

แนวทางการพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อสร้างความเข้มแข็ง
ทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ของกลุ่มจังหวัด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
(กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด)

สภาพทั่วไปและสถานการณ์การพัฒนากลุ่มจังหวัด

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

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

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

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

“ศูนย์กลางอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร เชื่อมโยงการบริการการท่องเที่ยว และโลจิสติกส์สู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง” โดยมีประเด็นการพัฒนา 3 ประเด็น คือ

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 การพัฒนาศักยภาพการผลิตการเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการค้า การบริการ และโลจิสติกส์

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

แนวคิดที่ได้จากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น

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

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

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

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

การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและบริการ ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว (พ.ศ.2560 - 2564) กล่าวคือ การยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยเน้นความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์วิถีไทย พัฒนางองค์ความรู้และส่งเสริมนวัตกรรมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีองค์ความรู้ด้านการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และพัฒนากลไกบูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวจะต้องเตรียมการเพื่อรองรับแนวโน้มการท่องเที่ยวระดับโลก ได้แก่ การเติบโตของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การเติบโตของนักท่องเที่ยว Gen Y&Z การเติบโตของประชากรกลุ่มชนชั้นกลาง การเติบโตของตลาดเกิดใหม่ ประเด็นทางการเมืองและการก่อการร้าย วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี ช่องทางดิจิทัล ความภักดีของลูกค้า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพ และให้ความสำคัญกับความยั่งยืน เช่น ในเรื่องของอาหารต้องมียุทธศาสตร์ เป็นสังคมไร้เงินสด การสร้างทางลาด ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ การชูเมืองเด่นแล้วจัดการท่องเที่ยวเมืองหลักเชื่อมโยงเมืองรองด้วยโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมที่สะดวก ประชาสัมพันธ์ ทาง Social Network ชิว – ซิม – แชะ – แชนท์ – แชนร์ และจัดประชาสัมพันธ์แบบแชร์แล้วได้ส่วนลดทันที เป็นต้น

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

จากการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่น ณ เมือง อะคิตะ

อินานิวะอูดัง เมืองยูซาวะ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยการบูรณาการวิธีสมัยโบราณเข้ากับอุปกรณ์ที่ทันสมัยจนสามารถสร้างชื่อเสียงสู่ผลิตภัณฑ์ของประเทศได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้มีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษ และได้เริ่มมีการทำการตลาดอย่างจริงจัง มีการเปิดสาขาที่ต่างประเทศ โดยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือการขายเรื่องราวความเป็นมาควบคู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

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

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

Farm Stay เป็นแนวทางที่บูรณาการวิธีพัฒนาแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวเข้ากับการสร้างความยั่งยืนทางสังคมของชุมชน เป็นการนำเสนอรูปแบบวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรม เข้ามามีส่วนร่วมเรียนรู้ความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชาวชนบทในประเทศญี่ปุ่น การเป็นเจ้าของที่ตีคือหัวใจของการเปิดบ้านเป็น Farm Stay

บริษัท TDK ณ TDK Museum เมืองนिकाโฮ จังหวัดอะคิตะ ประเทศญี่ปุ่น เป็นบริษัทที่ดำเนินการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำของประเทศไทย ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2478 โดยมี Mr. Kenzo

