันธุ์ข้าวคุณภาพ - มีการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการเกษตรแปรรูปและอุตสาหกรรมอาหาร
โคเนื้อโคราชวากิว	- มีปริมาณผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ปี 2558 มีจำนวน 303,777 ตัว ราคาผลิต 15,004 บาท/ตัว ผลผลิตอันดับ 1 ของประเทศ - เป็นศูนย์กลางเกษตรและอาหารปลอดภัย (Food Valley) - กลุ่มสหกรณ์และเกษตรกรมีความเข้มแข็ง สามารถเป็นต้นแบบของสหกรณ์และเกษตรกรของประเทศได้ - ภาคการผลิตมีการริเริ่มและร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างนวัตกรรมการผลิต และการเตรียมบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในอนาคต

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าว</u>

ภายใต้ประเด็นข้าว ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้า และบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดนครราชสีมา



หมายเหตุ: ทุกข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่ามีช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าว กระบวนการผลิตและเครื่องมือ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว 2.2 การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก ตรวจสอบคุณภาพดิน และปรับปรุงพื้นที่ 2.3 การพัฒนาคุณภาพปัจจัยการผลิต 2.5 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ	3.3 การเพิ่มผลิตภาพ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง
6. พัฒนาระบบตลาด	6.5 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ**
1.1	โครงการวิจัยสารอาหารในข้าวเฉพาะถิ่นนครราชสีมา	เพื่อให้รู้ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการ สารอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ ที่มีอยู่ในเมล็ดข้าวพันธุ์เฉพาะถิ่นของนครราชสีมา	ศูนย์วิจัยข้าว/ สนง.เกษตรจังหวัด
2.1	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ศาสตร์พระราชา ด้านกักเก็บน้ำ	เพื่อเรียนรู้และนำศาสตร์พระราชาร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาสู่การออกแบบในพื้นที่นาของเกษตรกรแต่ละราย	สนง.เกษตรจังหวัด สนง.จังหวัด
2.2	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การเตรียมความพร้อมของเกษตรกรก่อนการเพาะปลูก	เพื่อให้มีการเตรียมดินที่เหมาะสม และประสบผลสำเร็จในการเพาะปลูก	สนง.เกษตรจังหวัด
2.5	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเกษตรกรทันสมัย (Smart Farmer)	เพื่อให้เกษตรกรมีความภูมิใจในอาชีพมีความสามารถในการเกษตร คิดเป็น วิเคราะห์เป็น ใช้ข้อมูลเป็น แก้ปัญหาได้	สนง.เกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer)	เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้มีความสนใจ อายุระหว่าง 17 – 45 ปี ที่ประสงค์มีอาชีพด้านการเกษตรได้ปรับกระบวนทัศน์ แนวคิด เน้นให้เกษตรกรรุ่นใหม่	สนง.เกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
3.3	โครงการอบรมการพัฒนาเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง “โรงเรียนวิถีข้าวสุขภาพนครราชสีมา”	เพื่อให้เกษตรกรได้เรียนรู้ระบบการเพิ่มผลผลิตด้วยวิธีปลูกข้าวอย่างเป็นระบบ ในพื้นที่เหมาะสมกับข้าวแต่ละพันธุ์ และเพื่อการกำหนดโซนนิ่งของชนิดพันธุ์ข้าวที่ปลูก	สนง.เกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
4.2	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาคุณภาพข้าวสาร	เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุข้าวสารให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพข้าว	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด
4.3	โครงการต่อยอดผลงานวิจัยการแปรรูปข้าวเชิงพาณิชย์	เพื่อให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวมีความหลากหลาย จึงควรนำผลงานวิจัยการแปรรูปข้าวที่มีอยู่แล้ว มาคัดกรองเพื่อนำมาต่อยอดเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นการลดระยะเวลาของการทำวิจัยด้วย	มหาวิยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.เกษตรจังหวัด

[1]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ
5.2	โครงการอบรม “การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์”	เพื่อให้ผู้ประกอบการภาคเกษตรได้เรียนรู้การบริหารจัดการโลจิสติกส์ในองค์กร	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด
6.5	โครงการเพิ่มศักยภาพเกษตรกรโดยพาไปศึกษาดูงานและร่วมกิจกรรมจำหน่ายในงานไทยเฟค	เพื่อให้เกษตรกรได้เรียนรู้จากการปฏิบัติเกี่ยวกับการเข้าสู่ตลาดและร่วมจำหน่ายในงานไทยเฟค (THAIFEX) เพื่อให้มีประสบการณ์จริง และนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
	โครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิถีข้าวสุขภาพนครราชสีมา	เพื่อเสริมรายได้ให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าว และให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีการปลูกข้าว ชีวิตชาวนา ของนครราชสีมา	ททท. สนง.เกษตรจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2 : โคเนื้อ

ภายใต้ประเด็นโคเนื้อ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ได้แก่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม) 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง 4) การแปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้า และบริหารจัดการสินค้า (Logistics) 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดนครราชสีมา



หมายเหตุ ทุกข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่ามีช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์สัตว์ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ 1.2 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด (Intelligence) 1.4 การวิจัยอาหารจากโคเนื้อ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม)	2.1 การเตรียมพื้นที่โรงเรือนเลี้ยงสัตว์ 2.3 การส่งเสริมการปลูกพืชสำหรับผลิตอาหารสัตว์เพื่อจำหน่าย และเพื่อเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม 2.5 การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ 2.7 การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึก
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง	3.1 การจัดการฟาร์มและรักษามาตรฐาน 3.2 การพัฒนากรรมวิธีการผลิต / เลี้ยงสัตว์ 3.3 การให้อาหารและยารักษาโรค 3.4 การเฝ้าระวังเตือนภัยโรคระบาด 3.5 การป้องกันและควบคุมโรคระบาด 3.7 การส่งเสริมใช้พลังงานทดแทนจากวัตถุดิบเหลือใช้ภาคเกษตร
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การพัฒนาโรงฆ่า 4.2 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบของโรงงานฆ่าสัตว์ / แปรรูป 4.5 การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูป (GMP / HACCP)
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 6.5 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ**
1.1	โครงการวิจัยต่อยอดน้ำเชื้อโควากิว	พัฒนาน้ำเชื้อโควากิวให้มีประสิทธิภาพ	มหาวิยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
1.2	โครงการ วิจัยอาหารและส่วนผสมอาหารโควากิว	เพื่อให้โควากิวได้รับอาหารในแต่ละช่วงอายุของการเลี้ยงที่เสริมสร้างให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด	
	โครงการวิจัยต้นแบบเลี้ยงโควากิวแบบโรงเรือนระบบปิด	เพื่อวางอนาคตของการเลี้ยงโควากิวให้ได้คุณภาพมาตรฐานฟาร์ม	
1.3	โครงการวิเคราะห์/วิจัยกลุ่มผู้บริโภคในตลาดต่างๆ	เพื่อให้รู้ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและกลุ่มผู้บริโภคตลาดต่างประเทศที่นิยมบริโภคเนื้อโควากิว	
	โครงการ วิจัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคนิคพิเศษเพื่อนำไปสู่การแปรรูป	เพื่อเป็นการสร้างความโดดเด่นให้กับการเลี้ยงโควากิว	
1.4	โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาโควากิว	เพื่อให้งานวิจัยสัมฤทธิ์ผล จำเป็นต้องมีแหล่งเงินทุนอุดหนุนการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้กับชุมชน / ท้องถิ่นโดยส่วนรวม	สนง.จังหวัด

[2]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดนครราชสีมา

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1 : ข้าว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดนครราชสีมาพื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมด 4,319,122 ไร่ แยกเป็น ข้าวนาปี 3,614,313 ไร่ ผลผลิต 1.177 ล้านตัน ผลผลิตเฉลี่ย 413.65 กก./ ไร่ และข้าวนาปรัง 429,421 ไร่ ผลผลิต 263,758 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 617 กก./ ไร่
- ข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ ได้รับการจดทะเบียนข้อบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)
- เป็นพื้นที่ต้นแบบนาแปลงใหญ่ที่บ้านกระสังข์ อำเภอพิมาย
- มีศูนย์พันธุ์ข้าวชุมชน เป็นแหล่งเมล็ดพันธุ์คุณภาพดีที่เกิดจากความร่วมมือของทุกฝ่าย ช่วยแบ่งเบาภาระปัจจัยการผลิตแก่เกษตรกรและช่วยให้ถึงพันธุ์ข้าวคุณภาพ
- มีการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการเกษตรแปรรูปและอุตสาหกรรมอาหาร

ตารางที่ 3.13-7: ข้อมูลเนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต ปี 2557-2558 ของจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัด / กลุ่มจังหวัด	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)		ผลผลิต (ตัน)	
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2558
ประเทศ	58,246,976	55,095,547	26,269,964	24,311,539
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	34,793,705	34,173,002	12,467,579	12,230,973
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	9,989,839	10,037,454	3,693,626	3,739,065
ชัยภูมิ	1,303,960	1,400,784	460,261	491,853
บุรีรัมย์	2,604,699	2,661,043	992,500	1,014,771
สุรินทร์	3,106,496	2,966,323	1,176,400	1,145,706
นครราชสีมา	2,974,684	3,009,304	1,064,465	1,086,735
สัดส่วนกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต่อ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ %	28.7%	29.4%	29.6%	30.6%
สัดส่วนกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต่อ ประเทศ %	17.2%	18.2%	14.1%	15.4%

ที่มา : ข้าวนาปี เนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต , ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และจากการคำนวณของคณะวิจัย

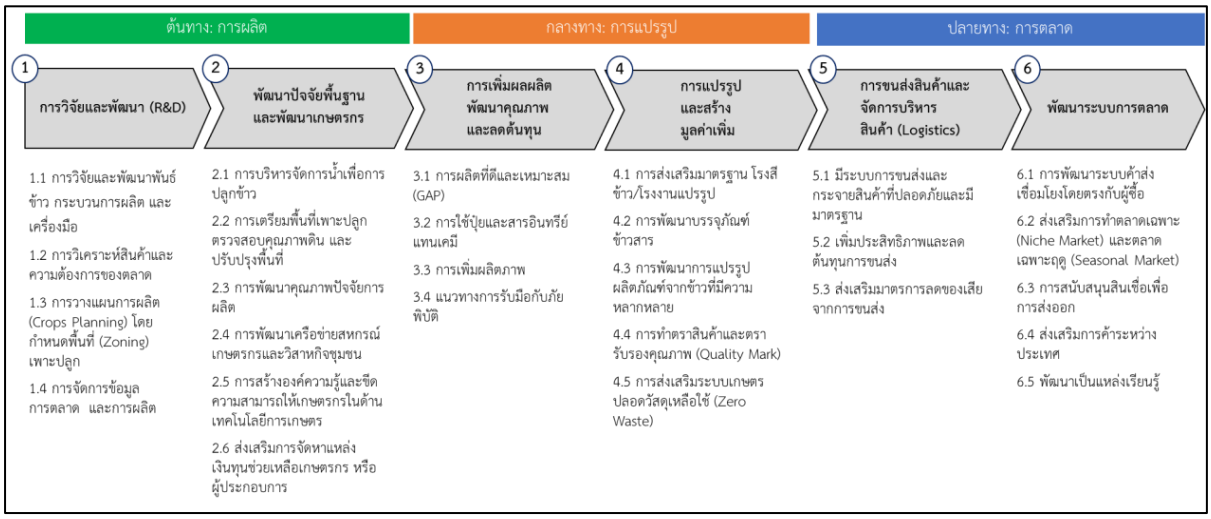
จากตารางที่ 13-7 พบว่า ในปี 2558 กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง1 เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่สามารถผลิตข้าวได้ในปริมาณมาก มีผลผลิตกว่า 3.7 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ของผลผลิต ทั้งประเทศ โดยจังหวัดนครราชสีมา มีผลผลิตข้าวนาปี 1,064,465 ตัน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นอันดับ 4 ของประเทศ

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.13-1: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดนครราชสีมา



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

จากการที่ได้มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ : ข้าว ของจังหวัดนครราชสีมาแล้ว จึงเปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าว โดยจะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพ แต่ยังมิได้มีการดำเนินการใดๆ ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (GAP)

จากการหารือร่วมกับผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด สามารถสรุปแนวทางการดำเนินงานหรือโครงการในปัจจุบันที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ดังนี้

ตารางที่ 3.13-8: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ
ทุกข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตรและอุตสาหกรรม	1. จัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรและอาหาร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี/ ม.ราชภัฏนครราชสีมา
		2. จัดตั้ง Northeastern Food Valley	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
		3. พัฒนาปรับปรุง และก่อสร้างแหล่งกักเก็บน้ำทั้งในเขตและนอกเขตชลประทาน	อำเภอ / คป.นม.
		4. เพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนการปลูกพืชเศรษฐกิจ และกิจกรรมเพื่อ Food Valley	ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว/ศูนย์วิจัยข้าว
		5. เพิ่มผลผลิต และคุณภาพสัตว์เศรษฐกิจ และกิจกรรมเพื่อ Food Valley	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
		6. พัฒนาศักยภาพบุคลากรของรัฐ เกษตรกร และผู้ประกอบการ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักวิชาการ นวัตกรรมใหม่ในยุคดิจิทัล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี/ ม.ราชภัฏนครราชสีมา/ สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด
		7. แปรรูปผลผลิตการเกษตร และสัตว์เศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมใหม่ พลังงานทดแทน	ม.ราชภัฏนครราชสีมา/ สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด สนง.พลังงานจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด

[3]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

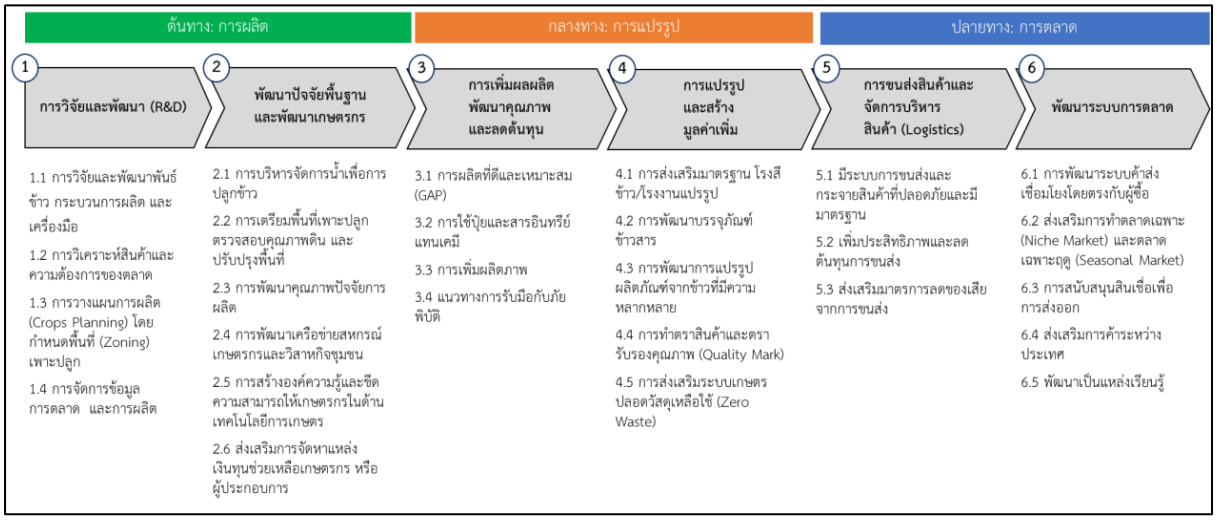
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ
		8. พัฒนาระบบการตลาดสินค้าเกษตร	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด
		9. พัฒนาการเกษตรครบวงจร	สนง.จังหวัด / หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โครงการข้างต้นยังมีการดำเนินงานเพียงบางส่วน ซึ่งยังไม่สามารถทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตาม เป้าหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ : ข้าว ได้จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.13-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าว กระบวนการผลิตและเครื่องมือ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว 2.2 การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก ตรวจสอบคุณภาพดิน และปรับปรุงพื้นที่ 2.3 การพัฒนาคุณภาพปัจจัยการผลิต 2.5 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยี การเกษตร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ	3.3 การเพิ่มผลิตภาพ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า	5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง
6. พัฒนาระบบตลาด	6.5 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้

แผนภาพที่ 3.13-2: สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดนครราชสีมา



หมายเหตุ ทุกข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่ามีช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดนครราชสีมา

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.13-10: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ
1.1	โครงการวิจัยสารอาหารในข้าวเฉพาะถิ่น นครราชสีมา	เพื่อให้รู้ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการ สารอาหาร วิตามิน แร่ธาตุ ที่มีอยู่ในเมล็ดข้าวพันธุ์เฉพาะถิ่นของนครราชสีมา ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดในการทำนวัตกรรม หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปไปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ให้มีความหลากหลาย	ศูนย์วิจัยข้าว/ สนง.เกษตรจังหวัด
2.1	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการศาสตร์พระราชา ด้านกักเก็บน้ำ	เพื่อเรียนรู้และนำศาสตร์พระราชาร่วมกับ ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาสู่การออกแบบในพื้นที่นาของเกษตรกรแต่ละราย ให้สามารถเก็บน้ำฝนในพื้นที่นั้นๆ ไว้ให้ได้มากที่สุด โดยต้องมีการคำนวณปริมาณน้ำฝนที่ตกลงมา น้ำสำหรับบริโภค และปลูกข้าว ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของเกษตรทฤษฎีใหม่ โดยเกษตรกรมีน้ำใช้ตลอดปี	สนง.เกษตรจังหวัด สนง.จังหวัด
2.2	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การเตรียมความพร้อมของเกษตรกรก่อนการเพาะปลูก	เพื่อให้เกษตรกรได้เรียนรู้และเตรียมการก่อนปลูกพืช จำเป็นต้องพิจารณาสภาพพื้นที่ เนื้อดิน ปัญหาของดิน ชนิดของพืช ที่ปลูกเพื่อให้มีการเตรียมดินที่เหมาะสม และประสบผลสำเร็จในการเพาะปลูก	สนง.เกษตรจังหวัด

[4]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ**
2.5	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเกษตรกรทันสมัย (Smart Farmer)	เพื่อให้เกษตรกรมีความภูมิใจในอาชีพ มีความสามารถในการเกษตร คิดเป็น วิเคราะห์เป็น ใช้ข้อมูลเป็น แก้ปัญหาได้ พร้อมทั้งมีความสามารถในการบริหารจัดการทั้งการผลิต การตลาด คำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค สังคม สิ่งแวดล้อม มีความสามารถนำเทคโนโลยีเข้าไปผสมผสาน / เป็นเครื่องมือในการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเป็นเกษตรกรที่เข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้	สนง.เกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer)	เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้มีความสนใจ อายุระหว่าง 17 – 45 ปี ที่ประสงค์มีอาชีพด้านการเกษตรได้ปรับกระบวนทัศน์ แนวคิด เน้นให้เกษตรกรรุ่นใหม่ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้มีประสบการณ์สามารถวางแผนอนาคต มีเครือข่ายที่เข้มแข็งและสามารถเป็นผู้ประกอบการภาคเกษตรแบบมืออาชีพ	สนง.เกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
3.3	โครงการอบรมการพัฒนาเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง “โรงเรียนวิถีข้าวสุขภาพ นครราชสีมา”	เพื่อให้เกษตรกรได้เรียนรู้ระบบการเพิ่มผลผลิตด้วยวิธีปลูกข้าวอย่างเป็นระบบ ในพื้นที่เหมาะสมกับข้าวแต่ละพันธุ์ และเพื่อการกำหนดโซนนิ่งของชนิดพันธุ์ข้าวที่ปลูก ซึ่งต้องคำนึงถึง ต้นข้าว ดิน น้ำ ปุ๋ยอินทรีย์ ที่ต้องมีความสมดุลกัน จะมีผลทำให้ต้นข้าวสมบูรณ์เจริญเติบโตให้ผลผลิตมากขึ้น โดยต้นทุนการผลิตไม่ได้เพิ่มขึ้น (เช่น ระบบการผลิตข้าวแบบ SRI หรือ System of Rice Intensification)	สนง.เกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
4.2	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาคุณภาพข้าวสาร	เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุข้าวสารให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพข้าวสารไม่ให้เกิดแมลงในการชะลอความเสียหาย พร้อมทั้งสะดวกต่อการจัดส่ง เคลื่อนย้าย ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด
4.3	โครงการต่อยอดผลงานวิจัยการแปรรูปข้าวเชิงพาณิชย์	เพื่อให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวมีความหลากหลาย จึงควรนำผลงานวิจัยการแปรรูปข้าวที่มีอยู่แล้ว มาคัดกรองเพื่อนำมาต่อยอดเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นการลดระยะเวลาของการทำวิจัยด้วย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.เกษตรจังหวัด
5.2	โครงการอบรม	เพื่อให้ผู้ประกอบการภาคเกษตรได้เรียนรู้การบริหารจัดการโลจิสติกส์ในองค์กร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุน	สนง.พาณิชย์จังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ**
	“การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์”	ทางธุรกิจ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ	สนง.เกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
6.5	โครงการเพิ่มศักยภาพเกษตรกรโดยพาไปศึกษาดูงานและร่วมกิจกรรมจำหน่ายในงานไทยเฟค	เพื่อให้เกษตรกรได้เรียนรู้จากการปฏิบัติเกี่ยวกับการเข้าสู่ตลาดและร่วมจำหน่ายในงานไทยเฟค (THAIFEX) เพื่อให้มีประสบการณ์จริง และนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น	
	โครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิถีข้าวสุขภาพนครราชสีมา	เพื่อเสริมรายได้ให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าว จึงควรจัดทำแหล่งปลูกข้าวเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิถีการปลูกข้าว ชีวิตชาวนาของนครราชสีมา	ททท. สนง.เกษตรจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ : ข้าว

ชื่อโครงการ : โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเกษตรกรทันสมัย (Smart Farmer)

ที่มา / หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันเกษตรกรส่วนใหญ่ยังปลูกข้าวในวิถีดั้งเดิม ทำให้มีต้นทุนสูง พึ่งพาสารเคมีและปุ๋ยเคมี ขาดความรู้ใหม่ๆ ปรับตัวไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และตลาด จึงไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ จำเป็นต้องพัฒนาเกษตรกรเหล่านี้ให้มีความเข้าใจการเกษตรสมัยใหม่ มีองค์ความรู้และข้อมูลเพื่อปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงของโลก และมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ต่อไป

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อพัฒนาเกษตรกรให้มีความเข้มแข็งและสามารถเป็น Smart Farmer ตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมทั้งสร้างเครือข่ายเกษตรกรที่เข้มแข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ :

- คัดกรองเกษตรกร เพื่อพัฒนาเป็น Smart Farmer
- วิเคราะห์ศักยภาพก่อนการพัฒนา
- จัดฝึกอบรม / แลกเปลี่ยนความรู้
- ศึกษาดูงาน
- ยกระดับเกษตรกรที่มีความพร้อม สู่ Smart Farmer
- สนับสนุนองค์ความรู้ เทคโนโลยี และแหล่งทุน
- สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ และเชื่อมโยงเครือข่ายหน่วยงานภาคี
- ประเมินผลหลังการพัฒนา

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กษ.จังหวัด
- สหก.จังหวัด
- พณ.จังหวัด
- องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น และสหกรณ์การเกษตร

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานเกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์ : สร้างเกษตรกรสมัยใหม่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่

ผลผลิต : เกษตรกรที่ทันสมัย (Smart Farmer)

ตัวชี้วัดโครงการ : จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการพัฒนา

ชื่อโครงการ : โครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิถีข้าวสุขภาพ นครราชสีมา

ที่มา / หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เริ่มเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกร การทำกิจกรรมทางการเกษตร รวมทั้งการได้พักแรมในพื้นที่เกษตร จึงเป็นโอกาสทางการตลาดของกลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวเหล่านี้ นอกเหนือจากการปลูกข้าวเป็นอาชีพเพียงอย่างเดียว

สรุปแนวคิดโครงการ

เป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดแก่เกษตรกร ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยจัดทำกิจกรรมที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และได้เข้าร่วมทำกิจกรรมในพื้นที่เกษตรจริง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ :

- คัดเลือกเกษตรกรปลูกข้าวเข้าร่วมโครงการ และอบรมให้ความรู้ในการบริการนักท่องเที่ยว
- พัฒนาพื้นที่ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว
- ทดลองการให้บริการนักท่องเที่ยว และปรับปรุงการดำเนินงาน
- ประเมินผลการทดลอง
- สรุปรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสม เพื่อขยายผลไปสู่พื้นที่อื่นๆ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
- สำนักงานจังหวัด
- สำนักงานเกษตรจังหวัด
- เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด

ผลลัพธ์ : การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเป็นที่นิยม และเจริญเติบโต

ผลผลิต : สร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

ตัวชี้วัดโครงการ : จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัด

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2 : โคเนื้อโคราชวากิว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดนครราชสีมา มีปริมาณการผลิตโคเนื้อที่มากที่สุดในประเทศ ในปี พ.ศ. 2558 จำนวน 303,777 ตัว
- มีการวิจัยและพัฒนาพันธุ์โคอย่างต่อเนื่อง
- สามารถเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป และอุตสาหกรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
- แนวโน้มความต้องการบริโภคโคเนื้อคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้น เช่น โคเนื้อพันธุ์โคราชวากิว/ลูกผสม

ตารางที่ 3.13-11: จำนวนโคพื้นเมือง โคพันธุ์ และโคลูกผสม โคขุน ปี 2557-2558 ของจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัด / กลุ่มจังหวัด	โคพื้นเมือง (ตัว)		โคพันธ์และโคลูกผสม (ตัว)		โคขุน (ตัว)		โคทั้งหมด (ตัว)	
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2558
ประเทศ	2,765,406	2,702,299	1,387,690	1,533,002	159,312	171,807	4,312,408	4,407,108
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,360,217	1,306,358	715,914	782,656	23,341	15,907	2,100,472	2,104,941
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	472,286	461,186	208,270	220,683	4,370	3,088	684,926	684,957
ชัยภูมิ	37,797	18,832	31,926	48,179	908	824	70,631	67,835
บุรีรัมย์	130,042	137,304	22,850	35,793	569	223	153,461	173,320
สุรินทร์	175,990	172,839	38,025	43,835	539	518	214,554	217,192
นครราชสีมา	128,457	132,211	115,469	92,876	2,354	1,523	246,280	226,610
สัดส่วนกลุ่มจังหวัดตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต่อ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ %	35%	35%	29%	28%	19%	19%	33%	33%
สัดส่วนกลุ่มจังหวัดตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต่อประเทศ %	17%	17%	15%	14%	3%	2%	16%	16%

ที่มา : ข้อมูลจำนวนปศุสัตว์ ปี 2558 , กรมปศุสัตว์ และจากการคำนวณของคณะวิจัย

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.13-3: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดนครราชสีมา



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-12: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ
ทุกข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตรและอุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ม.ราชภัฏนครราชสีมา
		1. จัดตั้ง Northeastern Food Valley	
		2. พัฒนาปรับปรุง และก่อสร้างแหล่งกักเก็บ น้ำทั้งในเขตและนอกเขตชลประทาน	อำเภอ / โครงการชลประทาน จังหวัด
		3. เพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนการปลูกพืชเศรษฐกิจ และกิจกรรมเพื่อ Food Valley	ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว/ศูนย์วิจัยข้าว
		4. เพิ่มผลผลิต และคุณภาพสัตว์เศรษฐกิจ และกิจกรรมเพื่อ Food Valley	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
		5. พัฒนาศักยภาพบุคลากรของรัฐ เกษตรกร และผู้ประกอบการ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักวิชาการ นวัตกรรมใหม่ในยุคดิจิทัล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ม.ราชภัฏนครราชสีมา สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด
		6. แปรรูปผลผลิตการเกษตร และสัตว์เศรษฐกิจ ด้วยนวัตกรรมใหม่ พลังงานทดแทน	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด

[5]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ
			สนง.พาณิชย์จังหวัด ม.ราชภัฏนครราชสีมา สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.พลังงานจังหวัด
		7. พัฒนาระบบการตลาดสินค้าเกษตร	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.เกษตรและสหกรณ์ สนง.เกษตรจังหวัด กรมการปกครอง
		8. พัฒนาการเกษตรครบวงจร	สนง.จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

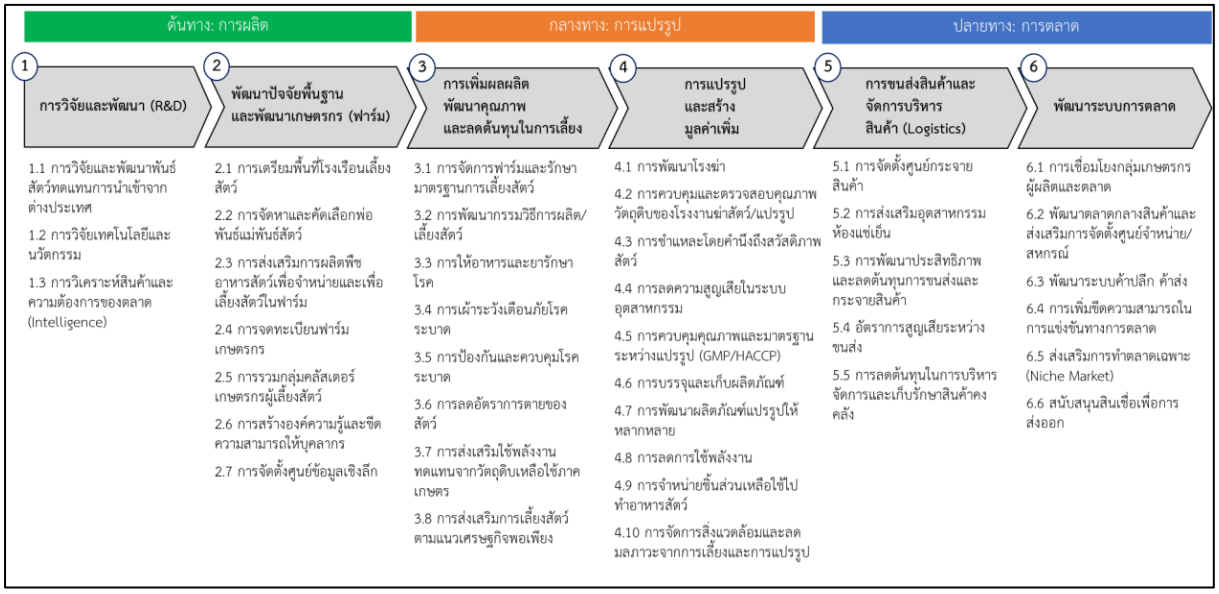
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-13: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์สัตว์ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ 1.2 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด (Intelligence) 1.4 การวิจัยอาหารจากโคเนื้อ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม)	2.1 การเตรียมพื้นที่โรงเรือนเลี้ยงสัตว์ 2.3 การส่งเสริมการปลูกพืชสำหรับผลิตอาหารสัตว์เพื่อจำหน่าย และเพื่อเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม 2.5 การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ 2.7 การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึก
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนในการเลี้ยง	3.1 การจัดการฟาร์มและรักษามาตรฐาน 3.2 การพัฒนากรรมวิธีการผลิต / เลี้ยงสัตว์ 3.3 การให้อาหารและยารักษาโรค 3.4 การเฝ้าระวังเตือนภัยโรคระบาด 3.5 การป้องกันและควบคุมโรคระบาด 3.7 การส่งเสริมใช้พลังงานทดแทนจากวัตถุดิบเหลือใช้ภาคเกษตร
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การพัฒนาโรงฆ่า 4.2 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบของโรงงานฆ่าสัตว์/แปรรูป 4.5 การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูป (GMP / HACCP)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 6.5 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market)

แผนภาพที่ 3.13-4: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)



หมายเหตุ ทุกข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่ามีช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดนครราชสีมา

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.13-14: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความ สำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ
1.1	โครงการวิจัยต่อยอดน้ำเชื้อโควากิว	พัฒนาน้ำเชื้อโควากิวให้มีประสิทธิภาพ สามารถผสมพันธุ์พื้นเมืองได้ดี ทนต่อสภาพอากาศ ภูมิประเทศได้ดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
1.2	โครงการ วิจัยอาหารและส่วนผสมอาหารโควากิว	เพื่อให้โควากิวได้รับอาหารในแต่ละช่วงอายุ (3 ช่วง) ของการเลี้ยง จึงจำเป็นต้องมีอาหารที่เสริมสร้างให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด	
	โครงการวิจัยต้นแบบเลี้ยงโควากิวแบบโรงเรือนระบบปิด	เพื่อวางอนาคตของการเลี้ยงโควากิวให้ได้คุณภาพมาตรฐานฟาร์ม สำหรับเกษตรกรรายขนาดกลาง ขนาดเล็ก จำเป็นต้องมีต้นแบบโรงเรือนระบบปิดให้ศึกษาและนำไปปฏิบัติ	
1.3	โครงการวิเคราะห์/วิจัยกลุ่มผู้บริโภคในตลาดต่างๆ	เพื่อให้รู้ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและกลุ่มผู้บริโภคตลาดต่างประเทศที่นิยมบริโภคเนื้อโควากิว เช่น ปริมาณความต้องการ คุณภาพเนื้อที่ต้องการ ข้อมูลทางโภชนาการ เป็นต้น	
	โครงการ วิจัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคนิคพิเศษเพื่อนำไปสู่การแปรรูป	เพื่อเป็นการสร้างความโดดเด่นให้กับการเลี้ยงโควากิว จึงต้องมีการศึกษา / วิจัยเทคนิคพิเศษ เช่น การให้โควากิว กินน้ำสาโท / บรั่นดี ซึ่งจะมีเนื้อนุ่มกว่าปกติ หรือการต้องฟังดนตรีไทยก่อนการเชือด ฯลฯ ซึ่งจะทำให้โควากิวมีเนื้อที่มีความพิเศษจากแหล่งอื่นๆ เป็นต้น	
1.4	โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาโควากิว	เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลต่องานวิจัย จำเป็นต้องมีแหล่งเงินทุนอุดหนุนการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้กับชุมชน / ท้องถิ่นโดยส่วนรวม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
2.1	โครงการอบรม เชิงปฏิบัติการจัดทำโรงเรือนเลี้ยงโควากิวตามมาตรฐาน (GAP) สำหรับเกษตรกรรายย่อย	เพื่อให้การจัดทำโรงเรือนในการเลี้ยงโควากิวเป็นไปตามมาตรฐานปศุสัตว์ (GAP) โรงเรือนต้องมีลักษณะตามที่กำหนด ถูกสุขอนามัย สามารถลดมลภาวะจากการเลี้ยงสัตว์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน และยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมโรคสัตว์ได้ด้วย	

ปัจจัยสู่ความ สำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ
2.3	โครงการผลิตอาหารสัตว์ผสมเสร็จจากวัสดุ เหลือใช้ทางการ เกษตร	เพื่อนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในนครชัยบุรินทร์ ได้แก่ กากมันสำปะหลัง มาเพิ่มมูลค่าด้วยการหมักยีสต์ ที่ให้คุณค่าทางโภชนาการด้านโปรตีนซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตของโควากิวและปศุสัตว์อื่นๆ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
2.5	โครงการเชื่อมโยงกลุ่มคลัสเตอร์ ผู้เลี้ยงโควากิวให้มีความเข้มแข็ง	เพื่อสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานการแข่งขัน (Co-petition) โดยมีเป้าหมาย และกลยุทธ์การพัฒนาร่วม (Core Objective & Strategy) รวมทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกันโดยมีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร ซึ่งจะทำให้สามารถร่วมกันวางแผนบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตและการ จำหน่ายสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด
	โครงการศูนย์เรียนรู้โควากิวแบบครบวงจร	เพื่อเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านปศุสัตว์ การบริหารจัดการ การตลาด การให้บริการทางวิชาการ ปศุสัตว์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในพื้นที่ พร้อมทั้งเป็นกลไกในการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาเกษตรกรในพื้นที่ให้เป็น Smart Farmer	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด
2.7	โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึกในเชิงสถิติและคุณภาพ	เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโควากิวเชิงสถิติครบวงจรในแต่ละพื้นที่ที่มีการขึ้นทะเบียนการเลี้ยง เพื่อใช้ในการวางแผน การทำโซนนิ่งปศุสัตว์โควากิวใน แต่ละจังหวัด และในนครชัยบุรินทร์	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
3.1	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การบริหารจัดการการเลี้ยงโควากิว	เพื่อให้การเลี้ยงโควากิวมีมาตรฐานและคุณภาพเดียวกัน และสามารถตรวจสอบเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ปลอดภัยในการบริโภคเนื้อสัตว์ที่มีมาตรฐาน จึงจำเป็นต้องให้	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด

ปัจจัยสู่ความ สำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ**
	ตามระบบมาตรฐาน (GAP)	เกษตรกรรู้จักการบริหารจัดการกระบวนการเลี้ยง การให้อาหาร ให้ถูกต้องตามระบบมาตรฐาน	
3.2	โครงการอบรมเกษตรกรในการเลี้ยงโควากิวตามช่วงอายุ โควากิว	เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโควากิวตามช่วงอายุโควากิว ที่เปลี่ยนมือกันไป เป็นผู้เลี้ยงที่มีความชำนาญ สามารถ ขุนโควากิว ตามช่วงอายุได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
3.3 & 3.5	โครงการอบรม เชิงปฏิบัติการ ด้านการเฝ้าระวัง / ป้องกันโรคระบาดอย่างต่อเนื่อง	เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโควากิวมีความรู้ในการเตรียมความพร้อม และมาตรการเฝ้าระวัง / ป้องกัน และควบคุมโรคระบาด เช่น การเฝ้าระวังสอบสวนโรค การฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อโรค การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรค การควบคุมเคลื่อนย้าย การควบคุมโรค การปรับระบบเลี้ยงเพื่อการป้องกันโรค การสร้างพื้นที่ปลอดโรค	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
3.7	โครงการผลิต ไบโอแกส เพื่อใช้ในฟาร์มและครัวเรือน	เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากกาก / มูลสัตว์ มาผลิตเป็นพลังงานทดแทนเพื่อใช้ในฟาร์มและครัวเรือน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด
4.1	โครงการสร้างโรงฆ่าสัตว์ตามมาตรฐานสากลเพื่อการส่งออกครบวงจร	เพื่อให้มีโรงฆ่าสัตว์ตามมาตรฐานสากลสำหรับการส่งออกในพื้นที่กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ ซึ่งโรงฆ่าสัตว์ที่มีอยู่ไม่ได้มาตรฐานสากลแบบครบวงจร และไม่เพียงพอที่จะรองรับการเชือดโคที่เกษตรกร มีแนวโน้มเลี้ยงเพิ่มขึ้น	
4.2	โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ	เพื่อให้มีบุคลากรด้านการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพเนื้อโควากิวเพียงพอกับการขยายตัวของธุรกิจการแปรรูปโควากิว จึงมีความจำเป็นต้องสร้างบุคลากรเฉพาะด้านในการรองรับ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด
4.5	โครงการควบคุมคุณภาพการแปรรูปให้มีมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ GMP HACCP HALAL	เพื่อให้ได้เนื้อแปรรูปที่มีคุณภาพมาตรฐาน จำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพในการชำแหละแยกประเภทส่วนต่างๆ ตามมาตรฐาน GMP HACCP HALAL ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเนื้อโคแปรรูปด้วย	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด

ปัจจัยสู่ความ สำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ**
4.11	โครงการอบรม เชิงปฏิบัติการจัดทำระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety Management System)	เพื่อให้ผู้ประกอบการทั้งห่วงโซ่อาหารได้นำข้อกำหนดต่างๆ จัดทำรายละเอียดการตรวจสอบ เพื่อความปลอดภัยของอาหารอย่างถูกต้อง และมีกระบวนการควบคุมตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน โดยอาศัยข้อมูลจากการสื่อสารระหว่างผู้มีส่วนร่วมในห่วงโซ่อาหารทุกรายให้ข้อมูลและหลักฐานความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มในด้านความเป็นไปได้ ความจำเป็นและผลกระทบที่มีต่อผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด
5.1	โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า	เพื่อให้กลไกในการขับเคลื่อนหรือเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ลูกค้า ภายใต้เงื่อนไขของเวลาและต้นทุนที่แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีศูนย์กระจายสินค้าเพื่อรวบรวมพักสินค้าตามแหล่งที่เป็นศูนย์กลางการขนส่ง (HUB) ในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
6.4	โครงการสร้าง แบรนด์	เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า และความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ ซึ่ง Brand เป็นปัจจัยที่สนับสนุนกิจกรรมการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ในการจัดวางตำแหน่ง (Positioning) และสร้างความภักดี (Loyalty) จากผู้บริโภคในตลาด	สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.ปศุสัตว์จังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น
6.5	โครงการส่งเสริมการตลาดควบคู่กับการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยว	เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้วิธีการเลี้ยงโควากิว มีความเชื่อมั่นในการบริโภคอาหารปลอดภัย และผ่อนคลายด้วยการพักผ่อนกับธรรมชาติ จึงมีการกำหนดให้เกษตรกร ผู้เลี้ยงโควากิวตามแนวเส้นทางการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตรไทย	ททท. เขตพื้นที่ สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สหกรณ์การเกษตรจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ : โครงการวิจัยต่อยอดน้ำเชื้อโควากิว
ที่มา / หลักการและเหตุผล ปัจจุบันแนวโน้มความต้องการบริโภคเนื้อโควากิว มีปริมาณสูงขึ้นทั้งผู้บริโภคในประเทศ โดยเฉพาะผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศได้สนใจที่จะรับซื้อเนื้อโควากิวจากประเทศไทย มีผลทำให้เกษตรกร ผู้เลี้ยงโควากิวมีมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการต่อยอดงานวิจัย เพื่อพัฒนาน้ำเชื้อโควากิวให้มีประสิทธิภาพสนองความต้องการของตลาด
สรุปแนวคิดโครงการ ● ต่อยอดงานวิจัยในการพัฒนาน้ำเชื้อโควากิว ● น้ำเชื้อสามารถผสมพันธุ์พื้นเมืองได้ดี ● โคพันธุ์ผสมทนต่อสภาพอากาศ / ภูมิประเทศ ● ราคาน้ำเชื้อไม่สูง ● สถาบันการศึกษา (มทส.) บูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัย
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ● ทำการวิจัยน้ำเชื้อที่มีประสิทธิภาพ ● มีการทดลองงานวิจัย โดยบูรณาการกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ● เก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัย / ผลการทดลอง เพื่อประเมินผลงานวิจัยภาคสนาม ● ปรับปรุงงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับโควากิวของนครราชสีมา ● มีการประชาสัมพันธ์ผลสำเร็จของงานวิจัย
กลไกการทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ● มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ● สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด ● สำนักงานจังหวัด ● หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สหกรณ์ผู้เลี้ยงโควากิว ● ประชาสัมพันธ์จังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผลลัพธ์ : มีน้ำเชื้อโควากิวมีประสิทธิภาพเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร
ผลผลิต : น้ำเชื้อโควากิวที่มีประสิทธิภาพสูง : ราคาน้ำเชื้อไม่สูง
ตัวชี้วัดโครงการ : **-**จำนวนโควากิวมีเพิ่มมากขึ้น -เกษตรกรผู้เลี้ยงโควากิวมีมากขึ้น -น้ำเชื้อโควากิวมีราคาไม่สูง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด/เดือน	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.สรุปผลงานวิจัยที่มีอยู่เพื่อเตรียมความพร้อมในการต่อยอดงานวิจัย	1				
2.รวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโควากิว / ปศ.นม. เพื่อเป็นข้อมูลของการต่อยอดงานวิจัย	1				
3.กำหนดสถานที่วิจัย / ทดลอง	1				
4.จัดเตรียมเครื่องมือ / อุปกรณ์งานวิจัยเพื่อทำการวิจัย	6				
5.ประเมินผลงานวิจัย	2				
6.ปรับปรุงงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์	4				
7.ประชาสัมพันธ์เผยแพร่งานวิจัย	3				
รวม	19	10 ล้าน		มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	

ชื่อโครงการ : โครงการวิจัยเพื่อผลิตอาหารสัตว์ผสมเสร็จจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร

ที่มา / หลักการและเหตุผล

สัตว์เศรษฐกิจสำคัญต้องได้รับโปรตีนที่เหมาะสมเพื่อสร้างความแข็งแรง สมบูรณ์ตามช่วงอายุ อาหารสัตว์ส่วนใหญ่มีคุณค่าทางโภชนาการทั่วไป สำหรับโปรตีนที่โควากิวต้องการต้องมีการวิจัยเฉพาะ ซึ่งโปรตีนดังกล่าวมาจากกากมันสำปะหลังโดยกระบวนการหมักยีสต์พันธ์เฉพาะ จึงจะได้อาหารเสริมของสัตว์ที่มีคุณภาพสูง

สรุปแนวคิดโครงการ

- ต่อยอดผลงานวิจัยอาหาร และส่วนผสมอาหารจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร
- เพิ่มมูลค่าวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรในจังหวัด
- สัตว์เศรษฐกิจมีอาหารเสริมสำเร็จรูปมีโปรตีนสูง
- อาหารเสริมมีราคาไม่สูง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- รวบรวมข้อมูล จำนวน / ปริมาณกากมันสำปะหลังในจังหวัด / กลุ่มจังหวัดมีมากพอกับการผลิตอาหารสัตว์เชิงพาณิชย์
- นำผลงานวิจัยที่มีอยู่แล้วเป็นโครงร่างในการต่อยอด เพื่อไม่ให้เสียเวลา
- เตรียมเครื่องมือ / อุปกรณ์ งานวิจัย และทำการวิจัย
- ทดลองงานวิจัย
- ประเมินผลงานวิจัยภาคสนาม

• ปรับปรุงงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ • ประชาสัมพันธ์ผลสำเร็จของงานวิจัย
กลไกการทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี • สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด • สำนักงานจังหวัด • หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สหกรณ์ผู้เลี้ยงโควากิว / ผู้ลงทุน • ประชาสัมพันธ์จังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผลลัพธ์ : มีอาหารทะเลและส่วนผสมอาหารเป็นอาหารเสริมให้โควากิว
ผลผลิต : มีอาหารเสริมให้กับโควากิวที่มีประสิทธิภาพสูง
ตัวชี้วัดโครงการ • เพิ่มมูลค่าวัตถุดิบจากกากมันสำปะหลังที่มีประสิทธิภาพ • มีอาหารสำหรับปศุสัตว์ที่มีประสิทธิภาพ • ราคาอาหารสัตว์ไม่สูง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด/เดือน	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.รวบข้อมูลวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการวิจัยและมีปริมาณเพียงพอต่อการวิจัยเชิงพาณิชย์	1				
2.กำหนดสถานที่วิจัย / ทดลอง	1				
3.จัดเตรียมเครื่องมือ / อุปกรณ์งานวิจัยเพื่อทำการวิจัย	6				
4.ประเมินผลงานวิจัย	2				
5.ปรับปรุงผลงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์	4				
6.ประชาสัมพันธ์	3				
รวม	19	9 ล้าน		มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	

ชื่อโครงการ : โครงการสร้างโรงฆ่าสัตว์ครบวงจร ตามมาตรฐานสากล เพื่อรองรับการส่งออก

ที่มา / หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันโรงฆ่าสัตว์ในจังหวัดนครราชสีมาและในกลุ่มจังหวัด ส่วนใหญ่เป็นโรงฆ่าสัตว์ขนาดกลาง ขนาดเล็ก ไม่เป็นไปตามมาตรฐานกำหนด และปริมาณการฆ่าสัตว์ต่อวัน / สัปดาห์ทำได้ในปริมาณจำกัด ทำให้เกษตรกรในจังหวัดต้องส่งโควากิวไปเชือดในภาคกลางซึ่งมีต้นทุนสูง จึงจำเป็นต้องสร้างโรงฆ่าสัตว์ครบวงจรตามมาตรฐานสากล เพื่อรองรับปริมาณการเลี้ยงโควากิวที่เพิ่มขึ้นในจังหวัดและกลุ่มจังหวัด และรองรับการส่งออกในอนาคต

สรุปแนวคิดโครงการ

- สร้างโรงฆ่าสัตว์ครบวงจร ตามมาตรฐานสากล
- รองรับการฆ่าสัตว์ในจังหวัดและกลุ่มจังหวัดที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น
- ลดต้นทุนด้าน Logistics
- เพิ่มมูลค่าเพิ่มการแปรรูปเนื้อสัตว์
- นครราชสีมาเป็นศูนย์กลางปศุสัตว์สำคัญของประเทศ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- กำหนดที่ตั้งของโรงฆ่าสัตว์
- ออกแบบ / ขออนุญาตตั้งโรงฆ่าสัตว์ตามมาตรฐานสากล
- สร้างโรงชำแหละ โรงเก็บเนื้อสัตว์แปรรูป ห้องเย็น ตามมาตรฐานสากล เพื่อรองรับการชำแหละ โดยได้ไม่น้อยกว่า 1,500 ตัว / เดือน

กลไกการทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานจังหวัด
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด / อำเภอ
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเจ้าของพื้นที่
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานจังหวัด

ผลลัพธ์ : นครราชสีมาเป็นแหล่งอาหารประเภทเนื้อสัตว์ (Food Valley) สำคัญของประเทศ

ผลผลิต : มีโรงฆ่าสัตว์ครบวงจรได้มาตรฐานสากล

ตัวชี้วัดโครงการ

- จำนวนโควากิวที่มีการชำแหละในพื้นที่
- การแปรรูปโควากิวเป็นไปตามมาตรฐานสากล
- ลดค่าใช้จ่ายเกษตรกรด้าน Logistics

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น-สิ้นสุด/เดือน	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.กำหนดสถานที่ตั้ง	1		พื้นที่ของ อบจ. / อบต.		
2.ทำประชาพิจารณ์ / ขอความร่วมมือ	1				
3.ออกแบบ / ขออนุญาตตั้งโรงฆ่าสัตว์และออกแบบบ่อบำบัดน้ำเสีย / สิ่งปฏิกูล	1				
4.สร้างโรงฆ่าสัตว์ประกอบด้วย โรงเชือด โรงแปรรูป ทำความสะอาด โรงตัดแต่งเนื้อ โรงแช่เย็น โรงเก็บสิ่งปฏิกูล โรงบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น	12				
5.การจัดหาเครื่องมือเครื่องจักร อุปกรณ์	3				
5.การทดลองใช้เครื่องจักร อุปกรณ์	2				
6.ประชาสัมพันธ์	2				
	22			มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	

ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการตลาดสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ที่มา / หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจำนวนมากต้องการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการเกษตร วิถีการดำรงชีวิต การเลี้ยงปศุสัตว์จากอดีตสู่ปัจจุบัน ทั้งยังเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาทำให้เกิดประโยชน์ให้ นักท่องเที่ยวได้พักแรมเรียนรู้ สร้างความเพลิดเพลิน ได้ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานที่อบอุ่น ปลอดภัย สะดวก สะอาด

สรุปแนวคิดโครงการ

- เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้บริโภคโควากิวได้เรียนรู้วิธีการเลี้ยงที่ถูกต้องตามระบบมาตรฐาน
- นำทรัพยากรทางด้านปศุสัตว์ที่มีอยู่มาต่อยอดเป็นความรู้และกิจกรรมต่างๆ
- สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลี้ยงที่ถูกต้องตามสุขอนามัย
- เป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีเกษตรนครราชสีมา

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- กำหนดพื้นที่ตามแนวเส้นทางการท่องเที่ยว
- คัดเลือกเกษตรกรผู้เลี้ยงโควากิวเข้าร่วมโครงการ
- ปรับปรุงพื้นที่ที่ได้รับการคัดเลือกให้มีมาตรฐานของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว
- อบรมเกษตรกร เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในเรื่องเกี่ยวกับการให้บริการ รับรองนักท่องเที่ยว /
- เกษตรกรทดลองปฏิบัติ
- ประเมินผลการจัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- ประชาสัมพันธ์โครงการ

กลไกการทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กำหนดพื้นที่
- สำนักงานจังหวัด
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
- ประชาสัมพันธ์จังหวัด
- เกษตรกร และผู้เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์ : การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น

ผลผลิต : มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดโครงการ :

- จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น
- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามเส้นทางการท่องเที่ยวมากขึ้น
- รายได้ภาคการเกษตรเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด/เดือน	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.กำหนดพื้นที่เหมาะสมตามแนวทางการท่องเที่ยว	2				
2.ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดเตรียมข้อมูล	2				
3.อบรมเชิงปฏิบัติการให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง	1				
4.ปรับปรุงสถานที่ สิ่งอำนวย / ความสะดวก	3				
5.ประชาสัมพันธ์	2				
	10				

ชื่อโครงการ : ศูนย์รวมเกษตรกร เทคโนโลยี โควากิว แบบครบวงจร

ที่มา / หลักการและเหตุผล

เพื่อเป็นแหล่งการเชื่อมโยงของเกษตรกรผู้เลี้ยงโควากิว ในการร่วมมือพัฒนาการเลี้ยงโควากิว การถ่ายทอดเทคโนโลยี ความรู้ ประสบการณ์ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ การอบรมเชิงปฏิบัติการในทุกมิติ เพื่อให้เกษตรกรมีความเข้มแข็ง

สรุปแนวคิดโครงการ

- เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงโควากิว ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสาร ร่วมวางแผนการผลิต การตลาด ก่อให้เกิดประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- เป็นศูนย์รวมทางวิชาการ เทคโนโลยีทันสมัย ทั้งระบบ
- เป็นศูนย์อบรมเชิงปฏิบัติการของเกษตรกรที่จะก้าวสู่การเป็น Smart Farm
- เป็นศูนย์อบรมเชิงปฏิบัติการผู้เลี้ยงโควากิวครบวงจร
- เป็นแหล่งปฏิบัติการแบบบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดนวัตกรรม

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- กำหนดสถานที่ตั้งของศูนย์รวมฯ
- รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโควากิว วิธีการเลี้ยง การให้อาหารตามระบบมาตรฐาน
- จัดหาบุคลากรที่มีความรู้ทางปศุสัตว์เพื่อให้บริการ รวบรวมข้อมูลความสำเร็จ ปัญหาฯ
- กำหนดเวลาในการประชุม / หารือ ของเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง
- จัดอบรมเชิงปฏิบัติการในเรื่องเกี่ยวกับโควากิวอย่างครบวงจรให้แก่เกษตรกร
- จัดอบรมเชิงปฏิบัติเกษตรกรเพื่อก้าวสู่ Smart Farm
- ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของศูนย์อย่างต่อเนื่อง

กลไกการทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด
- สำนักงานจังหวัด
- องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น
- สหกรณ์การเกษตร

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด

ผลลัพธ์ : เป็นศูนย์ปฏิบัติการของเกษตรกรที่มีประสิทธิภาพ และยกระดับคุณภาพการผลิต

ผลผลิต : มีศูนย์รวมเกษตรกร วิชาการ เทคโนโลยี

ตัวชี้วัดโครงการ

- จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโควากิวมีความร่วมมือกัน
- เกษตรกรได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการในการต่อยอดวิชาการ เทคโนโลยี
- เกษตรกรเข้าสู่การเป็น Smart Farm

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด/เดือน	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.กำหนดที่ตั้งศูนย์ฯ	1				
2.กำหนดรูปแบบการบริหารจัดการ	1				
3.สรรหาบุคลากรประจำศูนย์ฯ	1				
4.จัดตารางการประชุม / การอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อถ่ายทอดความรู้	2				
5.การประชุม / อบรมเชิงปฏิบัติการ	3				
6.ประเมินผล	2				
7.ประชาสัมพันธ์	2				
	12				

3.3.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดชัยภูมิ

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดจังหวัดชัยภูมิ

จังหวัดชัยภูมิ ได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับภาคการเกษตรกรรม โดยพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว และสัตว์เศรษฐกิจ ได้แก่ โคเนื้อ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ถูกกำหนด ประกอบด้วย

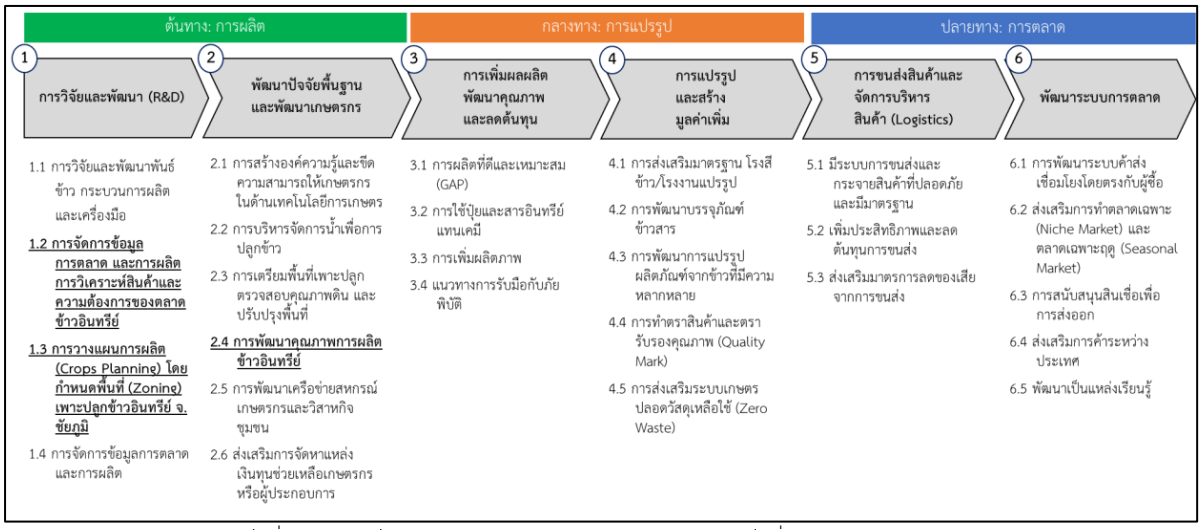
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าว	- พื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมด 1,488,197 ไร่ แยกเป็น - ข้าวนาปี 1,400,784 ไร่ ผลผลิต 491,853 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 351.13 กก./ ไร่ - ข้าวนาปรัง 87,413 ไร่ ผลผลิต 46,214 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 528.69 กก./ ไร่ - พืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้กับจังหวัด - มีศักยภาพเป็นแหล่งผลิตอาหารและเครื่องดื่ม - มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรและสร้างมูลค่าเพิ่ม
โคเนื้อวากิว	- มีปริมาณผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ปี 2558 มีจำนวน 69,038 ตัว - มีโคพันธุ์พื้นเมือง / ลูกผสม - มีแนวโน้มความต้องการบริโภคโคเนื้อคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้น - มีโรงฆ่าสัตว์ ขนาดกลาง 2 โรง ขนาดเล็ก 26 โรง - มีพื้นที่ปลูกหญ้า / พืชอาหารสัตว์ 15,533 ไร่ และพื้นที่ทุ่งหญ้าสาธารณะ 150,550 ไร่

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้ว ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมทั้งกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าว</u>

ภายใต้ประเด็นข้าวปลอดภัย ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) และโครงสร้างพื้นฐาน 2) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน 3) การพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดชัยภูมิ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.2 การจัดการข้อมูลการตลาดและการผลิต การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาดข้าวอินทรีย์
	1.3 การวางแผนการผลิต (Crops Planning)โดยกำหนดพื้นที่ (Zoning) เพาะปลูกข้าวอินทรีย์ จ.ชัยภูมิ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การพัฒนาคุณภาพการผลิตข้าวอินทรีย์

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.2/1.3/2.4	โครงการส่งเสริมการผลิตข้าว อินทรีย์ จ.ชัยภูมิ	ส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์	- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดชัยภูมิ - สถาบันการศึกษา

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: โคเนื้อวากิว

ภายใต้ประเด็นผลิตภัณฑ์ศักยภาพทางด้านเกษตรกรรมที่เป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ โคเนื้อโคราชวากิว เมื่อมีการวิเคราะห์ และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (Farm) 3) การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนในการเลี้ยง 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุปัจจัยสู่ความสำเร็จออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อวากิว ของจังหวัดชัยภูมิ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.4 การวิจัยอาหารสำหรับเลี้ยงโควากิว 1.5 การวิจัยโรงเรือนระบบปิดสำหรับการเลี้ยงโคเนื้อวากิว (Smart Housing) 1.6 การวิจัยกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างต่อเนื่อง
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม)	2.3 การจัดหาอุปกรณ์ในการจัดเก็บน้ำเชื้อเพื่อรองรับการผลิตโคที่เพิ่มขึ้น 2.4 การส่งเสริมการผลิตพืชอาหารสัตว์เพื่อจำหน่าย และเพื่อเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม 2.8 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้บุคลากรและเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ 2.9 การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึก 2.10 สร้างศูนย์การเรียนรู้การเลี้ยงโคเนื้อวากิวแบบครบวงจร 2.11 แหล่งเงินกู้สำหรับการลงทุน ดอกเบี้ยต่ำ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การพัฒนาโรงฆ่า 4.5 การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูป (GMP / HACCP) 4.7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้หลากหลาย 4.11 การตรวจโรคก่อนชำแหละ ตรวจซากหลังชำแหละ เพื่อประทับตราเป็น Food Safety ปลอดยาปฏิชีวนะ ยาถ่ายพยาธิ สารเร่งเนื้อแดง ปลอดโรคติดต่อจากวัวถึงคน
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า 5.2 การส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น
	5.6 การจัด Zoning ให้เหมาะสมต่อการผลิต เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4	- โครงการวิจัยอาหารโคเนื้อโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น	ศึกษาสูตรอาหารที่เป็นประโยชน์และใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ เพื่อลดต้นทุนการผลิต	มหาวิทยาลัยในพื้นที่
1.5	- โครงการวิจัยโรงเรือนระบบปิดเลี้ยงโคขุน	พัฒนาโรงเรือนระบบปิด โดยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ให้ได้โคเนื้อที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน	มหาวิทยาลัยในพื้นที่
1.6	- โครงการวิจัยกระบวนการผลิตโคเนื้อวากิว	ศึกษาวิจัยรูปแบบกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพอย่างครบวงจร	มหาวิทยาลัยในพื้นที่
2.3	- โครงการจัดตั้งศูนย์น้ำเชื้อแช่แข็ง	เพิ่มปริมาณโคเนื้อ จากน้ำเชื้อที่ได้รับการดูแลรักษาและจัดเก็บที่ได้มาตรฐาน	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2.4	- โครงการส่งเสริมการผลิตพืชอาหารเลี้ยงสัตว์	ผลิตอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพป้อนโคเนื้อ และสร้างผลกำไรให้แก่เกษตรกร	สนง.เกษตรจังหวัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2.8	- โครงการฝึกอบรมและพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ	เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ได้รับการพัฒนาอย่างมืออาชีพ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
			มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2.9, 2.10	- โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล เชิงลึกและศูนย์การเรียนรู้การเลี้ยงโควากิวแบบครบวงจร	เก็บและใช้ข้อมูลเพื่อการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด / สนง.สถิติจังหวัด
		เพื่อสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเกษตรกร	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด / อปท.
2.11	- โครงการประสานความร่วมมือกับสถาบันการเงิน	ช่วยเหลือแหล่งเงินกู้	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สถาบันการเงิน
4.1	โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานโรงฆ่า	โรงฆ่าสัตว์ที่ได้รับการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน	อปท. สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สาธารณสุขจังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
4.5	โครงการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูปโคเนื้อ (GMP/HACCP)	การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการแปรรูป	
4.7	โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อให้หลากหลาย		
4.11	โครงการโคเนื้อ Food Safety		
5.1	โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า	การบรรจุ จัดเก็บ และมีระบบการกระจายที่ดีอยู่ภายใต้อุณหภูมิที่เหมาะสมเพื่อรักษามูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์โคเนื้อให้นานที่สุด	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
5.2	โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น		
5.6	โครงการจัด Zoning ให้เหมาะสมต่อการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง		

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดชัยภูมิ

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียด ดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1 : ข้าว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดชัยภูมิมีพื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมด 1,488,197 ไร่ แยกเป็นข้าวนาปี 1,400,784 ไร่ ผลผลิต 491,853 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 351.13 กก./ ไร่ และ ข้าวนาปรัง 87,413 ไร่ ผลผลิต 46,214 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 528.69 กก./ ไร่
- พืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้กับจังหวัด
- มีศักยภาพเป็นแหล่งผลิตอาหารและเครื่องดื่ม
- มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรและสร้างมูลค่าเพิ่ม

ตารางที่ 3.13-15: ข้อมูลเนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิตข้าวนาปี และข้าวนาปรัง ของจังหวัดชัยภูมิ

จังหวัด / กลุ่มจังหวัด	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)		ผลผลิต (ตัน)	
	นาปี	นาปรัง	นาปี	นาปรัง
ประเทศ	55,095,547	8,438,111	24,311,539	5,365,448
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	34,173,002	1,169,898	12,230,973	606,677
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	10,037,454	225,393	3,739,065	115,131
ชัยภูมิ	1,400,784	87,413	491,853	46,214
บุรีรัมย์	2,661,043	27,519	1,014,771	13,403
สุรินทร์	2,966,323	46,725	1,145,706	20,214
นครราชสีมา	3,009,304	63,736	1,086,735	35,300
สัดส่วนจังหวัดบุรีรัมย์ ต่อ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ %	4.1%	7.5%	4.0%	7.6%
สัดส่วนจังหวัดบุรีรัมย์ ต่อ ประเทศ %	2.5%	1.0%	2.0%	0.9%

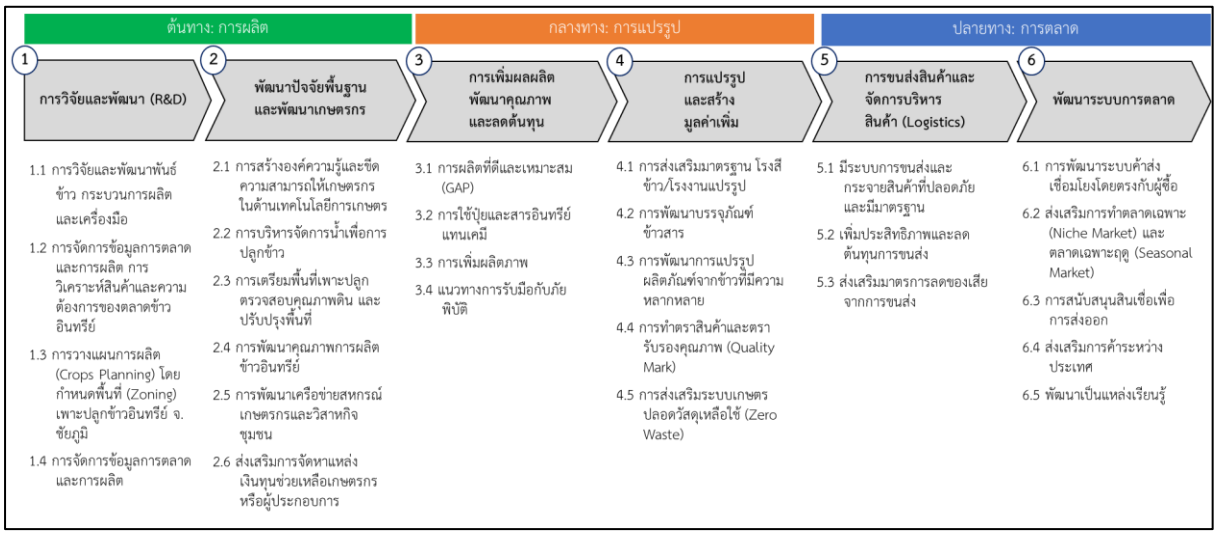
ที่มา : ข้าวนาปี เนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต , ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และจากการคำนวณของคณะวิจัย

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.13-5: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย ของจังหวัดชัยภูมิ



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

จากการที่ได้มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ : ข้าว ของจังหวัดชัยภูมิแล้ว จึงเปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าว โดยจะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพ แต่ยังมิได้มีการดำเนินการใดๆ ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (GAP)

จากการหารือร่วมกับผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด สามารถสรุปแนวทางการดำเนินงานหรือโครงการในปัจจุบันที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ดังนี้

ตารางที่ 3.13-16: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบันที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[6]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	โครงการจัดตั้งศูนย์พันธุ์ข้าว จ.ชัยภูมิ	กรมการข้าว - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชัยภูมิ	ส่งเสริมให้ชาวนาได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเมล็ดพันธุ์ดี ได้ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดีอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ตามโครงการขยายศักยภาพการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว ตามนโยบายของคณะรัฐบาล
	โครงการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการทำข้าว จังหวัดชัยภูมิ	กรมการข้าว - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชัยภูมิ	รวบรวมองค์ความรู้ วิจัย วิเคราะห์ พัฒนาพันธุ์ข้าว เพื่อเผยแพร่ให้เกษตรกรผู้เพาะปลูกข้าว วิธีการปลูกที่หลีกเลี่ยงสารเคมี ขั้นตอนการผลิต วิธีเก็บรักษาผลผลิต และ การรักษาสภาพแวดล้อม
1.3, 2.2	โครงการสนับสนุนการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตตามแผนที่ Agri-Map จังหวัดชัยภูมิ	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชัยภูมิ	จัดทำแผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก โดยบูรณาการข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตรจากทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และ จ.ชัยภูมิ สำหรับใช้เป็นเครื่องมือบริหารจัดการการเกษตรไทยอย่างมีประสิทธิภาพครอบคลุม ทุกพื้นที่ มีการปรับข้อมูลให้ทันสมัย และพัฒนาเพิ่มความสะดวกการใช้งาน ให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลโดยง่าย พร้อมกับสามารถติดตามข้อมูลความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง

[6]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

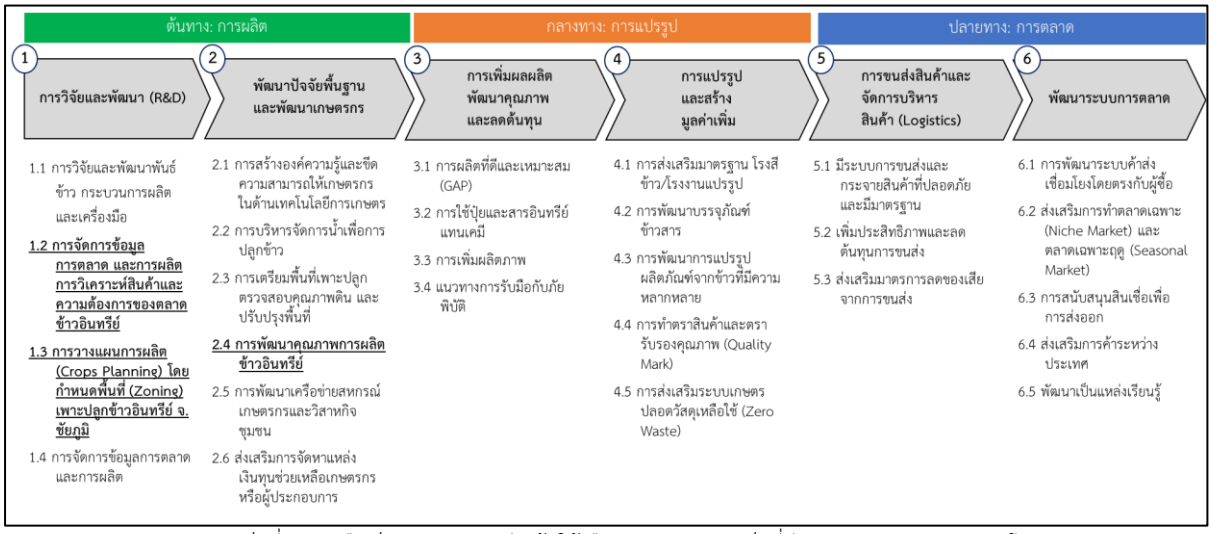
ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	โครงการปรับปรุงพื้นที่เกษตรทฤษฎีใหม่-เกษตรทางเลือก	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชัยภูมิ	สนับสนุนให้เกษตรกรทำการเกษตรที่เหมาะสมต่อพื้นที่ เพื่อลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ
2.1	โครงการศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร	สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยภูมิ	เพื่อให้เกษตรกรได้ฝึกอบรมเรียนรู้ ฝึกวิธีคิดการพัฒนาตนเองและสามารถปรับตัวอยู่ร่วมบริบทสังคม เศรษฐกิจ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งเป็นการวางรากฐานการพัฒนาการเกษตรในระยะยาว
2.2	โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตร	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - กรมชลประทาน	จัดหาแหล่งน้ำและเพิ่มพื้นที่ชลประทาน และพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร
2.3	โครงการศูนย์จัดการดินปุ๋ยชุมชน	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - กรมชลประทาน	ขับเคลื่อนขยายผลการใช้ปุ๋ยเพื่อลดต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2.4, 3.1, 3.2	โครงการหมุนเวียนเปลี่ยนพันธุ์ข้าว สู่แปลงนาคุณภาพ-แปลงนาเงิน	สำนักงานเกษตรจังหวัด ชัยภูมิ	ให้เมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิ ให้ผลผลิตงอกงามบนแปลงนาคุณภาพ และให้ราคารับซื้อข้าวเปลือกที่ดีเพื่อให้ผลผลิตข้าวที่ออกมามีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ
2.5, 3.1, 3.2	โครงการเกษตรแปลงใหญ่	สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยภูมิ	การทำเกษตรอย่างปราณีต การทำการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้เทคโนโลยีทำการเกษตร การลดต้นทุน-เพิ่มผลิต การบริการจัดการที่ดี รวมถึงการทำการตลาดอย่างครอบคลุมอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืนภายใต้การสนับสนุนและบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคีต่างๆ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การจัดการข้อมูลการตลาดและการผลิต การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาดข้าวอินทรีย์
	1.3 การวางแผนการผลิต (Crops Planning) โดยกำหนดพื้นที่ (Zoning) เพาะปลูกข้าวอินทรีย์ จ.ชัยภูมิ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การพัฒนาคุณภาพการผลิตข้าวอินทรีย์

แผนภาพที่ 3.13-6: สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดชัยภูมิ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดชัยภูมิ

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.13-18: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[7]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ**
1.2, 1.3, 2.4	โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ จ.ชัยภูมิ	ส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ	สนง.เกษตรจังหวัด สถาบันการศึกษา

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ จังหวัดชัยภูมิ
ที่มา / หลักการและเหตุผล : ข้าวอินทรีย์เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าข้าว รักษาสภาพแวดล้อม รวมทั้งตลาดความต้องการข้าวอินทรีย์ภายในประเทศในกลุ่มคนรักสุขภาพเพิ่มสูงขึ้น แต่ปริมาณสินค้าอินทรีย์กลับไม่พอจำหน่าย
สรุปแนวคิดโครงการ : ส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ : 1. ประชาสัมพันธ์ 2. คัดเลือกเกษตรกรที่เหมาะสม 3. แต่งตั้งคณะทำงาน 4. ดำเนินการ 5. ประมวลผล
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : สำนักงานเกษตรจังหวัด ชัยภูมิ เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานเกษตรจังหวัด ชัยภูมิ
ผลลัพธ์ : มีผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของตลาด รักษาสภาพแวดล้อม
ผลผลิต : เพิ่มพื้นที่ปลูกข้าวอินทรีย์
ตัวชี้วัดโครงการ : เกษตรกรกลุ่ม 5 คน : พื้นที่ 100 ไร่

[7]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2 : โคเนื้อวากิว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดชัยภูมิ มีปริมาณผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ปี 2558 มีจำนวน 69,038 ตัว
- มีโคพันธุ์พื้นเมือง / ลูกผสม
- มีแนวโน้มความต้องการบริโภคโคเนื้อคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้น
- มีโรงฆ่าสัตว์ ขนาดกลาง 2 โรง ขนาดเล็ก 26 โรง
- มีพื้นที่ปลูกหญ้า / พืชอาหารสัตว์ 15,533 ไร่ และพื้นที่ทุ่งหญ้าสาธารณะ 150,550 ไร่

ตารางที่ 3.13-19: จำนวนโคเนื้อ เกษตรกร และโรงฆ่าสัตว์ ปี 2557-2559 ของจังหวัดชัยภูมิ

โคเนื้อ	ปี พ.ศ.		
	2557	2558	2559
จำนวนโคเนื้อที่เลี้ยง (ตัว)	70,631	69,038	68,452
จำนวนเกษตรกรที่เลี้ยง (ราย)	9,841	10,184	9,243
จำนวนโรงฆ่าสัตว์ (แห่ง)			กลาง 2 โรง เล็ก 26 โรง*

ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ* ข้อมูล ปี 2555

ตารางที่ 3.13-20: เปรียบเทียบพื้นที่ปลูกหญ้า อาหารสัตว์ และ พื้นที่ทุ่งหญ้าในกลุ่มจังหวัด

จังหวัด	พื้นที่ปลูกหญ้า / พืชอาหารสัตว์ (ไร่)	พื้นที่ทุ่งหญ้า สาธารณะ (ไร่)
นครราชสีมา	71,346.5	205,718.8
บุรีรัมย์	6,704.8	235,752.0
ชัยภูมิ	**15,533.0**	**150,550.5**
สุรินทร์	3,246.8	14,163.0

ที่มา : กรมปศุสัตว์ ปี 2558

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success

Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.13-7: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โควากิว ของจังหวัดชัยภูมิ



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-21: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1, 1.2	โครงการวิจัยและพัฒนาระบบการผลิตโคพื้นเมืองไทยเพื่อการผลิตเนื้ออย่างยั่งยืน	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมปศุสัตว์	เพิ่มการผลิตโคเนื้อในระบบเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโคเนื้อระดับล่าง และพัฒนาสู่ตลาดระดับกลาง
	โครงการวิจัยและพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ พัฒนาชนิดอาหารและรูปแบบการให้อาหารที่เหมาะสมในระยะต่างๆ ทดสอบระบบการผลิตและการตลาดโคพื้นเมืองไทย	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมปศุสัตว์	ให้เกษตรกร/ผู้เลี้ยงมีความเชื่อมั่นในระบบการผลิต มีแรงจูงใจ หวงแหนการอนุรักษ์และพัฒนาโคพื้นเมือง
2.1/2.2/2.5/ 2.6/2.7	โครงการปรับเปลี่ยนพื้นนาที่ไม่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ	ลดพื้นที่ปลูกข้าวในพื้นที่ไม่เหมาะสม ปรับเปลี่ยนเป็นกิจกรรมส่งเสริมอาชีพด้านปศุสัตว์ (กระบือ โคเนื้อ แพะ) และปลูกพืชอาหารสัตว์ (นาหญ้า) ให้มีความยั่งยืน รวมทั้งพัฒนาการผลิตสัตว์ทั้งระบบแบบครบวงจร
3.1 – 3.3	โครงการโคเนื้อสร้างอาชีพ	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ	ปรับเปลี่ยนพื้นที่ปลูกข้าว เป็นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์เลี้ยงโคเนื้อ ซึ่งตลาดในและต่างประเทศมีความต้องการมาก มีความคุ้มค่าต้องการลงทุนของเกษตรกร
4.1 – 4.6	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมสารกลุ่มเบต้าอะโกนิสต์ในฟาร์มเลี้ยงสัตว์และโรงฆ่าสัตว์	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ	ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของโคเนื้อ
5.1 -5.5	โครงการปรับปรุงและพัฒนาโครงข่ายคมนาคม	ทางหลวงชนบท แขวงการทางหลวง	พัฒนาประสิทธิภาพการขนส่ง ลดอัตราสูญเสียระหว่างขนส่ง
6.1 -6.3	โครงการพัฒนากลุ่มผู้เลี้ยงโคเนื้อในเครือข่ายผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดชัยภูมิ	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ	ติดตามสถานการณ์การผลิต การตลาดโคเนื้อ โคขุน และการพัฒนากลุ่มผู้เลี้ยงโคเนื้อ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-22: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.4 การวิจัยอาหารสำหรับเลี้ยงโควากิว 1.5 การวิจัยโรงเรือนระบบปิดสำหรับการเลี้ยงโคเนื้อวากิว (Smart Housing) 1.6 การวิจัยกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างต่อเนื่อง
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม)	2.3 การจัดหาอุปกรณ์ในการจัดเก็บน้ำเชื้อเพื่อรองรับการผลิตโคที่เพิ่มขึ้น 2.4 การส่งเสริมการผลิตพืชอาหารสัตว์เพื่อจำหน่าย และเพื่อเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม 2.8 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้บุคลากรและเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ 2.9 การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึก 2.10 สร้างศูนย์การเรียนรู้การเลี้ยงโคเนื้อวากิวแบบครบวงจร 2.1 แหล่งเงินกู้สำหรับการลงทุน ดอกเบี้ยต่ำ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การพัฒนาโรงฆ่า 4.5 การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูป (GMP / HACCP) 4.7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้หลากหลาย 4.11 การตรวจโรคก่อนชำแหละ ตรวจซากหลังชำแหละ เพื่อประทับตราเป็น Food Safety ปลอดยาปฏิชีวนะ ยาถ่ายพยาธิ สารเร่งเนื้อแดง ปลอดโรคติดต่อจากวัวถึงคน
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า 5.2 การส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น 5.6 การจัด Zoning ให้เหมาะสมต่อการผลิต เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

แผนภาพที่ 3.13-8: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โควากิวของจังหวัดชัยภูมิ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดชัยภูมิ

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.13-23: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4	- โครงการวิจัยอาหารโคเนื้อโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น	- อาหารสัตว์ที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการผลิต โคเนื้อ และสร้างผลกำไรให้แก่เกษตรกร จึงจำเป็นต้องศึกษาสูตรอาหารที่เป็นประโยชน์ และใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ เพื่อลดต้นทุนการผลิต	มหาวิทยาลัยในพื้นที่
1.5	- โครงการวิจัยโรงเรือนระบบปิดเลี้ยงโคขุน	- โรงเรือนระบบปิดเป็นปัจจัยสำคัญในการเลี้ยงโค โดยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ภายใต้บรรยากาศและอุณหภูมิที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อ ส่งผลให้ได้โคเนื้อ ที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน	มหาวิทยาลัยในพื้นที่
1.6	- โครงการวิจัยกระบวนการผลิตโคเนื้อวากิว	- ปัจจุบันกระบวนการผลิตโคเนื้อยังไม่ได้มาตรฐาน เกษตรกรขาดองค์ความรู้และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตและแปรรูป จึงมีจำเป็นที่ต้องศึกษาวิจัยรูปแบบกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพอย่างครบวงจร	มหาวิทยาลัยในพื้นที่

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.3	- โครงการจัดตั้งศูนย์น้ำเชื้อแช่แข็ง	- การผสมเทียมเป็นวิธีการผลิตและเพิ่มปริมาณโคเนื้อ น้ำเชื้อจึงต้องได้รับการดูแลรักษาและจัดเก็บให้ได้มาตรฐาน	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2.4	- โครงการส่งเสริมการผลิตพืชอาหารเลี้ยงสัตว์	- อาหารสัตว์ที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการผลิต โคเนื้อ และสร้างผลกำไรให้แก่เกษตรกร	สนง.เกษตรจังหวัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2.8	- โครงการฝึกอบรมและพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ	- เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ได้รับการพัฒนาอย่างมืออาชีพ สามารถใช้ความรู้และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตโคเนื้อ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด / มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2.9, 2.10	- โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึกและศูนย์การเรียนรู้การเลี้ยงโควากิวแบบครบวงจร	- ปัจจุบันยังขาดข้อมูลโคเนื้อเชิงลึก เพื่อการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สถิติจังหวัด
		- เพื่อสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคเนื้อและเป็นศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีฯ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด /อปท.
2.11	- โครงการประสานความร่วมมือกับสถาบันการเงิน	- ปัจจุบันการช่วยเหลือแหล่งเงินกู้จากสถาบันการเงินยังล่าช้าและไม่เท่าเทียมกัน	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สถาบันการเงิน
4.1	โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานโรงฆ่า	โรงฆ่าสัตว์ที่ได้รับการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานจะสร้างการยอมรับและความเชื่อถือจากผู้บริโภคและผู้ค้า เป็นการสร้างมูลค่าสินค้า	อปท. สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.สาธารณสุขจังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
4.5	โครงการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูปโคเนื้อ (GMP/HACCP)	การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการแปรรูป จะสร้างการยอมรับและความเชื่อถือจากผู้บริโภคและผู้ค้า เป็นการสร้างมูลค่าสินค้า	
4.7	โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อให้หลากหลาย		
4.11	โครงการโคเนื้อ Food Safety		
5.1	โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า	โคเนื้อเป็นสินค้าที่มีการลงทุนทั้งด้านเวลาและค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิตและแปรรูปสูง เนื้อโคที่ชำแหละแล้วจึงต้องได้รับการบรรจุ จัดเก็บ และมีระบบการกระจาย	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด
5.2	โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น		

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.6	โครงการจัด Zoning ให้เหมาะสมต่อการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	ที่ดีอยู่ภายใต้อุณหภูมิที่เหมาะสมเพื่อรักษามูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์โคเนื้อให้นานที่สุด	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด

- รายละเอียดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ : โครงการวิจัยอาหารโคเนื้อโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

ที่มา / หลักการและเหตุผล

การเลี้ยงโคเนื้อ จำเป็นที่จะต้องให้โคได้รับสารอาหารที่จำเป็นและครบถ้วนตามช่วงอายุของโค เพื่อให้โคเจริญเติบโตแข็งแรง มีต้นทุนการเลี้ยงต่ำและคุ้มค่า โดยเฉพาะถ้าสามารถเลือกใช้วัตถุดิบจาก กากเหลือใช้จากพืชผลเกษตรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ก็จะเกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อเกษตรกรในท้องที่จึงจำเป็นต้องมีการวิจัยสูตรอาหารสัตว์ที่เหมาะสม

สรุปแนวคิดโครงการ :

เพื่อการวิจัยสูตรอาหารสำหรับโคเนื้อวากิว ที่มีสารอาหารครบถ้วน และเลือกใช้กากเหลือใช้จากพืชผลเกษตรเป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์ดังกล่าว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ :

- จัดหาข้อมูลกากเหลือใช้จากพืชผลเกษตรที่สามารถนำมาใช้ผลิตอาหารสัตว์และมีปริมาณเพียงพอ
- ทำการวิจัยสูตรอาหารสัตว์ที่เหมาะสม
- ทดลองการใช้อาหารสัตว์ในการเลี้ยงโค
- ประเมินผลการทดลอง
- สรุปสูตรอาหารสัตว์ที่มีความเหมาะสม

กลไกการทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง :

- สถาบันการศึกษาในพื้นที่
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ
- กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อวากิว

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ

ผลลัพธ์ : โคเนื้อวากิวมีการเจริญเติบโตดี มีต้นทุนการเลี้ยงต่ำและคุ้มค่า

ผลผลิต : ได้สูตรอาหารสัตว์ที่เหมาะสมกับการเลี้ยงโคเนื้อวากิว

ตัวชี้วัดโครงการ : ประสิทธิภาพของการเลี้ยงโคเนื้อสูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ยทั่วไป

ชื่อโครงการ : โครงการวิจัยอาหารโคเนื้อโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

ที่มา / หลักการและเหตุผล

การเลี้ยงโคเนื้อด้วยวิธีการที่ทันสมัย ถูกหลักวิชาการและได้มาตรฐาน GAP ปัจจัยสำคัญอยู่ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงต้องมีความรู้ ความเข้าใจในวิธีการเลี้ยง การดูแลที่ดี และสามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดได้ จึงจำเป็นต้องฝึกอบรมให้มีความรู้และมีศักยภาพในการเลี้ยงตามเกณฑ์มาตรฐานได้ รวมทั้งสร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ เพื่อเป็นแหล่งแลกเปลี่ยน เรียนรู้ซึ่งกันละกันในระยะยาว

สรุปแนวคิดโครงการ :

เพื่อพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อให้มีความรู้ ความสามารถในการเลี้ยงโคอย่างมีประสิทธิผล และเป็นไปตามมาตรฐานที่ตลาดยอมรับ และสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ :

- จัดทำหลักสูตรการพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ให้เป็น Smart Farmer
- จัดฝึกอบรมเกษตรกร ทั้งความรู้และหลักการปฏิบัติ ครอบคลุมการเลี้ยงอย่างครบวงจร
- จัดตั้งเครือข่ายเกษตรกรเพื่อเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทั้งองค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ความร่วมมือด้านต่างๆ
- ประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อให้มีการทำงานอย่างต่อเนื่อง

กลไกการทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง :

- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด
- สำนักงานเกษตรจังหวัด
- สถาบันการศึกษา
- กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ

ผลลัพธ์ : เกษตรกรมีความรู้ความสามารถในการเลี้ยงโคเนื้อด้วยวิธีสมัยใหม่

ผลผลิต : เกษตรกรโคเนื้อได้รับการพัฒนาและเกิดเครือข่ายเกษตรกร

ตัวชี้วัดโครงการ :

- จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อวากิวที่ได้รับการอบรม
- เครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อวากิวที่จัดตั้งและมีการดำเนินงาน

ชื่อโครงการ : โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานโรงฆ่า

ที่มา / หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันจังหวัดชัยภูมิมีโรงฆ่าสัตว์ขนาดกลาง 2 โรง ขนาดเล็ก 26 โรง โรงฆ่าสัตว์ที่มีทั้งหมด ยังไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐานสากล ทำให้เนื้อโคที่ผลิตได้จำหน่ายได้ในตลาดท้องถิ่น ยังไม่ได้รับการยอมรับจากตลาดระดับบน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องยกระดับคุณภาพของโรงฆ่าสัตว์บางแห่ง หรือจัดตั้งขึ้นใหม่ ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานสากล เพื่อรองรับการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อวากิวในจังหวัดให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย

สรุปแนวคิดโครงการ :

เพื่อพัฒนาโรงฆ่าสัตว์ที่มีอยู่ หรือจัดตั้งขึ้นใหม่ ให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานสากล รองรับโครงการพัฒนาโคเนื้อวากิวของจังหวัด และยกระดับรายได้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อวากิว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ :

- สำรวจโรงฆ่าสัตว์ที่มี เพื่อคัดเลือกโรงที่มีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่มาตรฐานสากล
- ดำเนินการพัฒนาคุณภาพโรงฆ่าให้ได้มาตรฐานสากล
- กรณีที่ไม่มีโรงฆ่าเดิมผ่านการคัดเลือก ให้ดำเนินโครงการจัดตั้งโรงฆ่าใหม่ที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน
- ประเมินผลการพัฒนา
- เชื่อมโยงเกษตรกรผู้เลี้ยง / กลุ่มเกษตรกรถึงโรงฆ่า

กลไกการทำงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง :

- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด
- กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ
- ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด

ผลลัพธ์ : ผลิตภัณฑ์เนื้อโควากิวมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดระดับบน

ผลผลิต : มีโรงฆ่าสัตว์ที่มีมาตรฐานตามมาตรฐานสากล

ตัวชี้วัดโครงการ : จำนวนโรงฆ่าสัตว์ที่ได้รับการพัฒนา

3.3.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดบุรีรัมย์

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดบุรีรัมย์ ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

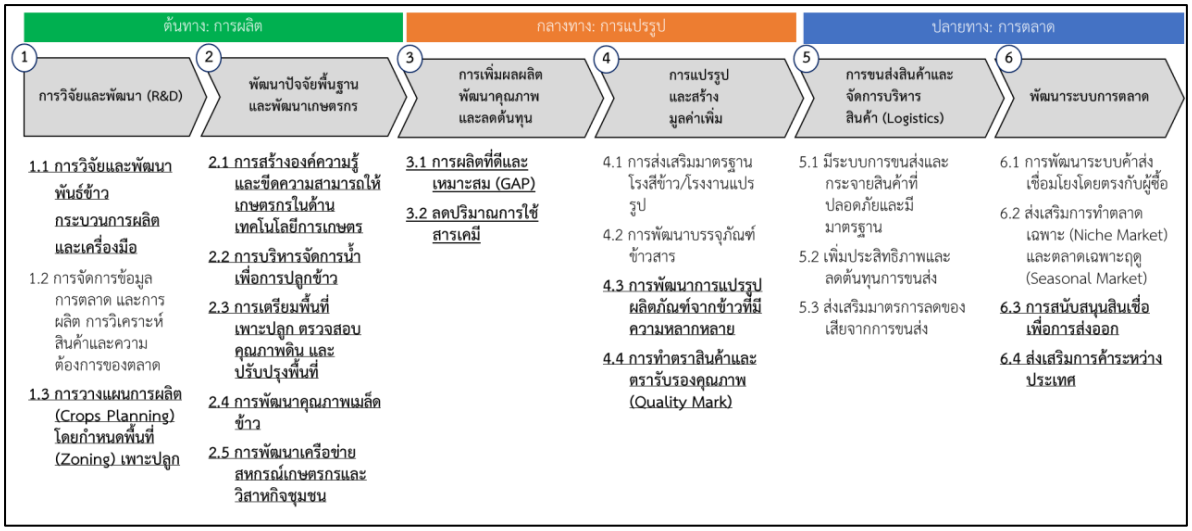
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าว	- มีแหล่งปลูกข้าวจำนวนมาก - มีกลุ่มชุดดินที่มีความเหมาะสมในการทำนา
โคเนื้อ	- มีพันธุ์โคพื้นเมืองลูกผสม/ - มีแนวโน้มความต้องการบริโภคโคเนื้อคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้น

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1 : ข้าว

ภายใต้ประเด็นข้าว ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้า และบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดบุรีรัมย์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.2 การจัดการข้อมูลการตลาด และการผลิต การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด
4. แปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐานโรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร
5. การขนส่งสินค้า และบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	5.1 มีระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน 5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง 5.3 ส่งเสริมมาตรการลดของเสียจากการขนส่ง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่งเชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) และตลาดเฉพาะฤดู (Seasonal Market)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

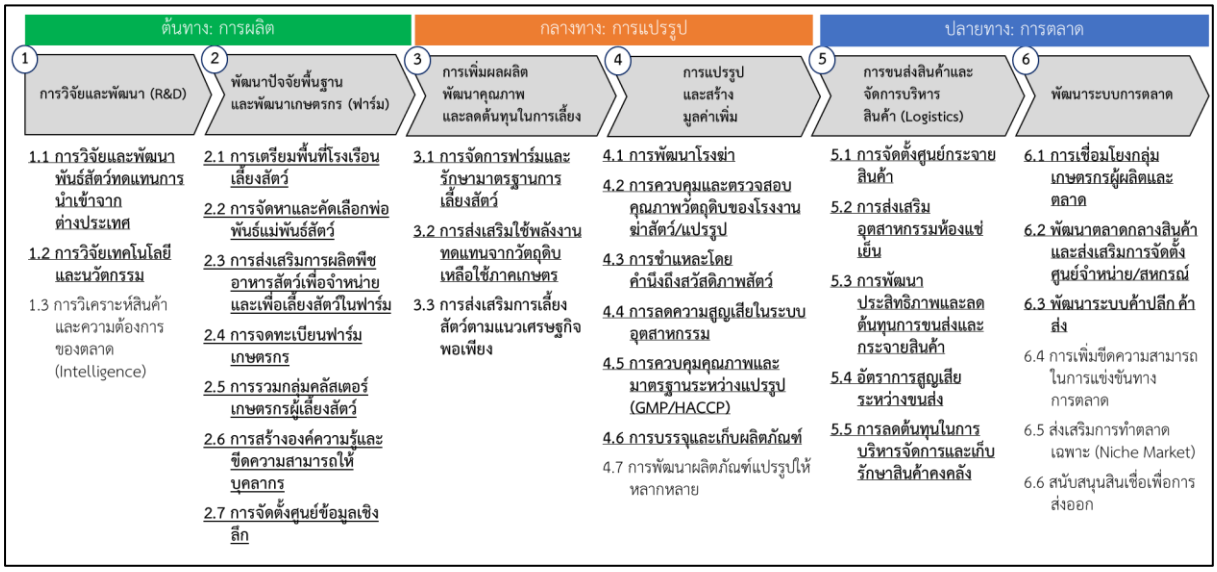
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[8]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.2	โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าวแบบครบวงจร	เพื่อให้มีฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนการผลิตและส่งเสริมการตลาด	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ สถาบันการศึกษา
4.1, 4.2	โครงการพัฒนาและยกระดับโรงสีข้าวชุมชนให้มีคุณภาพสูงขึ้น	เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์
5.1, 5.2, 5.3	โครงการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าเกษตร	เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าเกษตร	ทางหลวงชนบท แขวงการทางหลวง
6.1, 6.2	โครงการเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภคเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด	เพิ่มช่องทางการตลาด	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์

[8] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2 : โคเนื้อ

ภายใต้ประเด็นโคเนื้อ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม) 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง 4) การแปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้า และบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด (Intelligence)
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง	3.3 การส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
4. แปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้หลากหลาย
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 6.5 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) 6.6 สนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งออก

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[9]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.3	โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดโคเนื้อแบบครบวงจร	เพื่อให้มีฐานข้อมูลใช้สำหรับการวางแผนการเลี้ยง และส่งเสริมเรื่องการตลาด	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3.3	โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อแบบเศรษฐกิจพอเพียง	เพื่อเพิ่มรายได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์
4.7	โครงการส่งเสริมการแปรรูปเนื้อโคให้มีมูลค่าเพิ่ม	เพื่อเพิ่มมูลค่าของเนื้อโคในจังหวัดบุรีรัมย์	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์
6.4, 6.5, 6.6	โครงการเพิ่มช่องทางการตลาดโคเนื้อทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด	เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดโคเนื้อ	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์

[9] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดบุรีรัมย์

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1 : ข้าว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีแหล่งปลูกข้าวจำนวนมาก
- มีกลุ่มชุดดินที่มีความเหมาะสมในการทำนา

ตารางที่ 3.13-24: ข้อมูลพื้นที่เพาะปลูกข้าวเปลือกทุกชนิด (ยกเว้นข้าวหอมมะลิ) และผลผลิต จำแนกรายปี

ข้าวทั่วไป	ปี พ.ศ.		
	2556	2557	2558
พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	315,925	306,709	256,292
ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)	414	386	391
ผลผลิต (ตัน)	130,792	123,236	100,245
ราคาเฉลี่ย/ตัน (บาท)	14,000	8000,	9,000
มูลค่ารวม (ล้านบาท)	1,831	985	902
จำนวนเกษตรกร (ราย)	16,628	16,258	10,550

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์

ตารางที่ 3.13-25: ข้อมูลพื้นที่เพาะปลูกข้าวหอมมะลิและผลผลิต จำแนกรายปี

ข้าวหอมมะลิ	ปี พ .ศ.		
	2556	2557	2558
พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	2,857,212	2,749,715	2,656,120
ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)	412	385	390
ผลผลิต (ตัน)	1,177,171	1,099,885	1,035,887
ราคาเฉลี่ย/ตัน (บาท)	18,000	12000,	10,000
มูลค่ารวม (ล้านบาท)	21,189	13,198	10,359
จำนวนเกษตรกร (ราย)	158,071	146,320	161,904

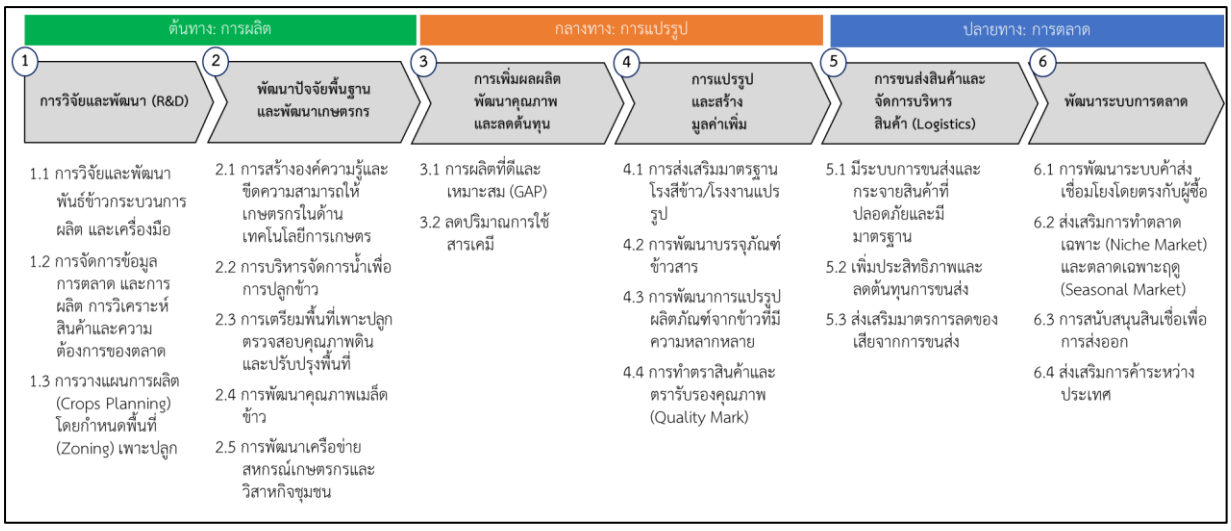
ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.13-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดบุรีรัมย์



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-26: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[10]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	โครงการจัดตั้งศูนย์พันธุ์ข้าวบุรีรัมย์	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์	ส่งเสริมให้ชาวนาได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเมล็ดพันธุ์ดี ได้ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดีอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ตามโครงการขยายศักยภาพการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว ตามนโยบายของคณะรัฐบาล
	โครงการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการทำข้าวจังหวัดบุรีรัมย์	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์	รวบรวมองค์ความรู้ วิจัย วิเคราะห์ พัฒนาพันธุ์ข้าว เพื่อเผยแพร่ให้เกษตรกรผู้เพาะปลูกข้าว วิธีการปลูกที่หลีกเลี่ยงสารเคมี ขั้นตอนการผลิต วิธีเก็บรักษาผลผลิต และ การรักษาสภาพแวดล้อม
1.3, 2.2	โครงการสนับสนุนการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตตามแผนที่ Agri-Map จ.บุรีรัมย์	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์	จัดทำแผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก โดยบูรณาการข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตรจากทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และ จ.บุรีรัมย์ สำหรับใช้เป็นเครื่องมือบริหารจัดการการเกษตรไทย

[10] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			อย่างมีประสิทธิภาพครอบคลุม ทุกพื้นที่ มีการปรับข้อมูลให้ทันสมัย และพัฒนาเพิ่มความสะดวกการใช้งาน ให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลโดยง่าย พร้อมกับสามารถติดตามข้อมูลความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง
	โครงการปรับปรุงพื้นที่เกษตรทฤษฎีใหม่-เกษตรทางเลือก	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์	สนับสนุนให้เกษตรกรทำการเกษตรที่เหมาะสมต่อพื้นที่ เพื่อลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตที่ตรงตามความต้องการของตลาดทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ
2.1	โครงการศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร	สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์	เพื่อให้เกษตรกรได้ฝึกอบรมเรียนรู้ ฝึกวิธีคิดการพัฒนาตนเองและสามารถปรับตัวอยู่ร่วมบริบทสังคม เศรษฐกิจ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งเป็นการวางรากฐานการพัฒนาการเกษตรในระยะยาว
2.2	โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตร	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - กรมชลประทาน	จัดหาแหล่งน้ำและเพิ่มพื้นที่ชลประทาน และพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร
2.3	โครงการศูนย์จัดการดินปุ๋ยชุมชน	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - กรมชลประทาน	ขับเคลื่อนขยายผลการใช้ปุ๋ยเพื่อลดต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2.4, 3.1, 3.2	โครงการหมุนเวียนเปลี่ยนพันธุ์ข้าว สู่แปลงนาคุณภาพ-แปลงนาเงิน	สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์	ให้เมล็ดพันธุ์ข้าวขาวดอกมะลิ 105 (ข้าวเจ้าใหญ่) ให้ผลผลิตงอกงามบนแปลงนาคุณภาพ และให้ราคารับซื้อข้าวเปลือกที่ดี เพื่อให้ผลผลิตข้าวที่ออกมามีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ
2.5, 3.1, 3.2	โครงการเกษตรแปลงใหญ่	สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์	การทำเกษตรอย่างปราณีต การทำการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้เทคโนโลยีทำการเกษตร การลดต้นทุน-เพิ่มผลิต การบริการจัดการที่ดี รวมถึงการทำการตลาดอย่าง

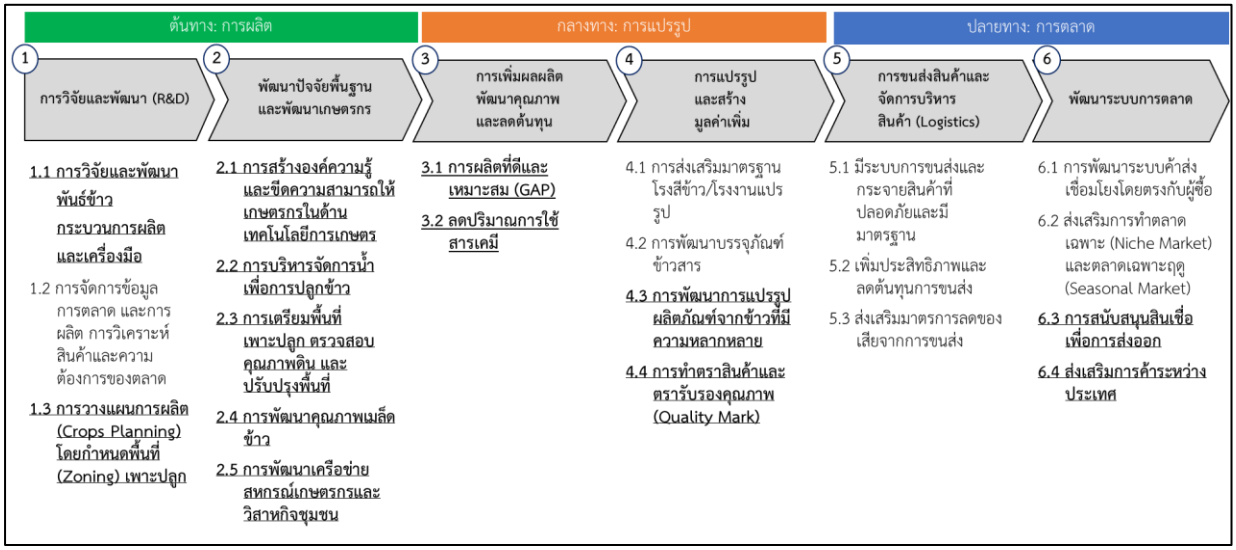
ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			ครอบคลุมอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน ภายใต้การสนับสนุนและบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคีต่างๆ
4.3	โครงการแปรรูปข้าวอินทรีย์เพื่อชาวบ้านอีสาน	สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์	เพิ่มมูลค่าโดยใช้วัตถุดิบจากผลผลิตเกษตรอินทรีย์ของสมาชิกเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน โดย เน้นการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในกลุ่มสินค้าอุปโภค บริโภคในชีวิตประจำวัน
4.4	โครงการบุรีรัมย์แบรนด์	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์	ส่งเสริมการสร้างสัญลักษณ์หรือตราสินค้าหรือบุรีรัมย์แบรนด์ในจังหวัด ให้เป็นหนึ่งเดียวเป็นตัวแทนของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความแตกต่างและโดดเด่นจากสินค้าและผลิตภัณฑ์กว่าจังหวัดอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภค กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถรับรู้จดจำตราบุรีรัมย์ได้ง่ายขึ้น
6.3, 6.4	โครงการประชารัฐร่วมใจส่งเสริมการผลิตการตลาดข้าวหอมมะลิครบวงจร	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์	สนับสนุนการผลิต แปรรูปและจำหน่ายข้าวสารคุณภาพดีครบวงจร เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าข้าวหอมมะลิ ลดต้นทุนการจำหน่ายและเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มเกษตรกร

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-27: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.2 การจัดการข้อมูลการตลาด และการผลิต การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด
4. การแปรรูป และสร้างมูลคาเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 มีระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน 5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง 5.3 ส่งเสริมมาตรการลดของเสียจากการขนส่ง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) และตลาดเฉพาะฤดู (Seasonal Market)

แผนภาพที่ 3.13-10: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดบุรีรัมย์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดบุรีรัมย์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.13-28: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.2	โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าวแบบครบวงจร	เพื่อให้มีฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนการผลิตและส่งเสริมการตลาด	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ สถาบันการศึกษา
4.1, 4.2	โครงการพัฒนาและยกระดับโรงสีข้าวชุมชนให้มีคุณภาพสูงขึ้น	เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์
5.1, 5.2, 5.3	โครงการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าเกษตร	เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าเกษตร	ทางหลวงชนบท แขวงการทางหลวง
6.1, 6.2	โครงการเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภคเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด	เพิ่มช่องทางการตลาดในพื้นที่จังหวัด	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์

[11] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ : โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าวแบบครบวงจร
ที่มา / หลักการและเหตุผล : เนื่องจากไม่มีฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าว
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อให้มีฐานข้อมูลใช้สำหรับการวางแผนการผลิต และส่งเสริมเรื่องการตลาด
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. จัดจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลทางการเกษตร โดยเฉพาะข้าว เก็บข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าว 2. มีการทำฐานข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์และบริการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทันสมัย เข้าถึงง่าย 3. เผยแพร่ฐานข้อมูลให้แพร่หลาย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตและการตลาดข้าวแบบครบวงจร
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ 2. สถาบันการศึกษา
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์
ผลลัพธ์ : มีระบบฐานข้อมูลที่มีคุณภาพ ถูกต้อง ทันสมัย ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน
ผลผลิต : ฐานข้อมูลการผลิต และการตลาดข้าว
ตัวชี้วัดของโครงการ : ช่องทางการเผยแพร่อย่างน้อย 5 ช่องทาง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลทางการเกษตร โดยเฉพาะข้าว เก็บข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าว	1 พ.ย. 60 – 31 มี.ค. 61	20,000,000		สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์	
2. มีการทำฐานข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์และบริการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทันสมัย เข้าถึงง่าย					
3. เผยแพร่ฐานข้อมูลให้แพร่หลาย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตและการตลาดข้าวแบบครบวงจร					

ชื่อโครงการ : โครงการพัฒนาและยกระดับโรงสีข้าวชุมชนให้มีคุณภาพสูงขึ้น
ที่มา / หลักการและเหตุผล : ปัจจุบันโรงสีข้าวชุมชนส่วนใหญ่ มีกระบวนการสีข้าวยังมีการสูญเสียแตกหัก เมล็ดข้าวไม่สวย ไม่มีคุณภาพ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้คุณภาพ ทำให้จำหน่ายไม่ได้ราคา ดังนั้น ควรเข้าไปพัฒนาโรงสีข้าวชุมชนให้มีคุณภาพในการผลิตเพิ่มขึ้น และมีบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อพัฒนาโรงสีข้าวชุมนให้มีคุณภาพในการผลิตเพิ่มขึ้น รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. พัฒนาโรงสีข้าวชุมชนให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น 2. พัฒนาบรรจุภัณฑ์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์
ผลลัพธ์ : 1. จำนวนโรงสีข้าวชุมชนได้รับการพัฒนา 2. จำนวนโรงสีข้าวชุมชนได้รับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
ผลผลิต : จำนวนโรงสีข้าวชุมชนที่เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนา
ตัวชี้วัดของโครงการ : โรงสีข้าวชุมชนสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตได้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. สำรวจและคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย (5 โรงสี/ปี)	1 เดือน	1,550,000		สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์	
2. ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง	1-2 เดือน				
3. ระยะเวลาในการดำเนินการ - พัฒนาโรงสีข้าวให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น - พัฒนาบรรจุภัณฑ์	180 วัน 60 วัน				

ชื่อโครงการ : โครงการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าเกษตร
ที่มา / หลักการและเหตุผล : สภาพถนนสายย่อยที่อยู่ในความรับผิดชอบของท้องถิ่น ขาดการดูแลบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีสภาพชำรุด ส่งผลให้การขนส่งสินค้าเกษตร (ข้าว) มีต้นทุนที่สูงขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าเกษตร (ข้าว)
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ก่อสร้าง/ปรับปรุงถนน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แขวงทางหลวงชนบท
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : แขวงทางหลวงชนบท
ผลลัพธ์ : ถนนที่ได้มาตรฐาน สะดวก ปลอดภัยในการขนส่ง
ผลผลิต : ลดต้นด้านการขนส่งสินค้าเกษตร (ข้าว)
ตัวชี้วัดของโครงการ : ถนนที่ได้รับการก่อสร้างและปรับปรุง จำนวน ... กิโลเมตร

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ก่อสร้าง/ปรับปรุงถนนในโครงข่ายขนส่งสินค้าเกษตร (ข้าว)				แขวงทางหลวงชนบท	

ชื่อโครงการ : โครงการเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภคเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด
ที่มา / หลักการและเหตุผล : จังหวัดบุรีรัมย์มีผลผลิตข้าวส่วนเกิน ทำให้ต้องมีการเชื่อมโยงเครือข่ายตลาดไปยังจังหวัด และภูมิภาคอื่น
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายตลาดไปยังจังหวัด และภูมิภาคอื่น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ จัดงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวและเจรจาการค้าในภูมิภาคอื่น
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์
ผลลัพธ์ : ข้าวของกลุ่มเกษตรกร เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย
ผลผลิต : กลุ่มเกษตรกรมีรายได้จากการจำหน่ายข้าวเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ : มูลค่าการซื้อขายและการเจรจาการค้า 5 ล้านบาท

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวและเจรจาการค้าในภูมิภาคอื่น	เมษายน - กันยายน 2561	5,000,000		สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2 : โคเนื้อ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีพันธุ์โคพื้นเมือง/ลูกผสม
- มีแนวโน้มความต้องการบริโภคโคเนื้อคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 3.13-29: ข้อมูลการเลี้ยงโคเนื้อ จำแนกรายปี

โคเนื้อ	ปี พ.ศ.		
	2557	2558	2559
จำนวนโคเนื้อที่เลี้ยง (ตัว)	153,461	173,320	159,190
จำนวนเกษตรกรที่เลี้ยง(ราย)	34,522	36,189	34,337
ราคาเฉลี่ยเนื้อชำแหละแล้ว(บาท/กก.)	280	300	290
ราคาเฉลี่ย (บาท/ตัว)	25,000	30,000	32,000
มูลค่ารวม (เฉลี่ย/ตัว x จำนวนโค)	3,836,525,000	5,199,600,000	5,094,080,000
จำนวนโรงฆ่าสัตว์ (แห่ง)	1	1	1

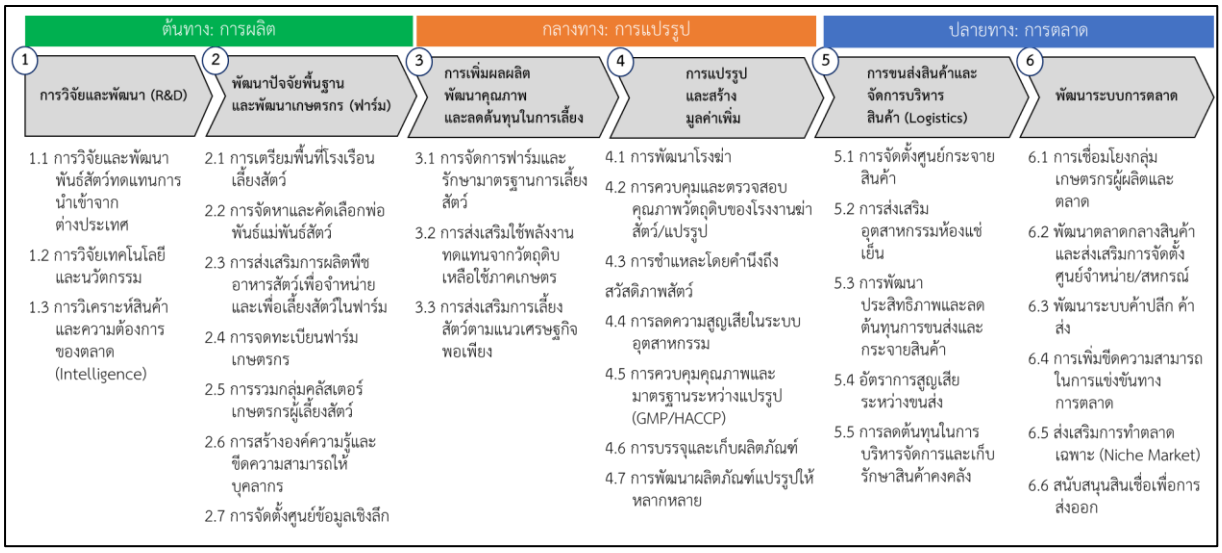
ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.13-11: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดบุรีรัมย์



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-30: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[12]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1, 1.2	โครงการวิจัยและพัฒนาระบบการผลิตโคพื้นเมืองไทย เพื่อการผลิตเนื้ออย่างยั่งยืน	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมปศุสัตว์	เพิ่มการผลิตโคเนื้อในระบบเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโคเนื้อระดับล่าง และพัฒนาสู่ตลาดระดับกลาง
	โครงการวิจัยและพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ พัฒนาชนิดอาหารและรูปแบบการให้อาหารที่เหมาะสมในระยะต่างๆ ทดสอบระบบการผลิตและการตลาดโคพื้นเมืองไทย	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมปศุสัตว์	ให้เกษตรกร/ผู้เลี้ยงมีความเชื่อมั่นในระบบการผลิต มีแรงจูงใจ หวงแหนการอนุรักษ์และพัฒนาโคพื้นเมือง
2.1 – 2.7	โครงการปรับเปลี่ยนพื้นนาที่ไม่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์	ลดพื้นที่ปลูกข้าวในพื้นที่ไม่เหมาะสม ปรับเปลี่ยนเป็นกิจกรรมส่งเสริมอาชีพด้านปศุสัตว์ (กระบือ โคเนื้อ แพะ) และปลูกพืชอาหารสัตว์ (นาหญ้า) ให้มีความยั่งยืน รวมทั้งพัฒนาการผลิตสัตว์ทั้งระบบแบบครบวงจร
3.1 – 3.3	โครงการโคเนื้อสร้างอาชีพ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์	ปรับเปลี่ยนพื้นที่ปลูกข้าว เป็นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์เลี้ยงโคเนื้อ ซึ่งตลาดในและต่างประเทศมีความต้องการมาก มีความคุ้มค่าต้องการลงทุนของเกษตรกร
4.1 – 4.6	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมสารกลุ่มเบต้าอะโกนิสต์ในฟาร์มเลี้ยงสัตว์และโรงฆ่าสัตว์	สนง.ปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์	ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของโคเนื้อ
5.1 – 5.5	โครงการปรับปรุงและพัฒนาโครงข่ายคมนาคม	ทางหลวงชนบท แขวงการทางหลวง	พัฒนาประสิทธิภาพการขนส่ง ลดอัตราสูญเสียระหว่างขนส่ง

[12] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

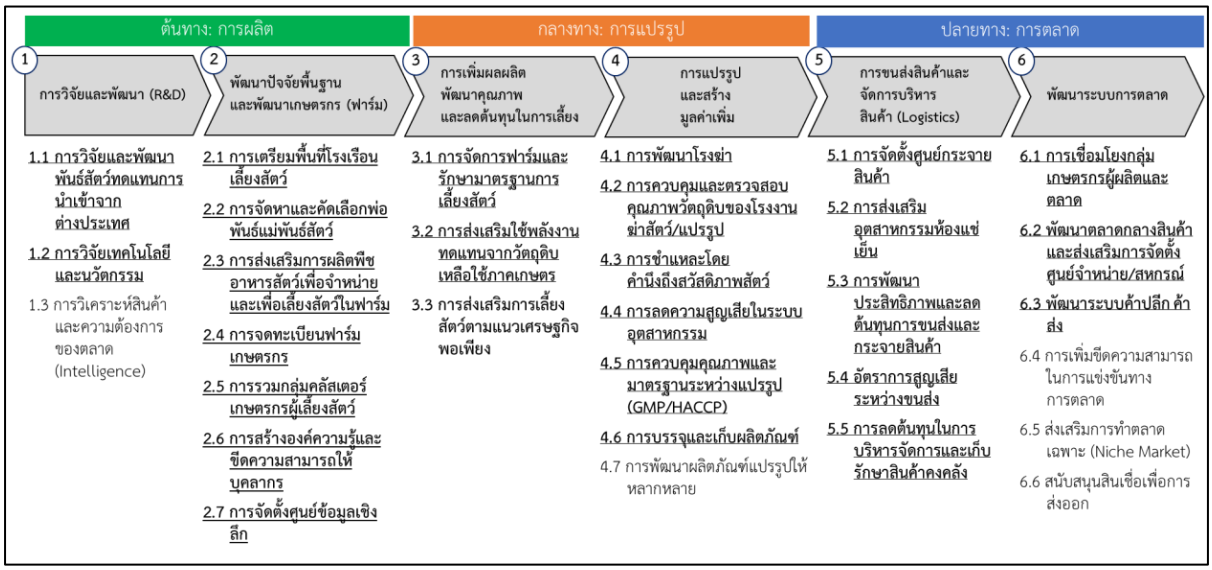
ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.1 – 6.3	โครงการพัฒนากลุ่มผู้เลี้ยงโคเนื้อในเครือข่ายผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดบุรีรัมย์	สนง.ปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์	ติดตามสถานการณ์การผลิต การตลาดโคเนื้อโคขุน และการพัฒนากลุ่มผู้เลี้ยงโคเนื้อ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-31: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด(Intelligence)
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง	3.3 การส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้หลากหลาย
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 6.5 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) 6.6 สนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งออก

แผนภาพที่ 3.13-12: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อของจังหวัดบุรีรัมย์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดบุรีรัมย์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.13-32: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[13]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3	โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดโคเนื้อแบบครบวงจร	เพื่อให้มีฐานข้อมูลใช้สำหรับการวางแผนการเลี้ยง และส่งเสริมเรื่องการตลาด	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3.3	โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อแบบเศรษฐกิจพอเพียง	เพื่อเพิ่มรายได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์
4.7	โครงการส่งเสริมการแปรรูปเนื้อโคให้มีมูลค่าเพิ่ม	เพื่อเพิ่มมูลค่าของเนื้อโคในจังหวัดบุรีรัมย์	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์
6.4, 6.5, 6.6	โครงการเพิ่มช่องทางการตลาดโคเนื้อทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด	เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดโคเนื้อ	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

[13] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ : โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดโคเนื้อแบบครบวงจร
ที่มา / หลักการและเหตุผล : เนื่องจากไม่มีฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดโคเนื้อ
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อให้มีฐานข้อมูลใช้สำหรับการวางแผนการผลิต และส่งเสริมเรื่องการตลาด
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. จัดจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลทางการเกษตร โดยเฉพาะโคเนื้อ เก็บข้อมูลการผลิตและการตลาดโคเนื้อ 2. มีการทำฐานข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์และบริการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทันสมัย เข้าถึงง่าย 3. เผยแพร่ฐานข้อมูลให้แพร่หลาย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตและการตลาดข้าวแบบครบวงจร
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ 2. สถาบันการศึกษา
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์
ผลลัพธ์ : มีระบบฐานข้อมูลที่มีคุณภาพ ถูกต้อง ทันสมัย ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน
ผลผลิต : ฐานข้อมูลการผลิต และการตลาดโคเนื้อ
ตัวชี้วัดของโครงการ : ช่องทางการเผยแพร่อย่างน้อย 5 ช่องทาง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลทางการเกษตร โดยเฉพาะโคเนื้อ เก็บข้อมูลการผลิตและการตลาดโคเนื้อ	1 พ.ย. 60 – 31 มี.ค. 61	20,000,000		สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
2. มีการทำฐานข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์และบริการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทันสมัย เข้าถึงง่าย					
3. เผยแพร่ฐานข้อมูลให้แพร่หลาย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตและการตลาดข้าวแบบครบวงจร					

ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อแบบเศรษฐกิจพอเพียง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เนื่องจากเกษตรกรยังขาดปัจจัยการผลิตอีกหลายประการซึ่งมีราคาสูง จึงเห็นควรสนับสนุนปัจจัยการผลิตเพิ่มเติม เช่น น้ำเชื้อโคเนื้อพันธุ์ดี ถังเก็บน้ำเชื้อโค เวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ การเสริมสร้างองค์ความรู้การจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนการผลิต การตลาด ซึ่งจะเป็นการเพิ่มศักยภาพการผลิตโคเนื้อของเครือข่ายผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสร้างรายได้และแก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรตามนโยบายของรัฐบาล
สรุปแนวคิดโครงการ : เพื่อเพิ่มรายได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. กิจกรรมถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกร 2. กิจกรรมสนับสนุนปัจจัยการผลิต 3. กิจกรรมติดตามและให้บริการ (ผสมเทียม และดูแลด้านสุขภาพสัตว์)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์
ผลลัพธ์ : เกษตรกรที่ร่วมโครงการทั้ง 26 กลุ่ม (23อำเภอ) กลุ่มละ 30 รายรวม 780 ราย จะสามารถพัฒนาอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้มั่นคง และยั่งยืน ซึ่งเป็นเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน
ผลผลิต : สมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้รับการเพิ่มศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิต ในด้านพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์ สุขภาพสัตว์ และการปรับระบบการเลี้ยงแบบประณีต (Intensive Farm)
ตัวชี้วัดของโครงการ : กลุ่มเกษตรกรผู้ร่วมโครงการ ผ่านการฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลี้ยงโคเนื้อตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและได้รับการสนับสนุนแม่พันธุ์รายละ 1 ตัว 100%

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. กิจกรรมถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกร	ตุลาคม-พฤศจิกายน 2560	34,000,000		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์	
2. กิจกรรมสนับสนุนปัจจัยการผลิต	พฤศจิกายน-ธันวาคม 2560				
3. กิจกรรมติดตามและให้บริการ (ผสมเทียมและดูแลด้านสุขภาพสัตว์)	ตุลาคม 2560 - กันยายน 2561				

ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการแปรรูปเนื้อโคให้มีมูลค่าเพิ่ม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เนื้อโคร้อยละ 80 บริโภคโดยปรุงเป็นอาหารรับประทาน ซึ่งอีกร้อยละ 20 จะนำมาทำการแปรรูป นับเป็นโอกาสที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อเพิ่มมูลค่าของเนื้อโคในจังหวัดบุรีรัมย์
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. การอบรมเกษตรกรด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการแปรรูปเนื้อโคเพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 2. การสนับสนุนปัจจัยการผลิตในการแปรรูปเนื้อโคเพ่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กลุ่มเกษตรกรดำเนินการแปรรูป 3. ติดตาม ให้คำปรึกษาการทำการตลาดและตรวจประเมินสถานที่ผลิตและสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อโค
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์ 2. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์
ผลลัพธ์ : เกษตรกรที่ร่วมโครงการทั้ง 23 กลุ่ม (23อำเภอ) กลุ่มละ10 รายรวม 230 ราย จะสามารถพัฒนาอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้มั่นคง และยั่งยืน ซึ่งเป็นเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน
ผลผลิต : สมาชิกในกลุ่มรู้จักการแปรรูปเพื่อการถนอมอาหารได้ไว้บริโภคในครัวเรือนและจำหน่ายได้และรู้ใช้เวลาว่างจากการทำงานประจำทำเป็นรายได้เสริม และมีร้านค้ารับจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อโคที่แปรรูปอย่างน้อยกลุ่มละ 1 แห่ง
ตัวชี้วัดของโครงการ : กลุ่มเกษตรกรผู้ร่วมโครงการผ่านการฝึกอบรม และนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปเพิ่มประสิทธิภาพการแปรรูปเนื้อโคของกลุ่มไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และมีผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 3 ชนิด และมีร้านค้ารับจำหน่ายอย่างน้อยกลุ่มละ 1 แห่ง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. การอบรมเกษตรกรด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการแปรรูปเนื้อโคเพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น	ตุลาคม-พฤศจิกายน 2560	3,000,000	ตู้แช่เพื่อแสดงสินค้า	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์	
2. การสนับสนุนปัจจัยการผลิตในการแปรรูปเนื้อโคเพ่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กลุ่มเกษตรกรดำเนินการแปรรูป	พฤศจิกายน-ธันวาคม 2560				
3. ติดตาม ให้คำปรึกษาการทำการตลาดและตรวจประเมินสถานที่ผลิตและสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อโค	ตุลาคม 2560 - กันยายน 2561				

ชื่อโครงการ : โครงการเพิ่มช่องทางการตลาดโคเนื้อทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การเลี้ยงโคเนื้อในลักษณะที่ผ่านมาดังกล่าวส่งผลให้ราคาโคเนื้อตกต่ำ เกษตรกรไม่สามารถยึดเป็นอาชีพหลักได้ ไม่มีการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรกรขาดความรู้และช่องทางในการจำหน่ายผลิตผลิตทางการเกษตร ประสบปัญหาด้านการตลาด ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง เนื่องจากมีการซื้อขายเป็นตัวไม่มีการชั่งน้ำหนัก ทำให้เป็นช่องทางให้พ่อค้าเอาเปรียบได้ ราคาสินค้าผันผวนทำให้เกษตรกรขาดทุนในที่สุด จึงมีความจำเป็นจะต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับสินค้าปศุสัตว์ให้มากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกให้กับเกษตรกร

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อเพิ่มมูลค่าของเนื้อโคในจังหวัดบุรีรัมย์

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์เนื้อของจังหวัดบุรีรัมย์ไปนำเสนอห้างร้านและผู้ประกอบการร้านอาหารที่ทำด้วยเนื้อโคในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียง
2. การร่วมทำMOUระหว่างคู้ค้าคือผู้ประกอบการกับห้างร้าน ร้านอาหารของจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียงโดยมีปศุสัตว์จังหวัดและส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเป็นสักขีพยาน
3. ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์เนื้อของจังหวัดบุรีรัมย์ไปส่งให้ห้างร้านและผู้ประกอบการร้านอาหารที่ทำด้วยเนื้อโคในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียงตามข้อตกลง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์
2. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์

ผลลัพธ์ : สามารถเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงได้มากขึ้น

ผลผลิต : สามารถเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงได้มากขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ : มีช่องทางการจำหน่ายเนื้อโคทั้งในและต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์เนื้อของจังหวัดบุรีรัมย์ไปนำเสนอห้างร้านและผู้ประกอบการร้านอาหารที่ทำด้วยเนื้อโคในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียง	ตุลาคม-พฤศจิกายน 2560	1,000,000 บาท		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดบุรีรัมย์	
2. การร่วมทำMOUระหว่างคู่ค้าคือผู้ประกอบการกับห้างร้านร้านอาหารของจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียงโดยมีปศุสัตว์จังหวัดและส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเป็นสักขีพยาน	มกราคม 2561				
3. ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์เนื้อของจังหวัดบุรีรัมย์ไปส่งให้ห้างร้านและผู้ประกอบการร้านอาหารที่ทำด้วยเนื้อโคในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียงตามข้อตกลง	มกราคม - กันยายน 2561				

3.3.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดสุรินทร์

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดสุรินทร์

จังหวัดสุรินทร์ ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

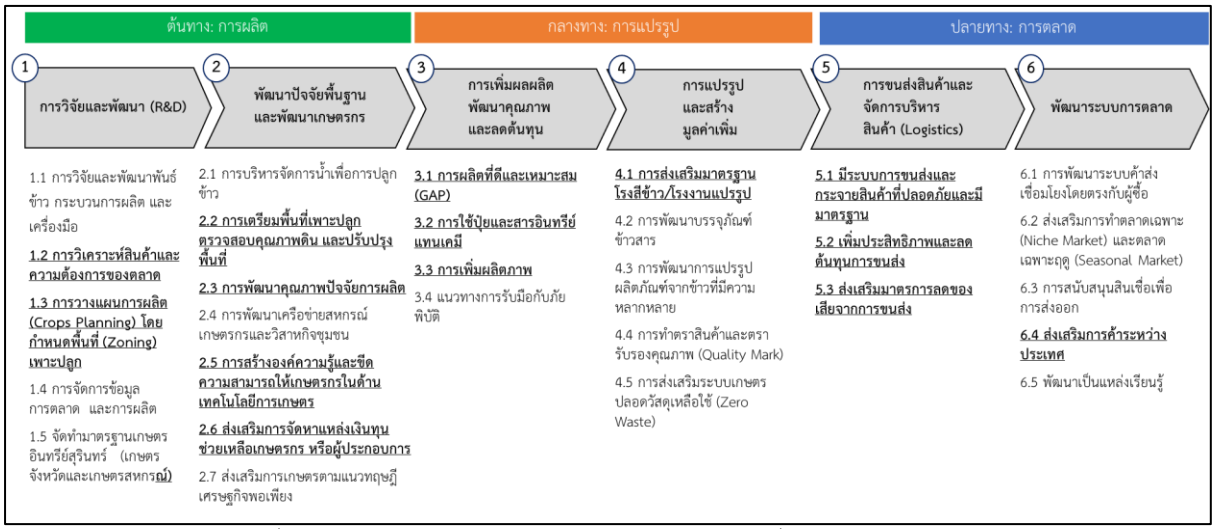
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าว	- เป็นจังหวัดที่ผลิตข้าวที่มีชื่อเสียงมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 ของประเทศไทย คือข้าวหอมสุรินทร์ - มีพื้นที่ทำนามากที่สุดในกลุ่มจังหวัด เท่ากับ 3ล้าน 1แสนไร่ - จังหวัดให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการเกษตรเป็นลำดับแรก เนื่องจากเป็นสาขาหลักที่สร้างรายได้ให้กับ คนในจังหวัด
โคเนื้อ	- มีประชากรในภาคการเกษตรสูง สามารถที่จะใช้แรงงานเพื่อส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ได้เพราะอยู่ในภาคเกษตรเหมือนกัน - ปริมาณการเลี้ยงวัวสูงเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มจังหวัด (แต่ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์พื้นเมือง) - จังหวัดข้างเคียงมีการวิจัยและพัฒนาพันธุ์โคอย่างต่อเนื่อง เช่น โคราช - แนวโน้มความต้องการบริโภคโคเนื้อคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้น เช่น โคเนื้อพันธุ์โคราชวากิว/ลูกผสม

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าว</u>

ภายใต้ประเด็นข้าว ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดสุรินทร์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธ์ข้าว กระบวนการผลิต และเครื่องมือ 1.4 การจัดการข้อมูลการตลาด และการผลิต 1.5 จัดทำมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ (เกษตรจังหวัดและเกษตรสหกรณ์)
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว 2.4 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน 2.7 ส่งเสริมการเกษตรตามแนวทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.4 แนวทางการรับมือกับภัยพิบัติ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) และตลาดเฉพาะฤดู (Seasonal Market) 6.3 การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งออก 6.5 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

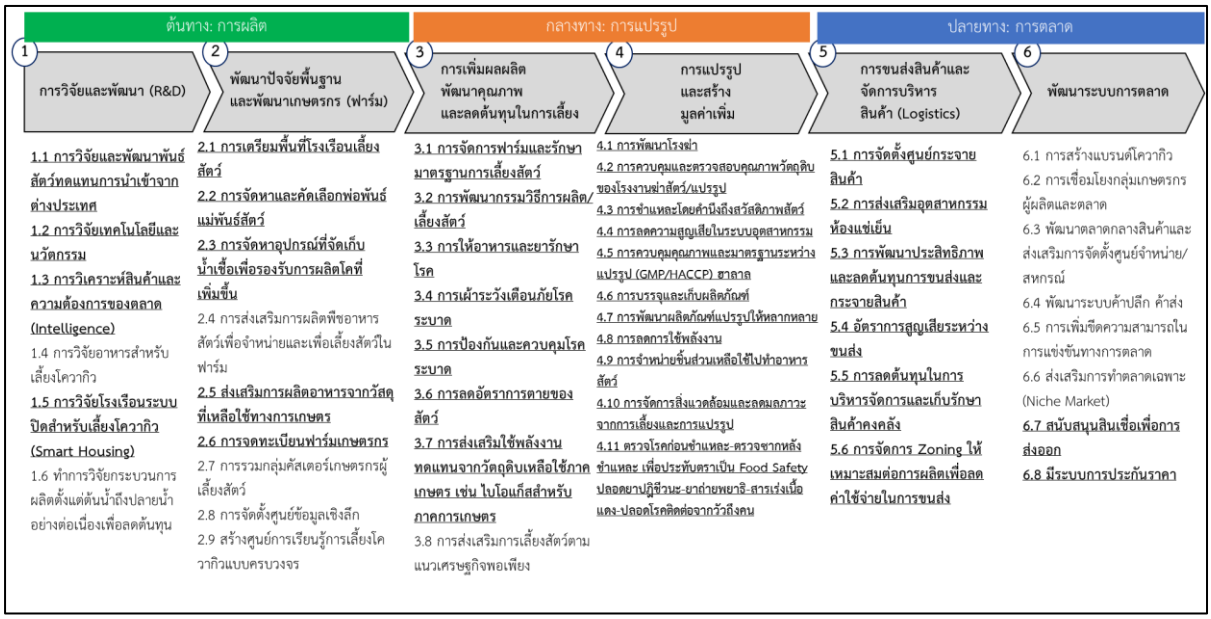
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ <u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[14]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 , 1.4 1.5 2.4 6.5	โครงการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์สู่ไทยแลนด์ 4.0 (โครงการหลัก)	- วิเคราะห์วิจัยสินค้าข้าวหอมมะลิอินทรีย์และวิจัยการตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ - เพื่อจัดทำศูนย์ข้อมูลกลางด้านการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าข้าวหอมมะลิ - พัฒนาระบบการตรวจสอบรับรองมาตรฐานเพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากตลาดผู้บริโภค โดยการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานการจัดการเกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด และคณะทำงานตรวจสอบรับรองท้องถิ่น (มาตรฐานเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ มก. สร.) รวมถึงการพัฒนาตรารับรองสินค้าและตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ - สร้างเครือข่ายเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร เชื่อมโยงเครือข่ายด้านการผลิต แปรรูป และการตลาด - พัฒนาแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด	คณะกรรมการเกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด/ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์/ สำนักงานเกษตรจังหวัด/ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด/ สำนักงานสหกรณ์จังหวัด
2.7	โครงการสร้างความเข็มแข็งให้เกษตรกรตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (โครงการย่อย)	- เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกร เครือข่ายเกษตรกรในการทำการเกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรผสมผสาน เกษตรกรรมทางเลือกให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้สามารถปรับตัวในการผลิต และสามารถพึ่งพาตนเองได้	หน่วยงานในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุรินทร์
2.1 3.4 4.2 4.3 4.4 4.5 6.1 6.2 6.3 6.5	โครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ครบวงจร (โครงการย่อย)	- พัฒนาแหล่งน้ำและระบบกระจายน้ำจากพื้นที่ลุ่มน้ำ และแม่น้ำสาขาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (ขุดสระน้ำเดิมให้ลึกลงอีก 2 – 3 เมตร	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์/ สำนักงานเกษตรจังหวัด/ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[14]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		- สนับสนุนกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจรตามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ - สนับสนุนกระบวนการแปรรูปข้าวหอมมะลิด้วยนวัตกรรม เช่น การผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง การผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ - การพัฒนาตลาดกลางและการเชื่อมโยงตลาดให้กับกลุ่มเกษตรกร และสร้างกระบวนการเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค - ส่งเสริมเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ตั้งแต่ระบบการพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน การบริหารจัดการน้ำ การปรับความอุดมสมบูรณ์ของดิน	โครงการชลประทานจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2 : โคเนื้อ

ภายใต้ประเด็นโคเนื้อ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม) 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง 4) การแปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้า และบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดสุรินทร์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์สัตว์ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ 1.2 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด(Intelligence) 1.5 การวิจัยโรงเรือนระบบปิดสำหรับเลี้ยงโควากิว (Smart Housing)
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม)	2.1 การเตรียมพื้นที่โรงเรือนเลี้ยงสัตว์ 2.2 การจัดหาและคัดเลือกพ่อพันธุ์แม่พันธุ์สัตว์ 2.3 การจัดหาอุปกรณ์ที่จัดเก็บน้ำเชื้อเพื่อรองรับการผลิตโคที่เพิ่มขึ้น 2.5 ส่งเสริมการผลิตอาหารจากวัสดุที่เหลือใช้ทางการเกษตร 2.6 การจดทะเบียนฟาร์มเกษตรกร
3. การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนในการเลี้ยง	3.1 การจัดการฟาร์มและรักษามาตรฐานการเลี้ยงสัตว์ 3.2 การพัฒนากรรมวิธีการผลิต/เลี้ยงสัตว์ 3.3 การให้อาหารและยารักษาโรค 3.4 การเฝ้าระวังเตือนภัยโรคระบาด 3.5 การป้องกันและควบคุมโรคระบาด 3.6 การลดอัตราการตายของสัตว์ 3.7 การส่งเสริมใช้พลังงานทดแทนจากวัตถุดิบเหลือใช้ภาคเกษตร เช่น ไบโอแก๊สสำหรับภาคการเกษตร

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การพัฒนาโรงฆ่า 4.2 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบของโรงงานฆ่าสัตว์/แปรรูป 4.3 การชำแหละโดยคำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์ 4.4 การลดความสูญเสียในระบบอุตสาหกรรม 4.5 การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูป (GMP/HACCP) ฮาลาล 4.6 การบรรจุและเก็บผลิตภัณฑ์ 4.7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้หลากหลาย 4.8 การลดการใช้พลังงาน 4.9 การจำหน่ายชิ้นส่วนเหลือใช้ไปทำอาหารสัตว์ 4.10 การจัดการสิ่งแวดล้อมและลดมลภาวะจากการเลี้ยงและการแปรรูป 4.11 ตรวจโรคก่อนชำแหละ-ตรวจซากหลังชำแหละ เพื่อประทับตราเป็น Food Safety ปลอดยาปฏิชีวนะ-ยาถ่ายพยาธิ-สารเร่งเนื้อแดง-ปลอดโรคติดต่อจากวัวถึงคน
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistic)	5.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า 5.2 การส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น 5.3 การพัฒนาประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า 5.4 อัตราการสูญเสียระหว่างขนส่ง 5.5 การลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง 5.6 การจัดการ Zoning ให้เหมาะสมต่อการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การสร้างแบรนด์โควากิว 6.2 การเชื่อมโยงกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตและตลาด 6.3 พัฒนาตลาดกลางสินค้าและส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์จำหน่าย/สหกรณ์ 6.4 พัฒนาระบบค้าปลีก ค้าส่ง 6.5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 6.6 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[15]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4 , 2.4	โครงการวิจัยและพัฒนาการผลิตอาหารสำเร็จรูป TMR`สำหรับโคเนื้อศักยภาพ	การพัฒนาการผลิตอาหารสำเร็จรูป TMR ที่สอดคล้องเหมาะสมกับวัสดุในพื้นที่ และเพิ่มคุณภาพการผลิตเนื้อและน้ำหนักของโคเนื้อ	1.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี 2.สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด
1.6 , 2.7 , 2.8 , 2.9 , 3.8	การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการผลิตโคเนื้อคุณภาพ	เพื่อการรวมศูนย์ข้อมูลนำไปใช้ในการวางแผนการผลิต และการตลาดที่มีความรวดเร็วทันสมัย และครบถ้วน	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด
6.1 , 6.2 , 6.3 , 6.4 , 6.5 , 6.6	โครงการจัดทำแบรนด์สินค้าโคเนื้อคุณภาพ	การสร้างอัตลักษณ์ของเนื้อโคสุรินทร์ แสดงถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สร้างความแตกต่างเป็นการขยายตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน	สนง.พาณิชย์จังหวัด

[8]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดสุรินทร์

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1 : ข้าว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- เป็นจังหวัดที่ผลิตข้าวที่มีชื่อเสียงมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 ของประเทศไทย คือข้าวหอมสุรินทร์
- มีพื้นที่ทำนามากที่สุดในกลุ่มจังหวัด เท่ากับ 3ล้าน 1แสนไร่

จังหวัดให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการเกษตรเป็นลำดับแรก เนื่องจากเป็นสาขาหลักที่สร้างรายได้ให้กับ คนในจังหวัด ในปี 2558 กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง1 เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่สามารถผลิตข้าวได้ในปริมาณมาก มีผลผลิตกว่า 3.7 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ของผลผลิต ทั้งประเทศ โดยจังหวัดสุรินทร์ มีผลผลิตข้าวนาปี 1,145,706 ตัน ซึ่งถือว่าเป็นอันดับ 1 ของกลุ่มจังหวัด และข้าวหอมสุรินทร์ ถือเป็นข้าวที่มีชื่อเสียงที่สุดในประเทศ

ตารางที่ 3.13-33: พื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปี เนื้อที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

จังหวัด/กลุ่มจังหวัด	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)		ผลผลิต (ตัน)	
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2558
ประเทศ	58,246,976	55,095,547	26,269,964	24,311,539
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	34,793,705	34,173,002	12,467,579	12,230,973
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	989,839	10,037,454	3,693,626	3,739,065
ชัยภูมิ	1,303,960	1,400,784	460,261	491,853
บุรีรัมย์	2,604,699	2,661,043	992,500	1,014,771
สุรินทร์	3,106,496	2,966,323	1,176,400	1,145,706
นครราชสีมา	2,974,684	3,009,304	1,064,465	1,086,735
สัดส่วนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ต่อ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (%)	28.70%	29.40%	29.60%	30.60%
สัดส่วนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ต่อ ประเทศ (%)	17.20%	18.20%	14.10%	15.40%

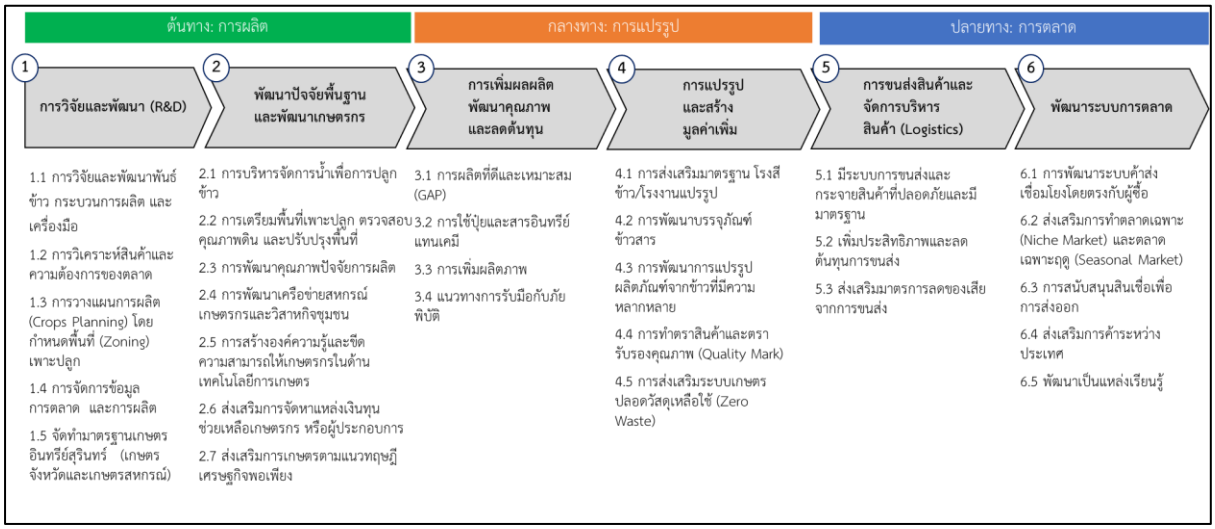
ที่มา : ข้าวนาปี เนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต , ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และจากการคำนวณของคณะวิจัย

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.13-13: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวของจังหวัดสุรินทร์



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-34: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[16]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2,3.3,4.1,4.2,4.4 และ 6.4	โครงการพัฒนาเกษตรและอาหารปลอดภัย จังหวัดสุรินทร์	สนง.เกษตรจังหวัด / สถานีพัฒนาที่ดิน/ สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด/ โครงการชลประทานจังหวัด	1.ส่งเสริมพัฒนาคุณภาพข้าวหอมมะลิ ให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ศูนย์ข้าวชุมชนเพื่อให้สามารถผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิ ผลิตข้าวหอมมะลิพัฒนาคุณภาพการผลิตให้ได้ตามมาตรฐาน (GAP) เพื่อเพิ่มผลผลิต และลดต้นทุนการผลิตข้าว 2.ส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ศูนย์ข้าวชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP สามารถแปรรูปข้าวสารเพื่อจำหน่าย และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสารให้กลุ่มเกษตรกร 3.ส่งเสริมใช้นวัตกรรมด้านการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตข้าวหอมมะลิในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และยกระดับเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเชื่อมโยงการผลิตในพื้นที่ให้กับผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดเล็ก/โรงสีชุมชน โดยให้คำปรึกษาในการปรับปรุงพัฒนายกระดับโรงสีข้าวให้มีคุณภาพพร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร

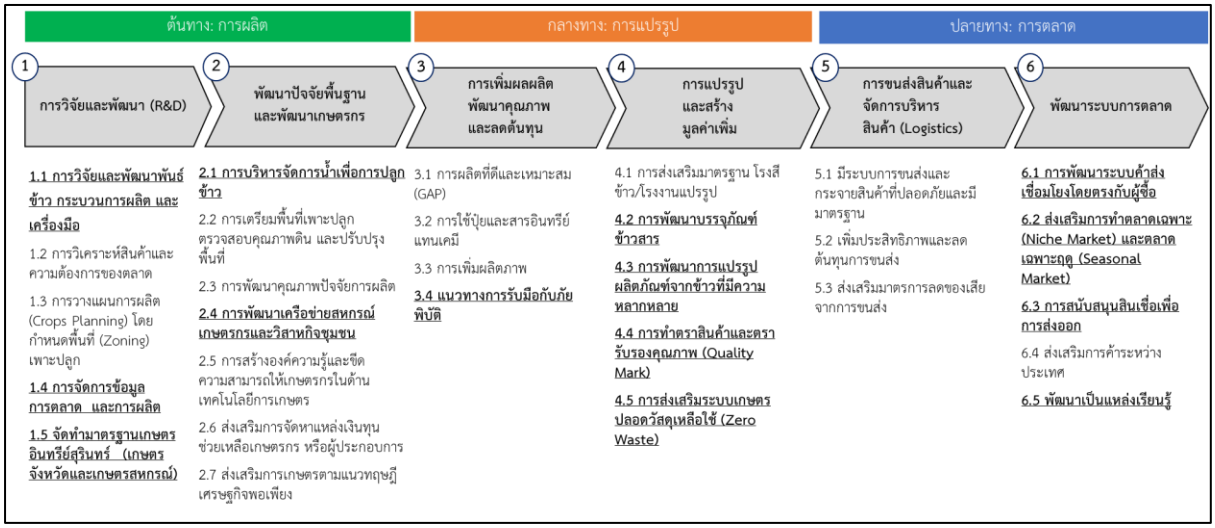
ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าและ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			4.ส่งเสริมการทำตลาดให้วิสาหกิจชุมชน โดยร่วมงานแสดงสินค้า 5.พัฒนาแหล่งน้ำและระบบกระจายน้ำจากพื้นที่ลุ่มน้ำ และแม่น้ำสาขา
3.1 , 3.2	โครงการเกษตรอินทรีย์	สนง.เกษตรจังหวัดสุรินทร์ สถานีพัฒนาที่ดิน	1.ส่งเสริมเกษตรกรผลิตข้าวหอมมะลิตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม(PGS), มาตรฐานเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ (มก.สร) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) และ (มกษ.) 2. ส่งเสริมเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ในการตรวจรับรองแปลงเกษตรอินทรีย์เบื้องต้นตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์
3.1	โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร(One Province One Agro-Industrial Product : OPOAI)	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์	พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรในส่วนภูมิภาค ด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การปรับปรุงคุณภาพและพัฒนางาน การลดต้นทุนพลังงาน การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์/ระบบมาตรฐานสากล กลยุทธขับเคลื่อนการตลาด การบริหารจัดการด้านการเงิน และการจัดการด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
4.1,4.2	โครงการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์และการเปิดตลาดข้าว	สนง.พาณิชย์จังหวัด	เพื่อขยายตลาดข้าวหอมมะลิของกลุ่มจังหวัดและประชาสัมพันธ์ ข้าวหอมมะลิให้ผู้บริโภคได้บริโภคข้าวหอมมะลิมากขึ้น
6.2	โครงการรณรงค์การบริโภคข้าวหอมมะลิของกลุ่มจังหวัดฯ	สนง.พาณิชย์จังหวัด	การรณรงค์ผู้บริโภคให้หันมาบริโภคข้าวหอมมะลิมากขึ้น เป็นการเพิ่มรายได้ ช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าวในกลุ่มจังหวัดฯ มีกลุ่มเป้าหมายคือ โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคารที่ใช้ข้าวหอมมะลิให้บริการลูกค้า

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-35: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธ์ข้าว กระบวนการผลิต และเครื่องมือ 1.4 การจัดการข้อมูลการตลาด และการผลิต 1.5 จัดทำมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ (เกษตรจังหวัดและเกษตรสหกรณ์)
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว 2.4 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน 2.7 ส่งเสริมการเกษตรตามแนวทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และ ลดต้นทุน	3.4 แนวทางการรับมือกับภัยพิบัติ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.4 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)

แผนภาพที่ 3.13-14: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวของจังหวัดสุรินทร์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดสุรินทร์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้วแต่แนวทางหรือ

ตารางที่ 3.13-36: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.2 1.4 1.5 2.4 6.5	โครงการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์สู่ไทยแลนด์ 4.0	- วิเคราะห์วิจัยสินค้าข้าวหอมมะลิอินทรีย์และวิจัยการตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ - เพื่อจัดทำศูนย์ข้อมูลกลางด้านการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าข้าวหอมมะลิ - พัฒนาระบบการตรวจสอบรับรองมาตรฐานเพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากตลาดผู้บริโภค โดยการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานการจัดการเกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด และคณะทำงานตรวจสอบรับรองท้องถิ่น (มาตรฐานเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ มก.สร.) รวมถึงการพัฒนาตรารับรองสินค้าและตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ - สร้างเครือข่ายเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการผลิต แปรรูป และการตลาด	คณะกรรมการเกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด / สนง.สหกรณ์จังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
		- พัฒนาแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด	
2.1 3.4 4.2 4.3 4.4 4.5 6.1 6.2 6.3	โครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ครบวงจร	- พัฒนาแหล่งน้ำและระบบกระจายน้ำจากพื้นที่ลุ่มน้ำ และแม่น้ำสาขาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (ขุดสระน้ำเดิมให้ลึกลงอีก 2 – 3 เมตร - สนับสนุนกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจรตามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ - สนับสนุนกระบวนการแปรรูปข้าวหอมมะลิด้วยนวัตกรรม เช่น การผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง การผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ - การพัฒนาตลาดกลางและการเชื่อมโยงตลาดให้กับกลุ่มเกษตรกร และสร้างกระบวนการเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค - ส่งเสริมเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ตั้งแต่ระบบการพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน การบริหารจัดการน้ำ การปรับความอุดมสมบูรณ์ของดิน	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด โครงการชลประทานจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: พัฒนาเกษตรอินทรีย์ครบวงจร จังหวัดสุรินทร์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- เพื่อแก้ปัญหาราคาข้าวหอมมะลิตกต่ำ
- พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการผลิต ดินและแหล่งน้ำให้เหมาะสม
- ยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิด้วยการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ
- ขยายช่องทางการตลาดข้าวหอมมะลิ

สรุปแนวคิดโครงการ

โครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ครบวงจรจังหวัดสุรินทร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ รวมทั้งการพัฒนาด้านเครือข่ายการบริหารจัดการข้าวหอมมะลิ โดยเน้นเกษตรกรรุ่นใหม่(Young Smart Farmer) กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการเกษตร รวมถึงการส่งเสริมภาคเอกชนดำเนินกิจกรรม CRS และ CSV ด้านข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์สู่ไทยแลนด์ 4.0
2. พัฒนาแหล่งน้ำและระบบกระจายน้ำ
3. ส่งเสริมการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์แบบครบวงจร
4. พัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิด้วยนวัตกรรม
5. ส่งเสริมการตลาดกลางและการเชื่อมโยงตลาด

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน โดยอาจมีการจ้างสถาบันการศึกษามาเป็นผู้ทำวิจัย
- โดยความร่วมมือของ สนง. พาณิชย์จังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด
- ร่วมกับเอกชนในพื้นที่ เช่น สภาอุตสาหกรรม หอการค้า สภาเกษตรกร ผู้ประกอบการโรงสี

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุรินทร์

ผลลัพธ์: แก้ไขปัญหาราคาข้าวหอมมะลิตกต่ำได้

ผลผลิต: ศูนย์ปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์ 1 แห่ง , ยกระดับมาตรฐานของข้าวหอมมะลิ เป็นข้าวอินทรีย์

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1. ราคาข้าวหอมมะลิอินทรียมีราคาสูงขึ้นมากกว่า ร้อยละ 20
2. เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์มากขึ้นกว่า ร้อยละ 20
3. ผลผลิตไม่ล้นตลาด ทำให้ราคาสูงกว่าต้นทุนร้อยละ 25

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่น ๆ	ผู้รับผิดชอบ
1. จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์สู่ไทยแลนด์ 4.0	เดือน 3	1,000,000		สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
2. พัฒนาแหล่งน้ำและระบบกระจายน้ำ	เดือน 12	1,000,000		สนง.พัฒนาที่ดินจังหวัด
3. ส่งเสริมการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์แบบครบวงจร	เดือน 8	200,000		สนง.เกษตรจังหวัด
4. พัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิด้วยนวัตกรรม	เดือน 8	100,000		สนง.เกษตรจังหวัด
5. ส่งเสริมความเข็มแข็งให้เกษตรกรตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	เดือน 12	100,000		สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2 : โคเนื้อ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการผลิตโคเนื้อ และโคพันธุ์/ลูกผสม ในปี 2558 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35 และร้อยละ 28 ตามลำดับ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคิดเป็นร้อยละ 33 ของโคเนื้อทั้งหมดของประเทศ ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์ เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการผลิตโคเนื้อและอาหารสัตว์ โดยสามารถผลิตโคเนื้อได้กว่า 214,554 ตัว ในปี 2558 (ส่วนใหญ่เป็นวัวพันธุ์พื้นเมือง)

ตารางที่ 3.13-37: ข้อมูลโคเนื้อรายจังหวัดระหว่างปี 2557 - 2558

จังหวัด/กลุ่มจังหวัด	โคพื้นเมือง (ตัว)		โคพันธุ์และโคลูกผสม (ตัว)		โคขุน (ตัว)		โคทั้งหมด (ตัว)	
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2558
ประเทศ	2,765,406	2,702,299	1,387,690	1,533,002	159,312	171,807	4,321,408	4,407,108
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,360,217	1,306,358	715,914	782,656	23,341	15,907	2,100,472	2,104,941
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	472,286	461,186	208,270	220,683	4,370	3,088	684,926	684,957
ชัยภูมิ	37,797	18,832	31,926	48,179	908	824	70,631	67,835
บุรีรัมย์	130,042	137,304	22,850	35,793	569	223	153,461	173,320
สุรินทร์	175,990	172,839	38,025	43,835	539	518	214,554	217,192
นครราชสีมา	128,457	132,211	115,469	92,867	2,354	1,523	246,280	226,610
สัดส่วนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ต่อ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (%)	35.00%	35.00%	29.00%	28.00%	19.00%	19.00%	33.00%	33.00%
สัดส่วนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ต่อ ประเทศ (%)	17.00%	17.00%	15.00%	14.00%	3.00%	2.00%	16.00%	16.00%

ที่มา : ข้อมูลจำนวนปศุสัตว์ ปี 2558 , กรมปศุสัตว์ และจากการคำนวณของคณะวิจัย

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.13-15: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ จังหวัดสุรินทร์



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-38: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1,1.4	โครงการวิจัยและพัฒนาการผลิตอาหารสำเร็จรูป TMR` สำหรับโคเนื้อศักยภาพ -โครงการวิจัยปลูกข้าวเนเปีย	ม.ราชภัฏสุรินทร์ ม.เทคโนโลยีราชมงคลสุรินทร์ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	การวิจัยและพัฒนาพันธุ์สัตว์ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ การวิจัยอาหารสำหรับโควากิว
1.6	โครงการวิจัยกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต (โครงการระยะยาว)	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	การวิจัยกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างต่อเนื่องเพื่อลดต้นทุน
2.2	โครงการจัดซื้อโคเนื้อแม่พันธุ์	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	การจัดหาและคัดเลือกพ่อพันธุ์แม่พันธุ์สัตว์
2.3	โครงการจัดหาอุปกรณ์จัดเก็บน้ำเชื้อ	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	การจัดหาอุปกรณ์ในการจัดเก็บน้ำเชื้อเพื่อรองรับการผลิตโคที่เพิ่มขึ้น โดยสนับสนุนงบประมาณ
2.4	โครงการสนับสนุนค่าแปลงหญ้าและค่าแม่พันธุ์	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	การส่งเสริมการผลิตพืชอาหารสัตว์เพื่อจำหน่ายและเพื่อเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม

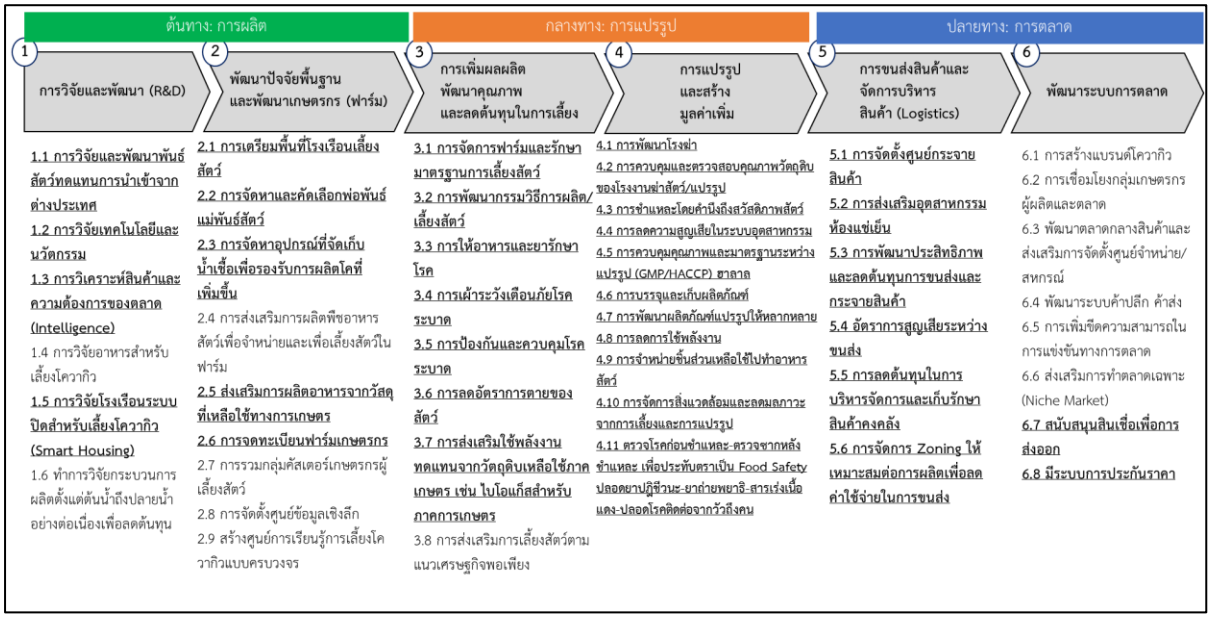
ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.3,3.3,3.5	การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนในการเลี้ยง	ศูนย์วิจัยและพัฒนาสัตวแพทย์ จ.สุรินทร์ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	- การให้อาหารและยารักษาโรค - การเผ้าระวังเตือนภัยโรคระบาด : การดูแล ออกตรวจ ฉีดวัคซีนป้องกันโรควัว - การป้องกันและควบคุมโรคระบาด : การดูแล ออกตรวจ ฉีดวัคซีนป้องกันโรควัว
4.1	การพัฒนาโรงฆ่าให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อรองรับการส่งออก(GMP,HALAL)	เอกชน (สลักได)	การพัฒนามาตรฐานโรงฆ่าสัตว์ให้ได้มาตรฐาน GMPและฮาราล รองรับการเชือดได้ 15ตัว/วัน
5.2	การส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	สนับสนุนงบประมาณซื้อคอนเทรนเนอร์แช่เย็น
5.6	การจัด zoning ให้เหมาะสมต่อการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	การจัดโซนนิ่งตามแหล่งอาหารเป็นหลักหรือโรงฆ่าสัตว์เป็นหลัก
1.1, 1.2, 1.3	-โครงการวิจัยและพัฒนาการผลิตอาหารสำเร็จรูป TMR` สำหรับโคเนื้อศักยภาพ -โครงการวิจัยปลูกข้าวเนเปีย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุรินทร์ ส่วนราชการ	การพัฒนาการผลิตอาหารสำเร็จรูปTMRที่สอดคล้องเหมาะสมกับวัสดุในพื้นที่ และเพิ่มคุณภาพการผลิตเนื้อและน้ำหนักของโคเนื้อ
2.1,2.2,2.3, 2.4	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อคุณภาพ	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	การเพิ่มประสิทธิภาพการเลี้ยงโคเนื้อโดยการจัดทำโรงเลี้ยง, สูตรอาหาร และการปรับปรุงพันธุ์โดยการผสมเทียมอย่างมีทิศทางโดยการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและเครือข่าย
2.6	กิจกรรมสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถของบุคลากร	มหาวิทยาลัยในพื้นที่	เพื่ออบรม พัฒนาความรู้และขีดความสามารถของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพโคเนื้อคุณภาพ
3.1, 3.3, 3.5	กิจกรรมจัดระบบฟาร์มและมาตรฐานการเลี้ยงโคเนื้อ	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุรินทร์	เพื่อจัดระบบการผลิตโคเนื้อที่ให้คุณภาพมาตรฐาน เพิ่มผลผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.13-39: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D	1.4 การวิจัยอาหารสำหรับเลี้ยงโคว 1.6 ทำการวิจัยกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างต่อเนื่องเพื่อลดต้นทุน
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร ฟาร์ม)	2.4 การส่งเสริมการผลิตพืชอาหารสัตว์เพื่อจำหน่ายและเพื่อเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม 2.7 การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ 2.8 การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึก 2.9 สร้างศูนย์การเรียนรู้การเลี้ยงโควากิวแบบครบวงจร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนในการเลี้ยง	3.8 การส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
4. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การสร้างแบรนด์โควากิว 6.2 การเชื่อมโยงกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตและตลาด 6.3 พัฒนาตลาดกลางสินค้าและส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์จำหน่าย/สหกรณ์ 6.4 พัฒนาระบบค้าปลีก ค้าส่ง 6.5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 6.6 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market)

แผนภาพที่ 3.13-16: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อของจังหวัดสุรินทร์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดสุรินทร์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้วแต่แนวทางหรือ

ตารางที่ 3.13-40: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.2 1.4 1.5 2.4 6.5	โครงการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์สู่ไทยแลนด์ 4.0	- วิเคราะห์วิจัยสินค้าข้าวหอมมะลิอินทรีย์และวิจัยการตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ - เพื่อจัดทำศูนย์ข้อมูลกลางด้านการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าข้าวหอมมะลิ - พัฒนาระบบการตรวจสอบรับรองมาตรฐานเพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากตลาดผู้บริโภค โดยการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานการจัดการเกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด และคณะทำงานตรวจสอบรับรองท้องถิ่น (มาตรฐานเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ มก.สร.) รวมถึงการพัฒนาตรารับรองสินค้าและตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ - สร้างเครือข่ายเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร เชื่อมโยงเครือข่ายด้านการผลิต แปรรูป และการตลาด - พัฒนาแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด	คณะกรรมการเกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด สำนักงานเกษตรและสหกรณ์/ สำนักงานเกษตรจังหวัด/ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด / สำนักงานสหกรณ์จังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.1/ 3.4 /4.2/ 4.3/ 4.4 /4.5/ 6.1/ 6.2/ 6.3	โครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ครบวงจร	- พัฒนาแหล่งน้ำและระบบกระจายน้ำจากพื้นที่ลุ่มน้ำ และแม่น้ำสาขาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ขุดสระน้ำเดิมให้ลึกลงอีก 2 – 3 เมตร - สนับสนุนกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจรตามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ - สนับสนุนกระบวนการแปรรูปข้าวหอมมะลิด้วยนวัตกรรม เช่น การผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง การผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ - การพัฒนาตลาดกลางและการเชื่อมโยงตลาดให้กับกลุ่มเกษตรกร และสร้างกระบวนการเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค - ส่งเสริมเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ตั้งแต่ระบบการพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน การบริหารจัดการน้ำ การปรับความอุดมสมบูรณ์ของดิน	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์/ สำนักงานเกษตรจังหวัด/ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด/ โครงการชลประทานจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: จัดตั้งศูนย์ข้อมูลการผลิตโคเนื้อคุณภาพ พร้อมทั้งสร้างแบรนด์สินค้า
ที่มา / หลักการและเหตุผล: 1. เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการผลผลิตให้ตอบสนองความต้องการของตลาด 2. เพื่อสร้างองค์ความรู้และเพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกร 3. เพื่อการกระจายรายได้เกษตรกร
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อเป็นการรวมศูนย์ข้อมูลนำไปใช้ในการวางแผนการผลิต และการตลาดที่มีความรวดเร็ว ทันสมัย และ ครบถ้วน พร้อมทั้งสร้างอัตลักษณ์ของเนื้อโคสุรินทร์ ที่แสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สร้างความแตกต่าง เป็นการขยายตลาด และเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. การจัดทำข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและเครือข่าย แบบครบวงจร 2. อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรด้านการเลี้ยงโคเนื้อแบบประณีต Intensive Farm Model 3. ศูนย์การวางแผนการผลิตพืชอาหารและใช้ประโยชน์จากวัสดุที่เหลือใช้จากการเกษตร 4. สร้างระบบสหกรณ์ให้เข้มแข็ง 5. สร้างอัตลักษณ์และตรายี่ห้อสินค้าให้เป็นที่รู้จัก
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.ปศุสัตว์จังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการประสานงานกับสหกรณ์ผู้เลี้ยงโคเนื้อ อบรมให้ความรู้ทางด้านการเลี้ยงตลอดจน ระบบการบริหารจัดการต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ สนง.พาณิชย์จังหวัด เป็นหน่วยงานทางด้านการตลาดและจัดหาแหล่งจำหน่ายเนื้อโคขุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รับผิดชอบงานวิจัยในเรื่องพัฒนาพันธุ์และน้ำเชื้อ วิจัยในเรื่องอาหารโคเนื้อ วิจัยในเรื่องการดูแลและโรงเรือน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และสนง.ปศุสัตว์ 4 จังหวัด
ผลลัพธ์: สามารถผลิตโคเนื้อได้เพียงพอกับความต้องการของตลาด
ผลผลิต: ศูนย์ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ 1 แห่ง , มีแบรนด์สินค้าโคเนื้อของจังหวัดสุรินทร์ 1 ยี่ห้อ
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคมากขึ้น ร้อยละ 10 2. ระบบการบริหารจัดการวงจรการเลี้ยงโคไม่มีปัญหา 3. ปริมาณโคเนื้อมีมากขึ้น ร้อยละ 20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่น ๆ	ผู้รับผิดชอบ
1. การจัดทำข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและเครือข่าย แบบครบวงจร	ปีงบ ประมาณ 2562	100,000		สนง.ปศุสัตว์ จังหวัด
2. อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรด้านการเลี้ยงโคเนื้อแบบประณีต Intensive Farm Model		100,000		มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
3. ศูนย์การวางแผนการผลิตพืชอาหารและใช้ประโยชน์จากวัสดุที่เหลือใช้จากการเกษตร		200,000		มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
4. สร้างระบบสหกรณ์ให้เข้มแข็ง		100,000		สนง.สหกรณ์ จังหวัด
5. สร้างอัตลักษณ์และตรายี่ห้อสินค้าให้เป็นที่รู้จัก		50,000		สนง.พาณิชย์ จังหวัด

3.4 กลุ่มที่ 14 (จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดยโสธร จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอำนาจเจริญ)

3.4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ และ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัด กลุ่มที่ 14

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ประกอบไปด้วยจังหวัดอุบลราชธานีจังหวัดศรีสะเกษจังหวัดยโสธรและจังหวัดอำนาจเจริญ ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง บริเวณชายแดนของประเทศไทยที่ติดกับลาวและกัมพูชา โดยจังหวัดที่มีชายแดนติดกับประเทศลาวได้แก่จังหวัดอำนาจเจริญและอุบลราชธานี จังหวัดที่มีชายแดนติดกับประเทศกัมพูชาได้แก่จังหวัดอุบลราชธานีและศรีสะเกษ

มีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ลาดเอียงจากทิศตะวันตกลงไปทางทิศตะวันออก พื้นที่ทางตอนเหนือเป็นที่ราบสูง ภูเขา สลับกับพื้นที่แบบลูกคลื่น มีสภาพป่าและภูเขา มีแหล่งน้ำขนาดกลางและเป็นที่ราบลุ่มต่ำสลับซับซ้อนกับสันดินริมน้ำ มีพื้นที่รวมกันประมาณ 31,907 ตารางกิโลเมตร หรือ 19,942,336 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.89 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นร้อยละ 6.2 ของพื้นที่ประเทศไทย

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่บริเวณที่เรียกว่า แอ่งโคราช (Korat basin) สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 68 เมตร (227ฟุต) ลักษณะโดยทั่วไป เป็นที่ราบสูงต่ำสลับกัน ลาดเอียงไปทางตะวันออกมีแม่น้ำมูลไหลผ่านกลางจังหวัด จากทิศตะวันตกมายังทิศตะวันออก ไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่อำเภอโขงเจียมมีลำน้ำที่สำคัญได้แก่ ลำเซบก ลำเซบาย ลำโดมใหญ่ ลำโดมน้อย และมีภูเขาซับซ้อนหลายแห่งบริเวณชายแดนทางตอนใต้ มีเทือกเขาที่สำคัญ คือ เทือกเขาบรรทัด และเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งกั้นอาณาเขตระหว่างจังหวัดอุบลราชธานีกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา

จังหวัดศรีสะเกษ มีภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบโดยมีพื้นที่ทางการเกษตร ประมาณ 5,340.76 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,337,973 ไร่ บริเวณที่ราบลุ่มส่วนใหญ่เป็นบริเวณแม่น้ำมูล ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของอำเภอราศีไศล ยางชุมน้อย และกันทรารมย์ เทือกเขาที่สำคัญคือเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งอยู่ด้านใต้ของจังหวัด กั้นเขตแดนไทย–กัมพูชา

จังหวัดยโสธร มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง โดยมีพื้นที่เป็นรูปพระจันทร์เสี้ยว มีแม่น้ำชีไหลผ่านตอนใต้ของจังหวัด อยู่เหนือระดับน้ำทะเลประมาณ 227 ฟุต มีพื้นที่เป็นภูเขา บางส่วนทางตอนเหนือของจังหวัดอยู่ในเทือกเขาภูพาน เขตอำเภอเลิงนกทา อำเภอกุดชุม สภาพดินโดยทั่วไปเป็นดินทราย ไม่อุ้มน้ำ ทำการเกษตรไม่ค่อยดีนัก

จังหวัดอำนาจเจริญ มีภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ลุ่ม มีเนินเขาเตี้ยๆ ทอดยาวไปจรดจังหวัดอุบลราชธานีที่อำเภอชานุมาน ตั้งอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ยประมาณ 68 เมตร สภาพดินโดยทั่วไปเป็นดินร่วนปนทรายและดินลูกรังบางส่วน มีแม่น้ำโขงเป็นแนวกั้นระหว่างจังหวัดอำนาจเจริญกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่อำเภอชานุมาน

พื้นที่กลุ่มจังหวัดนี้ มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ประมาณ 208,182 ล้านบาท ภาคเศรษฐกิจที่โดดเด่นคือภาคการขายส่งและขายปลีก โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละประมาณ 28 ของมูลค่าเศรษฐกิจทั้งหมดของพื้นที่ เนื่องจากมีพื้นที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้มีสัดส่วนการค้าชายแดนสูงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

หากจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าในปี พ.ศ. 2557 จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดสูงที่สุดที่ร้อยละ 50.16 มีมูลค่าอยู่ที่ 104,480 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดศรีสะเกษ ยโสธร และอำนาจเจริญตามลำดับ

ทางด้านนโยบายและการขับเคลื่อนของพื้นที่นั้น พบว่าทิศทางของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 นี้ มีทิศทางด้านการเกษตรและการค้าที่สอดคล้องกัน กล่าวคือในด้านการเกษตรมีนโยบายส่งเสริมการเกษตรมูลค่าสูงและการเกษตรอินทรีย์ โดยเน้นข้าวหอมมะลิและข้าวไรซ์เบอร์รี่ ในขณะที่ด้านการค้าก็มุ่งต่อยอดสู่การเป็นศูนย์กลางข้าวหอมมะลิโลก ในส่วนของการท่องเที่ยวก็ใช้ประโยชน์ในด้านพื้นที่ที่มีพรมแดนติดกับ 2 ประเทศเน้นนโยบายการเป็นประตูสู่อาเซียนตะวันออก รวมถึงนโยบายส่งเสริมการค้าชายแดนให้มุ่งสู่มาตรฐานสากล ทำให้ต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านการขนส่ง ด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าอื่นๆ

ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจากตัวชี้วัดการพัฒนาพบว่า พื้นที่กลุ่มจังหวัดนี้มีขนาดเศรษฐกิจภาคการค้าและการบริการสูง เนื่องจากกลุ่มจังหวัดตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง2นี้มีทั้งพื้นที่ที่มีความโดดเด่นเหมาะกับการท่องเที่ยวและยังมีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีจุดผ่านแดนทั้งจุดผ่านแดนถาวรและจุดผ่อนปรนรวม 9 ช่องทาง ในส่วนของภาคการเกษตรนั้น กลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวน้อยกว่าทั้งประเทศโดยมีการขยายตัวติดลบหรือหดตัวลงนั่นเอง อย่างไรก็ตามกลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวด้านอุตสาหกรรมและเหมืองแร่สูงถึงร้อยละ 18.56 สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ รวมทั้งมีอัตราการขยายตัวของผลิตภาพแรงงานและอัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศอีกด้วย ทำให้อัตราการขยายตัวมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจังหวัดขยายตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

ตารางที่ 3.14-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
อุบลราชธานี	ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม มุ่งสู่การเป็นเมืองแห่งจักรยาน
ศรีสะเกษ	ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	การท่องเที่ยวศึกษาวัฒนธรรมขอม
ยโสธร	ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	การท่องเที่ยววัฒนธรรมอิสาน มุ่งสู่การเป็นเมืองนักวิ่ง
อำนาจเจริญ	ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของพื้นที่และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่กลุ่มจังหวัดที่ 14 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ภาพรวมด้านเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร และจังหวัดอำนาจเจริญนี้ พบว่ามีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในปี พ.ศ.2558 เติบโตจากปี พ.ศ.2557 อยู่ร้อยละ 1.79 โดยจังหวัดที่เติบโตโดดเด่นได้แก่จังหวัดอุบลราชธานี

โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่นี้จะอยู่ที่ภาคการค้าและบริการ โดยมีสัดส่วนในช่วงระยะเวลาของปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2556–2558) เกินกว่าร้อยละ 50 และสัดส่วนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ตามมาด้วยภาคการเกษตรซึ่งมีสัดส่วนในปี พ.ศ.2558 ในระดับร้อยละ 22 โดยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจากปี พ.ศ.2556 ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ถึงร้อยละ 29 ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนที่น้อยที่สุดในปี พ.ศ.2558 อยู่ที่ประมาณร้อยละ18

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงแนวโน้มของการเติบโตของแต่ละภาคเศรษฐกิจนั้น จะเห็นได้ว่าภาคการค้าและบริการ รวมทั้งภาคอุตสาหกรรมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2558 ภาคอุตสาหกรรมมีการเติบโตโดดเด่นโดยเติบโตจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 13.96 ในขณะที่ภาคการค้าและบริการมีการเติบโตจากปีก่อนหน้าที่ประมาณร้อยละ 4.82 โดยภาคการเกษตรนั้นกลับเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีการหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2557 ลดลงกว่าร้อยละ 2.5 และในปี พ.ศ.2558 ยังมีการลดลงต่อเนื่องมาอีกร้อยละ 3.7

ตารางที่ 3.14-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร	67,354	53,783	-20.15	47,116	-12.40
(สัดส่วน ร้อยละ)	(29.86)	(26.30)		(22.63)	
อุตสาหกรรม	35,835	33,545	-6.36	38,229	13.96
(สัดส่วน ร้อยละ)	(15.88)	(16.40)		(18.36)	
บริการ	122,421	117,188	-4.27	122,838	4.82
(สัดส่วน ร้อยละ)	(54.26)	(57.30)		(59.00)	
ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่	225,600.17	204,516.02	-9.35	208,182.60	1.79

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม**

หากพิจารณาพื้นที่โดยจำแนกตามจังหวัด จะเห็นได้ว่าจังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่สูงที่สุดและมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 มาตลอด โดยในปี พ25.ศ.58 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 54.10 มีมูลค่าอยู่ที่ 112,521 ล้านบาท ตามด้วยจังหวัดศรีสะเกษ อยู่ที่ร้อยละ 28 หรือประมาณ 58,407 ล้านบาท ถัดมาเป็นจังหวัดยโสธรและอำนาจเจริญตามลำดับ

ทั้งนี้ ในมุมของการเติบโตนั้น พบว่าพื้นที่นี้ในปี พ.ศ.2558 มีเพียงจังหวัดอุบลราชธานีเท่านั้น ที่มีการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 6.2 ในขณะที่จังหวัดอื่นๆในกลุ่มล้วนแต่มีขนาดเศรษฐกิจที่หดตัวลง โดยจังหวัดที่มีขนาดเศรษฐกิจหดตัวลงล้วนแล้วเป็นจังหวัดที่มีโครงสร้างทางด้านการเกษตรเป็นสำคัญ ประกอบไปด้วย จังหวัดยโสธร หดตัวร้อยละ 5.51 จังหวัดศรีสะเกษหดตัวร้อยละ 2.23 และจังหวัดอำนาจเจริญหดตัวร้อยละ 1.63 เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีมีขนาดเศรษฐกิจสัดส่วนสูงมากในกลุ่มจังหวัด การขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดอุบลราชธานีเพียงจังหวัดเดียว ส่งผลให้เศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 ขยายตัวในภาพรวม

ตารางที่ 3.14-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
จังหวัด อุบลราชธานี (สัดส่วน ร้อยละ)	117,216.27 (51.96)	106,050.49 (51.85)	-9.53	112,621.18 (54.10)	6.20
จังหวัด ศรีสะเกษ (สัดส่วน ร้อยละ)	65,113.65 (28.86)	59,740.62 (29.21)	-8.25	58,407.33 (28.06)	-2.23
จังหวัด ยโสธร (สัดส่วน ร้อยละ)	26,930.99 (11.94)	24,204.31 (11.83)	-10.12	22,870.36 (10.99)	-5.51
จังหวัด อำนาจเจริญ (สัดส่วน ร้อยละ)	16,339.26 (7.24)	14,520.60 (7.1)	-11.13	14,283.73 (6.86)	-1.63
ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่	225,600.17	204,516.02	-9.35	208,182.60	1.79

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 14

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 ดังนี้

ตารางที่ 3.14-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)</u> ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ มีกรอบและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดทำแผนพัฒนาอื่นๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านการผลิต บริการ การค้า การลงทุน และการพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน + สร้างการพัฒนาของเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืน รวมถึงสร้างความเจริญแก่ทุกภาคส่วนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ** - เป้าหมายภาคอิสาน พัฒนาเพื่อการหลุดพ้นจากความยากจนสู่เป้าหมายการพึ่งพาตนเอง (อิสานพึ่งตนเอง) แนวทาง: - เกษตรอินทรีย์, อาหารปลอดภัย - อุตสาหกรรมแปรรูป - ยกระดับการท่องเที่ยว - เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำ - ฟื้นฟูป่าพื้นที่ต้นน้ำ	+ สร้างห่วงโซ่คุณค่าของภาคการเกษตรเพื่อสร้างรายได้ให้แก่พื้นที่อย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการต่อยอดสิ่งที่มีศักยภาพอยู่แล้วในแต่ละพื้นที่ + สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตขั้นปฐมภูมิ จากการวิจัย การประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม + มีการยกระดับการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ + การฟื้นฟูป่าต้นน้ำแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่จะสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยว - การระบุสินค้าเกษตรยังไม่มีอะไรใหม่ ยังไม่มีการระบุเฉพาะเจาะจง และไม่มีกลยุทธ์การบริหารห่วงโซ่อุปทาน ทำให้ไม่เกิดพลังของการมุ่งเน้นอย่างแท้จริง
<u>ด้านเกษตรกรรม</u> ● **สินค้าเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)** - มันสำปะหลัง ข้าว โค กระบือ ปอ ข้าวโพด ● **ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันการเกษตร + มีประสิทธิภาพของผลผลิตจากการเกษตรกรรมเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าภาคการเกษตรเพิ่มสูงขึ้น + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภาคการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม - ปัจจัยการผลิตของสินค้าเกษตรเป้าหมายมีราคาสูงขึ้น ในขณะที่ราคาสินค้าเกษตรมีราคาค่อนข้างคงที่
<u>ด้านอุตสาหกรรม</u> ● **ศักยภาพอุตสาหกรรม (กระทรวงอุตสาหกรรม)** – แปรรูปข้าว (หอมมะลิและไรซ์เบอร์รี่) แปรรูปพืชผัก สมุนไพร ออแกนิกซ์ ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งเกิดการเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่มูลค่าทั้งในและต่างประเทศ + ยกระดับผลิตภาพ มาตรฐานและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

นโยบาย	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
	+ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ทั้งในแง่คุณภาพ และปริมาณ ตลอดจนองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย - ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงจากผลกระทบของการประกอบอุตสาหกรรม
<u>ด้านการท่องเที่ยว</u> **เป้าหมาย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) –**เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้: การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานร่วมสมัย เชื่อมโยง สปป.ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ● **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2**	+ สร้างพื้นที่ท่องเที่ยวอารยธรรมอิสานใต้ที่ใกล้ชิดกับอารยธรรมขอม รวมถึงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยว - ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรมได้รับความเสียหายจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม
<u>ด้านการพัฒนาเมือง และโครงสร้างพื้นฐาน</u> ● **ทิศทางการพัฒนาเมือง -**พัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองศูนย์กลางของจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่สำหรับคนทุกกลุ่มในสังคม ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง 2558 – 2565** การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง เช่น สายชุมทางถนนจิระ-อุบลราชธานี การเพิ่มขีดความสามารถทางหลวงเชื่อมโยงฐานการผลิตของประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน	+ สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาเมืองศูนย์กลางให้น่าอยู่ ทั้งระบบสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการที่ดี + การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมขนส่ง ทำให้การขนส่งสินค้าและการเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ + กระจายความเจริญ สังคมเมือง และกิจกรรมทางเศรษฐกิจยกระดับความกินดีอยู่ดีของประชาชนในพื้นที่ - ปัญหาการลักลอบเข้าเมืองของแรงงานต่างด้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีความเสี่ยงทั้งในเชิงความมั่นคง สาธารณสุข ตลอดจนการแย่งงานคนในพื้นที่ - การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมจะทำลายพื้นที่ป่าและสภาพแวดล้อม
<u>ด้านการค้า / เขตเศรษฐกิจพิเศษ / การค้าชายแดน</u> ● **ตำแหน่งยุทธศาสตร์การค้า กระทรวง.พาณิชย์)** – ศูนย์กลางข้าวหอมมะลิโลก และประตูสู่อาเซียนตะวันออก	+ ต่อยอดให้เกิดการพัฒนาพันธุ์ข้าวหอมมะลิ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปข้าว + เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคการผลิตและกระจายสินค้าทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ - เกิดการลักลอบนำเข้า และส่งออกสินค้าผิดกฎหมาย รวมถึงสินค้าหลบเลี่ยงภาษี ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ
<u>แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด</u> ● **วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด** อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและเกษตรอินทรีย์เพิ่มมูลค่า การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การค้าชายแดนได้มาตรฐานสากล	+ กลุ่มจังหวัดมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งภาคการค้าและภาคการท่องเที่ยว โดยภาคเกษตรต้องมีการต่อยอดด้วยอุตสาหกรรมแปรรูป

นโยบาย	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
● **จุดเน้นยุทธศาสตร์ (Positioning)** 1. อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและเกษตรอินทรีย์เพิ่มมูลค่า (ข้าวหอมมะลิ พืชเศรษฐกิจ ปศุสัตว์และประมง เกษตรอินทรีย์) 2. การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (วัฒนธรรม ธรรมชาติ อารยธรรมขอม เชิงอนุรักษ์) 3. การค้าชายแดนได้มาตรฐานสากล ● **ประเด็นยุทธศาสตร์** 1. การเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิ พืชเศรษฐกิจ ปศุสัตว์และประมง ด้วยอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ 2. การขยายฐานตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ 3. สนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อเชื่อมโยงธุรกิจการค้าการลงทุนสู่สากล	+ สร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การผลิต แปรรูป การตลาด และการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ + ประชาชนและบุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

3.4.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้ว พื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) ด้วยจึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่า การวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ของกระทรวงมหาดไทย เข้ามาใช้และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.14-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 14

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	46.84	ร้อยละ	6
คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	99.07	ร้อยละ	3
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไปมีอาชีพและมีรายได้	98.75	ร้อยละ	3
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	17.92	ร้อยละ	8
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	33.00	ร้อยละ	4
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	611	กก.ต่อไร่	17

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	-0.97	ร้อยละ	12
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	0.36	ร้อยละ	17
จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP	10	แห่ง	15
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	14.48	ร้อยละ	16
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ)*	2.53	ร้อยละ	9
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	405.77	ร้อยละ	16
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	99.13	ร้อยละ	4
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	-2.86	ร้อยละ	13
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	46.85	ร้อยละ	15
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	13.37	ร้อยละ	4
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	3.61	ร้อยละ	7
อัตราเงินเฟ้อ*	-0.83	ร้อยละ	7
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	24,853.40	บาท / คน / ปี	15
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	26.38	ร้อยละ	6
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	4.67	ร้อยละ	3
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	453,092.90	พันลิตร	15
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	197,797.67	พันลิตร	13
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	2,178.72	กิโลวัตต์ / ชั่วโมง / ราย	2

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.14-6: การจักตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 - 4
Quartile 2	ดี	5 - 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 - 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดยโสธร และจังหวัดอำนาจเจริญ ได้ดังนี้

1) สถานการณ์ทางด้านแรงงานในกลุ่มจังหวัดค่อนข้างดีมาก [คนอายุ15-60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (3)] โดยมีประชากรกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุที่สูงกว่าประชากรในวัยทำงานมาก [คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (3), อัตราพึ่งพิง (6)]
2) ในภาพรวมเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวในระดับปานกลาง [อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด(7)] โดยมีตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักเป็นภาคอุตสาหกรรมการเกษตร และภาคอุตสาหกรรมมีภาคโลจิสติกส์เป็นตัวขับเคลื่อนสนับสนุน [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม(4), สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม(4), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้าและ การคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์(3)]
3) ภาคการเกษตรของกลุ่มจังหวัด ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (8)] เมื่อพิจารณาประกอบกับความต่อเนื่องกับภาคอุตสาหกรรมการเกษตร แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของกลุ่มได้ดีมาก อย่างไรก็ตามยังคงมีปัญหาในเรื่องของการพัฒนาผลผลิต[สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (4), ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่ (17), อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย (12)]
4) หากพิจารณาร่วมกับตัวชี้วัดทางด้านผลิตภาพแรงงาน อาจกล่าวได้ว่าแรงงานกลุ่มนี้ ต้องการการพัฒนาศักยภาพทางด้านการเกษตรเป็นอย่างมาก [ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (15), ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่ (17)]

3.4.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 14

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (External Factors)และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้นจึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวม โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 สภาพพื้นดินและภูมิอากาศเหมาะสมกับการทำเกษตร สามารถปลูกพืชได้หลากหลาย เช่น ข้าวหอมมะลิ ยางพารา มันสำปะหลัง หอมแดงกระเทียม พริก อ้อย ผลไม้ ฯลฯ

S2 มีผลผลิตด้านการเกษตรหลากหลาย มีศักยภาพที่จะแปรรูปเป็นสินค้าเกษตรเพิ่มมูลค่า เช่น ข้าวหอม หอมแดง กระเทียม ยางพารา มันสำปะหลัง พริกฯลฯ

S3 เป็นพื้นที่ลุ่มมีแหล่งน้ำธรรมชาติสายสำคัญไหลผ่าน ได้แก่ แม่น้ำชี แม่น้ำมูล และแม่น้ำโขง เป็นพื้นที่ที่สามารถปลูกข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี

S4 วิถีการผลิตของชุมชนด้านการเกษตรเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมชุมชน

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 เกษตรเข้าไม่ถึงข้อมูลการตลาด ไม่มีความรู้ด้านการตลาด และการบริการจัดการผลผลิต

W2 ขาดความรู้ ขาดเทคโนโลยีที่เหมาะสม และการสนับสนุนด้านการแปรรูปผลผลิตทางทางการเกษตร

W3 การพัฒนาแหล่งน้ำไม่ครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูก เช่น พื้นที่ชลประทานมีน้อย ไม่ครอบคลุม

W4 หน่วยงานภาครัฐทุกระดับขาดการบูรณาการการทำงานสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง

W5 ทิศทางการพัฒนาด้านการเกษตรของแต่ละจังหวัดไม่เชื่อมโยงกัน พัฒนาในลักษณะการแข่งขันกัน โดยเฉพาะเรื่องข้าวหอมมะลิ

โอกาส (Opportunities)

O1 ตลาดท่องเที่ยวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

O2 ความร่วมมือประชาคมอาเซียน และกรอบความร่วมมืออื่นๆ สนับสนุนให้เกิดพลังการพัฒนาเชื่อมโยงในด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การเกษตร และประมง

O3 กระแสผู้บริโภคตระหนักถึงความปลอดภัยด้านอาหาร สุขภาพและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ความต้องการของตลาดผู้บริโภคอาหารอินทรีย์มีแนวโน้มสูงขึ้น และนโยบายของรัฐให้ความสำคัญส่งเสริมเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์

O4 สังคมไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพจึงเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

T1 การหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

T2 การเพิ่มขึ้นของแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมายและผู้ลักลอบเข้าเมือง แม้ว่าจะช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานได้บางส่วน แต่ส่งผลกระทบต่อการบริการสาธารณะด้านความปลอดภัยและการใช้บริการสาธารณูปโภคของประชาชนในพื้นที่ และแนวโน้มการเกิดปัญหาสังคมตามมา เช่น ปัญหาการค้ามนุษย์ ปัญหาด้านความมั่นคง ปัญหายาเสพติด และปัญหาด้านสาธารณสุข เป็นต้น

T3 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุยังส่งผลกระทบต่อแรงงานในภาคการผลิตของภาค โดยเฉพาะภาคการเกษตรที่ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานเป็นฐานเดิมอยู่แล้ว

T4 ปัจจัยการผลิตสินค้าการเกษตรสูง ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตของเกษตรกร

T5 ราคาสินค้าเกษตรไม่แน่นอน ไม่สามารถควบคุมได้

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 14 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัด และสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของพื้นที่กลุ่ม 14 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 14 ดังนี้

3.4.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดอุบลราชธานี

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอุบลราชธานี

จังหวัดอุบลราชธานีถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ที่เปรียบเสมือนเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

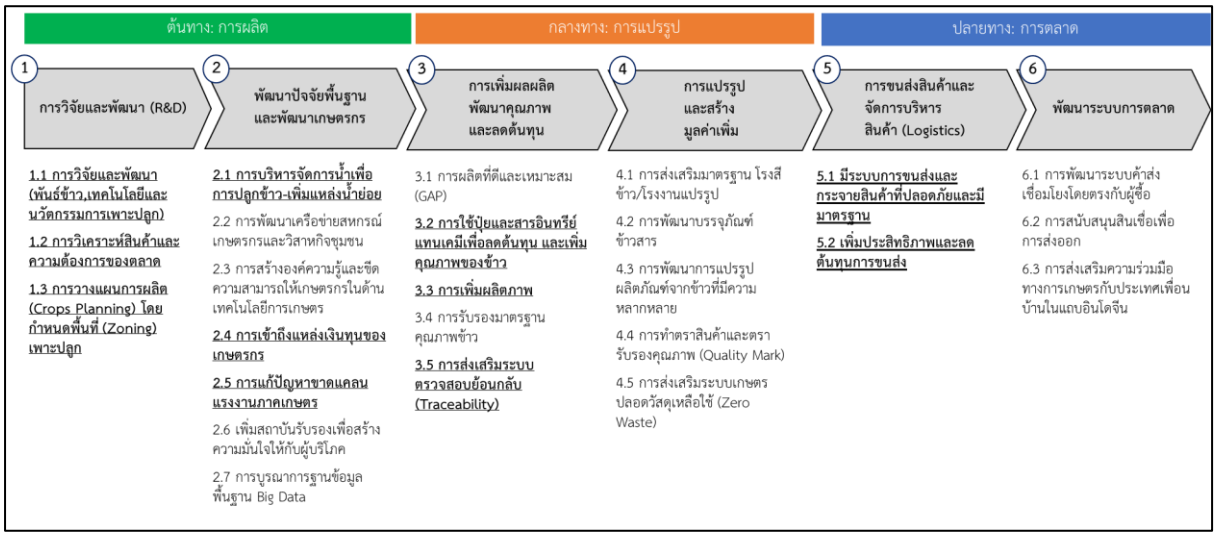
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	- จังหวัดอุบลราชธานีมีพื้นที่ปลูกข้าวมากกว่า 4.16 ล้านไร่ในปี 2559 พื้นที่เก็บเกี่ยว 4.14 ล้านไร่ - GPP ภาคเกษตรยังคงมีสัดส่วนสำคัญต่อจังหวัด (มากกว่าร้อยละ 20)
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	- มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและภูมิประเทศที่โดดเด่น - มีการคมนาคมที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทาง ทางบกมีทั้งถนนและรถไฟ ทางอากาศมีสนามบิน - มีพรมแดนติดต่อกับเพื่อนบ้าน สามารถพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิอินทรีย์

ภายใต้ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้นและผลจากการอภิปราย ในส่วนของจังหวัดอุบลราชธานีได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ของจังหวัดอุบลราชธานี



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร	2.2 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน 2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร 2.6 เพิ่มสถาบันรับรองเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค 2.7 การบูรณาการฐานข้อมูลพื้นฐาน Big Data
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.4 การรับรองมาตรฐานคุณภาพข้าว
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งออก 6.3 การส่งเสริมความร่วมมือทางการเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้านในแถบอินโดจีน

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

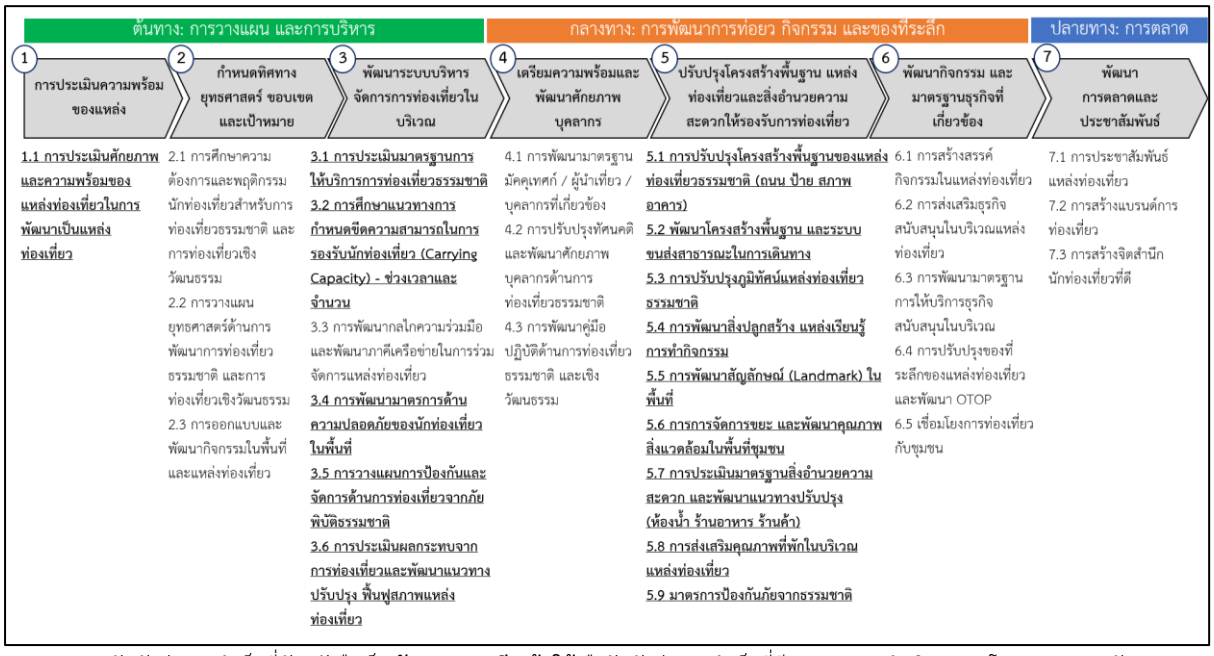
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.6/3.4	การพัฒนาสถาบันรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์	เพิ่มสถาบันรับรอง เพื่อรับรองคุณภาพของสินค้าและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และอาจต่อยอดโดยการส่งออกไปยังต่างประเทศ	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี
2.7	การบูรณาการฐานข้อมูล (Big Data) ข้าวอินทรีย์	การบูรณาการฐานข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับข้าวและการเกษตรแบบอินทรีย์	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี
2.3 /3.1 /3.3 /4.1 /4.2 /4.3 /4.4 / 4.5	โครงการโรงงานจำลอง (Pilot Plant) ในอุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) โรงงานต้นแบบในการแปรรูป ในจังหวัดอุบลราชธานี	การวิจัยและพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวให้มีความหลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานการผลิตและโรงงานแปรรูป พร้อมทั้งให้ความรู้แก่เกษตรกรเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุบลราชธานี
2.2, 6.1, 6.2, 6.3	พัฒนาระบบการค้าดิจิทัลและเชื่อมโยงเครือข่ายของกลุ่มจังหฎัด ภายใต้แบรนด์ “Love Farmer”	ส่งเสริม Digital Market และประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างแบรนด์ “Love Farmer” ซึ่งเป็นแบรนด์ของกลุ่มจังหวัด โดยเน้นการค้าส่งเป็นหลัก และต่อยอดไปยังการเจาะกลุ่มผู้ซื้อรายย่อยด้วย	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี

[1] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การประเมินความพร้อมของแหล่ง 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในบริเวณ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ผู้เข้าร่วมประชุมจากจังหวัดอุบลราชธานีได้ระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และ เป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.3 การออกแบบและพัฒนากิจกรรมในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยว
3. พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 4.2 การปรับปรุงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ 4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ และเชิงวัฒนธรรม
6. พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 6.3 การพัฒนามาตรฐานการให้บริการธุรกิจสนับสนุนในบริเวณ 6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนา OTOP 6.5 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชน
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.1, 2.2, 2.3, 3.3, 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.5	โครงการส่งเสริมความร่วมมือชุมชน	ดูแลสภาพพื้นที่และสภาพสิ่งแวดล้อมให้สะท้อนการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม	สำนักงานพัฒนาชุมชน
4.1, 4.2	พัฒนาทักษะการใช้ภาษาของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว	พัฒนาความรู้ของบุคลากรที่มีหน้าที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	สำนักงานแรงงานจังหวัด
4.3, 7.1, 7.2, 7.3	พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์ OTOP และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี	ทำ Website หรือสื่อดิจิทัล และโฆษณาสินค้า OTOP และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

[2] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ของจังหวัดอุบลราชธานี

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ในส่วนของจังหวัดอุบลราชธานีได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัดจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดอุบลราชธานีมีพื้นที่ปลูกข้าวมากกว่า 4.16 ล้านไร่ในปี 2559 พื้นที่เก็บเกี่ยว 4.14 ล้านไร่
- GPP ภาคเกษตรยังคงมีสัดส่วนสำคัญต่อจังหวัด (มากกว่าร้อยละ 20)

ตารางที่ 3.14-7: แสดงเนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตของข้าวนาปีจังหวัดอุบลราชธานีระหว่าง พ.ศ.2555-2559

ปี	เนื้อที่เพาะปลูก (ไร่)	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)
2559	4,168,797	4,144,464	1,500,295
2558	4,018,893	3,876,135	1,337,266
2557	4,118,878	4,075,374	1,434,179
2556	4,261,907	3,866,495	1,380,421
2555	4,245,711	4,036,496	1,445,101

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี พ.ศ. 2559

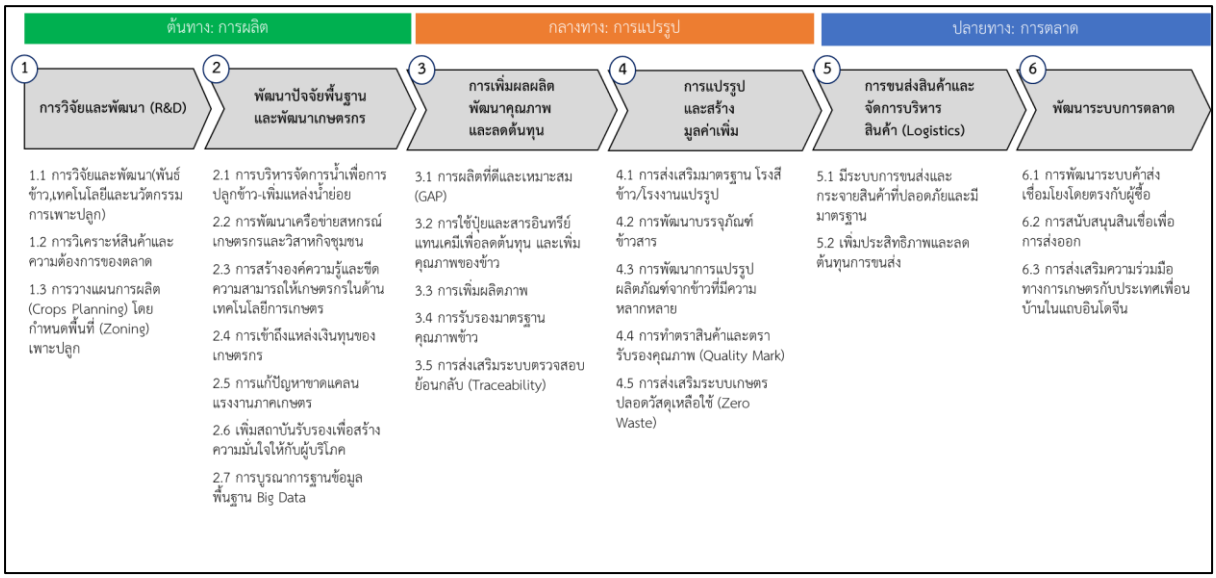
2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัดที่เลือกมาเพื่อการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ผลิตภัณฑ์แรก ได้แก่การข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.14-1: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์จังหวัดอุบลราชธานี



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว จะทำให้เห็นภาพถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการให้สำเร็จเพื่อขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าว โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดอุบลราชธานี ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงานและมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-8: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1, 1.2, 2.1	ศูนย์วิจัยเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์	ศูนย์วิจัยพันธุ์ข้าวและเมล็ดพันธุ์ (กรมการข้าว)	วิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวรวมทั้งความต้องการของตลาด โดยมีการบูรณาการเข้ากับชุมชน
1.3, 3.2, 3.5	โครงการวิจัยเพื่อวางแผนการผลิตและกำหนดพื้นที่การเพาะปลูกแบบอินทรีย์	ศูนย์วิจัยพันธุ์ข้าวและเมล็ดพันธุ์ (กรมการข้าว)	วิจัยเพื่อกำหนดแนวทางในการผลิต หาพื้นที่ที่เหมาะสมในการเพาะปลูก มีระบบน้ำและระบบกันชนที่เอื้ออำนวย
2.4, 2.5	โครงการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร	ธ.ก.ส.	การให้ความช่วยเหลือทางการเงินตามมาตรการจากภาครัฐ ซึ่งบริหารผ่าน ธกส.
5.1, 5.2	โครงการตลาดกลางเพื่อการซื้อขายข้าวปลอดภัยและการพัฒนาข้อมูลทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายข้าวอินทรีย์	กระทรวงพาณิชย์	เป็นแหล่งข้อมูลการตลาดและราคากลางที่สามารถเชื่องโยงการซื้อขาย ระหว่างผู้ขาย (เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ โรงสี) กับผู้ซื้อ (โรงงานแปรรูป ผู้ค้า ผู้ส่งออก ตลอดจนผู้นำเข้าในต่างประเทศ)

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

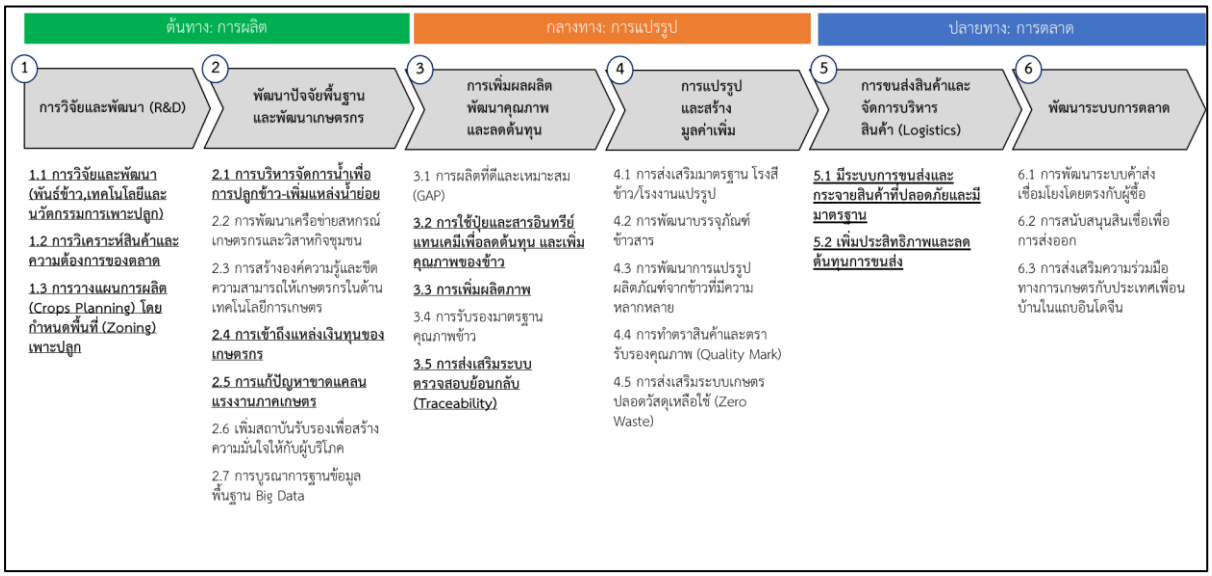
ตารางที่ 3.14-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร	2.2 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน 2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร 2.6 เพิ่มสถาบันรับรองเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค 2.7 การบูรณาการฐานข้อมูลพื้นฐาน Big Data

[3]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.4 การรับรองมาตรฐานคุณภาพข้าว
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งออก 6.3 การส่งเสริมความร่วมมือทางการเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้านในแถบอินโดจีน

แผนภาพที่ 3.14-2: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ จังหวัดอุบลราชธานี



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอุบลราชธานี

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ ได้หมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.14-10: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.6/3.4	การพัฒนาสถาบันรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์	เพิ่มสถาบันรับรอง เพื่อรับรองคุณภาพของสินค้าและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และอาจต่อยอดโดยการส่งออกไปยังต่างประเทศ	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี
2.7	การบูรณาการฐานข้อมูล (Big Data) ข้าวอินทรีย์	การบูรณาการฐานข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับข้าวและการเกษตรแบบอินทรีย์	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี
2.3 /3.1 /3.3 /4.1 /4.2 /4.3 /4.4 / 4.5	โครงการโรงงานจำลอง (Pilot Plant) ในอุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) โรงงานต้นแบบในการแปรรูป ในจังหวัดอุบลราชธานี	การวิจัยและพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวให้มีความหลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานการผลิตและโรงงานแปรรูป พร้อมทั้งให้ความรู้แก่เกษตรกรเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุบลราชธานี
2.2, 6.1, 6.2, 6.3	พัฒนาระบบการค้าดิจิทัลและเชื่อมโยงเครือข่ายของกลุ่มจังหวัด ภายใต้แบรนด์ “Love Farmer”	ส่งเสริม Digital Market และประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างแบรนด์ “Love Farmer” ซึ่งเป็นแบรนด์ของกลุ่มจังหวัด โดยเน้นการค้าส่งเป็นหลัก และต่อยอดไปยังการเจาะกลุ่มผู้ซื้อรายย่อยด้วย	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี

[4]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: การพัฒนาสถาบันรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ในปัจจุบันกระแสเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยในอาหารเป็นที่สนใจมากขึ้นในสังคมไทย ทำให้มีสินค้าและผลิตภัณฑ์อินทรีย์เพิ่มขึ้น การรับรองมาตรฐานสินค้าอินทรีย์จึงเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและเพื่อยกระดับสินค้าเพื่อเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ
สรุปแนวคิดโครงการ ทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับของสถาบันรับรองคุณภาพเกษตรอินทรีย์ เพื่อรับรองคุณภาพของสินค้าและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยอาจต่อยอดโดยการผลิตสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของตลาดในต่างประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศได้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • กำหนดมาตรฐานข้าวอินทรีย์ตามหลักสากล • เผยแพร่ข้อกำหนดมาตรฐานข้าวอินทรีย์ให้เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย • สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ “ข้าวหอมมะลิอินทรีย์” ให้มีมาตรฐาน • สื่อสารต่อสาธารณะชน ภาคธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ยอมรับมาตรฐานของสถาบัน • ประสานงานกับองค์กรต่างประเทศเพื่อให้ยอมรับมาตรฐานของสถาบันอย่างเป็นทางการ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี • สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุบลราชธานี
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี
ผลลัพธ์: ทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับของสถาบันรับรองคุณภาพเกษตรอินทรีย์
ผลผลิต: สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและผลิตสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและอาจต่อยอดสู่การส่งออกไปยังต่างประเทศได้
ตัวชี้วัดของโครงการ: สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคข้าวหอมมะลิอินทรีย์ได้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กำหนดมาตรฐานข้าวอินทรีย์ตามหลักสากล					
เผยแพร่ข้อกำหนดมาตรฐานข้าวอินทรีย์ให้เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย					
สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ “ข้าวหอมมะลิอินทรีย์” ให้มีมาตรฐาน					
สื่อสารต่อสาธารณะชน ภาคธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ยอมรับมาตรฐานของสถาบัน					
ประสานงานกับองค์กรต่างประเทศเพื่อให้ยอมรับมาตรฐานของสถาบันอย่างเป็นทางการ					

ชื่อโครงการ: การบูรณาการฐานข้อมูล (Big Data) ข้าวอินทรีย์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การวิเคราะห์ วิจัย เพื่อการวางแผนการผลิตและการตลาดนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการมุ่งสู่ความสำเร็จของการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ การบูรณาการฐานข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยี Big Data จึงเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และวิจัยต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน สร้างจุดแข็งและความได้เปรียบในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ตลอดจนนำองค์กรสู่การพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืนได้

สรุปแนวคิดโครงการ : การบูรณาการฐานข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับข้าวและการเกษตรแบบอินทรีย์ รวมทั้งข้อมูลพื้นฐานอื่น ๆ เพื่อประโยชน์ในการผลิต แปรรูป และการค้าขายข้าวหอมมะลิอินทรีย์

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- รวมรวบข้อมูลพื้นฐานที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการผลิต แปรรูป และการค้าขายข้าวหอมมะลิอินทรีย์
- บูรณาการเป็นฐานข้อมูลกลาง โดยใช้เทคโนโลยี Big Data Analytics เพื่อเป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
- เชื่อมโยงข้อมูล Big Data กับส่วนกลาง
- ให้เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูล Big Data ได้

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรวบรวมข้อมูล
- เชื่อมโยงข้อมูล Big Data กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี

ผลลัพธ์: เพิ่มประสิทธิภาพในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ได้

ผลผลิต: ฐานข้อมูล (Big Data) เพื่อประโยชน์ต่อการผลิต แปรรูป และการค้าขายข้าวหอมมะลิอินทรีย์

ตัวชี้วัดของโครงการ: สามารถสร้างจุดแข็งและความได้เปรียบในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ และนำองค์กรสู่การพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืนได้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
รวมรวบข้อมูลพื้นฐานที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการผลิต แปรรูป และการค้าขายข้าวหอมมะลิอินทรีย์					
บูรณาการเป็นฐานข้อมูลกลาง โดยใช้เทคโนโลยี Big Data Analytics เพื่อเป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง					
เชื่อมโยงข้อมูล Big Data กับส่วนกลาง					
ให้เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูล Big Data ได้					

ชื่อโครงการ: โครงการโรงงานจำลอง (Pilot Plant) ในอุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) โรงงานต้นแบบในการแปรรูปในจังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อเป็นการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ร่วมกับ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จึงมีการจัดตั้งโรงงานนำร่อง (Pilot Plant) ในอุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) ระหว่างเพื่อยกระดับมาตรฐาน SMEs ในพื้นที่อย่างครบวงจร เพื่อแก้ไขปัญหาข้อจำกัดด้านการลงทุนของ SMEs และส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ SMEs ในพื้นที่

สรุปแนวคิดโครงการ

การสร้างโรงงานจำลองเพื่อยกระดับมาตรฐาน SMEs ในพื้นที่โดยเฉพาะในส่วนของ การวิจัยและพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวให้มีความหลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานการผลิตและโรงงานแปรรูป พร้อมทั้งให้ความรู้แก่เกษตรกรเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- สร้างโรงงานจำลองให้เป็น Pilot Plant ที่ครบวงจร ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ให้บริการครอบคลุมพื้นที่กลุ่มจังหวัด
- ประสานงานกับหน่วยงานวิชาการ เช่น มหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งรัฐและเอกชน เพื่อการวิจัยพัฒนาเพิ่มมูลค่าการแปรรูป
- เผยแพร่องค์ความรู้ของโรงงานจำลอง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)
- มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุบลราชธานี
- หน่วยงานอื่นๆ ได้แก่ สอจ.อุบลฯ ศภ.7 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด หอการค้า สภาอุตสาหกรม สมาพันธ์ SME และ สสว.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผลลัพธ์:

ยกระดับมาตรฐาน SMEs ในพื้นที่อย่างครบวงจร

ผลผลิต:

โรงงานจำลอง (Pilot Plant) ในอุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park)

ตัวชี้วัดของโครงการ:

ยกระดับมาตรฐาน การวิจัยและพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว และมีมาตรฐานในการผลิต

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
สร้างโรงงานจำลองให้เป็น Pilot Plant ที่ครบวงจร ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ให้บริการครอบคลุมพื้นที่กลุ่มจังหวัด					
ประสานงานกับหน่วยงานวิชาการ เช่น มหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งรัฐและเอกชน เพื่อการวิจัยพัฒนาเพิ่มมูลค่าการแปรรูป					
เผยแพร่องค์ความรู้ของโรงงานจำลอง					

ชื่อโครงการ: พัฒนาระบบการค้าดิจิทัลและเชื่อมโยงเครือข่ายของกลุ่มจังหวัด ภายใต้แบรนด์ “Love Farmer”
ที่มา / หลักการและเหตุผล: LOVE FARMER เป็นโครงการส่งเสริม Digital Market ในการขายข้าวของกลุ่มจังหวัด อำนาจเจริญ ยโสธร อุบลราชธานี และ ศรีสะเกษ เพื่อพัฒนาการขยายตัวของตลาด ระบบการขนส่ง รวมถึงการแปรรูป เพื่อก่อให้เกิดเครือข่ายการรวมกลุ่มของนักธุรกิจรายย่อย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการทำธุรกิจร่วมกัน รวมทั้งอำนวยความสะดวก รักษาคู่ค้าให้เป็นคู่ค้าระยาวได้อย่างเป็นระบบ โดยนำ ไอที และการค้าออนไลน์เข้ามาสนับสนุน ภายใต้แนวคิด Digital Marketing โดย ภาครัฐนำร่อง ภาคเอกชนร่วมขับเคลื่อน สู่ความยั่งยืน
สรุปแนวคิดโครงการ Love Farmer เป็น Application ที่อำนวยความสะดวกในการขายข้าวเพื่อช่วยเหลือชาวนา ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ได้แก่กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินการโดย สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ ยโสธร อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ร่วมมือกับ ภาคเอกชน โดยผู้ใช้งานสามารถสั่งซื้อข้าวจากชาวนาโดยตรง ผ่านทาง Application
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • พัฒนา Application เพื่อเป็นสื่อกลางในการซื้อขายข้าวอินทรีย์ • สร้างมาตรฐานของผู้ที่จะใช้ระบบการค้าดิจิทัลให้เป็นที่น่าเชื่อถือ • สร้างเครือข่ายการรวมกลุ่มของนักธุรกิจรายย่อยและเกษตรกร เพื่อประโยชน์ในการทำธุรกิจร่วมกัน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ ยโสธร อุบลราชธานี และศรีสะเกษ • บิสคลับอำนาจเจริญ ยโสธร อุบลราชธานี และศรีสะเกษ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: สามารถอำนวยความสะดวกในการขายข้าวแก่ชาวนาในกลุ่มจังหวัด
ผลผลิต: แอพพลิเคชั่น “Love Farmer”
ตัวชี้วัดของโครงการ: เพิ่มยอดขายและสร้างเครือข่ายการรวมกลุ่มของนักธุรกิจ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
พัฒนา Application เพื่อเป็นสื่อกลางในการซื้อขายข้าวอินทรีย์					
สร้างมาตรฐานของผู้ที่จะใช้ระบบการค้าดิจิทัลให้เป็นที่น่าเชื่อถือ					
สร้างเครือข่ายการรวมกลุ่มของนักธุรกิจรายย่อยและเกษตรกร เพื่อประโยชน์ในการทำธุรกิจร่วมกัน					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและภูมิประเทศที่โดดเด่น
- มีการคมนาคมที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทาง ทางบกมีทั้งถนนและรถไฟ ทางอากาศมีสนามบิน
- มีพรมแดนติดต่อกับเพื่อนบ้าน สามารถพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

ตารางที่ 3.14-11: แสดงข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีในปี 2558

ภาพรวมการท่องเที่ยว	
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน ปี 2558	2,666,113 คน (7.63% ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)
ชาวไทย	2,534,102 คน
ชาวต่างชาติ	123,011 คน
รายได้จากการท่องเที่ยว	5,664.72 ล้านบาท (7.63% ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)
จำนวนวันพักเฉลี่ย	2.46 วัน
จำนวนโรงแรม รีสอร์ท และอพาร์ทเมนท์	180 แห่ง 4,993 ห้อง
บริษัทด้านการท่องเที่ยว	51 แห่ง
จำนวนมัคคุเทศก์	266 คน (ทั่วไป 246 คน, เฉพาะพื้นที่ 20 คน)
บริษัทแท็กซี่	13 แห่ง
สายการบิน	5 สายการบิน

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 4 ปี

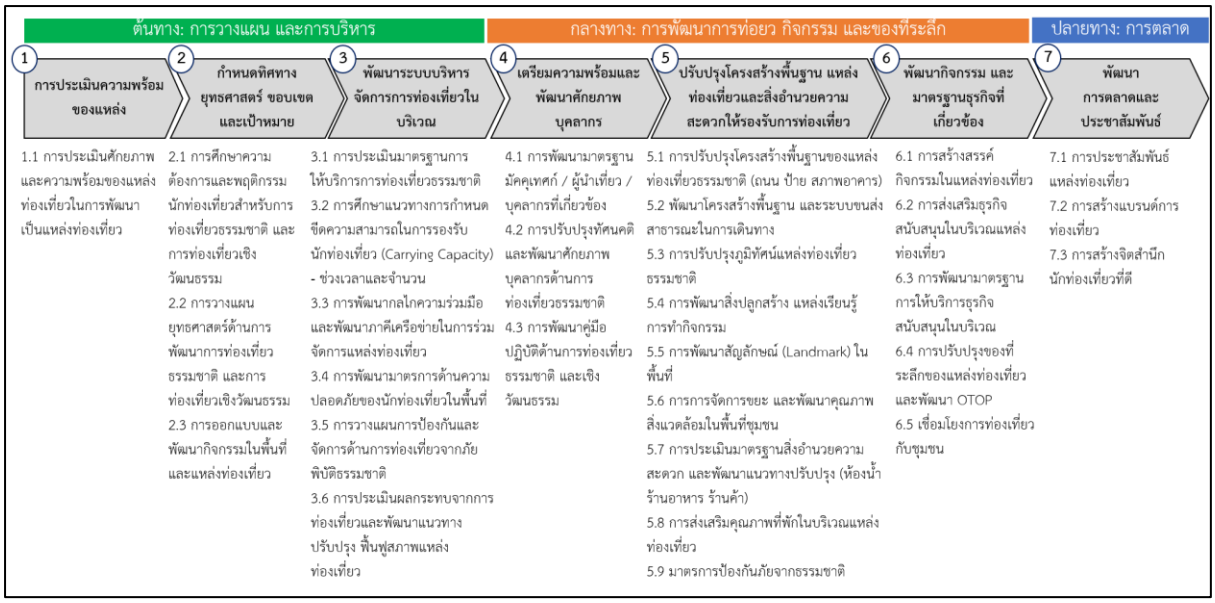
2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัดที่เลือกมาเพื่อการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่สอง ได้แก่การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.14-3: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ของจังหวัดอุบลราชธานี



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ที่เป็นเรื่องของการท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมมาได้แล้ว ก็กล่าวได้ว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ประกอบกับการหารือร่วมกับผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดอุบลราชธานี ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-12: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1/ 3.1/ 3.2/ 3.4/ 3.5/ 3.6/ 5.9	มาตรการดูแลรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักวัฒนธรรมจังหวัด	ประเมินศักยภาพและสรรหาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น พร้อมทั้งดูแลเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว
5.1/ 5.2/ 5.4/ 5.6/ 5.7/ 5.8	โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวและระบบขนส่งสาธารณะ พร้อมทั้งประเมินและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อส่งเสริมคุณภาพและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว
5.3/ 5.5	แผนการท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักวัฒนธรรมจังหวัด	พัฒนารูทท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์และภาพยนตร์

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

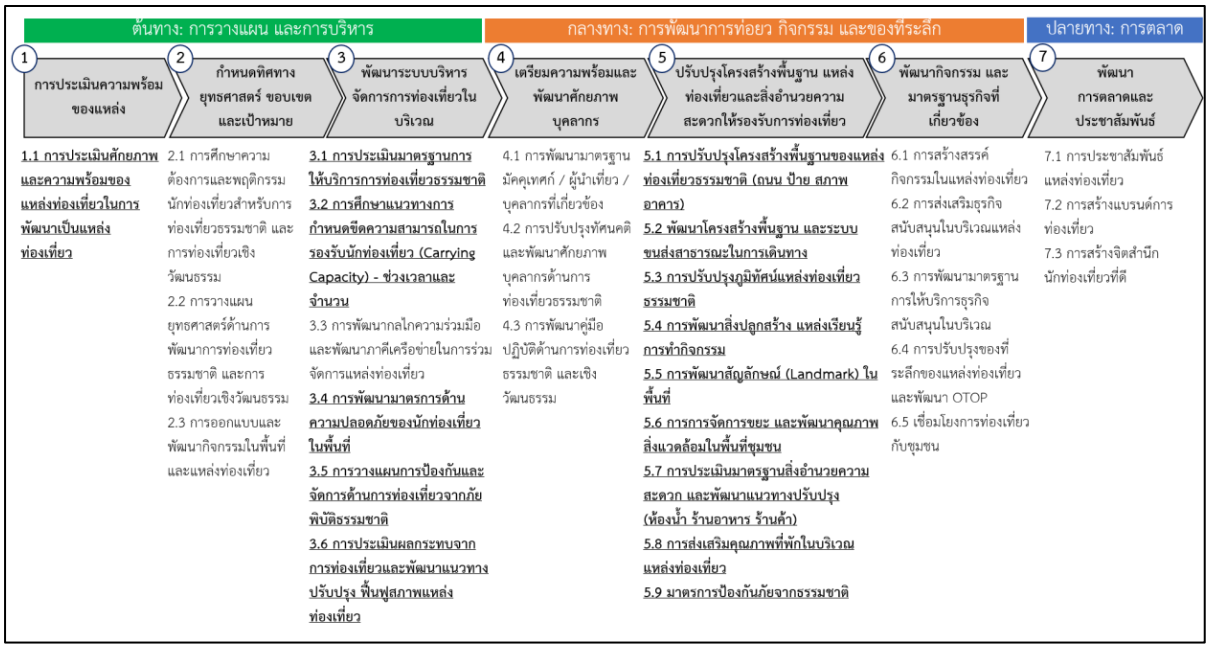
ตารางที่ 3.14-13: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.3 การออกแบบและพัฒนากิจกรรมในพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยว

[5]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3. พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 4.2 การปรับปรุงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ 4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ และเชิงวัฒนธรรม
6. พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 6.3 การพัฒนามาตรฐานการให้บริการธุรกิจสนับสนุนในบริเวณ 6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนา OTOP 6.5 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชน
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

แผนภาพที่ 3.14-4: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ของจังหวัดอุบลราชธานี



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอุบลราชธานี

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.14-14: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.1, 2.2, 2.3, 3.3, 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.5	โครงการส่งเสริมความร่วมมือชุมชน	ดูแลสภาพพื้นที่และสภาพสิ่งแวดล้อมให้สะท้อนการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
4.1, 4.2	พัฒนาทักษะการใช้ภาษาของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว	พัฒนาความรู้ของบุคลากรที่มีหน้าที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	สำนักงานแรงงานจังหวัด
4.3, 7.1, 7.2, 7.3	พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์ OTOP และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี	ทำ Website หรือสื่อดิจิทัล และโฆษณาสินค้า OTOP และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมความร่วมมือชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่ ให้มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน อันเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งสิ่งปลูกสร้างบ้านเรือน เครื่องแต่งกายที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น
สรุปแนวคิดโครงการ ส่งเสริมความร่วมมือในชุมชนเพื่อช่วยกันดูแลสภาพพื้นที่และสภาพสิ่งแวดล้อมให้สะท้อนการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม อันจะเป็นการนำไปสู่การท่องเที่ยวในลักษณะ Home Stay ที่กำลังเป็นที่นิยมได้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • ประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน ให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม • พัฒนาและปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม • ต่อยอดไปสู่ การท่องเที่ยวในลักษณะ Home Stay
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • สำนักงานพัฒนาชุมชน • สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชน
ผลลัพธ์: จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่ม, จำนวนวันเฉลี่ยนักท่องเที่ยวใช้เพิ่ม
ผลผลิต: ชุมชนเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมในชุมชน, มีการปรับเปลี่ยนชุมชนให้เอื้อต่อการท่องเที่ยว
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนชุมชนที่ให้ความร่วมมือ, จำนวนนักท่องเที่ยวแบบ Home Stay

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน ให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม					
พัฒนาและปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
ต่อยอดไปสู่ การท่องเที่ยวในลักษณะ Home Stay					

ชื่อโครงการ: พัฒนาทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดอุบลราชธานี มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและมีชุมชนที่มีวิถีชีวิตเอกลักษณ์เฉพาะ อีกทั้งมีการพัฒนาระบบขนส่งการคมนาคมที่เอื้อประโยชน์ต่อให้นักท่องเที่ยว แต่ยังมีจุดอ่อนในด้านการสื่อสารของเจ้าหน้าที่กับนักท่องเที่ยวเนื่องจากขาดความรู้ด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถด้านการสื่อสารจึงนับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้
สรุปแนวคิดโครงการ : พัฒนาความรู้ของบุคลากรที่มีหน้าที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และประชาชนในพื้นที่ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ • ประสานให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศ ร่วมเป็นวิทยากรในการฝึกอบรม • มีการทดสอบทักษะทางภาษาต่างประเทศของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง • ประสานให้สถาบันการศึกษาสอนทักษะภาษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • สำนักงานแรงงานจังหวัด • สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานแรงงานจังหวัด
ผลลัพธ์: เจ้าหน้าที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่น
ผลผลิต: เจ้าหน้าที่มีศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศมากยิ่งขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: เจ้าหน้าที่สื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นและให้บริการได้อย่างไม่ติดขัด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และประชาชนในพื้นที่ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ					
ประสานให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศ ร่วมเป็นวิทยากรในการฝึกอบรม					
มีการทดสอบทักษะทางภาษาต่างประเทศของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					
ประสานให้สถาบันการศึกษาสอนทักษะภาษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว					

ชื่อโครงการ: พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์ OTOP และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ปัจจุบันการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์เป็นที่นิยมมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวก ต้นทุนต่ำ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย การใช้สื่อดิจิทัลจึงนับว่าเป็นช่องทางที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานีได้
สรุปแนวคิดโครงการ ทำ Website หรือสื่อดิจิทัล เพื่อโฆษณาสินค้า OTOP และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • จัดทำและพัฒนา Website หรือสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว • โฆษณาสินค้า OTOP และประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี • เชื่อมโยงสื่อดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นกับ Social Media อื่นๆ เช่น Facebook Youtube เป็นต้น
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
ผลลัพธ์: นักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีได้ง่ายยิ่งขึ้น
ผลผลิต: Website หรือสื่อดิจิทัล ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี
ตัวชี้วัดของโครงการ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานีเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดทำและพัฒนา Website หรือสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว					
โฆษณาสินค้า OTOP และประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี					
เชื่อมโยงสื่อดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นกับ Social Media อื่นๆ เช่น Facebook Youtube เป็นต้น					

3.4.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดศรีสะเกษ

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดศรีสะเกษ

จังหวัดศรีสะเกษถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ที่เปรียบเสมือนเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	- ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นข้าวหอมมะลิที่มีชื่อเสียงที่สุดของไทย - พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ในเขตจังหวัดศรีสะเกษมีพื้นที่รวม 287,000 ไร่ (คิดเป็น 13.6% ของพื้นที่ทั้งหมด) ครอบคลุมพื้นที่ 2 อำเภอได้แก่ อ.ศิลาลาด และราศีไศล - มีพื้นที่นาแปลงใหญ่กว่า 44,000 ไร่ มีเกษตรกรร่วมโครงการกว่า 3,000 ราย
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	- มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นได้แก่เขาพระวิหารซึ่งอยู่ในเขตแดนประเทศเพื่อนบ้าน แต่การผ่านทางในเขตประเทศไทยสะดวกกว่า รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงซึ่งสะท้อนถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม - มีพรมแดนติดต่อกับเพื่อนบ้าน สามารถพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิอินทรีย์</u>

ภายใต้ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้นและผลจากการอภิปราย ในส่วนของจังหวัดอุบลราชธานีได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ของจังหวัดศรีสะเกษ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.4 วิจัยและพัฒนาการปรับปรุงคุณภาพดิน 1.5 วิจัยและพัฒนาการจัดการโรค
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร	2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร (ยังมีปัญหาในเชิงปฏิบัติ) 2.5 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร และเพิ่มศักยภาพของแรงงานภาคเกษตร 2.6 การพัฒนาป้องกันภัยพิบัติ (อุทกภัยและวาตภัย)
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.2 การใช้ปุ๋ยและสารอินทรีย์ แทนเคมีเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของข้าว 3.3 การเพิ่มผลิตภาพ (นาแปลงใหญ่) 3.6 ส่งเสริมการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้เสริม มีความพออยู่พอกิน
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป ลงไประดับชุมชน 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste) 4.6 ส่งเสริมมาตรฐานโรงปุ๋ยเพื่อสนับสนุนเกษตรอินทรีย์
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 ส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่แปรรูป

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[6]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.4/ 1.5/ 2.3	โครงการศูนย์การเรียนรู้ “ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ศรีสะเกษ”	ศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ บริหารจัดการโดยเกษตรกรต้นแบบ เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเกษตรกร ทั้งด้านคุณภาพดิน และด้านการป้องกันโรคพืช มีแปลงนาสาธิต และสามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดศรีสะเกษ
2.3/ 3.1/ 3.2/ 3.3	โครงการเพิ่มศักยภาพเกษตรกรในการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์	จังหวัดศรีสะเกษมีการผลิตข้าวหอมมะลิเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นการผลิตแบบทั่วไป ไม่ได้เน้นเรื่องมาตรฐานการผลิต ทำให้ราคาผลผลิตต่ำ ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาผลิตเกษตรแบบอินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิต และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น	สนง.เกษตรจังหวัดศรีสะเกษ
2.3/ 2.5/ 2.6	โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มแรงงานภาคเกษตรที่เกี่ยวข้องกับข้าวหอมมะลิ	การพัฒนาคุณภาพชีวิตของแรงงานภาคเกษตรผ่านการยกระดับความรู้ความสามารถของเกษตรกร โดยเฉพาะในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายยุคใหม่ (online) และด้านการทำบัญชีรายรับรายจ่าย รวมทั้งเรื่องการป้องกันภัยพิบัติ	สนง.แรงงานจังหวัดศรีสะเกษ
3.6	โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโค-กระบือเพื่อสร้างรายได้เสริม	การเลี้ยงโค-กระบือสามารถเสริมรายได้ให้กับเกษตรกรหลายทาง ได้แก่ลูกโค-กระบือ และมูลสัตว์ที่สามารถนำมาทำเป็นปุ๋ยอินทรีย์ได้	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด

[6] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

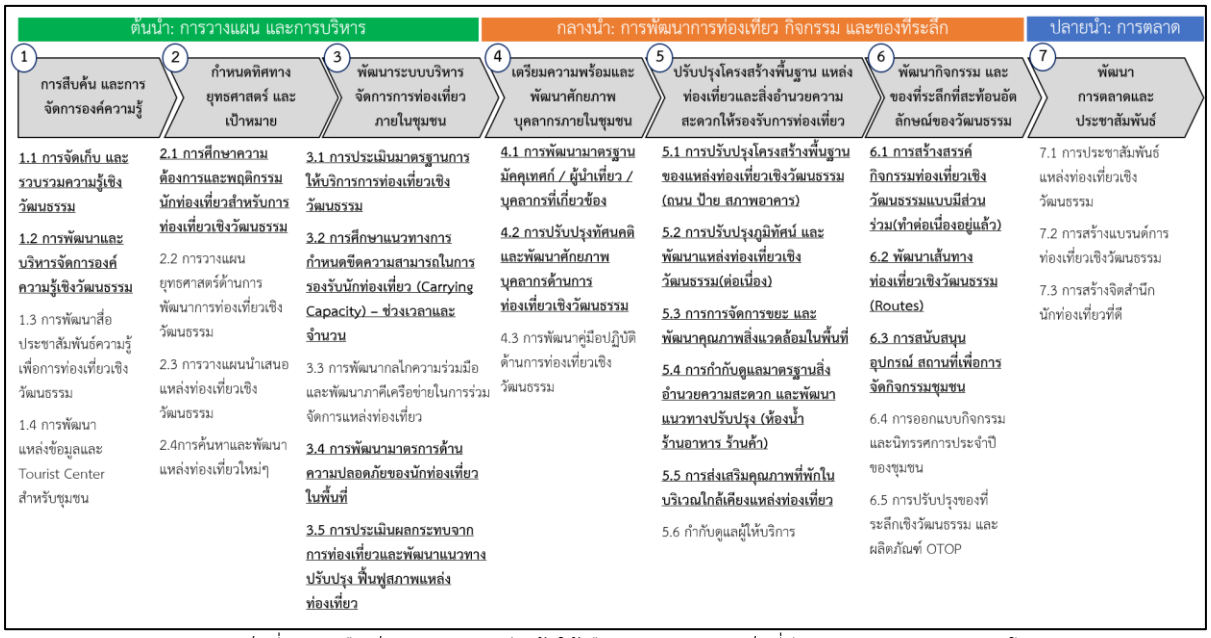
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[6]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
		โดยมีรายจ่ายเพิ่มขึ้นไม่มากแต่รายได้จากผลพลอยได้มีมากกว่า	
3.6	โครงการส่งเสริมการเลี้ยงปลาเศรษฐกิจในแปลงนา	เป็นการส่งเสริมให้ชาวนามีรายได้เสริมเพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเป็นเครื่องมือ ซึ่งช่วยในเรื่องการใช้พื้นที่ให้คุ้มค่า การมีสัตว์น้ำเพื่อการบริโภคและเหลือก็สามารถจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้	สนง.ประมงจังหวัด
3.6	โครงการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่ความพอยู่พอกิน	ผลผลิตภาคการเกษตรมีปัจจัยด้านตลาดและราคาเป็นปัจจัยภายนอกที่ผันผวน จึงควรส่งเสริมปัจจัยภายในของเกษตรกรที่สามารถควบคุมและบริหารจัดการได้ คือการส่งเสริมให้มีการลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของเกษตรกร	สนง.พัฒนาชุมชน
4.1	โครงการยกระดับโรงสีข้าววิสาหกิจชุมชน, กลุ่มชุมชนและโรงสีสหกรณ์การเกษตรสู่มาตรฐานการผลิต	โรงสีข้าวของกลุ่มผู้ผลิตข้าวในระดับชุมชนต่างๆ ขีดความสามารถในการผลิตด้านต้นทุนการผลิต ศักยภาพการผลิต และคุณภาพการผลิต จะด้อยกว่าโรงสีข้าวภาคเอกชนที่มีกิจการขนาดใหญ่ การผลิตไม่มีมาตรฐานทำให้ไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพได้ ส่วนในรายที่มีความสามารถด้านการผลิต เมื่อจะพัฒนาธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ก็ไม่สามารถขยายโรงสีได้ด้วยติดขั้นเรื่องกฎระเบียบและข้อกฎหมายต่างๆ การส่งเสริมให้โรงสีข้าวระดับชุมชนเรียนรู้และยกระดับมาตรฐานอย่างมีทิศทางจะส่งผลดีต่อชุมชน	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดศรีสะเกษ
4.2	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษสู่ตลาดสากล	บรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษมีความหลากหลายและมีมาตรฐานที่แตกต่างกัน ส่งผลถึงมูลค่าจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดทำได้จำกัด รายได้ของเกษตรกรที่เป็นเจ้าของผลผลิตจึงต่ำ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[6]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
		ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษ จะช่วยให้ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษมีเอกลักษณ์ของจังหวัด รวมทั้งผู้บริโภคสามารถทราบคุณภาพจากตราสินค้าย่อย จะเป็นการจูงใจให้เกษตรหันมาผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อให้ได้ราคาที่สูงขึ้น	
4.5/ 4.6	โครงการจัดการวัสดุเหลือใช้จากการผลิตข้าวอินทรีย์	การสนับสนุนเกษตรกรให้สามารถเพิ่มรายได้จากวัสดุเหลือจากการทำนาได้แก่ฟางข้าว สามารถนำมาอัดเป็นก้อน หรือนำไปทำปุ๋ย มีตลาดที่มีความต้องการสม่ำเสมอรับซื้ออยู่ตลอด	สนง.เกษตรจังหวัด สนง.ปศุสัตว์จังหวัด อปท.
6.4	โครงการสื่อสารประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมข้าว	วัฒนธรรมข้าวในจังหวัดศรีสะเกษเริ่มตั้งแต่ก่อนฤดูทำนา ชาวศรีสะเกษมีพิธีกรรมอันเนื่องมาจากความเชื่อเกี่ยวกับบรรพบุรุษและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นวิถีทางวัฒนธรรมที่ยังเป็นอยู่ มีความงดงามและเป็นตัวของตัวเอง สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด เชื่อมโยงไปสู่ “การผลิตข้าวด้วยความรัก ความใส่ใจ ให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน”	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้นและการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ผู้เข้าร่วมประชุมจากจังหวัดศรีสะเกษได้ระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.3 การวางแผนนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.4การค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ
3. พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ และเชิงวัฒนธรรม
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.6 กำกับดูแลผู้ให้บริการ
6. พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.4 การออกแบบกิจกรรม และนิทรรศการประจำปีของชุมชน 6.5 การปรับปรุงของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[7]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.3/ 7.1	จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาและต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เผยแพร่ข้อมูลชุมชนวัฒนธรรม เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างรายได้ให้กับชุมชน	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด ททท.
1.4/ 2.2/ 2.3/ 2.4/ 3.3/ 6.4/ 6.5/ 7.2	การค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนสินค้า OTOP	-การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัด -ค้นหาแหล่งท่องเที่ยว โดยหาจุดเด่นแต่ละที่แล้วพัฒนาสถานที่ให้ใหญ่ขึ้น -แสวงหาความร่วมมือกับเอกชนจัดทำทริปท่องเที่ยวในจังหวัด เช่น กลุ่มนักเรียน ,ผู้สูงอายุ เป็นต้น -จัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
4.3/ 5.6/ 7.1/ 7.3	พัฒนาศักยภาพแรงงานรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	-พัฒนาศักยภาพแรงงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม -แรงงานในภาคบริการ/การท่องเที่ยวมีคุณภาพชีวิตที่ดี -บุคลากรด้านการท่องเที่ยวสามารถประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดได้ -บุคลากรด้านการท่องเที่ยวสามารถโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมีความประพฤติเหมาะสมได้	สนง.แรงงานจังหวัด

[7] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ของจังหวัดศรีสะเกษ

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ในส่วนของจังหวัดศรีสะเกษได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัดจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิอินทรีย์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นข้าวหอมมะลิที่มีชื่อเสียงที่สุดของไทย
- พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ในเขตจังหวัดศรีสะเกษมีพื้นที่รวม 287,000 ไร่ (คิดเป็น 13.6% ของพื้นที่ทั้งหมด) ครอบคลุมพื้นที่ 2 อำเภอได้แก่ อ.ศิลาลาด และราศีไศล
- มีพื้นที่นาแปลงใหญ่กว่า 44,000 ไร่ มีเกษตรกรร่วมโครงการกว่า 3,000 ราย

แผนภาพที่ 3.14-5: แผนที่จังหวัดศรีสะเกษ



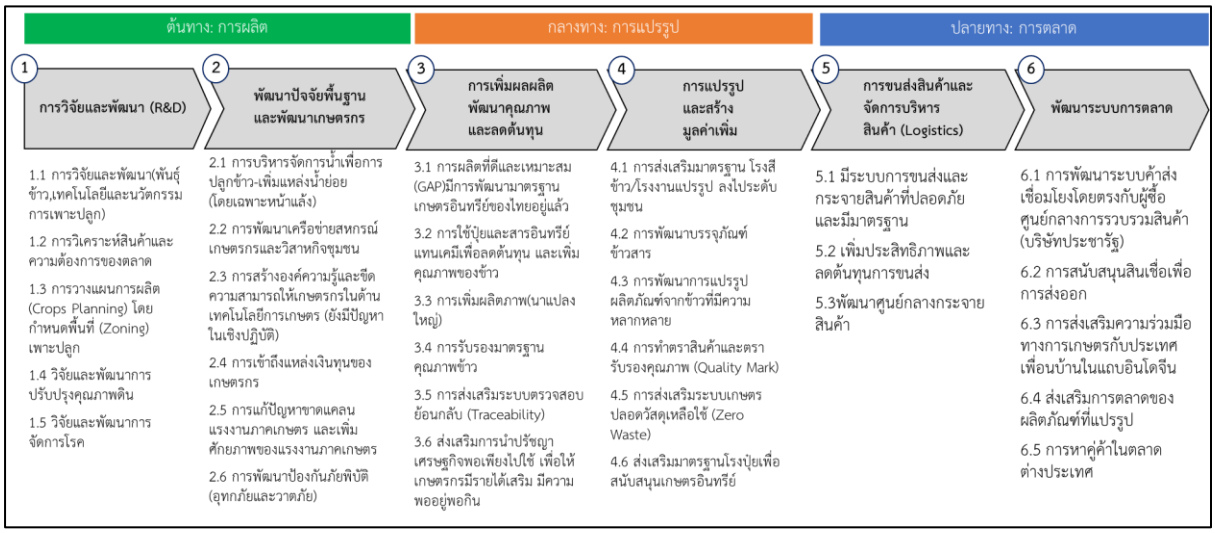
2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับจังหวัดศรีสะเกษ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัดที่เลือกมาเพื่อการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ผลิตภัณฑ์แรก ได้แก่การข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.14-6: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์จังหวัดศรีสะเกษ



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่มาได้แล้ว จะทำให้เห็นภาพถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการให้สำเร็จเพื่อขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าว โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดศรีสะเกษ ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงานและมีโครงการรองรับพร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-15: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[8]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	โครงการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวหอมมะลิ	กรมการข้าว	เป็นโครงการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่เหมาะสมกับพื้นที่ปลูกของจังหวัดศรีสะเกษ
1.1	โครงการวิจัยและพัฒนาพันธุ์	สนง.เกษตรจังหวัดและมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ	เป็นโครงการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่เหมาะสมกับพื้นที่ปลูกของจังหวัดศรีสะเกษ
1.2	โครงการวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด	สนง.พาณิชย์จังหวัด	เป็นโครงการวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาดเพื่อผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด
1.3	โครงการเกษตรผสมผสานโดยการใช้พื้นที่ตามความเหมาะสม	สนง.เกษตรจังหวัดศรีสะเกษ	โครงการเกษตรผสมผสานโดยการใช้พื้นที่ตามความเหมาะสมในการปลูกข้าวและการใช้พื้นที่ไม่มีความเหมาะสมในการปลูกข้าวไปทำเกษตรอื่นๆ เช่น อ้อย

[8] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.2	โครงการการพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ	เป็นโครงการการพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ
2.3	โครงการการสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกร	สนง.เกษตรจังหวัด	เป็นการสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตรของจังหวัดศรีสะเกษ
3.1,3.2,3.3	โครงการการส่งเสริมเกษตรแปลงใหญ่ให้เป็นไปตามมาตรฐาน	สนง.เกษตรจังหวัด	เป็นโครงการการส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าร่วมการทำเกษตรแปลงให้เป็นไปตามมาตรฐาน GAP และมีการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ลดการใช้ปุ๋ยเคมี เพื่อเพิ่มผลผลิตของข้ามหอมมะลิ
3.2	โครงการการส่งเสริมการลดการใช้ปุ๋ยเคมี	สนง.เกษตรจังหวัด	เป็นการผลักดันให้เกษตรกรลดการใช้ปุ๋ยเคมีในการทำการเกษตร
4.3	โครงการผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากข้าวหอมมะลิ	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดศรีสะเกษ	เป็นโครงการการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตร
4.4	โครงการทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)	สนง.พาณิชย์จังหวัด	เป็นโครงการทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตร
4.5	โครงการรณรงค์ไถ่กลบหลังทำนาและส่งเสริมการนำฟางข้าวไปทำเป็นปุ๋ยหมัก		โครงการการส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste) โดยการนำวัสดุเหลือใช้จากการทำนาข้าวเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่วัสดุเหลือใช้
5.1	โครงการศูนย์กระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน	สนง.พาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการส่งเสริมและพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐานของจังหวัดศรีสะเกษ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-16: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.4 วิจัยและพัฒนาการปรับปรุงคุณภาพดิน 1.5 วิจัยและพัฒนาการจัดการโรค
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร	2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร (ยังมีปัญหาในเชิงปฏิบัติ) 2.5 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร และเพิ่มศักยภาพของแรงงานภาคเกษตร 2.6 การพัฒนาป้องกันภัยพิบัติ (อุทกภัยและวาตภัย)
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.2 การใช้ปุ๋ยและสารอินทรีย์ แทนเคมีเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของข้าว 3.3 การเพิ่มผลิตภาพ (นาแปลงใหญ่) 3.6 ส่งเสริมการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้เสริม มีความพออยู่พอกิน
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป ลงไประดับชุมชน 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste) 4.6 ส่งเสริมมาตรฐานโรงปุ๋ยเพื่อสนับสนุนเกษตรอินทรีย์
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 ส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่แปรรูป

แผนภาพที่ 3.14-7: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ จังหวัดศรีสะเกษ



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดศรีสะเกษ

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.14-17: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[9]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4/ 1.5/ 2.3	โครงการศูนย์การเรียนรู้ “ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ศรีสะเกษ”	ศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ บริหารจัดการโดยเกษตรกรต้นแบบ เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเกษตรกร ทั้งด้านคุณภาพดิน และด้านการป้องกันโรคพืช มีแปลงนาสาธิต และสามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดศรีสะเกษ
2.3/ 3.1/ 3.2/ 3.3	โครงการเพิ่มศักยภาพเกษตรกรในการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์	จังหวัดศรีสะเกษมีการผลิตข้าวหอมมะลิเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นการผลิตแบบทั่วไป ไม่ได้เน้นเรื่องมาตรฐานการผลิต ทำให้ราคาผลผลิตต่ำ ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาผลิตเกษตรแบบอินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิต และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น	สนง.เกษตรจังหวัดศรีสะเกษ

[9] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.3/ 2.5/ 2.6	โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มแรงงานภาคเกษตรที่เกี่ยวข้องกับข้าวหอมมะลิ	การพัฒนาคุณภาพชีวิตของแรงงานภาคเกษตรผ่านการยกระดับความรู้ความสามารถของเกษตรกร โดยเฉพาะในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายยุคใหม่ (online) และด้านการทำบัญชีรายรับรายจ่าย รวมทั้งเรื่องการป้องกันภัยพิบัติ	สนง.แรงงานจังหวัดศรีสะเกษ
3.6	โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโค-กระบือเพื่อสร้างรายได้เสริม	การเลี้ยงโค-กระบือสามารถเสริมรายได้ให้กับเกษตรกรหลายทาง ได้แก่ลูกโค-กระบือ และมูลสัตว์ที่สามารถนำมาทำเป็นปุ๋ยอินทรีย์ได้ โดยมีรายจ่ายเพิ่มขึ้นไม่มากแต่รายได้จากผลพลอยได้มีมากกว่า	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
3.6	โครงการส่งเสริมการเลี้ยงปลาเศรษฐกิจในแปลงนา	เป็นการส่งเสริมให้ชาวนามีรายได้เสริมเพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเป็นเครื่องมือ ซึ่งช่วยในเรื่องการใช้พื้นที่ให้คุ้มค่า การมีสัตว์น้ำเพื่อการบริโภค และเหลือก็สามารถจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้	สนง.ประมงจังหวัด
3.6	โครงการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่ความพออยู่พอกิน	ผลผลิตภาคการเกษตรมีปัจจัยด้านตลาดและราคาเป็นปัจจัยภายนอกที่ผันผวน จึงควรส่งเสริมปัจจัยภายในของเกษตรกรที่สามารถควบคุมและบริหารจัดการได้ คือการส่งเสริมให้มีการลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของเกษตรกร	สนง.พัฒนาชุมชน
4.1	โครงการยกระดับโรงสีข้าววิสาหกิจชุมชน, กลุ่มชุมชน และโรงสีสหกรณ์การเกษตร สู่มาตรฐานการผลิต	โรงสีข้าวของกลุ่มผู้ผลิตข้าวในระดับชุมชนต่างๆ ขีดความสามารถในการผลิตด้านต้นทุนการผลิต ศักยภาพการผลิต และคุณภาพการผลิต จะด้อยกว่าโรงสีข้าวภาคเอกชนที่มีกิจการขนาดใหญ่ การผลิตไม่มีมาตรฐานทำให้ไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพได้ ส่วนในรายที่มีความสามารถด้านการผลิต เมื่อจะพัฒนาธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ก็ไม่สามารถขยายโรงสีได้ด้วยติดขั้นเรื่องกฎระเบียบและข้อกฎหมายต่างๆ การส่งเสริมให้โรงสีข้าวระดับชุมชนเรียนรู้และยกระดับมาตรฐานอย่างมีทิศทางจะส่งผลดีต่อชุมชน	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดศรีสะเกษ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
4.2	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษสู่ตลาดสากล	บรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษมีความหลากหลายและมีมาตรฐานที่แตกต่างกัน ส่งผลถึงมูลค่าจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดทำได้จำกัด รายได้ของเกษตรกรที่เป็นเจ้าของผลผลิตจึงต่ำ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษ จะช่วยให้ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษมีเอกลักษณ์ของจังหวัด รวมทั้งผู้บริโภคสามารถทราบคุณภาพจากตราสินค้าย่อย จะเป็นการจูงใจให้เกษตรหันมาผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อให้ได้ราคาที่สูงขึ้น	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ
4.5/ 4.6	โครงการจัดการวัสดุเหลือใช้จากการผลิตข้าวอินทรีย์	การสนับสนุนเกษตรกรให้สามารถเพิ่มรายได้จากวัสดุเหลือจากการทำนาได้แก่ฟางข้าว สามารถนำมาอัดเป็นก้อน หรือนำไปทำปุ๋ย มีตลาดที่มีความต้องการสม่ำเสมอรับซื้ออยู่ตลอด	สนง.เกษตรจังหวัด สนง.ปศุสัตว์จังหวัด / อปท.
6.4	โครงการสื่อสารประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมข้าว	วัฒนธรรมข้าวในจังหวัดศรีสะเกษเริ่มตั้งแต่ก่อนฤดูทำนา ชาวศรีสะเกษมีพิธีกรรมอันเนื่องมาจากความเชื่อเกี่ยวกับบรรพบุรุษและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นวิถีทางวัฒนธรรมที่ยังเป็นอยู่ มีความงดงามและเป็นตัวของตัวเอง สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด เชื่อมโยงไปสู่ “การผลิตข้าวด้วยความรัก ความใส่ใจ ให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน”	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: ศูนย์การเรียนรู้ “ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ศรีสะเกษ”
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ บริหารจัดการโดยเกษตรกรต้นแบบ เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเกษตรกร มีแปลงนาสาธิต และสามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้
สรุปแนวคิดโครงการ ศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ บริหารจัดการโดยเกษตรกรต้นแบบ เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเกษตรกร ทั้งด้านคุณภาพดิน และด้านการป้องกันโรคพืช มีแปลงนาสาธิต และสามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -จัดตั้งศูนย์เรียนรู้ “ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ศรีสะเกษ” -จัดทำแปลงสาธิต -จุดเรียนรู้การทำนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ -ประชาสัมพันธ์จังหวัด -สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: มีศูนย์เรียนรู้ด้านข้าว สามารถให้ความรู้ประเด็นวิชาการเทคโนโลยี รวมถึงการป้องกันและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิอินทรีย์
ผลผลิต: ศูนย์การเรียนรู้ “ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ศรีสะเกษ”
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละของเกษตรกรมีการนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.การประชุมชี้แจงโครงการ	ต.ค.-พ.ย.61	5,000		สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	
2.การประชาสัมพันธ์ คัดเลือกเกษตรกรต้นแบบ	พ.ย.-ธ.ค. 61	20,000			
3.พัฒนาฐานการเรียนรู้	ม.ค.-ก.ย. 62	500,000			
4.สร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้นำ	ม.ค.-ก.ย. 62	20,000			
5.สนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้	ม.ค.-ก.ย. 62	200,000			
6.เผยแพร่และประชาสัมพันธ์	ต.ค.61-ก.ย.62	5,000			
7.การติดตามและประเมินผลโครงการ	ก.ย.-ต.ค.62	10,000			
	รวมงบประมาณ	760,000			

ชื่อโครงการ: เพิ่มศักยภาพเกษตรกรในการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดศรีสะเกษมีการผลิตข้าวหอมมะลิเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นการผลิตแบบทั่วไปไม่ได้เน้นเรื่องมาตรฐานการผลิต ทำให้ราคาผลผลิตต่ำ ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาผลิตเกษตรแบบอินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิต และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

1. จังหวัดศรีสะเกษเป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิที่สำคัญและมีปริมาณผลผลิตไม่น้อยกว่า1.2ล้านตัน/ปี
2. ควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาผลิตข้าวหอมมะลิตามมาตรฐานอินทรีย์เพื่อยกระดับราคาเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม
3. ตระหนักถึงความปลอดภัยของเกษตรกรผู้ผลิตและสุขภาพของผู้บริโภค

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1.ประชุมชี้แจงโครงการ

2.ถ่ายทอดความรู้ตามกระบวนการโรงเรียนเกษตรกร

3.การจัดทำฐานการเรียนรู้

4.การจัดทำแปลงสาธิตการเรียนรู้

5.การสรุปผลการดำเนินโครงการ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง2 (จ.อุบลราชธานี /จ. ศรีสะเกษ/จ.ยโสธร/จ.อำนาจเจริญ) สำนักงานเกษตรอำเภอ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: -ปรับทัศนคติของเกษตรกรในการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์และร่วมผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์
ผลผลิต: -ฝึกอบรมเกษตรกรจำนวน20,400คน -มีฐานเรียนรู้/แปลงสาธิตจำนวน 22 แห่ง
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละของเกษตรกรที่ผ่านการฝึกอบรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1ชี้แจงการดำเนินโครงการ	1ต.ค.60-30ก.ย.62	100,000		สนง.เกษตรจังหวัด	
2ถ่ายทอดความรู้ตามกระบวนการโรงเรียนเกษตร(5วัน)			วิทยากรกระบวนการ	สนง.เกษตรจังหวัด	
2.1สร้างความเข้าใจให้แก่เกษตรกร(1 วัน)		4,488,000			
2.2ถ่ายทอดความรู้ด้านกระบวนการผลิต(3วัน)		10,404,000			
2.3ถ่ายทอดความรู้ด้านแนวการรับรองมาตรฐาน(1วัน)		3,468,000			
3การจัดทำฐานเรียนรู้		1,540,000		สนง.เกษตรอำเภอ	
4การจัดทำแปลงสาธิตการเรียนรู้		66,000		สนง.เกษตรอำเภอ	
5นิเทศ/ติดตาม/สรุปผลการดำเนินโครงการ		600,000		สนง.เกษตรจังหวัด	

ชื่อโครงการ: พัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มแรงงานภาคเกษตรที่เกี่ยวข้องกับข้าวหอมมะลิ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การพัฒนาคุณภาพชีวิตของแรงงานภาคเกษตรผ่านการยกระดับความรู้ความสามารถของเกษตรกร โดยเฉพาะในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายยุคใหม่ (online) และด้านการทำบัญชีรายรับรายจ่าย รวมทั้งเรื่องการป้องกันภัยพิบัติ
สรุปแนวคิดโครงการ ขยายตลาดเพิ่มมูลค่าข้าวของจังหวัดศรีสะเกษ พร้อมให้แรงงานภาคการเกษตรในจังหวัดได้รับสวัสดิการจากภาครัฐที่มีอย่างทั่วถึง เพิ่มผลิตภาพ และป้องกันภัยพิบัติ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้กลุ่มแรงงานภาคการเกษตร(ผู้ผลิต/การจำหน่ายข้าวหอมมะลิ,ข้าวหอมมะลิอินทรีย์)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน -มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ -สำนักงานเกษตรจังหวัด -สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานแรงงานจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: -คุณภาพชีวิตของกลุ่มแรงงานภาคเกษตร -การตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
ผลผลิต: -กลุ่มแรงงานภาคเกษตรที่มีความรู้ในกระบวนการผลิตจนถึงการจำหน่าย -การสื่อสารรูปแบบใหม่ (it/Social) -การตลาด (marketing)/การตลาดออนไลน์
ตัวชี้วัดของโครงการ: -คุณภาพชีวิตของกลุ่มแรงงานภาคเกษตรมีคุณภาพที่ดีขึ้นร้อยละ20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้กลุ่มแรงงานภาคการเกษตร(ผู้ผลิต/การจำหน่ายข้าวหอมมะลิ,ข้าวหอมมะลิอินทรีย์)	ประมาณ 5เดือน		บุคลากร	สำนักงานแรงงาน จ.ศรีสะเกษ	
2.จัดทำ Pacckage					
3.การสื่อสารรูปแบบใหม่(it/Social)					
4.การตลาด(marketing)/การตลาดออนไลน์					
5.บัญชี/การออม/ประกันสังคม					

ชื่อโครงการ: ส่งเสริมการเลี้ยงโค-กระบือเพื่อสร้างรายได้เสริม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การเลี้ยงโค-กระบือสามารถเสริมรายได้ให้กับเกษตรกรหลายทาง ได้แก่ลูกโค-กระบือ และมูลสัตว์ที่สามารถนำมาทำเป็นปุ๋ยอินทรีย์ได้ โดยมีรายจ่ายเพิ่มขึ้นไม่มากแต่รายได้จากผลพลอยได้มีมากกว่า
สรุปแนวคิดโครงการ เกษตรกรมีการพัฒนาปลูกหญ้าเลี้ยงโค-กระบือ เพื่อสร้างรายได้เสริม 1. ทำนา 1ไร่ รายได้หักค่าใช้จ่ายเหลือ ไม่เกิน1,000บาท/ปี 2.เลี้ยงโค1ตัว มีผลผลิต รายได้30,000บาท/ปี -น้ำหนักเพิ่ม200kg =20,000บาท -ขายมูลโคได้มูลค่า=3,000บาท/ตัว/ปี
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1.ส่งเสริมให้เกษตรกรใช้ปุ๋ยอินทรีย์จากมูลโค-กระบือ 2.ส่งเสริมให้มีการปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ โดยเฉพาะหญ้าเนเปียร์ รายละ1ไร่ 3.ให้ความรู้การผลิตปุ๋ยอินทรีย์โดยการใช้ปุ๋ยหมักมูลสัตว์+หญ้า 4.ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเลี้ยงโค-กระบือเพื่อจัดเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเรื่องปุ๋ยอินทรีย์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -สำนักงานพัฒนาที่ดินจังหวัดศรีสะเกษ -สำนักงานสหกรณ์จังหวัดศรีสะเกษ -สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: -เกษตรกรมีความรู้การทำปุ๋ยหมักจากมูลโค-กระบือเพื่อลดต้นทุนในการเกษตร
ผลผลิต: -เกษตรกรที่เลี้ยงโค -เกษตรกรที่ปลูกหญ้าเนเปียร์ -เกษตรกรที่ทำปุ๋ยหมักจากมูลโค-กระบือ
ตัวชี้วัดของโครงการ: -ลดค่าใช้จ่ายเรื่องปุ๋ยเคมี30% -ผลผลิตจากการปลูกข้าวเพิ่ม10%

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.อบรมให้ความรู้เรื่องการเลี้ยงโค-กระบือ	1ต.ค.61 – 30ก.ย.62			สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด	
2.อบรมให้ความรู้วิธีปลูกหญ้าเนเปียร์					
3.คัดเลือกแปลงตัวอย่างที่มีพื้นที่มากกว่า 5ไร่/ โค-กระบือ3 ตัว					
4.อบรมให้ความรู้เรื่องการทำปุ๋ยหมักจากมูลโค-กระบือ					
5. ติดตามและประเมินผลโครงการ					

ชื่อโครงการ: ส่งเสริมการเลี้ยงปลาเศรษฐกิจในแปลงนา
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เป็นการส่งเสริมให้ชาวนามีรายได้เสริมเพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเป็นเครื่องมือ ซึ่งช่วยในเรื่องการใช้พื้นที่ให้คุ้มค่า การมีสัตว์น้ำเพื่อการบริโภค และเหลือก็สามารถจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้
สรุปแนวคิดโครงการ 1.เป็นการนำวัสดุเหลือใช้ทางเกษตรต่างๆมาใช้เป็นอาหารสัตว์น้ำ เช่นการใช้ฟางข้าวหรือหญ้าเลี้ยงสัตว์มาเป็นอาหารให้ปลานั้นเอง 2.การนำผลผลิตสัตว์น้ำมาแปรรูปเพิ่มมูลค่า 3.สินค้าที่แปรรูปมีความปลอดภัย ปลอดสารเคมี
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1.การฝึกอบรมให้ความรู้ในการเลี้ยงปลากินพืช (ปลานิล ,ปลาตะเพียน ,ปลาจีน) 2.การฝึกอบรมกลุ่มแม่บ้านในการแปรรูปผลผลิตปละสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ -ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงจังหวัดศรีสะเกษ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานประมงจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: -เกษตรกรในโครงการมีความรู้ในการผลิตสัตว์น้ำ (ปลากินพืช) ที่เป็นปลาปลอดภัย ต้นทุนต่ำ บริโภคในครัวเรือนและสามารถจำหน่ายได้
ผลผลิต: -ผลผลิตปลามีจำนวนมากขึ้น -เป็นอาหารที่ปลอดภัย
ตัวชี้วัดของโครงการ: -เกษตรกรได้รับความรู้จากการอบรมเพิ่มมากขึ้น -จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน1แห่ง แปรรูปสัตว์น้ำ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.รับสมัครเกษตรกรเข้าร่วมโครงการและฝึกอบรมการเลี้ยงปลากินพืชตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจำนวน 200ราย	ต.ค.60-ก.ย.61	800,000		สนง.ประมงจังหวัด ศูนย์วิจัยและพัฒนาสัตว์น้ำ	
2.จัดอบรมกลุ่มแม่บ้านแปรรูปสัตว์น้ำ1 ครั้ง 30ราย	ม.ค.-ก.ย.61	80,000		สนง.ประมงจังหวัด	

ชื่อโครงการ: ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่ความพออยู่พอกิน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ผลผลิตภาคการเกษตรมีปัจจัยด้านตลาดและราคาเป็นปัจจัยภายนอกที่ผันผวน จึงควรส่งเสริมปัจจัยภายในของเกษตรกรที่สามารถควบคุมและบริหารจัดการได้ คือการส่งเสริมให้มีการลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของเกษตรกร
สรุปแนวคิดโครงการ จากแนวคิดการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่ความพออยู่พอกิน มาเป็นแนวทางปฏิบัติในการลดรายจ่าย โดยการจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายในแต่ละวันสรุปยอดเป็นรายเดือนเพื่อนำมาเปรียบเทียบและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อจัดเรียงความสำคัญของรายจ่าย และวางแผนการใช้เงินให้เหมาะสมกับรายได้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1.จัดทำบัญชีครัวเรือนทุกครัวเรือนที่ร่วมโครงการ 2.สรุปเป็นรายสัปดาห์-เดือน-ปี 3.เปรียบเทียบ/วิเคราะห์ เพื่อจัดเรียงความสำคัญของการใช้จ่าย 4.วางแผนการใช้เงินอย่างเหมาะสมกับรายได้ที่มี
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บูรณาการ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: -เกษตรกรสามารถจัดลำดับความสำคัญของการใช้จ่ายได้อย่างเหมาะสม
ผลผลิต: -เกษตรกรสามารถลดรายจ่าย
ตัวชี้วัดของโครงการ: -รายจ่ายของเกษตรกรต่อเดือนลดลง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.รับสมัครครัวเรือนเข้าร่วมโครงการ	1-30ก.ย.60	700,000		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
2.ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการจดบันทึกรายรับ-รายจ่าย	ต.ค.60-ก.ย.61	5,000,000		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
3.สรุปรายรับ-รายจ่าย รายเดือน	ต.ค.60-ก.ย.61			สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
4. เปรียบเทียบ/วิเคราะห์เพื่อจัดเรียงความสำคัญของการใช้จ่าย	ต.ค.61			สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	

ชื่อโครงการ: จัดการวัสดุเหลือใช้จากการผลิตข้าวอินทรีย์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การสนับสนุนเกษตรกรให้สามารถเพิ่มรายได้จากวัสดุเหลือจากการทำนาได้แก่ ฟางข้าว สามารถนำมาอัดเป็นก้อน หรือนำมาทำปุ๋ย มีตลาดที่มีความต้องการสม่ำเสมอรับซื้ออยู่ตลอดเพื่อเป็นการลดมลพิษทางอากาศจากการเผาฟางข้าวที่เหลือจากการทำนา
สรุปแนวคิดโครงการ -ฟางข้าวในทุ่งนาหลังการเก็บเกี่ยวหรือทิ้งไว้รวมกัน ถ้าหากไม่เก็บทิ้งจะทำให้เกิดไฟป่าและมลภาวะอากาศเป็นพิษได้ -สามารถนำมาทำปุ๋ยอินทรีย์ได้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -จัดอบรมการแปรรูปฟางความให้เกิดมูลค่า
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดศรีสะเกษ และ อปท. และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: -แก้ไขปัญหาไฟป่า ไฟวาบทุ่ง -มีแหล่งอาหารสัตว์
ผลผลิต: -การแปรรูปเป็นฟางอัดก้อนเพื่อจำหน่าย -ปุ๋ยอินทรีย์จากฟางข้าว
ตัวชี้วัดของโครงการ: -ฟางอัดก้อนอินทรีย์ 20ก้อน/ไร่ -เกษตรมีรายได้เสริม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดอบรมการแปรรูปฟางความให้เกิดมูลค่า	ม.ค.-ก.พ.	10,000		สนง.เกษตรจังหวัด	

ชื่อโครงการ: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษสู่ตลาดสากล

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

บรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษมีความหลากหลายและมีมาตรฐานที่แตกต่างกัน ส่งผลถึงมูลค่าจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดทำได้จำกัด รายได้ของเกษตรกรที่เป็นเจ้าของผลผลิตจึงต่ำ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษ จะช่วยให้ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษมีเอกลักษณ์ของจังหวัด รวมทั้งผู้บริโภคสามารถทราบคุณภาพจากตราสินค้าย่อย จะเป็นการจูงใจให้เกษตรหันมาผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อให้ได้ราคาที่สูงขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

บรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษยังมีความหลากหลายและไม่มีมาตรฐาน หากมีการพัฒนารูปแบบ-ขนาด-ชนิด ของบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษจะมีมาตรฐานและช่วยเสริมต่อการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์อีกทั้งจะเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ให้ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1.ศึกษาชนิด/ขนาด/ประเภทบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมอินทรีย์ศรีสะเกษ

2.จัดเวทีระดมความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง

3.กำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

4.สร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์

5.ส่งเสริม-ขยายผลการใช้บรรจุภัณฑ์

6.ประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

-สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ

-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดศรีสะเกษ

-สำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ

-มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ

ผลลัพธ์:

-เกิดบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ศรีสะเกษที่เป็นแบรนด์ของจังหวัดศรีสะเกษ

ผลผลิต:

-มีบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด

-มียอดจำหน่ายข้าวอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ:

-มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์อย่างน้อย3ประเภท

-เกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์เพื่อจำหน่ายมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ศึกษาชนิด/ขนาด/ประเภทบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมอินทรีย์ศรีสะเกษ	ต.ค.-ก.ย.61	3,000,000		สำนักงานพัฒนาชุมชน จ.ศรีสะเกษ	
2.จัดเวทีระดมความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง					
3.กำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม					
4.สร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์					
5.ส่งเสริม-ขยายผลการใช้บรรจุภัณฑ์					
6.ประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์ (การใช้-ยอดจำหน่าย)					

ชื่อโครงการ: ยกระดับโรงสีข้าววิสาหกิจชุมชน, กลุ่มชุมชน และโรงสีสหกรณ์การเกษตร สู่มาตรฐานการผลิต

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

โรงสีข้าวของกลุ่มผู้ผลิตข้าวในระดับชุมชนต่างๆ ขีดความสามารถในการผลิตด้านต้นทุนการผลิต ศักยภาพการผลิต และคุณภาพการผลิต จะด้อยกว่าโรงสีข้าวภาคเอกชนที่มีกิจการขนาดใหญ่ การผลิตไม่มีมาตรฐานทำให้ไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพได้ ส่วนในรายที่มีความสามารถด้านการผลิต เมื่อจะพัฒนาธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ก็ไม่สามารถขยายโรงสีได้ด้วยติดขั้นเรื่องกฎระเบียบและข้อกฎหมายต่างๆ การส่งเสริมให้โรงสีข้าวระดับชุมชนเรียนรู้และยกระดับมาตรฐานอย่างมีทิศทางจะส่งผลดีต่อชุมชน

สรุปแนวคิดโครงการ

หากจะแก้ปัญหาความยากจนของเกษตรให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการทำนาอาชีพหลักก็ต้องช่วยให้เกษตรกรขายผลผลิตได้เพิ่มขึ้น โดยการแก้ไขปรับปรุงการผลิตข้าวแปรรูปข้าวคือการสีข้าวของชาวนาให้มีมาตรฐานจึงจะสามารถแข่งขันได้ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มชุมชนมีโรงสีข้าวที่ขาดมาตรฐานในการสีข้าวกล่าวคือเป็นโรงสีข้าวที่ไม่มีคุณภาพแบกภาระเรื่องต้นทุนทำให้มีกำไรน้อยหรือทรงตัว สมควรให้มีการช่วยเหลือเพราะเป็นการแก้ปัญหาของเกษตรกรกลุ่มใหญ่ของจังหวัด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1.พัฒนาโรงสีข้าวสู่มาตรฐานและได้รับการรับรองมาตรฐาน

2.ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิต(ข้าว)

3.เพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มผลผลิตในการสีข้าว

4.ปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมการผลิตการสีข้าว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

-สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ

-สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดศรีสะเกษ

-สภาหอการค้าจังหวัดศรีสะเกษ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดศรีสะเกษ

ผลลัพธ์:

-โรงสีข้าวได้รับการพัฒนาและมีมาตรฐาน

-รายได้ของเกษตรกรสูงขึ้นและมั่นคง

ผลผลิต:

-โรงสีข้าวมาตรฐาน50โรง

-โรงอบเมล็ดข้าว4แห่ง

ตัวชี้วัดของโครงการ:

-ร้อยละที่ลดลงของต้นทุนการสีข้าวไม่ต่ำกว่า10%

-คุณภาพการสีข้าวได้รับรองมาตรฐาน

-รายได้ของเกษตรกรปลูกข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.สำรวจข้อมูลโรงสีข้าวของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด		265,000		สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	
2.จัดหาผู้เชี่ยวชาญเข้าปรับปรุงกระบวนการผลิต อาคารโรงงาน เครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ เป็นไปตามมาตรฐาน		25,000,000		สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	
3.ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการผลิตที่สำคัญเช่น GMP	1ต.ค.61-30ก.ย.62	3,000,000		สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	
4.สนับสนุนเครื่องอบเมล็ดข้าวเปลือกแก่กลุ่ม		48,000,000		สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	
		76,265,000			

ชื่อโครงการ: สื่อสารประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมข้าว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: วัฒนธรรมข้าวในจังหวัดศรีสะเกษเริ่มตั้งแต่ก่อนฤดูทำนา ชาวศรีสะเกษมีพิธีกรรมอันเนื่องมาจากความเชื่อเกี่ยวกับบรรพบุรุษและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นวิถีทางวัฒนธรรมที่ยังเป็นอยู่ มีความงดงามและเป็นตัวของตัวเอง สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด เชื่อมโยงไปสู่ “การผลิตข้าวด้วยความรัก ความใส่ใจ ให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน”
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อเป็นการส่งเสริมการปลูกข้าวอินทรีย์ แม้จะมีวิธีกระบวนการในการปลูกและเก็บเกี่ยวแบบสมัยใหม่ ใช้เครื่องทุ่นแรง แต่ชาวศรีสะเกษก็ยังไม่ลืมที่จะประกอบพิธีตามความเชื่อ เพื่อให้เกิดกำลังใจในการทำนา เป็นการสืบทอดความรู้ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับข้าวตั้งแต่ ก่อนปลูกข้าว ระหว่างการดูแลต้นข้าว ไปจนถึงเสร็จสิ้นการเก็บเกี่ยว
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์พิธีกรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตเกี่ยวกับข้าว ตั้งแต่ ก่อนปลูกข้าว ระหว่างการดูแลต้นข้าว ไปจนถึงเมื่อสิ้นสุดการเก็บเกี่ยว และการดูแลผลผลิต
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -ชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง -ขุมขนผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ -หน่วยงานประชาสัมพันธ์จังหวัดศรีสะเกษ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: -ลูก หลาน ของชาวนาเกิดความตระหนักในการทำภูมิปัญญามาเพิ่มมูลค่าหรือ พัฒนาแนวทางการผลิตข้าว -ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมเกี่ยวกับข้าวได้รับการสืบทอด
ผลผลิต: -สื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมข้าว
ตัวชี้วัดของโครงการ: -ระดับความสำเร็จของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมข้าว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.เก็บข้อมูลวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาเกี่ยวกับข้าว	ต.ค.-พ.ย.61	35,000		สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	
2.จัดทำ TOR เพื่อหาผู้ผลิตสื่อ	ธ.ค.61-พ.ย.62	500,000		สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	
3.เผยแพร่สื่อในช่องทางหลักและสื่อออนไลน์	ธ.ค.62	1,000,000		สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นได้แก่เขาพระวิหารซึ่งอยู่ในเขตแดนประเทศเพื่อนบ้าน แต่การผ่านทางในเขตประเทศไทยสะดวกกว่า รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงซึ่งสะท้อนถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- มีพรมแดนติดต่อกับเพื่อนบ้าน สามารถพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้

ตารางที่ 3.14-18: ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดศรีสะเกษ พ.ศ. 2552 - 2558

รายการ	2552 (2009)	2553 (2010)	2554 (2011)	2555 (2012)	2556 (2013)	2557 (2014)	2558p (2015)
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	**545,834**	**881,218**	**1,066,129**	**1,204,067**	**1,317,243**	**1,365,352**	**1,426,119**
ชาวไทย	539,604	867,543	1,048,891	1,187,406	1,299,573	1,347,651	1,407,674
ชาวต่างประเทศ	6,230	13,675	17,238	16,661	17,670	17,701	18,445
จำนวนนักท่องเที่ยว	**224,030**	**327,938**	**393,695**	**449,072**	**490,589**	**504,898**	**524,412**
ชาวไทย	220,557	320,073	383,883	438,788	479,843	494,187	513,276
ชาวต่างประเทศ	3,473	7,865	9,812	10,284	10,746	10,711	11,136
จำนวนนักทัศนาจร	**321,804**	**553,280**	**672,434**	**754,995**	**826,654**	**860,454**	**901,707**
ชาวไทย	319,047	547,470	665,008	748,618	819,730	853,464	894,398
ชาวต่างประเทศ	2,757	5,810	7,426	6,377	6,924	6,990	7,309
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	**3.79**	**2.60**	**2.68**	**2.76**	**2.72**	**2.54**	**2.46**
ชาวไทย	3.81	2.61	2.67	2.75	2.70	2.53	2.44
ชาวต่างประเทศ	2.58	2.42	3.21	3.35	3.30	3.20	3.16
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)							
ผู้เยี่ยมเยือน	**637**	**665**	**684**	**741**	**744**	**769**	**807**
ชาวไทย	634	660	678	737	740	765	802
ชาวต่างประเทศ	915	914	933	941	947	989	1,032
นักท่องเที่ยว	**653**	**714**	**735**	**834**	**853**	**891**	**940**
ชาวไทย	650	708	726	829	848	886	935
ชาวต่างประเทศ	996	1,010	1,041	1,009	1,017	1,065	1,111
นักทัศนาจร	**595**	**589**	**603**	**588**	**568**	**587**	**617**
ชาวไทย	594	589	604	589	568	586	616
ชาวต่างประเทศ	653	602	476	577	586	618	653
รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)							
ผู้เยี่ยมเยือน	**746**	**936**	**1,182**	**1,479**	**1,605**	**1,649**	**1,767**
ชาวไทย	735	913	1,145	1,441	1,565	1,609	1,723
ชาวต่างประเทศ	11	23	36	38	40	41	44
สถานประกอบการที่พักแรม							
จำนวนห้อง	**356**	**672**	**1,671**	**1,756**	**1,781**	**1,616**	**1,625**
อัตราการเข้าพัก (%)	**55.66**	**46.16**	**21.77**	**33.49**	**45.47**	**48.59**	**52.01**
จำนวนผู้เข้าพักแรม	**65,134**	**128,580**	**192,149**	**255,031**	**363,868**	**371,143**	**389,043**
ชาวไทย	62,968	121,171	182,338	245,546	354,581	361,825	379,284
ชาวต่างประเทศ	2,166	7,409	9,811	9,485	9,287	9,318	9,759

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วน

ราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง

สำหรับจังหวัดศรีสะเกษ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัดที่เลือกมาเพื่อการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่สอง ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.14-8: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดศรีสะเกษ



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-19: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[10]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	โครงการ การจัดเก็บและรวบรวมความรู้เชิงวัฒนธรรม	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการจัดเก็บและรวบรวมความรู้เชิงวัฒนธรรม เพื่อทำเป็นฐานข้อมูลด้านวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ
1.2	โครงการพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรม	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ	เป็นโครงการพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ
2.1	โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	เป็นการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดศรีสะเกษ
2.2	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวอารยธรรมอิสารใต้ 5 จังหวัด	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	เป็นโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวอารยธรรมอิสารใต้ 5 จังหวัดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในเรื่องของอารยธรรมทวารวดี
3.1	โครงการประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.พาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดให้เป็นไปตามมาตรฐานการท่องเที่ยว (ตามความสมัคใจของผู้ประกอบการ)
3.5	โครงการพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆของจังหวัดศรีสะเกษ
4.1	โครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการฝึกอบรมบรมเพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับในการบริการนักท่องเที่ยว

[10] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.2	โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ สนง.พาณิชย์จังหวัด	เป็นการปรับปรุงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดศรีสะเกษ
5.1	โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว	สนง.เกษตรจังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ถนน ป้าย) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัด(อยู่ในงบปี61ของจังหวัด)
5.2	โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มยุทธศาสตร์จังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการปรับปรุงภูมิทัศน์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัด
5.3	โครงการจัดการขยะและพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่	กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และสนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการบริหารจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัด
5.4	โครงการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง	สนง.พาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ	เป็นการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัด
5.5	โครงการส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว	สนง.โยธาธิการและผังเมือง ศรีสะเกษ	เป็นส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัด
6.1	โครงการส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว
6.1	โครงการ rally สวนผลไม้	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว โดยการพาชมและชมสวนผลไม้

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.2	โครงการเส้นทางการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นการเชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียงเพื่อสร้างเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
6.3	โครงการสนับสนุนอุปกรณ์ สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมชุมชน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	เป็นการได้รับการสนับสนุนอุปกรณ์ สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมชุมชนแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด
7.1	โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ (เป็นโครงการในแผ่นแม่บทการท่องเที่ยวของจังหวัด แต่ยังทำไม่เสร็จสมบูรณ์)

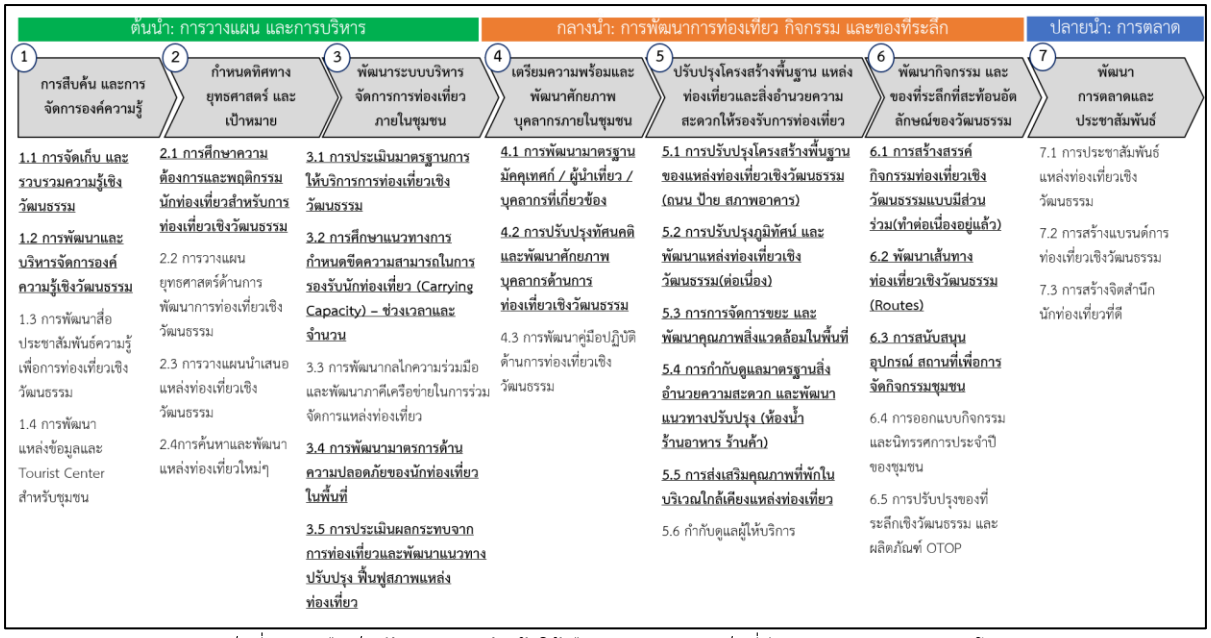
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-20: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.3 การวางแผนนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.4 การค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ
3. พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ และเชิงวัฒนธรรม
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.6 กำกับดูแลผู้ให้บริการ
6. พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.4 การออกแบบกิจกรรม และนิทรรศการประจำปีของชุมชน 6.5 การปรับปรุงของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

แผนภาพที่ 3.14-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดศรีสะเกษ

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.14-21: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.3/ 7.1	จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาและต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เผยแพร่ข้อมูลชุมชนวัฒนธรรมเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างรายได้ให้กับชุมชน	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยว
1.4/ 2.2/ 2.3/ 2.4/ 3.3/ 6.4/ 6.5/ 7.2	การค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนสินค้า OTOP	-การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัด -ค้นหาแหล่งท่องเที่ยว โดยหาจุดเด่นแต่ละที่แล้วพัฒนาสถานที่ให้ใหญ่ขึ้น -แสวงหาความร่วมมือกับเอกชนจัดทำทริปท่องเที่ยวในจังหวัด เช่น กลุ่มนักเรียน , ผู้สูงอายุ เป็นต้น -จัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
4.3/ 5.6/ 7.1/ 7.3	พัฒนาศักยภาพแรงงานรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	-พัฒนาศักยภาพแรงงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม -แรงงานในภาคบริการ/การท่องเที่ยวมีคุณภาพชีวิตที่ดี -บุคลากรด้านการท่องเที่ยวสามารถประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดได้ -บุคลากรด้านการท่องเที่ยวสามารถโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมีความประพฤติเหมาะสมได้	สนง.แรงงานจังหวัด

[11] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดศรีสะเกษมีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน มรความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ยังมีโบราณสถาน โบราณวัตถุเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นอารยธรรมที่เจริญรุ่งเรืองในอดีต
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาและต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เผยแพร่ข้อมูลชุมชนวัฒนธรรมเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างรายได้ให้กับชุมชน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -การจัดเก็บแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม -จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวและสินค้าทางวัฒนธรรม -จัดทำเอกสารเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ -จัดทำเพจ App ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -บูรณาการเก็บข้อมูลกับแหล่งท่องเที่ยว -บูรณาการการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงาน องค์กร ส่วนราชการ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: -แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมได้รับการพัฒนา และต่อยอดเป็นสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม
ผลผลิต: -เอกสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
ตัวชี้วัดของโครงการ: -รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวร้อยละ 20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.จัดเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	ต.ค.61-ก.ย.62	100,000			
2.จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยว	ต.ค.61-ก.ย.62	50,000			
3.จัดทำเอกสารเผยแพร่	ต.ค.62-พ.ย.62	500,000			
4.จัดทำ App แหล่งท่องเที่ยว	ต.ค.62-มิ.ย.63	500,000			

ชื่อโครงการ: การค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนสินค้า OTOP
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เนื่องจากจังหวัดศรีสะเกษ มีแหล่งท่องเที่ยวน้อย กระจายกันอยู่ และไม่สามารถเที่ยวได้ทุกฤดูกาล จึงเป็นเมืองผ่านของนักท่องเที่ยวมากกว่าที่นักท่องเที่ยวจะพักค้างคืนดังนั้นทางจังหวัดจึงมีโครงการค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพื่อเพิ่มจุดขายหรือมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยงในจังหวัด
สรุปแนวคิดโครงการ -การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัด -ค้นหาแหล่งท่องเที่ยว โดยหาจุดเด่นแต่ละที่แล้วพัฒนาสถานที่ให้ใหญ่ขึ้น -แสวงหาความร่วมมือกับเอกชนจัดทำทริปท่องเที่ยวในจังหวัด เช่น กลุ่มนักเรียน ,ผู้สูงอายุ เป็นต้น -จัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -ค้นหาปราสาทที่อยู่ใต้ดินมากขึ้น -ทำข้อมูลความสำคัญของปราสาทขอมที่มีอยู่ในจังหวัดศรีสะเกษเพื่อสร้างเป็นจุดขาย -สร้างแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอต่างๆ เช่นมีงานประจำอำเภอ -เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัด
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -สภาอุตสาหกรรมจังหวัดศรีสะเกษ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: เป็นการสร้างจุดขายให้กำจังหวัดศรีสะเกษโดยการนำปราสาทขอมที่มีอยู่มากมายในจังหวัด
ผลผลิต: - จำนวนปราสาทขอมที่ค้นพบใหม่ในจังหวัด - งานประจำอำเภอที่เป็นอัตลักษณ์
ตัวชี้วัดของโครงการ: -รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวร้อยละ 20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ค้นหาปราสาทที่อยู่ใต้ดินมากขึ้น	ต.ค.61-ก.ย.62			สำนักงาน ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด ศรีสะเกษ	
2.ทำข้อมูลความสำคัญของปราสาท ขอมที่มีอยู่ในจังหวัดศรีสะเกษเพื่อ สร้างเป็นจุดขาย					
3.สร้างแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอ ต่างๆ เช่นมีงานประจำอำเภอ					
4.เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวใน จังหวัด					

ชื่อโครงการ: พัฒนาศักยภาพแรงงานรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: -ให้ความรู้ด้านภาษาและบริการ เตรียมความพร้อมเป็นมัคคุเทศก์ -ส่งเสริม/พัฒนาทักษะการให้บริการในสถานประกอบการประเภทโรงแรม/ที่พักในจังหวัดศรีสะเกษ
สรุปแนวคิดโครงการ -พัฒนาศักยภาพแรงงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม -แรงงานในภาคบริการ/การท่องเที่ยวมีคุณภาพชีวิตที่ดี -บุคลากรด้านการท่องเที่ยวสามารถประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดได้ -บุคลากรด้านการท่องเที่ยวสามารถโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมีความประพฤติเหมาะสมได้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -พัฒนาทักษะด้านภาษาของมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว -พัฒนาด้านบริการ การเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้อง
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน -สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ -สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานแรงงานจังหวัดศรีสะเกษ
ผลลัพธ์: มีการพัฒนาด้านบริการที่มีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดศรีสะเกษ
ผลผลิต: มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวที่มีทักษะด้านภาษาที่ดี
ตัวชี้วัดของโครงการ: -รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวร้อยละ 20

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. พัฒนาทักษะด้านภาษาของมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว	1ปีงบประมาณ			สำนักงานแรงงานจังหวัดศรีสะเกษ	
2. พัฒนาด้านบริการ การเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้อง					

3.4.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดยโสธร

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดยโสธร

จังหวัดยโสธร ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

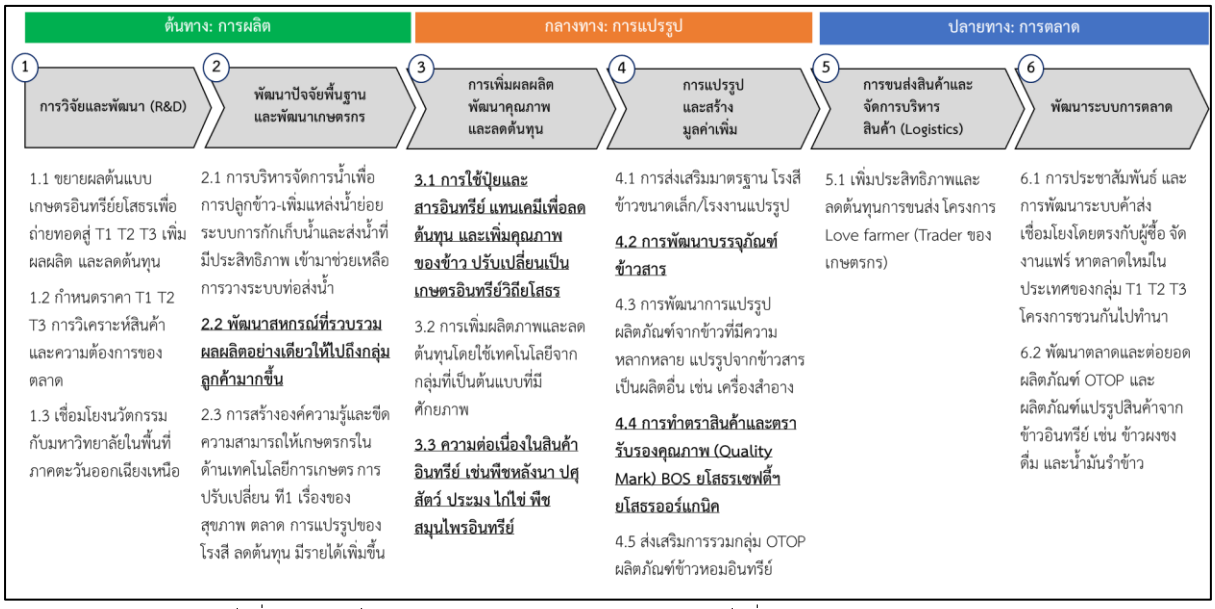
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	- ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นข้าวหอมมะลิที่มีชื่อเสียงที่สุดของไทย - พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ในเขตจังหวัดยโสธรมีพื้นที่รวม 64,000ไร่ (ร้อยละ 3.1 ของพื้นที่ทั้งหมด) ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของ 2 อำเภอได้แก่ อ.ค้อวัง และมหาชนะชัย - ราคาข้าวหอมมะลิยโสธรมีราคาสูงกว่าข้าวหอมมะลิจากแหล่งอื่นอย่างมีนัยยะสำคัญ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	- มีวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักได้แก่พิธีบุญบั้งไฟ - เป็นชุมชนตั้งบ้านเมืองมาโดยมีประวัติยาวนานกว่า 200 ปี - จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิอินทรีย์</u>

ภายใต้ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้นและผลจากการอภิปราย ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ของจังหวัดยโสธร



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 ขยายผลต้นแบบเกษตรอินทรีย์ยโสธรเพื่อถ่ายทอดสู่ T1 T2 T3 เพิ่มผลผลิต และลดต้นทุน 1.2 กำหนดราคา T1 T2 T3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.3 เชื่อมโยงนวัตกรรมกับมหาวิทยาลัยในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว-เพิ่มแหล่งน้ำย่อย ระบบการกักเก็บน้ำและส่งน้ำที่มีประสิทธิภาพ เข้ามาช่วยเหลือ การวางระบบท่อส่งน้ำ 2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร การปรับเปลี่ยน T1 เรื่องของสุขภาพ ตลาด การแปรรูปของโรงสี ลดต้นทุน มีรายได้เพิ่มขึ้น
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.2 การเพิ่มผลิตภาพและลดต้นทุนโดยใช้เทคโนโลยีจากกลุ่มที่เป็นต้นแบบที่มีศักยภาพ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าวขนาดเล็ก/โรงงานแปรรูป 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย แปรรูปจากข้าวสารเป็นผลิตอื่น เช่น เครื่องสำอาง 4.5 ส่งเสริมการรวมกลุ่ม OTOP ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมอินทรีย์
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า	5.1 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง โครงการ Love farmer (Trader ของเกษตรกร)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ จัดงานแฟร์ หาตลาดใหม่ในประเทศของกลุ่ม T1 T2 T3 โครงการชวนกันไปทำนา 6.2 พัฒนาตลาดและต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าจากข้าวอินทรีย์ เช่น ข้าวผงชงดื่ม และน้ำมันรำข้าว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[12]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1, 1.2, 1.3	เชื่อมโยงและประยุกต์ใช้งานวิจัยและนวัตกรรม	เชื่อมโยงงานวิจัยที่ใช้นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอน โดยเป็นลิขสิทธิ์ของจังหวัดและให้กลุ่มเกษตรกรในจังหวัดนำไปผลิต และเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด เพื่อให้เกษตรกรได้กำไรจากการผลิตข้าวและกำไรจากการปันผลจากหุ้น	-สนง.จังหวัดยโสธร -สนง.เกษตรจังหวัด -กลุ่มเกษตรกร
2.3	พัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่ต้องการปรับเปลี่ยนสู่เกษตรอินทรีย์	ส่งเสริมสนับสนุนการปรับเปลี่ยนจากเกษตรที่ใช้สารเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ สร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องของสุขภาพเกษตรกร ผู้บริโภค เทคโนโลยีนวัตกรรมการทำเกษตรอินทรีย์ การแปรรูป การหาตลาด เพื่อให้เกษตรกรเข้าสู่การปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์ T1 T2 T3 เพื่อให้ได้ใบรับรองในปีที่ 4	-สนง.เกษตรจังหวัด -สนง.พาณิชย์จังหวัด -กลุ่มเกษตรกร
3.2	โครงการเพิ่มผลิตภาพและลดต้นทุนโดยใช้เทคโนโลยีจากกลุ่มที่	ส่งเสริมสนับสนุนให้นำเทคโนโลยี และขั้นตอนการผลิตที่มีประสิทธิภาพจากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพมาเป็นต้นแบบ เพื่อเพิ่มผลผลิตและ	-สนง.เกษตรจังหวัด -กลุ่มเกษตรกร

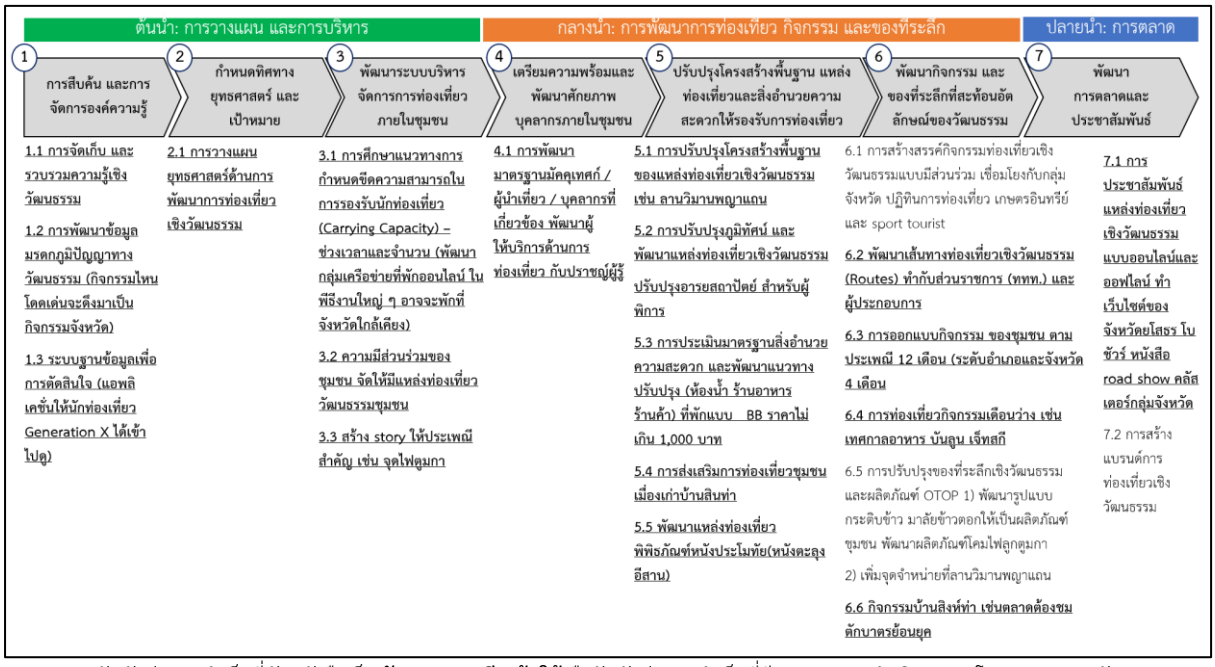
[12] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[12]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
	เป็นต้นแบบที่มีศักยภาพ	ลดต้นทุนในการผลิตให้เกษตรกรในกลุ่มปรับเปลี่ยน T1	
4.3	ส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ (พัฒนาการแปรรูป โดยเชื่อมโยงจากโครงการที่ 1)	ส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการนำงานวิจัยมาต่อยอด แปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์	-สนง.เกษตรจังหวัด -สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด -สนง.พาณิชย์จังหวัด -กลุ่มเกษตรกร
5.1	โครงการ Love farmer	เป็นศูนย์รวมรวมข้อมูลจากผู้ซื้อ กระจายไปยังเกษตรกร และรวมรวมผลผลิตเพื่อจัดส่งไปยังผู้ซื้อ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง	-สนง.พาณิชย์จังหวัด -สนง.เกษตรจังหวัด
6.1	โครงการจัดงานแฟร์เพื่อหาตลาดใหม่ในประเทศของกลุ่มปรับเปลี่ยน	ส่งเสริมสนันสนุนการจัดหาตลาดให้กับกลุ่มเกษตรกร T1 เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการขายผลผลิตในช่วงของการปรับเปลี่ยนผ่านช่องทางและกิจกรรมต่าง ๆ ของจังหวัด	-สนง.จังหวัดยโสธร -สนง.พาณิชย์จังหวัด -สนง.เกษตรจังหวัด

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้นและการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดยโสธร



หมายเหตุ: -ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
-ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
6 การวิจัยและพัฒนา (R&D)	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม เชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัด ปฏิทินการท่องเที่ยว เกษตรอินทรีย์ และ sport tourist 6.5 การปรับปรุงของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP 1) พัฒนารูปแบบกระติบข้าว มาลัยข้าวตอกให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์โคมไฟลูกตูมกา 2) เพิ่มจุดจำหน่ายที่ลานวิมานพญาแถน
7 พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยัง</u><u>เป็นช่องว่าง</u><u>(Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
6.1	เชื่อมโยงกิจกรรมงานประเพณีผ่านกลุ่มจังหวัด	ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นกิจกรรมต่าง ๆ ภายในจังหวัด โดยเชื่อโยงกับกิจกรรมของกลุ่มจังหวัด	-สนง.จังหวัดยโสธร -สนง.วัฒนธรรมจังหวัด -สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจังหวัด
6.5	พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมเป็นสินค้า OTOP	นำวัฒนธรรมประเพณีที่มีชื่อเสียงของจังหวัดมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกและเป็นสินค้า OTOP	-สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด -สนง.วัฒนธรรมจังหวัด
7.2	การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สร้างอัตลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธรให้เป็นที่รู้จัก	-สนง.จังหวัดยโสธร -สนง.วัฒนธรรมจังหวัด -สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจังหวัด

[13] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดยโสธร

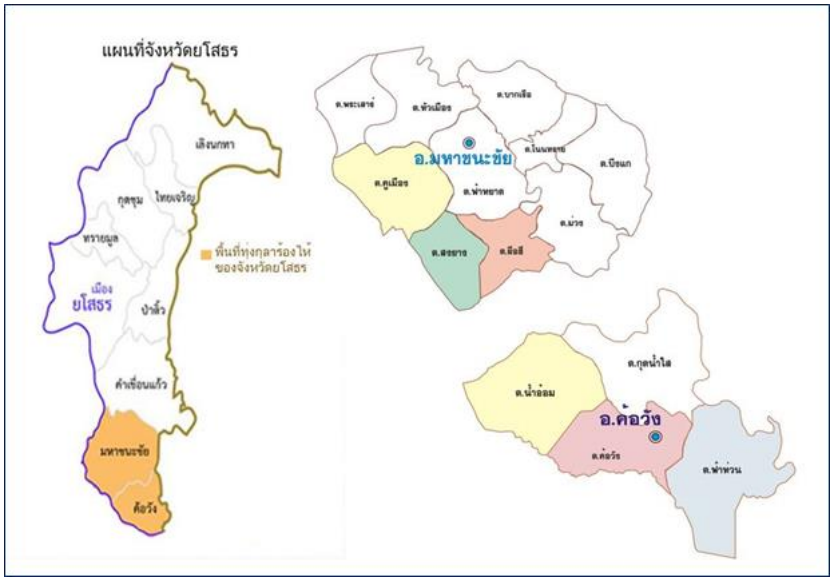
ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิอินทรีย์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นข้าวหอมมะลิที่มีชื่อเสียงที่สุดของไทย
- พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ในเขตจังหวัดยโสธรมีพื้นที่รวม 64,000ไร่ (ร้อยละ 3.1 ของพื้นที่ทั้งหมด) ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของ 2 อำเภอได้แก่ อ.ค้อวัง และมหาชนะชัย
- ราคาข้าวหอมมะลิยโสธรมีราคาสูงกว่าข้าวหอมมะลิจากแหล่งอื่นอย่างมีนัยยะสำคัญ

แผนภาพที่ 3.14-10: แผนที่จังหวัดยโสธร พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ของจังหวัดยโสธร



ตารางที่ 3.14-22: พื้นที่ปลูกข้าวจำแนกตามพันธุ์ข้าว

การผลิตข้าวยโสธร	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมปทุม	ข้าวเจ้า	ข้าวเหนียว	ข้าวสี	ข้าวอินทรีย์	รวม
พื้นที่ปลูก (ไร่)	103,742	15	765	249,782	276	99	1,288,390
ผลผลิต (ตัน)	347,547	6	291	80,680	93	33	428,650
ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	335	380	380	323	335	335	333

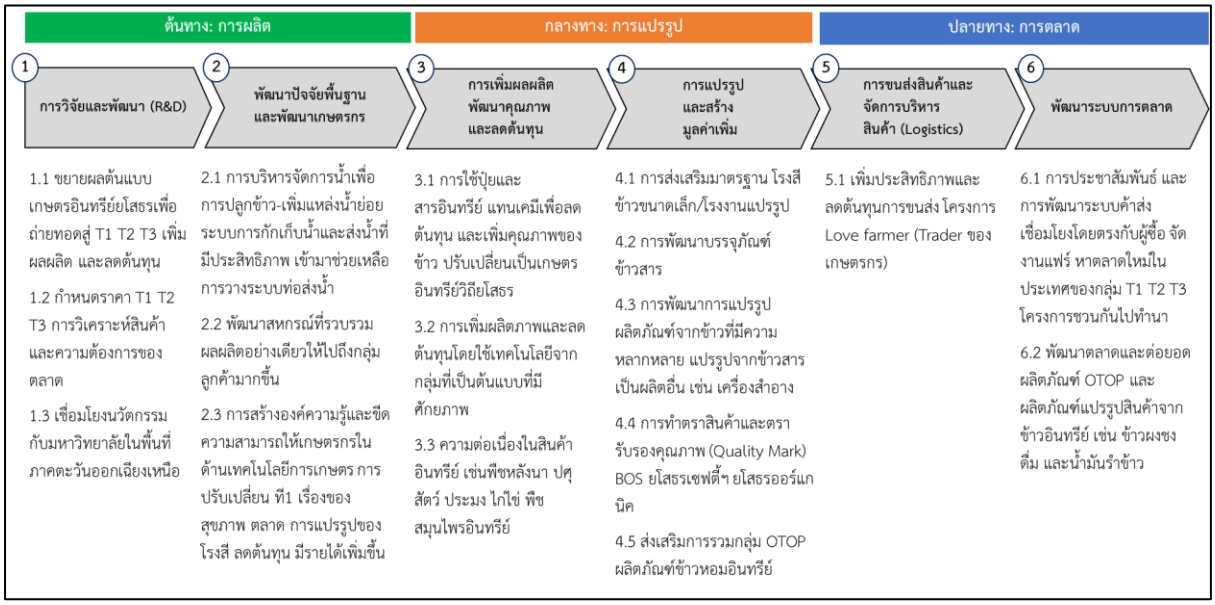
ที่มา: กรมการข้าว กันยายน 2559

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.14-11: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ของจังหวัดยโสธร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-23: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[14]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.2 พัฒนาสหกรณ์ที่รวบรวมผลผลิตอย่างเดียวให้ไปถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น	พัฒนาศักยภาพสหกรณ์ในการรวมรวมและจัดจำหน่ายข้าวหอมมะลิอินทรีย์	-สนง.เกษตรจังหวัด -สนง.พาณิชย์จังหวัด -สนง.พัฒนาชุมชน -สนง.สหกรณ์จังหวัด -สนง.พัฒนาที่ดิน -สนง.ประมงจังหวัด -สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	เพิ่มความสามารถในการรับซื้อและจัดจำหน่ายข้าวหอมมะลิของกลุ่มสหกรณ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ จากเดิมที่เป็นแค่ศูนย์รวบรวมสินค้าเท่านั้น
3.1 การใช้ปุ๋ยและสารอินทรีย์ แทนเคมีเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของข้าว ปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์วิถีโสธร 3.3 ความต่อเนื่องในสินค้าอินทรีย์ เช่นพืชหลังนา ปศุสัตว์ ประมง ไก่ไข่ พืชสมุนไพรอินทรีย์	ส่งเสริมการลดใช้ปุ๋ยเคมีเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพของผลผลิตที่เป็นเกษตรอินทรีย์		ปรับพฤติกรรมการใช้สารเคมีของเกษตรกรเพื่อให้เป็นเกษตรอินทรีย์วิถีโสธร และเป็นการลดต้นทุนการผลิตจากสารเคมี และเพิ่มมูลค่าจากผลผลิตที่เป็นเกษตรอินทรีย์อย่างครบวงจร
4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	พัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์โดยใช้นวัตกรรม	-สนง.อุตสาหรรมจังหวัด -สนง.พาณิชย์จังหวัด	พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในขนาดต่าง ๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและรองรับต่อ

[14] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

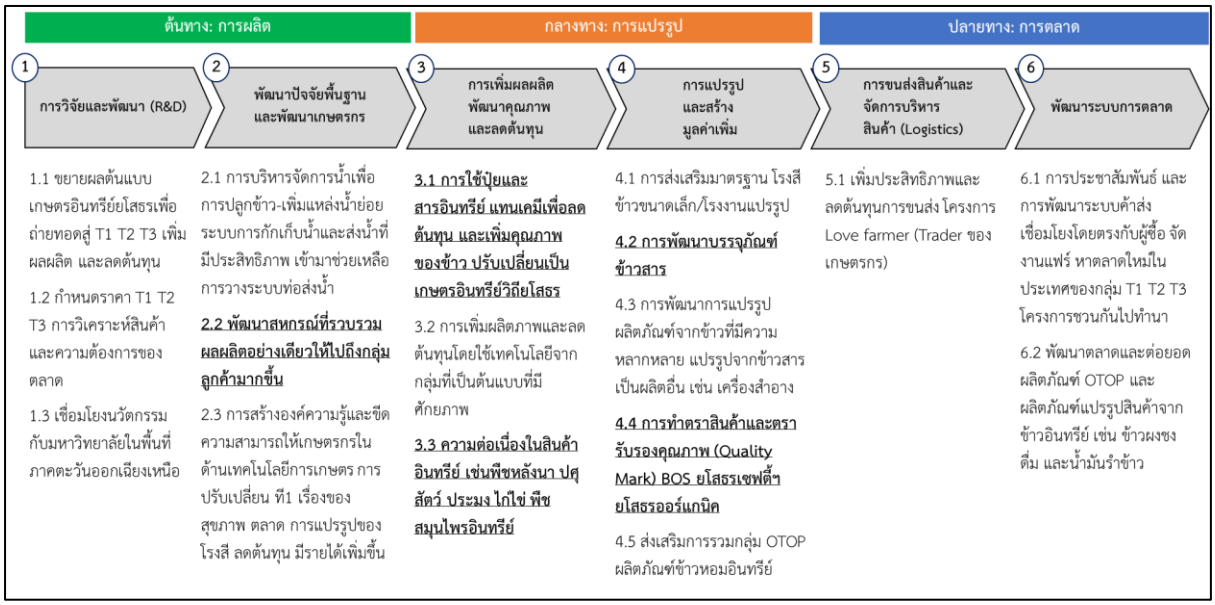
ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
		-สนง.เกษตรจังหวัด	การขนส่งในรูปแบบต่างๆ โดยใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยในการพัฒนา
4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) ยโสธรเซฟตี้ โปรดัก ยโสธรออร์แกนิค	ส่งเสริมการจัดทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน	-สนง.อุตสาหรรมจังหวัด -สนง.พาณิชย์จังหวัด -สนง.เกษตรจังหวัด	ส่งเสริม สนับสนุนให้เกษตรกรจัดทำตราสินค้าที่ที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคและเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการของใบรับรองในระดับสากล

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-24: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 ขยายผลต้นแบบเกษตรอินทรีย์ยโสธรเพื่อถ่ายทอดสู่ T1 T2 T3 เพิ่มผลผลิต และลดต้นทุน 1.2 กำหนดราคา T1 T2 T3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.3 เชื่อมโยงนวัตกรรมกับมหาวิทยาลัยในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว-เพิ่มแหล่งน้ำย่อย ระบบการกักเก็บน้ำและส่งน้ำที่มีประสิทธิภาพ เข้ามาช่วยเหลือ การวางระบบท่อส่งน้ำ 2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร การปรับเปลี่ยน ที1 เรื่องของสุขภาพ ตลาด การแปรรูปของโรงสี ลดต้นทุน มีรายได้เพิ่มขึ้น
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.2 การเพิ่มผลิตภาพและลดต้นทุนโดยใช้เทคโนโลยีจากกลุ่มที่เป็นต้นแบบที่มีศักยภาพ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าวขนาดเล็ก/โรงงานแปรรูป 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย แปรรูปจากข้าวสารเป็นผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เครื่องสำอาง 4.5 ส่งเสริมการรวมกลุ่ม OTOP ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมอินทรีย์
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า	5.1 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง โครงการ Love farmer (Trader ของเกษตรกร)
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ จัดงานแฟร์หาตลาดใหม่ในประเทศของกลุ่ม T1 T2 T3 โครงการชวนกันไปทำนา 6.2 พัฒนาตลาดและต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าจากข้าวอินทรีย์ เช่น ข้าวผงชงดื่ม และน้ำมันรำข้าว

แผนภาพที่ 3.14-12: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ของจังหวัดยโสธร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดยโสธร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.14-25: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[15]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1, 1.2, 1.3	เชื่อมโยงและประยุกต์ใช้งานวิจัยและนวัตกรรม	เชื่อมโยงงานวิจัยที่ใช้นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอน โดยเป็นลิขสิทธิ์ของจังหวัดและให้กลุ่มเกษตรกรในจังหวัดนำไปผลิต และเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด เพื่อให้เกษตรกรได้กำไรจากการผลิตข้าวและกำไรจากการปันผลจากหุ้น	-สนง.จังหวัดยโสธร -สนง.เกษตรจังหวัด -กลุ่มเกษตรกร
2.3	พัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่ต้องการปรับเปลี่ยนสู่เกษตรอินทรีย์	ส่งเสริมสนับสนุนการปรับเปลี่ยนจากเกษตรที่ใช้สารเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ สร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องของสุขภาพเกษตรกร ผู้บริโภค เทคโนโลยีนวัตกรรมการทำเกษตรอินทรีย์ การแปรรูป การหาตลาด เพื่อให้เกษตรกรเข้าสู่การปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์ T1 T2 T3 เพื่อให้ได้ใบรับรองในปีที่ 4	-สนง.เกษตรจังหวัด -สนง.พาณิชย์จังหวัด -กลุ่มเกษตรกร
3.2	โครงการเพิ่มผลิตภาพและลดต้นทุนโดยใช้เทคโนโลยีจากกลุ่มที่เป็นต้นแบบที่มีศักยภาพ	ส่งเสริมสนับสนุนให้นำเทคโนโลยี และขั้นตอนการผลิตที่มีประสิทธิภาพจากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพมาเป็นต้นแบบ เพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนในการผลิตให้เกษตรกรในกลุ่มปรับเปลี่ยน T1	-สนง.เกษตรจังหวัด -กลุ่มเกษตรกร
4.3	ส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ (พัฒนาการแปรรูปโดยเชื่อมโยงจากโครงการที่ 1)	ส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการนำงานวิจัยมาต่อยอด แปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์	-สนง.เกษตรจังหวัด -สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด -สนง.พาณิชย์จังหวัด -กลุ่มเกษตรกร

[15] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
5.1	โครงการ Love farmer	เป็นศูนย์รวมรวมข้อมูลจากผู้ซื้อ กระจายไปยังเกษตรกร และรวมรวมผลผลิตเพื่อจัดส่งไปยังผู้ซื้อ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง	-สนง.พาณิชย์จังหวัด -สนง.เกษตรจังหวัด -สนง.จังหวัด
6.1	โครงการจัดงานแฟร์ เพื่อหาตลาดใหม่ในประเทศของกลุ่มปรับเปลี่ยน	ส่งเสริมสนันสนุนการจัดหาตลาดให้กับกลุ่มเกษตรกร T1 เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการขายผลผลิตในช่วงของการปรับเปลี่ยนผ่านช่องทางและกิจกรรมต่าง ๆ ของจังหวัด	

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: เชื่อมโยงและประยุกต์ใช้งานวิจัยและนวัตกรรม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดยโสธรเป็นจังหวัดที่มีเกษตรกรปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์และมีกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพจำนวนมาก แต่การจัดจำหน่ายนั้นส่วนมากยังเป็นการแปรรูปจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จังหวัดจึงเห็นควรใช้งานวิจัย นวัตกรรมจากมหาวิทยาลัยในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเข้ามาช่วยในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรด้วย
สรุปแนวคิดโครงการ เชื่อมโยงงานวิจัยที่ใช้นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอน โดยเป็นลิขสิทธิ์ของจังหวัดและให้กลุ่มเกษตรกรในจังหวัดนำไปผลิต และเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด เพื่อให้เกษตรกรได้กำไรจากการผลิตข้าวและกำไรจากการปันผลจากหุ้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ส่งเสริมสนับสนุนงานวิจัยกับมหาวิทยาลัยในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขาวหอมมะลิอินทรีย์ 2. ส่งเสริมสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกรในการนำงานวิจัยไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. จังหวัดสนับสนุนมหาวิทยลัยในพื้นที่เพื่อให้เกิดงานวิจัย 2. จังหวัดส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรนำงานวิจัยไปผลิต
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.จังหวัดยโสธร,สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด, มหาวิทยาลัยในพื้นที่
ผลลัพธ์: เทคโนโลยี นวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิอินทรีย์
ผลผลิต: จำนวนงานวิจัย
ตัวชี้วัดของโครงการ: ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
วางแผนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง.จังหวัด ยโสธร	
จังหวัดร่วมกับมหาวิทยาลัยในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์	เดือนที่ 2-4			มหาวิทยาลัยในพื้นที่ภาคอีสานล่าง	
นำงานวิจัยมาให้เกษตรกรกลุ่มเกษตรกรผลิตเป็นสินค้า	เดือนที่ 5-6			สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	
ประเมินผล ขั้นตอน กระบวนการผลิต และตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางการแก้ไข ปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	เดือนที่ 6			สนง.จังหวัด ยโสธร	

ชื่อโครงการ: พัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่ต้องการปรับเปลี่ยนสู่เกษตรอินทรีย์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จากการทำเกษตรอินทรีย์มาอย่างยาวนานของเกษตรกรจังหวัดยโสธรได้สร้างชื่อเสียงจนเป็นที่รู้จักและยอมรับกันอย่างกว้างขวางถึงแนวทางการทำเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดยโสธร ทั้งในด้านจำนวนเกษตรกร จำนวนพื้นที่ จำนวนประเภทผลผลิต และองค์ความรู้ การส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ยังเป็นเป้าหมายที่อยู่ในวิสัยทัศน์ของจังหวัดยโสธรมาโดยตลอด ดังนั้นการพัฒนาเกษตรกรภายในพื้นที่จังหวัดให้เป็นเกษตรอินทรีย์ทั้งหมดจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ
สรุปแนวคิดโครงการ ส่งเสริมสนับสนุนการปรับเปลี่ยนจากเกษตรที่ใช้สารเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ สร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องของสุขภาพเกษตรกร ผู้บริโภค เทคโนโลยีนวัตกรรมการทำเกษตรอินทรีย์ การแปรรูป การหาตลาด เพื่อให้เกษตรกรเข้าสู่การปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์ T1 T2 T3 เพื่อให้ได้ใบรับรองในปีที่ 4
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -สร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของการเป็นเกษตรอินทรีย์ -ส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรที่ต้องการปรับเปลี่ยนมาเป็นเกษตรอินทรีย์ -สร้างความมั่นใจให้เกษตรกรในการหาตลาดระหว่างอยู่ในการปรับเปลี่ยน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -เกษตรจังหวัดให้ความรู้ ส่งเสริม สนับสนุน ให้เกษตรกรที่ยังใช้สารเคมีปรับมาเป็นเกษตรอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรที่ปรับมาใช้เกษตรอินทรีย์มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
ผลผลิต: จำนวนประชากรและพื้นที่ที่เป็นเกษตรอินทรีย์
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนประชากรและพื้นที่ที่เป็นเกษตรอินทรีย์ภายในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนการดำเนินโครงการ	1-4 ปี			สนง.เกษตรจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด	
สร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของการเป็นเกษตรอินทรีย์					
ส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรที่ต้องการเป็นเกษตรอินทรีย์ในด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี การหาตลาดในช่วงของการปรับเปลี่ยน T1 T2 T3					
เตรียมความพร้อมการขอใบรับรองมาตรฐานในปีที่ 4					

ชื่อโครงการ: เพิ่มผลิตภาพและลดต้นทุนโดยใช้เทคโนโลยีจากกลุ่มที่เป็นต้นแบบที่มีศักยภาพ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เกษตรอินทรีย์ของจังหวัดยโสธรเป็นที่รู้จักและยอมรับกันอย่างกว้างขวางทั้งในด้านจำนวนเกษตรกร จำนวนพื้นที่ จำนวนประเภทผลผลิต และองค์ความรู้ ซึ่งมีกลุ่มเกษตรอินทรีย์ที่มีศักยภาพภายในจังหวัดหลายกลุ่มด้วยกัน ทางจังหวัดเล็งเห็นถึงการประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีและขั้นตอนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิตของกลุ่มเกษตรกรเหล่านี้มาเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มเกษตรกรใหม่ที่กำลังจะปรับเข้าสู่เกษตรอินทรีย์
สรุปแนวคิดโครงการ ส่งเสริมสนับสนุนให้นำเทคโนโลยี และขั้นตอนการผลิตที่มีประสิทธิภาพจากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพมาเป็นต้นแบบ เพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนในการผลิตให้เกษตรกรในกลุ่มปรับเปลี่ยน T1
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -รวมรวมองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมการผลิตจากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพ -จัดตั้งศูนย์รวบรวมองค์ความรู้เพื่อให้เกษตรที่กำลังปรับเปลี่ยนสู่เกษตรอินทรีย์ได้เข้าถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -เกษตรจังหวัดรวมรวมองค์ความรู้ต่างๆ จากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพ -เกษตรจังหวัดจัดตั้งศูนย์รวมรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ -เกษตรจังหวัดส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรที่กำลังปรับเปลี่ยนสู่เกษตรอินทรีย์นำองค์ความรู้ต่าง ๆ ไปใช้
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรกรที่กำลังปรับเปลี่ยนสู่เกษตรอินทรีย์ใช้เทคโนโลยีจากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพ
ผลผลิต: จำนวนเกษตรกรที่ใช้เทคโนโลยีจากกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพ
ตัวชี้วัดของโครงการ: เกษตรกรที่กำลังปรับเปลี่ยนมีจำนวนผลผลิตที่เพิ่มขึ้นและต้นทุนลดลง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนการดำเนินงาน	1 ปี			สนง.เกษตรจังหวัด	
รวบรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ จากกลุ่มเกษตรกรที่มีศีกยภาพ					
จัดตั้งศูนย์รวบรวมองค์ความรู้					
ส่งเสริมสนันสนุนให้เกษตรกรนำองค์ความรู้ไปใช้ (T1)					
ติดตามประเมินผลเกษตรกรที่นำองค์ความรู้ไปใช้เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคมาแก้ไขปรับปรุง					

ชื่อโครงการ: ส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดยโสธรเป็นจังหวัดที่มีเกษตรกรปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์จำนวนมากและมีการรวมมือกับมหาวิทยาลัยในพื้นที่ ในการคิดค้นงานวิจัย ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อเพิ่มมูลค่า แต่ยังไม่มีกลุ่มเกษตรกรหรือผู้ประกอบการที่จะนำงานวิจัยมาลงทุนต่อยอดเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณอย่างจริงจัง จึงมีความจำเป็นต้องส่งเสริมให้เกิดกลุ่มเกษตรกรหรือผู้ประกอบการในช่วงปลายน้ำภายในจังหวัดให้มากขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ ส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการนำงานวิจัยมาต่อยอด แปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนของกลุ่มเกษตรกรหรือผู้ประกอบการที่จะนำงานวิจัยมาพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่ม
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -อุตสาหกรรมจังหวัดส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการในการนำงานวิจัยมาลงทุน พัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในช่วงปลายน้ำ ที่มีมูลค่าเพิ่มจากเดิมให้มากขึ้น
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
ผลลัพธ์: การนำงานวิจัยมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่ม
ผลผลิต: จำนวนผู้ประกอบการ
ตัวชี้วัดของโครงการ: การลงทุนภายในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	
ประชาสัมพันธ์งานวิจัย นวัตกรรมให้การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์	เดือนที่ 2			สนง.เกษตรจังหวัด	
ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการที่จะมาลงทุนในการนำงานวิจัยมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม	เดือนที่ 3-5			สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	
สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ การหาตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่ม	เดือนที่ 6			สนง.พาณิชย์จังหวัด	

ชื่อโครงการ: Love Farmer
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดยโสธรเป็นจังหวัดที่มีเกษตรกรปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์เป็นจำนวนมากส่วนใหญ่แล้วเป็นการแปรรูปจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสารแล้วจัดจำหน่ายซึ่งต้นทุนในการขนส่งจะสูงมาก อีกทั้งชาวนานยังรีบจำหน่ายข้าวในช่วงต้นฤดูทำให้ไม่มีข้าวจำหน่ายตลอดทั้งปี และการแปรสภาพจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสารยังไม่ได้คุณภาพ จึงเป็นที่มาของโครงการ Love Farmer ที่เป็นการจัดจัดข้าวแบบครบวงจร
สรุปแนวคิดโครงการ เป็นศูนย์รวมรวมข้อมูลจากผู้ซื้อ กระจายไปยังเกษตรกร และรวมรวมผลผลิตเพื่อจัดส่งไปยังผู้ซื้อ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -เป็นศูนย์รวบรวมและกระจายผลผลิต
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -พาณิชย์จังหวัดสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.พาณิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: การรวมกลุ่มเป็นศูนย์รวมรวมและกระจายผลผลิตให้กับผู้บริโภคแบบครบวงจร
ผลผลิต: ศูนย์รวบรวมและกระจายผลผลิต
ตัวชี้วัดของโครงการ: ลดต้นทุนในการจัดจำหน่ายและการขนส่ง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนการดำเนินงาน				สนง.พาณิชย์จังหวัด	
สนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน -ภาคเอกชน (Biz Club) เชื่อมโยงการตลาดและการบริหารจัดการด้านการขนส่ง และคุณภาพ -เกษตรกร รวมกลุ่มผลิตข้าวที่มีคุณภาพ มาตรฐานปลอดภัย/อินทรีย์ และเป็นศูนย์กระจายสินค้า					

ชื่อโครงการ: โครงการจัดงานแฟร์ เพื่อหาตลาดใหม่ในประเทศของกลุ่มปรับเปลี่ยน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จากการทำเกษตรอินทรีย์มาอย่างยาวนานของเกษตรกรจังหวัดยโสธร และการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาเกษตรกรภายในจังหวัดให้เป็นเกษตรอินทรีย์ทั้งหมดนั้น เกษตรกรที่กำลังเข้าสู่การปรับเปลี่ยนยังไม่มีความมั่นใจว่าในช่วงการปรับเปลี่ยนจะสามารถขายผลผลิตได้ จึงจำเป็นต้องมีโครงการในการจัดหาตลาดให้กับเกษตรกรกลุ่มที่กำลังปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างความมั่นใจและรณรงค์ให้เกษตรที่ยังใช้สารเคมีหันมาทำเกษตรอินทรีย์ให้มากขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ ส่งเสริมสนันสนุนการจัดหาตลาดให้กับกลุ่มเกษตรกร T1 เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการขายผลผลิตในช่วงของการปรับเปลี่ยนผ่านช่องทางและกิจกรรมต่าง ๆ ของจังหวัด
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -จัดงานออร์แกนิคแฟร์ -กิจกรรมเชื่อมโยงผู้บริโภคกับเกษตรกร เช่นการลงไปดำนา เกี่ยวข้าว เพื่อสร้างความมั่นใจว่ากลุ่มที่กำลังปรับเปลี่ยนไม่ใช้สารเคมี และมีความปลอดภัย
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -พาณิชย์จังหวัดจัดงานออร์แกนิคแฟร์เพื่อสร้างการรับรู้และความมั่นใจให้กับผู้บริโภคถึงผลผลิตของเกษตรกรที่กำลังเข้าสู่ช่วงการปรับเปลี่ยน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.พาณิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรกรที่กำลังเข้าสู่ปรับเปลี่ยนมีตลาดในการจำหน่ายผลผลิต
ผลผลิต: งานออร์แกนิคแฟร์
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนผู้เข้าร่วมงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง.พาณิชย์จังหวัด	
ประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้บริโภคร่วมงาน	เดือนที่ 1-2				
จัดงานออร์แกนิคแฟร์	เดือนที่ 3				
ติดตามประเมินผลการจัดงาน	เดือนที่ 3				
ขยายผลไปในระดับกลุ่มจังหวัด	เดือนที่ 4				

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักได้แก่พิธีบุญบั้งไฟ
- เป็นชุมชนตั้งบ้านเมืองมาโดยมีประวัติยาวนานกว่า 200 ปีมีวัฒนธรรมท้องถิ่นหลากหลาย
- จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี

ตารางที่ 3.14-26: จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ระยะเวลาการพำนักและค่าใช้จ่าย ปี พ.ศ. 2554-2558

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)			รายได้	ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	
	รวมทั้งสิ้น	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	(ล้านบาท)	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
2554	433,652	424,318	9,334	592.95	1.96	2.48	741.05	977.14
2555	453,514	442,418	11,086	513.56	1.98	2.45	739.28	1,032.89
2556	499,902	487,629	12,273	575.73	2.12	2.43	724.42	1,051.16
2557	494,385	482,377	12,008	587.62	2.09	2.41	753.15	1,086.87
2558	513,244	500,922	12,322	609.18	2.04	2.43	771.18	1,115.83

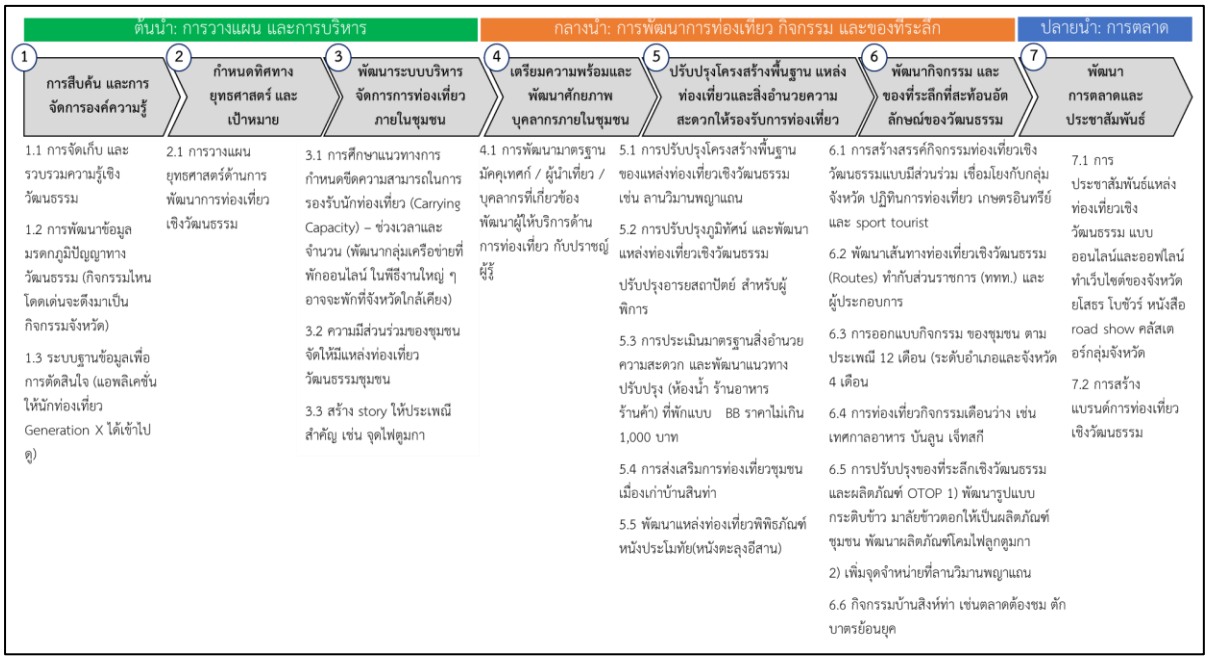
ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยโสธร

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.14-13: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดยโสธร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-27: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[16]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าและ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1/1.2/3.2/5.4	พัฒนาหมู่บ้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์ วิถีถิ่นวิถีไทย	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	พิจารณาคัดเลือกหมู่บ้านที่มีความโดดเด่นและมีความพร้อมในเรื่องของงานวัฒนธรรมชุมชนที่มีความเข็มแข็งและประชาชนมีส่วนร่วมในการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมให้หมู่บ้านมีความโดดเด่น นำไปสู่การเพิ่มคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ
1.3/2.1/6.2	พัฒนาและปรับปรุงเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	พัฒนาสิ่งอำนวนความสะดวกและปรับปรุงเส้นทางให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เพื่อสนับสนุนและรองรับการท่องเที่ยว จัดทำแอพลิเคชั่นให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปดูเส้นทางการท่องเที่ยว
3.1	สำรวจ วิเคราะห์ช่วงเวลาและจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการรองรับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	สำรวจ วิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อวางแผนรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลไปยังจังหวัดใกล้เคียง และพัฒนากลุ่มเครือข่ายที่พักออนไลน์
3.3	จัดทำประวัติความเป็นมาของประเพณีสำคัญ	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	จัดทำประวัติความเป็นมาของประเพณีสำคัญต่าง ๆ และเสนอขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
4.1	พัฒนาบุคคลากรด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	จัดโครงการอบรมให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว/กลุ่ม OTOP เช่นภาษาอังกฤษพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การบริการนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ประจำแหล่งท่องเที่ยว
5.1	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิมานพญาแถน	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ก่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดขึ้นมาใหม่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ มีการนำเสนอเรื่องราว (Story) ตำนานบุญบั้ง เป็นศูนย์รวมสินค้า OTOP ทั้ง 9 อำเภอ นิทรรศการอาคารพญานาค เส้นทางจักรยานรอบ

[16] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าและ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			วิมานพญาแถน นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่พักผ่อนและออกกำลังกายของชาวจังหวัดยโสธรอีกด้วย
5.2/5.3/5.5	ก่อสร้าง ปรับปรุง ปรับภูมิทัศน์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด -สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	จังหวัดยโสธรมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนละชุมชน จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว
6.3/6.6/6.4	ส่งเสริมกิจกรรมงานประเพณี	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด	งานประเพณีเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ก่อให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยว ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น และยังเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรให้เป็นที่รู้จักแก่ผ่ายนอก นอกจากนั้นยังเป็นการสืบทอดและอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของชาวจังหวัดยโสธรอีกด้วย
7.1	สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร		จัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ย/งานประเพณีสำคัญของจังหวัดยโสธร นำเสนอในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อมัลติมีเดีย สื่ออื่น ๆ และนำสื่อเหล่านี้ไปกระจายตามช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ

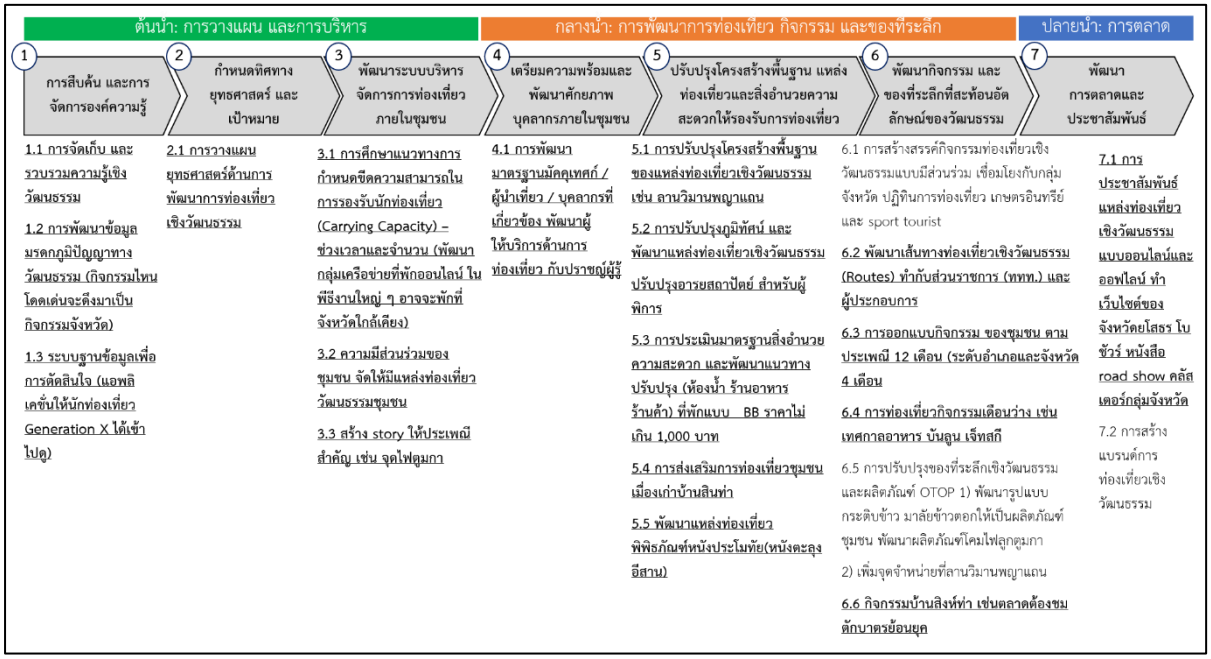
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-28: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม เชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัด ปฏิทินการท่องเที่ยว เกษตรอินทรีย์ และ sport tourist 6.5 การปรับปรุงของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP 1) พัฒนารูปแบบกระติบข้าว มาลัยข้าวตอกให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์โคมไฟลูกตูมกา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	2) เพิ่มจุดจำหน่ายที่ลานวิมานพญาแถน
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แผนภาพที่ 3.14-14: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดยโสธร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดยโสธร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.14-29: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
6.1	เชื่อมโยงกิจกรรมงานประเพณีผ่านกลุ่มจังหวัด	ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมต่าง ๆ ภายในจังหวัด โดยเชื่อโยงกับกิจกรรมของกลุ่มจังหวัด	สนง.จังหวัดยโสธร สนง.วัฒนธรรมจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
6.5	พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมเป็นสินค้า OTOP	นำวัฒนธรรมประเพณีที่มีชื่อเสียงของจังหวัดมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกและเป็นสินค้า OTOP	-สนง.พัฒนาชุมชน -สนง.วัฒนธรรมจังหวัด
7.2	การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สร้างอัตลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธรให้เป็นที่รู้จัก	-สนง.ท่องเที่ยวจังหวัด -สนง.วัฒนธรรมจังหวัด

[17] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: เชื่อมโยงกิจกรรมงานประเพณีผ่านกลุ่มจังหวัด
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิของประเทศ และประชาชนในพื้นที่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม งานประเพณีทั้งภายในจังหวัด และกลุ่มจังหวัดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาภายในพื้นที่จึงเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ : เชื่อมโยงกับกิจกรรมของกลุ่มจังหวัด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมต่าง ๆ ภายในจังหวัด
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ เชื่อมโยงกิจกรรม งานประเพณีของกลุ่มจังหวัดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Sport tourist)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จังหวัดกิจกรรม งานประเพณีที่สามารถบูรณาการเชื่อมโยงเข้ากับกลุ่มจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.จังหวัดยโสธร
ผลลัพธ์: เกิดการเชื่อยโยงกิจกรรม งานประเพณีต่าง ๆ ของกลุ่มจังหวัดทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นภายในกลุ่มจังหวัด
ผลผลิต: กิจกรรม งานประเพณีที่มีการเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัด
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนนักท่องเที่ยวจากกิจกรรม งานประเพณีที่มีการเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง.จังหวัด	
จัดทำปฏิทินกิจกรรม งานประเพณีภายในจังหวัด	เดือนที่ 2			สนง.จังหวัด	
เชื่อมโยงกิจกรรม งานประเพณีเข้ากับกลุ่มจังหวัด	เดือนที่ 3			สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด (OSM)	
ประชาสัมพันธ์กิจกรรม งานประเพณีที่เชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัด	เดือนที่ 4				

ชื่อโครงการ: พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนาธรรมเป็นสินค้า OTOP
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดยโสธรเป็นจังหวัดที่มีประเพณี วัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาเที่ยวในช่วงที่มีงานประเพณีวัฒนธรรม กิจกรรมต่าง ๆ จำนวนมาก การนำเอกลักษณ์ของแต่ละประเพณี วัฒนาธรรมมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเป็นของที่ระลึกและสินค้า OTOP จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดรายได้ภายในพื้นที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ นำประเพณี วัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกและเป็นสินค้า OTOP
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ส่งเสริมสนับสนุนให้เกินการพัฒนาของที่ระลึก สินค้า OTOP จากประเพณี วัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง (มาลัยข้าวตอก ผลิตภัณฑ์จากลูกตูมกา)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - พัฒนาของที่ระลึกจากจากประเพณี วัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
ผลลัพธ์: ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของที่ระลึกประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง
ผลผลิต: ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
ตัวชี้วัดของโครงการ: รายได้จากผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
วางแผนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
ศึกษาวิธีการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากประเพณี วัฒนธรรม	เดือนที่ 2-3				
ทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	เดือนที่ 4				
ถ่ายทอดวิธีการทำให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/สหกรณ์ชุมชนภายในพื้นที่เพื่อเป็นสินค้า OTOP	เดือนที่ 5				

ชื่อโครงการ: การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดยโสธรมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนละชุมชนซึ่งการสร้างแบรนด์ในการท่องเที่ยงเชิงวัฒนธรรมจะยิ่งทำให้จังหวัดยโสธรเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ -สร้างแบรนด์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม -ประชาสัมพันธ์แบรนด์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ สร้างแบรนด์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดยโสธรให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้เกิดเป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -ท่องเที่ยวจังหวัดกำหนดแบรนด์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด -ประชาสัมพันธ์แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: จังหวัดมีแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงความเป็นจังหวัดและทำให้คนรู้จักมากขึ้น
ผลผลิต: แบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
วางแผนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1			สนง. ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด	
คัดเลือกแบรนด์การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	เดือนที่ 2				
จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ แบรนด์การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จัก	เดือนที่ 3				

3.4.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดอำนาจเจริญ

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอำนาจเจริญ

จังหวัดอำนาจเจริญ ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวหอมมะลิ/ ข้าวหอมมะลิอินทรีย์	- พื้นที่เพาะปลูกข้าวหอมมะลิ 105 ในเขตจังหวัดอำนาจเจริญมีพื้นที่รวม 8แสนไร่ จากพื้นที่เพาะปลูก 2 ล้านไร่ - จังหวัดอำนาจเจริญได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศอย่างต่อเนื่อง
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	- จังหวัดมีสถานที่ทางศาสนาและวัฒนธรรม โบราณสถานที่หลากหลายและมีจำนวนมากที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ - แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ชุมชนทอเสื่อกก บ้านนาหมอม้า วัดถ้ำแสงเพชร วัดดงเฒ่าเก่า พุทธอุทยานและพระมงคงมิ่งเมือง และอ่างเก็บน้ำพุทธอุทยาน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิ/ข้าวหอมมะลิอินทรีย์</u>

ภายใต้ประเด็นการค้าชายแดน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและการพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการสินค้า 6) การพัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ/ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ จังหวัดอำนาจเจริญ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.2 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน 2.4 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.6 การผลิตข้าวอินทรีย์เพื่อส่งออก
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[18]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.2 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน	การเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน/ OTOP ให้เข็มแข็ง	- เนื่องจากเครือข่ายสหกรณ์เกษตกรและวิสาหกิจชุมชนและOTOP มีการบริหารจัดการที่ยังไม่เข้มแข็ง ดังนั้นจึงเสนอโครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายของสหกรณ์เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/OTOP ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
2.4 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร	การทำข้อตกลงให้แรงงานต่างชาติ (สปป.ลาว) สามารถเดินทางมาทำงานภาคเกษตรตามฤดูกาลได้	1) ระยะแรก - ให้ระดับพื้นที่สามารถบริหารจัดการแรงงานได้โดยมีนโยบายรองรับ - ให้แรงงาน สปป.ลาว เข้ามาทางจุดผ่อนปรนและสามารถทำงานในจังหวัดอำนาจเจริญได้โดยกำหนดระยะเวลา เช่น 5 วัน 10 วัน ในช่วงฤดูปลูก/ฤดูเก็บเกี่ยว (ตามฤดูกาล) 2) ระยะยาว: ยกระดับจุดผ่อนปรนบ้านยักษ์คุให้เป็นด่านถาวร	สนง.แรงงานจังหวัด/ กระทรวงแรงงาน/ กระทรวงมหาดไทย/ กระทรวงต่างประเทศ
3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP)	เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพดีและข้าวหอมมะลิอินทรีย์	1. เพิ่มประสิทธิภาพข้าวหอมมะลิคุณภาพ GAP และข้าวหอมมะลิอินทรีย์ 2. เป็นแหล่งเรียนรู้การผลิตข้าว 3. พัฒนาองค์ความรู้สู่เกษตรกรมืออาชีพ (Smart Farmer)	สนง.เกษตรจังหวัด
3.6 การผลิตข้าวอินทรีย์เพื่อส่งออก	ผลิตข้าวหอมมะลิ/ ข้าวอินทรีย์เพื่อการส่งออก	- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมการแปรรูปเพื่อส่งออกข้าวหอมมะลิอินทรีย์	สนง.เกษตรจังหวัด

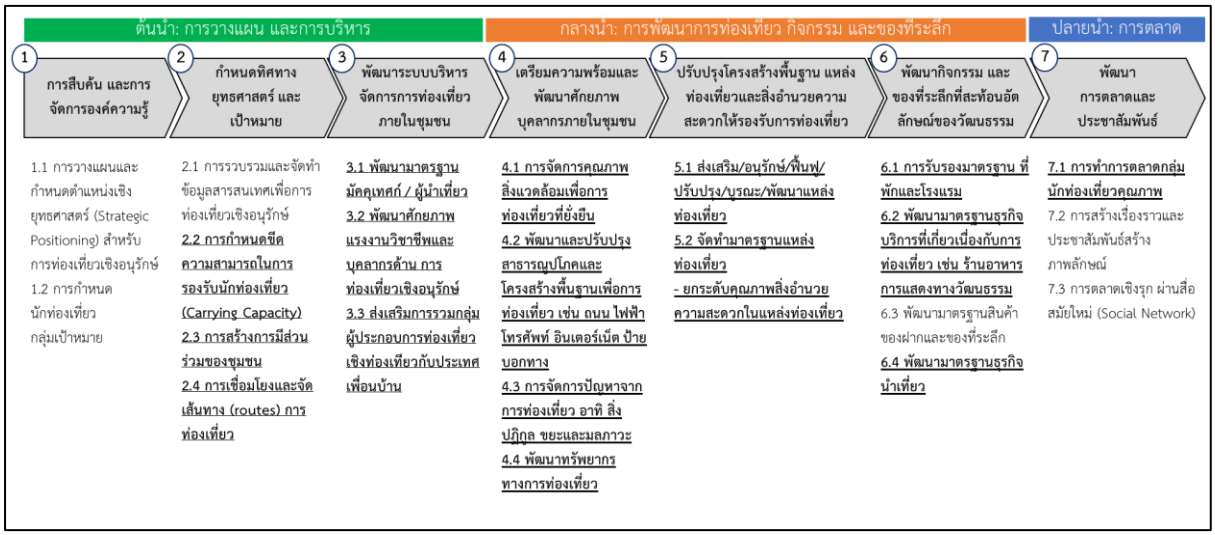
[18]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[18]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป	ยกระดับอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรเข้าสู่มาตรฐาน	- ผลิตภัณฑ์ของอำนาจเจริญมีคุณภาพ มีการจัดการที่ดี ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต - สินค้ามียอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น - ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มขึ้น	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
6.1 การพัฒนาระบบค้าส่งเชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ	การพัฒนาระบบขายข้าวช่วยชาวนาด้วยการทำตลาดดิจิตอล (Love Farmer)	- ผูกปิ่นโตของอำนาจเจริญ	สนง.พาณิชย์จังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6)พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ7)พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดอำนาจเจริญ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การวางแผนและกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 1.2 การกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และเป้าหมาย	2.1 การรวบรวมและจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
6.พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.3 พัฒนามาตรฐานสินค้าของฝากและของที่ระลึก
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างเรื่องราวและประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ 7.3 การตลาดเชิงรุก ผ่านสื่อสมัยใหม่ (Social Network)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[19]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 1.2 2.1	พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดอำนาจเจริญ	- การพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ
6.3 7.2	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวอำนาจเจริญ	1. สร้างและพัฒนาสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวให้น่าสนใจมีเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น หน้ากากยักษ์คุอำนาจเจริญ พวงกุญแจพระธาตุน่าป่าแสง, ชุดพระเครื่องพระมงคลมิ่งเมืองและพระศักดิ์สิทธิ์สำคัญของจังหวัด เพื่อส่งเสริมรายได้แก่ประชาชนและเกิดความประทับใจของลูกค้า 2. สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีมีคุณภาพของจังหวัดเพื่อประชาสัมพันธ์ด้วยเรื่องราว เนื้อหา ความหมายและความเชื่อเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งรูปแบบเอกสาร สื่อIT เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ
7.3	ศูนย์ข้อมูล Social network แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอำนาจเจริญ	- ต้องการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และเชิญชวนบุคคลทั่วไปเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัด	ททท.

[19]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดอำนาจเจริญ

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิ/ข้าวหอมมะลิอินทรีย์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

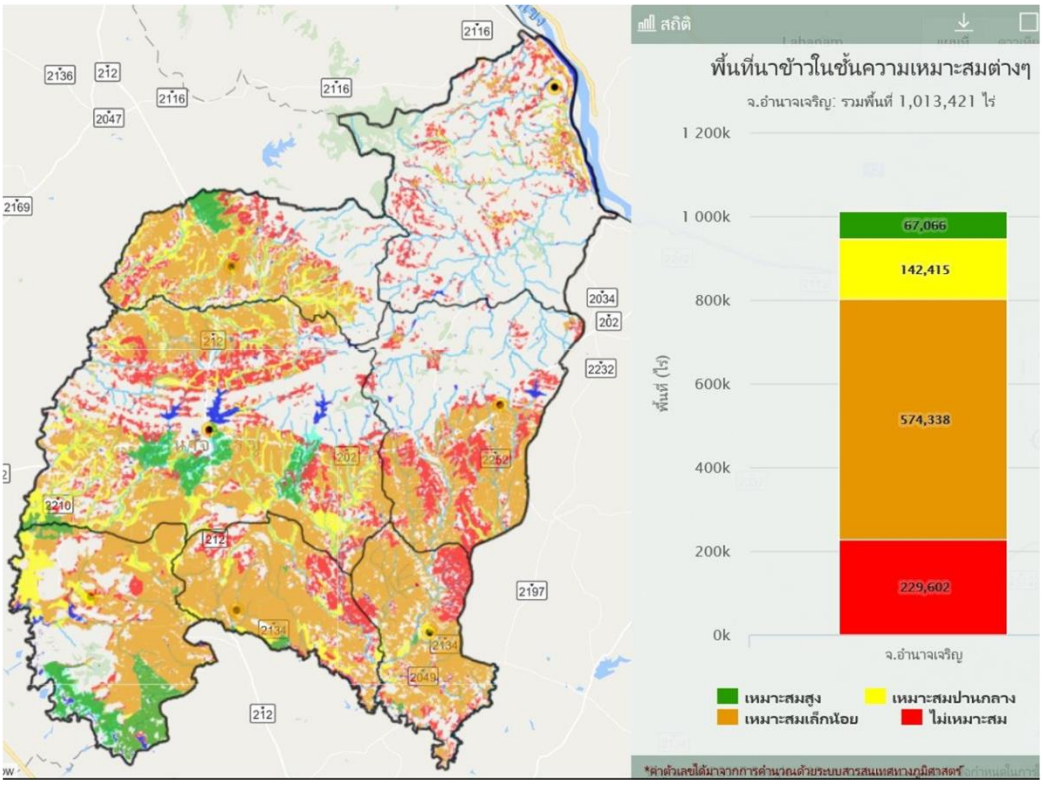
- โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดอำนาจเจริญขึ้นอยู่กับ “เกษตรกรรม” เป็นหลัก พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดอำนาจเจริญ ปี 2559 คือ ข้าวหอมมะลิ มันสำปะหลัง อ้อยโรงงาน ยางพาราและปาล์มน้ำมัน ซึ่งทางจังหวัดได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนให้เกษตรกรเพิ่มพื้นที่ปลูกมากขึ้น
- โดยจังหวัดอำนาจเจริญเป็น “แหล่งผลิตข้าวหอมมะลิชั้นยอด” ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา จังหวัดอำนาจเจริญได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเครื่องการันตีคุณภาพข้าวหอมมะลิจังหวัดอำนาจเจริญได้เป็นอย่างดี มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่อยู่ระหว่าง 350 – 400 กิโลกรัมต่อไร่ มีพื้นที่ทำนาทั้งหมด 1,143,209 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 86.22 ของพื้นที่ถือครองการเกษตร

ตารางที่ 3.14-30: ข้อมูลผลิตภัณฑ์ศักยภาพ-อำนาจเจริญ (ข้าวหอมมะลิ/ข้าวหอมมะลิอินทรีย์)

การผลิตข้าวอำนาจเจริญ	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมปทุม	ข้าวเจ้า	ข้าวเหนียว	ข้าวสี	ข้าวอินทรีย์	รวม
พื้นที่ปลูก (ไร่)	867,277	-	782	131,302	159	218	999,739
ผลผลิต (ตัน)	267,121	-	299	41,492	49	67	309,028
ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	308	-	383	316	308	308	309

ที่มา: ข้อมูลกรมการข้าว กันยายน 2559

แผนภาพที่ 3.14-15: ข้อมูล Agimap ข้าวหอมมะลิ/ข้าวอินทรีย์ จังหวัดอำนาจเจริญ



2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.14-16: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ/ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ จังหวัดอำนาจเจริญ



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-31: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[20]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ(CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 การวิจัยและพัฒนา (พันธุ์ข้าว,เทคโนโลยีและนวัตกรรมการเพาะปลูก)	จัดตั้งศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว	สนง.เกษตรจังหวัด	มีศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว แต่ยังขาดการวิจัยพันธุ์ข้าว
1.2 การวางแผนการผลิต (Crops Planning) โดย	การวางแผนการเกษตร		มีแผนการผลิตจากเกษตรจังหวัด

[20] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ(CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
กำหนดพื้นที่ (Zoning) เพาะปลูก			
2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว-เพิ่มแหล่งน้ำย่อย	การจัดการแหล่งน้ำเพื่อการเพราะปลูก	โครงการชลประทานจังหวัด	ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่แหล่งน้ำธรรมชาติ / พื้นที่ชลประทาน 8% ของพื้นที่การเกษตร
2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร	Love Farmer	สนง.พาณิชย์จังหวัด	สอดคล้องโครงการ Love Farmer
3.2 การใช้ปุ๋ยและสารอินทรีย์แทนเคมีเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของข้าว	การส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์	สนง.เกษตรจังหวัด	มีการใช้ปุ๋ยพืชสดไปเป็นปุ๋ยอินทรีย์ทดแทนสารเคมี โดยไม่เผาตอซัง
3.5 การส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)	Love farmer	สนง.พาณิชย์จังหวัด	มีอยู่ในโครงการ Love farmer
4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร	Love farmer	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด	มีอยู่ในโครงการ Love farmer
4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย	Love farmer	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด	มีอยู่ในโครงการ Love farmer
4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)	Quality Mark	สนง.พาณิชย์จังหวัด	มีการทำตราจังหวัดของข้าวหอมมะลิอินทรีย์
4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)	การทำฟางก้อนจากต้นข้าว	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด	มีการใช้ประโยชน์ Waste เช่น ต้นข้าวทำเป็นฟางก้อน

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ(CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.1 มีระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน	Love farmer	สนง.จังหวัด	มีอยู่ในโครงการ Love farmer
5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง	Love farmer	สนง.จังหวัด	มีอยู่ในโครงการ Love farmer
6.1 การพัฒนาระบบค้าส่งเชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ	การพัฒนาระบบขายข้าวช่วยชาวนาด้วยการตลาดดิจิตอล (Love Farmer)	สนง.พาณิชย์จังหวัด	จากปัญหาราคาข้าวตกต่ำ และต้นทุนค่าขนส่งสูง ประกอบด้วยชาวนาที่ต้องการปรับเปลี่ยนจากการขายข้าวเปลือกมาขายข้าวสารซึ่งจะต้องมีระบบพี่เลี้ยงและทำการตลาดดิจิตอล โดยความร่วมมือระหว่างคนปลูก คนกลาง คนกิน โดยมีคนกลางที่เป็นผู้ประกอบการที่ระบบการค้าที่เป็นธรรม

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-32: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.3 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน 2.4 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.2 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.6 การผลิตข้าวอินทรีย์เพื่อส่งออก
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ

แผนภาพที่ 3.14-17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ/ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ จังหวัดอำนาจเจริญ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอำนาจเจริญ

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.14-33: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[21]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.2 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน	การเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน/ OTOPให้เข็มแข็ง	- เนื่องจากเครือข่ายสหกรณ์เกษตกรและวิสาหกิจชุมชนและOTOP มีการบริหารจัดการที่ยังไม่เข้มแข็ง ดังนั้นจึงเสนอโครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายของสหกรณ์เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/OTOP ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
2.4 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร	การทำข้อตกลงให้แรงงานต่างชาติ (สปป.ลาว) สามารถเดินทางมาทำงานภาคเกษตรตามฤดูกาลได้	1) ระยะแรก- ให้ระดับพื้นที่สามารถบริหารจัดการแรงงานได้โดยมีนโยบายรองรับ -ให้แรงงาน สปป.ลาว เข้ามาทางจุดผ่อนปรนและสามารถทำงานในจังหวัดอำนาจเจริญได้ โดยกำหนดระยะเวลา เช่น 5 วัน 10 วัน ในช่วงฤดูปลูก/ฤดูเก็บเกี่ยว(ตามฤดูกาล) 2) ระยะยาว: ยกระดับจุดผ่อนปรนบ้านยักษ์คุให้เป็นด่านถาวร	สนง.แรงงานจังหวัด/กระทรวงแรงงาน/ กระทรวงมหาดไทย/ กระทรวงต่างประเทศ
3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP)	เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพดีและข้าวหอมมะลิอินทรีย์	1. เพิ่มประสิทธิภาพข้าวหอมมะลิคุณภาพ GAP และข้าวหอมมะลิอินทรีย์ 2. เป็นแหล่งเรียนรู้การผลิตข้าว 3. พัฒนาองค์ความรู้สู่เกษตรกรมืออาชีพ (Smart Farmer)	สนง.เกษตรจังหวัด
3.6 การผลิตข้าวอินทรีย์เพื่อส่งออก	ผลิตข้าวหอมมะลิ/ ข้าวอินทรีย์เพื่อการส่งออก	- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมการแปรรูปเพื่อส่งออกข้าวหอมมะลิอินทรีย์	สนง.เกษตรจังหวัด
4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/ โรงงานแปรรูป	ยกระดับอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรเข้าสู่มาตรฐาน	- ผลิตภัณฑ์ของอำนาจเจริญมีคุณภาพ มีการจัดการที่ดี ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต - สินค้ามียอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น - ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มขึ้น	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด

[21] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
6.1 การพัฒนาระบบค้าส่งเชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ	การพัฒนาระบบขายข้าวช่วยชาวนาด้วยการทำตลาดดิจิตอล (Love Farmer)	- ผูกปิ่นโตของอำนาจเจริญ	สนง.พาณิชย์จังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: การเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน/OTOPให้เข็มแข็ง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - จังหวัดอำนาจเจริญมีสหกรณ์เกษตรกร 7 แห่ง วิสาหกิจชุมชน 63 แห่ง กลุ่มหอการค้า 30 ราย - เครือข่ายและการเชื่อมโยงบูรณาการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภาคในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิ
สรุปแนวคิดโครงการ เนื่องจากเครือข่ายสหกรณ์เกษตกรและวิสาหกิจชุมชนและOTOP มีการบริหารจัดการที่ยังไม่เข้มแข็ง ดังนั้นจึงเสนอโครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายของสหกรณ์เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/OTOP ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. การวิเคราะห์ศักยภาพของเกษตรกร (สหกรณ์เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/กลุ่มOTOP) ในการบริหารจัดการโดยเครื่องมือ SWOT 2. จัดอบรมและศึกษาดูงานในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายต่างๆ 3. จัดทำแผนขับเคลื่อนการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย 4. ติดตามประเมินผล และสรุปผลติดตาม
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด - สนง.เกษตรจังหวัด - สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด - สนง.สหกรณ์จังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
ผลลัพธ์: เครือข่ายเกษตรกรสามารถเชื่อมโยงบูรณาการการทำงานในการบริหารจัดการการผลิตได้ร้อยละ70
ผลผลิต: เครือข่ายเกษตรกรมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพอย่างน้อยจำนวน 60 แห่ง
ตัวชี้วัดของโครงการ: เกษตรกรสมาชิกของเครือข่ายเกษตร มีปัจจัยการผลิตและผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานร้อยละ 70

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประเมินคัดเลือกกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายเข้าร่วมโครงการ	ต.ค.- พ.ย.	20,000		สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
2. จัดอบรมและศึกษาดูงาน	ธ.ค.	1,108,000		สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
3. จัดทำแผนขับเคลื่อนการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายและดำเนินการตามแผน	ธ.ค.- พ.ย.				
4. ติดตามประเมินผลและสรุปผลติดตาม	พ.ค. – มิ.ย.	100,000		สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	

ชื่อโครงการ: การทำข้อตกลงให้แรงงานต่างชาติ (สปป.ลาว) สามารถเดินทางมาทำงานภาคเกษตรตามฤดูกาลได้
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตรมีความรุนแรง แรงงานส่วนใหญ่จะทำงานภาคอุตสาหกรรม จึงทำให้จังหวัดอำนาจเจริญขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตรตามฤดูกาล
สรุปแนวคิดโครงการ 1) ระยะแรก - ให้ระดับพื้นที่สามารถบริหารจัดการแรงงานได้โดยมีนโยบายรองรับ - ให้แรงงาน สปป.ลาว เข้ามาทางจุดผ่อนปรนและสามารถทำงานในจังหวัดอำนาจเจริญได้โดยกำหนดระยะเวลา เช่น 5 วัน 10 วัน ในช่วงฤดูปลูก/ฤดูเก็บเกี่ยว(ตามฤดูกาล) 2) ระยะยาว: ยกระดับจุดผ่อนปรนบ้านยักษ์คุให้เป็นด่านถาวร
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • มีการทำความตกลงระหว่างระดับท้องถิ่น • ยกระดับจุดผ่อนปรนบ้านยักษ์คุให้เป็นด่านถาวร
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • ที่ทำการปกครองอำเภอ • ด่านตรวจคนเข้าเมือง • สนง.แรงงานจังหวัด/ สนง.จัดหางานจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: แรงงานจังหวัดกระทรวงต่างประเทศ/กระทรวงมหาดไทย/กระทรวงแรงงาน/
ผลลัพธ์: ผลผลิตข้าวอินทรีย์ที่มีคุณภาพ
ผลผลิต: มีแรงงานเพียงพอตามฤดูกาล
ตัวชี้วัดของโครงการ: มีแรงงานเพียงพอตามฤดูกาล

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. มีการทำความตกลงในระดับนโยบายระดับท้องถิ่น (รัฐบาล)				กระทรวงแรงงาน และ สปป.ลาว	
2. ยกระดับจุดผ่อนปรนบ้านยักษ์คุให้เป็นด่านถาวร				กระทรวงมหาดไทย และ กระทรวงการต่างประเทศ	

ชื่อโครงการ: เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพดีและข้าวหอมมะลิอินทรีย์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดอำนาจเจริญ โดยมีพื้นที่ผลิต 927,000 ไร่ เกษตรกร 69,000 ครัวเรือน แต่เกษตรกรมีปัญหาในการผลิตข้าวที่มีคุณภาพ จึงจำเป็นต้องพัฒนาให้ข้าวมีคุณภาพและแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าโดยพัฒนาเครือข่ายและรวมกลุ่มเกษตรกรให้มีศักยภาพในการต่อรอง และเชื่อมโยงการตลาดข้าวให้เกษตรกร

สรุปแนวคิดโครงการ

1. เพิ่มประสิทธิภาพข้าวหอมมะลิคุณภาพ GAP และข้าวหอมมะลิอินทรีย์
2. เป็นแหล่งเรียนรู้การผลิตข้าว
3. พัฒนาองค์ความรู้สู่เกษตรกรมืออาชีพ (Smart Farmer)

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. อบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีตามระบบโรงเรียนเกษตรกร (กระบวนการผลิตข้าว การปรับปรุงบำรุงดิน กระบวนการเก็บเกี่ยว) 5 ครั้ง
2. สนับสนุนปัจจัยการผลิตแก่เกษตรกร (ปุ๋ยพืชสด, เมล็ดพันธุ์ข้าว, ปุ๋ยอินทรีย)
3. รณรงค์การไถกลบตอซังข้าว
4. การตรวจประเมินแปลงและการรับรองมาตรฐาน GAP และอินทรีย์ และมาตรฐานการรับรองแบบมีส่วนร่วม PGS
5. ส่งเสริมการเลี้ยงปลาในนาข้าว
6. ส่งเสริมการเลี้ยงโคกระบือ เพื่อผลิตปุ๋ยอินทรีย์ และกำจัดวัชพืช
7. การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าข้าวอินทรีย์ (ทำเครื่องสำอางค์ ทำน้ำมันรำข้าว ข้าวกล้องท ข้าวฮาง)
8. การเชื่อมโยงตลาดข้าว GAP และอินทรีย์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สนง.เกษตรจังหวัด

สนง.ปศุสัตว์จังหวัด

สนง.ประมงจังหวัด

สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด

สนง.พาณิชย์จังหวัด

สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์: เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีรายได้เพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

1. เกษตรกรที่ผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพดี/อินทรีย์ 2,000 ราย
2. พื้นที่ผลิตข้าวหอมคุณภาพดีและข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพิ่มขึ้น 10,000 ไร่

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1. ผลผลิตเพิ่มขึ้นจาก 450 ก.ก./ไร่ เป็น 480 กก./ไร่
2. เกษตรกรได้รับการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ 770 ราย

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. คัดเลือกเกษตรกร/คัดเลือกพื้นที่ ที่สนใจเข้าร่วมโครงการ	ปีงบประมาณ	23 ล้าน	-	สนง.เกษตรจังหวัด	
2. จัดประชุมเตรียมความพร้อมแก่เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ				สนง.เกษตรจังหวัด	
3. อบรมถ่ายทอดความรู้ (เตรียมดิน-เก็บเกี่ยว)				สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.ประมงจังหวัด/ สนง.ปศุสัตว์จังหวัด/ สนง.พัฒนาที่ดินจังหวัด	
4. สนับสนุนปัจจัยการผลิตต้นแบบ					
5. ประเมินแปลงและตรวจรับรองมาตรฐาน				สนง.เกษตรจังหวัด	
6. แปรรูปและเชื่อมโยงตลาด				สนง.พาณิชย์จังหวัด/ สนง.อุตสาหกรรม/ ประชาสัมพันธ์	

ชื่อโครงการ: ผลิตข้าวหอมมะลิ/ข้าวอินทรีย์เพื่อการส่งออก
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดอำนาจเจริญมีพื้นที่ปลูกข้าว 1,100,000 ไร่ แต่เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาซึ่งส่งผลต่อการผลิตและรายได้ของเกษตรกร ดังนั้นจึงได้จัดทำโครงการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อการส่งออก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ให้แก่เกษตรกรของจังหวัดอำนาจเจริญ
สรุปแนวคิดโครงการ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมการแปรรูปเพื่อส่งออกข้าวหอมมะลิอินทรีย์
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - พัฒนาการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ - ปรับปรุงคุณภาพข้าวหอมมะลิอินทรีย์ - ส่งเสริมและขยายตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรจังหวัดอำนาจเจริญ
ผลลัพธ์: เกษตรกรมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
ผลผลิต: ข้าวหอมมะลิอินทรีย์สามารถส่งออกได้ปีละ 5 ตันต่อปี
ตัวชี้วัดของโครงการ: เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. พัฒนาผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์		1 ล้าน		สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.พาณิชย์จังหวัด	
2. ปรับปรุงคุณภาพข้าวหอมมะลิอินทรีย์		1 ล้าน		สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.พาณิชย์จังหวัด	
3. ส่งเสริมและขยายตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์		1 ล้าน		สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.พาณิชย์จังหวัด	

ชื่อโครงการ: ยกระดับอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรเข้าสู่มาตรฐาน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- ผู้ผลิตสินค้า SMEs เกิดการสูญเสียและขาดประสิทธิภาพ สินค้าไม่มีคุณภาพส่งผลให้จังหวัดเกิดการเสียหาย
- มาตรฐานสินค้าและมาตรฐานการจัดการที่ดี เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยผู้ผลิตสินค้า OTOPและSMEsของจังหวัดส่วนใหญ่ยังไม่ได้การรับรองมาตรฐาน ทั้งในมาตรฐานสินค้าและมาตรการกระบวนการจัดการ

สรุปแนวคิดโครงการ

- ผลิตภัณฑ์ของอำนาจเจริญมีคุณภาพ มีการจัดการที่ดี ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- สินค้ามียอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น
- ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มขึ้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. สัมมนาเพื่อชี้แจงเกี่ยวกับมาตรฐานกระบวนการผลิตและมาตรฐานผลิตภัณฑ์
2. จัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อให้การแนะนำการจัดทำมาตรฐาน GMP ให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ
3. จัดศึกษาดูงาน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอำนาจเจริญ ประกอบด้วย ที่ปรึกษา และ ผู้ประกอบการ (โรงสีข้าว โรงเรือน)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอำนาจเจริญ

ผลลัพธ์:

- ลดต้นทุนการผลิต
- ผู้ผลิตสามารถเพิ่มช่องทางของการตลาด
- ผู้บริโภคได้รับสินค้ามีคุณภาพและปลอดภัย

ผลผลิต: โรงงานที่ได้มาตรฐาน GMP (อาหารฮาลาล, ผลิตภัณฑ์อินทรีย์)

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนผู้ได้รับเครื่องหมาย จำนวน 20 ราย

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. สำรวจผู้ประกอบการที่เข้าข่ายและเป็นโรงงานแปรรูปสินค้าการตลาด				สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอำนาจเจริญ	
2. สัมมนา		30,000			
3. จ้างที่ปรึกษา		2,000,000			
4. ศึกษาดูงาน		70,000			
5. ที่ปรึกษาคัดเลือกสถานประกอบการที่เข้าข่าย					
6. ให้คำแนะนำการจัดทำมาตรฐาน ตามที่ผู้ประกอบการและที่ปรึกษาเห็นเหมาะสม					

ชื่อโครงการ: การพัฒนาระบบขายข้าวช่วยชาวนาด้วยการทำตลาดดิจิตอล (Love Farmer)

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

1. แก้ปัญหาค่าขนส่งโดยการรวบรวมคำสั่งซื้อของชาวนาหลายกลุ่มด้วยระบบดิจิตอล บริหารจัดการและกระจายโดยคนกลาง “บิสเทรด”
2. ชาวนามีโอกาสปรับเปลี่ยนจากการขายข้าวเปลือก มาขายข้าวสาร
3. สร้างเครือข่ายชาวนา คนกลาง คนกิน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ตามรูปแบบของ Love Farmer

สรุปแนวคิดโครงการ:

ผูกปิ่นโตของอำนาจเจริญ เพื่อนการลดค่าขนส่งให้สินค้าจากเกษตรถึงมือประชาชนในราคาที่เหมาะสม

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. อบรม/สัมมนา เครือข่ายการผลิตและการตลาด
2. อบรม/สัมมนา พัฒนาการสร้างเรื่องราวและภาพลักษณ์ให้กลุ่มชาวนาและเครือข่าย
3. ประชุมเจรจาจับคู่ธุรกิจ/ ผู้ผลิตพบผู้บริโภค
4. จัดงานเปิดเฮี้อนเยือนชาวนา นำคนมาเรียนรู้วิธีทำนา
5. พัฒนาช่องทางการตลาดดิจิตอล
6. พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์
7. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
8. พัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ ความร่วมมือกับอุทยานวิทยาศาสตร์ ม.อุบล และ young biz love farmer

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ

ผลลัพธ์:

- ชาวนามีรายได้เพิ่ม
- มีเครือข่ายคนปลูก คนกลาง คนกิน ภายใต้แนวคิด “ครอบครัว Love Farmer”

ผลผลิต:

- ระบบการตลาดดิจิตอล
- ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้า Love Farmer

ตัวชี้วัดของโครงการ: มูลค่าจากการจำหน่ายข้าวจากโครงการไม่น้อยกว่า 10.8 ล้านบาท

ขั้นตอนการดำเนินงาน

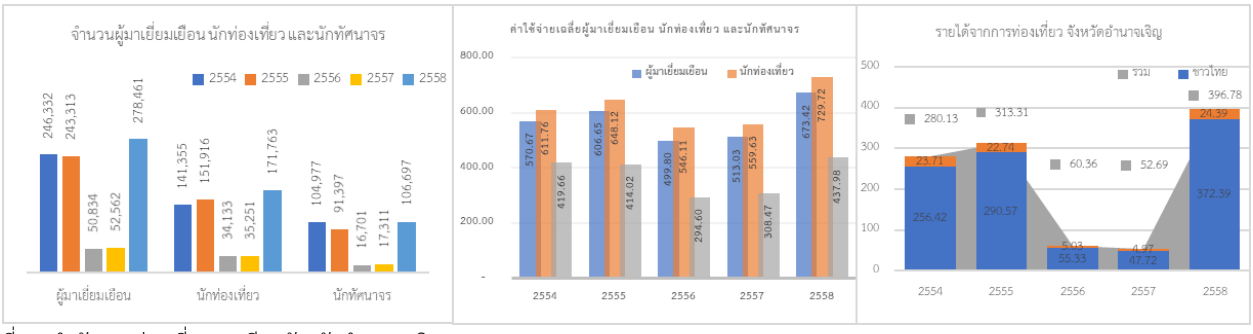
ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. สำรวจ/คัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย	2561-2564	50,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	
2. อบรมสัมมนาเครือข่ายการผลิต/การตลาด		50,000			
3. อบรม/สัมมนา พัฒนาเกษตรกรและเครือข่าย (ถ่ายภาพเขียนบทความ)		2,000,000			
4. พัฒนาบรรจุภัณฑ์/ผลิตภัณฑ์ภายใต้ความร่วมมือกับอุทยานวิทยาศาสตร์ ม.อุบล		500,000			
5. พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์และออนไลน์		500,000			
6. จัดกิจกรรมเปิดเฮื้อนเยือนชาวนา เพื่อส่งเสริมเรื่องราวอัตลักษณ์		2,500,000			
7. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์		1,000,000			
8. จัดงานแสดงจำหน่ายสินค้า/เจรจาจับคู่ธุรกิจ					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดมีสถานที่ทางศาสนาและวัฒนธรรม โบราณสถานที่หลากหลายและมีจำนวนมากที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้
- แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ชุมชนทอเสื่อกก บ้านนาหมอม้า วัดถ้ำแสงเพชร วัดดงเฒ่าเก่า พุทธอุทยานและพระมงคงมิ่งเมือง และอ่างเก็บน้ำพุทธอุทยาน

แผนภาพที่ 3.14-18: สรุปสถิติสำคัญการท่องเที่ยวของจังหวัดอำนาจเจริญ



ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.14-19: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของจังหวัดอำนาจเจริญ



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-34: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[22]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.2 2.3 2.4	การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	1. พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน

[22] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

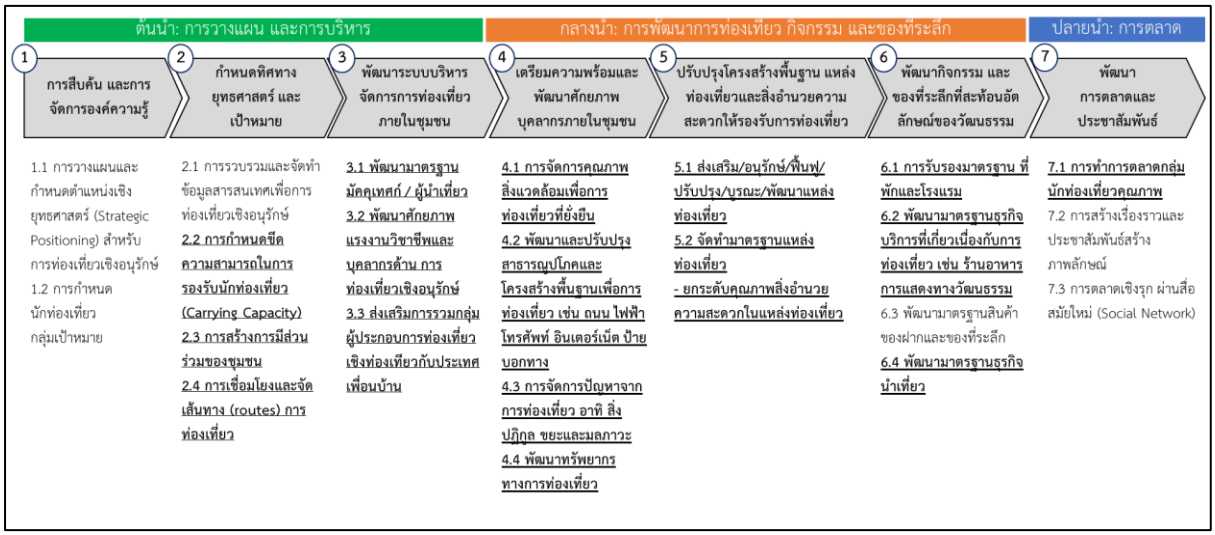
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.1 3.2 3.3	ด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยังยืน		2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน 3. สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว
4.1 4.2 4.3 4.4	การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	1. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ ให้มีความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด 2. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์
5.1 5.2 6.1 6.2 6.4 7.1	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	1. พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว 2. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 3. พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.14-35: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การวางแผนและกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 1.2 การกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
2.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และเป้าหมาย	2.1 การรวบรวมและจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
6.พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.3 พัฒนามาตรฐานสินค้าของฝากและของที่ระลึก
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างเรื่องราวและประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ 7.3 การตลาดเชิงรุก ผ่านสื่อสมัยใหม่ (Social Network)

แผนภาพที่ 3.14-20: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของจังหวัดอำนาจเจริญ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอำนาจเจริญ

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.14-36: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[23]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 1.2 2.1	พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดอำนาจเจริญ	การพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ
6.3 7.2	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวอำนาจเจริญ	1. สร้างและพัฒนาสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวให้น่าสนใจมีเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น หน้ากากยักษ์คุ อำนาจเจริญ พวงกุญแจพระธาตุน่าป่าแสง, ชุดพระเครื่องพระมงคลมิ่งเมืองและพระศักดิ์สิทธิ์สำคัญของจังหวัด เพื่อส่งเสริมรายได้แก่ประชาชนและเกิดความประทับใจของลูกค้า 2. สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีมีคุณภาพของจังหวัดเพื่อประชาสัมพันธ์ด้วยเรื่องราว เนื้อหา ความหมายและความเชื่อเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งรูปแบบเอกสาร สื่อIT เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ
7.3	ศูนย์ข้อมูล Social network แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอำนาจเจริญ	ต้องการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และเชิญชวนบุคคลทั่วไปเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัด	ททท.

[23] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดอำนาจเจริญ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดอำนาจเจริญมีพื้นที่ติดชายแดนกับสปป.ลาว ระยะทาง 38 กม. และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประเพณี วัฒนธรรมและศาสนา แต่ยังขาดการวางแผนและกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) สำหรับการท่องเที่ยวที่ชัดเจน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งจะสามารถยกระดับและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต่อไป จึงได้จัดทำโครงการดังกล่าวขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ การพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • การวางแผนและกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ • การรวบรวมและจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ • การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน • พัฒนามาตรฐานสินค้าของฝากและของที่ระลึก • เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอำนาจเจริญ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในจังหวัดอำนาจเจริญ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ
ผลลัพธ์: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอำนาจเจริญได้รับการพัฒนาและมีความยั่งยืน
ผลผลิต: แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญได้รับการพัฒนา มีความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน
ตัวชี้วัดของโครงการ: รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี และนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 5% ต่อปี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. การจัดทำแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	ปีงบประมาณ 2561	1,000,000		สนง.จังหวัด	
2. รวบรวมและจัดทำข้อมูลสารทนเทศ	ต.ค.-ธ.ค.			สนง.จังหวัด	
3. จัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว				สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	
4. พัฒนามาตรฐานสินค้า ของฝากที่ระลึก				สนง.พัฒนาชุมชน	
5. เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว				สนง. ประชาสัมพันธ์	

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวอำนาจเจริญ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนในพื้นที่ด้วยแนวคิดการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

สรุปแนวคิดโครงการ

1. สร้างและพัฒนาสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวให้น่าสนใจมีเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น หน้ากากยักษ์คุ อำนาจเจริญ พวงกุญแจพระธาตุน่าป่าแสง, ชุดพระเครื่องพระมงคลมิ่งเมืองและพระศักดิ์สิทธิ์สำคัญของจังหวัด เพื่อส่งเสริมรายได้แก่ประชาชนและเกิดความประทับใจของลูกค้า
2. สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีมีคุณภาพของจังหวัดเพื่อประชาสัมพันธ์ด้วยเรื่องราว เนื้อหา ความหมายและความเชื่อเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งรูปแบบเอกสาร สื่อ IT เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. พัฒนาสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน
2. ประกวดแบบของที่ระลึกหน้ากากยักษ์คุ อำนาจเจริญ
3. ประกวดแบบของที่ระลึก พระมงคลมิ่งเมือง และ พระธาตุนาป่าแสง
4. ประชาสัมพันธ์เรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่รู้จักกว้างขวาง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สถานศึกษา ทุกแห่ง ทุกระดับ
2. ภาคเอกชน ธุรกิจ
3. ส่วนราชการ ทุกส่วนราชการ
4. อปท., ศาสนสถาน ประชาชาชนในพื้นที่เป้าหมาย

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอำนาจเจริญ

ผลลัพธ์:

- มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมีภาพลักษณ์ทีดี น่าสนใจ เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

ผลผลิต:

- มีสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด
- มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เผยแพร่เรื่องราวเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

ตัวชี้วัดของโครงการ: รายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษา รวบรวมข้อมูลเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง		5,000		สนง.วัฒนธรรมจังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
2. ประกวดออกแบบหน้ากากยักษ์คุอำนาจเจริญ		20,000		สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	
3. ประกวดออกแบบพวงกุญแจพระธาตุนาป่าแปง		20,000		สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	
4. ประกวดออกแบบชุดพระเครื่องพระมงคลมิ่งเมืองและพระศักดิ์สิทธิ์สำคัญของจังหวัด		20,000		สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	
5. จัดพิมพ์เอกสารเรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยว		200,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
6. พัฒนาระบบการเผยแพร่ข้อมูลผ่านโซเชียบมีเดีย แอปพลิเคชั่น สื่ออื่นๆทุกประเภท		100,000		สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

ชื่อโครงการ: ศูนย์ข้อมูล Social network แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอำนาจเจริญ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เนื่องจากปัจจุบันจังหวัดอำนาจเจริญมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราว ความงดงามและความเก่าแก่ที่น่าสนใจ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงามแต่ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังมีจำนวนไม่มากนัก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจภายในจังหวัด ตลอดจนง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอำนาจเจริญและการเดินทางที่สะดวกสบายยิ่งขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

ต้องการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และเชิญชวนบุคคลทั่วไปเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- สร้าง Website ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอำนาจเจริญ (Big data)
- กระจายข้อมูลโดยสร้างสื่อทาง Social network เช่น Facebook, Line, You Tube, Instagram เป็นต้น
- ลิ้งค์ข้อมูลจากสื่อ Social network ไปยัง Website(Big data)

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- การท่องเที่ยวและกีฬา
- กลไกการดำเนินงาน: Big data ประกอบด้วย Instagram, Line, You Tube, Facebook

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ททท.

ผลลัพธ์:

- สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดได้
- สามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและเดินทางไปยังจุดหมายได้ง่าย

ผลผลิต:

- มีWebsite ที่รวบรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอำนาจเจริญ
- มีสื่อ Social network ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนผู้เข้าชมสื่อ Social 1000 คนต่อเดือน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
- รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	1ต.ค.61 – 30ก.ย.62	600,000	บุคลากร	ททท.	
- จัดจ้างผู้จัดทำ Website			กล้องถ่ายภาพ		
- ดูแล Website และ Update ข้อมูล			GPS		

3.5 กลุ่มที่ 15 (จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด)

3.5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ และ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัด กลุ่มที่ 15

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่15 ซึ่งประกอบด้วย 4 จังหวัดได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบริหารงานกลุ่มจังหวัดมีพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดรวม 19.6 ล้านไร่คิดเป็นร้อยละ17 ของพื้นที่ภาคโดยจังหวัดขอนแก่นมีพื้นที่มากที่สุดรองลงมาได้แก่จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดกาฬสินธุ์ และจังหวัดมหาสารคามตามลำดับและมีพื้นที่ป่าไม้ประมาณ 1.80 ล้านไร่หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของภาคกลุ่มจังหวัดตั้งอยู่ตอนกลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือบนพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำชีที่อยู่ตอนกลางของพื้นที่และที่ราบลุ่มแม่น้ำมูลซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของพื้นที่โดยทางทิศตะวันตกและทิศเหนือจะมีสภาพเป็นภูเขา เทลาดมาทางทิศตะวันออกลักษณะภูมิประเทศโดยรวมของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลางเป็นพื้นที่ราบลุ่มน้ำชีประมาณร้อยละ 80 ของพื้นที่กลุ่มจังหวัดลักษณะของพื้นที่จะอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 200 เมตรและเทลาดจากทางทิศตะวันตกไปสู่ทางทิศตะวันออกด้านทิศเหนือและทิศตะวันตกลักษณะของพื้นที่จะเป็นพื้นที่ภูเขาพื้นที่โดยรวมของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีพื้นที่ทั้งสิ้น 34,894.31 ตารางกิโลเมตรคิดเป็นร้อยละ 18.61 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและคิดเป็นร้อยละ 6.49 ของพื้นที่ทั้งประเทศ

จังหวัดกาฬสินธุ์ มีลักษณะภูมิประเทศแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะได้แก่

1) ลักษณะพื้นที่ตอนบนเป็นบริเวณแนวเทือกเขาภูพานมีภูเขาสลับซับซ้อนและมีที่ราบในบริเวณระหว่างหุบเขาสลับกับป่าทึบได้แก่ป่าดงมูลและป่าดงแม่เผดบริเวณดังกล่าวเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารหล่อเลี้ยงจังหวัดกาฬสินธุ์

2) ลักษณะพื้นที่ตอนกลางเป็นเนินเขาสลับกับป่าโปร่งและทุ่งราบ

3) ลักษณะพื้นที่ตอนล่างเป็นที่ราบต่ำเป็นแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นบริเวณที่รับน้ำชลประทานจากโครงการชลประทานลำปาวและมีลำน้ำชีลำน้ำพาน ลำห้วยบึงและหนองน้ำทั่วไป

จังหวัดขอนแก่น ภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบ มีลักษณะสูงต่ำสลับเป็นลูกคลื่นลาดเทไปทางทิศตะวันออกและทิศใต้ มีที่ราบลุ่มแถบลุ่มน้ำชีและลุ่มน้ำพอง พื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย100-200 เมตร

จังหวัดมหาสารคาม มีพื้นที่ค่อนข้างราบเรียบถึงลูกคลื่นลอนลาด สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ130–230 เมตร ทิศตะวันตกและทิศเหนือเป็นที่สูงในเขตอำเภอโกสุมพิสัย อำเภอเชียงยืน และอำเภอกันทรวิชัยครอบคลุมพื้นที่ประมาณครึ่งหนึ่งของจังหวัด และค่อยๆเทลาดมาทางทิศตะวันออกและทิศใต้

จังหวัดร้อยเอ็ด ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 120-160 เมตร มีภูเขาทางตอนเหนือซึ่งติดต่อจากเทือกเขาภูพาน บริเวณตอนกลางของจังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่น บริเวณตอนล่างมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำมูลและสาขา ได้แก่ ได้แก่ลำน้ำชี ลำน้ำพลับพลา ลำน้ำเตา เป็นต้น บริเวณที่ราบต่ำอันกว้างขวาง เรียกว่า ทุ่งกุลาร้องไห้ มีพื้นที่ประมาณ 80,000 ไร่ มีลักษณะเป็นที่ราบแอ่งกระทะ

โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (Gross provincial cluster product : GPCP) ปี พ.ศ.2557 มีมูลค่าเท่ากับ 354,584 ล้านบาทลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ -1.74 จาก ปี พ.ศ.2556 โดยมีสาขาการค้าและบริการมีมูลค่ามากเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 54.64 รองลงมาคือสาขาอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 26.40 และสาขาเกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 18.96 ตามลำดับหากพิจารณาเป็นรายจังหวัดจะพบว่าขอนแก่นมีผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงถึง 187,348 ล้านบาท หรือร้อยละ 53 ของกลุ่มจังหวัด และตามด้วยมีร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ตามลำดับ

จุดเน้นการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดเน้นเพิ่มผลิตภาพพืชเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัดให้ได้มาตรฐาน ได้แก่ข้าวอ้อยโรงงานและมันสำปะหลังและการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าการลงทุนการบริ การควบคู่ไปกับการพัฒนาเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดซึ่งเป็นผลให้เศรษฐกิจกลุ่มจังหวัดขยายตัวในระดับปานกลางแต่ยังไม่มีเสถียรภาพและมีปัญหาที่สำคัญต้องได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับการผลิตและบริการเดิมให้มีขีดความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้นโดยใช้ประโยชน์จากศักยภาพของพื้นที่เพื่อเพิ่มศักยภาพให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันในและนอกภูมิภาค

ตารางที่ 3.15-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
กาฬสินธุ์	ข้าวเหนียวเขาวง	แหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์
ขอนแก่น	ข้าวหอมมะลิ	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
มหาสารคาม	ข้าวหอมมะลิ	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ร้อยเอ็ด	ข้าวหอมมะลิ	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของแต่พื้นที่ และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีผลสรุป ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 15 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ผลิตภัณฑ์มวลรวมของกลุ่มจังหวัดมีสัดส่วนจากภาคบริการสูงถึงเกือบร้อยละ 50 และเติบโตมากในปี พ.ศ. 2558 ขณะที่ภาคเกษตรมีการหดตัวอย่างต่อเนื่องโดยมีการหดตัวปีละ12-14% และภาคอุตสาหกรรมค่อนข้างทรงตัว

ตารางที่ 3.15-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 15 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร (สัดส่วน ร้อยละ)	76,850 (21.7%)	67,072 (19.7)	(- 12.7%)	57,721 (16.9%)	(-13.9%)
อุตสาหกรรม (สัดส่วน ร้อยละ)	106,673 (30.2%)	106,413 (31.2%)	(-0.2%)	104,159 (30.5%)	(-2.1%)
บริการ (สัดส่วน ร้อยละ)	170,215 (48.1%)	167,332 (49.1%)	(-1.7%)	180,074 (52.7%)	7.6%
ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่	353,738	340,817	(-3.7%)	341,954	0.3%

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่15 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม**

หากพิจารณาเป็นรายจังหวัดจะพบว่าสัดส่วนของจังหวัดขอนแก่นมีขนาดใหญ่ที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50 ของกลุ่ม มูลค่า 1.8 แสนล้านบาท ขณะที่อีก 3 จังหวัดมีสัดส่วนราว 15% มูลค่าราว 5 หมื่นล้านบาท โดยจังหวัดขอนแก่นมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทรงตัว อีก 3 จังหวัดมีการหดตัวมากในปี พ.ศ.2557 โดยลดลงราว 5-9% ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการหดตัวจากภาคเกษตร ที่ราคาพืชผลตกต่ำโดยเฉพาะราคาข้าว

ตารางที่ 3.15-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 15 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
กาฬสินธุ์ (สัดส่วน ร้อยละ)	50,911 (14%)	48,329 (14%)	(-5.1%)	47,178 (14%)	(-2.4%)
ขอนแก่น (สัดส่วน ร้อยละ)	184,081 (52%)	183,773 (54%)	(-0.2%)	187,271 (55%)	1.9%
มหาสารคาม (สัดส่วน ร้อยละ)	50,215 (14%)	46,302 (14%)	(-7.8%)	47,355 (14%)	2.3%
ร้อยเอ็ด (สัดส่วน ร้อยละ)	68,531 (19%)	62,413 (18%)	(-8.9%)	60,150 (18%)	(-3.6%)
ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่	353,738	340,817	(-3.7%)	341,954	0.3%

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.5.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 15

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 15 ดังนี้

ตารางที่ 3.15-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย/ แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)</u> ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ มีกรอบและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดทำแผนพัฒนาอื่นๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านการผลิต บริการ การค้า การลงทุน และการพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน + สร้างการพัฒนาของเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืน รวมถึงสร้างความเจริญแก่ทุกภาคส่วนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ** - เป้าหมายภาคอีสาน การพัฒนาเพื่อการหลุดพ้นจากความยากจนสู่เป้าหมายสู่การพึ่งตนเอง (อีสานพึ่งตนเอง) - เพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตร - พัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูป - ยกระดับการท่องเที่ยว - เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำ	+ การส่งเสริม เกษตรอินทรีย์และอาหารปลอดภัย + พัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรและอาหารครบวงจร ผ้าท้องถิ่น เครื่องอุปโภคบริโภค ผลิตพลังงานทดแทน + ยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว + เพิ่มพื้นที่ชลประทาน และการจัดการน้ำเพื่อการเกษตร
ด้านอุตสาหกรรม ศักยภาพอุตสาหกรรม: แปรรูปข้าว ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ Industrial 4.0	+ ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรที่มีในพื้นที่ โดยเฉพาะข้าว + ส่งเสริมการปรับตัวผู้ผลิตสู่ยุคดิจิตัล
ด้านการท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2	- มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดน้อย

นโยบาย/ แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
ด้านการพัฒนาเมืองและโครงสร้างพื้นฐานเมือง เป้าหมาย : ขอนแก่น เมืองศูนย์กลางการค้าการลงทุน การบริการสุขภาพ ศูนย์กลางการศึกษา เมืองบริเวณชุมทาง	+ สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาเมืองศูนย์กลางให้น่าอยู่ ทั้งระบบสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการที่ดี + มีเป้าหมายในการพัฒนาเมืองหลักอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม + การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมขนส่ง ทำให้การขนส่งสินค้าและการเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ + เกิดการลงทุนด้านระบบคมนาคมทางรถ และทางรางอย่างต่อเนื่อง + การเติบโตของธุรกิจการศึกษา และการบริการทางการแพทย์ + การการลงทุนด้านโลจิสติกส์
ด้านการค้า ตำแหน่งยุทธศาสตร์ทางการค้า (ก.พาณิชย์) เมืองนวัตกรรมเกษตรและอาหาร และโลจิสติกส์ภาคตะวันออกฉียงเหนือ	+ เกิดความตื่นตัวในการพัฒนานวัตกรรม + การเติบโตด้านโลจิสติกส์ + การส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรและอาหาร

3.5.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้ว พื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) ด้วยจึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่าการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking) เข้ามาใช้และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.15-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 15

ตัวชี้วัด	คะแนน	หน่วย	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	45.43	ร้อยละ	1
คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	99.22	ร้อยละ	1
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไปมีอาชีพและมีรายได้	98.97	ร้อยละ	2
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	12.64	ร้อยละ	11
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	22.57	ร้อยละ	11
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	1,663	กก.ต่อไร่	9
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	1.22	ร้อยละ	9
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	0.77	ร้อยละ	15
จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP	20	แห่ง	12
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	9.04	ร้อยละ	18
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ)*	2.11	ร้อยละ	3
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	692.72	ร้อยละ	18
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	99.49	ร้อยละ	2
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	3.29	ร้อยละ	5
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	80.47	ร้อยละ	7
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	26.77	ร้อยละ	7
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	1.26	ร้อยละ	12
อัตราเงินเฟ้อ*	-0.75	ร้อยละ	5
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	80,839.46	บาท / คน / ปี	7
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	22.69	ร้อยละ	12
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่งสถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	18.30	ร้อยละ	1
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	698,128.06	พันลิตร	8
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	341,947.25	พันลิตร	10
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	3,028.36	กิโลวัตต์ / ชั่วโมง / ราย	5

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.15-6: การจักตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 - 4
Quartile 2	ดี	5 - 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 - 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมขอพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่15 ได้ดังนี้ กลุ่มจังหวัดมีสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 18.3 สูงเป็นอันดับที่ 1 มีสัดส่วนการมีอาชีพ วัยทำงานและวัยเกษียณสูงเป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ อัตราการพึ่งพิงต่ำ สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมดสูง สัดส่วนหนี้เสียต่ำ สะท้อนถึงการมีรายได้ที่มั่นคงของประชาการ

ส่วนประเด็นปัญหาส่วนใหญ่จะเป็นด้านเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็น สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร(18)สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร (18) อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด (15) ซึ่งสะท้อนถึงมาตรฐานด้านการเกษตรที่ยังต้องการการปรับปรุงพัฒนาอีกมาก

3.5.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 15

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย และยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (ExternalFactors) และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้นจึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวมโดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 เป็นฐานการผลิตพืชอาหารและพืชพลังงานทดแทนของประเทศ (ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง) ที่สามารถแปรรูปไปสู่อาหารและพลังงานทดแทน

S2 เป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูงเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) คือข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้และข้าวเหนียวเขาวง

S3 มีแหล่งน้ำขนาดใหญ่ที่เอื้อต่อการผลิตสินค้าเกษตร

S4 เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร เช่น อาหารและเครื่องสำอาง เป็นต้น

S5 มีประชากรวัยแรงงานเพียงพอและเป็นแหล่งผลิตแรงงานเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการทั่วไป

S6 มีที่ตั้งได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์สามารถเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน

S7 มีความพร้อมด้านปัจจัยเพื่อรองรับการลงทุนเช่นการเป็นศูนย์กลางการศึกษาศูนย์บริการทางการแพทย์และสาธารณสุขและมีศูนย์ราชการระดับภาคการเงินและธุรกิจ

S8 แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

S9 การผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพและการศึกษาที่ได้มาตรฐาน

S10 สินค้าเกษตรหลากหลายเป็นโอกาสในการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมการเกษตรมากขึ้น

S11 มีโรงงานขนาดใหญ่แปรรูปพืชเศรษฐกิจหลักจำนวนมาก

S12 ผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เช่น ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้, ข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์, ผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์, ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 มีขยะจำนวนมากขึ้นแต่ไม่สามารถกำจัดขยะได้ตามมาตรฐานโดยเฉพาะชุมชนเมืองที่ขยายตัวมากขึ้น

W2 ผลผลิตทางการเกษตรมีปริมาณผลผลิตต่อไร่ต่ำส่งผลให้สินค้าการเกษตรมีมูลค่าต่ำ

W3 ปัจจัยการผลิตภาคการเกษตรมีราคาสูงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

W4 การเพิ่มมูลค่าจากการแปรรูปผลผลิตทางเกษตรยังไม่หลากหลาย

W5 ขาดการจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพ การส่งน้ำเข้าไร่นายังไม่ทั่วถึงได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและไม่สามารถเชื่อมโยงต่อเนื่องทั้ง 4 จังหวัด

W6 แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐานและครบวงจรและขาดการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด

W7 ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของ SMEs และการขยายการตลาดยังไม่เข้มแข็งและแข่งขันได้

W8 ปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงาน / ขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร

โอกาส (Opportunities)

O1 นโยบายการส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

O2 รูปแบบการบริโภคแนวใหม่เกิดความต้องการสินค้าเกษตรปลอดภัยเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับสินค้าเกษตรของกลุ่มจังหวัด

O3 นโยบายส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนจากเอธานอลเป็นการเพิ่มโอกาสการผลิตสินค้าเกษตรประเภทพืชพลังงานโดยเฉพาะอ้อยและมันสำปะหลัง

O4 นโยบายส่งเสริมให้เกษตรกรมีทักษะเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น (Smart Farmers)

O5 นโยบายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของรัฐด้านคมนาคม

O6 นโยบายประเทศไทย 4.0

อุปสรรค (Threats)

T1 การเมืองไม่มีเสถียรภาพไม่มั่นคงปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวนักลงทุนขาดความมั่นใจ

T2 ปัญหาโลกร้อนทำให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ(น้ำท่วมฝนแล้ง) ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการผลิตสินค้าเกษตร

T3 ปัจจัยการผลิตสินค้าในประเทศไทยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านทาให้เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า

T4 ปัญหาแรงงานจากต่างประเทศ / ปัญหาความมั่นคง

T5 ปัญหาราคาสินค้าภาคการเกษตรไม่มีเสถียรภาพ

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 15 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 15 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดและสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของพื้นที่กลุ่ม 15 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 15 ดังนี้

3.5.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดกาฬสินธุ์

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดกาฬสินธุ์

จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวเหนียวเขาวง	- รับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสาตร์ (GI) - พื้นที่เพาะปลูก 109,127 ไร่ จำนวนครัวเรือนเกษตรกรทั้งหมด 14,850 ครัวเรือน - ข้าวคุณภาพดี สีได้เมล็ดข้าวมาก หุงสุกและอ่อนนุ่ม แถมมีกลิ่นหอมเฉพาะ และมีโรงสีข้าว 42 แห่ง มากที่สุดในกลุ่มจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
แหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์	- มีแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์หลากหลาย เช่น พิพิธภัณฑ์ รอยเท้าไดโนเสาร์ - พิพิธภัณฑ์สิรินธร มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านไดโนเสาร์แนวหน้า โดยที่เป็นแหล่งจัดแสดงและรวบรวมฟอสซิลไดโนเสาร์มากที่สุดและสมบูรณ์ที่สุดในประเทศไทย

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวเหนียวเขาวง

ภายใต้ประเด็นข้าวเหนียวเขาวง ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา 2) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและการพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการสินค้า 6) การพัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวเหนียวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนา(พันธุ์ข้าว, เทคโนโลยีและนวัตกรรมการเพาะปลูก) 1.2 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.4 การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า (R&I)
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว-เพิ่มแหล่งน้ำขนาดเล็ก 2.2 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน 2.5 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.3 การเพิ่มผลิตภาพ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 ศูนย์จำหน่ายข้าวเหนียว เขาวง (ผู้ค้า ผู้ผลิต)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเอกลักษณ์ของ ข้าวเหนียวเขาวง	- ศึกษาแนวทางในการตรวจรับรอง DNA - ศึกษาแนวทางในการจัดตั้งศูนย์	สนง.เกษตรจังหวัด
1.2	โครงการวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาดข้าวเหนียวเขาวง	- แนวทางในการยกระดับสินค้า - ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค - การกำหนดราคาสินค้า	สนง.พาณิชย์จังหวัด
2.1	โครงการพัฒนาลุ่มน้ำลำพะยัง	- พัฒนาแหล่งน้ำบนดินและใต้ดิน - ระบบ Solar cell	โครงการชลประทานจังหวัด
2.2	โครงการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตข้าวเหนียวเขาวง	- การประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภายในกลุ่ม	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

[1] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.5	โครงการฟื้นฟูวัฒนธรรมการลงแขก ดำนา เกี่ยวข้าวเหนียวเขาวง	- จัดกิจกรรมการลงแขก ดำนาและเกี่ยวข้าว	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
3.3	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวเหนียวเขาวง	การสนับสนุนความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้แก่เกษตรกรที่มีความสอดคล้องกับคู่มือปฏิบัติการฯ ข้าวเหนียวเขาวง GI	สนง.เกษตรจังหวัด
4.1	โครงการจัดตั้งโรงสีข้าวเหนียวเขาวงตามมาตรฐาน GI	- หาแหล่งเงินทุนในการทำโรงสีและโรงเรือน ห้อง packing ตามมาตรฐาน GMP	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
4.2	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวเขาวง	พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ และแสดงความแตกต่างของสินค้า GI อย่างชัดเจน	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด
4.3/1.4	โครงการศึกษาการแปรรูปข้าวเหนียวเขาวงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	- เป็นการศึกษาการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า	สนง.จังหวัด
4.4	โครงการส่งเสริมการสร้างตราสินค้าข้าวเหนียวเขาวง	- ต้องการให้ผู้ผลิตสร้างแบรนด์ของตัวเอง - สร้างการรับรู้ถึงความพิเศษของสินค้า	สนง.พาณิชย์จังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ประวัติศาสตร์(ไดโนเสาร์) จังหวัดกาฬสินธุ์

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การประเมินความพร้อมของแหล่ง 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณ 4) เตรียมความพร้อม และ พัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 7) พัฒนาตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ (ไดโนเสาร์)



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การประเมินความพร้อม ของแหล่ง	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ (ถนน ป้าย สภาพอากาศ) 5.3 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว 5.5 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
6. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน 6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยว
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 7.2 การสร้างแบรนด์ การท่องเที่ยว 7.3 การสร้างจิตสำนึกเจ้าบ้านที่ดี

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์	ศึกษาวิจัยเพื่อประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	สนง.จังหวัด
2.2	โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และซากดึกดำบรรพ์	ทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนให้ครบถ้วน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.3 / 6.1 / 6.4	โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	สร้างการบริหารจัดการของเครือข่ายที่ครอบคลุม ทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว การเดินทาง-ของระลึก	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
3.4	โครงการสร้างมาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	- ติด CCTV ในแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง - สร้างความร่วมมือกับชุมชนในการดูแลความปลอดภัย	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
5.1	โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	ปรับปรุงป้ายบอกทางให้เพียงพอและชัดเจนมากขึ้น	สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
5.2	โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่เชื่อมโยงให้ได้มาตรฐาน	สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
5.3	โครงการพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่	สร้างไดโนเสาร์ขนาดใหญ่ให้มีเอกลักษณ์เพื่อเป็นแลนด์มาร์ค	สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด

[2] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
6.2	โครงการส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานแหล่งไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	ส่งเสริมผู้ประกอบการในการต่อยอดการท่องเที่ยวไดโนเสาร์	สนง.พาณิชย์จังหวัด
7.1 / 7.3	โครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	สร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เผยแพร่สู่ภายนอก และการสร้างการรับรู้ในการเป็นเจ้าบ้านไดโนเสาร์ของ คนในจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
7.2	โครงการการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์กาฬสินธุ์	สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวด้วยมืออาชีพ	สนง.จังหวัด

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดกาฬสินธุ์

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวเหนียวเขาวง

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) พื้นที่เพาะปลูก 109,127 ไร่ จำนวนครัวเรือนเกษตรกรทั้งหมด 14,850 ครัวเรือน
- ลักษณะข้าวเหนียว เป็นข้าวคุณภาพดี สีได้เมล็ดข้าวมาก หุงสุกและอ่อนนุ่ม แถมมีกลิ่นหอมเฉพาะ จึงเป็นที่นิยมของตลาด
- มีโรงสีข้าว 42 แห่ง มากที่สุดในกลุ่มจังหวัด

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.15-1: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวเหนียวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-7: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	- แผนปี 62 ทำห้องแล็ป	จัดสร้างห้องปฏิบัติการทางการเกษตร	ศึกษาแนวทางในการจัดตั้งห้องปฏิบัติการทางการเษตรที่สามารถตรวจสอบและรับรองคุณสมบัติของสินค้าทางการเกษตรได้ได้ รวมทั้งการตรวจรับรองในระดับ DNA ของข้าวเหนียวเขาวง
1.3	คู่มือปฏิบัติงานสำหรับการผลิตข้าวเหนียวเขาวง GI	คู่มือปฏิบัติงานสำหรับการผลิตข้าวเหนียวเขาวง GI	การวางแผนการผลิตของข้าวที่เข้าสู่การผลิตข้าว GI จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดในคู่มือ
1.4	เขตเศรษฐกิจพิเศษแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากข้าว	เขตเศรษฐกิจพิเศษแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว	นโยบายในการสนับสนุนเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว
2.3	มีหลักสูตรโรงเรียนเกษตรกร	โรงเรียนเกษตรกร	ให้ความรู้แก่เกษตรกรในทุกๆ กระบวนการผลิต
2.4	มี ธกส. และสหกรณ์การเกษตรที่ให้สินเชื่อแก่เกษตรกรอย่างเพียงพอ	ธ.ก.ส.	มีสถาบันการเงินที่เกษตรกรเข้าถึงได้อยู่แล้ว ได้แก่ ธ.ก.ส. และสหกรณ์การเกษตรที่ให้สินเชื่อแก่เกษตรกรอย่างเพียงพอ
3.1	เป็นภารกิจหลักของกระทรวงเกษตรฯ	กระทรวงเกษตร	
3.2	เป็นภารกิจหลักของสนง.พัฒนาที่ดิน	กระทรวงเกษตร	
3.4	มีคู่มือและระบบตรวจสอบ GI	กระทรวงเกษตร	
3.5	มี code GI รายบุคคล	กระทรวงเกษตร	

[3] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.1	มีอยู่ในคู่มือแต่ไม่เพียงพอ	กระทรวงเกษตร	
6.1	มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและขยายช่องทางการตลาดของ สนง.พาณิชย์จังหวัด แต่เป็นงบจังหวัด	กระทรวงพาณิชย์	- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์
6.4	มีศูนย์ OTOP จังหวัดอยู่แล้ว	สนง.จังหวัด	- นำข้าวเหนียวเขาวงไปวางจำหน่ายที่ศูนย์ฯ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-8: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนา (พันธุ์ข้าว, เทคโนโลยีและนวัตกรรมการเพาะปลูก) 1.2 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.4 การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า (R&I)
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว-เพิ่มแหล่งน้ำขนาดเล็ก 2.2 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน 2.5 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.3 การเพิ่มผลิตภาพ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.2 ศูนย์จำหน่ายข้าวเหนียว เขาวง (ผู้ค้า ผู้ผลิต)

แผนภาพที่ 3.15-2: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวเหนียวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดกาฬสินธุ์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.15-9: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเอกลักษณ์ของ ข้าวเหนียวเขาวง	- ศึกษาแนวทางในการตรวจรับรอง DNA - ศึกษาแนวทางในการจัดตั้งศูนย์	สนง.เกษตรจังหวัด
1.2	โครงการวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาดข้าวเหนียวเขาวง	- แนวทางในการยกระดับสินค้า - ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค - การกำหนดราคาสินค้า	สนง.พาณิชย์จังหวัด
2.1	โครงการพัฒนาลุ่มน้ำลำพะยัง	- พัฒนาแหล่งน้ำบนดินและใต้ดิน - ระบบ Solar cell	โครงการชลประทานจังหวัด
2.2	โครงการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตข้าวเหนียวเขาวง	- การประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภายในกลุ่ม	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
2.5	โครงการฟื้นฟูวัฒนธรรมการลงแขกดำนา เกี่ยวข้าวเหนียวเขาวง	- จัดกิจกรรมการลงแขก ดำนาและเกี่ยวข้าว	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
3.3	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวเหนียวเขาวง	การสนับสนุนความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้แก่เกษตรกรที่มีความสอดคล้องกับคู่มือปฏิบัติการฯ ข้าวเหนียวเขาวง GI	สนง.เกษตรจังหวัด
4.1	โครงการจัดตั้งโรงสีข้าวเหนียวเขาวงตามมาตรฐาน GI	- หาแหล่งเงินทุนในการทำโรงสีและโรงเรือนห้อง packing ตามมาตรฐาน GMP	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด

[4] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.2	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวเขาวง	พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ และแสดงความแตกต่างของสินค้า GI อย่างชัดเจน	สนง. อุตสาหกรรม จังหวัด
4.3	โครงการศึกษาการแปรรูปข้าวเหนียวเขาวงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	- เป็นการศึกษาการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า	สนง.จังหวัด
4.4	โครงการส่งเสริมการสร้างตราสินค้าข้าวเหนียวเขาวง	- ต้องการให้ผู้ผลิตสร้างแบรนด์ของตัวเอง - สร้างการรับรู้ถึงความพิเศษของสินค้า	สนง.พาณิชย์ จังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเอกลักษณ์ของข้าวเหนียวเขาวง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: • ปัญหาผลผลิตไม่เพียงพอกับการจำหน่าย • การพัฒนาด้านปัจจัยการผลิตและกระบวนการมีความจำเป็น • ต้องค้นหาว่าจะพัฒนาปัจจัยใดเพื่อมิให้เอกลักษณ์ของข้าวเหนียวเขาวงหายไป
สรุปแนวคิดโครงการ • ศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์ สภาพภูมิอากาศ หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความจำเพาะเจาะจงของข้าวเหนียวเขาวง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้มีปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นแต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ไว้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อเอกลักษณ์ของข้าวเหนียวเขาวง ที่ทำให้ หอมกว่า เหนียวกว่า และนุ่มกว่า • ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลผลิตที่คำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของข้าวเหนียวเขาวง
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การวิจัยและพัฒนาร่วมกับสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด
ผลลัพธ์: ผลผลิตข้าวเหนียวเขาวงเพิ่มขึ้นด้วยการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อเอกลักษณ์ของข้าวเขาวง
ผลผลิต: ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเอกลักษณ์ของข้าวเขาวง
ตัวชี้วัดของโครงการ: รายงานผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อเอกลักษณ์ของข้าวเขาวง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ประสานงานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาที่เชี่ยวชาญ		-		สนง.เกษตรจังหวัด	
ศึกษาวิจัยร่วมกับสถาบันการศึกษา		5 ล้าน		สนง.เกษตรจังหวัด	
เผยแพร่ผลการศึกษาและกำหนดแนวทางการพัฒนา		5 ล้าน		สนง.เกษตรจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาลุ่มน้ำลำพะยัง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: พัฒนาพื้นที่ปลูกข้าวเหนียวเขาวงขาดแคลนน้ำ อาศัยน้ำฝน
สรุปแนวคิดโครงการ • ลดผลกระทบจากปัญหาการขาดแคลนน้ำโดยการ • พัฒนาแหล่งน้ำบนดินและใต้ดิน • บ่อบาดาล และ ระบบโซล่าร์ เซลล์
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • สร้างอาคารบังคับน้ำในลำพะยัง • เจาะบ่อบาดาล • สร้างระบบกระจายน้ำด้วยโซล่าร์ เซลล์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • โครงการชลประทานกาฬสินธุ์ • สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: โครงการชลประทานจังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
ผลผลิต: **-** แหล่งน้ำเพิ่มขึ้น - มีระบบกระจายน้ำเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: เพิ่มพื้นที่เพาะปลูก 950 ไร่

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ก่อสร้างอาคารบังคับน้ำ 4 แห่ง	ต.ค. – ก.ย. 62	65,000,000	-	โครงการชลประทานจังหวัด	
2. เจาะบ่อบาดาล 100 บ่อ	ต.ค. – ก.ย. 62	5,000,000	-	สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	
3. ระบบกระจายน้ำด้วยโซล่าร์ เซลล์ 100 แห่ง	ต.ค. – ก.ย. 62	30,000,000	-	สนง.พลังงานจังหวัด	
4. ปรับปรุงอุโมงค์ผันน้ำ 1 แห่ง	ต.ค. – ก.ย. 62	30,000,000	-	โครงการชลประทานจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตข้าวเหนียวเขาวง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์เป็นข้าวเหนียวที่มีชื่อเสียง มีกระบวนการผลิตเชื่อมโยงกับ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นที่ยอมรับ แต่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ผลิต 55,189 ไร่ ในเขต 10 ตำบล 3 อำเภอ การเข้าร่วมโครงการยังมีน้อยเพียง 427 ราย 4,006 ไร่ ประสบปัญหาอุปสรรคด้านต้นทุนการผลิตยังสูง ขาดแคลนแรงงาน ผลผลิตต่อไร่ค่อนข้างต่ำ คุณภาพข้าวมีความจำเป็นต้องรักษาความหอม นุ่ม ไม่ติดมือ เก็บความนุ่มไว้ได้นาน มีความจำเป็นต้องรักษา ส่งเสริมและพัฒนาการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายให้มีการบริหารจัดการด้วยระบบกลไกสหกรณ์

สรุปแนวคิดโครงการ

การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภายในกลุ่มสหกรณ์ และผู้ผลิตข้าวเหนียวเขาวง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่ม/สร้างเครือข่าย
- อบรม/ศึกษาดูงาน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สร้างความรู้ความเข้าใจ/จัดตั้งกลุ่มสหกรณ์ข้าวเหนียวเขาวง
- สนับสนุนและเชื่อมโยงแหล่งเงินทุน/ปัจจัยการผลิต/การตลาด
- หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์/ภาคีเครือข่าย

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.สหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์: มีอำนาจในการต่อรองราคาข้าว
มีการเชื่อมโยงตลาดสินค้าข้าวที่แน่นอน

ผลผลิต:

- กลุ่มสหกรณ์ข้าวเหนียวเขาวง 1 กลุ่ม
- อบรม/ศึกษาดูงาน 1 ครั้ง

ตัวชี้วัดของโครงการ:

ความพึงพอใจของสมาชิก

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประชุมชี้แจงทำความเข้าใจการรวมกลุ่ม/สร้างเครือข่ายในระบบกลไกสหกรณ์	ต.ค. – พ.ย.	20,000	- สถานที่ประชุม/อุปกรณ์โสตฯ	สนง.สหกรณ์จังหวัด	
2. จัดตั้งกลุ่มสหกรณ์ข้าวเหนียวเขาวง	ธ.ค. – มี.ค.	10,000		สนง.สหกรณ์จังหวัด	
3. อบรม/ศึกษาดูงาน เพื่อนำความรู้นั้นมาสู่การปฏิบัติ	มี.ค. – เม.ย.	150,000		สนง.สหกรณ์จังหวัด	
4. ส่งเสริมและสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์/จัดหาแหล่งเงินทุน	เม.ย. – มิ.ย.	600,000	วัสดุ-อุปกรณ์สำนักงานฯ	สนง.สหกรณ์จังหวัด สนง.จังหวัด	
5. กำกับดูแล แนะนำ และติดตามงาน	ต.ค. – ก.ย.	200,000		สนง.สหกรณ์จังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวเขาวง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การเพิ่มมูลค่าให้กับข้าวเหนียวเขาวง บรรจุภัณฑ์นับเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มคุณค่า ซึ่งต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งควรมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้
สรุปแนวคิดโครงการ • เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • กำหนดต้นแบบผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม • พิจารณาผลิตภัณฑ์ใหม่ • ฝึกอบรม ให้คำปรึกษา แนะนำ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด
ผลลัพธ์: มีรายได้จากการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น
ผลผลิต: มีบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบและผลิต 10 กลุ่ม
ตัวชี้วัดของโครงการ: - ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 - มีบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบและผลิต 10 กลุ่ม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ฝึกอบรม ให้คำแนะนำ	งบปี 2562	3,000,000		สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	
2. ออกแบบและทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์	งบปี 2562			สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	
3. ผลิตบรรจุภัณฑ์โดยใช้นวัตกรรม	งบปี 2562			สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษาการแปรรูปข้าวเหนียวเขาวงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- พื้นที่การปลูกข้าวเขาวงมีจำกัดทำให้ไม่สามารถเพิ่มผลผลิตข้าวได้ ทำให้เกษตรกร ซึ่งเดิมขายข้าวแปรรูปเป็นข้าวสารเท่านั้น ไม่อาจเพิ่มรายได้จากการขายได้
- เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเหนียวเขาวงที่มีลักษณะเฉพาะและมีความเป็นอัตลักษณ์หรือค้นหาลักษณะพิเศษของข้าว เพื่อต่อยอดสู่การแปรรูปข้าวเพื่อเพิ่มมูลค่า

สรุปแนวคิดโครงการ

เป็นการศึกษาการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าข้าวเหนียวเขาวง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

ศึกษา/วิจัย ลักษณะพิเศษของข้าวเหนียวเขาวงที่สามารถนำไปต่อยอดสู่การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากข้าวและมีความแตกต่างจากข้าวทั่วไปหรือข้าว GI อื่น

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. จัดทำ MOU ทางวิชาการร่วมกับ ม.กาฬสินธุ์ และหน่วยงานราชการ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการวิจัยร่วมกัน โดยมีคณาจารย์และนักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อต่อยอดไปสู่การพัฒนา
3. นำผลการวิจัยไปใช้และศึกษาความเป็นไปได้ต่อไป

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

ผลลัพธ์:

ผลการศึกษาวิจัยสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวเหนียวเขาวง

ผลผลิต:

ผลการศึกษาวิจัยข้าวเหนียวเขาวงเพื่อการแปรรูป

พบแร่ธาตุหรือสารสำคัญเพื่อนำไปต่อยอดการแปรรูปผลิตภัณฑ์

ตัวชี้วัดของโครงการ:

งานวิจัยผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการและนำไปใช้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ลงพื้นที่เก็บข้อมูล		3,000,000		สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด	
ทดลองและศึกษาสารที่สกัดเพื่อทดลอง					
ทดลองกับผลิตภัณฑ์ที่จำนำไปแปรรูป					
ทดสอบการใช้ผลิตภัณฑ์					
สรุปผลการทดสอบ					
ถ่ายทอดผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย					
ติดตามและประเมินผล					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: แหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์หลากหลาย เช่น พิพิธภัณฑ์ รอยเท้าไดโนเสาร์
- พิพิธภัณฑ์สิรินธร มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านไดโนเสาร์แนวหน้า โดยที่เป็นแหล่งจัดแสดงและรวบรวมฟอสซิลไดโนเสาร์มากที่สุดและสมบูรณ์ที่สุดในประเทศไทย

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.15-3: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ (ไดโนเสาร์)



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-10: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.1	การพัฒนามาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เป็นงานหลักของ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาในการฝึกอบรมผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
4.2	คู่มือการศึกษาแหล่งไดโนเสาร์	สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	มีการจัดทำคู่มือในการท่องเที่ยวในสถาบันฯ แล้ว

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

[5] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ตารางที่ 3.15-11: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การประเมินความพร้อม ของแหล่ง	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.2 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ถนน ป้าย สภาพอาคาร) 5.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว 5.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
6. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน 6.3 การปรับปรุงของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยว
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 7.2 การสร้างแบรนด์ การท่องเที่ยว 7.3 การสร้างจิตสำนึกเจ้าบ้านที่ดี

แผนภาพที่ 3.15-4: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ (ไดโนเสาร์)



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดกาฬสินธุ์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.15-12: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[6]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดกาฬสินธุ์	ศึกษาวิจัยเพื่อประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	สนง.จังหวัด
2.2	โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์ และ ซากดึกดำบรรพ์	ทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนให้ครบถ้วน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.3 / 6.1 / 6.4	โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	สร้างการบริหารจัดการของเครือข่ายที่ครอบคลุม ทั้งการพัฒนา	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด

[6] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		แหล่งท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว การเดินทาง และของระลึก	
3.4	โครงการสร้างมาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	- ติด CCTV ในแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง - สร้างความร่วมมือกับชุมชนในการดูแลความปลอดภัย	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
5.1	โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	ปรับปรุงป้ายบอกทางให้เพียงพอและชัดเจนมากขึ้น	สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
5.2	โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและพัฒนาพื้นที่ข้างเคียง	
5.3	โครงการพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่	สร้างไดโนเสาร์ขนาดใหญ่ให้มีเอกลักษณ์เพื่อเป็นแลนด์มาร์ค	
6.2	โครงการส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานแหล่งไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง	พัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับการให้บริการ	สนง.พาณิชย์จังหวัด
7.1 / 7.3	โครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และ พื้นที่เชื่อมโยง	สร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เผยแพร่สู่ภายนอก และการสร้างการรับรู้ในการเป็นเจ้าบ้านไดโนเสาร์ของ คนในจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
7.2	โครงการการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์ กาฬสินธุ์	สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวด้วยมืออาชีพ	สนง.จังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์แล้วมีอัตราการเที่ยวซ้ำต่ำ - นักท่องเที่ยวไม่พักที่จังหวัดกาฬสินธุ์ - มูลค่าการใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวน้อย
สรุปแนวคิดโครงการ • ต้องการรู้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์ • ประเมินแหล่งช้อปปิ้ง ที่พัก ที่กิน สินค้าที่ระลึก ที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของจังหวัด • ศึกษาเทรนด์ท่องเที่ยวของคนปัจจุบัน เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • การลงพื้นที่ศึกษาบริบทการท่องเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง ที่พัก ที่กิน สินค้าที่ระลึก • การลงพื้นที่ศึกษารูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยว • วิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง โดยการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่าย • สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย • กิจกรรมทดลองเที่ยวโดยอาสาสมัครท่องเที่ยวและสื่อมวลชน • สรุปและนำเสนอผลการวิจัย และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • MOU ทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์กับพิพิธภัณฑ์สิรินธร สนง.ท่องเที่ยวจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง • ดำเนินการวิจัยร่วมกัน โดยมีคณาจารย์และนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยว • ประชาชนในพื้นที่
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผลลัพธ์: - นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์มากกว่า 1 ครั้ง - มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น
ผลผลิต: มีผลการประเมินและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้
ตัวชี้วัดของโครงการ: • จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 • รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. การลงพื้นที่ศึกษาบริบทการท่องเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง ที่พัก ที่กิน สินค้าที่ระลึก	ต.ค. 60	30,000		มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์	
2. การลงพื้นที่ศึกษารูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยว	พ.ย. – ธ.ค. 60	100,000			
3. วิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง โดยการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่าย	ม.ค. – ก.พ. 61	150,000			
4. สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มี.ค. – พ.ค. 61	100,000			
5. กิจกรรมทดลองเที่ยวโดยอาสาสมัครท่องเที่ยวและสื่อมวลชน	มิ.ย. 61	150,000			
6. สรุปและนำเสนอผลการวิจัยและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	ก.ค. – ส.ค. 61	100,000			

ชื่อโครงการ: โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และซากดึกดำบรรพ์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- นักท่องเที่ยวน้อย
- การบูรณาการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด
- พัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

สรุปแนวคิดโครงการ

จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุม แบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนให้ครบถ้วน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ/ภาคเอกชน/ประชาสังคม ค้นหาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว/ปัญหา/ความต้องการ
- จัดทำร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมครบถ้วนทุกมิติ
- เสนอร่างแผนฯ ต่อที่ประชุมประชาคม/ปรับปรุงให้สมบูรณ์
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามแผนฯ/เสนอขอรับการสนับสนุนจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้องต่อไป

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
- สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
- สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
- มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
- ททท. สำนักงานขอนแก่น

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

มีการบูรณาการด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลผลิต:

มีแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมครบถ้วนทุกมิติ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

โครงการ/กิจกรรมตามแผนฯ สามารถนำไปใช้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดได้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.จัดประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ/ภาคเอกชน/ประชาสังคม ค้นหาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว/ปัญหา/ความต้องการ/จัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์	ต.ค. 60 – เม.ย. 61	500,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ สนง.จังหวัด	
2. ประชาสังคมตรวจสอบแผนฯ / ปรับปรุงแผนให้สมบูรณ์ครอบคลุมทุกมิติ	พ.ค. – มิ.ย. 61	500,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ สนง.จังหวัด	
3. ประกาศใช้แผนยุทธศาสตร์ หน่วยงานนำไปปฏิบัติ/ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ				ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง /องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน	

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดกาฬสินธุ์

1. มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งแต่ไม่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยว
2. การคมนาคมและการบริการสาธารณะไม่สะดวก
3. ขาดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

สรุปแนวคิดโครงการ

- สร้างการบริหารจัดการของเครือข่ายที่ครอบคลุมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว การเดินทางและของที่ระลึก

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน
2. เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัด
3. พัฒนาสินค้า OTOP ให้เป็นของที่ระลึก
4. ปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
5. พัฒนาระบบการบริการสาธารณะ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ชมรมการท่องเที่ยวกาฬสินธุ์จัดทำแพ็คเก็จการท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงกันภายในจังหวัด
2. ประชุมคณะทำงานการท่องเที่ยว จ.กาฬสินธุ์ เพื่อบูรณาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามแพ็คเก็จ
3. มอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พัฒนาตามกิจกรรมฯ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์

ผลลัพธ์:

- มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

1. มีแหล่งท่องเที่ยวได้มาตรฐาน
2. มีแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. มีของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของ จ.กาฬสินธุ์
4. นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวด้วยความสะดวก

ตัวชี้วัดของโครงการ:

จ.กาฬสินธุ์ เป็นหนึ่งในจังหวัดต้องห้ามพลาด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. ประชุมคณะทำงานการท่องเที่ยวจังหวัด	ต.ค. 60	-		สำนักงานจังหวัด	
2. จัดทำแผนปฏิบัติการ/มอบหมายภารกิจให้แต่ละหน่วยงาน/องค์กร	ต.ค. – พ.ย. 60	-			
3. ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ	ธ.ค. 60 – ก.ย. 61	งบตามภารกิจ		รับผิดชอบตามกิจกรรมที่รับมอบหมาย	
4. ติดตามประเมินผลโดยการประชุมเดือนละครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	-		สำนักงานจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างมาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

1. สร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว
2. ป้องกันอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นต่อนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน
3. เตรียมความพร้อมด้านความปลอดภัยหากมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

- ติดตั้งกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง
- สร้างความร่วมมือกับชุมชนในการดูแลความปลอดภัย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. สำรวจจุดที่ไม่ปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว
2. คัดเลือกอาสาสมัครเพื่อรักษาความปลอดภัย
3. ฝึกอบรมอาสาสมัครเพื่อให้มีความพร้อมและสามารถปฏิบัติงานได้
4. ติดตั้งกล้อง CCTV

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. คณะกรรมการการท่องเที่ยวสำรวจจำนวนและจุดติดตั้งกล้อง CCTV
2. สถานีตำรวจจังหวัดกาฬสินธุ์ฝึกอบรมอาสาสมัครรักษาความปลอดภัย
3. ท้องถิ่นให้การสนับสนุนงบประมาณ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สถานีตำรวจจังหวัดกาฬสินธุ์

ผลลัพธ์:

- นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยมากขึ้น
- คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาความปลอดภัย
- สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น

ผลผลิต:

1. มีกล้อง CCTV จำนวน 20 จุด
2. มีอาสาสมัครรักษาความปลอดภัย 40 คน

ตัวชี้วัดของโครงการ:

นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 20%

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. สำรวจจุดติดตั้งกล้อง CCTV	กันยายน 60	-	-	คณะกรรมการการท่องเที่ยว	
2. รับสมัครอาสาสมัคร และคัดเลือก	กันยายน-ตุลาคม 60	-	-	คณะกรรมการการท่องเที่ยว ตำรวจท้องที่	
3. จัดทำโครงการขอรับการสนับสนุนงบประมาณ	กันยายน-ตุลาคม 60	-	-	คณะกรรมการการท่องเที่ยว	
4. ท้องถิ่นให้การสนับสนุนงบประมาณ	พฤศจิกายน – ธันวาคม 60	-	-		
ติดตั้งกล้อง CCTV 20 ตัว	พฤศจิกายน 60	200,000	-	อปท. ในท้องที่	
อาสาสมัคร 40 คน	ธันวาคม 60	100,000	วิทยากร	สถานีตำรวจจังหวัดกาฬสินธุ์	

ชื่อโครงการ: โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว เช่น - ป้ายบอกเส้นทาง - ถนนเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว - ไฟส่องสว่าง
สรุปแนวคิดโครงการ ปรับปรุง/เพิ่มเติมป้ายบอกเส้นทาง ไฟส่องสว่าง และถนนให้เพียงพอ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - ทำป้ายบอกเส้นทาง - ปรับปรุงถนน/ซ่อม/สร้าง ถนนเชื่อมโยง - ติดตั้งไฟส่องสว่าง
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. ตั้งคณะทำงาน 2. ทำแผนงานและงบประมาณ 3. ออกแบบเส้นทาง/ป้าย/ไฟ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: 1.แขวงการทาง 2. อปท.
ผลลัพธ์: เพื่อยกระดับ/พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
ผลผลิต: รายได้จากการท่องเที่ยว
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ตั้งคณะทำงาน + ประชุมวางแผน	ต.ค. – พ.ย. 60			แขวงการทาง + อปท.	
2. ออกแบบ	พ.ย. – ธ.ค. 60				
3. จัดทำแผนงาน + งบประมาณ	ม.ค. – ก.พ. 61				
4. จัดซื้อจัดจ้าง	ส.ค. – ก.ย. 61				
5. ดำเนินการตามแผน	พ.ย. 61 – ก.ย. 62	200 ล้าน			

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
ที่มา / หลักการและเหตุผล: สร้างสัญลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก
สรุปแนวคิดโครงการ สร้างไดโนเสาร์ขนาดใหญ่ให้มีเอกลักษณ์ เพื่อเป็นแลนด์มาร์ค
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - สร้างรูปปั้นไดโนเสาร์ที่มีอัตลักษณ์ขนาดใหญ่ พร้อมภูมิทัศน์โดยรอบ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. ตั้งคณะทำงาน 2. ทำแผนงาน + งบประมาณ 3. ออกแบบ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: 1. พิพิธภัณฑ์สิรินธร 2. สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
ผลลัพธ์: เพื่อยกระดับ/พัฒนาการท่องเที่ยว
ผลผลิต: รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. ตั้งคณะทำงาน + ประชุม วางแผน	ต.ค. – พ.ย. 60				
2. ออกแบบ	พ.ย. – ธ.ค. 60				
3. จัดทำแผนงาน + งบประมาณ	ม.ค. – ก.พ. 61				
4. จัดซื้อจัดจ้าง	ส.ค. – ก.ย. 61				
5. ดำเนินการก่อสร้าง	พ.ย. 61 – ก.ย. 62	50 ล้าน		พิพิธภัณฑ์สิรินธร สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานแหล่งไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดกาฬสินธุ์มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพหลายแห่งและยังขาดการเชื่อมโยง ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมทั้งยังไม่มีการพัฒนาธุรกิจและร้านค้าร้านอาหารที่มีมาตรฐานสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอและเกิดความประทับใจ จนต้องอยากกลับมาอีกหลายๆ ครั้ง

สรุปแนวคิดโครงการ

ปรับปรุงพัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐานเพื่อเป็นสถานที่จำหน่ายอาหารและสินค้าเด่นของจังหวัดเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ดำเนินการปรับปรุงตลาดในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างน้อย 1 แห่ง ต่อ 1 เส้นทางการท่องเที่ยวของจังหวัด ยกระดับเป็น “ตลาดต้องชม”

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานจังหวัด ผู้สนับสนุนงบประมาณ
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด / อปท.
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ชมรมการท่องเที่ยว
- หอการค้า / สภาอุตสาหกรรม / ชมรมผู้ประกอบการค้า

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลลัพธ์:

1. ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการมีสถานที่จำหน่ายสินค้าเพิ่มรายได้มากขึ้น
2. มีตลาดที่ได้มาตรฐานรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอและประทับใจ

ผลผลิต: มีตลาดที่ได้มาตรฐานอย่างน้อย 1 แห่ง

ตัวชี้วัดของโครงการ: มีตลาดต้องชมของจังหวัดอย่างน้อย 1 แห่ง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
- จัดขอสนับสนุนงบประมาณพัฒนาจังหวัด	ปีงบประมาณ 2562 (1 ต.ค. 61- 30 ก.ย. 62)	500,000		สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์	
- ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมบูรณาการการดำเนินงานตามภารกิจ					
- ลงสำรวจพื้นที่ที่จะต้องจัดการให้มีตลาดที่ได้มาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ					
- ดำเนินการตามแผนงาน/โครงการตามระยะเวลาที่กำหนด					
- ประชาสัมพันธ์ตลาดให้เป็นที่รู้จัก/ นำสินค้ามาจำหน่าย					

ชื่อโครงการ: โครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่ทั่วถึง ไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย
- นักท่องเที่ยวยังเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน้อย
- คนในจังหวัดยังไม่ทราบแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด และต้องร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับนักท่องเที่ยว

สรุปแนวคิดโครงการ

สร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์เผยแพร่ให้ผู้คน และนักท่องเที่ยวได้รับรู้ และสร้างการรับรู้การเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนในจังหวัด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธุ์ สื่อโฆษณาทาง TV ระบบสื่อสารออนไลน์ Application สนับสนุนข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ฯลฯ
- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด
- จัดกิจกรรม/สร้างการรับรู้/ส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
- หน่วยงานราชการทุกส่วน
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา
- ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์

ผลลัพธ์:

- นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มขึ้นและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- ผู้คนในจังหวัดรับรู้และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ผลผลิต:

- มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด
- มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสู่คนภายนอก
- มีกิจกรรมส่งเสริม/สร้างการรับรู้การเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้น
- รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว - ป้ายประชาสัมพันธ์ ใน/นอกจังหวัด Tour Bus Back - สื่อออนไลน์/เว็ปไซต์ - Application ส่งเสริมการท่องเที่ยว	ต.ค. 60 – ก.ย. 61	5,00,000		สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
	ต.ค. 60 – ก.ย. 61	1,500,000			
	ต.ค. 60 – ก.ย. 61	2,000,000			
2. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ม.ค. – พ.ค. 61	2,000,000		สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
3. จัดกิจกรรมสร้างการรับรู้และส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี	ต.ค. 60 – ก.ย. 61	1,000,000		ททท. / ม.กาฬสินธุ์/ อปท.	

3.5.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดขอนแก่น

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่น ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าว	- พื้นที่เพาะปลูกข้าวหอมมะลิ จังหวัดขอนแก่น 7แสน ไร่ มีเนื้อที่ปลูกข้าว 2,364,435 ไร่ มีเนื้อที่ปลูกนาปรัง 40,277 ไร่ - ผลผลิตต่อไร่ 350กก./ไร่ - มีจำนวนโรงสี มากกว่า 22 แห่ง - มีศักยภาพในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มสูง เช่น เซรั่มข้าว
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	- แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ บึงแก่นนคร เขื่อนอุบลรัตน์ อุทยานแห่งชาติภูเวียง - จังหวัดขอนแก่นถูกเลือกเป็น 1 ใน 5 จังหวัดของประเทศ เป็นเมืองแห่ง MICE City - มีโรงแรมจำนวน 252 แห่ง มีห้องพักรวมทั้งสิ้น จำนวน 8,163 ห้อง - การคมนาคมสะดวกทั้งทางรถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน ซึ่งมีเที่ยวบินวันละ 36 เที่ยว - ขอนแก่นมีสถานะเป็นประตูสู่ อินโดจีน และจีนตอนใต้ ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการค้า การขนส่งและคมนาคมขนส่งของภูมิภาคในอนาคต - การประชาสัมพันธ์งานท่องเที่ยวเชิงประเพณีทั้งปีใหม่ และสงกรานต์ ซึ่งมีการจัดพื้นที่ละเล่นอย่างเป็นระบบทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าว</u>

ภายใต้ประเด็นข้าว ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา 2) การพัฒนาปัจจัยการผลิตและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งและจัดการบริการสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ทางคณะทำงานได้เสนอให้มีการพัฒนาข้าวโภชนาการสูง ได้แก่ ข้าวทับทิมชุมแพ ซึ่งเป็นข้าวเฉดสี ที่มีแหล่งกำเนิดใน อ.ชุมแพ มาเป็นสินค้ายุทธศาสตร์ ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดขอนแก่น



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.2 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.4 การวิจัย เพิ่มมูลค่า การแปรรูป ข้าวทับทิมชุมแพ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.6 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)
5. การขนส่งและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 มีระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน 5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการตลาด 6.3 การส่งเสริมความร่วมมือทางการเกษตร 6.4 เพิ่มช่องทางการตลาด

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	**แนวทางการพัฒนา**[7]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.2/4.4/6.1/ 6.2/6.3/6.4	สร้างการรับรู้และช่องทางจำหน่ายข้าวทับทิมชุมแพ	ชุดโครงการด้านการศึกษาและพัฒนาตลาดข้าวทับทิมชุมแพ การสร้างตราสินค้าที่สอดคล้องความต้องการ การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย และดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้าวทับทิมชุมแพให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยประกอบด้วยโครงการย่อยดังนี้ - ศึกษาความต้องการตลาดข้าวทับทิมชุมแพ และโอกาสในการแปรรูป - สร้างศูนย์เรียนรู้ตำนานข้าวทับทิมชุมแพ - สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเข้า MT - สร้างช่องทางการจำหน่ายผ่านโรงพยาบาลเอกชน/ร้านอาหาร/โรงแรม - ท่องเที่ยวเชิงเกษตร - ส่งเสริมมาตรฐาน Q Mark/GI /GAP - สินเชื่อเพื่อการตลาด - การสร้างตราสินค้าจังหวัด - จัดทำนา Landmark ทับทิมชุมแพ - ทำละครสั้น ส่งเสริมการรับรู้ - Brand Ambassador	สนง.พาณิชย์จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด/ หอการค้า/ บริษัทประชารัฐรักสามัคคี/ ขอนแก่น/ สวทช.
2.6/4.3/5.1/5.2	ยกระดับเกษตรกรข้าวทับทิมชุมแพ	ชุดโครงการพัฒนาระบบการปลูกจนถึงการขนส่ง โดยจัดตั้งศูนย์เมล็ดพันธุ์ พัฒนาเกษตรกรและระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวให้ได้คุณภาพตามที่ต้องการ ประกอบด้วยโครงการย่อย - ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวทับทิมชุมแพ	Single Command กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

[7] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		- ส่งเสริมเกษตรในการปลูก ถ่ายทอดความรู้ รับสมัคร สนับสนุนปัจจัยการผลิต ติดตามประเมินผล GAP - ส่งเสริมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ข้าว ทับทิมชุมแพ	

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยว ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทาง ยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 4) พัฒนาระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน 5) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชน 6) พัฒนากิจกรรมและของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยววัฒนธรรม ของจังหวัดขอนแก่น



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้นและการจัดการองค์ความรู้	1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรม
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.3 การการจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.4 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 สร้างกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม 6.3 การสนับสนุนอุปกรณ์ สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมชุมชน 6.4 การออกแบบกิจกรรม และนิทรรศการประจำปี 6.5 การปรับปรุงของที่ระลึก
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.2/2.1/2.2/3.1/3.2/3.3/3.4/3.54.2/5.3/5.4/5.5/6.1/6.3/6.5/7.1/7.2/7.3	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ	ขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการค้า การศึกษา การแพทย์ของภาคอีสาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังไม่ได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐาน จึงควรการจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาวและต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้คนที่เข้ามาในพื้นที่ได้รู้ถึงแหล่งท่องเที่ยว และเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ทำงานร่วมกับท่องเที่ยวจังหวัด โดยการสนับสนุนของหน่วยงานทีเกี่ยวข้อง
1.2/2.1/6.4/7.1/7.2	การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเทศกาล วัฒนธรรม	ขอนแก่นเป็นเมืองหลักที่มีแหล่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานพร้อม เหมาะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเทศกาล โดยสร้างอัตลักษณ์เมืองหมอแคน จัดงานหมอลำเฟสติวอล ให้เป็นงานระดับประเทศ และตอกย้ำเมืองแห่งดนตรีอีสาน แหล่งกำเนิดหมอแคน จัดทำเทศกาลท่องเที่ยวตลอดปี โดยมีงานแม่เหล็กได้แก่ สงกรานต์ มาราธอน หมอลำคานิวอล งานไหมนานาชาติ โดยปรับรูปแบบงานให้ทันสมัย โดยการวางแผนร่วมกับเอกชนด้านบันเทิงระดับประเทศ - จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยว ประจำปี 2561-2564 และ Application - พัฒนาบุคลากรในการจัดงานเทศกาล - ประชาสัมพันธ์ เมืองหมอลำ - การจัดทำเทศกาลหมอลำเฟสติวอล/หมอลำคานิวอล - ขอนแก่นมาราธอน - โครงการปั่นจักรยานเชื่อนอุบลรัตน์ - สงกรานต์ - ปีใหม่ - งานเทศกาลไหมนานาชาติ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น

[8] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดขอนแก่น

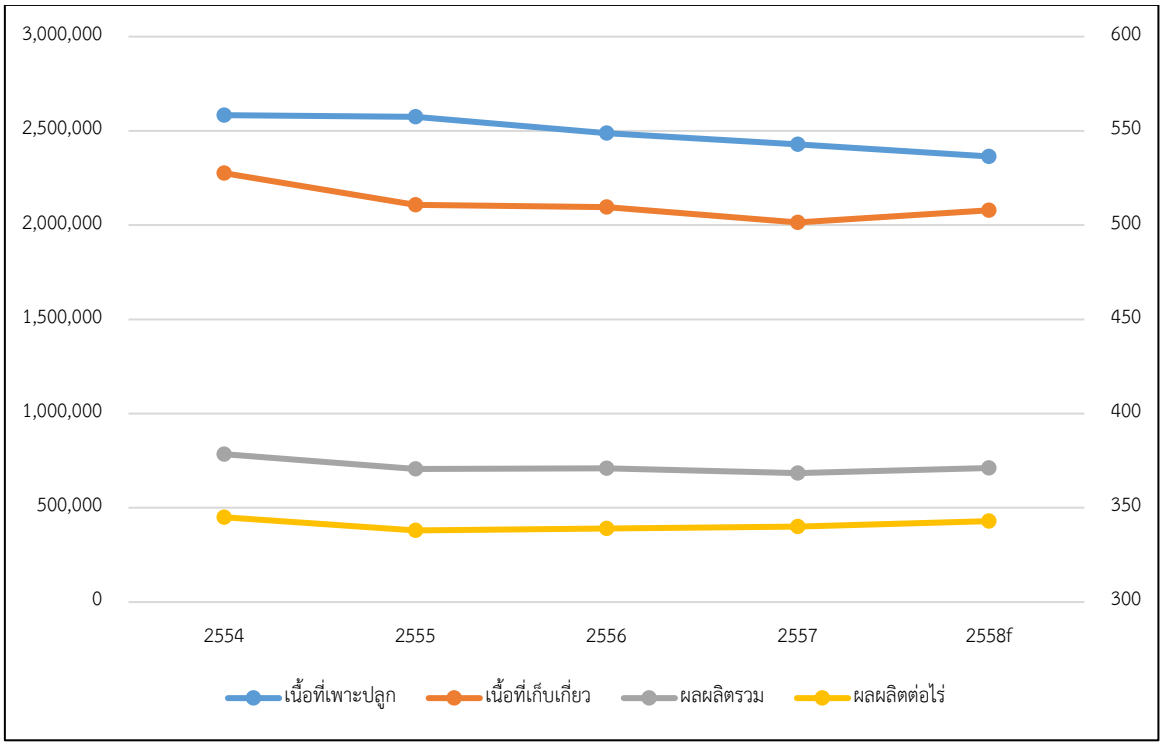
ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1:ข้าว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดขอนแก่นมีพื้นที่ปลูกข้าวสูงถึง 2.5 ล้านไร่
- เป็นแหล่งกำเนิดข้าวทับทิมชุมแพ ซึ่งเป็นข้าวเฉดสีที่มีโภชนาการสูง และมีสีสวยน่ารับประทาน
- มีการส่งเสริมนาแปลงใหญ่ โดยมีมากถึง 136 แปลง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาเข้าสู่มาตรฐานการผลิตข้าว GAP

แผนภาพที่ 3.15-5: เนื้อที่ปลูกข้าวนาปี เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิตรวม และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ปี 2554 – 2558



2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.15-6: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดขอนแก่น



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-13: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[9]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	พัฒนาพันธุ์ข้าวทับทิมชุมแพ	กรมการข้าว	พัฒนาข้าวพันธุ์ใหม่ โดยการต่อยอดจากข้าวสังข์หยด ผสมกับข้าวมะลิ เพื่อให้ได้ข้าวไม่ไวแสง
1.3/2.4/3.1	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มมูลค่าภาคการเกษตร	สำนักงานเกษตรจังหวัดขอนแก่น	ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตในการเพาะปลูก และส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูป
2.1	การพัฒนาแหล่งน้ำบาดาลเพื่อการเกษตร	สำนักงานทรัพยากรน้ำบาดาลเขต 4 ขอนแก่น	ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อลดความเสี่ยงด้านภัยแล้ง
3.2	การปรับปรุงดินด้วยอินทรีย์วัตถุ	สำนักงานเกษตรจังหวัดขอนแก่น พัฒนาที่ดิน	ส่งเสริมการใช้อินทรียวัตถุเป็นปุ๋ย ลดต้นทุนการผลิต และพัฒนาการทำการเกษตรอินทรีย์
4.2	โครงการส่งเสริมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	สนง.สหกรณ์จังหวัดขอนแก่น	เพิ่มมูลค่าด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์

[9] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.4	การจัดตั้งศูนย์บริการวิชาการด้านการเกษตร	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดขอนแก่น	เป็นศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่เกษตรกรในพื้นที่
2.1	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการพัฒนาแหล่งน้ำ	ที่ทำการปกครองอำเภอทุกอำเภอ	พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเพาะปลูก
2.1	การจัดหาแหล่งน้ำและเพิ่มพื้นที่ชลประทาน	โครงการชลประทานขอนแก่น	พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเพาะปลูก เพิ่มพื้นที่ชลประทาน
2.1	การบริหารจัดการน้ำแบบมีส่วนร่วม	องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการน้ำ
2.3/2.4/ 3.1-3.5	โครงการนาแปลงใหญ่	ก.เกษตร	ส่งเสริมการรวมกลุ่มของชาวนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการนา ลดต้นทุนการจัดการ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-14: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.4 การวิจัย เพิ่มมูลค่า การแปรรูป ข้าวทับทิมชุมแพ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.6 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.5 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)
5. การขนส่งและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 มีระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน 5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการตลาด 6.3 การส่งเสริมความร่วมมือทางการเกษตร 6.4 เพิ่มช่องทางการตลาด

แผนภาพที่ 3.15-7: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าว ของจังหวัดขอนแก่น



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดขอนแก่น

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.15-15: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[10]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.2 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด	โครงการศึกษาความต้องการตลาดข้าวทับทิมชุมแพ และโอกาสในการแปรรูป	ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ความต้องการของข้าวเพื่อสุขภาพ และโอกาสในการแปรรูป	สนง.พาณิชย์จังหวัด / คณะ SC (Single Command) และสถาบันการศึกษา/ธ.ก.ส หอการค้า/ ภาคเอกชน
1.4 การวิจัย เพิ่มมูลค่า การแปรรูปข้าวทับทิมชุมแพ	โครงการวิจัยการแปรรูปข้าวทับทิมชุมแพ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพและเชิงการแพทย์	เพื่อวิจัยการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าข้าว โดยเน้นด้านสุขภาพ เช่น ข้าวพร้อมทานสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน ผู้สูงอายุ โดยร่วมมือกับผู้ผลิต	กรมวิชาการเกษตร / สถาบันการศึกษา/ กรมการข้าว
4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย	การส่งเสริมโรงสีข้าวทับทิมชุมแพ ส่งเสริมการแปรรูปเป็นอาหารสำเร็จรูป เช่น ขนมของฝากประจำจังหวัด	เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และมีตลาดรองรับ โดยยกระดับมาตรฐานการผลิตของโรงงานที่เข้าร่วมโครงการ (GMP)	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
1.2 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด	โครงการศึกษาความต้องการตลาดข้าวทับทิมชุมแพ และโอกาสในการแปรรูป	ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ความต้องการของข้าวเพื่อสุขภาพ และโอกาสในการแปรรูป	สนง.พาณิชย์จังหวัด / คณะ SC (Single Command) และสถาบันการศึกษา ธกส. หอการค้า ภาคเอกชน
4.4การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ	โครงการสร้างตราสินค้าจังหวัด	พัฒนาตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับเพื่อให้ร่วมกันในจังหวัด	
4.4การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ	โครงการสร้างการรับรู้ข้าวทับทิมชุมแพ	สร้างความรับรู้ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ	

[10] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างการรับรู้และช่องทางจำหน่ายข้าวทับทิมชุมแพ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ข้าวทับทิมชุมแพเป็นข้าวที่กำเนิดใน อ.ชุมแพ จังหวัดขอนแก่น โดยการผสมข้าวสังข์หยดและข้าวหอมมะลิ เป็นข้าวที่มีเยื่อหุ้มเมล็ดสีแดงคล้ายสังข์หยด สีเป็นข้าวกล้องนำมาหุงสุกจะมีสีแดงใสคล้ายทับทิม ที่สำคัญอุดมไปด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ สามารถพัฒนาเป็นโภชนเภสัชได้ จึงควรส่งเสริมข้าวทับทิมชุมแพให้เป็นข้าวประจำจังหวัดเพื่อเพิ่มรายได้เกษตรกร และส่งเสริมการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ของข้าวทับทิมชุมแพ ซึ่งจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และสร้างช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อพัฒนาตลาดข้าวมับทิมชุมแพให้มีการบริโภคอย่างแพร่หลายต่อไป

สรุปแนวคิดโครงการ

ดำเนินการพัฒนาสินค้าตั้งแต่แผนการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างช่องทางจัดจำหน่าย การสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ให้ข้าวทับทิมชุมแพเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- สร้างศูนย์เรียนรู้ตำนานข้าวทับทิมชุมแพ
- สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเข้า MT
- สร้างช่องทางการจำหน่ายผ่านโรงพยาบาลเอกชน/ร้านอาหาร/โรงแรม
- ศึกษาความต้องการตลาดข้าวทับทิมชุมแพ และโอกาสในการแปรรูป
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างประสบการณ์กับลูกค้า
- ส่งเสริมมาตรฐาน Q Mark/GI /GAP
- สินเชื่อเพื่อการตลาด เพื่อส่งเสริมการทำการตลาดโดยเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ
- การสร้างตราสินค้าจังหวัด
- จัดทำนา Landmark ทับทิมชุมแพ
- ทำละครสั้น ส่งเสริมการรับรู้
- คัดเลือก Brand Ambassador เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้าวทับทิมชุมแพ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

พาณิชย์จังหวัด ร่วมกับ พัฒนาชุมชน หอการค้า บริษัทประชารัฐรักสามัคคีขอนแก่น สวทช. ตั้งคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนชุดโครงการ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สนง.พาณิชย์จังหวัด

ผลลัพธ์:

- การเพิ่มรายได้ของเกษตรที่ปลูกข้าวทับทิมชุมแพ
- การเพิ่มมูลค่า โดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง
- การสร้างความตระหนักถึงข้าวทับทิมชุมแพ

ผลผลิต:

- ศูนย์เรียนรู้ตำนานข้าวทับทิมชุมแพ
- จำนวนช่องทางการจัดจำหน่าย
- รายงานการศึกษาความต้องการตลาด
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน Q Mark/GI /GAP
- มีตราสินค้าประจำจังหวัด

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- การเติบโตยอดจำหน่าย
- การเติบโตจำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ
- พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
สร้างศูนย์เรียนรู้ตำนานข้าวทับทิมชุมแพ		20,000,000		SC เกษตร	
ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงเกษตร					
ส่งเสริมการทำนา landmark					
สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเข้า MT และผ่านโรงพยาบาลเอกชน/ร้านอาหาร/โรงแรม		2,500,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	
ศึกษาความต้องการตลาดข้าวทับทิมชุมแพ และโอกาสในการแปรรูป		3,000,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	
ส่งเสริมมาตรฐาน Q Mark/ GI /GAP 1000 ไร่		2,000,000		SC เกษตร	
สินเชื่อเพื่อการตลาด		30,000,000		ธ.ก.ส.	
การสร้างตราสินค้าจังหวัด / ประชาสัมพันธ์		20,000,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	
การประชาสัมพันธ์ข้าวทับทิมชุมแพ		10,000,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	
การส่งเสริมการแปรรูปข้าวทับทิมชุมแพ		10,000,000		สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการยกระดับเกษตรกรข้างทับทิมชุมแพ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ข้าวทับทิมชุมแพเป็นข้าวพันธุ์ใหม่ ที่ต้องดำเนินงานส่งเสริมการปลูก และการขนส่งเพื่อเข้าสู่ตลาด เพื่อพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรที่มีศักยภาพในการปลูกเพื่อให้ได้ข้าวที่มีคุณภาพตามที่ต้องการ โดยการจัดการทั้งโซ่อุปทาน ตั้งแต่การคัดพันธุ์ข้าว การปลูกและดูแลที่ได้มาตรฐาน จนถึงการเก็บเกี่ยวและการสี เพื่อให้ได้ข้างทับทิมชุมแพคุณภาพสูง

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อแก้ไขการปลอมปนพันธุ์ข้าว และส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เพาะปลูกได้เรียนรู้กระบวนการปลูกที่สามารถเพิ่มผลผลิตต่อไร่ได้ ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรสามารถเพิ่มรายได้ได้ รวมถึงสามารถขยายผลการดำเนินงานที่ได้ในพื้นที่เพาะปลูกอื่นได้ ผ่านการอบรม สนับสนุนเครื่องมือ หรือการดูงานต่างๆ โดยการตั้งศูนย์เมล็ดพันธุ์ และส่งเสริมเกษตรกรให้เข้าร่วมโครงการ และส่งเสริมโรงสีชุมชนในการพัฒนามาตรฐานการสีข้างทับทิมชุมแพ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวทับทิมชุมแพ
- ส่งเสริมเกษตรในการปลูก ถ่ายทอดความรู้ รับสมัคร สนับสนุนปัจจัยการผลิต ติดตามประเมินผล GAP
- ส่งเสริมการพัฒนาระบบขนส่งและโรงสีข้าวชุมชนที่ได้มาตรฐาน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง -บูรณาการของหน่วยงาน Singel Command กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดขอนแก่น

ผลลัพธ์:

เพิ่มประสิทธิภาพข้าวทับทิมชุมแพ

สร้างและพัฒนาแปลงสาธิตให้เป็นแหล่งเรียนรู้กับเกษตรกรและนักท่องเที่ยว

ส่งเสริมเรื่องการตรวจรับรองมาตรฐานอินทรีย์

ส่งเสริมการพัฒนาโรงสีชุมชนในการสีข้างทับทิมชุมแพ

ผลผลิต: เกษตรกรเข้าร่วมจำนวน 1000 ไร่ / มีแปลงสาธิตเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์

ตัวชี้วัดของโครงการ:

เกษตรกรเข้าร่วมมีความเข้าใจการการเพาะปลูกข้าว

แปลงสาธิตเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้

มีศูนย์เมล็ดพันธุ์ที่ได้มาตรฐาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

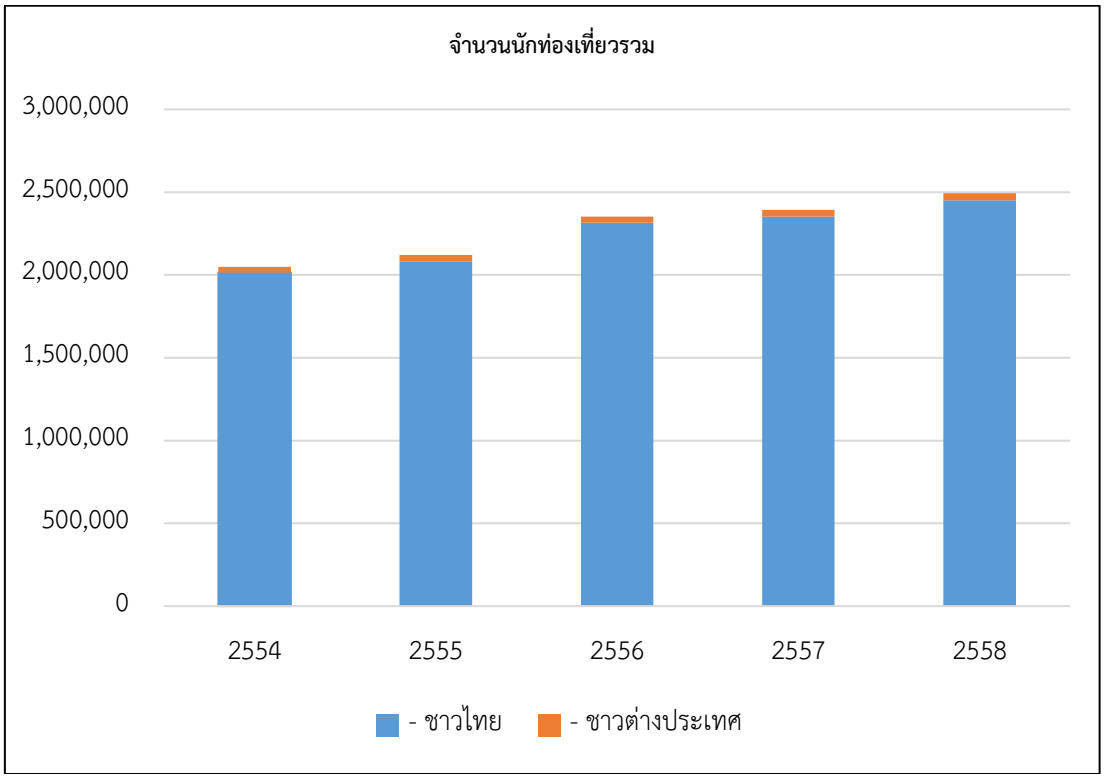
ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวทับทิมชุมแพ 10 กก./ไร่ 1000 ไร่		2 ล้าน		กรมการข้าว	
ส่งเสริมเกษตรในการปลูก ถ่ายทอดความรู้ รับสมัคร สนับสนุนปัจจัยการผลิต ติดตามประเมินผล GAP		20 ล้าน		Single Command	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- เป็นเมืองศูนย์กลางการค้าการลงทุน และการศึกษา มีการคมนาคมผ่านสูง
- มีสาธารณูปโภครองรับในเกณฑ์ดี โดดเด่นภาคอีสาน
- มีศักยภาพในการจัดงานเทศกาลระดับประเทศ เช่น ถนนข้าวเหนียว ขอนแก่นมาราธอน

แผนภาพที่ 3.15-8: สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น 2554-2558



2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.15-9: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดขอนแก่น



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-16: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.2	พัฒนาศักยภาพและยกระดับการแข่งขันผู้ประกอบการ สู่ไทยแลนด์ 4.0	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น	พัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว
5.1	การพัฒนาเส้นทางโครงข่ายทางหลวงชนบทเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว	แขวงทางหลวงชนบทขอนแก่น	พัฒนาเส้นทางคมนาคม เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
5.2	โครงการพัฒนาศูนย์วิจัยและพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูเวียง	พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูเวียง	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์ซึ่งเป็นอัตลักษณ์สำคัญของขอนแก่น
5.2	โครงการพัฒนาสวนสัตว์ขอนแก่น	สวนสัตว์ขอนแก่น	พัฒนาสวนสัตว์ขอนแก่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
5.1	โครงการก่อสร้างระบบขนส่งมวลชนรางเบาสายเหนือ-ใต้ ต้นแบบในเมืองภูมิภาค	เอกชน	พัฒนาระบบการขนส่งรางเบา เพื่อยกระดับระบบคมนาคมในจังหวัด
4.2,5.2	โครงการเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นเพื่อยกระดับสู่เมืองท่องเที่ยวหลัก	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ

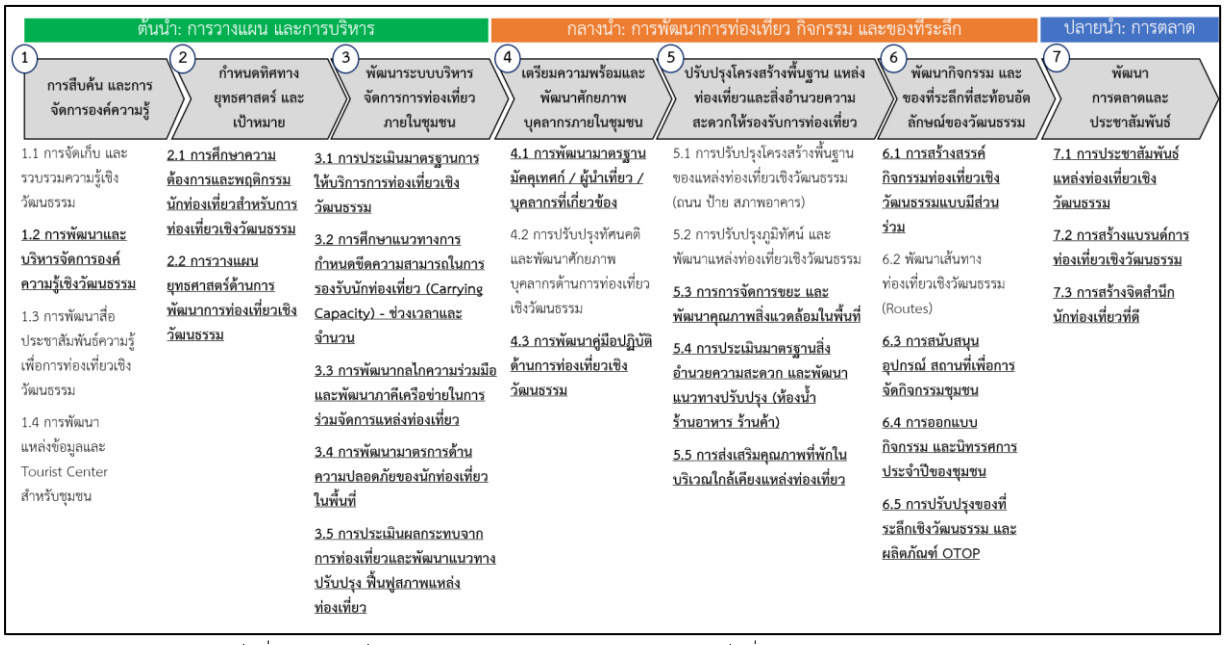
[11] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้นและการจัดการองค์ความรู้	1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรม
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.3 การการจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.4 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 สร้างกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม 6.2 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Routes) 6.3 การสนับสนุนอุปกรณ์ สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมชุมชน 6.4 การออกแบบกิจกรรม และนิทรรศการประจำปี 6.5 การปรับปรุงของที่ระลึก
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

แผนภาพที่ 3.15-10: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและพาณิชย์ ของจังหวัดขอนแก่น



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดขอนแก่น

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.15-18: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[12]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1,1,1.2,.1.3 2.1, 2.2	การทบทวน การประเมิน วางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	ดำเนินการสำรวจ ประเมิน คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวและทำแผนการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับแม่เหล็ก	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.1,3.2,3.34.1,4.2 5.2,5.46.1,6.2,6.4	ส่งเสริมผู้ประกอบการทำการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับแม่เหล็ก ยกระดับการให้บริการ สร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว ยกระดับผู้ให้บริการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
5.1	ปรับปรุงป้าย แหล่งท่องเที่ยว	ปรับปรุงป้ายบ่งชี้แหล่งท่องเที่ยวบนถนนหลวงเพื่อสร้างการรับรู้	กรมทางหลวง
4.3,7.1	การทำระบบสารสนเทศการท่องเที่ยว Online เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว	จัดทำคู่มือการท่องเที่ยว และระบบสารสนเทศให้ข้อมูลผ่าน APP	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
6.2,7.1,7.2	ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยว	จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวระยะสั้น และเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ แหล่งซื้อของฝาก และ landmark เพื่อการถ่ายภาพ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[12] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นแบบบูรณาการ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการค้า การศึกษา การแพทย์ของภาคอีสาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังไม่ได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐาน จึงควรการจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาวและต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้คนที่เข้ามาในพื้นที่ได้รู้ถึงแหล่งท่องเที่ยว และเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

สรุปแนวคิดโครงการ



วิเคราะห์ วางแผนการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยเน้นการพัฒนาสื่อ และการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ผ่านมาในจังหวัดสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยง่าย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- การทบทวนองค์ความรู้และทุนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประเมิน คัดเลือก วางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น
- ส่งเสริมผู้ประกอบการทำการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ
- วางแผนการรองรับนักท่องเที่ยวรายแหล่ง
- ปรับปรุงป้าย แหล่งท่องเที่ยว
- การทำระบบสารสนเทศการท่องเที่ยว Online เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว
- ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ทำงานร่วมกับท่องเที่ยวจังหวัด โดยการสนับสนุนของหน่วยงานทีเกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

ผลลัพธ์:

- จังหวัดขอนแก่นสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของอีสาน

ผลผลิต:

- มีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่พร้อมนำไปปฏิบัติ
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริม มีรายได้เพิ่มขึ้น
- ระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว
- เส้นทางการท่องเที่ยว 4 เส้นทาง

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
การทบทวน การประเมิน วางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น		200 ล้าน		สนง.วัฒนธรรม จังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด	
ส่งเสริมผู้ประกอบการทำการ ปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ		10 ล้าน			
ปรับปรุงป้าย แหล่งท่องเที่ยว		50 ล้าน		คมนาคม	
การทำระบบสารสนเทศการ ท่องเที่ยว Online เพื่อให้ข้อมูล นักท่องเที่ยว		10 ล้าน		สนง.วัฒนธรรม จังหวัด	
ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยว		10 ล้าน		สนง.วัฒนธรรม จังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด สนง.พัฒนา ชุมชนจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเทศกาลวัฒนธรรม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ขอนแก่นเป็นเมืองหลักที่มีแหล่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานพร้อม เหมาะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเทศกาล โดยสร้างอัตลักษณ์เมืองหมอแคน จัดงานหมอลำเฟสติวอล ให้เป็นงานระดับประเทศ และตอกย้ำเมืองแห่งดนตรีอีสาน แหล่งกำเนิดหมอแคน จัดทำเทศกาลท่องเที่ยวตลอดปี โดยมีงานแม่เหล็กได้แก่ สงกรานต์ มาราธอน หมอลำคานิวอล งานไหมนานาชาติ โดยปรับรูปแบบงานให้ทันสมัย โดยการวางแผนร่วมกับเอกชนด้านบันเทิงระดับประเทศ



สรุปแนวคิดโครงการ

ขอนแก่นเป็นเมืองที่มีการจัดงานเทศกาลที่โดดเด่นหลายโครงการ การพัฒนาอัตลักษณ์สำคัญ เช่น หมอแคน สามารถนำมาต่อยอดในการพัฒนาเป็นเทศกาลระดับแม่เหล็กเพิ่มจากงานสงกรานต์ งานไหม และขอนแก่นมาราธอน ที่เป็นงานหลักของจังหวัดได้

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยว ประจำปี 2561-2564 และ Application
- พัฒนาบุคลากรในการจัดงานเทศกาล
- ประชาสัมพันธ์ เมืองหมอลำ
- การจัดทำเทศกาลหมอลำเฟสติวอล/หมอลำคานิวอล
- ขอนแก่นมาราธอน
- โครงการปั่นจักรยานเชื่อนอุบลรัตน์
- สงกรานต์
- ปีใหม่
- งานเทศกาลไหมนานาชาติ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวขอนแก่น

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด

ผลลัพธ์: ขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์คือเมืองหมอแคน

ผลผลิต:

- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาร่วมงานเทศกาลไม่น้อยกว่า 20%
- นักท่องเที่ยวมีการเดินทางไปเที่ยวในจังหวัดต่อเนื่อง เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- รายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงงานเทศกาลเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยว ประจำปี 2561-2564 และ Application		10 ล้าน		สนง. ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด	
พัฒนาบุคลากรในการจัดงาน เทศกาล		5 ล้าน		สนง. ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด	
การจัดทำเทศกาลหมอลำ เฟสติวอล หมอลำคานิวอล ประชาสัมพันธ์ เมืองหมอลำ		30 ล้าน		สนง. ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด	
ปรับโฉมงานเทศกาลแม่เหล็ก สงกรานต์/มาราธอน/ไหม/หมอลำ		100ล้าน		สนง. ท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัด	

3.5.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดมหาสารคาม

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดมหาสารคาม

จังหวัดมหาสารคาม ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวหอมมะลิ	- นิยมปลูกข้าวหอมมะลิ มากกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่ปลูกข้าว - จังหวัดมีพื้นที่เหมาะสมมากถึงปานกลาง 1,443,089 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 51.20 ของเนื้อที่ถือครองการเกษตร - ผลผลิตข้าวหอมมะลิ 434 กก./ไร่ ต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ยของประเทศ 466 กก./ไร่ เล็กน้อย - มีการส่งเสริมการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง - ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสาตร์ (GI) จังหวัดมหาสารคามมีตำบลที่อยู่ในเขตพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ในอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จำนวน 193,890 ไร่
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	- จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และศาสนสถานที่สำคัญหลายแห่ง อาทิ พระธาตุนาดูน วัดมหาชัย พระพุทธรูปยืนมิ่งเมือง พระพุทธรูปยืนมงคล นอกจากนี้ยังมีแหล.งท่องเที่ยวธรรมชาติที่น่าสนใจ อาทิ วนอุทยานโกสัมพี วนอุทยานชีหลง - ในปี 2556 จังหวัดมีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 630.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดิม 550.86 ล้านบาท

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิ</u>

ภายใต้ประเด็นไม้ผล ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม และ 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

ห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.1 ส่งเสริมการนำผลงานวิจัยมาปรับใช้ในพื้นที่
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว-เพิ่มแหล่งน้ำย่อย 2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร 2.5 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตรใช้เทคโนโลยีทดแทนแรงงาน
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.5 การส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) QR Code
4. การแปรรูป และสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวที่มีความหลากหลาย 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)
1. พัฒนาระบบตลาด	6.2 การส่งเสริมความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศ

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1	1.โครงการส่งเสริมการนำผลวิจัยและนวัตกรรมมาปรับใช้ในพื้นที่ทั้งระบบ	1.นำงานวิจัย/เทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ แก้ไขปัญหาการผลิตข้าว 2.เพิ่มประสิทธิการผลิต 3.เพิ่มคุณภาพข้าวให้ได้มาตรฐาน 4. เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น ตัวอย่าง เช่น การปักข้าวต้นเดียว การทำนาโยน นาหยอด	สำนักงานเกษตรจังหวัด
2.1	2.โครงการบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก	เพื่อสร้างความมั่นคงเรื่องน้ำเพื่อการเกษตร จึงต้องมีการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก (แหล่งน้ำผิวดินหรือแหล่งน้ำใต้ดิน ตัวอย่างใน 1 โครงการ จะประกอบไปด้วยการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก(ผิวดินหรือ ใต้ดิน) มีระบบส่งน้ำกระจายน้ำ มีการผลิตปลาเสริมรายได้ มีการจัดตั้งกลุ่มผู้ใช้น้ำและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด มหาสารคาม
2.5	3.โครงการผลักดันการนำเทคโนโลยีทดแทนแรงงานภาคการเกษตร	1. แก้ไขปัญหาด้านแรงงานภาคการเกษตร 2. เพิ่มประสิทธิการผลิต 3. เพิ่มคุณภาพข้าวให้ได้มาตรฐาน 4. เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น ยกตัวอย่างกรณีเก็บเกี่ยวข้าว - แรงงานคน 4 แรง/ไร่ ค่าจ้าง 400 บาท/แรง เป็นเงิน 1,600 บาท/ไร่ - รถเกี่ยวนวด 600 บาท/ไร่ ใช้รถเกี่ยวนวดลดต้นทุนได้ 1,000 บาท/ไร่	สำนักงานเกษตรจังหวัด

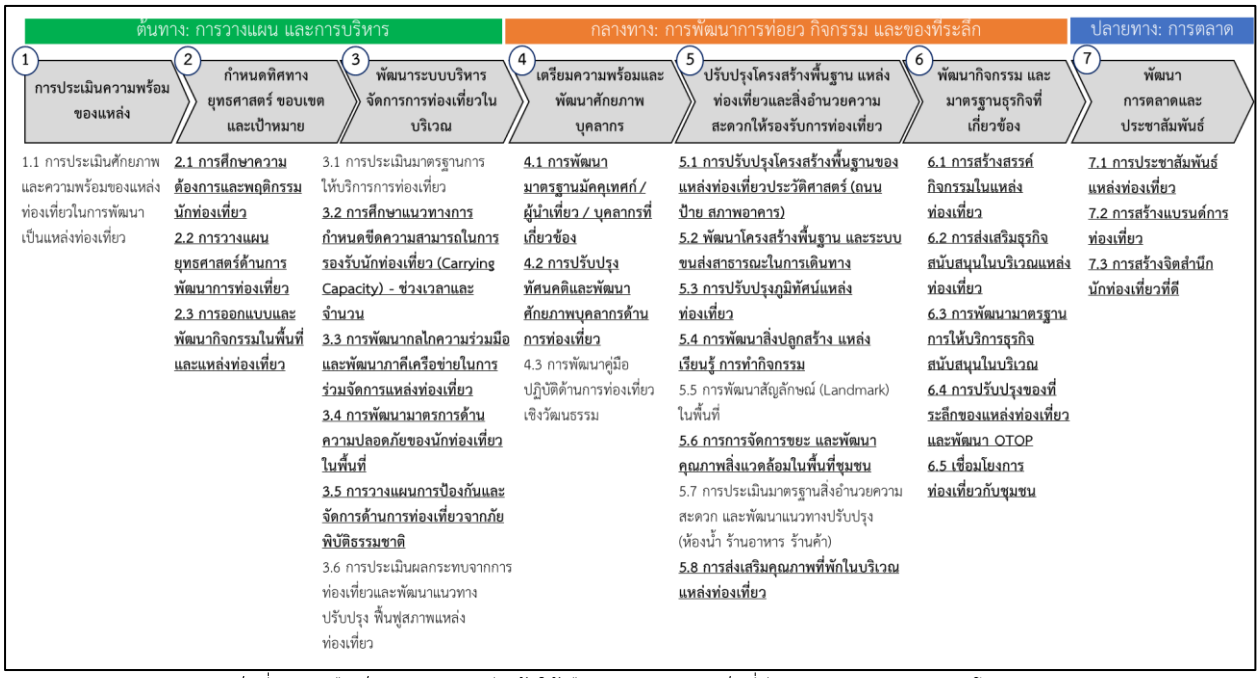
[13] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
3.5	4.โครงการพัฒนาระบบตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับ – QR CODE	- QR code เป็นกระบวนการตรวจสอบที่สามารถตรวจสอบได้ ตั้งแต่การผลิตจนถึงการจำหน่าย และเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาด เพื่อการแข่งขันในตลาดโลก เช่น QR code ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้	สำนักงานเกษตรจังหวัด
2.3	5.โครงการจัดการองค์ความรู้ด้านการเกษตร	1. การพัฒนาข้อมูลในเชิงคุณภาพระบบการผลิตที่ครบวงจร 2. การใช้ข้อมูลมาใช้กำหนดพื้นที่ สินค้า คน เพื่อการส่งเสริมการผลิต 3. การกำหนดช่องทางการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ 4. การบริหารจัดการระบบองค์ความรู้ 5. กำหนดกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย	สำนักงานเกษตรจังหวัด

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การประเมินความพร้อมของแหล่ง 2) กำหนดทิศทาง ยุทธศาสตร์ขอบเขตและเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 7) พัฒนาตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของจังหวัดมหาสารคาม



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การประเมินความพร้อมของแหล่ง	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว 3.6 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.5 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่ 5.7 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[14]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว	ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว	- ขอรับการประเมินตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากกรมการท่องเที่ยว - ประเมินผลกระทบทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ที่อาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นจนขาดความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของพื้นที่และส่งผลกระทบทางลบต่อการท่องเที่ยว หรือประเมินผลกระทบทางบวก - จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยว เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และจังหวัดต่างๆ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ประสานหน่วยงานพื้นที่ที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว ในการสำรวจแหล่งที่จะขอรับการประเมิน รวมถึงชุมชนในพื้นที่ในการมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว
3.6 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว	ประเมินผลกระทบและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ชุมชน	- เป็นการประเมินหรือศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเกิดการแก้ไข/ป้องกันและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากผลกระทบ ตัวอย่างเช่น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการประเมินความเสี่ยงที่อาจจะส่งต่อสภาพความสมบูรณ์ระบบนิเวศและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อธรรมชาติ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - นำผลการวิเคราะห์เสนอต่อคณะกรรมการ/ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมมือกันในการแก้ไขและป้องกันปัญหาดังกล่าว
4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	พัฒนาคู่มือการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว	- จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว - จัดทำคู่มือการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[14] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> <u>(Gap)</u>	**แนวทางการพัฒนา[14]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
5.5 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่	ศึกษาพัฒนา Landmark ของจังหวัดมหาสารคาม	- เป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม มาสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงมีความจำเป็นต้องสร้างจุดเด่นของจังหวัดเป็นสัญลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้ระลึกถึงจังหวัดมหาสารคาม ทำให้มีแนวคิดที่จะทำ Landmark ของจังหวัดขึ้น	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - มีเจ้าภาพหลักในการประสานเชื่อมโยง - มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลากหลายทุกภาคส่วน

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดมหาสารคาม

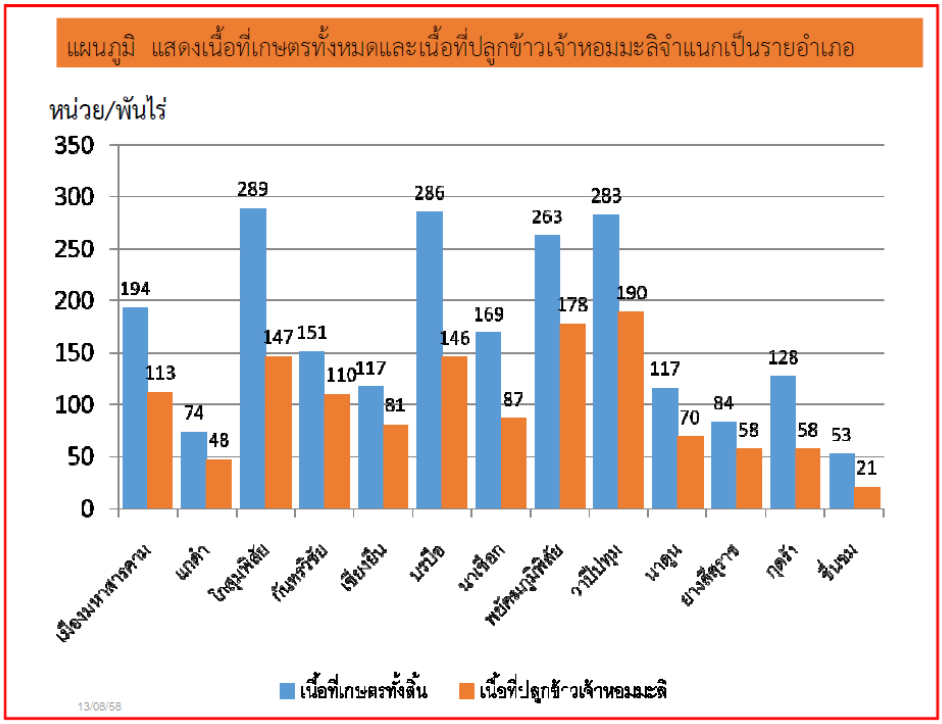
ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- นิยมปลูกข้าวหอมมะลิ มากกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่ปลูกข้าว
- จังหวัดมีพื้นที่เหมาะสมมากถึงปานกลาง 1,443,089 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 51.20 ของเนื้อที่ถือครองการเกษตร
- ผลผลิตข้าวหอมมะลิ 434 กก./ไร่ ต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ยของประเทศ 466 กก./ไร่ เล็กน้อย มีการส่งเสริมการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง
- ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จังหวัดมหาสารคามมีตำบลที่อยู่ในเขตพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ในอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จำนวน 193,890 ไร่

แผนภาพที่ 3.15-11: แผนภูมิแสดงเนื้อที่เกษตรทั้งหมดและเนื้อที่ปลูกข้าวหอมมะลิจำแนกเป็นรายอำเภอ



2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.15-12: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ จังหวัดมหาสารคาม



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-19: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[15]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2 /1.3	- เกษตรแปลงใหญ่ - การสร้างการรับรู้ข้อมูลข้าวผ่านแอพพลิเคชั่น	สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด/กรมการค้าภายใน	-เป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพผลผลิต โดยการลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิตต่อไร่ เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการผลิตข้าวของชุมชนแบบครบวงจร และการเชื่อมโยงตลาดระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ สหกรณ์การเกษตร เพื่อให้ชาวนาจำหน่ายข้าวเปลือกในราคาที่เป็นธรรม - การสร้างการรับรู้แก่เกษตรกรให้สามารถติดตามสถานการณ์การผลิต ราคา และนโยบายการช่วยเหลือเกษตรกรข้อมูลข้าวของภาครัฐ ผ่านแอพพลิเคชั่นชาวนาไทย
2.2	การบริหารจัดการเครือข่ายองค์กรเกษตรและวิสาหกิจชุมชน	สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานสหกรณ์	เป็นจุดก่อให้เกิดความร่วมมือของความเป็นเครือข่าย การบริหารจัดการต้องพัฒนาให้เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย โดยกำหนดวัตถุประสงค์และข้อตกลงร่วมกัน กำหนดหน้าที่และการวางผังเครือข่าย

[15] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
		การเกษตรจังหวัด	การเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำ การจัดระบบการติดต่อสื่อสาร การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง การรักษาผลประโยชน์และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างเครือข่าย เช่น มีสภาวิสาหกิจชุมชน อ.เชียงยืน มีการทำฐานข้อมูลการผลิตข้าว และผลิตเกษตรกรรุ่นใหม่
2.4	เงินกู้เกษตรกรในนาแปลงใหญ่	สำนักงานสหกรณ์การเกษตรจังหวัด	มีการให้ความช่วยเหลือแหล่งเงินทุนให้กลุ่มเกษตรกรกู้เงินปลอดดอกเบี้ย
3.1 /3.2 / 3.3	- การผลิตข้าว GAP	สำนักงานเกษตรจังหวัด กรมการข้าว	- การผลิตข้าว GAP จะต้องไปต่อระบบแปลงใหญ่ พัฒนาเกษตรกร โรงสี ที่เชื่อมโยงให้ได้ GAP และเข้าสู่มาตรฐานสินค้าระบบข้าวคิว เป็นการแก้ไขปัญหาเรื่องข้าวไทยในระยะยาวตลอดห่วงโซ่การผลิตและการตลาด มุ่งลดต้นทุนการผลิตควบคู่การเพิ่มผลผลิตข้าวคุณภาพดีที่ตรงกับความต้องการของตลาดภายใต้การกำกับดูแลตรวจสอบรัฐรองมาตรฐานข้าวตั้งแต่ต้นทางง ข้าวที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP กลางทาง โรงสีได้มาตรฐาน GAP ปลายทาง ข้าวสารที่ได้รับเครื่องหมาย “Q”
3.4 /4.1 / 4.4	การจัดทำมาตรฐานโรงสีภายใต้ระบบ GMP และ HACCP	สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	-เพื่อรองรับผลผลิตข้าวอินทรีย์และข้าว GAP ภายใต้โครงการเชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์และข้าว GAP ครบวงจร ที่สนับสนุนให้เกษตรกรรหันมาปลูกข้าวอินทรีย์และข้าว GAP มากขึ้น และกระทรวงพาณิชย์สนับสนุนให้มีโรงสีติดดาวที่ได้รับมาตรฐาน GMP และ HACCP - สนับสนุนค่าตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อการส่งออก
4.5	การนำวัสดุเหลือใช้ไปใช้ประโยชน์	สำนักงานเกษตรจังหวัด	มีการส่งเสริมให้เกษตรกรนำฟางข้าวและแกลบไปทำปุ๋ยอินทรีย์ และปรับปรุงดินโดยการนำฟางข้าวไปคุมดินให้เกิดความชุ่มชื้นและฟื้นฟูดินให้ดีขึ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.1 /5.2	- การเพิ่มประสิทธิภาพทางหลวงของจังหวัดมหาสารคาม - การยกระดับความปลอดภัยบริเวณทางแยกขนาดใหญ่ - การก่อสร้างถนนลาดยางเชื่อมระหว่างตำบล	สำนักงานเกษตรจังหวัด	สร้างและปรับปรุงทางหลวงและถนนระหว่างอำเภอและตำบลในจังหวัดให้มีประสิทธิภาพและสามารถขนส่งและสัญจรได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัยมากขึ้น
6.1	- การเชื่อมโยงตลาดข้าวนาแปลงใหญ่ - เชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์และข้าว GAP ครบวงจร - การขยายและประชาสัมพันธ์ตลาดข้าวไทยในต่างประเทศ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมการค้าภายใน กรมการค้าต่างประเทศ	- เชื่อมโยงล่วงหน้ากับโรงสี/สหกรณ์มารับซื้อข้าวจากกลุ่มเกษตรกรนาแปลงใหญ่ โดยราคารับซื้อเป็นไปตามกลไกตลาด ตามคุณภาพข้าวที่เกษตรกรนำมาจำหน่าย - ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ รณรงค์ให้มีการบริโภคข้าวอินทรีย์และข้าว GAP มากขึ้น - การผลักดันเชิงรุกกับประเทศที่มีการซื้อขายข้าวแบบรัฐต่อรัฐ (G to G) การประชาสัมพันธ์ข้าว ผลิตภัณฑ์ข้าว และนวัตกรรมข้าวในประเทศและต่างประเทศ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-20: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.1 ส่งเสริมการนำผลงานวิจัยมาปรับใช้ในพื้นที่
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว-เพิ่มแหล่งน้ำย่อย 2.3 การสร้างองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการเกษตร 2.5 การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร ใช้เทคโนโลยีทดแทนแรงงาน
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.5 การส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) QR Code

แผนภาพที่ 3.15-13: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ จังหวัดมหาสารคาม



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดมหาสารคาม

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.15-21: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[16]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการ ส่งเสริมการนำผลวิจัยและนวัตกรรมมาปรับใช้ในพื้นที่ทั้งระบบ	1.นำงานวิจัย/เทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้แก้ไขปัญหาการผลิตข้าว 2. เพิ่มประสิทธิการผลิต 3. เพิ่มคุณภาพข้าวให้ได้มาตรฐาน 4. เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น ตัวอย่าง เช่น การปักข้าวต้นเดียว การทำนาโยน นาหยอด	สำนักงานเกษตรจังหวัด
2.1	โครงการบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก	เพื่อสร้างความมั่นคงเรื่องน้ำเพื่อการเกษตร จึงต้องมีการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก (แหล่งน้ำผิวดินหรือแหล่งน้ำใต้ดิน ตัวอย่างใน 1 โครงการ จะประกอบไปด้วย การพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก(ผิวดินหรือ ใต้ดิน) มีระบบส่งน้ำกระจายน้ำ มีการผลิตปลาเสริมรายได้ มีการจัดตั้งกลุ่มผู้ใช้น้ำและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด มหาสารคาม
2.5	โครงการ ผลักดันการนำเทคโนโลยีแทนแรงงานภาคการเกษตร	1. แก้ไขปัญหาด้านแรงงานภาคการเกษตร 2. เพิ่มประสิทธิการผลิต 3. เพิ่มคุณภาพข้าวให้ได้มาตรฐาน 4. เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น	สำนักงานเกษตรจังหวัด
3.5	พัฒนาระบบตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับ QR code	- QR code เป็นกระบวนการตรวจสอบที่สามารถตรวจสอบได้ ตั้งแต่การผลิต จนถึงการจำหน่าย และเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาด เพื่อการแข่งขันในตลาดโลก เช่น QR code ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้	สำนักงานเกษตรจังหวัด

[16] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.3	โครงการจัดการองค์ความรู้ด้านการเกษตร	1. การพัฒนาข้อมูลในเชิงคุณภาพระบบการผลิตที่ครบวงจร 2. การใช้ข้อมูลมาใช้กำหนดพื้นที่ สินค้า คน เพื่อการส่งเสริมการผลิต 3. การกำหนดช่องทางการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ 4. การบริหารจัดการระบบองค์ความรู้ 5. กำหนดกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย	สำนักงานเกษตรจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการนำผลวิจัยและนวัตกรรมมาปรับใช้ในพื้นที่ทั้งระบบ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง ผลผลิตข้าวต่ำ และเกษตรกรไม่ได้นำเทคโนโลยีการผลิตข้าวที่เหมาะสมมาใช้ การส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางด้านการเกษตรสู่เกษตรกรจะเป็นการนำองค์ความรู้จากหน่วยงานวิจัยถ่ายทอดกาเกษตรกรผู้ปฏิบัติเพื่อเพิ่มผลผลิต และลดต้นทุนการผลิตด้วยองค์ความรู้จากงานวิจัย

สรุปแนวคิดโครงการ

นำงานวิจัย/เทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ แก้ไขปัญหาการผลิตข้าว เพื่อเพิ่มประสิทธิการผลิต เพิ่มคุณภาพข้าวให้ได้มาตรฐาน

และเพิ่มรายได้เกษตรกร ตัวอย่าง เช่น การปักข้าวต้นเดียว การทำนาโยน นาหยอด ซึ่งการปลูกทั้ง 3 วิธีล้วนมีผลผลิตที่สูงขึ้นและต้นทุนการผลิตที่ลดลง การเลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่จะทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการทำนา

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. รวบรวมผลงานวิจัย/เทคโนโลยีที่เหมาะสม
2. ประชาสัมพันธ์โครงการ/คักเลือกพื้นที่/กลุ่ม/เกษตรกร
3. ฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้/ศึกษาดูงาน
4. สนับสนุนปัจจัยหารผลิต/จัดทำแปลงสาธิต/เปรียบเทียบ
5. ติดตามประเมินผล
6. จัดงานวันสาธิตขยายผลสู่ชุมชน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประสานงานกับหน่วยงานด้านการวิจัยและเทคโนโลยีนำผลงานมาส่งเสริมและพัฒนา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรจังหวัด
ผลลัพธ์: 1. ลดต้นทุนการผลิต 2. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 3. เพิ่มคุณภาพผลผลิต
ผลผลิต: มีเทคโนโลยีการผลิตข้าวที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่/วิธีการ/อัตราเมล็ดพันธุ์/ระยะเวลา
ตัวชี้วัดของโครงการ: ● สมาชิกกลุ่มนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมไปใช้ในการผลิตไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 80 ● ลูกโคเนื้อคุณภาพเพศผู้ที่ผลิตได้ จำนวน 4,800 ตัว ● ความพึงพอใจของเกษตรกรที่ได้รับบริการจากหน่วยงานภาครัฐไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ประชาสัมพันธ์โครงการ	ปีงบประมาณ	10 ล้าน		สำนักงานเกษตรจังหวัด	
คัดเลือกพื้นที่/กลุ่ม				ศูนย์วิจัยข้าว	
ประชุมชี้แจง				สถาบันการศึกษา	
ฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้/คณะกรรมการ/สมาชิกศึกษาดูงาน				สภาฮักแพงเบิ่งแงง คนมหาสารคาม/เครือข่าย/สมัชชา	
จัดทำแปลงสาธิต/แปลงเปรียบเทียบ/เก็บข้อมูล					
ติดตามประเมินผล					
จัดงานวันสาธิตขยายผลสู่ชุมชน					

ชื่อโครงการ: โครงการบริหารจัดการและพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

น้ำเป็นปัจจัยหนึ่งของการเพาะปลูกข้าว เพื่อใช้ในการเจริญเติบโตของต้นข้าวและสร้างผลผลิตข้าว ในจังหวัดมหาสาคามมักประสบปัญหาภัยแล้งและฝนทิ้งช่วงรวมถึงสภาพแหล่งน้ำตื้นเขิน ทำให้ภาคการผลิตข้าวหอมมะลิได้ไม่ดีเท่าที่ควร การพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็กเป็นการสร้างความมั่นคงในการจัดการน้ำในชุมชน

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อสร้างความมั่นคงเรื่องน้ำเพื่อการเกษตร จึงต้องมีการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก แหล่งน้ำผิวดินหรือแหล่งน้ำใต้ดิน) ตัวอย่างใน 1 โครงการ จะประกอบไปด้วยการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก(ผิวดินหรือ ใต้ดิน) มีระบบส่งน้ำกระจายน้ำ มีการผลิตปลาเสริมรายได้ มีการจัดตั้งกลุ่มผู้ใช้น้ำและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. พัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็กผิวดิน(อ่างเก็บน้ำ,ฝายทดน้ำ,ขุดลอกลำห้วย,แก้มลิง,หนองน้ำชุมชน)
2. .พัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็กใต้ดิน(การขุดเจาะน้ำบาดาลเพื่อการเกษตร
3. เพิ่มผลผลิตเสริมด้านการประมงในแหล่งน้ำ และทำบ่อปลาในนาข้าว
4. ก่อสร้างสถานีสูบน้ำด้วยพลังไฟฟ้าพร้อมระบบส่งน้ำกระจายน้ำ
5. การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ใช้น้ำเพื่อการบริหารจัดการน้ำ(เช่นการทำนาเปียกสลับแห้ง เป็นต้น)
6. จัดงานวันสาธิตขยายผลสู่ชุมชน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ดำเนินโครงการรวมกันระหว่างสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดมหาสารคามกับสำนักงานประมงจังหวัดมหาสารคาม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดมหาสารคาม

ผลลัพธ์:

มีต้นทุนแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรอย่างเพียงพอ(ฤดูฝน) ได้พื้นที่ข้าวหอมมะลิ และวางแผนการผลิตข้าวหอมมะลิอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลผลิต: ได้แหล่งน้ำขนาดเล็ก กลุ่มผู้ใช้น้ำที่มีประสิทธิภาพ พื้นที่ข้าวหอมมะลิ 5,000 ไร่

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนแหล่งน้ำขนาดเล็กเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. ศึกษาพิจารณาโครงการ สำรวจ ออกแบบ	ปีที่ 1	2 ล้าน		สำนักงาน ทรัพยากร ธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อม จังหวัด มหาสารคาม	
2. จัดทำคำของบประมาณ	ปีที่ 1	1 ล้าน			
3.ก่อสร้างโครงการ	ปีที่2-ปีที่ 5				
3.1 แหล่งน้ำขนาดเล็ก - อ่างเก็บน้ำ ฝายทดน้ำ แก้มลิง หนองน้ำชุมชน ขุดเจาะน้ำบาดาล	ปีที่2-ปีที่ 5	150 ล้าน			
3.2 สถานีสูบน้ำด้วยพลังไฟฟ้าพร้อมระบบส่งน้ำกระจายน้ำ	ปีที่2-ปีที่ 5	100 ล้าน			
3.3 กิจกรรมเพิ่มผลผลิตเสริมด้านการประมงในแหล่งน้ำ	ปีที่2-ปีที่ 5	20 ล้าน			
3.4 กิจกรรมบ่อปลาในนาข้าว	ปีที่2-ปีที่ 5	20 ล้าน			
3.5 กิจกรรมการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ใช้น้ำเพื่อการบริหารจัดการน้ำ(เช่นการทำนาเปียกสลับแห้ง เป็นต้น)	ปีที่2-ปีที่ 5	7 ล้าน	ชุดเครื่องจักรกลการเกษตร สนับสนุนภาคการผลิต		

ชื่อโครงการ: โครงการผลักดันการนำเทคโนโลยีแทนแรงงานภาคการเกษตร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ปัญหาการขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ผลผลิตข้าวต่ำ และผลิตข้าวไม่ได้คุณภาพ การส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีที่มีต้ยทุนสูงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกษตตรกรสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้

สรุปแนวคิดโครงการ

การแก้ไขปัญหาด้านแรงงานภาคการเกษตร เพิ่มประสิทธิการผลิต เพิ่มคุณภาพข้าวให้ได้มาตรฐาน และเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วยเทคโนโลยี เช่น ด้านการเก็บเกี่ยว หากใช้แรงงานคนจะมีค่าแรงต่อไร่ ดังนี้

แรงงานคน 4 แรง/ไร่ ค่าจ้าง 400 บาท/แรง เป็นเงิน 1,600 บาท/ไร่

หากใช้รถเกี่ยวนวด จะมีต้นทุนพียง 600 บาท/ไร่

ซึ่งใช้รถเกี่ยวนวดลดต้นทุนได้ 1000 บาท/ไร่ นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีที่สามารถเข้ามาทดแทนแรงงานได้อีก เช่น รถดำนา หรือ หยอดเมล็ด โดรนฉีดพ่นยา ที่นอกจากจะประหยัดแรงงานแล้วยังปลอดภัยต่อผู้ใช้งานอีกด้วย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การประชุมชี้แจง
2. การฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้/ประชาคม/ศึกษาดูงาน/การบริหารจัดการกลุ่ม
3. สนับสนุนเครื่องจักรกลการเกษตร
4. ติดตามประเมินผล

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. คัดเลือกกลุ่มที่มีศักยภาพ
2. จัดทำระเบียบข้อบังคับกาบริหารจัดการกลุ่ม
3. การจัดทำแผนการดำเนินงาน/แผนการผลิตเกษตรกร/แผนการใช้เครื่องจักรกล
4. การจัดทำบัญชีกลุ่ม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานเกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์:

1. ลดต้นทุนการผลิต 2.เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 3.เพิ่มคุณภาพผลผลิต 4.ลดปัญหาขาดแคลนแรงงาน

ผลผลิต: เครื่องจักรกลการเกษตร ฟาร์มแทรกเตอร์พร้อมอุปกรณ์ รถเกี่ยวนวดข้าว

ตัวชี้วัดของโครงการ: ผลผลิตเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ประชาสัมพันธ์โครงการ	ปีงบประมาณ			สำนักงานเกษตร จังหวัด	
คัดเลือกกลุ่ม				ศูนย์วิจัยข้าว	
ประชุมชี้แจง				ศูนย์จักรกล การเกษตร	
จัดทำข้อกำหนดการบริหาร จัดการเครื่องจักรกลการเกษตร					
นำคณะกรรมการและสมาชิก ศึกษาดูงาน/อบรมการดูแล รักษา					
สนับสนุนเครื่องจักรกล การเกษตร		20 ล้าน			
ติดตามประเมินผล					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาระบบตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับ QR code
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การพัฒนาระบบตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับ (QR code) เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า เนื่องจากเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้
สรุปแนวคิดโครงการ QR code เป็นกระบวนการตรวจสอบที่สามารถตรวจสอบได้ ตั้งแต่การผลิต จนถึงการจำหน่าย และเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาด เพื่อการแข่งขันในตลาดโลก เช่น QR code ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. การรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาลงในระบบ QR code 2. การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินโครงการร่วมกันระหว่างหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดมหาสารคาม
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรจังหวัด
ผลลัพธ์: ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของข้าวหอมมะลิจากแหล่งผลิตโดยตรง
ผลผลิต: ข้าวหอมมะลิมีระบบตรวจสอบที่มีมาตรฐาน
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนเกษตรกรที่ขอใช้ QR code

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
การรวบรวมข้อมูลทั้งหมดลงในระบบ		2 ล้าน		หน่วยงานในสังกัด	
- สำรวจกลุ่มเป้าหมาย				กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	
- คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายตามมาตรฐานที่กำหนด					
- ลงพื้นที่เก็บข้อมูล (พื้นที่, ผลผลิต, มาตรฐาน)					
- ข้อมูลลงระบบ					
- การขอใช้ QR code จากผู้ดูแลระบบ					
2. การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ผ่านสิ่งต่างๆ		500,000			

ชื่อโครงการ: โครงการจัดการองค์ความรู้ด้านการเกษตร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เนื่องจากจังหวัดมหาสารคามมีพื้นที่ในการปลูกข้าวหอมมะลิมากกว่า 50 % ของพื้นที่ทำการเกษตร แต่ด้วยทั้งคุณภาพและปริมาณของข้าวยังด้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนั้นเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่เหมาะสม จึงจำเป็นต้องมาดำเนินการจัดการองค์ความรู้ด้านการเกษตร ให้เป็นแนวก็รวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นต้นแบบและแนวทางในการพัฒนาต่อไป

สรุปแนวคิดโครงการ

1. การพัฒนาข้อมูลในเชิงคุณภาพระบบการผลิตที่ครบวงจร
2. การใช้ข้อมูลมาใช้กำหนดพื้นที่ สินค้า คน เพื่อการส่งเสริมการผลิต
3. การกำหนดช่องทางการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ
4. การบริหารจัดการระบบองค์ความรู้
5. กำหนดกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. สำรวจ/วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบในการกำหนดทิศทางของการพัฒนา
2. จัดระบบฐานข้อมูลการเชื่อมโยงพื้นที่ สินค้า คน เพื่อการส่งเสริมการผลิต
3. นำข้อมูลทำประชาพิจารณ์กับกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย
4. กำหนดช่องทางการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5. ดำเนินการจัดลำดับความสำคัญตามแผนงานที่กำหนด (กิจกรรม โครงการ)
6. ติดตามและประเมินผลโครงการ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ดำเนินโครงการร่วมกันระหว่างหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดมหาสารคาม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานเกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์:

ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของข้าวหอมมะลิจากแหล่งผลิตโดยตรง

ผลผลิต: ข้าวหอมมะลิมีระบบตรวจสอบที่มีมาตรฐาน

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนเกษตรกรที่ขอใช้ QR code

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
การรวบรวมข้อมูลทั้งหมดลงในระบบ		2 ล้าน		หน่วยงานในสังกัด	
- สำรวจกลุ่มเป้าหมาย				กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	
- คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายตามมาตรฐานที่กำหนด					
- ลงพื้นที่เก็บข้อมูล (พื้นที่ , ผลผลิต , มาตรฐาน)					
- ข้อมูลลงระบบ					
- การขอใช้ QR code จากผู้ดูแลระบบ					
2. การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ผ่านสิ่งต่างๆ		500,000			

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และศาสนสถานที่สำคัญหลายแห่ง อาทิ พระธาตุนาดูน วัดมหาชัย พระพุทธรูปยืนมิ่งเมือง พระพุทธรูปยืนมงคล นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่น่าสนใจ อาทิ วนอุทยานโกสัมพี วนอุทยานชีหลง
- ในปี 2556 จังหวัด มีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 630.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดิม 550.86 ล้านบาท

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.15-14: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดมหาสารคาม



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-22: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1 /2.2 /2.3 /3.2 / 5.8	โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ศึกษาประเด็นสำคัญเพื่อพิจารณาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว การวางตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม และพัฒนาจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
3.4	โครงการเมืองปลอดภัย	ที่ทำการปกครองจังหวัด	จัดระเบียบสังคม โดยการอบรมความรู้ด้านกฎหมายให้กับเจ้าหน้าที่ออกตรวจพื้นที่เสี่ยงและอบรมอาสาสมัครแจ้งข่าว
3.5	การวางแผนการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติธรรมชาติ	สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด	มีการร่วมกันวางแผนและมาตรการป้องกันและบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวล่วงหน้าจากภัยพิบัติธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ เป็นต้น เพื่อบริหารความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว
5.1 /5.2	- พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว - พัฒนาผังเมืองรอบเมืองมหาสารคาม	สำนักงานจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	- เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยก่อสร้างถนนเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด ก่อสร้างห้องน้ำมาตรฐานและปรับปรุงลานจอดรถในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สะพานไม้แกดำ - รื้อถอนโครงการเดิม งานติดตั้งเสาไฟ งานบันไดริมคลอง งานภูมิทัศน์ งานปรับปรุงทางเท้า งานขุดลอกคลอง งานปรับปรุงพื้นและราวสะพาน
5.6	- หมู่บ้านปลอดขยะ - การกำจัดขยะมูลฝอยเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า	สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	- เพื่อให้การจัดการขยะมูลฝอยชุมชน ของเสีย อันตรายชุมชนและมูลฝอยติเชื้ออย่างถูกหลักวิชาการ โดยการให้ความรู้การจัดการขยะ สาธิตการจัดการขยะ การจัดการขยะในโรงเรียน - เป็นการจัดการขยะมูลฝอย โดยนำขยะมูลฝอยมาผลิตกระแสไฟฟ้า

[17] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

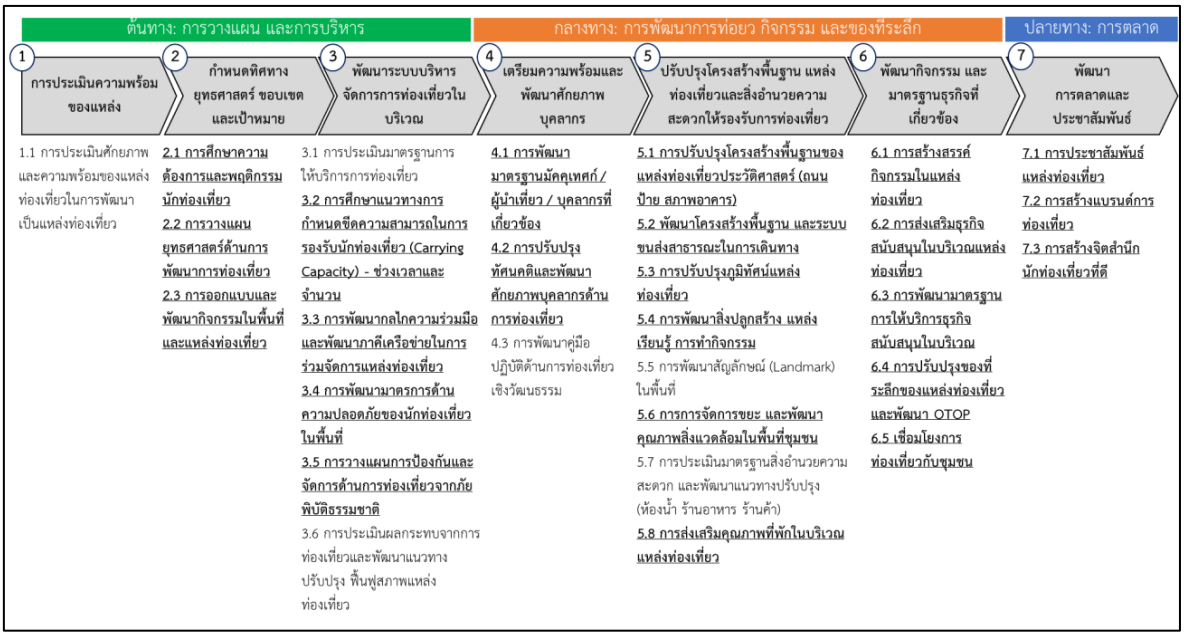
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.1 /6.2 /6.3 /6.4 /6.5	- มหาสงกรานต์เมือง สารคาม - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP และการตลาด - ตลาดต้องชม	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	- ประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีวันสงกรานต์ผ่านสื่อวิทยุ จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์งาน จัดแถลงข่าว จัดกิจกรรมแห่งานสงกรานต์ - ส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ สินค้าของจังหวัด โดยจัดงานแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้า การเจรจาจับคู่ธุรกิจ ยกระดับผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจัดประกวดผ้าไหม ประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุดผ้าไหม การ ประชาสัมพันธ์และจัดงานแสดงและจำหน่ายผ้าไหมและสินค้า OTOP การเพิ่มมูลค่าผ้าทอพื้นเมืองด้วยการออกแบบและเทคโนโลยีฟอกย้อม - ส่งเสริมตลาดชุมชนเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของจังหวัด
7.1 /7.2 /7.3	- การเปิดบ้านมหาสารคาม - วิถีถิ่น วิถีไทยสารคาม “เบิ่งหน้าเหลียวหลัง ฮักแพงเบิ่งแรงสารคาม”	- สำนักงานจังหวัด - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	- ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด งานกลองยาววาปี งานบุญเบิกฟ้า งานพระธาตุนาดูน งานไหลเรือไฟไทญ้อ จัดทำปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัด จัดทำหนังสือประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม - ถนนสายวัฒนธรรม ประกวดภาพเก่าเล่าเรื่องเมืองสารคาม การจัดเสวนา

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-23: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การประเมินความพร้อมของแหล่ง	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว 3.6 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.5 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่ 5.7 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า)

แผนภาพที่ 3.15-15: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดมหาสารคาม



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดมหาสารคาม

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.15-24: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[18]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว	ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว	- ขอรับการประเมินตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากกรมการท่องเที่ยว - ประเมินผลกระทบทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ที่อาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นจนขาดความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของพื้นที่และส่งผลกระทบทางลบต่อการท่องเที่ยว หรือประเมินผลกระทบทางบวก - จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยว เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และจังหวัดต่างๆ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ประสานหน่วยงานพื้นที่ที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวในการสำรวจแหล่งที่จะขอรับการประเมิน รวมถึงชุมชนในพื้นที่ในการมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว
3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว 5.7 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง	พัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัด	- สนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม มีความรู้ด้านมาตรฐานคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวมีมาตรฐานระดับสากล และได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว จากกรมการท่องเที่ยว และเป็นการยกระดับมาตรฐานด้านบริการ สถานบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เป็นที่ยอมรับ - ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำระดับมาตรฐาน ป้ายบอกทาง แผนที่พร้อมคำอธิบายความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก การติดตั้งกล้อง	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ -ประสานสถานประกอบการในจังหวัดให้มีส่วนร่วม และให้ความร่วมมือต่อการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

[18] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
		CCTV เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว	
3.6 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว	ประเมินผลกระทบและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ชุมชน	- เป็นการประเมินหรือศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเกิดการแก้ไข/ป้องกันและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากผลกระทบ ตัวอย่างเช่น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการประเมินความเสี่ยงที่อาจจะส่งต่อสภาพความสมบูรณ์ระบบนิเวศและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อธรรมชาติ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - นำผลการวิเคราะห์เสนอต่อคณะกรรมการ/ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมมือกันในการแก้ไขและป้องกันปัญหาดังกล่าว
4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	พัฒนาคู่มือการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว	- จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว - จัดทำคู่มือการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
5.5 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่	ศึกษาพัฒนา Landmark ของจังหวัดมหาสารคาม	- เป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม มาสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงมีความจำเป็นต้องสร้างจุดเด่นของจังหวัดเป็นสัญลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้ระลึกถึงจังหวัดมหาสารคาม ทำให้มีแนวคิดที่จะทำ Landmark ของจังหวัดขึ้น	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - มีเจ้าภาพหลักในการประสานเชื่อมโยง - มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลากหลายทุกภาคส่วน

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเข้าไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวใด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความดึงดูดใจและความน่าสนใจอยู่ในระดับที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัย และความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจแล้ว แหล่งท่องเที่ยวควรมีศักยภาพในการรองรับด้าน การท่องเที่ยวด้วย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องขอรับการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อยกระดับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว
สรุปแนวคิดโครงการ - ขอรับการประเมินตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากกรมการท่องเที่ยว - ประเมินผลกระทบทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ที่อาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นจนขาดความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของพื้นที่และส่งผลกระทบทางลบต่อการท่องเที่ยว หรือประเมินผลกระทบทางบวก - จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยว เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และจังหวัดต่างๆ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - สำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และเตรียมความพร้อมในการขอรับการประเมินตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรมการท่องเที่ยว
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประสานหน่วยงานพื้นที่ที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว ในการสำรวจแหล่งที่จะขอรับการประเมิน รวมถึงชุมชนในพื้นที่ในการมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: -มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน -นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่น และมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว
ผลผลิต: -แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
ตัวชี้วัดของโครงการ: -จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. จัดประชุมคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ในการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่จะขอรับการประเมิน	ต.ค. 60 – 31 มี.ค. 61	10 ล้าน		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
2. สำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่จะขอรับการประเมิน					
3. จัดเตรียมแหล่งท่องเที่ยว ประสานผู้รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว / ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว					
4. จัดทำเอกสารขอรับการประเมิน					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัด

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ มีศักยภาพในการทำรายได้ให้กับประเทศไทยสูง ดังนั้น นโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่จะต้องเร่งดำเนินการ คือ การให้บริการระดับสากล โดยการเน้นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทั่วโลก รวมทั้งการกำหนดแนวทางการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ที่เป็นการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงาน กระจายรายได้ และหารายได้จากเงินตราต่างประเทศเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

สรุปแนวคิดโครงการ

- สนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม มีความรู้ด้านมาตรฐานคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวมีมาตรฐานระดับสากล และได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว จากกรมการท่องเที่ยว และเป็นการยกระดับมาตรฐานด้านบริการ สถานบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เป็นที่ยอมรับ
- ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำระดับมาตรฐาน ป้ายบอกทาง แผนที่พร้อมคำอธิบายความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก การติดตั้งกล้อง CCTV เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก ร้านอาหาร บุคลากรด้านการให้บริการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว
- พัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่มีความเสื่อมโทรม จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำระดับมาตรฐาน ร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง แผนที่พร้อมคำอธิบายความเป็นมา ของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จำหน่ายของที่ระลึก การติดตั้งกล้อง CCTV เป็นต้น

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

-ประสานสถานประกอบการในจังหวัดให้มีส่วนร่วม และให้ความร่วมมือต่อการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
-จัดทำแผนขอรับงบประมาณในการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ

ผลลัพธ์:

-มีสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
-นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่น และมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว
-บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้นำความรู้ เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพการบริการของแต่ละรูปแบบไปใช้ปรับปรุงการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตามมาตรฐานสากล

ผลผลิต: - สถานประกอบการด้านท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน -บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพการบริการของแต่ละรูปแบบ -แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการฟื้นฟูและพัฒนา
ตัวชี้วัดของโครงการ: -จำนวนสถานประกอบการด้านท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐาน -จำนวนบุคลากรการด้านท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนา ศักยภาพและยกระดับมาตรฐานการให้บริการ -จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการฟื้นฟูและพัฒนา

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดประชุมคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวในการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่จะปรับปรุง/พัฒนา				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
2. สำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่จะจะปรับปรุง/พัฒนา				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
3. จัดเตรียมแหล่งท่องเที่ยว ประสานผู้รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว / ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
4. ประสานสถานประกอบการในการส่งบุคลากร เข้ารับการพัฒนาศักยภาพ		2 ล้านบาท		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
5. การประเมินผลการดำเนินงาน				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

ชื่อโครงการ: ประเมินผลกระทบและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ชุมชน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว - เพื่อต้องการแก้ไขปัญหาปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว - เพื่อต้องการฟื้นฟูและแก้ไขปัญหาแหล่งท่องเที่ยวท่าเสื่อมโทรม อันเกิดจากปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบ
สรุปแนวคิดโครงการ - เป็นการประเมินหรือศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเกิดการแก้ไข/ป้องกันและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากผลกระทบ ตัวอย่างเช่น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการประเมินความเสี่ยงที่อาจจะส่งต่อสภาพความสมบูรณ์ระบบนิเวศและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อธรรมชาติ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ -กิจกรรมการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม ฯลฯ -กิจกรรมฟื้นฟูและปัญหาแหล่งท่องเที่ยว -กิจกรรมป้องกันปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - นำผลการวิเคราะห์เสนอต่อคณะกรรมการ/ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมมือกันในการแก้ไขและป้องกันปัญหาดังกล่าว
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว
ผลผลิต: แหล่งท่องเที่ยวที่รับแก้ไขปัญหาฟื้นฟูจากผลกระทบ
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนา/ฟื้นฟู ป้องกันจากผลกระทบเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว			-ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็น	สำนักงานสถิติจังหวัด สถาบันการศึกษา	
2. นำผลการศึกษามาวิเคราะห์เพื่อเสนอผู้บริหาร/คณะกรรมการ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง			- แนวทาง/วิธีการในการแก้ปัญหา	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
3. หาแนวทาง/วิธีการเพื่อแก้ไขและป้องกันปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว			งบประมาณในการแก้ปัญหา	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

ชื่อโครงการ: พัฒนาคู่มือการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อใช้เป็นคู่มือและเครื่องมือในการปฏิบัติงานสำหรับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ลดความผิดพลาดอันเกิดจากการขาดความเข้าใจในการปฏิบัติงาน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมดึงการทำคู่มือในการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยว ลดปัญหาการทำลายทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

สรุปแนวคิดโครงการ

- จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว
- จัดทำคู่มือการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. สำรวจแหล่งท่องเที่ยว
2. จัดเตรียมข้อมูล และศึกษาระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว
3. จัดทำระเบียบและข้อปฏิบัติของแหล่งท่องเที่ยว
4. จัดทำคู่มือการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ ให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงาน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ลดความผิดพลาดอันเกิดจากการขาดความเข้าใจในการปฏิบัติงาน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลผลิต:

- เจ้าหน้าที่มีแนวทางการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง
- นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงแนวทางการปฏิบัติตนในแหล่งท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการยกระดับในการบริการเพิ่มขึ้น
- นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ร้อยละ 85

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. สำรวจแหล่งท่องเที่ยว	1 เดือน	1,000,000		สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
2. จัดเตรียมข้อมูล และศึกษาระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว	3 เดือน				
3. จัดทำระเบียบและข้อปฏิบัติของแหล่งท่องเที่ยว	2 เดือน				
4. จัดทำคู่มือการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ ให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงาน	1 เดือน				
5. ประเมินผลการดำเนินโครงการ	1 เดือน				

ชื่อโครงการ: ศึกษาพัฒนา Landmark ของจังหวัดมหาสารคาม
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ในปัจจุบันการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไทย และชุมชนได้เพิ่มวัฒนธรรมชุมชนของจังหวัดมหาสารคามมีความหลากหลายสามารถนำมาต่อยอดได้เชิงการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่มในมิติวัฒนธรรม
สรุปแนวคิดโครงการ เป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม มาสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงมีความจำเป็นต้องสร้างจุดเด่นของจังหวัดเป็นสัญลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวได้ระลึกถึงจังหวัดมหาสารคาม ทำให้มีแนวคิดที่จะทำ Landmark ของจังหวัดขึ้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ การจัดสร้าง Landmark ขนาดใหญ่ เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด ปรับภูมิทัศน์และการบริหารจัดการที่ดี มีความยั่งยืน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - มีเจ้าภาพหลักในการประสานเชื่อมโยง - มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลากหลายทุกภาคส่วน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: ได้สัญลักษณ์ของจังหวัดสามารถนำมาต่อยอดได้เชิงการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่มในมิติวัฒนธรรม
ผลผลิต: นักท่องเที่ยวจดจำจุดเด่นของจังหวัด
ตัวชี้วัดของโครงการ: - จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น - รายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. ระยะเตรียมการ - ค้นหาอัตลักษณ์/สัญลักษณ์ ร่วมคิดร่วมทำจากทุดภาคส่วน แต่งตั้งคณะทำงาน	พ.ศ. 2560 – 2561	1,000,000	องค์ความรู้/ บุคคลภูมิปัญญาท้องถิ่น	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	
2. ระยะดำเนินการ	พ.ศ. 2561 – 2562	10,000,000	วัสดุ อุปกรณ์การออกแบบ	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
3. การบริหารจัดการ	พ.ศ. 2562	1,000,000	บุคคลกำกับ/ดูแล	องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ เทศบาลเมืองมหาสารคาม/ อปท.	

3.5.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดร้อยเอ็ด

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดร้อยเอ็ด

จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

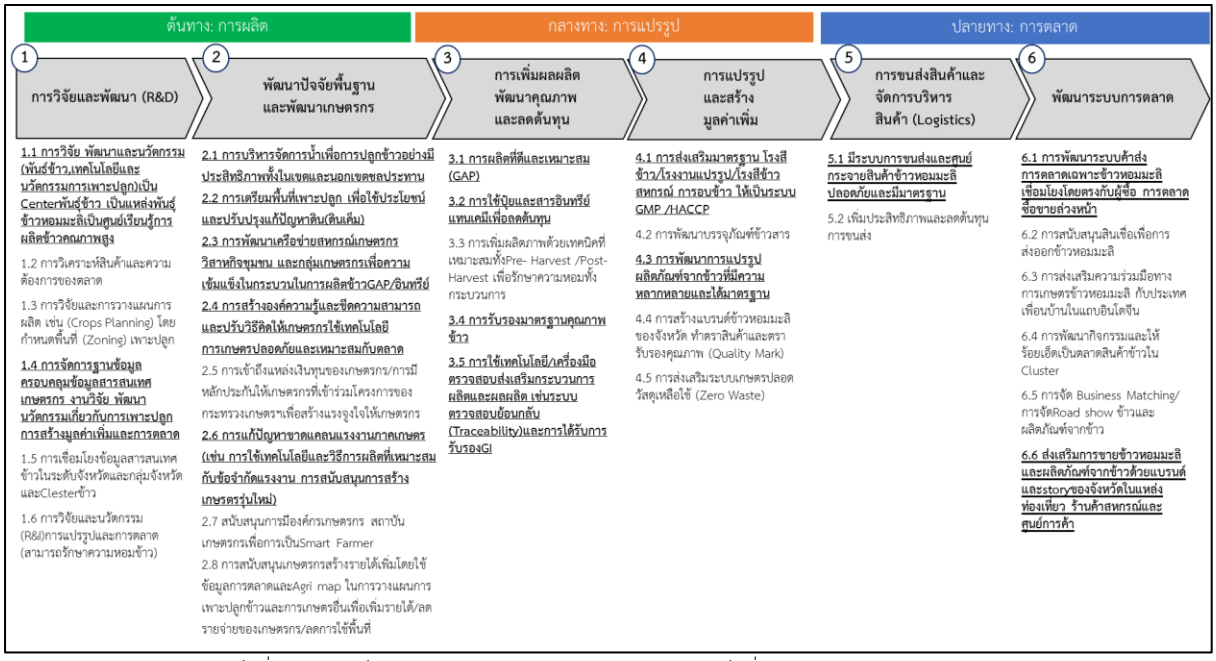
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวหอมมะลิ	- ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และนับเป็นข้าวหอมมะลิที่มีชื่อเสียงที่สุดของไทย - จังหวัดร้อยเอ็ดประกอบด้วย ตำบลที่อยู่ในเขตพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ในอำเภอเกษตรวิสัย อำเภอสุวรรณภูมิ อำเภอประทุมรัตต์ อำเภอโพนทราย และกิ่งอำเภอหนองฮี จำนวน 986,807 ไร่ ซึ่งนับว่ามากที่สุดใน 5 จังหวัด ทำให้ข้าวของร้อยเอ็ดเป็นที่รู้จักมากที่สุด
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	- แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ พระมหาเจดีย์ชัยมงคล บึงพลาญชัย บึงเกลือ ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนพฤษศาสตร์และวรรณคดี เป็นต้น - มีจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2558 จำนวน 428,482 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวราว 1 พันล้านบาท - มีจำนวนที่พัก 143 แห่ง 2,895 ห้อง

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิ</u>

ภายใต้ประเด็นไม้ผล ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม และ 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

ห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา	1.2 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.3 การวิจัยและการวางแผนการผลิต เช่น (Crops Planning) โดยกำหนดพื้นที่ (Zoning) เพาะปลูก 1.5 การเชื่อมโยงข้อมูลสารสนเทศข้าวในระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัดและ Clester ข้าว 1.6 การวิจัยและนวัตกรรม(R&I)การแปรรูปและการตลาด (สามารถรักษาความหอมข้าว)
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.5 การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของเกษตรกรการมีหลักประกันให้เกษตรกร/ที่เข้าร่วมโครงการของกระทรวงเกษตรฯเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกร 2.7 สนับสนุนการมีองค์กรเกษตรกร สถาบันเกษตรกรเพื่อการเป็น Smart Farmer 2.8 การสนับสนุนเกษตรกรสร้างรายได้เพิ่มโดยใช้ข้อมูลการตลาด และ Agri map ในการวางแผนการเพาะปลูกข้าวและการเกษตรอื่นเพื่อเพิ่มรายได้ลดการใช้พื้นที่/ลดรายจ่ายของเกษตรกร/
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.3 การเพิ่มผลิตภาพด้วยเทคนิคที่เหมาะสมทั้งPre- Harvest /Post-Harvest เพื่อรักษาความหอมทั้งกระบวนการ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	4.4 การสร้างแบรนด์ข้าวหอมมะลิ ของจังหวัด ทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า	5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.2 การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งออกข้าวหอมมะลิ 6.3 การส่งเสริมความร่วมมือทางการเกษตรข้าวหอมมะลิ กับประเทศเพื่อนบ้านในแถบอินโดจีน 6.4 การพัฒนากิจกรรมและให้ร้อยเอ็ดเป็นตลาดสินค้าข้าวในCluster

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

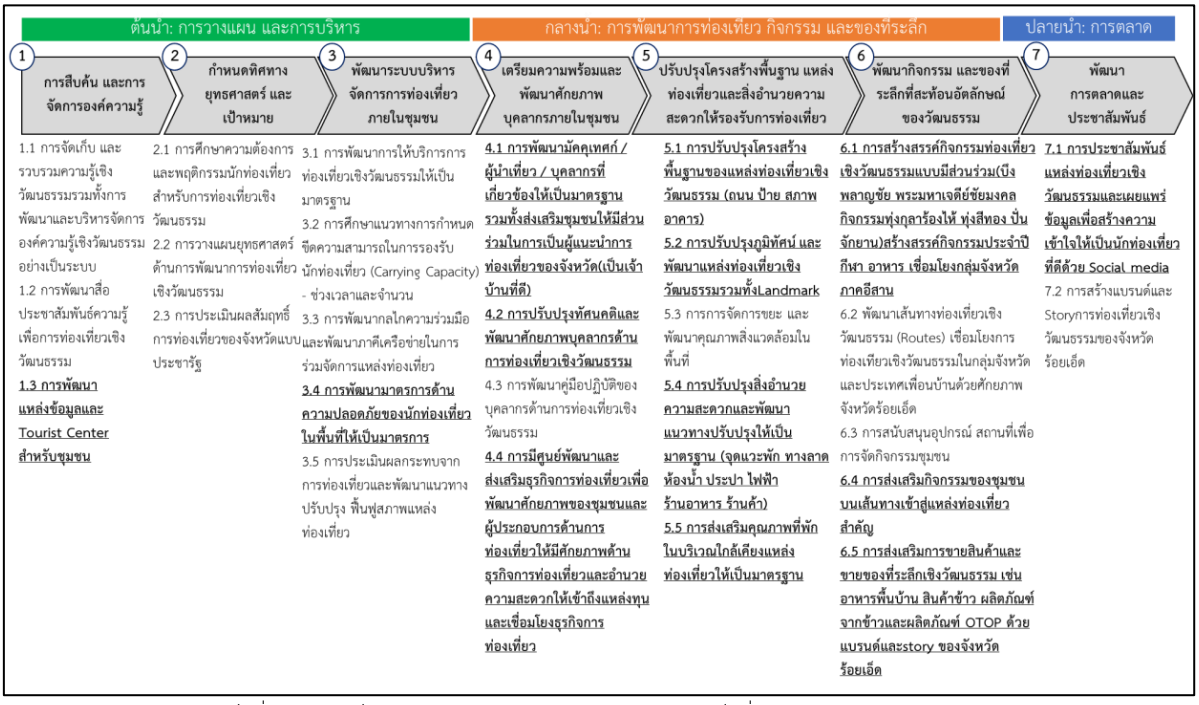
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[19]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.1 และ 2.3 และ 2.4 และ 2.5 และ 2.8 และ 3.5	1. โครงการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง	• ส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพสูง (GAP / อินทรีย์) • พัฒนาศักยภาพของเกษตรกรให้เป็น Smart farmer , young Smart farmer • ยึดหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
4.1 และ 4.3 และ 4.4 และ 6.1 และ 6.4 และ 6.5 และ 6.6	2. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวหอมมะลิ	• ส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปจากข้าวหอมมะลิเป็นผลิตภัณฑ์จากข้าวที่หลากหลายพร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์และจัดทำแบรนด์เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของข้าวหอมมะลิ • พัฒนาระบบค้าส่งการตลาดเฉพาะข้าวหอมมะลิ • พัฒนาตลาดสินค้าข้าวหอมมะลิและผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด

[19] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวชุมชน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้นและการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทาง ยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน4) เตรียมความพร้อม และพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรมและของที่ระลึกสะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม 7) พัฒนาตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของจังหวัดร้อยเอ็ด



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การประเมินความพร้อมของแหล่ง	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงวัฒนธรรมรวมทั้งการพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ 1.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.3 การประเมินผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแบบประชารัฐ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การพัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นมาตรฐาน 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.3 การการจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.2 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Routes) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดและประเทศเพื่อนบ้านด้วยศักยภาพจังหวัดร้อยเอ็ด 6.3 การสนับสนุนอุปกรณ์ สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมชุมชน
7.การพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์และStoryการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ด

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[20]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1และ1.2 และ 7.1 และ7.2	1.โครงการการจัดการองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม -เผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ	จัดทำองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด

[20] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[20]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
5.4 และ 5.5 และ 6.1และ 6.2 และ 6.4 และ 6.5	2. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแห่งสาเกตนคร	เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสนับสนุนวัฒนธรรมประเพณีอันดีงานของท้องถิ่น ให้เชื่อมกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคอีสาน ตลอดเป็นการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของการท่องเที่ยวในจังหวัดให้เป็นแลนด์มาร์คของการท่องเที่ยวในภาคอีสาน	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
4.4	3. โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด	- เป็นศูนย์ประสานงานภาคเอกชนและสถาบันการศึกษารวมทั้งสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานในการพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวให้ชุมชนและผู้ประกอบการ - สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดร้อยเอ็ด

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวหอมมะลิ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และนับเป็นข้าวหอมมะลิที่มีชื่อเสียงที่สุดของไทย
- จังหวัดร้อยเอ็ดประกอบด้วย ตำบลที่อยู่ในเขตพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ในอำเภอเกษตรวิสัย อำเภอสุวรรณภูมิ อำเภอประทุมรัตต์ อำเภอโพนทราย และกิ่งอำเภอหนองฮี จำนวน 986,807 ไร่ ซึ่งนับว่ามากที่สุดใน 5 จังหวัด ทำให้ข้าวของร้อยเอ็ดเป็นที่รู้จักมากที่สุด

ตารางที่ 3.15-25: แผนภูมิแสดงข้อมูลการผลิตข้าวหอมมะลิของจังหวัดร้อยเอ็ด

ปีการผลิต	พื้นที่ปลูก (ไร่)	พื้นที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	พื้นที่เสียหาย (ไร่)	ผลผลิตรวม (ตัน)	ผลผลิตเฉลี่ย กก. / ไร่	ปริมาณจำหน่าย (ตัน)	รายได้จากการจำหน่าย (บาท)	ราคา/ตัน (บาท)
2552/53	2,090,814	2,026,453	64,361	870,782.50	429.71	676,920.29	10,115,585,430.43	14,943.54
2553/54	2,605,172	2,377,080	228,092	1,027,546.05	432.27	825,968.47	9,965,309,590.55	12,065.00
2554/55	2,778,598	2,313,129	465,469	1,071,432.99	463.20	867,254.02	13,685,268,482.94	15,780.00
2555/56	2,809,906	2,211,581	598,325	1,032,342.31	466.79	827,693.72	12,647,987,735.32	15,281.00
2556/57	2,880,199	2,711,093	169,106	1,408,635.05	519.58	1,202,932.07	18,143,824,336.40	15,083.00
2557/58	2,823,097	2,784,476	38,621	1,292,086.05	470.11	1,087,239.60	17,207,741,070.07	15,827.00
2558/59	2,849,907	2,695,130	154,777	1,191,813.44	442.21	986,564.83	10,679,564,309.65	10,825.00

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด

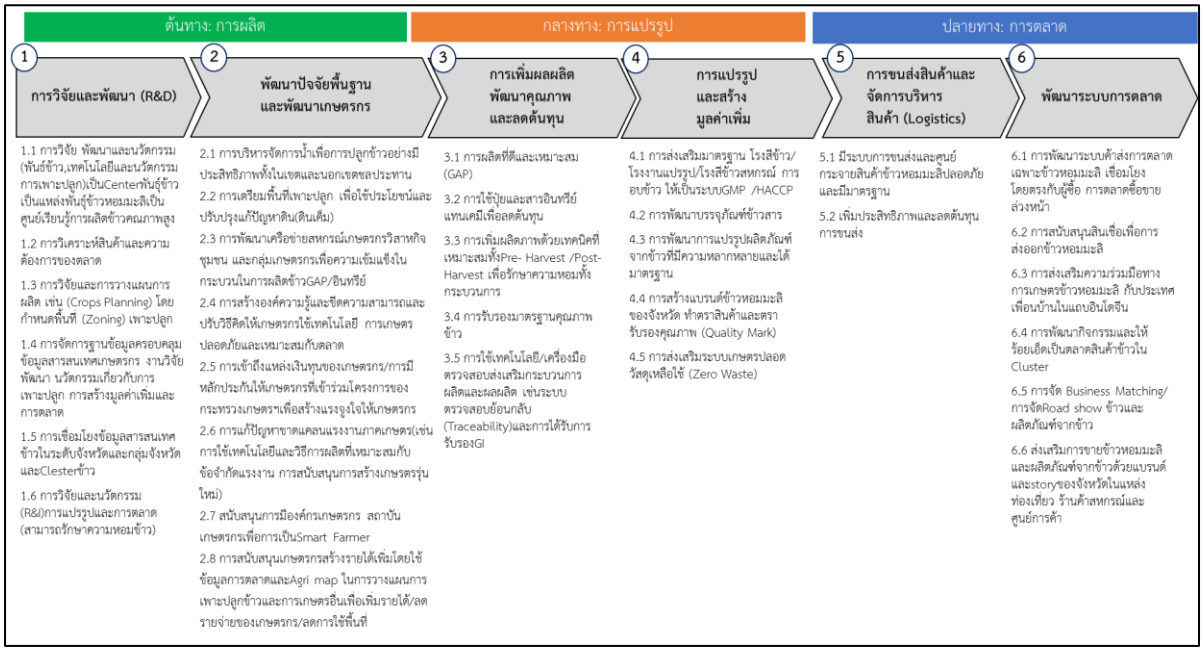
2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success

Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.15-16: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ จังหวัดร้อยเอ็ด



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-26: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[21]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 และ 2.3 และ 2.4	3. โครงการส่งเสริมเกษตรกร สถาบันเกษตรกรให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดร้อยเอ็ด	1. ขยายเขตไฟฟ้าเพื่อการเกษตร กลุ่มเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหนองโก หมู่ที่ 8 ตำบลโพธิ์ศรีสว่าง อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด 2. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ เกษตรกร (โรงเรียนชาวนา) 3. การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกร องค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน Smart Farmer และ Young Smart Famer 4. พัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ 5. ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงสมบูรณ์แบบ 6. ขยายผลหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ 7. ส่งเสริมเครือข่ายกลุ่มสหกรณ์การเกษตรให้เข้มเข็งพึ่งตนเองได้
1.1 และ 6.1 และ 6.6	4. โครงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และตลาดสินค้าเกษตร	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	1. 1 อำเภอ 1 ตลาดนัดสินค้าเกษตรอินทรีย์และอาหารปลดภัย 2. ร้านเขียว – ฟ้า จังหวัดร้อยเอ็ดเพื่อผู้บริโภค 3. การบริการด้วยข้าวหอมมะลิในสถานประกอบการร้านอาหารจังหวัดร้อยเอ็ด 4. พัฒนาศูนย์เรียนรู้ข้าวหอมมะลิ จังหวัดร้อยเอ็ดด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม
2.6	5.โครงการส่งเสริมการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรทดแทนแรงงานเกษตร	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	จัดหาเครื่องจักรกล

[21] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.4.	6. โครงการพัฒนาเกษตรกรสู่ระบบมาตรฐาน GAP	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนา อบรมให้ความรู้และฝึกปฏิบัติการเตรียมแปลงเพาะปลูกและติดตามผลการปฏิบัติจริงของเกษตรกรเพื่อเข้าสู่ระบบมาตรฐาน GAP
2.4	7. โครงการพัฒนาเกษตรกรสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนา อบรมให้ความรู้และฝึกปฏิบัติการเตรียมปัจจัยการผลิต(น้ำ ดิน ปุ๋ยอินทรีย์)การเตรียมแปลงเพาะปลูกและติดตามผลการปฏิบัติจริงของเกษตรกรเพื่อเข้าสู่ระบบมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์
2.1	8. โครงการพัฒนาระบบสูบน้ำด้วยไฟฟ้า ขนาดพื้นที่ชลประทาน 2000 ไร่ขึ้นไป	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	สำรวจพื้นที่และความต้องการของเกษตรกร ออกแบบและกำหนด Spec. รวมทั้งพัฒนาและติดตั้งระบบสูบน้ำด้วยไฟฟ้า บริหารจัดการการใช้ระบบสูบน้ำด้วยไฟฟ้า
2.1	9. โครงการพัฒนาระบบส่งน้ำขนาดพื้นที่ชลประทาน 2000 ไร่ขึ้นไป	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	สำรวจพื้นที่และความต้องการของเกษตรกร ออกแบบและพัฒนาระบบส่งน้ำ บริหารจัดการระบบ
2.1	10. โครงการพัฒนาการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงการชลประทานร้อยเอ็ด	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	ปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการในพื้นที่ชลประทานตามปริมาณน้ำต้นทุนและความต้องการใช้น้ำ
2.1	11. โครงการพัฒนาแก้มลิง ขนาด 200,000 ลูกบาศก์เมตร ขึ้นไป	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	สำรวจพื้นที่และความต้องการของเกษตรกร ออกแบบและดำเนินการปรับพื้นที่และขุดจัดทำแก้มลิงตามขนาดที่ออกแบบไว้
2.1	12. โครงการจัดการน้ำชลประทาน	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	บริหารจัดการการใช้น้ำชลประทานด้วยความมีส่วนร่วมของชุมชน
2.1	13. โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมการบริหารจัดการน้ำของกลุ่มผู้ใช้น้ำชลประทาน	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	บริหารจัดการการใช้น้ำชลประทานด้วยความมีส่วนร่วมของชุมชน

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1	14. โครงการพัฒนาประตูระบายน้ำ	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาประตูระบายน้ำ
2.1	15. โครงการพัฒนาระบบระบายน้ำ	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาระบบระบายน้ำ
2.1	16. โครงการบริหารจัดการลุ่มน้ำและระบบธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	การเพิ่มพื้นที่เก็บกักและเพิ่มปริมาณน้ำตามแผนการจัดการลุ่มน้ำ
3.2	17. โครงการเพิ่มผลผลิตด้วยปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูง	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	การให้ความรู้เกษตรกรเกี่ยวกับการจัดทำปุ๋ยอินทรีย์และการใช้ปุ๋ยอินทรีย์อย่างถูกต้อง
3.4 และ 3.5	18. โครงการส่งเสริมการใช้ระบบการตรวจประเมินคุณภาพการผลิต TAMIS	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาระบบการตรวจประเมินคุณภาพการผลิต TAMISและส่งเสริมการใช้ระบบ
2.4	19. โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงคุณภาพข้าวเพื่อลดความชื้น	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงคุณภาพข้าวเพื่อลดความชื้น
3.5	20. โครงการส่งเสริมการใช้เครื่องตรวจเมล็ดพันธุ์ข้าว	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	จัดหาและส่งเสริมการใช้เครื่องตรวจเมล็ดพันธุ์ข้าว
3.5	21. โครงการพัฒนาจมูกอิเล็กทรอนิกส์แบบพกพาเพื่อ ตรวจสอบความหอมของพันธุ์ข้าว	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ออกแบบและพัฒนาจมูกอิเล็กทรอนิกส์แบบพกพาเพื่อตรวจสอบความหอมของพันธุ์ข้าว
4.1	22. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานโรงสีข้าว	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์และถ่ายทอดความรู้เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานโรงสีข้าว

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.5	23. โครงการจัดทำระบบตรวจสอบและติดตามกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิด้วย QR Code	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ออกแบบและจัดทำระบบตรวจสอบและติดตามกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิด้วย QR Code
2.4	19. โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงคุณภาพข้าวเพื่อลดความชื้น	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงคุณภาพข้าวเพื่อลดความชื้น
3.5	20. โครงการส่งเสริมการใช้เครื่องตรวจเมล็ดพันธุ์ข้าว	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	จัดหาและส่งเสริมการใช้เครื่องตรวจเมล็ดพันธุ์ข้าว
3.5	21. โครงการพัฒนาจมูกอิเล็กทรอนิกส์แบบพกพาเพื่อ ตรวจสอบความหอมของพันธุ์ข้าว	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ออกแบบและพัฒนาจมูกอิเล็กทรอนิกส์แบบพกพาเพื่อตรวจสอบความหอมของพันธุ์ข้าว
4.1	22. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานโรงสีข้าว	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์และถ่ายทอดความรู้เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานโรงสีข้าว
3.5	23. โครงการจัดทำระบบตรวจสอบและติดตามกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิด้วย QR Code	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ออกแบบและจัดทำระบบตรวจสอบและติดตามกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิด้วย QR Code
2.3	24. โครงการพัฒนาระบบติดตามและบริหารจัดการชุมชนพื้นที่ทุ่งกุลา	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาระบบติดตามและบริหารจัดการชุมชนพื้นที่ทุ่งกุลา
3.5	25. โครงการติดตั้งระบบตรวจอากาศเพื่อการเกษตร	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ติดตั้งระบบตรวจอากาศเพื่อการเกษตร

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.4	26. โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลปลูกข้าวรายแปลง	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาระบบฐานข้อมูลปลูกข้าวรายแปลง
2.1	27. โครงการพัฒนาเครื่องมือเพื่อการจัดการน้ำชุมชน	โครงการชลประทานจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาเครื่องมือเพื่อการจัดการน้ำชุมชน
1.1	28. โครงการสร้างแบบจำลองการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์ที่ดินด้านการเกษตร	สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดร้อยเอ็ด	สร้างแบบจำลองการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์ที่ดินด้านการเกษตร
1.4	29. โครงการประยุกต์ใช้ระบบฐานข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์การแพร่ระบาดของเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ประยุกต์ใช้ระบบฐานข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์การแพร่ระบาดของเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล
2.4 และ 3.5	30. โครงการเพิ่มทักษะการใช้ไอทีเพื่อ เพิ่มผลผลิตข้าวหอมมะลิ เช่น ใบข้าวเอ็นเค การคำนวณการผสมปุ๋ยเคมี	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	เพิ่มทักษะการใช้ไอทีให้เกษตรกรเพื่อ เพิ่มผลผลิตข้าวหอมมะลิ เช่น ใบข้าวเอ็นเค การคำนวณการผสมปุ๋ยเคมี
2.3	31. โครงการพัฒนากลไกในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในระดับกลุ่มและเครือข่าย	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนากลไกในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในระดับกลุ่มและเครือข่าย
4.3	32. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิแปรรูป	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิแปรรูป
2.4 และ2.7	33. โครงการพัฒนา Smart farmer	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนา Smart farmer ตามแนวทางของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.3	34. โครงการบริหารจัดการเขตเกษตรเศรษฐกิจสำหรับสินค้าเกษตรที่สำคัญ (Zoning)	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	บริหารจัดการเขตเกษตรเศรษฐกิจสำหรับสินค้าเกษตรที่สำคัญ (Zoning) ตามแนวทางของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3.1 และ3.2 และ3.3 และ 3.4 และ 3.5	35. โครงการส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบแปลงใหญ่	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบแปลงใหญ่ตามแนวทางของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3.2	36. โครงการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยเพื่อลดต้นทุนการผลิตการเกษตร	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยตามแนวทางของ GAP เพื่อลดต้นทุนการผลิตการเกษตร
3.2	37. โครงการลดความเสี่ยงเกษตรกรจากการระบาดศัตรูพืช	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	เผยแพร่ข้อมูลและความรู้ให้เกษตรกรเพื่อลดความเสี่ยงเกษตรกรจากการระบาดศัตรูพืช
3.3 และ 3.4	38. โครงการพัฒนาคุณภาพการผลิตและเพิ่มมูลค่าผลผลิตข้าวอย่างครบวงจร	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะให้เกษตรกรเพื่อการพัฒนาคุณภาพการผลิตและเพิ่มมูลค่าผลผลิตข้าวอย่างครบวงจร
3.3 และ 4.3	39. โครงการสนับสนุนแผนปฏิบัติงานเฝ้าระวังและควบคุมมาตรฐานสินค้าเกษตร	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	สนับสนุนแผนปฏิบัติงานเฝ้าระวังและควบคุมมาตรฐานสินค้าเกษตร
4.3	40. โครงการขยายแหล่งแปรรูปข้าวหอมมะลิเป็นแป้งข้าวหอมมะลิ เพื่อทดแทนแป้งสาลีในการผลิตสินค้าและบริการอื่น	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดร้อยเอ็ด	ขยายแหล่งแปรรูปข้าวหอมมะลิเป็นแป้งข้าวหอมมะลิ เพื่อทดแทนแป้งสาลีในการผลิตสินค้าและบริการอื่น
3.5	41. โครงการจัดซื้อเครื่องคัดและทำความสะอาดเมล็ดพันธุ์ข้าว 10 เครื่อง	สนง.สหกรณ์จังหวัดร้อยเอ็ด	จัดซื้อเครื่องคัดและทำความสะอาดเมล็ดพันธุ์ข้าว 10 เครื่อง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.4	42. โครงการพัฒนาคุณภาพข้าวหอมมะลิ (อบรม / จัดทำแปลงเรียนรู้)	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	อบรม / จัดทำแปลงเรียนรู้ให้เกษตรกรเพื่อการพัฒนาคุณภาพข้าวหอมมะลิ
3.2 และ 4.5	43. โครงการผลิตปุ๋ยอินทรีย์เพื่อลดต้นทุนการผลิต	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ถ่ายทอดความรู้การผลิตปุ๋ยอินทรีย์เพื่อลดต้นทุนการผลิต
3.2 และ 4.5	44. โครงการก่อสร้างโรงผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	ก่อสร้างโรงผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ
2.4 และ 2.7	45. โครงการพัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer)	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer)
2.3	46. โครงการพัฒนาอาสาสมัครเกษตร	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาความรู้และทักษะให้อาสาสมัครเกษตร
2.8	47. โครงการขับเคลื่อนการทำงานส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	
2.3 และ 2.7 และ 2.8	48. โครงการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพองค์กรเกษตรกร	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	พัฒนาศักยภาพองค์กรเกษตรกร
1.1 และ 1.4 และ 1.5	49. โครงการศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร	สนง.เกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด	จัดตั้งศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร
5.1	50. โครงการก่อสร้างโกดังเก็บข้าวเปลือกให้กับสหกรณ์	สนง.สหกรณ์จังหวัดร้อยเอ็ด	ก่อสร้างโกดังเก็บข้าวเปลือกให้กับสหกรณ์
5.1	51. โครงการก่อสร้างฉางเก็บข้าวเปลือกให้กับสหกรณ์	สนง.สหกรณ์จังหวัดร้อยเอ็ด	ก่อสร้างฉางเก็บข้าวเปลือกให้กับสหกรณ์

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.1	52. โครงการจัดหารถตักให้กับสหกรณ์	สนง.สหกรณ์จังหวัดร้อยเอ็ด	จัดหารถตักให้กับสหกรณ์
4.1	53. โครงการก่อสร้างโรงสีข้าวสำหรับสีข้าวอินทรีให้กับสหกรณ์การเกษตรเกษตรวิสัย	สนง.สหกรณ์จังหวัดร้อยเอ็ด	ก่อสร้างโรงสีข้าวสำหรับสีข้าวอินทรีให้กับสหกรณ์การเกษตรเกษตรวิสัย
1.1	54. การสนับสนุนธุรกิจนวัตกรรมข้าวหอมมะลิ	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	สนับสนุนธุรกิจนวัตกรรมข้าวหอมมะลิ
6.1 และ 6.5 และ 6.6	55. โครงการส่งเสริมการตลาด	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	ส่งเสริมการตลาด
6.1 และ 6.5 และ 6.6	56. โครงการสนับสนุนตลาดเกษตรกร	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	สนับสนุนตลาดเกษตรกร

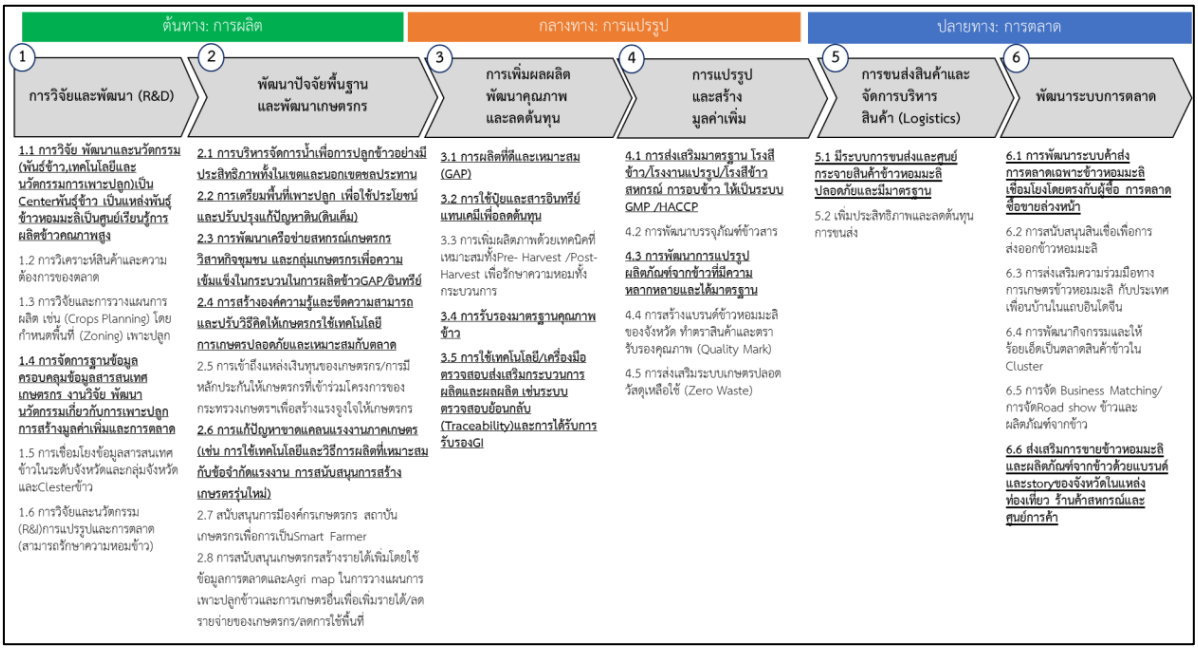
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-27: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา	1.2 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.3 การวิจัยและการวางแผนการผลิต เช่น (Crops Planning) โดยกำหนดพื้นที่ (Zoning) เพาะปลูก 1.5 การเชื่อมโยงข้อมูลสารสนเทศข้าวในระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัดและClesterข้าว 1.6 การวิจัยและนวัตกรรม(R&I)การแปรรูปและการตลาด(สามารถรักษาความหอมข้าว)
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.5 การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของเกษตรกรการมีหลักประกันให้เกษตรกรที่/เข้าร่วมโครงการของกระทรวงเกษตรฯเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกร

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	2.7 สนับสนุนการมีองค์กรเกษตรกร สถาบันเกษตรกรเพื่อการเป็น Smart Farmer 2.8 การสนับสนุนเกษตรกรสร้างรายได้เพิ่มโดยใช้ข้อมูลการตลาดและ Agri map ในการวางแผนการเพาะปลูกข้าวและการเกษตรอื่นเพื่อเพิ่มรายได้/ลดรายจ่ายของเกษตรกร/ลดการใช้พื้นที่
3.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.3 การเพิ่มผลิตภาพด้วยเทคนิคที่เหมาะสมทั้งPre- Harvest / Post-Harvest เพื่อรักษาความหอมทั้งกระบวนการ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.4 การสร้างแบรนด์ข้าวหอมมะลิ ของจังหวัด ทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า	5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.2 การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งออกข้าวหอมมะลิ 6.3 การส่งเสริมความร่วมมือทางการเกษตรข้าวหอมมะลิ กับประเทศเพื่อนบ้านในแถบอินโดจีน 6.4 การพัฒนากิจกรรมและให้ร้อยเอ็ดเป็นตลาดสินค้าข้าวในCluster

แผนภาพที่ 3.15-17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวหอมมะลิ จังหวัดร้อยเอ็ด



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดร้อยเอ็ด

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.15-28: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[22]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.1 และ 2.3 และ 2.4 และ 2.5 และ 2.8 และ 3.5	1. โครงการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง	ส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพสูง (GAP / อินทรีย์) พัฒนาศักยภาพของเกษตรกรให้เป็น Smart farmer , young Smart farmer ยึดหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
4.1 และ 4.3 และ 4.4 และ 6.1 และ 6.4 และ 6.5 และ 6.6	2. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวหอมมะลิ	ส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปจากข้าวหอมมะลิเป็นผลิตภัณฑ์จากข้าวที่หลากหลายพร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์และจัดทำแบรนด์เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของข้าวหอมมะลิ พัฒนาระบบค้าส่งการตลาดเฉพาะข้าวหอมมะลิ พัฒนาตลาดสินค้าข้าวหอมมะลิและผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด

[22] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉ.12 ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาคเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ
- เป้าหมายการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ – เพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตรไปสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์และอาหารปลอดภัย
- ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ 20 ปี
- สภาพปัญหาในพื้นที่
- ราคาผลผลิตต่ำ / ไม่มีเสถียรภาพ
- ต้นทุนการผลิตสูง / ลดต้นทุนการผลิต / เพิ่มมูลค่า

สรุปแนวคิดโครงการ

1. ส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพสูง (GAP / อินทรีย์)
2. พัฒนาศักยภาพของเกษตรกรให้เป็น Smart farmer , young Smart farmer
3. ยึดหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

กิจกรรมที่ 1 บริหารจัดการน้ำในเขตชลประทานและนอกเขตชลประทาน

กิจกรรมที่ 2 พัฒนาองค์กรเกษตรกรและเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มเข็งในการผลิตข้าว GAP / อินทรีย์ (ในรูปแบบแปลงใหญ่)

กิจกรรมที่ 3 ส่งเสริมการผลิตข้าวให้ได้มาตรฐาน GAP / อินทรีย์ / GI

กิจกรรมที่ 4 ส่งเสริมการให้ความรู้ในการจัดทำแผนธุรกิจรายแปลง (แปลงใหญ่) เพื่อเข้าสู่แหล่งเงินทุน

กิจกรรมที่ 5 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุน (เครื่องจักร, เครื่องหยอด)

กิจกรรมที่ 6 ส่งเสริมการทำเกษตรผสมผสาน / ทฤษฎีใหม่ / ศก.พอเพียง เพื่อลดความเสี่ยงด้านการเกษตร

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โครงการชลประทานจังหวัด/สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด/สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.สหกรณ์จังหวัด/ สนง.ตรวจบัญชี/ ธ.ก.ส. / ศูนย์จักรกล /ทุกหน่วยใน SC / กรมพัฒนาที่ดิน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์:

1. เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
2. เกษตรกรสามารถลดต้นทุนการผลิต

ผลผลิต:

1. มีแหล่งน้ำในเขตและนอกเขต ชป. ครอบคลุมพื้นที่ปลูกข้าว
2. มีกลุ่มเกษตรกรทำนาแปลงใหญ่และเครือข่ายที่เข้มแข็ง
3. มีผลผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน GAP / อินทรีย์ / GI
4. เกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนแหล่งน้ำในเขตและนอกเขต ชป. ครอบคลุมพื้นที่ปลูกข้าว
- จำนวนกลุ่มเกษตรกรที่ทำนาแปลงใหญ่และเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง
- ปริมาณผลผลิตข้าวที่ได้มาตรฐานจำแนกเป็น GAP / อินทรีย์ / GI
- จำนวนเกษตรกรที่เข้าถึงแหล่งเงินทุน
- ต้นทุนการผลิตลดลง (ร้อยละ 20 ภายในปี 2564)
- เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 5 ต่อปี)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 1 มีขั้นตอนดังนี้ 1.สร้างและพัฒนาแหล่งน้ำในเขตประทาน (อ่าง คลองส่ง) 2.สร้างและพัฒนาแหล่งน้ำนอกเขตชลประทาน (สระน้ำในไร่นา,แก้มลิง, บ่อบาดาล)		20 ล้าน		สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัด/ กรมพัฒนาที่ดิน โครงการชลประทาน จังหวัด	
กิจกรรมที่ 2 มีขั้นตอนดังนี้ 1.พัฒนากลุ่มองค์กรเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง 2.สร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายองค์กรเกษตรกร		5 ล้าน		สนง.เกษตรจังหวัด สนง.สหกรณ์จังหวัด สนง.ตรวจบัญชี จังหวัด	
กิจกรรมที่ 3 มีขั้นตอนดังนี้ 1.ส่งเสริมการผลิตข้าวให้ได้มาตรฐาน GAP 2.ส่งเสริมการผลิตข้าวให้ได้มาตรฐาน อินทรีย์ 3.ส่งเสริมการผลิตข้าวให้ได้มาตรฐาน GI		5 ล้าน		สนง.เกษตรจังหวัด	
กิจกรรมที่ 4 มีขั้นตอนดังนี้		2 แสน		ธ.ก.ส.	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.ส่งเสริมการจัดทำแผน ธุรกิจแปลงใหญ่				สนง.เกษตรจังหวัด สนง.สหกรณ์จังหวัด	
กิจกรรมที่ 5 มีขั้นตอนดังนี้ 1.สนับสนุนเครื่องจักรกล การเกษตร		20 ล้าน		สนง.เกษตรจังหวัด ศูนย์จักรกล	
กิจกรรมที่ 6 มีขั้นตอนดังนี้ 1.ถ่ายทอดความรู้ 2.สนับสนุนการปรับพื้นที่นา 3.สนับสนุนปัจจัยการผลิต		5 ล้าน		ทุกหน่วยใน SC	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวหอมมะลิ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จัดหวัดร้อยเอ็ด เป็นพื้นที่ ที่ทำอาชีพด้านการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ มีพืชเศรษฐกิจหลากหลายชนิด เช่น ข้าวหอมมะลิ จากทุ่งกุลาร้องไห้ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งผลิตข้าวหมอมะลิชั้นดีและมีเอกลักษณ์ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และผู้ประกอบการเกี่ยวเนื่องกับ การแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรแต่เนื่องจากราคาข้าวตกต่ำจึงจำเป็นต้องพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลาย และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นตลอดจนการพัฒนาเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิ จึงจำเป็นต้องจัดทำโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวหอมมะลิ

สรุปแนวคิดโครงการ

1) ส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปจากข้าวหอมมะลิเป็นผลิตภัณฑ์จากข้าวที่หลากหลายพร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์และจัดทำแบรนด์เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของข้าวหอมมะลิ
2) พัฒนาระบบค้าส่งการตลาดเฉพาะข้าวหอมมะลิ
3) พัฒนาตลาดสินค้าข้าวหอมมะลิและผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสร้างมูลค่าและการแปรรูปต่าง ๆ และพัฒนาคนด้านช่าง (ช่างดูแลเครื่องจักรในการผลิต)

กิจกรรมที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย

กิจกรรมที่ 3 การสร้างแบรนด์ข้าวหอมมะลิให้มีเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด

กิจกรรมที่ 4 การพัฒนาระบบค้าส่งการตลาดเฉพาะข้าวหอมมะลิ

กิจกรรมที่ 5 พัฒนาตลาดสินค้าข้าวหอมมะลิ เพื่อให้ร้อยเอ็ดเป็นศูนย์รวมตลาด Cluster ข้าว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดร้อยเอ็ด / สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด/สนง. แรงงานจังหวัดร้อยเอ็ด/สนง. พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง. พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลลัพธ์:

1) ผู้ประกอบการที่ / วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพสามารถนำนวัตกรรมมาพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์และเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่
2) ผู้ประกอบการที่ / วิสาหกิจชุมที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

1) วิสาหกิจชุมชน / ผู้ประกอบการ ได้รับการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มองค์ความรู้
2) มีการสร้างแบรนด์จังหวัดร้อยเอ็ด
3) มีการแลกเปลี่ยนทางการตลาด

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) จำนวน วิสาหกิจชุมชน / ผู้ประกอบการ ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้(เป้าหมาย: จำนวน 200 ราย)
2) จำนวนการสร้างแบรนด์จังหวัดร้อยเอ็ด (เป้าหมาย: 1 แบรนด์)
3) จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ (เป้าหมาย: 10 ผลิตภัณฑ์)
4) จำนวนครั้งที่มีการแลกเปลี่ยนทางการตลาด (เป้าหมาย: อย่างน้อย 2 ครั้ง)
5) ผู้ประกอบการที่ / วิสาหกิจชุมที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น (เป้าหมาย: ร้อยละ 5)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 1 มีขั้นตอนดังนี้ 1. อบรมให้ความรู้แก่วิสาหกิจชุมชน / ผู้ประกอบการ				สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดร้อยเอ็ด / สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	
กิจกรรมที่ 2 มีขั้นตอนดังนี้ 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าว พร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์				สนง.แรงงานจังหวัดร้อยเอ็ด	
กิจกรรมที่ 3 มีขั้นตอนดังนี้ 1. สร้างแบรนด์ข้าวหอมมะลิจังหวัดร้อยเอ็ด				สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	
กิจกรรมที่ 4 มีขั้นตอนดังนี้ 1. ทำ Business Matching / Road show					
กิจกรรมที่ 5 มีขั้นตอนดังนี้ 1. จัดให้มีกิจกรรมข้าวหอมมะลิโลกในจังหวัดร้อยเอ็ด					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ พระมหาเจดีย์ชัยมงคล บึงพลาญชัย บึงเกลือ ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนพฤษศาสตร์และวรรณคดี เป็นต้น
- มีจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2558 จำนวน 428,482 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวราว 1 พันล้านบาท
- มีจำนวนที่พัก 143 แห่ง 2,895 ห้อง

ตารางที่ 3.15-29: แสดงร้อยละตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดร้อยเอ็ด ปี 2556

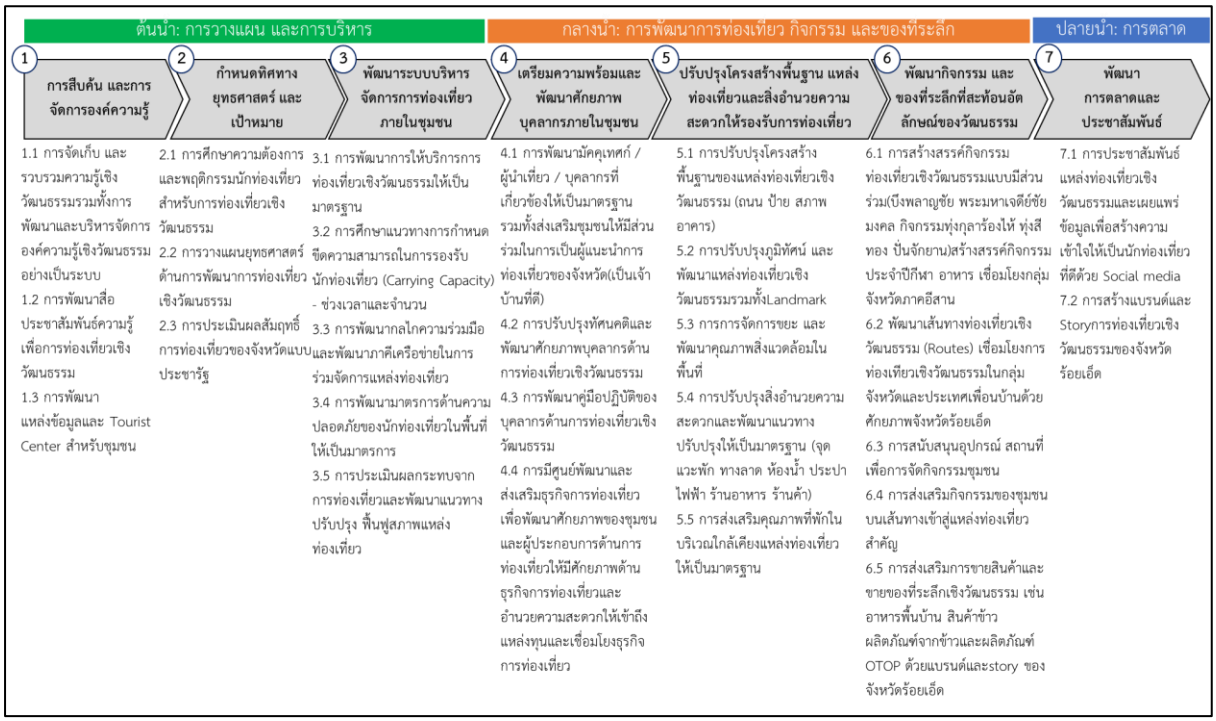
แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นักทัศนาจร	นักท่องเที่ยว	รวม	นักทัศนาจร	นักท่องเที่ยว	รวม	นักทัศนาจร	นักท่องเที่ยว	รวม
สถานที่ท่องเที่ยว	15.8	15.8	15.8	33.7	34.1	33.9	16.9	16.3	16.5
มีความปลอดภัย	17.9	18.3	18.1	26.7	30.5	28.5	18.4	18.7	18.6
อาหารอร่อย	15.3	12.2	13.4	2.1	1.2	1.7	14.5	11.9	12.9
สินค้าราคาถูก	13.6	11.0	12.0	4.3	3.0	3.7	13.1	10.8	11.7
ช่วงเทศกาล	13.3	10.7	11.7	4.3	4.3	4.3	12.8	10.5	11.4
ระยะทาง	5.7	6.7	6.3	8.0	6.7	7.4	5.8	6.7	6.4
เวลาในการเดินทาง	2.1	6.4	4.8	1.6	0.6	1.1	2.1	6.2	4.6
ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	13.7	16.9	15.7	18.2	18.9	18.5	14.0	17.0	15.9
การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว	2.2	1.7	1.9	1.1	0.6	0.9	2.1	1.7	1.9
อื่นๆ	0.3	0.2	0.3	-	-	-	0.3	0.2	0.2
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.15-18: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดร้อยเอ็ด



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-30: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[23]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.2 และ 5.4	1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักสามเหลี่ยมสาเกตนคร และพื้นที่ที่มีศักยภาพ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด	1. เพิ่มศักยภาพศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด 2. พัฒนาระบบบริการและปรับปรุงบึงเกลือทะเลอีสาน 3. เขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในพระอุโบสถวัดบูรพาราม 4. ปรับปรุงภูมิทัศน์วัดป่าโนนสวรรค์ 5. พัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์บ่อพันขัน 6. ปรับปรุงภูมิทัศน์สถานที่ท่องเที่ยวและกีฬาบริเวณห้วยไส้ไก่ ตำบลหน่อม อำเภออาจสามารถ 7. ก่อสร้างเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมนันทนาการในเขตพื้นที่ตำบลบึงงาม 8. ก่อสร้างลานคอนกรีตเสริมเหล็กและถนนคอนกรีตเสริมเหล็กภายในสำนักงานเขตห้ามล่าสัตว์ป่าถ้ำผาน้ำทิพย์
6.1	2. โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและงานวัฒนธรรมประเพณีวิถีอีสาน ฮีตสิบสอง คองสิบสี่	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด	1. ส่งเสริมการรับรู้ให้จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีวิถีอีสาน ฮีตสิบสอง คองสิบสี่ 2. กิจกรรมวิ่งชมทุ่งกินกุ้งก้ามกราม 3. ส่งเสริมปีการท่องเที่ยว ไทยเที่ยวไทยจังหวัดร้อยเอ็ด

[23] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.3 และ 4.1 และ4.2 และ4.4 5,5 และ 6.5	3. โครงการเพิ่มศักยภาพการบริหารด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีประสิทธิภาพ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด	1. จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดและฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 2. พัฒนาการท่องเที่ยวและการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ด 3. สร้างบุคลากรด้านบริหารโลจิสติกส์และการจัดการธุรกิจการบินเพื่อรองรับการเติมโตทางเศรษฐกิจตามนโยบายร้อยเอ็ด 4.101 4. ส่งเสริมสถานประกอบการ และบริการให้น่าพักน่าเที่ยว 5. ส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
5.1 และ 5.2 และ 5.4	4. โครงการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่งและระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐาน รองรับการท่องเที่ยว	สนง.ทางหลวงชนบท	1. ขยายความกว้างไหล่ทาง 2. ขยายความกว้างถนนจาก 2 ช่องจราจร เป็น 4 ช่องจราจร 3. ติดตั้งไฟฟ้าแสงสว่าง (ชนิดกิ่งเดี่ยว) ในทางหลวงหมายเลข 2044 (ทางไปสนามบิน) 4. เปลี่ยนแผ่นป้ายจราจร ป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ในสายทางควบคุมของแขวงทางหลวงร้อยเอ็ด 5. ก่อสร้างถนน ค.ส.ล. 6. ซ่อมสร้างผิวทางแอสฟัลติก คอนกรีต 7. ปรับปรุงผิวจราจรลาดยาง 8. ก่อสร้างสะพาน ค.ส.ล. 9. ก่อสร้างถนนลาดยางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวบ่อพันขัน
5.2	5. โครงการพัฒนาสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ให้เป็นอุทยานสวรรค์บึงพลาญชัย	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	10.โครงการฉาบสีตกแต่งบึงพลาญชัย 11.โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์หน้าบึงพลาญชัย

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.2 และ 5.4	6. โครงการพัฒนากลุ่มพื้นที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวรอบพระมหาเจดีย์ศรีชัยมงคล อำเภอหนองพอก ร้อยเอ็ด	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	1. ก่อสร้างจุดชมวิว (Skywalk) ผาหมอกวิวาย 2. จัดทำเส้นทางชมธรรมชาติน้ำตกถ้ำโสดา 3. ปรับปรุงภูมิทัศน์อ่างเก็บน้ำห้วยพุงใหญ่
5.2 และ 6.1	7. โครงการพัฒนากลุ่มพื้นที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวรอบศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด (ท้องฟ้าจำลอง) อำเภอธวัชบุรี จ.ร้อยเอ็ด	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	1. จัดสร้างพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำทะเลที่ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด 2. พัฒนาสถานีเพาะพันธุ์สัตว์ป่า ธวัชบุรี ให้เป็นสวนสัตว์เปิด
5.4 และ 6.4 และ 6.5	8. โครงการจัดสร้างจุดแวะพักจุดชมวิว และจำหน่ายสินค้า OTOP ในเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสามเหลี่ยมการท่องเที่ยวสาเกตนคร	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	1. สำรวจ ออกแบบและจัดสร้างจุดแวะพักจุดชมวิว และจำหน่ายสินค้า OTOP ในเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสามเหลี่ยมการท่องเที่ยวสาเกตนคร
5.2 และ 6.1	9. โครงการพัฒนากลุ่มพื้นที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวรอบศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด (ท้องฟ้าจำลอง) อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	1. สวนเฉลิมพระเกียรติฯ อ่างเก็บน้ำวัชชัยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ 2. พัฒนาสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ให้เป็นอุทยานสวรรค์บึงพลาญชัย (หอสูงชมวิว)
5.2	10 โครงการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวด้านโบราณสถานและแหล่งวัฒนธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบลหัวโทน อ.สุวรรณภูมิ จ.ร้อยเอ็ด	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด	ประเมินศักยภาพและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวด้านโบราณสถานและแหล่งวัฒนธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบลหัวโทน อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
5.1 และ5.4 และ 6.1	11. โครงการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงมะอึ บ้านโนนทอง หมู่ที่ 15 ตำบลสระ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด อปท.	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงมะอึ บ้านโนนทอง หมู่ที่ 15 ตำบลสระนกแก้ว อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

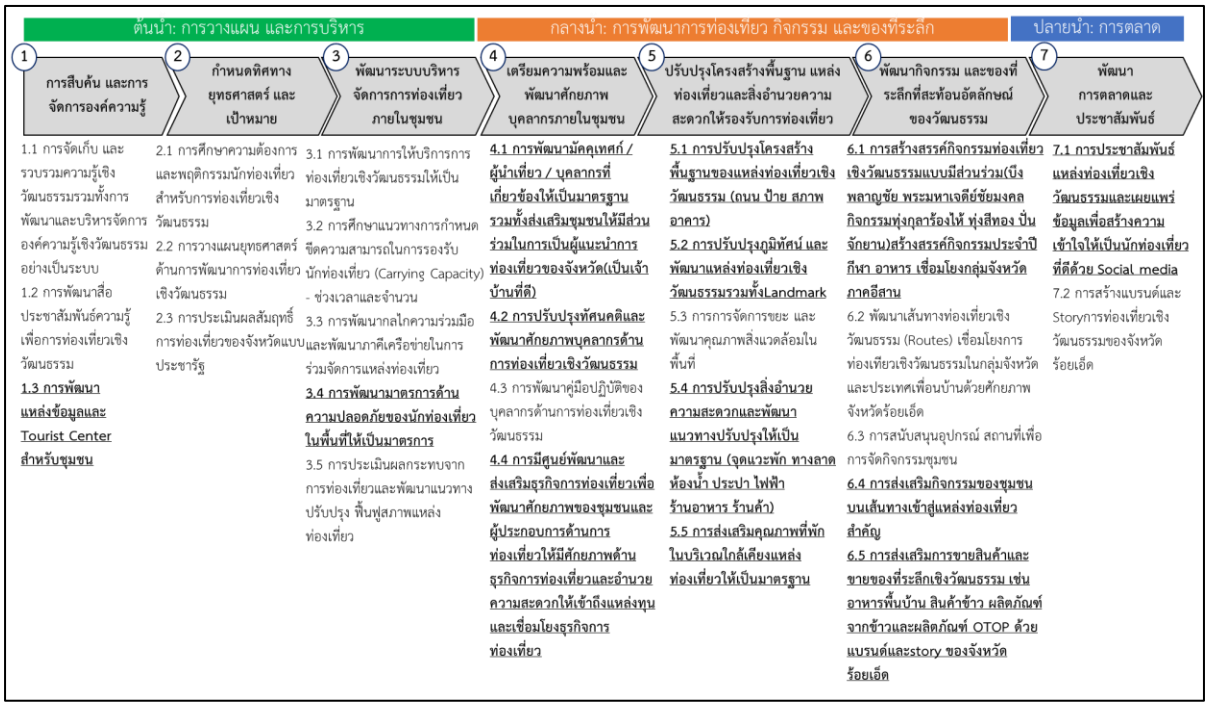
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	นกแก้ว อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด		
5.1	12. โครงการยกระดับท่าอากาศยานร้อยเอ็ดรองรับการเจริญเติมโต (ยกระดับสนามบินศุลกากร / ขยายรันเวย์และอาคาร)	กรมการบินพลเรือน/การท่าอากาศยาน	ยกระดับสนามบินศุลกากร / ขยายรันเวย์และอาคารท่าอากาศยานร้อยเอ็ดเพื่อรองรับการเจริญเติบโต
3.4	13. โครงการปรับปรุงแก้ไขจุดเสี่ยงภัย สาย ร้อยเอ็ด	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	ประเมินความเสี่ยงและออกแบบปรับปรุงแก้ไขจุดเสี่ยงภัย สาย ร้อยเอ็ด
5.4	14. โครงการก่อสร้างรางระบายน้ำ คสล.	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	ก่อสร้างรางระบายน้ำ คสล.
5.4	15. โครงการไฟฟ้าแสงสว่างและไฟฟ้าสัญญาณจราจร	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	ปรับปรุงไฟฟ้าแสงสว่างและไฟฟ้าสัญญาณจราจร
5.1	16. โครงการก่อสร้างถนนตามผังเมืองรวมร้อยเอ็ด	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	สำรวจ ออกแบบและก่อสร้างถนนตามผังเมืองรวมร้อยเอ็ด
5.1	17. โครงการขยายอาคารที่พักผู้โดยสารและทางวิ่งของสนามบินร้อยเอ็ด (ขยายรันเวร์ / ขยายอาคารที่พักผู้โดยสารพร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก)	กรมการบินพลเรือน/การท่าอากาศยาน	ขยายรันเวร์ / ขยายอาคารที่พักผู้โดยสารพร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสนามบินร้อยเอ็ด
1.3 และ 7.1	18. โครงการเสริมสร้างผู้บริโภคที่ชาญฉลาด (Smart Consumer) จังหวัดร้อยเอ็ด	สนง.พาณิชย์จังหวัดร้อยเอ็ด	ให้ความรู้และเพิ่มทักษะผู้บริโภคที่ชาญฉลาด (Smart Consumer) จังหวัดร้อยเอ็ด

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.15-31: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การประเมินความพร้อมของแหล่ง	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงวัฒนธรรมรวมทั้งการพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ 1.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.3 การประเมินผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแบบประชารัฐ
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การพัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นมาตรฐาน 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.3 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.2 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Routes) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดและประเทศเพื่อนบ้านด้วยศักยภาพจังหวัดร้อยเอ็ด 6.3 การสนับสนุนอุปกรณ์ สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมชุมชน
7.การพัฒนาการตลาด และประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์และStoryการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ด

แผนภาพที่ 3.15-19: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดร้อยเอ็ด



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดร้อยเอ็ด

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.15-32: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[24]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1และ1.2 และ 7.1และ7.2	1.โครงการการจัดการองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ	จัดทำองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด
5.4 และ 5.5 และ 6.1และ 6.2 และ 6.4 และ 6.5	2. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแห่งสาเกตนคร	เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสนับสนุนวัฒนธรรมประเพณีอันดีงานของท้องถิ่น ให้เชื่อมกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคอีสาน ตลอดเป็นการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของการท่องเที่ยวในจังหวัดให้เป็นแลนด์มาร์คของการท่องเที่ยวในภาคอีสาน	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
4.4	3. โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด	- เป็นศูนย์ประสานงานภาคเอกชนและสถาบันการศึกษารวมทั้งสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานในการพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวให้ชุมชนและผู้ประกอบการ - สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน

[24] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการการจัดการองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ปี 2560 – 2564 ยุทธศาสตร์ที่ 9 จังหวัดร้อยเอ็ดมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่น่าสนใจ เช่น มหาเจดีย์ชัยมงคล บึงพลาญชัย แหล่งโบราณสถานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและสามารถสืบค้นได้ง่ายนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง
สรุปแนวคิดโครงการ จัดทำองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ กิจกรรมที่ 1 สืบค้น พัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ กิจกรรมที่ 2 พัฒนารูปแบบ เนื้อหา และวิธีการเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่องค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมที่ 3 พัฒนาแบรนด์และจัดทำเรื่องราวStoryเพื่อสร้างแรงดึงดูดให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ด กิจกรรมที่ 4 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดีด้วย Social media
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด ทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด
ผลลัพธ์: นักท่องเที่ยว ผู้สนใจ ได้รับ/เข้าถึงข้อมูล สารสนเทศและองค์ความรู้ได้ง่ายและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด
ผลผลิต: 1) องค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด 2) เรื่องราวStory และ แบรนด์เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ดที่จัดทำเสร็จ 3) สื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่างๆ เช่น คู่มือ แผ่นพับ QR Code เป็นต้น 4) ช่องทางการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวและสนามบิน และ Social Medias เป็นต้น
ตัวชี้วัดของโครงการ 1) จำนวนองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด 2) จำนวนเรื่องราวStory และ แบรนด์เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ดที่จัดทำเสร็จ 3) จำนวนสื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่างๆ เช่น คู่มือ แผ่นพับ QR Code 4) จำนวนช่องทางการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวและสนามบิน และ Social Medias เป็นต้น 5) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สนใจที่ได้รับ/เข้าถึงข้อมูล สารสนเทศและองค์ความรู้และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 1 พัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนดังนี้ 1) สืบค้นจากหอสมุด/สัมภาษณ์ปราชญ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น/อินเทอร์เน็ต / สำนักศิลปากรณ์ฯ / บุคคลที่เกี่ยวข้อง 2) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดเพื่อความน่าเชื่อถือ 3) เรียบเรียง จัดหมวดหมู่และสรุปข้อมูลสารสนเทศตามอ้างอิงแหล่งข้อมูล 4) ตรวจสอบ สรุปเรื่องและรับฟังความคิดเห็นจากนักวิชาการ นักปราชญ์ ภูมิปัญญา และบุคคลที่เกี่ยวข้อง 5) จัดการข้อมูลสารสนเทศตามอ้างอิงแหล่งข้อมูลให้พร้อมให้บริการ		5 ล้าน		สนง.วัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด สำนักศิลปากรในพื้นที่ / พิพิธภัณฑ์	
กิจกรรมที่ 2 พัฒนารูปแบบเนื้อหา และวิธีการเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่องค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีขั้นตอนดังนี้ 1) ออกแบบรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่องค์ความรู้ให้น่าสนใจ		3 ล้าน		สนง.วัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด / ททท.สนง.ขอนแก่น	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
2) พัฒนาสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ 3) ดำเนินการจัดทำเนื้อหาองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับรูปแบบและสื่อตามที่ออกแบบ					
กิจกรรมที่ 3 พัฒนาแบรนด์และจัดทำเรื่องราวStoryเพื่อสร้างแรงดึงดูดให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ด มีขั้นตอนดังนี้ 1) สังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด 2) ตรวจสอบ สรุปเรื่องและรับฟังความคิดเห็นจากนักวิชาการ นักปราชญ์ ภูมิปัญญา และบุคคลที่เกี่ยวข้อง 3) จัดทำเรื่องราวStoryและออกแบบแบรนด์เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ด 4) รับฟังความคิดเห็นจากนักวิชาการ นักปราชญ์ ภูมิปัญญา และประชาชนและบุคคลที่เกี่ยวข้อง 5) ประสานการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเผยแพร่ข้อมูลด้วยสื่อและ Social media ต่างๆ		5 ล้าน		สนง.วัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด / ททท.สนง.ขอนแก่น	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 4 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดีด้วย Social media มีขั้นตอนดังนี้ 1) ประสานและดำเนินการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวและสนามบิน 2) สนับสนุนการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ด้วยสื่อต่างๆ คู่มือ แผ่นพับ QR Code 3) สนับสนุนการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ด้วยช่องทาง Social Medias		10 ล้าน		สนง.วัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด / ททท.สนง.ขอนแก่น	

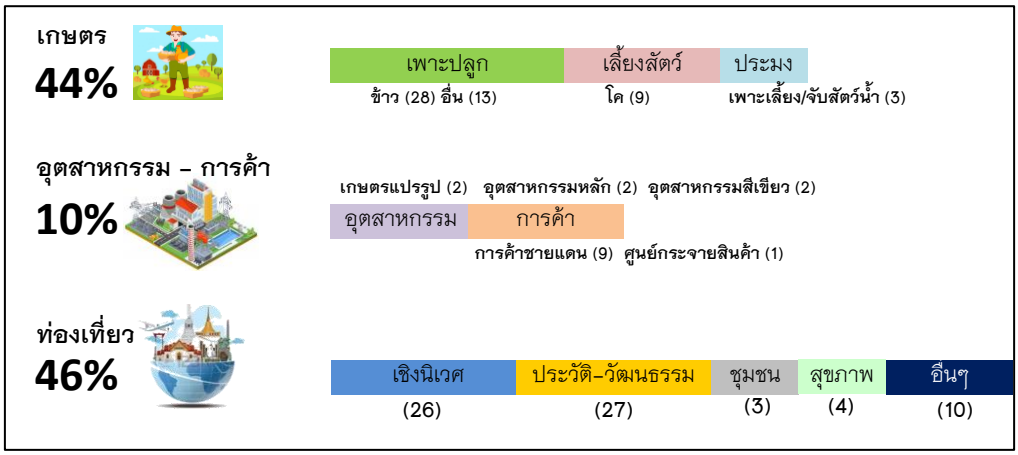
บทที่ 4 สรุปภาพรวมการวิเคราะห์และข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่สร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ

จากแนวทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ผ่านผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพของพื้นที่ โดยแนวทางการขับเคลื่อนตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า ทำให้มองเห็นภาพการทำงานตั้งแต่ต้นกระบวนการไปยังปลายทาง ซึ่งจะสอดรับกับรูปแบบการทำงานอย่างบูรณาการจากภาคส่วนต่าง ๆ มาร่วมกันขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ ทั้งนี้จากการฝึกอบรมหลักสูตรการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ ที่ได้คัดเลือกกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ของแต่ละพื้นที่จังหวัด จังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ได้ร่วมระดมความคิดเห็นวางแนวทางการขับเคลื่อนตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) วิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor: CSF) ช่องว่างการพัฒนา (Gap Analysis) พร้อมการคิดโครงการหรือกิจกรรมภายใต้โครงการเพื่อปิดช่องว่าง (Flagship Project) นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพให้เกิดผลสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้ในพื้นที่ต่อไป โดยภาพรวมการวิเคราะห์จากกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ มีผลสรุปดังนี้

4.1 สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่

กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ของแต่ละพื้นที่จังหวัด จังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ที่ได้ร่วมระดมความคิดเห็นรวมจำนวน 152 ผลิตภัณฑ์ พบว่า อันดับแรกที่จังหวัดเลือกศึกษาได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาได้แก่ด้านการเกษตร ร้อยละ 44 และด้านอุตสาหกรรมการค้า การลงทุน ร้อยละ 10 โดยมีสรุปผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) เป็นกลุ่มดังนี้

แผนภาพที่ 4-1: สรุปกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) จากการอบรม

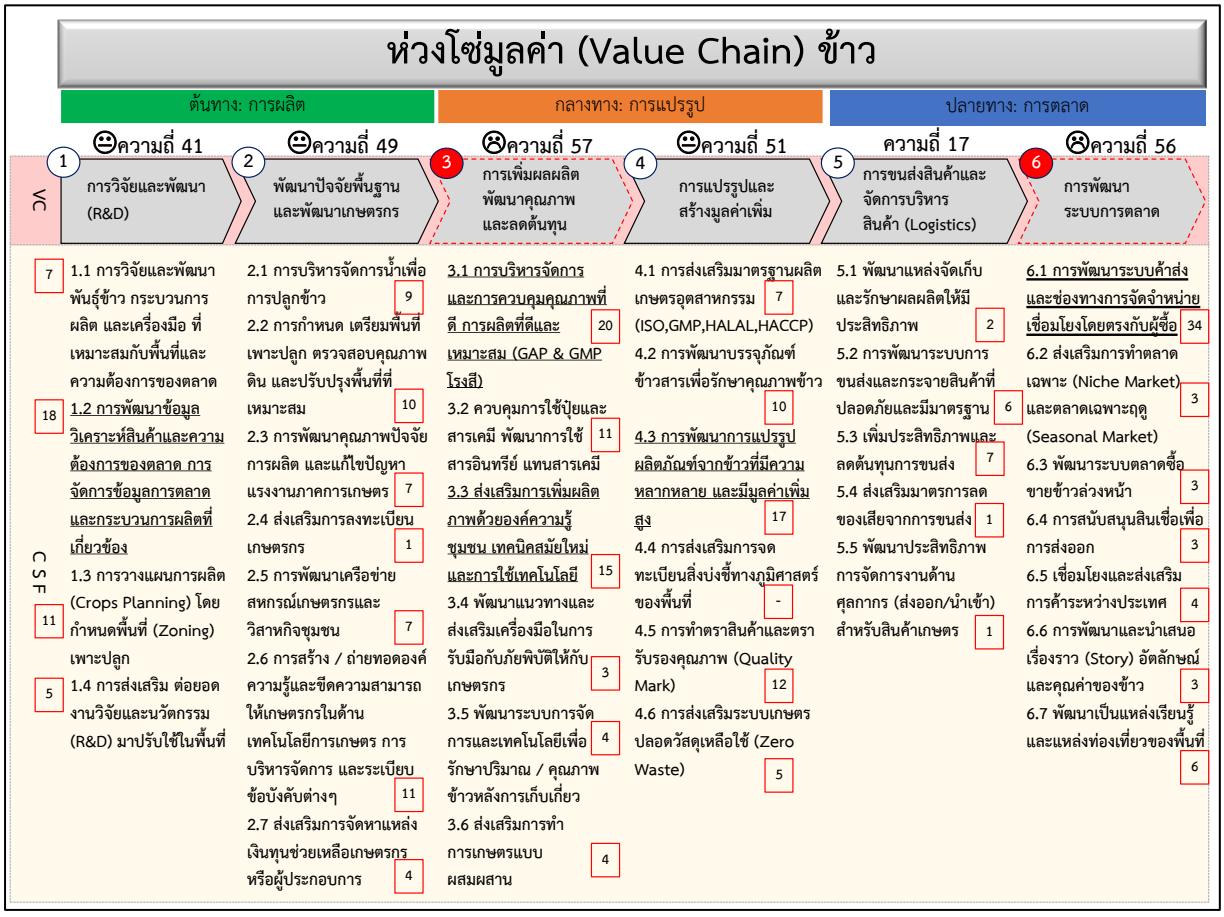


ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการเกษตร

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	จังหวัด	
ข้าว (28 จังหวัด)	หนองบัวลำภู นครพนม พิษณุโลก สุโขทัย นครสวรรค์ พิจิต อุทัยธานี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา บุรีรัมย์ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด อุตรดิตถ์ ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี นครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์ เชียงราย พะเยา ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ อุบลราชธานี สุพรรณบุรี	
ปศุสัตว์ (เลี้ยงโค) (9 จังหวัด)	สกลนคร ตาก พัทลุง สระบุรี บุรีรัมย์ เพชรบุรี นครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์	
ประมง (3 จังหวัด)	พังงา ปัตตานี สมุทรสาคร	
ปลูกพืชอื่น ๆ (13 จังหวัด)	ยางพารา	บึงกาฬ ตรัง สงขลา นครศรีธรรมราช
	อ้อย	อุดรธานี
	ปาล์ม	กระบี่ สุราษฎร์ธานี สตูล
	ผักปลอดภัย	นนทบุรี อ่างทอง เชียงใหม่
	อาหารปลอดภัย	นครนายก
	สมุนไพรไทยสู่สากล	ปราจีนบุรี
	ผลไม้	เลย ชุมพร ระนอง ลำปาง ลำพูน ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ยะลา ฉะเชิงเทรา อุตรดิตถ์
	มะขามหวาน	เพชรบูรณ์
	กล้วยไข่	กำแพงเพชร
	กล้วยไม้	นครปฐม
	มะพร้าว	สมุทรสงคราม

จากการวิเคราะห์ช่องว่างเพื่อการพัฒนาตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ด้านเกษตร ในแต่ละผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ของการอบรม สรุปภาพรวมจากทุกจังหวัดพร้อมตัวอย่างโครงการได้ดังนี้

แผนภาพที่ 4-2: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: ข้าว



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

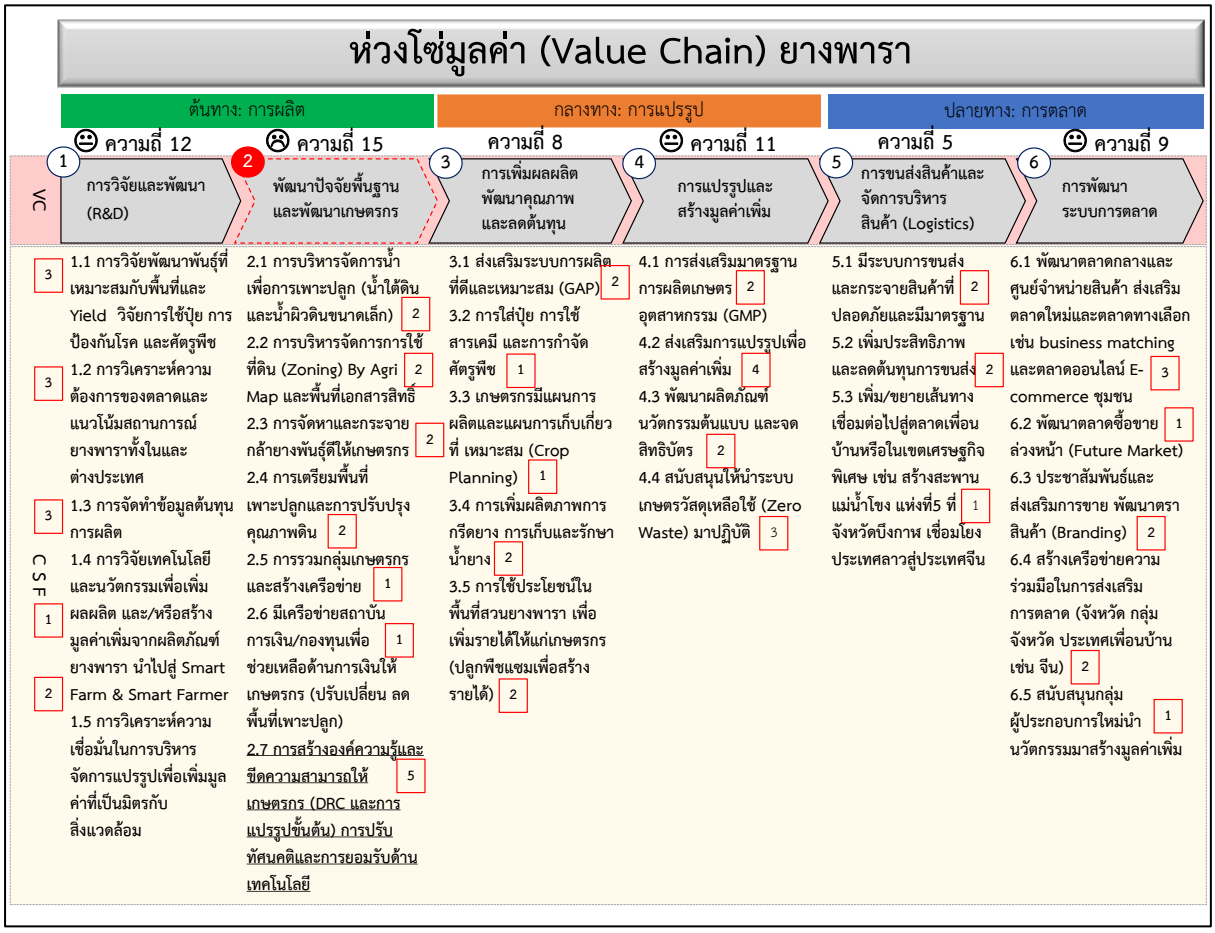
จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งพัฒนาการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์
2. โครงการพัฒนาทักษะการผลิตการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์
3. โครงการสนับสนุนโรงสีชุมชนให้เป็นโรงสีข้าวอินทรีย์
4. โครงการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าและOutlet ประชารัฐ เพื่อจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. โครงการวิเคราะห์ความพร้อมในการจัดทำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม
6. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์
7. โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ นครพนม
8. โครงการสร้างการรับรู้โดยการประชาสัมพันธ์
9. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง
10. โครงการพัฒนายกระดับมาตรฐาน GMP กลุ่มสหกรณ์โรงสีข้าว

