

แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร และอุทัยธานี เป็นกระบวนการทำงาน และกลไกที่สำคัญเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และการแก้ไขปัญหาของประชาชนไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ ยึดพื้นที่เป็นตัวตั้งและการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลไกบริหารจัดการเชิงพื้นที่ และขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาภาค “ภาคเหนือ” : พัฒนาภาคเหนือให้เป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง ประกอบด้วย

1. พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และความยั่งยืน มีธุรกิจบริการต่อเนื่องกับการท่องเที่ยวบริการสุขภาพและการศึกษาที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง

2. พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร และสร้างมูลค่าเพิ่ม ภายใต้แนวคิด เกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

3. ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คืนความอุดมสมบูรณ์สร้างความสมดุลแก่ระบบนิเวศ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

4. พัฒนาระบบการดูแลผู้สูงอายุรองรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของภาคเหนือที่เร็วกว่าระดับประเทศ 10 ปี

วิสัยทัศน์การพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 “เป็นศูนย์กลางธุรกิจข้าว สินค้าเกษตรปลอดภัย การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมล้ำค่าระดับประเทศ”

ประเด็นการพัฒนา

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กระบวนการผลิตข้าว และสินค้าเกษตรปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. ส่งเสริมการแปรรูป การตลาด และการกระจายสินค้าเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

3. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐาน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

จุดเน้นการพัฒนา (Positioning) ได้แก่ ภาคการเกษตร และภาคการท่องเที่ยว ซึ่งศักยภาพและความโดดเด่นที่สำคัญ ประกอบด้วย

- ภาคการเกษตร : เป็นเมือง “อยู่ข้าวอยู่น้ำ” โดย “ข้าว” เป็นตัวจักรขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัด เป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญของประเทศไทยที่มีพื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปีประมาณ 4.82 ล้านไร่ ผลผลิตประมาณ 3.18 ล้านตัน ข้าวเปลือก เป็นอันดับ 1 ของประเทศ

- ภาคการท่องเที่ยว : โดดเด่นด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติวิถีชีวิต วิถีชุมชน ผู้คนมีความเป็นมิตร และมีแหล่งมรดกโลกทั้งด้าน

ประวัติศาสตร์และเชิงนิเวศ ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง แหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

สำหรับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของรายได้จากการท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เช่น ข้อมูล ปี พ.ศ.2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำนวน 4,128,298 คน รายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนเงิน 7,684.99 ล้านบาท โดยจังหวัดนครสวรรค์ที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร และจังหวัดอุทัยธานี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทย และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วนมาจากยุโรป อเมริกา และจีน และนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกระจายจากเมืองหลักของภาคเหนือ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ สู่เมืองรองในภูมิภาคมากขึ้น ส่งผลให้มีการขยายตัวของรายได้ การท่องเที่ยวในอัตราที่สูง เช่น น่าน พิจิตร ลำพูน อุทัยธานี อุตรดิตถ์ นครสวรรค์ กำแพงเพชร พะเยา ลำปาง เป็นต้น

ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย

จังหวัด	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
นครสวรรค์	1,661,391	3,196.71	1,706,964	3,294.03	1,806,634	3,549.31
พิจิตร	805,398	1,277.35	831,313	1,327.29	863,834	1,408.31
กำแพงเพชร	663,114	1,252.58	707,969	1,396.97	742,920	1,502.89
อุทัยธานี	650,353	1,000.40	680,925	1,079.55	714,910	1,224.48

การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดฯ อย่างยั่งยืนให้มีการขยายธุรกิจบริการ ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การเรียนรู้จากการเดินทางท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มโอกาสการขยายตัวทางการเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนและยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ คือ การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวแบบเป็นองค์รวม และเครือข่ายการท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนากระบวนการความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในกลุ่มจังหวัดใกล้เคียงที่มีศักยภาพ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 เป็นต้น

แนวคิดการพัฒนาที่ได้รับจากการศึกษาและฝึกอบรม

จากการศึกษาเรียนรู้ ตามโครงการทุนฝึกอบรมเพื่อพัฒนาข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติราชการในภูมิภาค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ทั้งในชั้นเรียนภาควิชาการ ในหัวข้อเศรษฐกิจดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Digital Economy & Innovation) /การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและการบริการ (Value Added Creation for Tourism and Service) /นวัตกรรมทางการเกษตร (Innovative Agriculture)/ความมั่นคงทางสังคม (Social Security) และการเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ในสถานที่จริง (Experience-based Learning)

ณ ประเทศญี่ปุ่น คณะผู้ศึกษาได้รับการพัฒนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เป็นแนวทางในการวางยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ตัวอย่าง เช่น

1. การศึกษาดูงาน ณ NOMARU ENGEI KIBIJI NOEN FARM Okayama ประเทศญี่ปุ่น ที่ดำเนินการผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง มีร้านค้าเป็นของตนเองในลักษณะ Farm Outlet บริหารในรูปของบริษัท มุ่งเน้นการพัฒนาด้วยตนเอง ไม่พึ่งพาภาครัฐ และ ยังช่วยเหลือเกษตรกรรายอื่น ๆ ในพื้นที่ให้มีโอกาสทางการตลาด ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน โดยอาศัยการช่วยเหลือพึ่งพากันเอง ในชุมชน

2. การศึกษาดูงาน Farm Stay ในจังหวัด Akita : ลักษณะเป็นบ้านโบราณหลังคามุงจากอายุนับร้อยปี บริเวณรอบบ้านเป็นทุ่งนา ล้อมรอบด้วยบรรยากาศธรรมชาติที่สดชื่น เต็มไปด้วยต้นไม้อายุยืน และนาข้าว มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรม คือ ปลูกผัก รดน้ำผัก ทำอาหารและเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมแบบญี่ปุ่น

3. การศึกษาดูงานสำนักงานการท่องเที่ยว เมือง Okayama ที่มี การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สำคัญกับการจัดโซนการท่องเที่ยว จัดแบ่งออกเป็น 3 โซน ได้แก่ โซน 1) Station area ทำหน้าที่เป็น ศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง 2) Cultural area โซนศิลปวัฒนธรรม และ 3) University area โซนของการจัดกิจกรรมประชุมสัมมนาและแสดง นิทรรศการ ทั้ง 3 โซน ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วยระบบการขนส่งมวลชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ในแต่ละโซนก็

จะได้รับการพัฒนา และเชื่อมโยงส่งเสริมธุรกิจเอกชน ทั้งโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง สินค้าที่ระลึกตามฟังก์ชันของแต่ละโซนอย่างเป็นระบบ

4. การศึกษาดูงาน อีนานิวะอุตัง : ลักษณะของผลิตภัณฑ์มีจุดเด่นในตัวเอง/ การเลือกใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต ของเสียเป็นศูนย์ รสชาติแบบดั้งเดิมที่มาจากการสั่งสมประสบการณ์ /ความสามารถในการจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูป ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การต่อยอดผลิตภัณฑ์ /กระบวนการผลิตเน้นการทำมือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา /การใส่ใจกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และการคงรักษารสชาติแบบดั้งเดิมไม่เหมือนที่ใดในประเทศ

5. การศึกษาดูงาน ณ บริษัท MINAMOTO KITCHOAN : เส้นห์ของสินค้าและบริการการใส่ใจประสบการณ์ลูกค้าทุกขั้นตอน การพัฒนาสินค้า เพิ่มมูลค่าของสินค้า ผ่านการเล่าเรื่องราวที่ภาคภูมิใจ โดดเด่นของสินค้า ให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ เห็นคุณค่าของสินค้า หรือรู้สึกผูกพัน เช่น กรรมวิธี การผลิต ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ตำนานหาจุดเด่นสร้างเรื่องราว ตลอดจนหลักการตลาดด้วยการให้ความสำคัญกับดีไซน์และรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์และหีบห่อของสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่าง ความโดดเด่น และพลังดึงดูดจากลูกค้า และผู้รับบริการ ตลอดจนการสร้างพันธมิตรเครือข่ายในการทำงาน

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2

การพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ถือเป็นประเด็นท้าทายที่สำคัญของภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ที่จะต้องมีการบูรณาการอย่างเต็มศักยภาพ ในทุกมิติของการพัฒนา “รุก รับ ปรับตัว” ด้วยการสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่ ๆ /การร่วมกันแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ” และการปรับตัวให้เท่าทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ที่เชื่อมโยงรากซึ่งกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีศักยภาพ และความโดดเด่น ความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรม เชิงศาสนา ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชน มีมรดกโลก 2 แห่ง คือ มรดกโลกอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และมรดกโลกทางธรรมชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง แหล่งน้ำขนาดใหญ่ที่เอื้อประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว และการเกษตร เช่น บึงบอระเพ็ด บึงสีไฟ วิถีชีวิตชาวแพ บนลำน้ำน่าน เจ้าพระยา และสะแกกรัง ที่เป็นแหล่งสุดท้ายในประเทศไทย การพัฒนาจึงต้องสร้างความแตกต่างและปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างความได้เปรียบและเพิ่มขีดศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน โดยชุมชนเพื่อชุมชน ด้วยการใช้นวัตกรรมทางการจัดการและบริการให้ครบวงจรของห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นทางกลางทาง และปลายทาง สร้างคุณค่าในแต่ละห่วงโซ่ ดังนี้

การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ที่หลากหลายโดยชุมชนเพื่อชุมชน



1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยว ระบบคมนาคม ความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เช่น จุดบริการนักท่องเที่ยวที่ทันสมัย ศูนย์บริการ ศูนย์ข้อมูล เชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด ร้านจำหน่ายสินค้า หอมน้ำที่สะอาด และสภาพแวดล้อมที่สวยงาม สะอาดตา เพื่ออำนวยความสะดวก และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ยกย่องมาตรฐานและ

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้มีประสิทธิภาพ การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมถึงการติดตั้ง Free Wi-Fi ให้ครอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดเพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมถึงการให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนการทำงานตามผลการประชุมระหว่างนายกรัฐมนตรีกับผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้แทนภาคเอกชน ผู้บริหารท้องถิ่น และผู้แทนเกษตรกร เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2561 ณ จังหวัดนครสวรรค์ ให้เห็นผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม ในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายคมนาคมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งทางบก และทางน้ำ ที่มุ่งหวังให้กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างภาคกลาง ไปสู่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอาเซียน และเตรียมความพร้อมในทุกด้านเพื่อรองรับโครงข่ายคมนาคมทางราง “รถไฟรางคู่” และการกระจายนักท่องเที่ยวไปยังชุมชนของจังหวัดต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัด และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ให้ความสำคัญกับการวิจัย และการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ด้วยการบูรณาการความร่วมมือกับ สถาบันการศึกษาในพื้นที่ สำนักประสานงานการวิจัยและพัฒนาเชิงพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง สกว. กับภาคีเครือข่าย เพื่อศึกษาวิจัย “การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนที่เชื่อมโยงกันของ 4 จังหวัด ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2” ด้วยการทำเรื่องราว เรื่องเล่าขานของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวธรรมดา ยกกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยเป็นการ

เข้าไปสืบค้นเรื่องราว จากชุมชนบนเส้นทางท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เพื่อเปิดให้ได้รับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการนำเสนอสิ่งที่ภาคภูมิใจและเชื่อมโยงให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เป็นการสร้างคุณค่า และมูลค่าใหม่ให้กับแหล่งท่องเที่ยว และจะเป็นต้นแบบให้กับการทำงานวิชาการที่เข้าถึงชุมชน เจ้าของพื้นที่ภูมิภาคนักท่องเที่ยวขึ้นชม” เช่น ชุมชนตรอกโรงยา ถนนสั้น ตำบลนายนาว และวิถีชีวิตชาวแพสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี /ชุมชนตลาดวังกรด เสน่ห์วันวาน อาหารอร่อย จังหวัดพิจิตร /ตลาดย้อนยุคนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร /ตลาดเก่า สัมผัสวิถีชีวิตริมน้ำ เทียบแบบ Slow Life ที่ตลาดโบราณชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น อันเป็นการเพิ่มคุณค่า (Value) ของเส้นทางท่องเที่ยว จะส่งผลต่อการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay Tourists) และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ส่งผลไปสู่การสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด

3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) การท่องเที่ยวให้เป็นทุนทางสังคม โดยปรับเปลี่ยนจากการทำการเกษตรควบคู่กับการทำเป็น Farm Stay /แพ-สเตย์ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงวิถีชีวิต และเชิงวัฒนธรรม ที่เสริมสร้างอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร และชุมชน อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม วิถีชีวิต และยังสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มจังหวัด และประเทศ มีการสร้างความแตกต่างเพื่อมุ่งเน้นกลุ่มตลาด

นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่สนใจธรรมชาติและ การเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ ๆ ที่มีการแข่งขันไม่สูงและใช้ จุดเด่นที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น เช่น

- แนวคิดการพัฒนา แพ-สเตย์ ในลำน้ำสะแกกรัง ที่เป็นแบบ เฉพาะที่ไม่สามารถหาจากที่ไหนได้ หรือมีความเป็น Unique เป็นที่พัก ทางเลือกของนักท่องเที่ยว เข้าพักในแพร่วมกับเจ้าของแพ เข้าร่วมเรียนรู้ กับกิจกรรมวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การตัดบาตรทางน้ำ ประมงน้ำจืดแบบดั้งเดิม การเลี้ยงปลาแรดในกระชัง การย่างปลา สิ้นค้า ที่มีชื่อเสียงของจังหวัด การทำอาหารจากสัตว์น้ำของแม่น้ำสะแกกรัง ในสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ เป็นต้น