Saito เป็นประธานคนแรก บริษัทฯ ยังคงรักษาความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ในท้องถิ่น ได้ก่อสร้างพิพิธภัณฑ์ขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองครบรอบ 70 ปีแห่ง การก่อตั้งบริษัท โดยภายในพิพิธภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง จัดแสดงประวัติศาสตร์ของแม่เหล็ก ประวัติความเป็นมาของบริษัท ผลการ ดำเนินการที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ได้พัฒนาและผลิตขึ้น และ กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทได้ทำเพื่อตอบแทนสังคม ส่วนที่สองจัดการวาง ยุทธศาสตร์ และนวัตกรรมเพื่ออนาคต ผ่านเทคโนโลยี ที่พัฒนาขึ้นของ TDK เพื่อเปลี่ยนแปลงโลกในอนาคต จำลองเมืองในอนาคตปี 2035 ซึ่งเป็นเมืองแห่งพลังงานทดแทนที่สะอาด ระบบการถ่ายโอนพลังงานแบบ ไร้สาย ระบบสาธารณสุข ที่อยู่อาศัยและประชาชน เชื่อมต่อกันผ่าน IOT เพื่อสร้างสังคมที่สะดวกสบาย และปลอดภัยในอนาคต โดยมีมุมมอง แนวคิดในการทำธุรกิจของบริษัท คือ กระบวนการเก็บข้อมูลในอดีต เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินการแก้ไข และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ มากขึ้น การผลิตสินค้าและบริการ ที่ปลอดภัย ตรงความต้องการของ ผู้บริโภค และการรักษาความไว้วางใจในตัวของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ การรักษา ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้าทางธุรกิจอื่น ๆ ร่วมรักษา และใส่ใจ กับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและการแบ่งปันประโยชน์คืนกลับสังคมและ ประเทศ

จากการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่น ณ เมือง โอคายาม่า

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

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

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

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

ความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ คือ 1) connection ที่มีกับผู้ผลิตยีนส์ ในสหรัฐ เพราะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้สามารถมองตลาด สากล 2) Focusing to Marketing ลูกค้ำหลักคือสุภาพสตรี และ 3) Different from Story ใส่จุดเด่นเฉพาะตัวของยีนส์ Betty Smith ด้วยการมี Know how และเทคนิค เฉพาะตัว เช่น เทคนิคการทอผ้า เฉพาะตัว การใช้หินภูเขาไฟมาซักฟอกยีนส์ให้เกิดลวดลายต่าง ๆ ในกระบวนการผลิต

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

**การประยุกต์ใช้และแนวทางการพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อสร้าง
ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ของกลุ่มจังหวัด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง**

จากการฝึกอบรมในชั้นเรียนและการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่น และ
จากการวิเคราะห์ปัญหาที่สำคัญของกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนกลาง คือ ภาคการเกษตรยังคงขาดการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมา
ใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิต แปรรูปและจำหน่าย จึงมีข้อเสนอ
ในการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการส่งเสริมให้เกษตรกรสร้างความเข้มแข็ง
ทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
เพื่อมาพัฒนาภาคการเกษตรตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ดังนี้

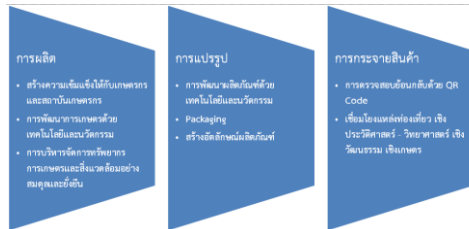
**การพัฒนาระบบการบริหารจัดการสินค้าเกษตร ตลอดห่วงโซ่
อุปทาน** โดยสหกรณ์การเกษตร หรือภาคเอกชน แบบมีส่วนร่วม โดยให้ใช้
กลไกของกลุ่มเป็นตัวกำหนดราคาในตลาด โดยรัฐแทรกแซงน้อยที่สุด
ตัวอย่างจากสหกรณ์ AKITA และบริษัท Nomaru Engei Kibiji Noen
เมืองโอยาม่า ประกอบกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าเกษตรที่มุ่งเน้น
ความปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และ
การจัดการระบบตรวจสอบแบบย้อนกลับ เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพ
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรม
ใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ควบคู่กับการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
โดยสินค้าเกษตรหลักของกลุ่มจังหวัดคือ ข้าวหอมมะลิ มันสำปะหลัง
และอ้อย เน้นความเป็นผลิตภัณฑ์แบบอินทรีย์

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

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

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

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



จัดทำโดย

- นางสาวปราณี วงศ์บุตร นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการพิเศษ
สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม
- นายสุทธิพนธ์ เสริมรัมย์ดี นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
ชำนาญการ กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์
กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนกลาง
- นางสาวพนัธวีา พรหมเพียงช้าง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
ชำนาญการ
สำนักงานเกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด