

ข้อเสนอแนวทางการพัฒนาในกลุ่มจังหวัด
การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการของกลุ่มจังหวัดภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
(อุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย บึงกาฬ)

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

หน่วยงานรัฐ และเสถียรภาพทางการเมือง (ธนาคารแห่งประเทศไทย : บทวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ, 7 พฤศจิกายน 2560)

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

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

สำหรับองค์ประกอบของความสำเร็จ ซึ่งคณะผู้เขียนได้จากการอบรมครั้งนี้ ประกอบด้วย

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

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

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

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

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

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

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

เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง อาจเรียกได้ว่า เมืองโอโกยาม่า ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรม “เรียกแขก” เชิญชวนคนมาเที่ยวเพราะจัดกันถี่ถึงปีละ 300 ครั้ง เรียกว่ามีการจัดกิจกรรมเกือบทุกวันเลยทีเดียว

การพัฒนาสินค้าและบริการ (Products and Services Development) ให้มีความโดดเด่นมีคุณภาพ โดยผู้ประกอบการและผู้ที่อยู่ในพื้นที่ให้ความสำคัญกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และจุดเด่นด้านแหล่งกำเนิด ในลักษณะสินค้า GI หรือ Geography Identity ซึ่งเห็นได้ว่าผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้ใช้บริการ รวมถึงเกษตรกรของเมืองมีขีดความสามารถเป็นทั้ง Smart Farmer Smart SME Smart Entrepreneur โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกร และผู้ผลิตสินค้าท้องถิ่น ล้วนแล้วแต่มีทักษะของความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในตัวเลยทีเดียว ซึ่งถือเป็นตัวอย่างที่ดีของการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ของประเทศไทย โดยตรง

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

สัดส่วนจำนวนผู้เข้าร่วมงานที่มาจากต่างประเทศ แต่ทั้งนี้ ผู้จัดงานจะต้องจัดบูธ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และจัดเตรียมบูธให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้นำสินค้าท้องถิ่นจำพวกอาหาร และสินค้าที่ระลึกมาจำหน่ายภายในงานที่จัดขึ้นดังกล่าวด้วย ซึ่งในแต่ละปีเมืองโอกายามา จะมีการจัดงานอีเวนต์ ในลักษณะดังกล่าวกว่าปีละ 300 ครั้ง นั้นหมายความว่า สินค้าและบริการท้องถิ่นของเมืองจะถูกนำเสนอผ่านการจัดงานอีเวนต์กว่า 300 ครั้งด้วยเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามจังหวัดต่าง ๆ รวมถึง เป็นหน่วยงานของรัฐในจังหวัดหรือในท้องถิ่นของประเทศไทยยังไม่ได้มีความชัดเจนในเรื่องนี้เหมือนกับของญี่ปุ่น แต่ก็อาจพิจารณา ทบทวนร่วมกันว่ามีสิ่งใดที่พอจะปรับเพื่อเป็นการสนับสนุนให้ผู้จัดงานอีเวนต์หรือกิจกรรมในท้องถิ่น ควรได้รับการสนับสนุนเพื่อเพิ่มคามถี่ในการจัดกิจกรรมเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

การจตุตกลไกและการบูรณาการการทำงานร่วมกัน (Integration and Mechanism) ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีประสิทธิภาพโดยใช้วิธีการจ้างมืออาชีพเข้ามาทำหน้าที่บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้แก่เมือง มีการทำแผนและการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด

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

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

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

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

1. การค้นหาและกำหนดเรื่องราวร่วมกัน (Core Story) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น มีความเฉพาะตัวร่วมกันของกลุ่มจังหวัดฯ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดบทบาทหน้าที่ของการพัฒนาของแต่ละพื้นที่ให้มีความชัดเจน และมีความเชื่อมโยงกันในภาพรวม โดยอาจใช้เรื่องราวร่วมกันเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง เช่น

เรื่องราว “ดินแดนแห่งมิตรภาพ : Land of Friendship” ที่มีประวัติความเป็นมายาวนานเกี่ยวกับมิตรภาพและความสัมพันธ์ของสองราชอาณาจักร ได้แก่ กรุงศรีอยุธยาในสมัยพระมหาจักรพรรดิ และกรุงศรีสัตนาคนหุตในสมัยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราช ซึ่งก็คือเมืองหลวงเวียงจันทน์ในปัจจุบัน ที่มีสัมพันธ์ไมตรีระหว่างกัน และได้มีการสร้างพระธาตุศรีสองรักที่อำเภอด่านซ้ายจังหวัดเลยขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2103 ซึ่งเรื่องราวดังกล่าวอาจมีการศึกษา รวบรวมข้อมูลและต่อยอดเป็นเรื่องราวร่วมกันของกลุ่มจังหวัดฯ ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านอย่าง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันจะเป็นประโยชน์ในการสร้างแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในลักษณะมากกลุ่มจังหวัดสบายดี จะได้รับความเชื่อมโยงไปสู่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ด้วย ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดสบายดีโดยตรง

เรื่องราว “เส้นทางเหรียญปราบฮ่อ เส้นทางแห่งการยุทธเพื่ออารังไว้ซึ่งเอกราช : Road of Sovereignty” ซึ่งสามารถนำเอาเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อสำคัญของราชอาณาจักรสยามที่สามารถอารังรักษาเอกราชในยุคของการล่าอาณานิคมที่รุนแรง จนประเทศต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียงตกเป็นเมืองขึ้นให้แก่มหาอำนาจตะวันตกเป็น

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

เรื่องราว “บนเส้นทางวิถีแห่งนาคราช : Land of Naka” ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเรื่องราวของชาวอีสาน โดยเฉพาะจังหวัดต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัดสภายดี ที่มีทั้งสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์และเรื่องราวที่ผูกโยงกันเกี่ยวกับสิ่งเร้นลับ ตำนานและความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคของคนในกลุ่มจังหวัดสภายดี

การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายและการพัฒนาที่เชื่อมโยงเส้นทางและเรื่องราวดินแดนแห่งความพิเศษ (Destination Focusing and Linkage) เน้นอนว่าแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดสภายดีนั้นมีเป็น

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

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

E : Eating ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพอาหารการกิน

S : Song ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพศิลปะการแสดงที่โดดเด่นของพื้นที่

A : Amazing ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

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

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

**การส่งเสริมการตลาดเชิงรุกและเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด
(Effective Marketing) ร่วมกัน อาทิ**

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

เส้นทางเหรียญปราบฮ่อและเหตุการณ์ ร.ศ.112 เส้นทางแห่งศรัทธาและ
อภินิหารพญานาค เป็นต้น โดยภาคีรัฐบุรุษการทรัพยากรต่าง ๆ ให้การ
สนับสนุนอย่างเต็มที่ และหากในอนาคตต่อไปสามารถจะใช้แนวทางของ
เมืองโอโกยาม่ามาช่วยสนับสนุนเป็นเงินทุนแก่ผู้จัดงานได้ จะเป็นประโยชน์
ต่อการทำการตลาดเชิงรุกของพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

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

วันที่ 1 : คณะเดินทางมาถึง

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

วันที่ 2 : นำคณะศึกษาดูงานการจัดการฟาร์มของ PC Ranch
Cowboy Town จังหวัดหนองบัวลำภู

: ศึกษาดูงานกระบวนการผลิตกลุ่มทอผ้าบ้านนาคำไฮ (ทอ
ผ้าไทย) อำเภอเมืองหนองบัวลำภู จังหวัดหนองบัวลำภู และรับประทานอาหาร
กลางวัน

: เยี่ยมชมหมู่บ้านวัฒนธรรมไทยดำ อำเภอเชียงคาน
จังหวัดเลย

: เยี่ยมชมและเดินถนนวิถีเชียงคาน จังหวัดเลย

วันที่ 3 : ตักบาตรข้าวเหนียวยามเช้า ณ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

: เยี่ยมชมวิสาหกิจแปรรูปปลาในกระชังแม่น้ำโขง อำเภอ
ท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย

: รับประทานอาหารกลางวันที่ริมแม่น้ำโขง อำเภอเมืองฯ
จังหวัดหนองคาย

: เดินทางผ่านแดนเยี่ยมชมการค้าชายแดนที่ Duty Fee
แล้วเดินทางกลับ

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