- แนวคิด Farm Stay ที่ขายความแตกต่าง ความช้า และ ความสุข “สงบ เงียบ เรียบ ช้า” เช่น การทำอาหารต้องเก็บผักจากแปลงที่ ปลุกเองของฟาร์ม ไม่มีโทรทัศน์ แต่มีหนังสือดี ๆ ให้เลือกอ่าน และเปิด โอกาสให้นักท่องเที่ยวที่เข้าพักได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชน การจัดทริปเที่ยวชมของดี เด่น ดัง ในชุมชน เช่น การขี่จักรยานเที่ยว หมู่บ้านวัฒนธรรม ชมป่าธรรมชาติ ป่าชุมชน การทอผ้า การปักสายตากับ ทิวทัศน์ภูเขาทุ่งนา และแม่น้ำ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐเข้าไป ช่วยเสริมเพื่อความเข้มแข็ง และยั่งยืน ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยใน ชีวิตและทรัพย์สิน การจัดระเบียบเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่พัก และ การกระตุ้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการ ท่องเที่ยวที่ให้บริการที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

กระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของบ้านที่ต่อสู้ท้องถิ่น การให้บริการที่น่าประทับใจ เพิ่มทักษะการให้บริการ และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว โดยดึง “เสน่ห์” ของชุมชนออกมาให้มากที่สุด ทั้งแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้เป็นที่ถูกใจของตลาดและผู้บริโภค

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน แบบครบวงจรตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ให้มีร้านค้าของชุมชน ที่มีความเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ในลักษณะ Farm Outlet ที่เปิดจำหน่ายสินค้าผลผลิตที่ส่งตรงถึงมือผู้บริโภค เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม ชิม ช้อป มีการบริหารงานในรูปแบบของกลุ่ม หรือสหกรณ์ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้วยตนเอง โดยไม่พึ่งพาภาครัฐ เพิ่มโอกาสทางการตลาด ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน อาศัยการช่วยเหลือพึ่งพากันเองในชุมชน สร้างสรรค์ให้เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวภายในจังหวัดและกลุ่มจังหวัด

5. ก้าวไปด้วยกัน ชุมชนจะต้องได้รับประโยชน์จากการเติบโตของการท่องเที่ยว คนในท้องถิ่น และชุมชน มีความรู้และเข้าใจว่าตัวเองมีส่วนร่วมอยู่ในส่วนใดของห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว และเข้ามามีส่วนร่วมการทำงาน และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากขึ้น ร่วมสร้างชุมชนท่องเที่ยวสู่ก้าวใหม่ ด้วยการใช้นวัตกรรมดีไซนการผลิตสินค้า ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์พื้นเมือง มีมาตรฐานและมีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น วางขาย ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า

6. การตลาดเชิงรุกด้วยการพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด

โดยจุดเด่นในเรื่องประวัติศาสตร์และมรดกโลก ให้มีความน่าสนใจและเป็นการเพิ่มมูลค่าทางการตลาด

- การประชาสัมพันธ์ และการทำกิจกรรมการตลาดเชิงรุกผ่านสื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ซึ่งการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมทั้งในด้านการบริหารเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชัน สำหรับโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางได้ด้วยตัวเอง หรือจัดระบบในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว

- การจัด Road Show ด้านการท่องเที่ยวพร้อมการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจังหวัด กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด (Press Tour) /การท่องเที่ยวภาค

สิ่งที่ท้าทายประเทศไทยในการก้าวผ่านในทศวรรษแห่งการเปลี่ยนแปลง เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” กลุ่มจังหวัด และจังหวัด มีบทบาทสำคัญในการผลักดัน และขับเคลื่อนการทำงานในยุทธศาสตร์เชิงรุกในพื้นที่ เพื่อเสริมจุดเด่นในแต่ละกลุ่มจังหวัด และจังหวัด ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน คือ กระบวนการมีส่วนร่วม การบูรณาการแผนงาน งบประมาณ ของทุกภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง โดยต้องทำงานเชิงบูรณาการอย่างเข้มแข็ง มีความเป็นมืออาชีพ รุกเข้าไปทำงานในพื้นที่ด้วยศาสตร์และศิลป์ การใช้ภูมิปัญญา นวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิด

