



การประชุมเชิงปฏิบัติการ
"การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัดสู่การปฏิบัติ"
วันที่ 18 - 19 มกราคม 2553

สรุปประเด็นการอภิปราย

เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดกับความท้าทายใหม่ในเวทีโลก

วันจันทร์ที่ 18 มกราคม 2553 เวลา 9.00 - 11.30 น.

ณ ห้องมิราเคิล แกรนด์ บอลรูม โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร

โดย

- การเกษตร: ประธานกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกรรมการ ก.พ.ร. (นายสมพล เกียรติไพบูลย์)
 - อุตสาหกรรม: รองประธานมูลนิธิเพื่อการวิจัยแห่งประเทศไทย และกรรมการ ก.พ.ร. (นายสมภพ อมาตยกุล)
 - การท่องเที่ยว: ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (นายกงกฤษ หิริญิกิจ)
- ดำเนินการอภิปราย และชี้แจงหลักเกณฑ์ วิธีการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ โดย เลขานุการ ก.พ.ร. (ดร.ทศพร ศิริสัมพันธ์)

หลักเกณฑ์ วิธีการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ

โดย ดร.ทศพร ศิริสัมพันธ์ เลขานุการ ก.พ.ร.

การอภิปรายในช่วงนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการประชุมเชิงปฏิบัติการในช่วงบ่าย ซึ่งจะมีการแบ่งเป็น 5 กลุ่มย่อย คือ การเกษตร การท่องเที่ยว อุตสาหกรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม การค้าและการจัดการระบบโลจิสติกส์ ซึ่งมีรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีที่กำกับดูแลเป็นประธานในแต่ละห้อง การประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งนี้เป็นไปตามมติคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.น.จ.) ที่ต้องการให้ระบบนี้สมบูรณ์ จึงมีมติให้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการขึ้น ซึ่งได้มีการประชุมเตรียมการกับปลัดกระทรวงไปแล้วเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2553 โดยมีนายกรณ์ศักดิ์ สภาสุ รองนายกรัฐมนตรีในขณะนั้นเป็นประธาน และเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2553 ได้มีการประชุมเตรียมความพร้อมในระดับผู้ปฏิบัติงาน เพื่อเก็บข้อมูลรายละเอียดที่สำคัญสำหรับใช้ในการประชุมในวันนี้

ก.น.จ. เกิดจากการแก้ไขพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2550 ที่ให้จังหวัดเป็นหน่วยที่ตั้งค่าของงบประมาณได้ เพื่อให้การพัฒนาประเทศดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยยึดเอาพื้นที่เป็นตัวตั้ง โดยในแต่ละพื้นที่มีการวางยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัด เน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เนื่องจากการใช้จังหวัดเป็นตัวขับเคลื่อน อาจเกิดการแย่งชิงการใช้ทรัพยากร เกิดความซ้ำซ้อน และไม่มีพลังเพียงพอ จึงได้จัดกลุ่มออกเป็น 18

กลุ่มจังหวัด ในระดับจังหวัดเน้นเรื่องการพัฒนาเกี่ยวกับ สังคม เศรษฐกิจ และการพัฒนาอาชีพของประชาชนซึ่งจุดสำคัญคือ พ.ร.บ.ฯ ได้เน้นการพัฒนาแต่ละพื้นที่มากขึ้น จัดระบบการบริหารปกครองประเทศให้เหมาะสมมากขึ้น เน้นความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งส่วนกลาง ภูมิภาค ท้องถิ่น เอกชน ประชาสังคม และภาคประชาชน

โจทย์สำคัญ คือ จะขับเคลื่อนการพัฒนาร่วมกันได้อย่างไร โดยให้กลุ่มจังหวัดเป็นตัวเชื่อมประสานความต้องการของประชาชนในพื้นที่ให้มาทำงานร่วมกันโดยกำหนดเป้าหมาย ยุทธศาสตร์และระดมกำลังเพื่อขับเคลื่อนไปยังเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งปัญหา คือ เราจะขับเคลื่อนพื้นที่ออกจากทุกกลุ่มให้ขับเคลื่อนไปด้วยกันได้ได้อย่างไร จะสามารถเชื่อมโยงการทำงานจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบนได้อย่างไร รวมทั้ง ให้จังหวัด/กลุ่มจังหวัด ได้คิดริเริ่มเพื่อสนองความต้องการของประชาชน

จากการวิเคราะห์เบื้องต้นยังเห็นความเหลื่อมระหว่าง 2 มุมมอง คือ นโยบายของกรมและนโยบายของจังหวัดความต้องการพัฒนายังไม่ตรงกัน เช่น ด้านการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนเห็นว่าตนเองมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ในขณะที่นโยบายจากส่วนกลางต้องการเน้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เป็นต้น ซึ่งภาพรวมที่ต้องหารือในวันนี้ คือ

1. การเชื่อมเข้าหากันระหว่างส่วนกลางกับจังหวัด/กลุ่มจังหวัดทำอย่างไร
2. เมื่อจัดการให้เห็นตรงกันแล้ว พื้นที่ทั้งหมดจะหมุนไปได้อย่างไร

จุดสำคัญในการประชุมเชิงปฏิบัติการคือ การแสวงหาจุดร่วมยุทธศาสตร์ของจังหวัด/กลุ่มจังหวัดว่ามองตรงกับส่วนกลางหรือไม่ และงบประมาณของส่วนกลางจะช่วยสนับสนุนการทำงานของกลุ่มจังหวัดได้อย่างไร รวมทั้ง ท้องถิ่นที่มีงบประมาณของตัวเอง และภาคเอกชน จะช่วยสนับสนุนได้อย่างไร

ประเด็นการหารือในกลุ่มย่อย ประกอบด้วย

1. การปรับแต่งยุทธศาสตร์ของกระทรวง/กรม และกลุ่มจังหวัด/จังหวัด ให้สอดคล้องกันในกรณีที่ 1)กลุ่มจังหวัดกำหนดเป็นประเด็นหลัก ในขณะที่กระทรวงที่เกี่ยวข้องไม่ได้กำหนดไว้ และ 2) กระทรวง/กรม ได้กำหนดที่จะดำเนินการไว้ในแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงและรายสาขา แต่กลุ่มจังหวัด/จังหวัด ไม่ได้กำหนดไว้
2. บทบาทหน้าที่ของกระทรวง กรม จังหวัด/กลุ่มจังหวัด ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ในระดับกลุ่มจังหวัดตาม value chain
3. กลไกการดำเนินงาน การสนับสนุนยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด/จังหวัด ภายในกระทรวง ระหว่างกระทรวง และกระทรวงกับพื้นที่
4. เพื่อให้ยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด/จังหวัด สามารถถูกขับเคลื่อนอย่างประสบความสำเร็จกระทรวง/กรม ต้องช่วยสนับสนุนในเรื่องใดบ้าง

การพัฒนาเกษตรไทยกับความท้าทายใหม่ในเวทีโลก

โดย นายสมพล เกียรติไพบูลย์ ประธานกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกรรมการ ก.พ.ร.

นายกรัฐมนตรีได้มอบนโยบายด้านการเกษตร ไว้ 2 เรื่อง คือ การพัฒนาเกษตรอาหาร และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งประเด็นการอภิปรายเรื่องการพัฒนาเกษตรไทยกับความท้าทายใหม่ในเวทีโลกในวันนี้ แบ่งออกเป็น 5 เรื่อง ได้แก่

1. บทบาทการเกษตรต่อเศรษฐกิจของไทย ประกอบด้วย

- 1) การเกษตรเป็นปัจจัยขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ซึ่งสัดส่วนภาคการเกษตรคิดเป็น 8.9% ของ GDP
- 2) เป็นแหล่งการจ้างงาน ซึ่งประเทศไทยมีผู้ปฏิบัติงานทำในภาคการเกษตร 5.26 ล้านคน หรือร้อยละ 38.62 ของผู้ปฏิบัติงานทั่วประเทศ
- 3) การเป็นอู่ข้าวอู่น้ำของชาติ
- 4) การเป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศ มูลค่าการส่งออกสินค้าการเกษตรส่วนใหญ่มาจากข้าว ัญญาพืช น้ำตาล ประมง และผลไม้ ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารอันดับที่ 13 ของโลก (ปี 2550) นอกจากนี้สินค้าที่ไทยส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของโลกได้แก่ ยางพารา ข้าว น้ำตาล ไข่ มั่นสำปะหลัง กุ้ง สับปะรดกระป๋อง และปลาทุ่นกระป๋อง

2. ปัญหาพื้นฐานและโครงสร้างการเกษตรไทย

- 1) เกษตรกรส่วนใหญ่ยังมีฐานะยากจนเมื่อเปรียบเทียบกับอาชีพอื่น ๆ
- 2) เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดแคลนปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เช่น ที่ดินทำกิน เงินทุน ความรู้ทางวิชาการ
- 3) ผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ภัยธรรมชาติ โรคพืช และ โรคสัตว์
- 4) การวิจัยการเกษตรทั้งในด้านการผลิต การเก็บรักษาและการแปรรูป ยังมีอัตราต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเกษตรกรรมที่มีความก้าวหน้า
- 5) ต้นทุนการผลิต และการขนส่งสินค้าเกษตรหลายชนิดยังสูงกว่าประเทศคู่แข่ง
- 6) ราคาสินค้าเกษตรไม่ค่อยมีเสถียรภาพ เนื่องจากเกษตรกรไม่มีความรู้และเครื่องมือในการควบคุมอุปทานสินค้า เป็นเหตุให้ราคาสินค้าตกต่ำในช่วงต้นฤดูการผลิต
- 7) กลไกการทำงานของสหกรณ์การเกษตร และกลุ่มเกษตรกร รวมถึงสมาคมการเกษตรต่างๆ ยังไม่สามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้เท่าที่ควร
- 8) รัฐบาลต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรในแต่ละปี แต่เกษตรกรก็ยังคงมีปัญหาเรื่องราคาสินค้าเกษตรตกต่ำอยู่เป็นประจำ

สำหรับปัญหาสำคัญของการส่งออกสินค้าเกษตร คือ การกีดกันทางการค้า ซึ่งได้แก่ มาตรการด้านภาษีที่ต่างประเทศเรียกเก็บในอัตราที่สูงมาก และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ได้แก่ การอุดหนุนของประเทศคู่ค้า มาตรการด้านสุขอนามัย (SPS) มาตรการด้านอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การกำหนดมาตรฐานการนำเข้า (TBT)

โดยองค์การการค้าโลก (WTO) ได้เสนอวิธีการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เช่น กลุ่ม EU , NAFTA , ASEAN และมีการจัดเวทีเจรจาระหว่างประเทศ เช่น เวทีการค้าโลก ซึ่งการเปิดเขตการค้าเสรีเป็นเรื่องที่ได้เปรียบและเสียเปรียบ ดังนั้น ประเทศไทยจึงต้องสร้างความเข้มแข็งในการผลิตสินค้าเพื่อสามารถแข่งขันได้

3. แนวโน้มสินค้าการเกษตร

3.1 แนวโน้มสินค้าการเกษตรโลก

1) ภาษีของประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มลดลง ซึ่งประเทศไทยก็ต้องลดภาษีลง ทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันต่างประเทศก็สามารถส่งออกมายังประเทศไทยได้มากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน

2) มีตลาดสำหรับสินค้าเฉพาะ (Niche Market) เช่น เกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย พืชพลังงานทดแทน

3) ผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองมากขึ้น

สำหรับสินค้าเดิมที่มีศักยภาพของไทย ได้แก่ ยางพารา กุ้งสดแช่เย็นและแปรรูป อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ข้าว ผัก-ผลไม้กระป๋องและแปรรูป น้ำตาล มันสำปะหลัง กส่วยไม้ ไก่สดแช่เย็นและแปรรูป แต่สินค้าใหม่ที่ต้องพัฒนาเพื่อรองรับแนวโน้มสินค้าเกษตรโลก ได้แก่ ผัก-ผลไม้ สด แช่เย็น แช่แข็ง แห้ง (สับปะรด ลำไย ทูเรียน มังคุด ส้มโอ ข้าวโพดหวาน กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง พริก) เกษตรอินทรีย์ และ เครื่องเทศ/สมุนไพร

อิทธิพลของผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดลักษณะของสินค้า ซึ่งปัจจุบัน ผู้บริโภคเน้นเรื่องคุณภาพ อาหารสุขภาพ อาหารนอกฤดูกาลและความหลากหลาย แต่ในอนาคต จะเน้นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม การบรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิต การบริโภคที่สะดวก พร้อมรับประทานหรือพร้อมปรุง รวมทั้ง มีลักษณะที่พิเศษ เช่น มีแคลอรีต่ำ/วิตามินสูง สนใจเรื่องปัญหาแรงงานที่นำมาใช้ในการผลิต และสวัสดิภาพของสัตว์ที่นำมาผลิต

3.2 แนวโน้มตลาดสินค้าเกษตรของไทย

แนวโน้มสินค้าการเกษตรของไทยไม่ต่างกับต่างประเทศ ซึ่งสินค้าเกษตรเป็นแหล่งข่าวแหล่งนำของไทย ประเทศไทยเป็นเพียงไม่กี่ประเทศในโลกที่มีความสมบูรณ์ด้านการเกษตร มีความครบถ้วนและความหลากหลายในด้านสินค้าค่อนข้างมาก ทั้งธัญพืช ปศุสัตว์ และประมง ปัจจุบันโลกไร้พรมแดน ผู้บริโภคสามารถศึกษาข้อมูลข่าวสารด้านอาหารได้รวดเร็ว ทำให้ทราบว่าจะสามารถซื้อสินค้าดี ๆ ได้ที่ใดซึ่งแนวโน้มการบริโภคสินค้าของไทยก็จะมีแนวโน้มเดียวกันโลก เช่น มีการให้ความรู้กับบรรจุภัณฑ์ คุณภาพสินค้า สุขภาพอนามัย เป็นต้น นอกจากนี้ แนวโน้มเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีบทบาทอย่างสูง และมาตรการคุ้มครองช่วยเหลือการเกษตรของรัฐบาลจะมีข้อจำกัดมากขึ้น

4. ประเทศไทยควรปรับตัวอย่างไร

4.1 ภาครัฐบาล

1) กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในระดับชาติที่ชัดเจน ต่อเนื่อง (สินค้า แหล่งผลิต ตลาด แผนการปฏิบัติ) โดยควรกำหนดนโยบายให้ชัดเจนในเรื่องสินค้าเกษตร ซึ่งหากการพัฒนาประเทศจะยึดการพัฒนาเกษตรอาหาร ก็ควรบอกให้ชัดเจนว่าคืออะไร มีนโยบายอย่างไร และใช้งบประมาณเท่าไร และประกาศให้ทุกหน่วยงานปฏิบัติตามโดยกำหนดกฎระเบียบบังคับให้ปฏิบัติตามนโยบาย ซึ่งถือเป็นเริ่มต้นของความสำเร็จในการพัฒนาประเทศ

2) ส่งเสริมบทบาทและอำนาจการเจรจาต่อรองระหว่างประเทศในทุกระดับ ซึ่งประเทศไทยต้องมีกลไกการเจรจาต่อรองที่มีความแข็งแกร่ง

3) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (น้ำ ดิน พันธุ์ การแปรรูป บรรจุกภัณฑ์ การขนส่ง การตลาด การวิจัยต่างๆ เงินทุน)

4) บูรณาการชั้นนโยบาย วางแผนปฏิบัติในระดับกระทรวงที่เกี่ยวข้องทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมโดยให้เชื่อมโยงถึงชั้นปฏิบัติการในระดับกลุ่มจังหวัด และ จังหวัดให้ชัดเจน

5. ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด (ความเห็นบางประการ)

1) เป็นแนวความคิดที่ถูกต้อง เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละพื้นที่ได้อย่างชัดเจน และรวดเร็ว นอกจากนั้นยังเป็นการเพิ่มการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นได้ด้วย

2) อย่างไรก็ตามต้องยอมรับว่า การดำเนินการดังกล่าวยังคงมีปัญหาต้องแก้ไขปรับปรุง เช่น

- ความจำกัดของงบประมาณ โครงการต่าง ๆ จึงเป็นโครงการเล็ก ๆ ไม่มีกำลังในการขับเคลื่อนมากนัก

- การเชื่อมโยงระหว่างส่วนกลางกับกลุ่มจังหวัดและจังหวัดยังไม่ชัดเจน เกิดความซ้ำซ้อนและขาดตอน

- ความรู้ความเข้าใจของผู้จัดทำโครงการ

- ความต่อเนื่องของโครงการ

6. ความคิดเห็นเพิ่มเติม

สิ่งที่ต้องตอบให้ได้ คือ 1) ภารกิจอะไรที่จะต้องมาจากส่วนกลาง 2) ภารกิจอะไรที่ส่วนกลางต้องให้จังหวัดหรือภาคสะท้อนขึ้นมา และ 3) ภารกิจระหว่างส่วนกลางกับส่วนจังหวัดถ้าจัดสรรงบประมาณไม่ตรงกันจะอย่างไร

สิ่งที่ต้องสร้างความชัดเจน คือ 1) ความชัดเจนของโครงการ 2) ความชัดเจนของการบริหารจัดการ และ 3) การประเมินผล

ควรมีกลไกการทำงานโดยจัดทีมเข้าไปช่วยเหลือ สนับสนุน ซึ่งควรระดมกำลังจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากหน่วยงานส่วนกลาง และหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อติดตามประเมินผลและให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนต่าง ๆ

โดย นายสมภพ อมาตยกุล รองประธานมูลนิธิเพื่อการวิจัยแห่งประเทศไทย และกรรมการ ก.พ.ร.

การจัดทำยุทธศาสตร์ของจังหวัดกลุ่มจังหวัดต้องศึกษาสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ตลาดโลก วาระแห่งชาติ การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีที่มีความชัดเจนมากขึ้น และต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของประชาชน และการมีส่วนร่วมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนา ซึ่งต้องมีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย กลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติและตัวชี้วัดในการดำเนินการ โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1. การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

- เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วม ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา
- การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระดมความคิดเห็นและข้อมูลให้เกิดฉันทามติ
- วิธีดำเนินการให้บรรลุจุดมุ่งหมายการพัฒนา
 - การพัฒนาแบบองค์รวม และการบูรณาการ
 - วางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning)
 - วางแผนปฏิบัติการ (Actionning)

2. สาระสำคัญของยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

1) วางแผนพัฒนาตามนโยบายของรัฐบาลและระเบียบวาระแห่งชาติ (National Agenda) แปลงไปสู่การปฏิบัติในระดับระเบียบวาระแห่งพื้นที่ (Area Agenda)

2) พัฒนาตามความคิดริเริ่มของจังหวัด (Area Initiative) ได้แก่ การพัฒนาด้านการเกษตร การพัฒนาอุตสาหกรรม การค้า การลงทุน อุตสาหกรรมชุมชน การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมต้องพิจารณาควบคู่กับการสร้างความแข็งแกร่งของชุมชน ซึ่งต้องสร้างความสมดุลของการพัฒนาให้เกิดขึ้นเพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพ เนื่องจากอุตสาหกรรมมีผลกระทบต่อประชาชน ดังนั้น จังหวัด/กลุ่มจังหวัดต้องพิจารณาเลือกอุตสาหกรรมที่มีความจำเป็นกับจังหวัด/กลุ่มจังหวัด ซึ่งองค์ประกอบของชุมชนที่เข้มแข็ง เช่น

- ประชาชนทั้งหมดของเมืองได้รับสิ่งจำเป็นในชีวิต
- เข้าถึงประสบการณ์ที่หลากหลายและทรัพยากรต่างๆ
- โอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์และสื่อสารกันอย่างกว้างขวางหลากหลาย
- เศรษฐกิจที่หลากหลาย มีพลัง มีนวัตกรรม
- สนับสนุนให้ผู้อยู่อาศัยเกี่ยวพันกับอดีต กับมรดกทางวัฒนธรรม และทางชีววิทยา

และเกี่ยวข้องกับคนกลุ่มอื่น

3. บทบาทเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศของจังหวัดกลุ่มจังหวัด

1) พัฒนาภาคการผลิตและบริการ ต้องพิจารณา

- ปรับโครงสร้างการผลิต ต้องทำให้ประชาชนเข้มแข็ง โดยพิจารณาประกอบกับสิ่งที่มีอยู่ในภาคการเกษตรและนำมาเพิ่มมูลค่าในภาคอุตสาหกรรมเช่น การแปรรูปสินค้าการเกษตร ทำให้รายได้เพิ่มขึ้น

- ศักยภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ คู่กับการผลิตที่มีประสิทธิภาพ

- การบริหารจัดการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อให้สินค้ากระจายตัวไปยังที่ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างแท้จริง

- สร้างมูลค่าเพิ่ม บทบาทของภาคส่วนอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน เช่น อุตสาหกรรมที่อยู่ในภาคตะวันออก ควรเน้นยุทธศาสตร์เรื่องการควบคุมมลภาวะ และอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการ ในขณะที่ภาคอื่น อาจใช้ยุทธศาสตร์ในการดึงดูดภาคอุตสาหกรรมให้มาลงทุนในพื้นที่

- สร้างความเชื่อมโยงของเครือข่ายการผลิตสู่การตลาดในลักษณะ cluster

การพยายามทำอุตสาหกรรมในรูปแบบ Cluster คือการมองทั้งระบบอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน ไม่ใช่การโดดเดี่ยวในรายอุตสาหกรรม เช่น ในประเทศอิตาลี Cluster อุตสาหกรรมเสื้อผ้า จะเป็นการรวมกลุ่มกันตั้งแต่ ผู้ออกแบบ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และวงการแฟชั่น ทำให้เกิดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรม สำหรับตัวอย่างในประเทศไทย คือ Cluster เพชรเกษม ซึ่งเน้นการผลิตเสื้อผ้า โดยรวมกลุ่มตั้งแต่การศึกษาผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ การตัดเย็บ ความร่วมมือจะทำให้เกิดศักยภาพและสามารถอยู่รอดได้

2) การสร้างความร่วมมือในเวทีระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน

3) สร้างเสริมความเข้มแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4) พัฒนาคนให้มีคุณภาพทันการเปลี่ยนแปลง

5) เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน

6) พัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

7) การเสริมสร้างระบบบริหารจัดการที่ดีของภาคเอกชน มีธรรมาภิบาล ระบบการทำงานที่โปร่งใส

4. ทูทางสังคม

เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ ซึ่งประกอบด้วย ทูมนุษย์ที่มีคุณภาพ ทูทางสถาบัน เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา ศาสนา การเมือง องค์กรชุมชน และทุนทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ครอบคลุมถึงระบบคุณค่า คุณธรรมวินัย จิตสำนึกเพื่อส่วนรวม เช่น ประเทศสวีเดนหรือแลนด์ แม้ไม่มีทรัพยากรธรรมชาติแต่เป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพสูง มีความสามารถในการทำการค้า มีระบบการเงินที่คนให้ความเชื่อถือ ถือว่าเป็นประเทศที่มีทุนทางสังคมสูง ทูมนุษย์มีคุณภาพ มีการทำงานที่มุ่งสร้างคุณภาพ

5. ยุทธศาสตร์การพัฒนาทุนทางสังคม

- 1) การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของทุกฝ่ายให้มีทัศนคติในเชิงสร้างสรรค์ ลดการสั่งการหรือรูปแบบเดียวใช้ทั่วไป
- 2) การรักษา ต่อยอด พื้นฟูและพัฒนาทุนทางสังคมที่ดีอยู่แล้ว
- 3) ผสมผสานทุนทางสังคมที่มีอยู่เข้ากับสิ่งดีๆ ที่เกิดใหม่อย่างเหมาะสม
- 4) ใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมต้องมีความสมดุลระหว่างการเสริมสร้าง คุณภาพชีวิต และขีดความสามารถในการแข่งขัน
- 5) ความร่วมมือจากทุกฝ่ายตั้งแต่ต้น โดยสร้างเครือข่ายในทุกสาขาอาชีพในลักษณะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และสร้างสภาพแวดล้อมให้ทุนทางสังคมเจริญงอกงามและเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนา

6. บทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุนทางสังคม

- 1) ภาคประชาชน เป็นแกนนำในการขับเคลื่อนการพัฒนา และเพิ่มทุนทางสังคมให้สอดคล้องกับโอกาส ศักยภาพ และความพร้อม
- 2) ภาครัฐ ต้องมีบทบาทในการชี้แนะ เชื่อมโยงการพัฒนาทุนทางสังคม
- 3) ภาคเอกชน การขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นหุ้นส่วนสังคมด้วยการมีธรรมาภิบาลในองค์กร มีบทบาทในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
- 4) ภาคประชาสังคม มีบทบาทในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ สร้างทางเลือก พัฒนา และส่งเสริมภาคีการพัฒนาให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

7. องค์ประกอบของการทำงานเป็นทีมในกลุ่มจังหวัด

T	ความไวใจ เชื่อใจกัน
E	ความเข้าใจ เห็นใจกัน
A	ความเห็นร่วมกัน
M	ผลประโยชน์ร่วมกัน
W	ความเต็มใจ
O	ให้โอกาสกับทุกฝ่ายในกลุ่มจังหวัด
R	การยอมรับซึ่งกันและกัน
K	การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน

8. ความคิดเห็นเพิ่มเติม

ประเด็นที่ต้องการฝากไว้ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด/กลุ่มจังหวัด คือ

- 1) การกำหนดราคา จากเดิมที่เป็นการกำหนดราคาต่ำเพื่อการแข่งขันซึ่งทั้งอุตสาหกรรมไปไม่รอด ต้องเปลี่ยนเป็นการมุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิต
- 2) กระบวนการตลาด ควรมุ่งเน้นศึกษาความต้องการของตลาดก่อนแล้วจึงผลิต (เดิมผลิตก่อนแล้วจึงหาตลาด) นอกจากนี้ ควรมีการการจับคู่ธุรกิจ สร้างเครือข่ายพันธมิตร
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ควรให้ความสำคัญกับการเจาะตลาดเพื่อแบ่งส่วนตลาด และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความท้าทายใหม่ในเวทีโลก

โดย นายกกฤษฎี ธีรวิญญูกิจประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยว หมายถึง คนที่อยู่นอกภูมิสำเนาและเดินทางเข้ามาในภูมิสำเนาไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง หากน้อยกว่า 24 ชั่วโมง ให้ถือว่าเป็นผู้มาเยือน ซึ่งหลายคนยังเข้าใจว่าการจัดกิจกรรม เช่น การออกร้านขายสินค้าในคนพื้นที่ซื้อสินค้า คือการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง

จากสถิติด้านการท่องเที่ยว พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ทุกปี นอกจากนี้จากฐานตัวเลขค่าเฉลี่ย 3 ปีจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2521 และ ปี พ.ศ. 2529 ได้ปรับฐานตัวเลขขึ้นถึงประมาณ ร้อยละ 15 และ 20 ตามลำดับ ซึ่งเป็นผลมาจากรัฐบาลในสมัยนั้น ได้ริเริ่มโครงการ Visit Thailand ขึ้นเป็นครั้งแรก ทำให้สามารถปรับฐานนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น จากแนวโน้มการท่องเที่ยวของโลกจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวทั่วโลกนับพันล้านคน มักท่องเที่ยวในทวีปยุโรป อเมริกา และเอเชียแปซิฟิก และในเอเชียแปซิฟิกในปี พ.ศ. 2563 ได้พยากรณ์ว่าจะมีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 25.4 และมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 ซึ่งตัวเลขนี้แสดงให้เห็นโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต หากเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวมาเลเซียมากกว่าประเทศไทย และประเทศจีนมีอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวเร็วมากใน 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเคลื่อนไหวและพร้อมที่จะเคลื่อนไหวมาสู่สิ่งที่ดึงดูดได้ดีกว่า

ปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2552

- ความขัดแย้งทางการเมือง
- ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโลกตกต่ำ
- ภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดไข้หวัดใหญ่ H1N1

แนวโน้มนักท่องเที่ยวในอนาคต

- ท่องเที่ยวระยะใกล้ เนื่องจากราคาค่าขนส่งแพงมากขึ้น
- ท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่า
- ใส่ใจภาวะสิ่งแวดล้อม และเป็นมิตรกับธรรมชาติ
- ท่องเที่ยวตาม Lifestyle เป็นเรื่องๆ
- ท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก และเดินทางเอง เพราะมีข้อมูลศึกษาได้จาก Internet
- ช่องทางการขายผ่าน IT

ผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าของประชาคมอาเซียนในปี 2015

▪ การเคลื่อนย้ายแรงงานในกลุ่มประเทศเสรี ไทยจะเสียโอกาสในเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศ โอกาสที่เราจะเคลื่อนย้ายไปประกอบอาชีพในอาเซียนทำได้ยาก แต่ในทางกลับกันก็เป็นโอกาสดีของประเทศที่จะได้จ้างแรงงานราคาถูกที่มีความสามารถทางด้านภาษาในทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- การลงทุน มีการขยายการลงทุนเพิ่มมากขึ้นในประเทศอาเซียน แต่ภัยคุกคาม คือ มาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งมีทุนขนาดใหญ่ ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาส รัฐบาลควรส่งเสริมการลงทุน ให้ประเทศเหล่านี้มาลงทุนเพื่อสร้างตลาดใหญ่ให้กับประเทศไทย

- ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อลดต้นทุนในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายทุน แรงงาน วัตถุดิบ เพื่อให้ต้นทุนต่าง ๆ ถูกกลง

การสนับสนุนยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด

- ประเทศไทยควรสร้าง Emotional value ของสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น คนที่ไปเที่ยวดีสนีย์แลนด์จะมีร้านให้ซื้อของ และจะถูกสร้างความรู้สึทางด้านอารมณ์ให้มีความอยาก ซื้อสินค้า ดังนั้น ประเทศไทยควรสร้างความรู้สึทางด้านอารมณ์แทรกเข้าไปเพื่อขายสินค้าและโอกาสการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- การสร้างมาตรฐานของสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการควรมีมาตรฐานอันเดียวกัน ซึ่งภาครัฐควรช่วยเหลือในเรื่องการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้า เช่น กรณีผ้าไหมที่ปักธงชัย ทำไหมผ้าไหมของจิมทอมสัน สามารถขายในราคาแพงกว่าได้ถึง 3 เท่าตัว ซึ่งภาคเอกชนไม่สามารถวิจัย พัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานโดยตรง ดังนั้น ภาครัฐควรแสดงบทบาทการสนับสนุนการวิจัยพัฒนา

- การสร้างการตลาด โดยการสร้างแบรนด์ให้เป็นสากลมากยิ่งขึ้น

- การมองมิติทางการท่องเที่ยว ควรเปลี่ยนจากการหานักท่องเที่ยวมาเป็นการส่งเสริม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การสนับสนุนควรมีการเพิ่มเครือข่าย หาพันธมิตร จังหวัดควรทำข้อตกลงพันธกิจ กับจังหวัดข้างเคียง ข้อตกลงระหว่างจังหวัดและกลุ่มจังหวัดร่วมกัน จะทำให้เกิดผลที่มีน้ำหนักกว่าการที่ จะทำเพียงคนเดียว

- การจัด cluster เพื่อสร้างเอกลักษณ์เรื่องการท่องเที่ยวและควรสร้างความแตกต่างให้ เห็นอย่างชัดเจนในระหว่าง cluster เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็นอื่น ๆ

- ควรมีมุมมองในการแสวงหาความร่วมมือจากภาคเอกชนในการสนับสนุนงบประมาณ

- ควรคิดร่วมกันกับภาคเอกชน

- การสร้างความร่วมมือรูปแบบเครือข่ายร่วมกันระหว่างกลุ่มจังหวัด เช่น บัตรเที่ยวเที่ยวได้ ทั้งกลุ่มจังหวัด (Package)
