



โครงการสัมมนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ การจัดทำแผนพัฒนาในระดับพื้นที่

ดร. ธนาวิษญ์ จินดาประดิษฐ์

พฤษภาคม 2560

๑. ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี

นายกรัฐมนตรี ได้มีบัญชาในคราวประชุมคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.น.จ.) ครั้งที่ 2/2559 เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2559 ให้มีการกำหนด อัตลักษณ์ (Position) เพื่อสร้างความแตกต่าง ไม่เป็นการแข่งขันกันเองและก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม รวมทั้ง การจัดทำชุดโครงการที่มีความเชื่อมโยงกันตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทางในลักษณะห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) โดยการประสานงบประมาณร่วมกันทั้งในส่วนของงบประมาณจังหวัด/กลุ่มจังหวัด งบประมาณของส่วนราชการ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๒. การดำเนินการ

มท. ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้จัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด เมื่อวันที่ 14-19 พฤศจิกายน 2559 เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มจังหวัด (Unique Positioning) ซึ่งพิจารณาถึงตำแหน่งยุทธศาสตร์ทางการค้า (Trade Strategic Positioning) ของกระทรวงพาณิชย์ แนวโน้มของโลกในอนาคต ตลอดจนกรอบแนวคิดในการพัฒนาประเทศ อาทิ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 รวมถึงแนวคิดการพัฒนาประเทศไทย 4.0 โดยรับฟังมุมมองจากทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน แล้วนำมาจัดทำเป็นโครงการสำคัญ (Flagship Project) ร้อยเรียงรายละเอียดของโครงการในรูปแบบห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่สามารถเชื่อมโยงทุกภาคส่วน ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ในทุกระดับของการบริหารจัดการ

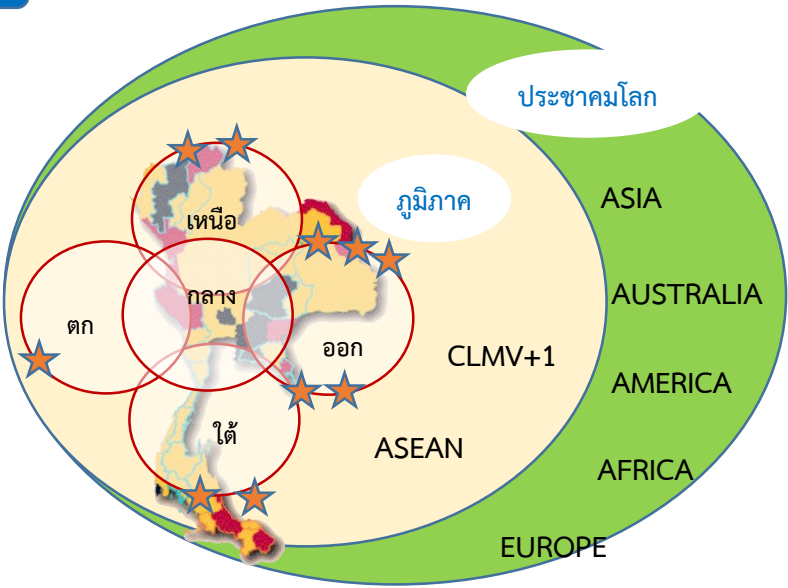


อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด (Positioning) คือจุดเด่นที่ชัดเจนของกลุ่มจังหวัด ซึ่งพิจารณาจากความพร้อมในด้านทรัพยากร ศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนความคาดหวังของการพัฒนา กลุ่มจังหวัดในอนาคต

การกำหนดอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดทั้ง 18 กลุ่มจังหวัด ก็เพื่อสร้างความโดดเด่นให้ชัดเจนของทั้งประเทศ อันจะนำไปสู่การร่วมมือกันพัฒนากลุ่มจังหวัดในทิศทางที่เหมาะสม สร้างคุณค่าในมิติที่แตกต่าง ในขณะเดียวกันยังช่วยลดการแข่งขันกันเองข้ามกลุ่มจังหวัด อันจะนำไปสู่ทิศทางที่ารพัฒนาประเทศในภาพรวมที่เหมาะสมชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อสั่งการนายกรัฐมนตรี => “ห่วงโซ่คุณค่า” สู่ความเชื่อมโยงภาคประชาชน-ภาครัฐกิจ

- ประชาคมโลก
- ASEAN +3 +6
- CLMV + Malaysia
- การค้าชายแดน 10 เขตเศรษฐกิจพิเศษ
- 4 ภาค
- 18 กลุ่มจังหวัด
- 76 จังหวัด
- 878 อำเภอ
- 7,255 ตำบล
- 74,965 หมู่บ้าน

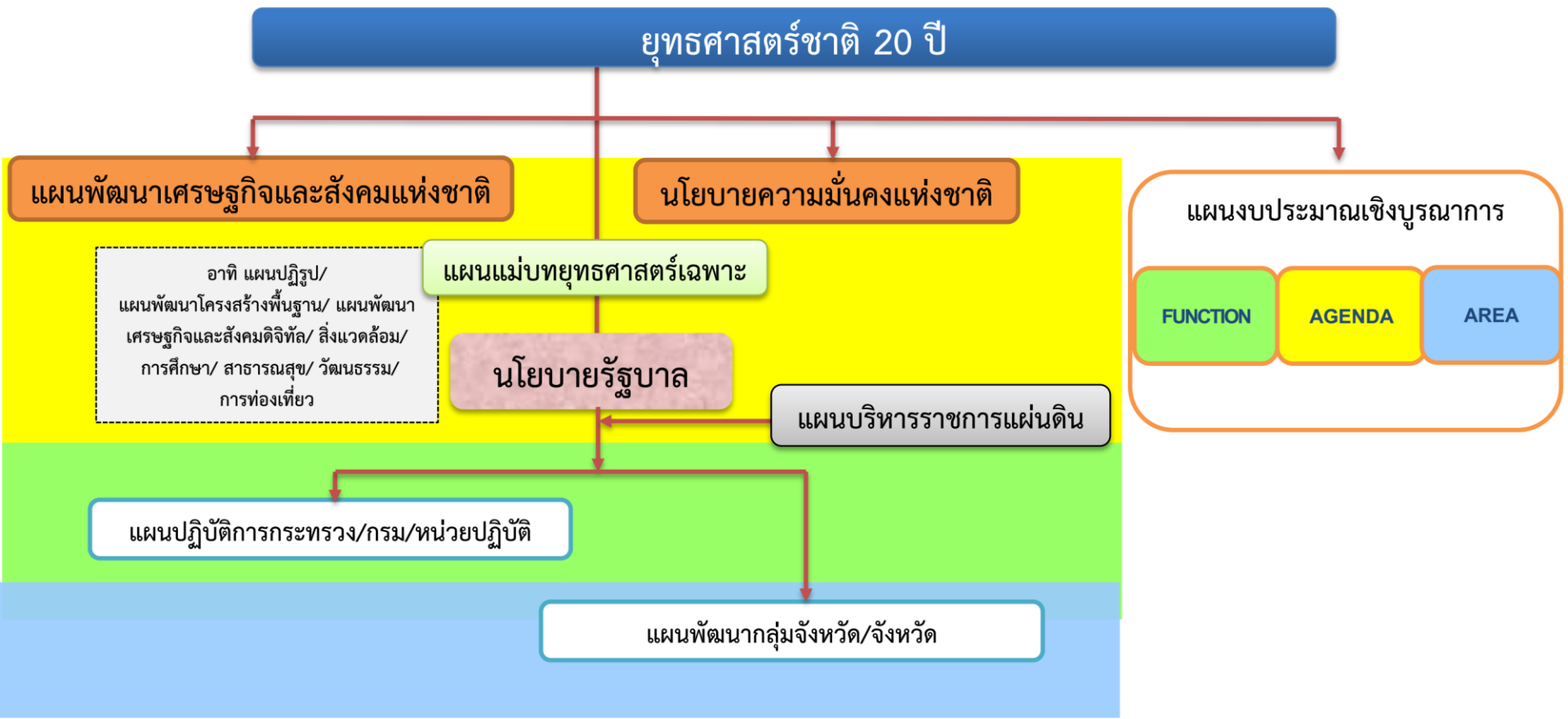


- สภาพแวดล้อม
- น้ำ ดิน สภาพภูมิอากาศ
 - ความสูง-ต่ำ ภูมิประเทศ
 - วัสดุต้นทุน
 - ฯลฯ

“ภาครัฐ + เอกชน + ประชาชน”

ปลายทาง	
✓	ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดกลางชุมชน
✓	การนำ OTOP ขายในสถานีบริการน้ำมัน/ ท่าเรือ/ ท่าอากาศยาน/ห้างสรรพสินค้า
✓	การสนับสนุนตลาด SME
✓	เชื่อมเขตเศรษฐกิจพิเศษเมืองท่า/ด่านชายแดน
✓	ตลาดต่างประเทศคู่ค้าเก่า/ ใหม่/
✓	เขตการค้าเสรี/ หมู่เกาะ
✓	แอฟริกา มหาอำนาจ โลกมุสลิม
✓	ฯลฯ
ต้นทาง	
✓	ปัจจัยการผลิต ที่ดิน เมล็ดพันธุ์
✓	เงินทุน
✓	แหล่งน้ำ
✓	ศูนย์การเรียนรู้
✓	เกษตรแปลงใหญ่
✓	ไร่ นาสวนผสม
✓	ฯลฯ

ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติกับแผนในระดับต่างๆ



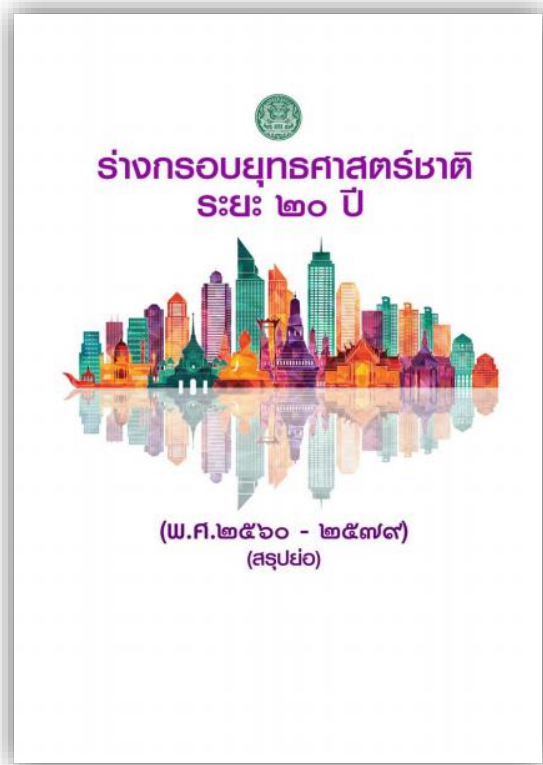
การวางแผนการพัฒนาในปัจจุบันจะต้องเน้นความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ในระดับต่างๆ ทั้งนี้การเชื่อมโยงจะมีส่วนเชื่อมโยงกันทั้งสามระดับคือ ระดับ Agenda ระดับ Function และระดับพื้นที่ ซึ่งนักวางยุทธศาสตร์จะต้องตระหนักถึงภาพรวมนี้เพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์จะมีความครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ความเชื่อมโยงนโยบายระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับการกิจของกระทรวงพาณิชย์

แผนพัฒนาฯ จ.12		1.เศรษฐกิจภาพรวม	2.เศรษฐกิจรายสาขา	3.เป็นเลิศด้านอาหาร	6. พื้นที่/เชื่อมโยงภูมิภาค
นโยบายรัฐบาล		- ดูแลเกษตรกรให้มีรายได้ที่เหมาะสม - สร้างผู้ประกอบการและ SMEs ให้เข้มแข็ง - ส่งเสริมความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนในภูมิภาคอาเซียน	- ลดอุปสรรคการส่งออก/แสวงหาตลาดที่มีศักยภาพ - ส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัล - พัฒนาผู้ประกอบการไทยให้สอดคล้องกับข้อตกลงการค้า		- การค้าชายแดน - พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ
สพช.	ปฏิรูป	ผูกขาดและการแข่งขันที่เป็นธรรม	สร้างสังคมผู้ประกอบการ	ภาคเกษตร	
	พัฒนา	ศูนย์กลางอาเซียน	พัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล		พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์
นโยบายรองนายกฯ ด้านเศรษฐกิจ		- พัฒนาธุรกิจเกษตรแปรรูป - ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณี - นำทรัพยากรทางปัญญามาพัฒนาสินค้าและบริการ	- ส่งเสริมการใช้ e-Commerce - พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ - เชื่อมโครงสร้างพื้นฐานกับกิจการพาณิชย์นาวี		พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นให้แข็งแรง
ยุทธศาสตร์จัดสรรงบประมาณ, ปี 2560		- ความมั่นคงและการต่างประเทศ - การสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ - การแก้ไขปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเติบโตจากภายใน			การปรับสมดุลและพัฒนา ระบบบริหารจัดการภาครัฐ
แผนแม่บท พณ. 2555-2564		- Smart Enterprise - Value Creation Economy - Pro competitive Environment			- ASEAN One - New Trade Infrastructure
นโยบาย รมว.		- แก้ปัญหาค่าครองชีพ - สร้างรายได้เกษตรกรและผู้มีรายได้น้อย และพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น - เร่งผลักดันการส่งออก			เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการภาครัฐและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ
ปฏิรูปนโยบายการค้าของ พณ.		1. Demand Driven	2. Service Economy	3. Value Creation	4. Trade Facilitation
ยุทธศาสตร์ พณ. 2559-2564		ยกระดับเศรษฐกิจการค้าของประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าและภาคบริการ	เสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย	สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ	- พัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้ารองรับเศรษฐกิจดิจิทัล - เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการกำหนดอัตลักษณ์กลุ่มจังหวัด







คำสั่งนโยบาย

ของ

คณะรัฐมนตรี

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี
แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

คำสั่งนโยบายของคณะรัฐมนตรี.....๑

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ วันศุกร์ที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๗

๑. การปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์.....๓
๒. การรักษาความมั่นคงของรัฐและการต่างประเทศ.....๔
๓. การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ.....๕
๔. การศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม.....๖
๕. การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุข และสุขภาพของประชาชน.....๗
๖. การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ.....๘
๗. การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน.....๑๓
๘. การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม.....๑๔
๙. การรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากร และการสร้างสมดุล
ระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน.....๑๕
๑๐. การส่งเสริมการบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาลและการป้องกัน
ปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐ.....๑๗
๑๑. การปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม.....๑๙

ทิศทางของ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

เอกสารประกอบการระดมความคิดเห็น
ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เป้าหมาย 8 ตัวชี้วัดศก.เข้ามแข็งยั่งยืนในแผนฯ 12

1. **จีดีพี**
ขยายตัว
ไม่ต่ำกว่า
5.0%
รายได้ต่อหัว
8.2
พันดอลลาร์
สหรัฐฯ

2. **การลงทุน**
ภาครัฐ
10%
ภาคเอกชน
7.5%

3. **การส่งออก**
ขยายตัว
เฉลี่ย
ไม่ต่ำกว่า
4.0%

4. **ผลิตภาพ**
ผลิตภาพของ
ปัจจัยการ
ผลิตโดยรวม
และปัจจัย
แรงงาน
2.5%

5. **เสถียรภาพ**
หนี้สาธารณะ
≤5.5%
ของจีดีพี
ขาดดุลบัญชี
เดินสะพัด
≤2%ของจีดีพี
เงินเฟ้อ
2.5±1.5%

6. **ชีพชีพ**
ลงทุนภาครัฐ
ร่วมเอกชน
เฉลี่ยปีละ
4.7
หมื่นล้านบาท

7. **ภาษี**
ประชาชนและ
ผู้ประกอบการ
เข้าสู่ระบบ
ภาษีมากขึ้น

8. **อันดับแข่งขัน**
ความสามารถ
ในการแข่งขัน
เพิ่มขึ้น
อยู่ในลำดับ
1 ใน 25
IMD

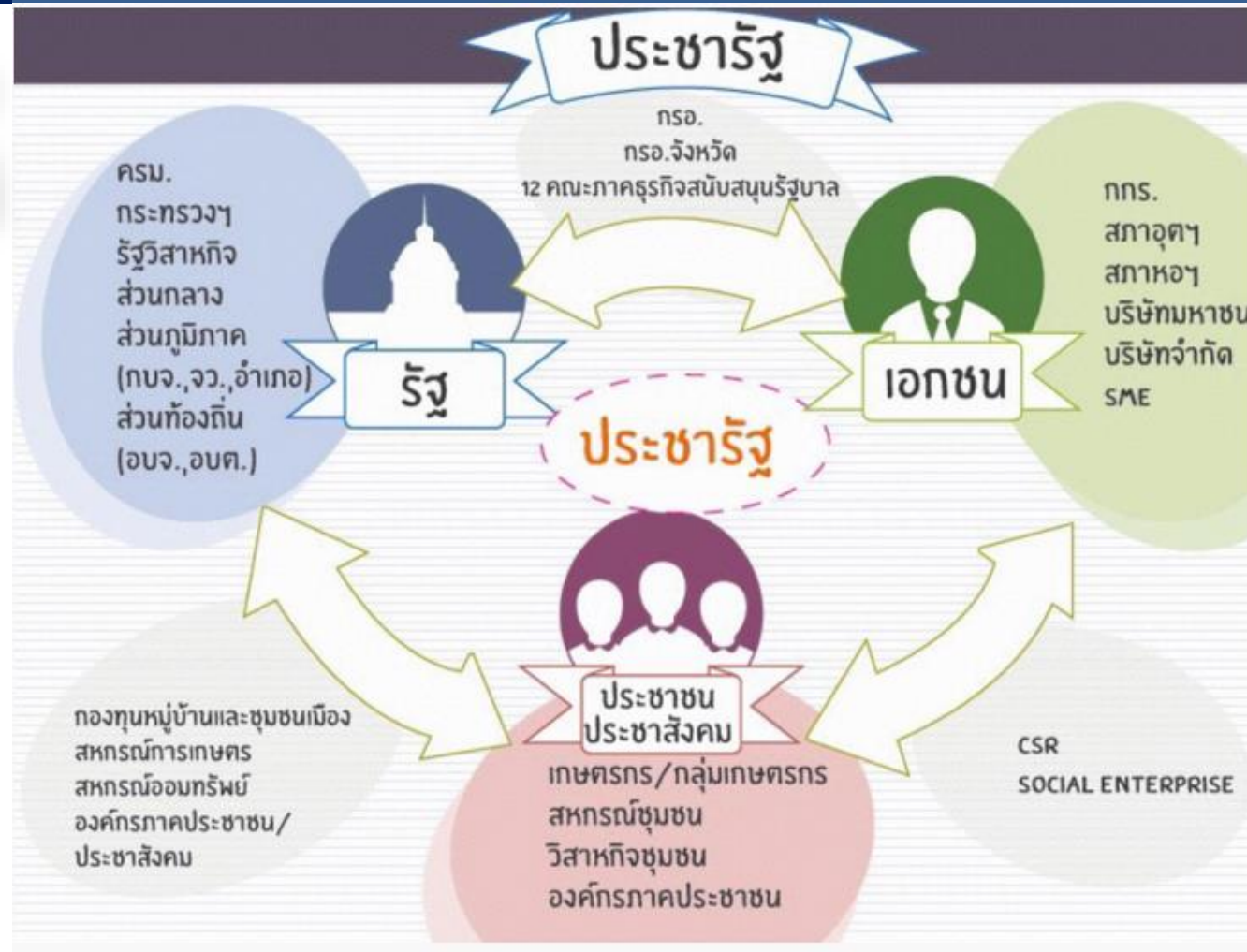
ที่มา : เรียบเรียงจากร่างแผนฯ 12 สดช.

ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาคสู่ความเป็นชาติการค้าและบริการ (Trading and Service Nation) เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย แหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และมรดกวัฒนธรรมสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

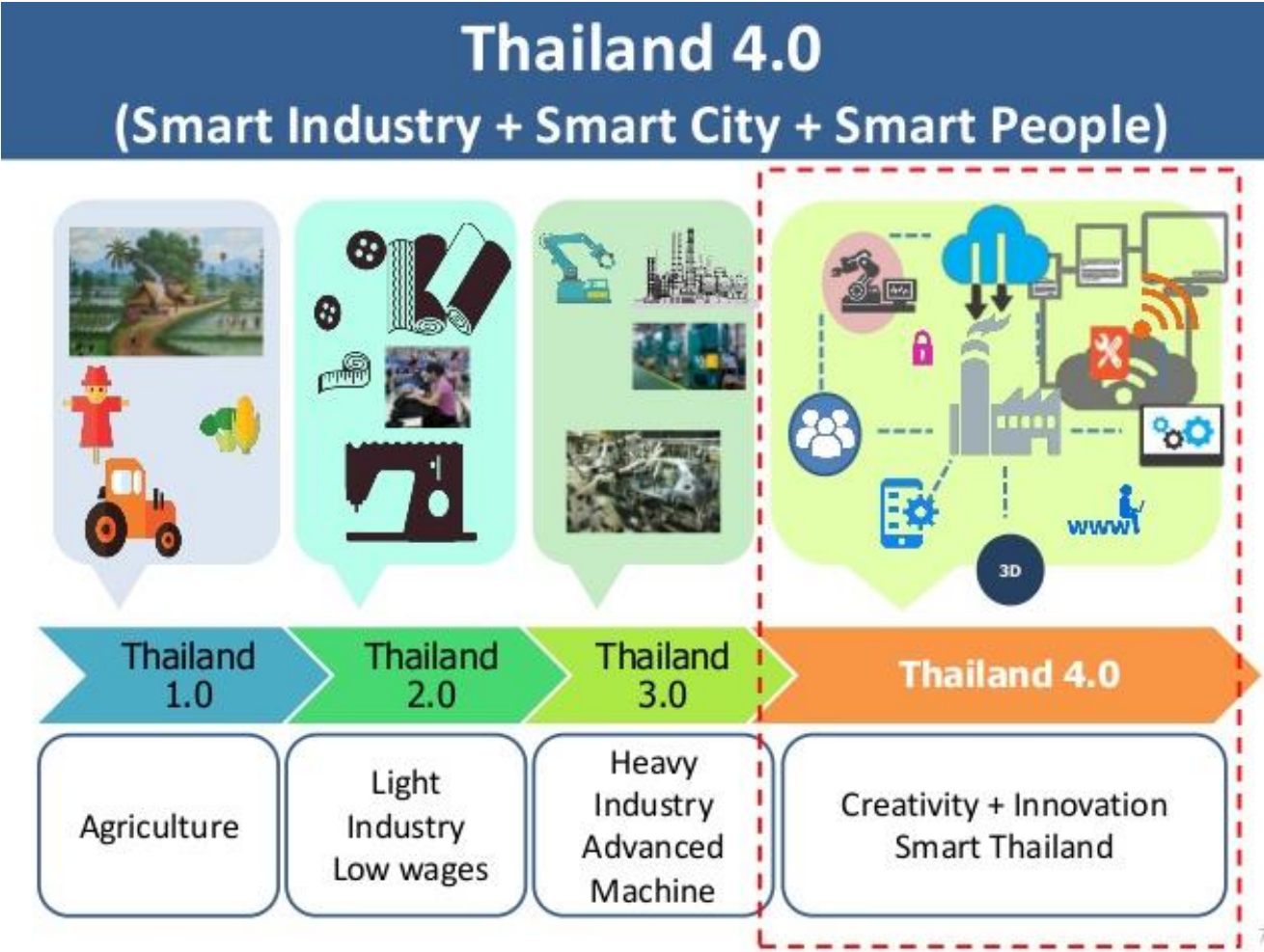
แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ จะต้องเชื่อมโยงทิศทางการพัฒนาประเทศลงสู่พื้นที่ให้สอดคล้องกับศักยภาพ โอกาส และการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ สามารถเชื่อมโยง ทุนมิติของการพัฒนา ทั้งมิติตัวคน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และความมั่นคง เข้ากับมิติทางกายภาพและ สิ่งแวดล้อมของภาคได้อย่างมีบูรณาการ สนับสนุนให้เกิดการกระจายกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่าง ภาคให้เท่าเทียมและมีสมดุล โดยมุ่งที่จะพัฒนาฐานเศรษฐกิจหลักของแต่ละภาคให้เจริญเติบโตอย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาเมืองศูนย์กลางความเจริญในภูมิภาค ควบคู่กับการจัดโครงข่ายบริการพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และสังคมรองรับการขยายตัวอย่างเหมาะสม เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตรวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการ ให้บริการประชาชน ตลอดจนการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนเพื่อขยายโอกาสทางการค้า การลงทุน และ การท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างภาคและประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนาภาคในระยะต่อไป จำเป็นต้องมุ่งเน้นการกระจายการพัฒนาและกิจกรรมทาง เศรษฐกิจออกไปจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปสู่ภาคอื่นอย่างเป็นขั้นตอน ทั้งนี้ในช่วงที่ผ่านมารัฐบาลได้ให้ ความสำคัญต่อการพัฒนาจังหวัด กลุ่มจังหวัด และภาคมากขึ้น รวมทั้งมีการจัดโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐาน ที่ได้มาตรฐานนานาชาติและประสานสอดคล้องกับมาตรการด้านการใช้ที่ดิน สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต ในพื้นที่ เพื่อเป็นสะพานเกื้อหนุนให้ภาคตะวันออกเฉิียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้สามารถพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมได้เต็มตามศักยภาพและโอกาส เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น





การขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ ด้วยการบูรณาการความร่วมมือร่วมกัน
ระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคประชาสังคม



“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)



Within the NTOs Purview	Beyond the NTOs Purview
• marketing and promotion	• travel facilitation
• product development/standards	• safety and security
• human resource development	• connectivity and infrastructure
• tourism investment	• responsiveness to climate change
• quality tourism	
• sustainable growth and development (including inclusive tourism development)	

1 NO
POVERTY



2 ZERO
HUNGER



3 GOOD HEALTH
AND WELL-BEING



4 QUALITY
EDUCATION



5 GENDER
EQUALITY



6 CLEAN WATER
AND SANITATION



7 AFFORDABLE AND
CLEAN ENERGY



8 DECENT WORK AND
ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED
INEQUALITIES



11 SUSTAINABLE CITIES
AND COMMUNITIES



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION



13 CLIMATE
ACTION



14 LIFE BELOW
WATER



15 LIFE
ON LAND



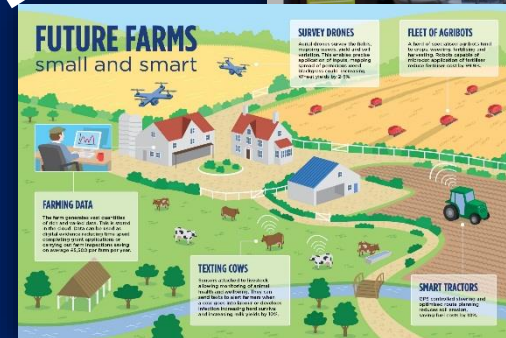
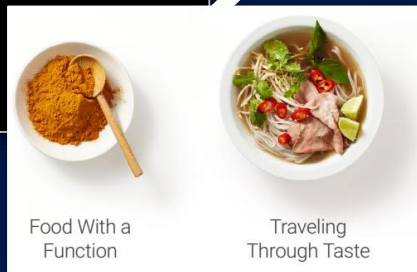
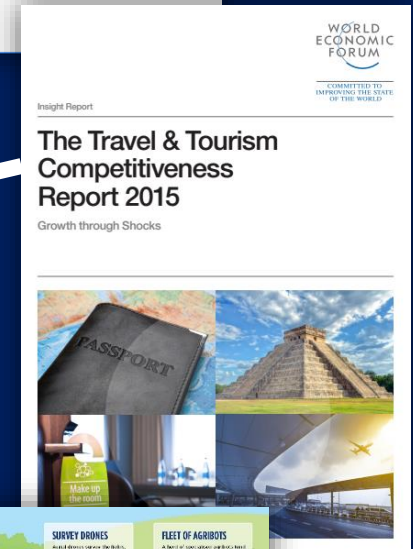
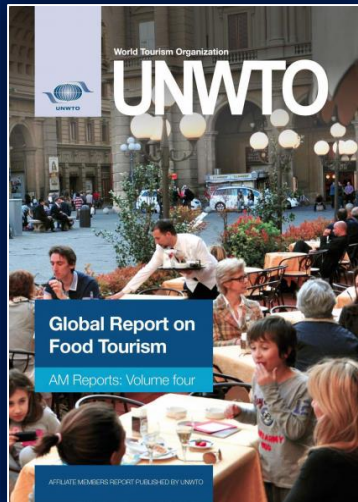
16 PEACE AND JUSTICE
STRONG INSTITUTIONS



17 PARTNERSHIPS
FOR THE GOALS



ข้อมูลที่ใช้ประกอบการกำหนดอัตลักษณ์



think with Google™

Food Trends 2016



Food With a
Function



Traveling
Through Taste

	FOOD-LIKE			DRUG-LIKE			
SUB-SEGMENT	Everyday Food	Organic Food	Better-for-you Food	NUTRACEUTICALS			OTC/ Prescription Medicines
EXAMPLE							

เผยตลาดสมุนไพรโลกขยายตัวตามกระแสสุขภาพ-ความงาม ปี 63 ภาพรวมพุ่งกว่าแสนล้านเหรียญฯ



ในปี 2001 ตลาดอาหารที่เป็น gluten-free ในสหรัฐอเมริกามีมูลค่าประมาณ 210 ล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2006 มูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 696 ล้านดอลลาร์ฯ รายงานของ Packaged Facts คาดการณ์มูลค่าตลาดในปี 2010 ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.7 พันล้านเหรียญฯ และ 2.6 พันล้านเหรียญฯ ในปี 2012



 "A very good restaurant in its category"

 "Excellent cooking, worth a detour"

 "Exceptional cuisine, worth a special journey"

3-Star restaurants worldwide



COUNTRY			CITIES		
	Japan	28		Tokyo	13
	France	27		Paris	10
	Germany	11		New York	7
	US	10		Hong Kong	5
	Spain	8		San Francisco	2
	Italy	8		London	2
	China	7		Macau	2
	Spain	7		Chicago	1
	The UK	4		Reims	1
	Ireland	4		Shonan	1
	Switzerland	2			
	Belgium	3			
	Netherlands	2			

Global Report on Food Tourism

AM Reports: Volume four



1. Silver hair tourists



2. Generation Y & Z



3. Growing middle class





TRAVEL & TOURISM COMPETITIVENESS INDEX

Enabling Environment

1. *Business Environment* (12 indicators)
2. *Safety and Security* (5 indicators)
3. *Health and Hygiene* (6 indicators)
4. *Human Resources and Labour Market* (9 indicators)
5. *ICT Readiness* (8 indicators)

T&T Policy and Enabling Conditions

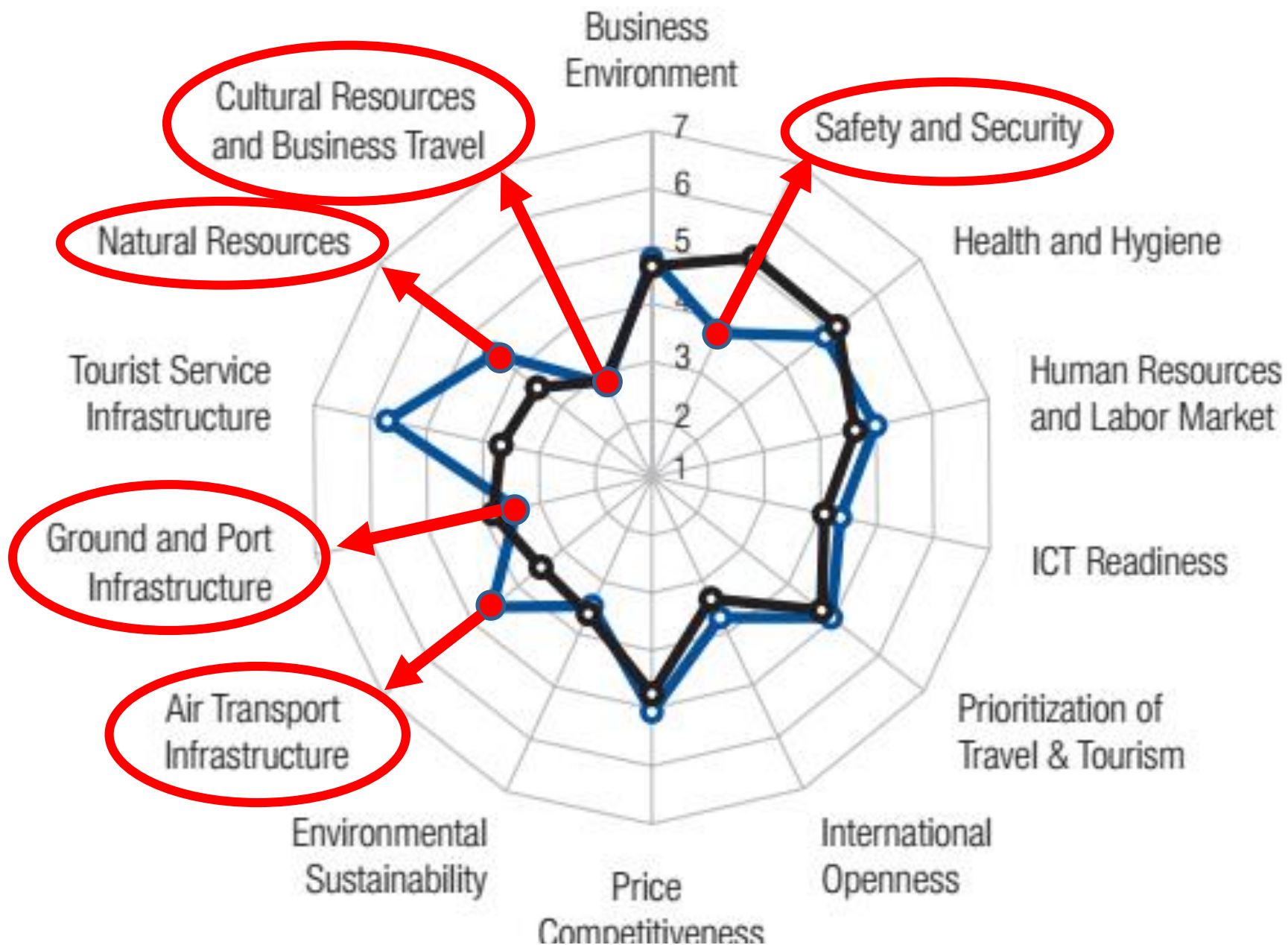
6. *Prioritization of Travel and Tourism* (6 indicators)
7. *International Openness* (3 indicators)
8. *Price Competitiveness* (4 indicators)
9. *Environmental Sustainability* (10 indicators)

Infrastructure

10. *Air Transport Infrastructure* (6 indicators)
11. *Ground and Port Infrastructure* (7 indicators)
12. *Tourist Service Infrastructure* (4 indicators)

Natural and Cultural Resources

13. *Natural Resources* (5 indicators)
14. *Cultural Resources and Business Travel* (5 indicators)



FUTURE FARMS

small and smart

SURVEY DRONES

Aerial drones survey the fields, mapping weeds, yield and soil variation. This enables precise application of inputs, mapping spread of pernicious weed blackgrass could increasing Wheat yields by 2-5%.

FLEET OF AGRIBOTS

A herd of specialised agribots tend to crops, weeding, fertilising and harvesting. Robots capable of microdot application of fertiliser reduce fertiliser cost by 99.9%.

FARMING DATA

The farm generates vast quantities of rich and varied data. This is stored in the cloud. Data can be used as digital evidence reducing time spent completing grant applications or carrying out farm inspections saving on average £5,500 per farm per year.

TEXTING COWS

Sensors attached to livestock allowing monitoring of animal health and wellbeing. They can send texts to alert farmers when a cow goes into labour or develops infection increasing herd survival and increasing milk yields by 10%.

SMART TRACTORS

GPS controlled steering and optimised route planning reduces soil erosion, saving fuel costs by 10%.

กระบวนการกำหนดอัตลักษณ์





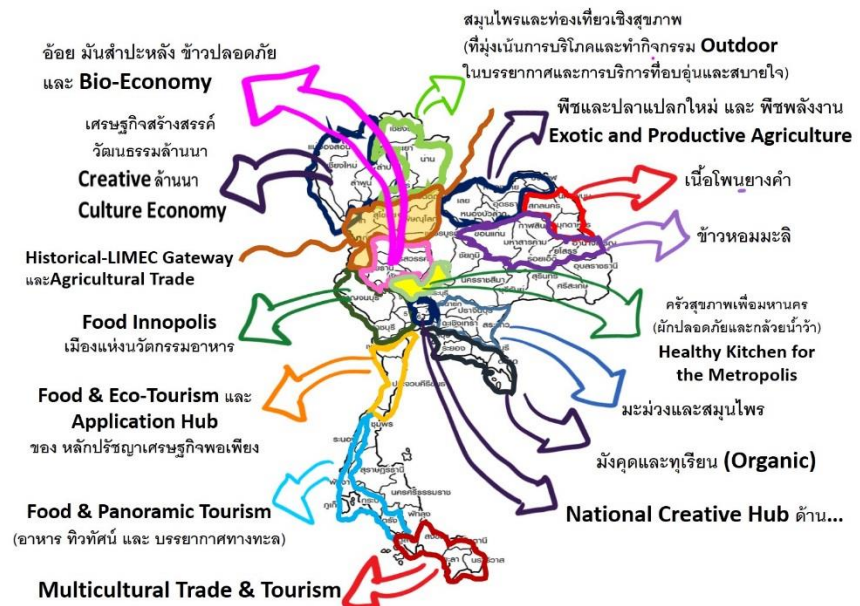
ข้อสั่งการของนรม.



ประชุมเชิงปฏิบัติการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

อัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด



Flagship Project

ต้นน้ำ	กลางน้ำ	ปลายน้ำ
	ระดับกระทรวง	
	ระดับกลุ่มจังหวัด	
	ระดับจังหวัด	
	ระดับท้องถิ่น	

การพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศ

ภาพรวมอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดทั้งหมด 18 กลุ่มจังหวัด

- กลุ่มจว.ภาคเหนือตอนบน 1
“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมล้านนา”

15
- กลุ่มจว.ภาคเหนือตอนล่าง 2
“ข้าวปลอดภัยและท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์”

18
- กลุ่มจว.ภาคกลางตอนบน 1 “ศูนย์กลาง
ของชาติในการสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยว
เชิงมรดกประวัติศาสตร์วัฒนธรรม”

1
- กลุ่มจว.ภาคกลางบน 2 “ครัวสุขภาพเพื่อ
มหานคร (ผักปลอดภัยและกล้วยน้ำว้า)”

2
- กลุ่มจว.ภาคกลางตอนกลาง
“มะม่วง สมุนไพร”

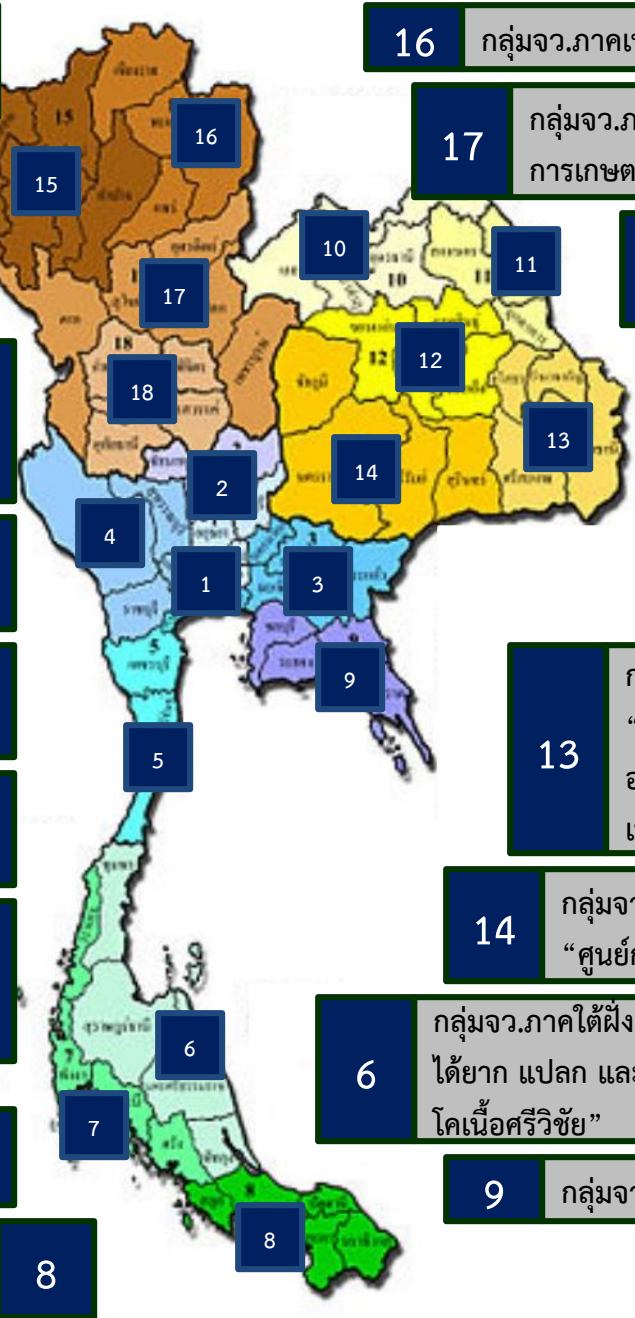
3
- กลุ่มจว.ภาคกลางล่าง 1
“เมืองแห่งนวัตกรรมอาหาร”

4
- กลุ่มจว.ภาคกลางล่าง 2 “การท่องเที่ยวเชิง
นิเวศและอาหาร และศูนย์กลางโครงการ
ตามพระราชดำริ”

5
- กลุ่มจว. ภาคใต้ฝั่งอันดามัน “ทิวทัศน์
บรรยากาศทางทะเล และครัวโลก”

7
- กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ความหลากหลายทาง
วัฒนธรรม การค้าและการท่องเที่ยว”

8



- กลุ่มจว.ภาคเหนือตอนบน 2 “สมุนไพรและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ”

16
- กลุ่มจว.ภาคเหนือตอนล่าง 1 “การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
การเกษตร และเส้นทางสู่ประตูการค้า”

17
- กลุ่มจว.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
“พืช ปลูกไม้ดอกไม้ประดับและยางพารา”

10
- กลุ่มจว.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2
“โคขุน”

11
- กลุ่มจว.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
“ข้าวหอมมะลิปลอดภัย/อินทรีย์
คุณภาพสูง”

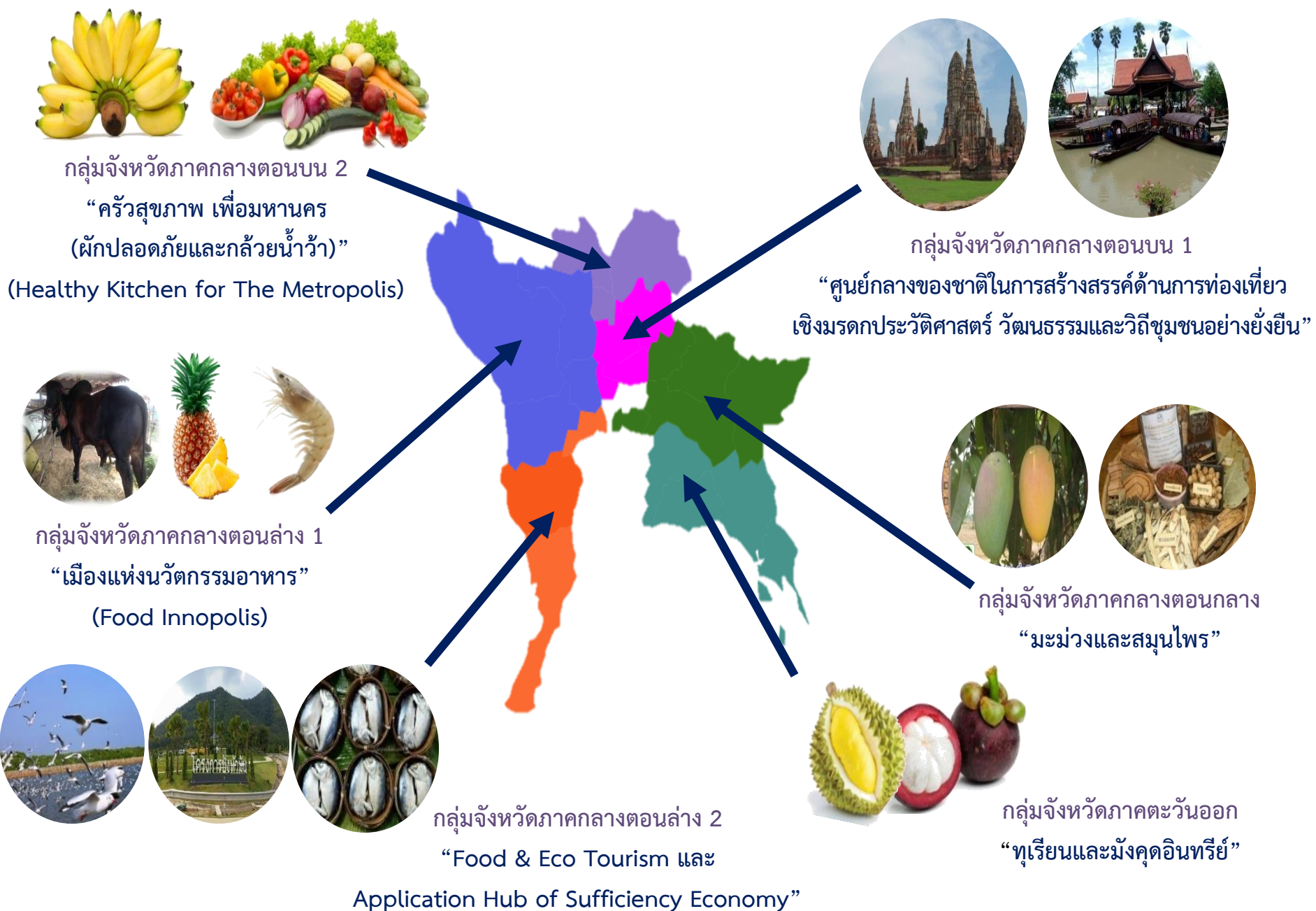
12
- กลุ่มจว.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1
“ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ มั่นสำปะหลัง โคเนื้อวากิว
อาหารปลอดภัย ผลิตภัณฑ์ไหมมาตรฐาน การท่องเที่ยว
ที่ได้มาตรฐานและทันสมัยสู่สากล”

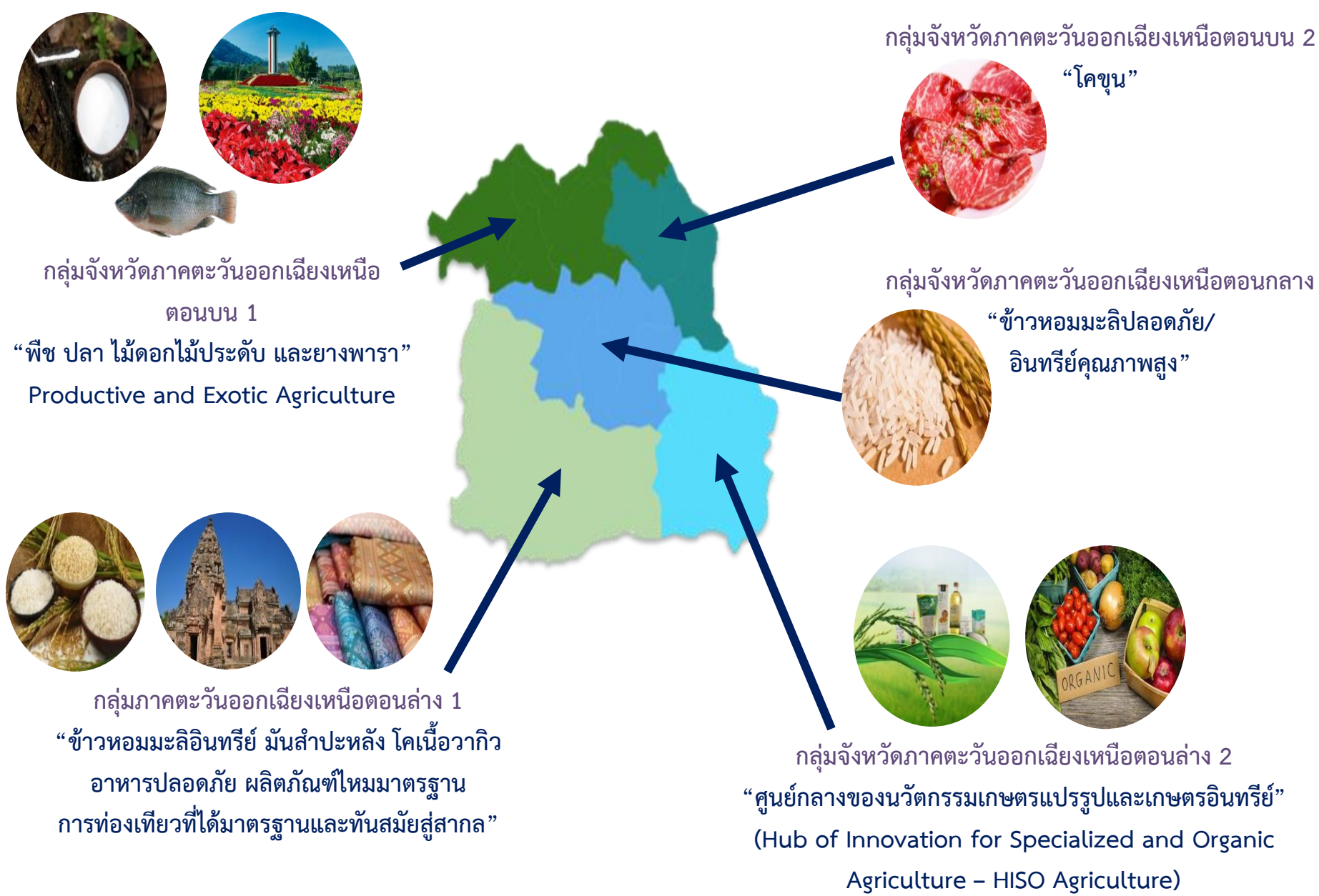
13
- กลุ่มจว.ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2
“ศูนย์กลางของนวัตกรรมเกษตรแปรรูปและเกษตรอินทรีย์”

14
- กลุ่มจว.ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย “ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์ที่หา
ได้ยาก แปลก และได้สัมผัสกับบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ
โคเนื้อศรีวิชัย”

6
- กลุ่มจว.ภาคตะวันออก “ทุเรียน มังคุด อินทรีย์”

9







กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1
“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมล้านนา”



กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
“สมุนไพรและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ที่มุ่งเน้นการบริโภคและทำกิจกรรม Outdoor
ในบรรยากาศการบริการที่อบอุ่นและสบายใจ”



กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1
“Historical Tourism and Agricultural Trade :
LIMEC Gateway”



กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2
“สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์
จากการผลิตข้าวปลอดภัยและการท่องเที่ยวเชิง
ประวัติศาสตร์”



กลุ่มจังหวัดภาคใต้อันดามัน
“ทิวทัศน์ บรรยากาศทางทะเล และครัวโลก”
(Food and Panoramic Tourism)

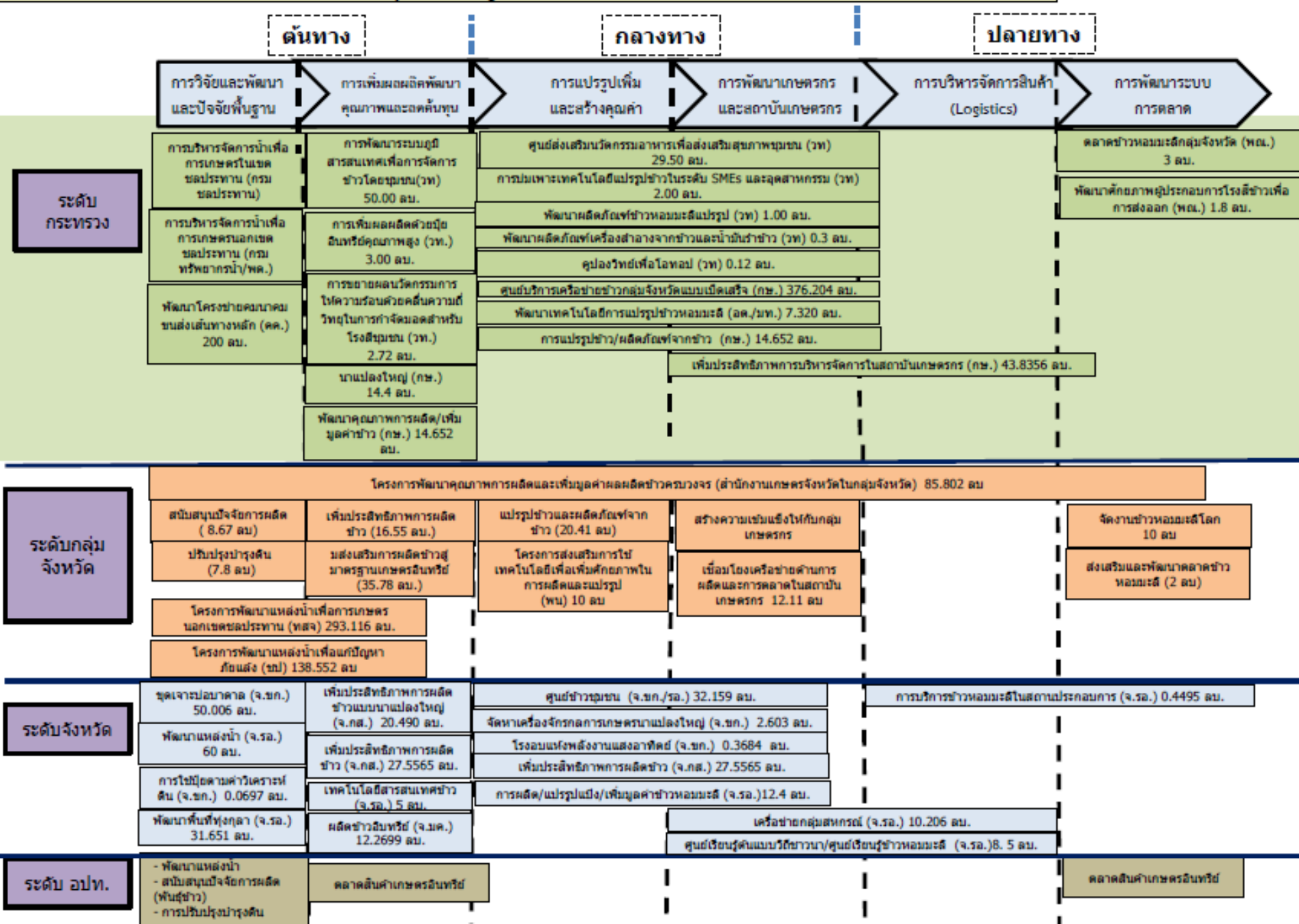


กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย
“ท่องเที่ยวอ่าวไทยที่มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์ที่หาได้ยาก แปลก
และได้สัมผัสกับบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นและโคเนื้อศรีวิชัย”
REAL-Tourism
(Rare – Exotic – Authentic – Local Tourism)



กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน
“ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การค้า และการท่องเที่ยว”
(Center of Multicultural Trade and Tourism)

Template-1





จบการนำเสนอ