11. โครงการพิษณุโลกศูนย์กลางการผลิตข้าวขาวปลอดภัยเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมแปรรูป โดยใช้ตลาดนำ
12. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตข้าวปลอดภัยเพื่อตลาดอุตสาหกรรมแปรรูป (ให้ความรู้เกษตรกรจากการดูงานเกษตรกรตัวอย่าง)
13. โครงการวิจัยตลาดข้าวปลอดภัย
14. โครงการบริหารจัดการน้ำและชลประทาน
15. โครงการแปรรูปสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าและสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด
16. โครงการพัฒนาตลาดกลางค้าข้าวภาคเหนือตอนล่าง
17. โครงการพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสี
18. โครงการพัฒนาขีดความสามารถการผลิตและโลจิสติกส์
19. โครงการศูนย์ one stop service ด้านการส่งออก
20. โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า และ ICD
21. โครงการพัฒนาระบบการสรรหาข้าวเปลือกทั้งปริมาณและคุณภาพ (ภาคเหนือตอนล่าง)
22. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการรวมกลุ่มของชาวนา
23. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโรงสีชุมชนและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว
24. โครงการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเฉพาะพื้นที่ เพื่อการส่งเสริมการปลูกข้าวปลอดภัย
25. โครงการขยายผลการสนับสนุนปัจจัยการผลิตแบบอินทรีย์
26. โครงการส่งเสริมเครือข่ายและยกระดับศักยภาพการเรียนรู้ทางด้านเกษตรปลอดภัย
27. โครงการพัฒนาผู้นำการเกษตรอัจฉริยะ
28. โครงการจัดตั้งศูนย์ตรวจวัดรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรปลอดภัย
29. โครงกรพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมเพื่อการเกษตร
30. โครงการพัฒนาฐานข้อมูลทางการตลาดเรื่องข้าว
31. การวางแผนการตลาดข้าวอินทรีย์เพื่อบ่มเพาะเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์
32. การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์
33. การพัฒนาเกษตรอินทรีย์อุทัยธานี
34. การสร้างมูลค่าเพิ่มข้าวอินทรีย์
35. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
36. การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวหอมปทุมให้มีสรรพคุณเป็นยา
37. ต้นแบบชุมชนชาวนาอารยะสร้างชาติ : ปทุมธานี โมเดล
38. การสร้างอัตลักษณ์ข้าวหอมปทุม
39. โครงการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-3: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: ยางพารา



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

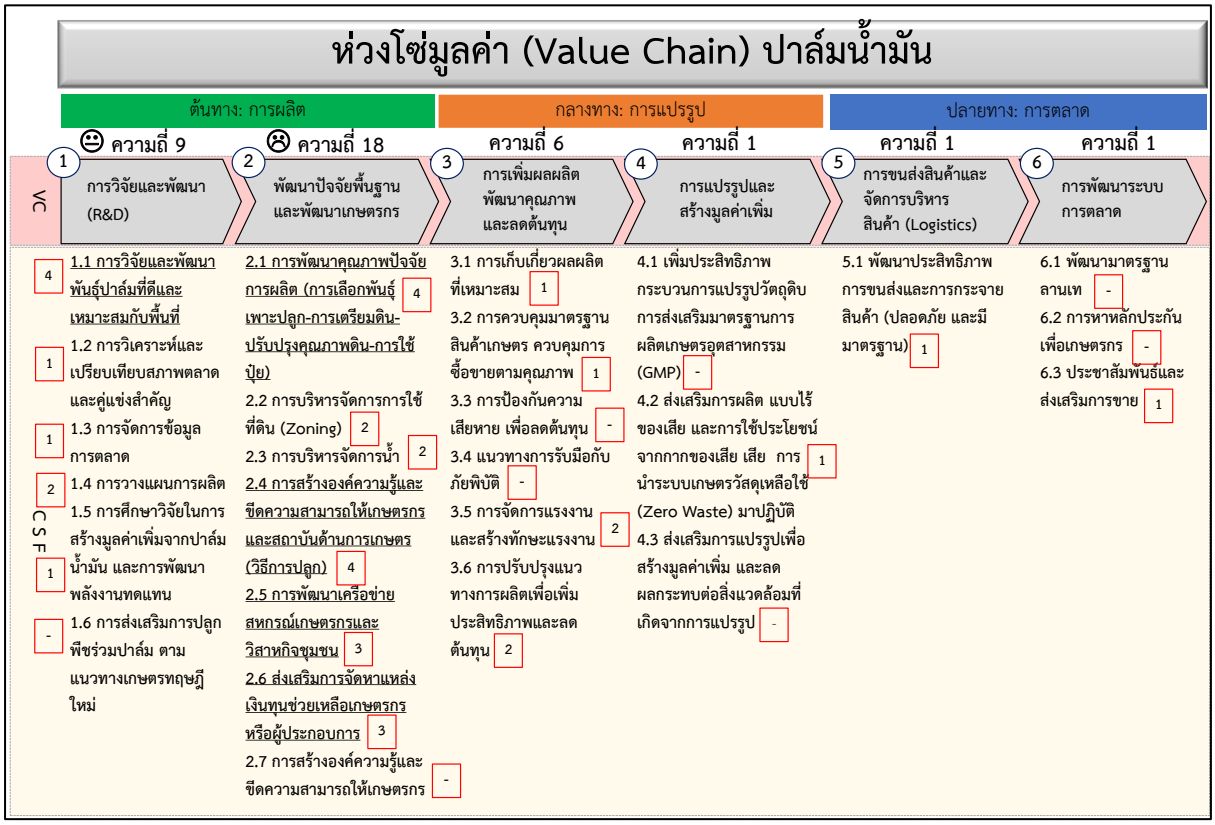
จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต
2. โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากไม้ยางพารา
3. โครงการส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ยางพารากลุ่มจังหวัดอีสานตอนบน
4. โครงการจัดทำฐานข้อมูลต้นทุนการผลิตและการแปรรูปยางพารา จ.ตรัง
5. โครงการวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์ยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราทั้งในและต่างประเทศ
6. โครงการสร้างความเชื่อมั่นให้กับชุมชนในการจัดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มิตรกับสิ่งแวดล้อม
7. โครงการบริหารจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning) ทั้งด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมยางพารา
8. โครงการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราตรัง “เปลี่ยนวิธีคิด ผลผลิตเพิ่มขึ้น”
9. โครงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการยางพารา

10. โครงการส่งเสริมการใช้ประโยชน์ในพื้นที่สวนยางพารารายได้ให้แก่เกษตรกร
11. โครงการส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) ของยางพารา
12. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดการน้ำเสียจากการแปรรูปยางพารา
13. โครงการสร้างผู้ประกอบการมืออาชีพ start up ยางพาราตรัง
14. โครงการพัฒนาท่าเรือของรัฐให้มีศักยภาพในการขนส่งสินค้า
15. โครงการพัฒนาระบบราง จากกันตัง-ท่าเรือนาเกลือ (งบ Function)
16. การสร้างตลาดกลางยางพารา จังหวัดตรัง
17. โครงการส่งเสริมการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมยางพารา
18. โครงการฝึกอบรมเกษตรกรให้มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิต มีใบรับรอง Certificate ซึ่งสามารถนำไปรับสิทธิพิเศษ สวัสดิการแห่งรัฐต่าง ๆ
19. โครงการเสริมสร้างองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม ด้านยางพาราสู่ Smart Farmer และนำนวัตกรรมสู่ Smart Farm
20. โครงการเสริมสร้างความเข้าใจในการจัด zoning พื้นที่ปลูกยางพารา
21. โครงการวิจัยเพิ่มปริมาณผลผลิตยางพาราต่อไร่ ลดต้นทุนการผลิต
22. โครงการจัดตั้ง Innovation Center
23. โครงการคิดค้น ผลิตนวัตกรรมยางพาราใหม่ๆ
24. โครงการส่งเสริมการตลาด E-commerce ชุมชน และระบบโลจิสติกส์

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-4: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: ปาล์มน้ำมัน



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

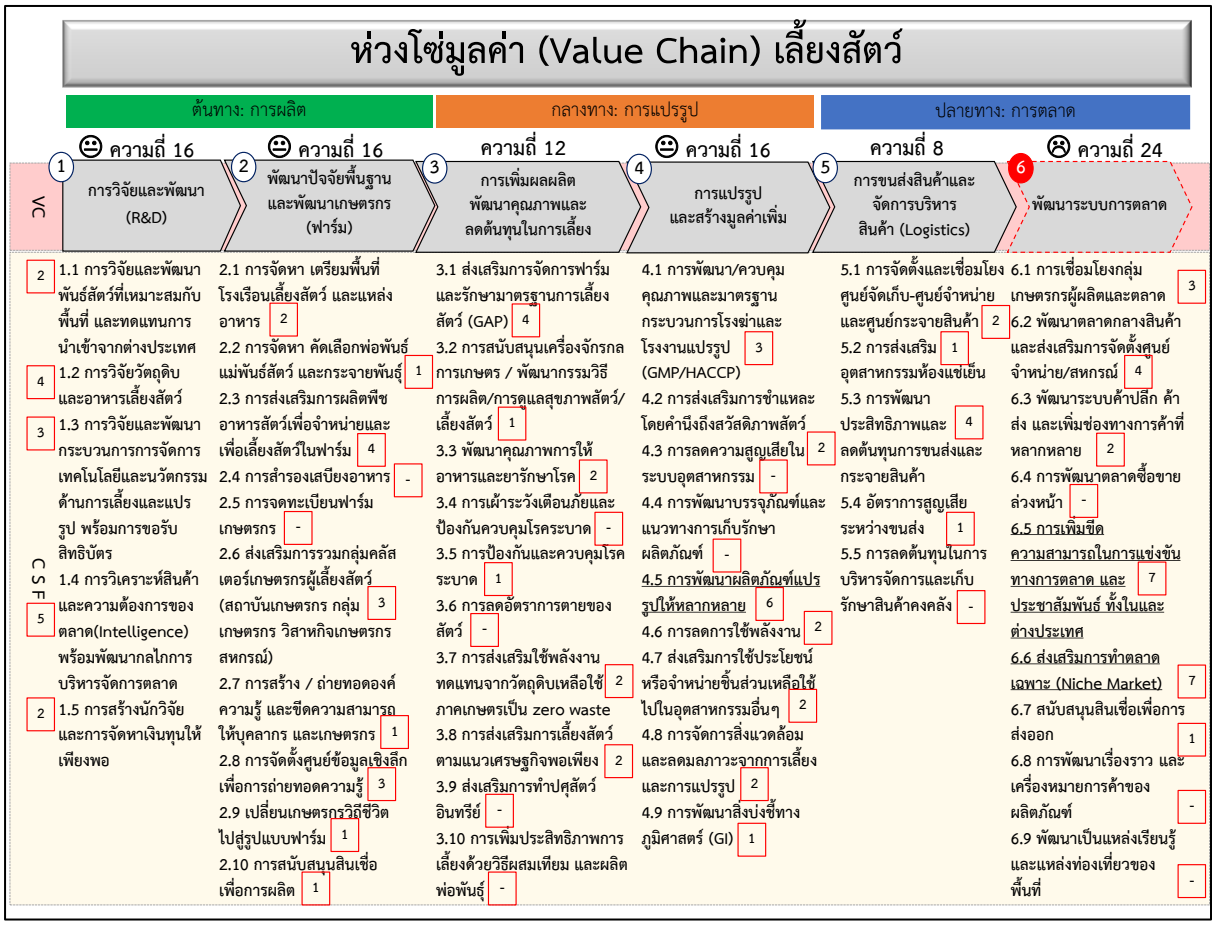
จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาคุณภาพปาล์มน้ำมันทั้งระบบ
2. โครงการแผนพัฒนาแหล่งน้ำและเพิ่มพื้นที่ชลประทานในพื้นที่เกษตรกรรม(ปาล์มน้ำมัน)
3. โครงการสร้างรายได้เสริมให้เกษตรกรสวนปาล์ม
4. โครงการศูนย์วิจัยราคา ผลผลิต พันธุ์ปาล์ม พัฒนาองค์ความรู้เรื่องปาล์มน้ำมันจังหวัดสุราษฎร์ธานี
5. โครงการผลิตปาล์ม 4.0 อัจฉริยะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
6. โครงการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด ข้อมูลการเปรียบเทียบทางการตลาด และ ข้อมูลการวางแผนการผลิต
7. โครงการส่งเสริมการแปรรูปปุ๋ยหมักชีวภาพเพื่อเพิ่มผลผลิต และ รักษาธรรมชาติ
8. โครงการบริหารจัดการน้ำ
9. โครงการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายสหกรณ์ผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน
10. โครงการลด Carbon Footprint จากการผลิตน้ำมันจากปาล์มน้ำมัน
11. โครงการผลิตแรงงานที่มีศักยภาพตามความต้องการของตลาด

12. โครงการศึกษาการจัดเก็บและขนส่งน้ำมันปาล์ม
13. โครงการส่งเสริมเกษตรแปลงใหญ่และ SMART FARMER ปาล์มน้ำมัน
14. การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต
15. โครงการศึกษาศักยภาพในการพัฒนาพลังงานทดแทนจากปาล์มน้ำมัน ใน จ.สตูล
16. การศึกษาความเหมาะสมในการผลิตเชื้อเพลิงอัดแท่งจากวัสดุเหลือใช้จากปาล์มน้ำมัน
17. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด และสำหรับการเพาะปลูกพืชอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาแสดงผลรวมในบทนี้ สามารถรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานนี้ได้เช่นกัน

แผนภาพที่ 4-5: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: การเลี้ยงสัตว์



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

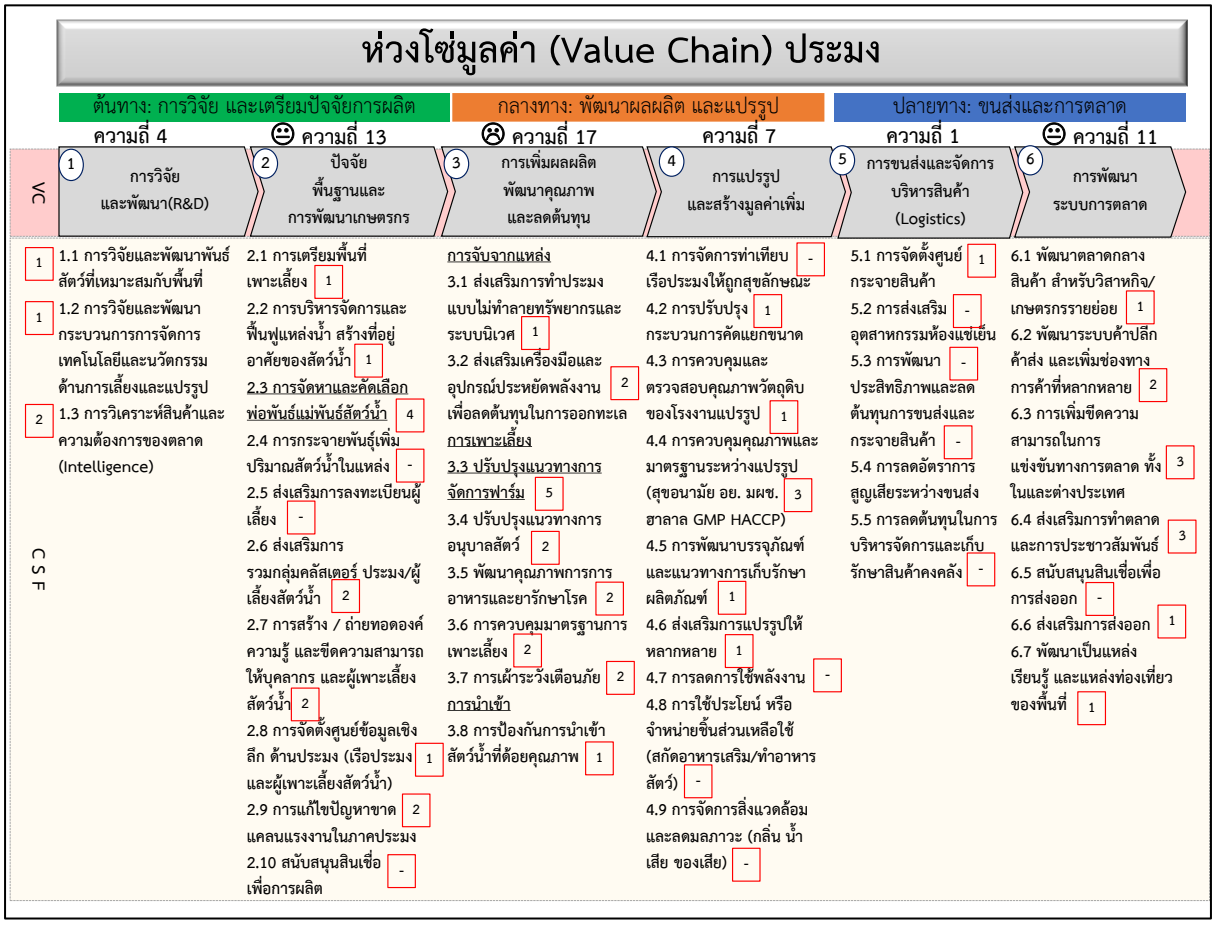
จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป การตลาดโคเนื้อคุณภาพสู่อาเซียน
2. โครงการยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงโค
3. โครงการย้ายฝากตัวอ่อนโคพันธุ์ตาก
4. โครงการวิจัยตลาดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์โคเนื้อเชื่อมโยงสู่ตลาดภายในและต่างประเทศ
5. โครงการพัฒนากลุ่มองค์กรและสถาบันเกษตรกรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อโคขุนศรีวิชัย
6. โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมโคเนื้อศรีวิชัย
7. โครงการพัฒนาระบบขนส่งและกระจายสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อโคขุนศรีวิชัย
8. โครงการเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมตลาดโคเนื้อจังหวัดสระบุรี
9. โครงการเพิ่มมูลค่าและเชื่อมโยงตลาดของสินค้าน้ำนมโคและผลิตภัณฑ์
10. โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดโคเนื้อแบบครบวงจร
11. โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อแบบเศรษฐกิจพอเพียง
12. โครงการส่งเสริมการแปรรูปเนื้อโคให้มีมูลค่าเพิ่ม
13. โครงการเพิ่มช่องทางการตลาดโคเนื้อทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด
14. การวิเคราะห์สารอาหารในเปลือกลูกตาลและการทดสอบการใช้เปลือกลูกตาลอ่อนในสูตรอาหาร TMR ขุนโคเนื้อ
15. การพัฒนาการจัดการฟาร์มและมาตรฐานการเลี้ยงโคเนื้อ
16. การพัฒนาโรงฆ่าสัตว์ชุมชนให้ได้มาตรฐานสากล
17. การพัฒนาผลิตภัณฑ์โคเนื้อเพชรบุรี
18. การวางแผนเตรียมการบริหารจัดการรถห้องเย็นเพื่อขนส่งผลิตภัณฑ์เนื้อ
19. โครงการวิจัยต่อยอดน้ำเชื้อโควากิว
20. โครงการวิจัยอาหารและส่วนผสมอาหารโควากิว
21. โครงการวิจัยต้นแบบเลี้ยงโควากิวแบบโรงเรือนระบบปิด
22. โครงการวิเคราะห์/วิจัย กลุ่มผู้บริโภคในตลาดต่างๆ
23. โครงการ วิจัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคนิคพิเศษเพื่อนำไปสู่การแปรรูป
24. โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาโควากิว
25. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติ การจัดทำโรงเรือนเลี้ยงโควากิวตามมาตรฐาน (GAP) สำหรับเกษตรกรรายย่อย
26. โครงการผลิตอาหารสัตว์ผสมเสร็จจากวัสดุเหลือใช้ทางการ เกษตร
27. โครงการเชื่อมโยงกลุ่มคลัสเตอร์ผู้เลี้ยงโควากิวให้มีความเข้มแข็ง
28. โครงการศูนย์เรียนรู้โควากิวแบบครบวงจร

29. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึกในเชิงสถิติและคุณภาพ
30. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การบริหารจัดการการเลี้ยงโควากิวตามระบบมาตรฐาน (GAP)
31. โครงการอบรมเกษตรกรในการเลี้ยงโควากิวตามช่วงอายุโควากิว
32. โครงการอบรม เชิงปฏิบัติการ ด้านการเฝ้าระวัง / ป้องกันโรคระบาดอย่างต่อเนื่อง
33. โครงการผลิตไบโอแกส เพื่อใช้ในฟาร์มและครัวเรือน
34. โครงการสร้างโรงฆ่าสัตว์ตามมาตรฐานสากล เพื่อการส่งออกครบวงจร
35. โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ
36. โครงการควบคุมคุณภาพการแปรรูปให้มีมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ GMP HACCP HALAL
37. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety Management System)
38. โครงการจัดตั้งศูนย์ กระจายสินค้า
39. โครงการสร้างแบรนด์
40. โครงการส่งเสริมการตลาดควบคู่กับการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยว
41. โครงการวิจัยอาหารโคเนื้อโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น
42. โครงการวิจัยโรงเรือนระบบปิดเลี้ยงโคขุน
43. โครงการวิจัยกระบวนการผลิตโคเนื้อวากิว
44. โครงการจัดตั้งศูนย์น้ำเชื้อแช่แข็ง
45. โครงการส่งเสริมการผลิตพืชอาหารเลี้ยงสัตว์
46. โครงการฝึกอบรมและพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ
47. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล เชิงลึกและศูนย์การเรียนรู้การเลี้ยงโควากิลแบบครบวงจร
48. โครงการประสานความร่วมมือกับสถาบันการเงิน
49. โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานโรงฆ่า
50. โครงการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูป โคเนื้อ(GMP/HACCP)
51. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อให้หลากหลาย
52. โครงการโคเนื้อ Food Safety
53. โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
54. โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น
55. โครงการจัด Zoning ให้เหมาะสมต่อการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง
56. โครงการวิจัยและพัฒนาการผลิตอาหารสำเร็จรูป TMR สำหรับโคเนื้อศักยภาพ
57. การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการผลิตโคเนื้อคุณภาพ
58. โครงการจัดทำแบรนด์สินค้าโคเนื้อคุณภาพ

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-6: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: การประมง



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. ครัวอันดามัน : พังงา อาหารทะเลปลอดภัย
2. จัดตั้งศูนย์ข้อมูลด้านประมง (เรือประมงและผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ)
3. โครงการพัฒนาท่าเทียบเรือประมงปัตตานี ระยะที่ 2
4. โครงการตลาดน้ำปัตตานี
5. การส่งเสริมการเลี้ยงปูทะเล
6. การส่งเสริมการเลี้ยงหอยแมลงภู่
7. การส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งขาว

8. การส่งเสริมการเลี้ยงปลาสลิด
9. การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูปสัตว์น้ำ (GMP/HACCP ฯลฯ)

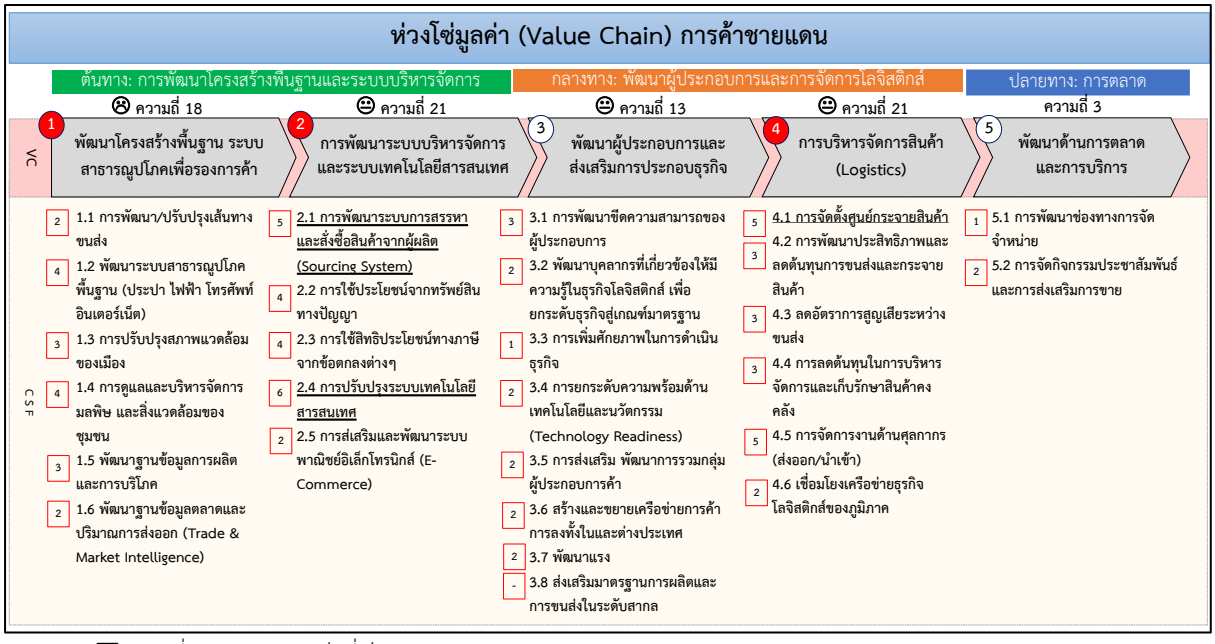
ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านอุสาหกรรม การค้า การลงทุน

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	จังหวัด
เกษตรอุตสาหกรรม/แปรรูป (1 จังหวัด)	ภูเก็ต
ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก (1 จังหวัด)	แพร่
ฐานอุตสาหกรรมหลักของประเทศ (2 จังหวัด)	ชลบุรี ระยอง
อุตสาหกรรมสีเขียว/เชิงนิเวศ (2 จังหวัด)	ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ
การค้าชายแดน (8 จังหวัด)	หนองคาย มุกดาหาร กาญจนบุรี นราธิวาส สระแก้ว จันทบุรี ตราด แม่ฮ่องสอน
ศูนย์กระจายสินค้า (1 จังหวัด)	นครศรีธรรมราช

จากการวิเคราะห์ช่องว่างเพื่อการพัฒนาตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ด้านอุตสาหกรรม สามารถดูรายละเอียดในบทที่ 3 ของแต่ละจังหวัดได้ ในส่วนนี้จะขอสรุปภาพรวมจากทุกจังหวัดในผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการค้าชายแดน พร้อมตัวอย่างโครงการได้ดังนี้

แผนภาพที่ 4-7: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการค้าชายแดน



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการการจัดการมลพิษ
2. โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ จ.หนองคาย
3. จัดตั้งศูนย์ one stop service (OSS) และพัฒนาระบบ one stop service (OSS)
4. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านโลจิสติกส์
5. โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า
6. โครงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
7. โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาพื้นที่เขตปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area) จังหวัดมุกดาหาร
8. โครงการพัฒนา Smart City จังหวัดมุกดาหาร
9. โครงการพัฒนาและการเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาด การบริโภค และธุรกิจ
10. โครงการเปิดโลกอุตสาหกรรม
11. โครงการเชื่อมโยงผู้ประกอบการรุ่นใหม่ไทย – ลาว
12. โครงการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดมุกดาหาร
13. โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของฝากในจังหวัดกาญจนบุรี
14. โครงการศึกษาการรวมกลุ่มอาชีพในจังหวัดกาญจนบุรี
15. โครงการการศึกษาจัดตั้งศูนย์บริการบำรุงรักษายานยนต์เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการขนส่งด้านการค้าสู่สากล
16. โครงการศึกษา การเตรียมความพร้อมของการเป็นด่านการค้าชายแดนระหว่างประเทศ
17. โครงการยกระดับพัฒนาบริการด้านสุขภาพโรงพยาบาลอรัญประเทศ
18. โครงการพัฒนาการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานพยาบาลในเขตเศรษฐกิจพิเศษ
19. โครงการพัฒนาแหล่งน้ำและป้องกันภัยจากพื้นที่
20. โครงการปรับปรุงฐานข้อมูลที่เอื้อต่อการลงทุนในศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ one stop service (OSS)
21. โครงการรวบรวมข้อเสนอกฎหมาย กฎระเบียบที่เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุนจากส่วนกลาง
22. โครงการการพัฒนาขีดความสามารถและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ขยายไปยังสถาบันเกษตรกร OTOP และ SME ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ให้ได้รับผลเชิงบวก
23. โครงการฝึกอบรมฝีมือแรงงานระยะสั้นในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษสระแก้ว
24. โครงการสหศึกษาในสถานศึกษาเพื่อรองรับตลาดแรงงาน
25. โครงการประชุมหารือหาข้อตกลงร่วมระหว่างนักลงทุนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
26. โครงการศูนย์อำนวยความสะดวกด้านศุลกากรแบบครบวงจร จังหวัดจันทบุรี
27. โครงการเปิดเส้นทางผ่านรถบรรทุก (จุดเขาวงศ์ – คลองใหญ่ – หลัก 72 – กัมพูชา)

28. โครงการสะพานข้าม อ่างเก็บน้ำคลองสโน เพื่อทดแทนถนนเดิม
29. โครงการปรับปรุงไฟฟ้า ประปา อินเตอร์เน็ต บ้านท่าเส้น
30. โครงการทำผังเมือง เนิน 400 บ้านมะม่วง ต.นนทรี อ.บ่อไร่ (ผังเฉพาะชุมชน)
31. โครงการขยะชุมชน ขนาดเล็ก 3แห่ง (อ.เมือง อ.บ่อไร่ อ.คลองใหญ่)
32. โครงการพัฒนาข้อมูลการผลิต และ การบริโภค (Supply & Demand)
33. โครงการระบบสรรหา (การสั่งซื้อสินค้า) ของ จังหวัดตราด
34. โครงการพัฒนาส่งเสริมความร่วมมือ ศูนย์ดิจิตอลชุมชน และ พัฒนาผู้ประกอบการออนไลน์ ของจังหวัดตราด
35. โครงการความร่วมมือบูรณาการ พัฒนาการแปรรูปสินค้า และ ความร่วมมือกับ ประเทศกัมพูชา
36. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการขนส่ง เพื่อ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่าง ไทย - กัมพูชา
37. โครงการเตรียมความพร้อมพื้นที่ รองรับ ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดตราด
38. โครงการศึกษา ร้านค้าปลอดภาษี ที่ ต.คลองใหญ่ อ.คลองใหญ่
39. โครงการศูนย์ส่งเสริมการค้า การลงทุน จังหวัดตราด
40. สร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากวัตถุดิบเพื่อนบ้าน
41. จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
42. สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงการค้าไทย-เมียนมาร์อย่างยั่งยืน
43. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าภาคเหนือตอนบน ไทย-เมียนมาร์ (Road Show/ Business Matching)
44. โครงการศึกษาความเป็นไปได้และแผนธุรกิจในการสร้างศูนย์กระจายสินค้าฮาลาล (Feasibility study and business plan)
45. โครงการขับเคลื่อนศูนย์กระจายสินค้าทุ่งสงได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากนานาชาติ
46. โครงการศึกษาโครงข่ายโลจิสติกส์และการจัดการความเสี่ยงของสินค้าจากนครศรีธรรมราช

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	จังหวัด
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติ (26 จังหวัด)	เลย หนองบัวลำภู อุดรธานี ตาก พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ตรัง พังงา ภูเก็ต ชุมพร สุราษฎร์ธานี สระบุรี ระยอง แพร่ จันทบุรี น่าน ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระแก้ว ตราด พะเยา สตูล นครนายก ปราจีนบุรี
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม (27 จังหวัด)	หนองคาย บึงกาฬ นครพนม สกลนคร สุโขทัย กำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด นครปฐม ปัตตานี ยะลา สงขลา สมุทรปราการ นนทบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง แม่ฮ่องสอน ยโสธร ศรีสะเกษ, อุบลราชธานี สุพรรณบุรี
ท่องเที่ยวชุมชน (3 จังหวัด)	มุกดาหาร ราชบุรี ชัยนาท
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (4 จังหวัด)	ระนอง ลำปาง เชียงใหม่ เชียงราย
อื่น ๆ (10 จังหวัด)	1) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร อุทัยธานี 2) ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กระบี่ พัทลุง ลำพูน อำนาจเจริญ 3) ท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล ชลบุรี 4) ท่องเที่ยวแบบบูรณาการ กาญจนบุรี ลพบุรี 5) ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นราธิวาส 6) ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ น่าน

จากการวิเคราะห์ช่องว่างเพื่อการพัฒนาตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการท่องเที่ยว สามารถสรุปภาพรวมจากทุกจังหวัด พร้อมตัวอย่างโครงการได้ 3 รูปแบบการท่องเที่ยวดังนี้

แผนภาพที่ 4-8: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ธรรมชาติ ภูเขา ป่าไม้ และทะเล)



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. โครงการศึกษาศักยภาพเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมจังหวัดเลย
3. โครงการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว
4. โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดหนองบัวลำภูอย่างมีทิศทางและยั่งยืน
5. โครงการพัฒนาเครือข่ายในการท่องเที่ยว
6. โครงการหนองบัวลำภูปลอดภัยทุกวัน
7. กินข้าวบนภู ดูดาวบนดิน นอนถิ่นธรรมะ
8. โครงการการประเมินศักยภาพและความพร้อมของทะเลบัวแดงในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

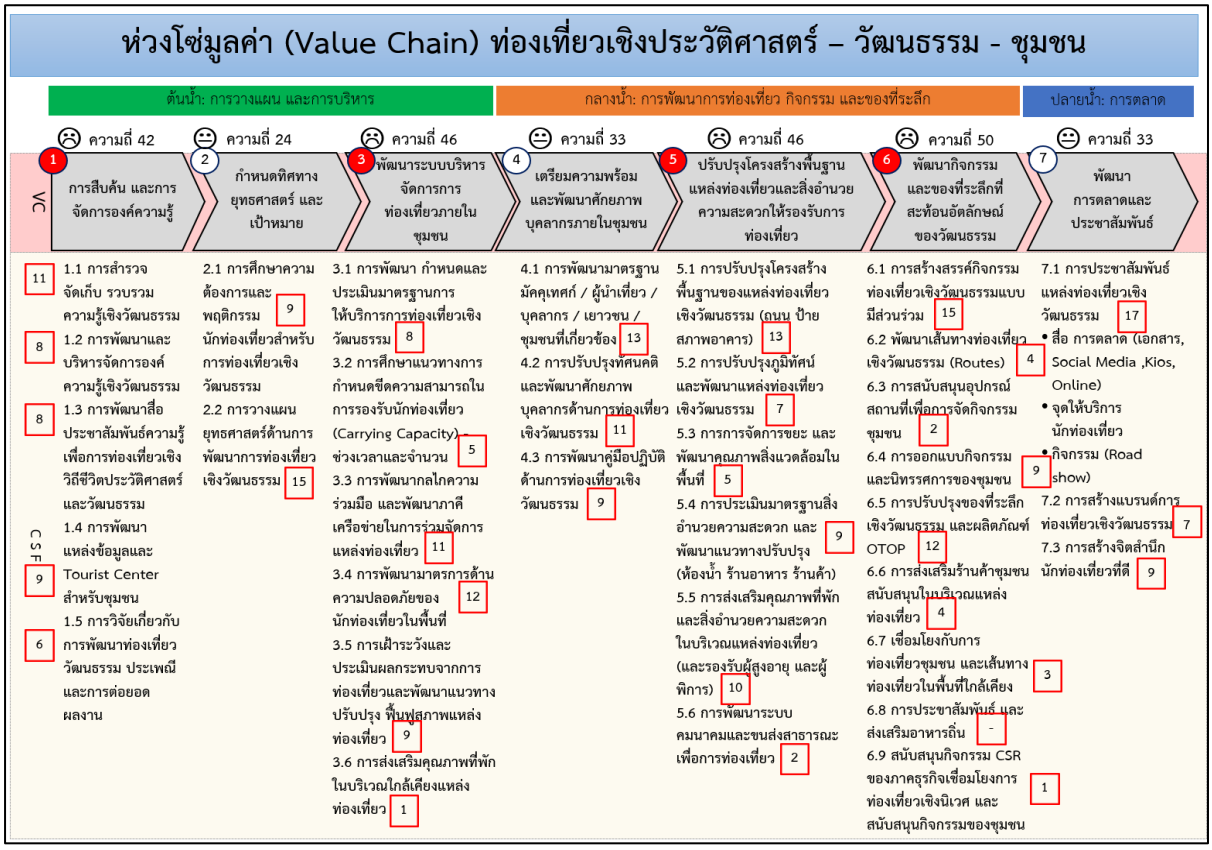
9. โครงการพัฒนากลไกความร่วมมือและภาคีเครือข่ายในการร่วมบริหารจัดการทะเลบัวแดง
10. โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
11. โครงการพัฒนาสินค้าเอกลักษณ์ทะเลบัวแดง
12. โครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เพื่อการอาชีพ
13. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตาก
14. โครงการศึกษาและประเมินศักยภาพความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว ของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
15. โครงการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เป้าหมายในชุมชนผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
16. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว
17. โครงการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Digital Business For Tourism)
18. โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดเพชรบูรณ์
19. โครงการปรับปรุงก่อสร้างภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์
20. โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
21. โครงการศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)
22. โครงการประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
23. โครงการพัฒนาคู่มือปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จ.ตรัง
24. โครงการจัดทำป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว จ.ตรัง
25. โครงการปรับปรุงของฝาก ของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ ของแหล่งท่องเที่ยว
26. Phang Nga Landmark @Khao Lak
27. โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
28. โครงการการส่งเสริมภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
29. โครงการศึกษาวิจัยเพื่อประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
30. โครงการส่งเสริมศักยภาพบุคลาการด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาคู่มือการทำงานด้านการท่องเที่ยว
31. โครงการพัฒนาแผนงานด้านคมนาคมเพื่อการท่องเที่ยว
32. โครงการสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี
33. โครงการสัมมนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร
34. โครงการการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวให้เป็นมาตรฐานในจังหวัดชุมพร
35. โครงการ ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการบูรณาการเป็นกิจกรรมเชิงกีฬา

36. โครงการพัฒนาของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยว
37. ปลูกจิตสำนึกการรักษาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล
38. "การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)"
39. กลไกความร่วมมือในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
40. การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการท่องเที่ยว
41. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดให้ได้มาตรฐานสากล (แผนพัฒนาจังหวัด)
42. โครงการมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
43. โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) นักท่องเที่ยว ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
44. โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
45. โครงการฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
46. โครงการการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยว
47. โครงการยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดระยองสู่สากล
48. การวางแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว
49. จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี
50. ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (วิ่ง ว่าย พาย ปั่น @จันทบุรี)
51. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เกษตรแปลงใหญ่
52. พัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์น่านให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน
53. โครงการ “ขึ้นเขา ไหว้พระ ชมทะเล”
54. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
55. การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
56. การจัดระเบียบการให้บริการท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
57. การพัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว
58. การศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการน้ำในเขื่อนแก่งกระจานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและการเกษตร
59. การพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
60. การพัฒนาสัญลักษณ์ในพื้นที่ (Landmark)
61. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างบรรยากาศต้อนรับนักท่องเที่ยว
62. การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว
63. การพัฒนาของที่ระลึกเมืองเพชรบุรี
64. การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นจังหวัดเพชรบุรี
65. การพัฒนาแอพพลิเคชั่นการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

66. พัฒนาวิทยากรนำเที่ยวชุมชน
67. พัฒนา application เพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
68. โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน “อารยสถาปัตย์” เชิงนิเวศเพื่อคนพิการและผู้สูงอายุ
69. สมุทรสาคร สุขสัมผัสได้ใน 1 วัน
70. สำรวจและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่
71. ปรับปรุงการจัดทำปฏิทินและเส้นทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาล
72. ปั่นจักรยานและวิ่งบนเส้นทางตามรอยพ่อ
73. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว
74. โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ใน 3 มิติ (แหล่งท่องเที่ยง ความพร้อมชุมชน และ คน)
75. โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จากเวียดนาม และ กัมพูชาสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ R10 Road of Paradise และ เส้นทางทางทะเล ภาคตะวันออก
76. โครงการตรวจสอบธรรมาภิบาลด้านความปลอดภัยและการวางแผนป้องกันภัยพิบัติจากการท่องเที่ยว จ.ตราด
77. โครงการ Trad Tourism Academy
78. โครงการปรับปรุง Application จ.ตราด
79. โครงการศึกษาปรับปรุงสถาปัตยกรรม จังหวัดตราด
80. โครงการศึกษาและพัฒนา Roadmap การจัดไตรกีฬาระดับชาติ ของจังหวัดตราด (สนามระดับโลก)
81. โครงการศึกษา และ สร้างแบรนด์ การท่องเที่ยว จ.ตราด
82. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชน บ้านปงใหม่ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา
83. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและระบบบริหารจัดการจังหวัดสตูลและอุทยานสตูลสู่อุทยานธรณีโลก
84. โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว
85. การกำหนดโซนและบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด
86. โครงการ ศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานอย่างบูรณาการ

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-9: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม - ชุมชน



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. พัฒนาระบบฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
2. โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม จังหวัดหนองคาย
3. อบรมมัคคุเทศก์ และอาสาสมัครแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคาย
4. การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวหนองคาย
5. โครงการยกระดับและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ
6. โครงการศึกษาดูงานเกี่ยวกับวัฒนธรรม สาธารณรัฐประชาชนลาว
7. โครงการสร้างความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
8. โครงการพัฒนาและร่วมมือ
9. โครงการพัฒนามาตรการสร้างความปลอดภัยนักท่องเที่ยวในพื้นที่

10. โครงการประเมินผลกระทบ พัฒนาและปรับปรุงฟื้นฟู แหล่งท่องเที่ยว
11. โครงการสร้างเสริมความรู้และพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์
12. โครงการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ
13. โครงการสร้างศักยภาพผู้ประกอบการ
14. โครงการการสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว
15. โครงการพัฒนาภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
16. โครงการบริหารจัดการขยะและพัฒนาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
17. โครงการส่งเสริมคุณภาพที่พักบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
18. โครงการโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง
19. โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง
20. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จังหวัดบึงกาฬ
21. โครงการส่งเสริมสนับสนุนประเพณีพื้นบ้านเชิงท่องเที่ยว
22. โครงการการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
23. โครงการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว
24. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง
25. โครงการการพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์และผู้นำชุมชน
26. โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม
27. โครงการสร้างการรับรู้ และพัฒนามาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว
28. โครงการจัดทำแผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ จ.สกลนคร
29. โครงการพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center
30. โครงการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยว
31. โครงการพัฒนาระบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย
32. โครงการพัฒนาจุดท่องเที่ยว (Landmark) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย
33. โครงการพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวค้างคืน (Long stay)
34. จัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร
35. Application เดียว เที่ยวกำแพงเพชร
36. ปรับปรุงข้อมูลคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์
37. โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร
38. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ จังหวัดกำแพงเพชร
39. โครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
40. โครงการจัดเก็บองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม
41. โครงการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครสวรรค์

42. โครงการศึกษาการจัดการขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน
43. โครงการเฝ้าระวังผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทาง ปรับปรุง ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
44. โครงการพัฒนาชุมชนรองรับการท่องเที่ยว
45. โครงการ App นครสวรรค์
46. โครงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Augmented Reality – AR)
47. โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว (Tourist Center)
48. โครงการพัฒนามาตรฐานการบริการทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร
49. โครงการสร้างการรับรู้ และปรับปรุงทางด้านจิตสำนึกที่ดีด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตร
50. จัดตั้งศูนย์บริการท่องเที่ยวประตูน้ำจุฬาลงกรณ์
51. รถรางเชื่อมจุดท่องเที่ยวประตูน้ำจุฬาลงกรณ์
52. สร้างจุดแบ่งเขต และสัญลักษณ์ของปทุมธานี
53. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและประเพณีที่สำคัญและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก
54. โครงการพัฒนาความพร้อมของการท่องเที่ยว
55. โครงการพัฒนาความเชื่อมโยงท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มรดกโลกกับชุมชน
56. โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดกาฬสินธุ์
57. โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และ ซากดึกดำบรรพ์
58. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการบริหารจัดการ
59. โครงการสร้างมาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง
60. โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์ และพื้นที่เชื่อมโยง
61. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และ พื้นที่เชื่อมโยง
62. โครงการพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
63. โครงการส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ได้ มาตรฐานแหล่งไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง
64. โครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และ พื้นที่เชื่อมโยง
65. โครงการการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์ กาฬสินธุ์
66. การทบทวน การประเมิน วางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น
67. ส่งเสริมผู้ประกอบการทำการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ
68. ปรับปรุงป้าย แหล่งท่องเที่ยว
69. การทำระบบสารสนเทศการท่องเที่ยว Online เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว
70. ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยว
71. ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว
72. พัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัด

73. ประเมินผลกระทบและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ชุมชน
74. พัฒนาคู่มือการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว
75. ศึกษาพัฒนา Landmark ของจังหวัดมหาสารคาม
76. โครงการการจัดการองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ
77. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแห่งสาเกตุนคร
78. โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
79. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบครบวงจร
80. การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวแบบประชารัฐ
81. การเป็นเจ้าบ้านที่ดี
82. เที่ยวสบายสบายสไตล์นครปฐม
83. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบครบวงจร
84. โครงการตลาดน้ำปัตตานี
85. โครงการประชาสัมพันธ์จังหวัดปัตตานี
86. พัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม
87. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม
88. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสงขลา
89. โครงการสำรวจและจัดทำฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ
90. โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและออกแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการ
91. เตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว
92. การจัดการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทั้งจากอาชญากรรมและความปลอดภัยจากการเดินทาง
93. อบรมมัคคุเทศก์และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
94. จัดทำคู่มือการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยว
95. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนนทบุรี
96. จัดกิจกรรมปั่นจักรยาน เดิน วิ่ง ที่เกาะเกร็ด และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์
97. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวทางเรือเชื่อมโยงสี่ตลาด
98. โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
99. โครงการศึกษาและพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์ 8 แห่ง
100. โครงการชิม ช็อป แชะ แชร์ ที่นี่สิงห์บุรี
101. โครงการ สิงห์บุรี Festival
102. โครงการ เที่ยวสิงห์บุรีให้ครบ9 วัดไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ2แห่ง จบแล้วได้ลาภทันที

103. โครงการปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะในจังหวัดสิงห์บุรี (โครงการระยะยาว)
104. DATA Center Tourist
105. การจัดการท่องเที่ยวด้วยสมาคมผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง
106. สร้างมัคคุเทศก์ผู้สูงวัย
107. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
108. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จังหวัดอ่างทอง
109. การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน
110. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
111. จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน
112. จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวฯ ตามกลุ่มเป้าหมาย
113. พัฒนาหมู่บ้านอัตลักษณ์หัตถกรรมหมู่บ้านอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ และหมู่บ้านประชารัฐ
114. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
115. สร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว
116. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
117. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว
118. ปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว/ขยะ/Internet
119. พัฒนาของที่ระลึกฯ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบรรจุภัณฑ์
120. ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น
121. เจ้าบ้านที่ดีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
122. ส่งเสริมการขายสู่สากล
123. เชื่อมโยงกิจกรรมงานประเพณีผ่านกลุ่มจังหวัด
124. พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนาธรรมเป็นสินค้า OTOP
125. การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
126. จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
127. การค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสินค้า OTOP
128. พัฒนาศักยภาพแรงงานรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
129. โครงการส่งเสริมความร่วมมือชุมชน
130. พัฒนาทักษะการใช้ภาษาของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว
131. พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์ OTOP และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี
132. การจัดเก็บ ปรับปรุง จัดทำข้อมูล Story Telling และรวบรวมความรู้เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจากปราชญ์ท้องถิ่น และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และบูรณาการข้อมูลร่วมกัน

133. การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจัดทำเป็นศูนย์ข้อมูลกลางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
134. การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
135. น้อมนำศาสตร์พระราชา เพื่อการบริหารจัดการชุมชนรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
136. การพัฒนาบุคลากรและผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสู่สากล และสร้างจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
137. การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว
138. การจัดการขยะ มลพิษ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
139. การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม (การแสดงของท้องถิ่น) และจัดทำเป็นปฏิทินแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดและเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด
140. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน
141. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทุกรูปแบบทั้งในประเทศและต่างประเทศ
142. โครงการพัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourist Center)
143. โครงการศึกษา และจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร
144. โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว
145. โครงการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเมืองมุกดาหาร
146. โครงการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน
147. โครงการพัฒนา แบรนด์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร
148. โครงการพัฒนาการจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้ชุมชน
149. โครงการพัฒนาแนวทางปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด
150. โครงการจัดทำแผนบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวระดับชุมชนแบบมีส่วนร่วม
151. โครงการบูรณะและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเสื่อมโทรม
152. โครงการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยว และจัดทำแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของราชบุรี
153. โครงการปั่นจักรยานทัวร์ริ่งไบค์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีชุมชน 3 ฤดู
154. โครงการ ชัยนาท เมืองปั่นจักรยานท้าทาย

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-10: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม - ชุมชน



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการเตรียมความพร้อมและพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและอาหารปลอดภัยจังหวัดระนอง
2. โครงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและอาหารปลอดภัยจังหวัดระนอง
3. โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนสู่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียง
4. โครงการการสร้างแบรนด์โดยการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
5. โครงการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
6. โครงการ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่สู่ความเป็นสุดยอดล้านนา

7. โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่
8. แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
9. โครงการสร้างมาตรฐานน้ำพุร้อน เพื่อนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาและโรงแรม
10. มหัศจรรย์เชียงของ : วิถีลีลา ปลาบึก
11. เชียงรายเมืองศิลปะ
12. โครงปรับปรุงพัฒนาพื้นที่เฉพาะโดยรอบบริเวณหนองหลวง

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

สิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนและบริหารยุทธศาสตร์ของจังหวัดนั้น นอกจากที่ผู้บริหาร ส่วนราชการ และหัวหน้าส่วนงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้าใจสภาพ บริบท ความต้องการในพื้นที่ พร้อมกับมีทักษะการบริหารจัดการ และการสื่อสารที่ดีแล้วนั้น สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือความเข้าใจในหลักการ แนวทาง และกระบวนการของการบริหารยุทธศาสตร์ ทั้งในมิติเชิงทฤษฎีและแนวทางการนำมาปรับใช้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของพื้นที่ ในส่วนนี้ คณะที่ปรึกษาจึงขอเสนอข้อเสนอแนะในการบริหารยุทธศาสตร์ และการบูรณาการจากการทำงานนี้ เป็นการประมวลแนวทางการแก้ไขสำคัญ และข้อเสนอแนะเพื่อลดข้อจำกัดในการปฏิบัติงานในพื้นที่ ดังนี้

4.2 ข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ

1) ประเมินความต้องการของประชาชนในพื้นที่

ในการขับเคลื่อนและบริหารยุทธศาสตร์ในแต่ละด้านนั้น แม้ว่าจังหวัด และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องผลักดันให้เกิดประโยชน์ในพื้นที่จนประสบความสำเร็จมาก็ตาม แต่ผู้ที่มีส่วนสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งคือประชาชนในพื้นที่ หากประชาชนในพื้นที่ไม่ต้องการ หรือการขับเคลื่อนดังกล่าวไม่ตอบสนองต่อปัญหาในพื้นที่ ก็อาจทำให้ความพยายามที่ทำมานั้นสูญเปล่าได้

ดังนั้น ในการพัฒนาแนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ควรจะต้องมีกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อสอบถามถึงความต้องการ และปัญหาในพื้นที่กับประชาชนในพื้นที่ด้วย เพื่อที่ให้แน่ใจได้ว่ากรอบห่วงโซ่มูลค่าและปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีนั้นครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้งหมด ในขณะเดียวกัน ในการกำหนดแนวทางโครงการ ก็อาจต้องมีการหารือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน เพื่อให้แน่ใจได้ว่าแนวทางโครงการที่จะดำเนินการนั้นตรงกับความต้องการของพื้นที่อย่างแท้จริง

2) การบูรณาการทำงานผ่านการสร้างการรับรู้ ทำความเข้าใจ และส่งเสริมการทำความตกลงในการบริหารจัดการกับส่วนราชการ หรือท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

ในการขับเคลื่อนหรือบริหารยุทธศาสตร์หนึ่งๆนั้น มักจะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก และพบว่าการประสานงานหรือการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภายในจังหวัดนั้นอาจยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ทำให้บางโครงการที่จังหวัดต้องการจะผลักดัน แต่กลับไม่ได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนอื่นๆ ทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังพบปัญหาจากการถ่ายโอนงานไปแล้วกลับถูกทิ้งร้างมากมายเนื่องจากผู้รับโอนงานขาดบุคลากรที่เข้าใจในการดูแล หรือจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอในการทำงาน หรือขาดงบประมาณในการดูแลต่อ ซึ่งมีตัวอย่างที่เกิดขึ้นในอดีต อาทิ การที่มีการสร้างโรงฆ่าสัตว์แล้ว ไม่มีหน่วยงานมาดูแล การสร้างอ่างเก็บน้ำ และท้องถิ่นไม่สามารถมาดูแลหรือจัดการได้ หรือแม้กระทั่งห้องน้ำที่ถูกทิ้งร้าง เพราะไม่รับรู้ว่าใครควรจะต้องมาดูแลหรือบริหารจัดการ เป็นต้น

ดังนั้น ในการขับเคลื่อนงานทั้งหมด ทุกภาคส่วนในจังหวัดควรจะต้องได้การรับรู้ มีกระบวนการสร้างความเข้าใจและมีส่วนร่วมตามบทบาทภารกิจของตนเองด้วย โดยแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องนั้นจะต้องมีการเตรียมการทั้งในเรื่องของบุคลากร แผนงาน ทรัพยากร หรือแม้กระทั่งการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่ ที่จะมารองรับการบริหารจัดการโครงการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

ทั้งนี้ แม้ว่าส่วนราชการในจังหวัดจะมีการหารือและสร้างความเข้าใจในเรื่องของภารกิจการดูแลต่อแล้วนั้น แต่ด้วยข้อจำกัดทางระเบียบกลับทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้เกิดความล่าช้า หรือในบางกรณีก็ทำให้ท้องถิ่นไม่สามารถเข้าไปบริหารจัดการต่อได้เลย และในขณะเดียวกัน เพื่อแก้ไขข้อจำกัดดังกล่าว ส่วนราชการในจังหวัดอาจจะต้องมีการรวบรวมข้อมูล ประเด็นปัญหา และอุปสรรคเหล่านี้พร้อมกับนำเสนอให้คณะกรรมการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับรู้เพื่อหาทางแก้ไขเชิงนโยบาย และเชิงกฎระเบียบต่อไป

3) การทบทวนการบริหารงบประมาณของพื้นที่

ระเบียบและแนวทางการบริหารงบประมาณตั้งแต่กระบวนการของบประมาณ ไปจนถึงแนวทางการตรวจสอบนั้น นับว่าเป็นข้อจำกัดสำคัญในการขับเคลื่อนโครงการ และบริหารยุทธศาสตร์ในพื้นที่ นอกจากที่จะทำให้เกิดความล่าช้า และขาดความคล่องตัวในการทำงานแล้ว บางหน่วยงานยังเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการดำเนินโครงการบางประเภทเพื่อป้องกันความเสี่ยงของตนเองจากการปฏิบัติงานที่อาจเกิดขึ้นตามมาได้ ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว อาจส่งผลต่อการขับเคลื่อนและการยกระดับการทำงานของพื้นที่ในภาพรวมได้

ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดดังกล่าว อาจเกิดมาจากข้อจำกัดทางกฎระเบียบ กระบวนการ และโครงสร้างการทำงาน ซึ่งไม่สามารถแก้เพียงประเด็นใดประเด็นหนึ่งได้ แต่ต้องอาศัยการทบทวนทั้งระบบ หน่วยงานในพื้นที่ทั้งหมดจึงควรมีการรวบรวมประเด็นอุปสรรคและข้อจำกัดที่พบในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการบริหารงบประมาณเหล่านี้ พร้อมกับจัดส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากส่วนกลางเพื่อที่จะได้สามารถสะท้อนให้คณะกรรมการที่กำกับดูแลนโยบายการพัฒนาพื้นที่ ผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงบประมาณทั้งระบบ รวมถึงรัฐบาลได้รับทราบถึงข้อจำกัด พร้อมหาทางแก้ไขข้อจำกัดเหล่านี้ร่วมกันทั้งระบบต่อไป

4) การกระจายอำนาจการใช้อนุญาตพื้นที่

ตามระเบียบนั้น การดำเนินงานในบางพื้นที่ในจังหวัดนั้น จะต้องได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานส่วนกลางก่อนเท่านั้น ซึ่งระเบียบนี้เองก็ได้กลายเป็นอีกหนึ่งข้อจำกัดในการปฏิบัติงานในพื้นที่ เนื่องจากกระบวนการการขออนุญาตที่ต้องใช้เวลานาน ก่อให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน จนในบางครั้งทำให้ไม่สามารถช่วยเหลือประชาชนหรือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในพื้นที่ได้ทันท่วงที แต่หากไม่ดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าวนี้ ก็อาจกลายเป็นความผิดในการปฏิบัติงานได้เช่นกัน

ดังนั้น จึงมีแนวคิดของการกระจายอำนาจการขออนุญาตการใช้พื้นที่บางพื้นที่ในจังหวัดขึ้น โดยอาจให้เป็นอำนาจของผู้ว่าราชการจังหวัด หรือคณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้นมา (อาจประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้อง และผู้แทนจากส่วนงานที่อยู่ในภูมิภาค) เพื่อร่วมกันพิจารณาการอนุมัติการขอใช้พื้นที่ในจังหวัดขึ้นมา เพื่อสร้างความคล่องตัวในเรื่องของการดำเนินงานในพื้นที่ให้เกิดขึ้น

5) การพัฒนาคู่มือการบริหารยุทธศาสตร์

เพื่อให้ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่มีความเข้าใจถึงกระบวนการ รูปแบบ และแนวทางการบริหารยุทธศาสตร์ที่ถูกต้อง และเหมาะสม โดยการพัฒนาสื่อคู่มือนี้ควรจะเป็นการพัฒนาในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย สะดวกรวดเร็วในการใช้ และเข้าถึงได้ในวงกว้าง โดยเนื้อหาคู่มือ ควรประกอบด้วย

- หลักการในภาพรวมแล้ว
- ข้อมูลโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ และความเชื่อมโยงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่
- กฎระเบียบ และประกาศ / ข่าวสารที่เกี่ยวข้องด้วย
- ประเด็น (Forum) ที่สามารถให้ผู้ใช้ตั้งประเด็นคำถาม หรือแสดงปัญหา โดยให้ผู้ที่เข้าถึงระบบอื่น ๆ สามารถเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น หรือช่วยนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาเพิ่มเติมได้

บทที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการดำเนินงานต่อไป

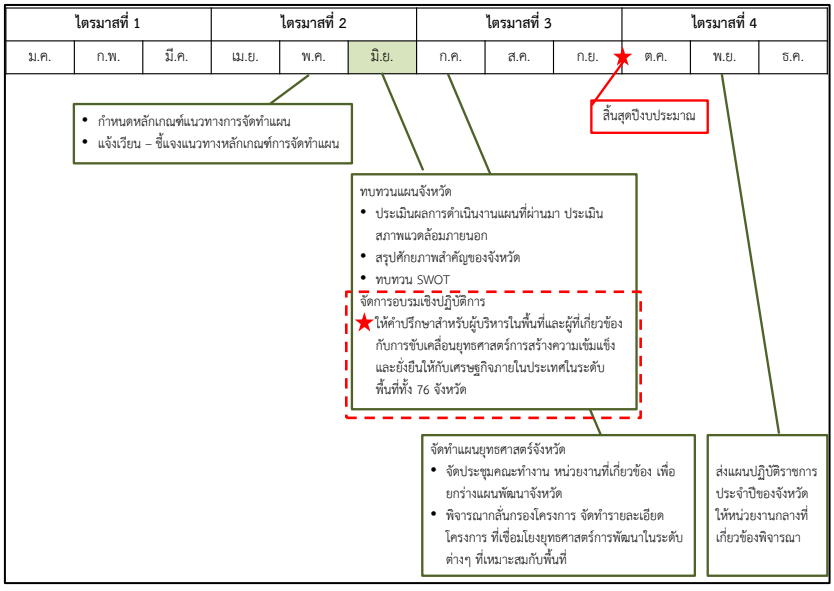
จากการดำเนินงานโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด โดยการฝึกอบรมหลักสูตร และให้คำปรึกษาสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ทั้ง 76 จังหวัดนี้มีสรุปผลจากการดำเนินกิจกรรมโครงการฝึกอบรมสรุปตามแบบสอบถามพิจารณาตามข้อมีความคิดเห็นเพื่อการดำเนินงานต่อไป ดังนี้

<u>ด้านหลักสูตรการอบรม</u>

1) กำหนดหลักสูตรรูปแบบนี้เป็นกิจกรรมหนึ่งในปฏิทินการทำแผนพัฒนาจังหวัด

ผู้เข้ารับการอบรม เห็นประโยชน์ของการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดที่สอดคล้องตามศักยภาพพื้นฐานของจังหวัด และการร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อระบุช่องว่างของการพัฒนาในผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion) หรือ ประเด็นเร่งด่วนที่ต้องแก้ไข (Critical Issue) ของจังหวัด โดยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหมด จะทำให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการ ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ได้รับฟังประโยชน์ร่วมแก้ไขข้อจำกัดของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จนได้ออกมาเป็นโครงการที่มีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมรับผิดชอบในส่วนงานตามบทบาทภาระกิจ จึงควรจัดให้มีกิจกรรมเช่นนี้เป็นประจำทุกปี และต่อเนื่อง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ประมาณไตรมาสที่ 2 เพื่อจะได้มีเวลาในการอบรมและเขียนแผนงาน/โครงการและนำไปสู่การจัดแผน/โครงการแบบบูรณาการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องในการกำหนดปฏิทินการการทำแผนพัฒนาจังหวัดควรบรรจุเป็นกิจกรรมในปฏิทิน พร้อมจัดสรรบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ และงบประมาณ เพื่อการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศ

แผนภาพที่ 5-1: ปฏิทินการจัดทำแผนจังหวัด รวมกิจกรรมการฝึกอบรม



2) จัดการสัมมนาการอบรมในพื้นที่ของส่วนภูมิภาค เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้มีส่วนร่วมมากขึ้น และควรเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน

แผนพัฒนาจังหวัดเป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทุกมิติในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและความมั่นคง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างโอกาสและอาชีพให้สนองต่อความต้องการของประชาชนในจังหวัด โดยต้องแสดงวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางหรือมาตรการการพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ทิศทางการพัฒนาประเทศศักยภาพของพื้นที่ และปัญหาความต้องการของประชาชน นั่นคือเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาหรือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้ได้จุดมุ่งหมายในการพัฒนา วิธีดำเนินการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย โดยนำเอาแนวความคิดการพัฒนาแบบองค์รวม และการบูรณาการเป็นกรอบแนวทางดำเนินการตั้งแต่ขั้นการวางแผนกลยุทธ์จนถึงขั้นการวางแผนปฏิบัติการ ดังนั้น หากมีการกำหนดชี้แจงหลักเกณฑ์แนวทางการจัดทำ ตลอดจนการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการนั้น จึงควรจัดสัมมนาการอบรมในพื้นที่ของส่วนภูมิภาคนั้น ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง และเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ได้มีส่วนร่วมมากขึ้น และควรเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้นนำไปสู่แนวคิดโครงการที่ตอบสนองพื้นที่ได้อย่างครบถ้วน หน่วยงานต่างๆ เช่น กรมการข้าว กรมวิชาการเกษตร สำนักงบประมาณ สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ภาคประชาชน ประชารัฐ ที่เป็นตัวแทนกลุ่มปฏิบัติ เป็นกลุ่มที่ถนัดแต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีตารางตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการเกษตร และด้านท่องเที่ยวแสดงดังนี้

ตารางที่ 5-1: หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนบูรณาการการทำงานในพื้นที่ที่เกิดผลในทางปฏิบัติ ด้านการเกษตร

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
ส่วนราชการภูมิภาค (ระดับพื้นที่จังหวัด)					
1. กรมส่งเสริมการเกษตร – สำนักงานเกษตรจังหวัด	✓	✓	✓		
2. กรมประมง – สำนักงานประมงจังหวัด					✓
3. กรมปศุสัตว์ – สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด				✓	
4. กรมส่งเสริมสหกรณ์ – สำนักงานสหกรณ์จังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
5. สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม – สำนักงานปฏิรูปที่ดินจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
6. สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ – สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
7. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย – สำนักงานจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓

หน่วยงาน / ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
8. กรมพัฒนาชุมชน – สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด					
9. กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น – สำนักงานส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
10. กรมโยธาธิการและผังเมือง – สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	✓	✓	✓	✓	
11. กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย – สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
12. สำนักงานสถิติแห่งชาติ – สำนักงานสถิติจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
13. สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม – สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
14. สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน – สำนักงานแรงงานจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
15. กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน – สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด					✓
16. กรมจัดหางาน – สำนักงานจัดหางานจังหวัด		✓	✓		✓
17. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน – ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
18. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข – สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
19. กรมบัญชีกลาง – สำนักงานคลังจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
20. สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม – สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
21. กรมการขนส่งทางบก – สำนักงานขนส่งจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
22. สำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน – สำนักงานพลังงานจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
23. สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ – สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
24. กรมประชาสัมพันธ์ – สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
ส่วนงานราชการส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค					
25. กรมชลประทาน – สำนักงานชลประทานที่ 1 - 17	✓	✓	✓	✓	✓
26. กรมพัฒนาที่ดิน – สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 1 - 8	✓	✓	✓	✓	
27. กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ – สำนักตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 1 - 10	✓	✓	✓	✓	✓
28. กรมวิชาการเกษตร – สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร เขต 1 - 8	✓	✓	✓		
29. กรมเจ้าท่า - สำนักงานเจ้าท่าภูมิภาค					✓
30. กรมทางหลวงชนบท - สำนักงานทางหลวงชนบทที่ 1 - 18	✓	✓	✓	✓	

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
31. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม – ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11	✓	✓	✓	✓	✓
32. กรมอุตุนิยมวิทยา – ศูนย์อุตุนิยมวิทยาภาคต่างๆ	✓	✓	✓	✓	✓
33. กรมทรัพยากรน้ำ – สำนักงานทรัพยากรน้ำภาคที่ 1 - 11	✓			✓	
34. กรมทรัพยากรน้ำบาดาล – สำนักงานทรัพยากรน้ำบาดาล เขต 1 - 12	✓			✓	
35. กรมศุลกากร – ด่านศุลกากร	✓	✓	✓	✓	✓
36. กรมการข้าว – ศูนย์วิจัยข้าว 28 แห่ง	✓				
37. การยางแห่งประเทศไทย – ศูนย์วิจัยยาง และสำนักงานตลาดกลางยางพารา		✓			
38. ศูนย์วิจัยปาล์มน้ำมัน			✓		
39. กรมประมง – ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงชายฝั่ง 21 ศูนย์ – ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงทะเล และสถานีวิจัยและพัฒนาประมงทะเล – ศูนย์วิจัยและตรวจสอบพันธุ์สัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ					✓
ส่วนงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานส่วนกลาง รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของรัฐอื่นๆ)					
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์					
40. กรมการข้าว	✓				
41. การยางแห่งประเทศไทย					✓
42. กรมฝนหลวงและการบินเกษตร	✓				
43. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	✓			✓	✓
44. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร	✓			✓	✓
45. สถาบันวิจัยเกษตรวิศวกรรม และศูนย์วิจัยในเครือข่าย	✓	✓	✓	✓	✓
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
46. กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	✓
47. กรมควบคุมมลพิษ	✓	✓	✓	✓	✓
กระทรวงสาธารณสุข					
48. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	✓			✓	✓
กระทรวงพาณิชย์					
49. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
50. กรมการค้าต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓
51. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓
52. องค์การคลังสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓
53. ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการสินค้าตลาดเกษตรอินทรีย์	✓				
กระทรวงอุตสาหกรรม					
54. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
55. สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
56. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	✓	✓	✓	✓	✓
57. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	✓	✓	✓	✓	✓
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี					
58. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	✓	✓	✓	✓	✓
59. สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ	✓	✓	✓	✓	
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม					
60. สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	✓	✓	✓	✓	✓
กระทรวงพลังงาน					
61. กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน	✓	✓	✓	✓	✓
62. กรมธุรกิจพลังงาน	✓	✓	✓		
63. กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ		✓	✓		
กระทรวงการคลัง					
64. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เพื่อการเกษตร	✓	✓	✓	✓	✓
65. ธนาคารออมสิน	✓	✓	✓	✓	✓
66. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)	✓	✓	✓	✓	✓
67. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.)	✓	✓	✓	✓	✓
อื่นๆ					
68. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น / เทศบาล	✓	✓	✓	✓	✓
ส่วนงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ภาคเอกชน และภาคการศึกษา)[1]					
69. สถาบันวิทยาศาสตร์ข้าวแห่งชาติ	✓				
70. สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย	✓				
71. สำนักงานคณะกรรมการตรวจข้าว สังกัดสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	✓				

[1] หน่วยงานลักษณะนี้ไม่มีการระบุบทบาทภารกิจของหน่วยงานที่ชัดเจน

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
72. สมาคมยางพาราไทย		✓			
73. สมาคมผู้ผลิตยาง		✓			
74. สมาคมชาวสวนยาง		✓			
75. สมาคมน้ำยางข้นไทย		✓			
76. สมาคมปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มแห่งประเทศไทย			✓		
77. สมาคมชาวสวนปาล์มน้ำมัน			✓		
78. ศูนย์วิจัยและพัฒนาการผลิตปาล์มน้ำมัน คณะทรัพยากรธรรมชาติ			✓		
79. สภาอุตสาหกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
80. หอการค้า	✓	✓	✓	✓	✓
81. สถาบันวิจัยภายใต้สถาบันการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
82. สถาบันการเงินภาคเอกชน	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 5-2: หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนบูรณาการการทำงานในพื้นที่ที่เกิดผลในทางปฏิบัติ ด้านการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	เชิงนิเวศ	เชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม – ชุมชน	เชิงสุขภาพ
ส่วนราชการภูมิภาค (ระดับพื้นที่จังหวัด)			
1. สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม – สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	✓		
2. สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม - สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด		✓	
3. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข – สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด			✓
4. สำนักงานปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	✓	✓	✓
5. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย – สำนักงานจังหวัด	✓	✓	✓
6. กรมพัฒนาชุมชน – สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด	✓	✓	✓
7. กรมโยธาธิการและผังเมือง – สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	✓	✓	✓

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	เชิงนิเวศ	เชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม – ชุมชน	เชิงสุขภาพ
8. กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น – สำนักงานส่งเสริม 9. การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด	✓	✓	✓
10. กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย – สำนักงานป้องกัน 11. และบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด	✓	✓	✓
12. กรมประชาสัมพันธ์ – สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด	✓	✓	✓
13. กรมการขนส่งทางบก – สำนักงานขนส่งจังหวัด	✓	✓	✓
14. กรมจัดหางาน – สำนักงานจัดหางานจังหวัด	✓	✓	✓
15. สำนักงานสถิติแห่งชาติ – สำนักงานสถิติจังหวัด	✓	✓	✓
16. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน – ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด	✓	✓	✓
ส่วนงานราชการส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค			
17. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย – ททท. สำนักงานในภูมิภาค	✓	✓	✓
18. กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว 1 - 3	✓	✓	✓
19. การกีฬาแห่งประเทศไทยในภูมิภาค			✓
20. สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตต่างๆ			✓
21. สำนักอุทยานแห่งชาติ – สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 1 - 16	✓		
22. สถาบันนวัตกรรมอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง – ศูนย์นวัตกรรมอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง 5 แห่ง – ศูนย์นวัตกรรมอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง ทางทะเล 3 แห่ง	✓		
23. กรมป่าไม้ - สำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 1 - 13	✓	✓	
24. กรมทรัพยากรธรณี - สำนักงานทรัพยากรธรณี 1 - 4	✓	✓	
25. กรมชลประทาน – สำนักงานชลประทานที่ 1 - 17	✓		
26. กรมทรัพยากรชายฝั่งทะเล – สำนักงานบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง – ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง – สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรทะเลและชายฝั่ง	✓		
27. กรมศิลปากร – สำนักงานศิลปากรที่ 1 - 13		✓	
28. กระทรวงสาธารณสุข – กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ – กรมการแพทย์ – กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ – กรมอนามัย – กรมสุขภาพจิต			✓

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	เชิงนิเวศ	เชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม – ชุมชน	เชิงสุขภาพ
29. กรมควบคุมโรค	✓	✓	✓
30. กรมศุลกากร – ด่านศุลกากร	✓	✓	✓
31. กรมเจ้าท่า - สำนักงานเจ้าท่าภูมิภาค		✓	
32. กรมทางหลวงชนบท - สำนักงานทางหลวงชนบทที่ 1 - 18	✓		
33. กรมอุตุนิยมวิทยา – ศูนย์อุตุนิยมวิทยาภาคต่างๆ	✓	✓	
34. กรมท่าอากาศยาน	✓	✓	
ส่วนงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานส่วนกลาง รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของรัฐอื่นๆ)			
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์			
35. สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร	✓		
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม			
36. สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	✓		
37. สำนักวิจัยการอนุรักษ์ป่าไม้และพันธุ์พืช	✓		
38. สำนักอุทยานแห่งชาติ	✓		
39. กองบริหารจัดการพื้นที่ชายฝั่ง	✓		
40. กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	✓	✓	
41. กรมควบคุมมลพิษ	✓	✓	
กระทรวงสาธารณสุข			
42. กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก			✓
43. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา			✓
กระทรวงวัฒนธรรม			
44. กรมการศาสนา		✓	
45. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม		✓	
46. สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย		✓	
47. สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์		✓	
48. สำนักงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์		✓	
49. หอภาพยนตร์		✓	
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา			
50. สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว	✓	✓	✓
51. สำนักเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว	✓	✓	✓

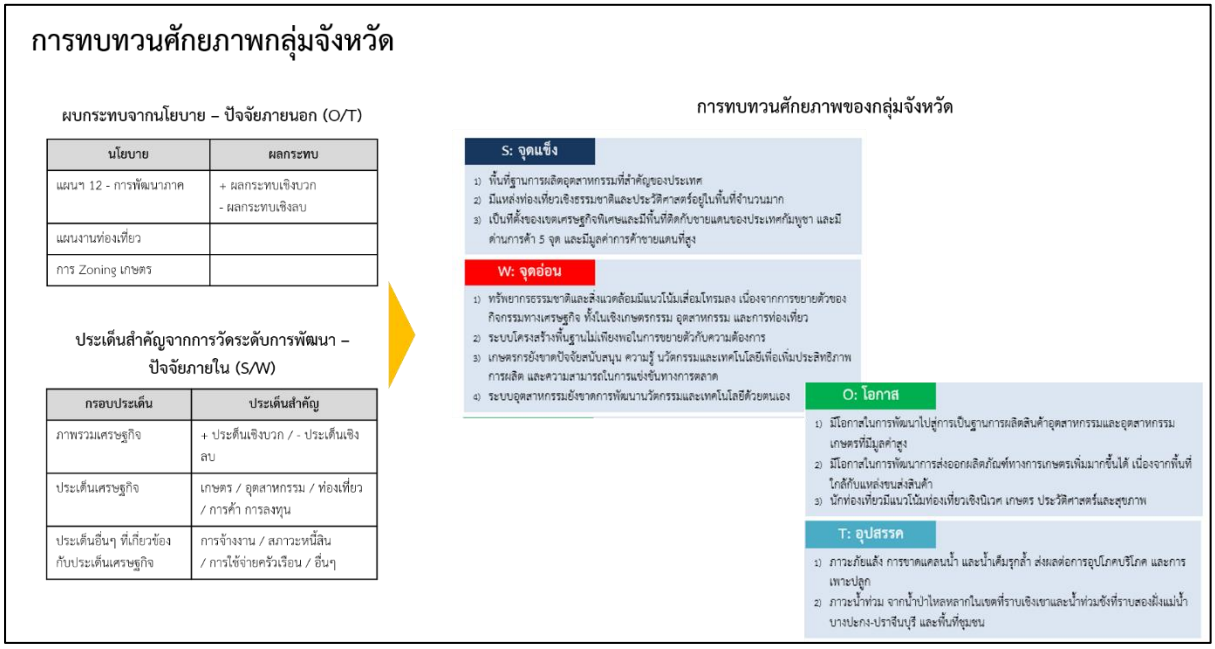
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	เชิงนิเวศ	เชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม – ชุมชน	เชิงสุขภาพ
52. ศูนย์อำนวยการและบริการนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓
กระทรวงคมนาคม			
53. สำนักงานการบินพลเรือน	✓	✓	✓
54. สำนักงานวิทยุการบิน	✓	✓	✓
อื่นๆ			
55. บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
56. บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
57. การท่าเรือแห่งประเทศไทย	✓	✓	✓
58. การรถไฟแห่งประเทศไทย	✓	✓	✓
59. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น / เทศบาล	✓	✓	✓
ส่วนงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ภาคเอกชน และภาคการศึกษา)[2]			
60. สมาคมสปาไทย			✓
61. หอการค้า	✓	✓	✓
62. สถาบันวิจัยภายใต้สถาบันการศึกษา	✓	✓	✓
63. สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	✓	✓	✓
64. สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทน.)	✓	✓	✓
65. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	✓	✓	✓
66. สมาคมโรงแรมไทย (THA)	✓	✓	✓
67. สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA)	✓	✓	✓
68. บริษัทไทยแลนด์พรีวิเลจคาร์ด	✓	✓	✓
69. สถาบันการเงินภาคเอกชน	✓	✓	✓

[2] หน่วยงานลักษณะนี้ไม่มีการระบุบทบาทภารกิจของหน่วยงานที่ชัดเจน

3) การนำ SWOT มาร่วมการวิเคราะห์เชื่อมโยงโครงการเพื่อความครอบคลุมของเนื้อหา พร้อมแสดงตัวอย่างที่ดี (Best Practice) หรือ ตัวอย่างกรณีศึกษาเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงาน

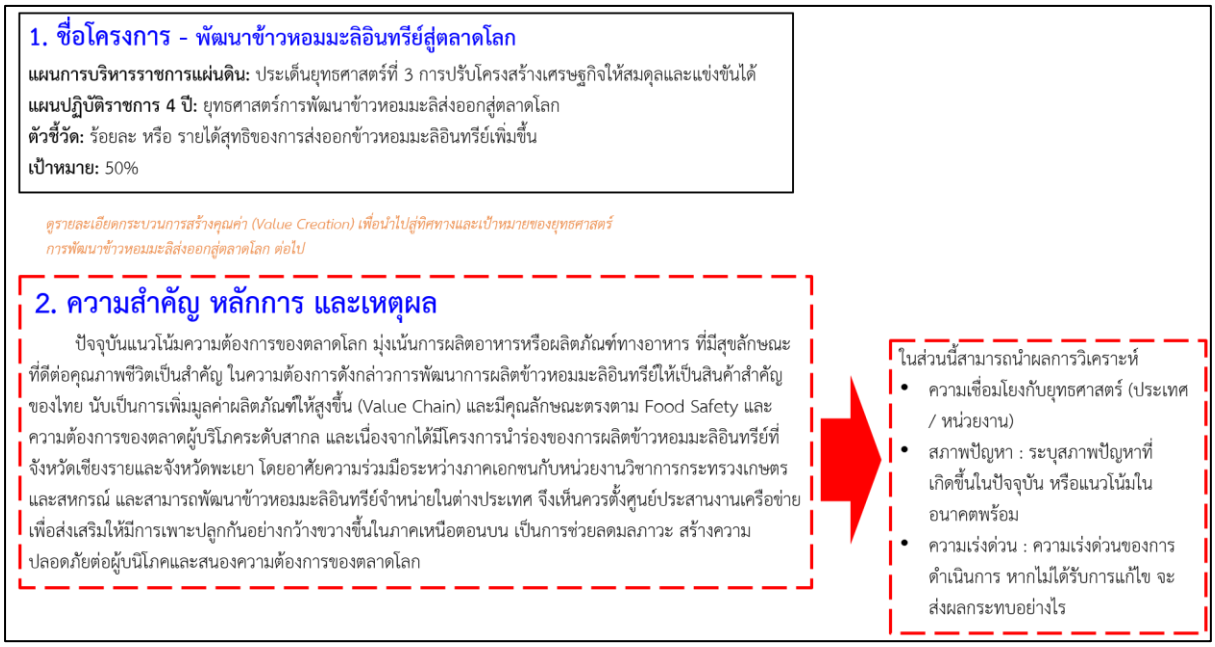
ในการวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทิศทางการดำเนินงานของพื้นที่ ทั้งในส่วนของการประเมินนโยบายที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานผ่านตัวชี้วัดการพัฒนาตลอดจนการกำหนดทิศทางการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ผ่านแนวคิดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยหลังจากที่ได้ข้อมูลผลกระทบจากนโยบายและยุทธศาสตร์สำคัญ (ปัจจัยภายนอก) ประกอบกับการวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (ปัจจัยภายใน) เข้ามาประกอบกันแล้วนั้น ก็จะสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดผ่านเครื่องมือ SWOT Analysis ที่สะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคสำคัญของพื้นที่ได้ ซึ่งจะนำไปสู่การจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์สำคัญทั้งในเชิงรุกเพื่อเสริมศักยภาพที่เข้มแข็งของจังหวัด และเชิงรับเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น หรือแก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นอยู่

แผนภาพที่ 5-2: การทบทวนศักยภาพจังหวัด



ทั้งนี้หลังจากกำหนดเป็นประเด็นยุทธศาสตร์สำคัญเพื่อการพัฒนาจังหวัดแล้ว เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จผ่านแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) จนสามารถกำหนดเป็นโครงการสำคัญเพื่อการพัฒนาหรือลดปัญหาที่เกิดขึ้นได้แล้วนั้น ในส่วนของการจัดทำรายละเอียดโครงการ ผู้จัดทำสามารถนำรายละเอียดในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดทั้งในส่วนของการประเมินนโยบายที่เกี่ยวข้อง และ ส่วนสรุปของ SWOT มาระบุได้ในที่มา เหตุผล และความจำเป็นของโครงการ

แผนภาพที่ 5-3: ตัวอย่างส่วนการเขียนโครงการที่เชื่อมโยงผลการวิเคราะห์นโยบายและ SWOT



นอกเหนือจากนี้ในการคิดโครงการต่างๆ ควรได้ศึกษากรณีศึกษา (Case Study) ตามประเทศหรือชุมชนพื้นที่ประสบความสำเร็จมาเป็นตัวอย่างความคิดพื้นฐานความคิด หรือได้แนวทางในการกำหนดกิจกรรม ตัวชี้วัด ตลอดจนข้อจำกัดหรือความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ให้ผู้จัดทำโครงการได้เป็นตัวอย่างในการดำเนินงาน

แผนภาพที่ 5-4: ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) โครงการ From farm to table



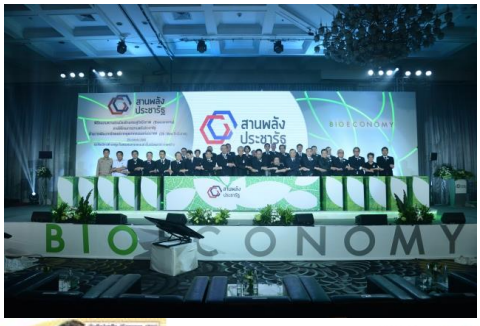
แผนภาพที่ 5-5: ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) โครงการ Bio-refinery

การเปลี่ยนวัตถุดิบทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูง (Biorefinery)

การเปลี่ยนวัตถุดิบทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูง เป็นแนวคิดต่อยอดจากสร้างเมืองใหม่บนเศรษฐกิจชีวภาพและนวัตกรรมครบวงจร (Biopolis) เป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาคลัสเตอร์ภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-Curve) ของคณะทำงานย่อย Bioeconomy ภายใต้คณะทำงานด้านพัฒนาคลัสเตอร์ภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต คณะกรรมการสานพลังประชารัฐโดยมีพื้นที่เป้าหมายหลักคือ พื้นที่อีสานตอนกลาง และมีวัตถุดิบเป้าหมายหลักคือ มันสำปะหลังและอ้อยซึ่งเป็นสินค้าเกษตรที่ไทยส่งออกได้เป็นอันดับที่ 1 และ 2 ของโลก

แผนการลงทุนเพื่อพัฒนา

ระยะที่ 1 ปีพ.ศ. 2560-2561	ระยะที่ 2 ปีพ.ศ. 2562-2564	ระยะที่ 3 ปีพ.ศ. 2565-2569
เงินลงทุนประมาณ 51,000 ล้านบาท เพื่อต่อยอดการพัฒนาพลังงานชีวภาพ เคมีชีวภาพ อาหาร และชีวเภสัชภัณฑ์ ผลักดันการสร้างอุปสงค์และตลาด	**เงินลงทุนประมาณ 182,000 ล้านบาท** เพื่อสร้าง Biorefinery Complexes ที่ครบวงจร และเมืองใหม่บนเศรษฐกิจชีวภาพและนวัตกรรมอย่างครบวงจร Biopolis	**เงินลงทุนประมาณ 132,000 ล้านบาท** เพื่อยกระดับสู่ Regional Hub เป็นต้นแบบอุตสาหกรรมแห่งอนาคต







แผนภาพที่ 5-5: ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ Pittsburgh

ตัวอย่างสำหรับท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม: Pittsburgh Cultural District

Pittsburgh ได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมแห่งชายฝั่งตะวันออก โดยเป็นที่ตั้งของ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ Carnegie, พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ Carnegie ศูนย์วิทยาศาสตร์ Carnegie โรงละครและโรงภาพยนตร์เก่าๆ มากมาย เดิมทีเมืองนี้เป็นเขตอุตสาหกรรมเหล็กมาก่อน บ้านเมืองจึงสกปรกมาก ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาอาคาร สถานที่และทัศนียภาพของเมืองใหม่บนรากฐานประวัติศาสตร์ของชุมชน





