

ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑

วิสัยทัศน์

ศูนย์กลางสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการเพื่อสุขภาพครบวงจร
การท่องเที่ยวหลากหลายเชื่อมโยงอารยธรรมทวารวดี
การค้าและการลงทุนระดับสากลที่มีความสามารถในการแข่งขัน
และการค้าผ่านแดนสู่เอเชีย

พันธกิจ

๑. ปรับโครงสร้างการดำเนินงานทางเศรษฐกิจของชุมชน เกษตรกร วิสาหกิจชุมชนสหกรณ์ และวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ให้มีความสามารถในการแข่งขัน ก้าวทันเทคโนโลยี รู้ทันบริบทโลก รอดพ้น ภัยคุกคามได้ปานกลางสู่การมีรายได้ ที่มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน
๒. สร้างและประสานความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่ายระหว่างภาคเอกชน ชุมชนประชาคม และภาครัฐ รวมถึงเครือข่ายภายใน ในการพัฒนาส่งเสริมระบบดำเนินงานทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในกลุ่มจังหวัด
๓. ปรับปรุง สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่มีการเชื่อมโยงกัน และการพัฒนาทางเศรษฐกิจร่วมกันของกลุ่มจังหวัด
๔. พัฒนาระบบติดตามและประเมินผล รวมถึงกลไกในการขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรมของกลุ่มจังหวัด ให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์

เป้าประสงค์รวม

เศรษฐกิจมั่นคง ประชาชนมั่งคั่ง และความสุขที่ยั่งยืน
(มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน)

เศรษฐกิจมั่นคง ประเมินจากอัตราการขยายตัวมูลค่าผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัด ร้อยละ ๓.๕
ประชาชนมั่งคั่ง ประเมินจากมูลค่าผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดเฉลี่ยต่อหัว เพิ่มขึ้นร้อยละ ๕
ความสุขที่ยั่งยืน ประเมินจากค่าดัชนีความก้าวหน้าของคน (HAI) เฉลี่ยของกลุ่มจังหวัด ต้องไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของปี ๒๕๕๗ – ๒๕๕๘ (หรือไม่น้อยกว่า ๐.๖๒๒๙)

ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน ยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร

เน้นให้เกิดการพัฒนาสินค้าไม่ว่าจะเป็นสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน ระดับนานาชาติ ที่บ่งบอกถึงความปลอดภัย และมุ่งเน้นด้านสุขภาพซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาตั้งแต่ วิธีการผลิต ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ โดยส่งเสริมการใช้สารชีวภาพทดแทนสารเคมี และพัฒนาพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ สนับสนุนให้มีระบบตรวจสอบรับรองคุณภาพของสินค้าเกษตร พัฒนาการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีความหลากหลาย และส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร รวมทั้งวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนการตลาด ประชาสัมพันธ์ สินค้า และบริการ พัฒนาอุตสาหกรรมเชื่อมโยง สนับสนุนการเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร รวมถึงการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้มีสินค้าเพียงพอกับความต้องการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด อารยธรรมทวารวดี ไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และยกระดับการท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียง

เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด โดยมีประเด็น “อารยธรรมทวารวดี” เป็นกรอบในการดำเนินการ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม อารยธรรมทวารวดี วิถีชุมชน รวมถึงการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์และสภาพแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะมุ่งเน้นทางการประชาสัมพันธ์ การมีอีเวนต์ หรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาয়ังกลุ่มจังหวัด โดยจะต้องมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรม ตลอดจนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงสินค้าด้านการท่องเที่ยว ให้สื่อความหมายถึงอารยธรรมทวารวดี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาและส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนให้มีศักยภาพ ผลักดันเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการค้า การลงทุน เชื่อมโยงการค้าสู่เอเชีย

เน้นเรื่องการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ เพื่อเชื่อมโยงไปยังด้านตะวันตกสู่เอเชีย โดยใช้จังหวัดกาญจนบุรีที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นประตู เชื่อมโยงไปยังโครงการพัฒนาท่าเรือน้ำลึกและเขตนิคมอุตสาหกรรมทวาย รวมถึงเชื่อมโยงการพัฒนาที่ประเทศเพื่อนบ้านในระดับภูมิภาคโลก ตามแผนการพัฒนาตามแนวพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC) กับสนามบินสุวรรณภูมิ และท่าเรือแหลมฉบัง ในภาคตะวันออก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยกระดับการผลิต ภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้า ชุมชน และภาคแรงงาน ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตโดยเน้นวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม สู่ประเทศไทย ๔.๐

เน้นการสร้างนวัตกรรมการจัดการ ความคิดริเริ่ม และการตลาด เพื่อยกระดับการผลิต ภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ภายใต้กรอบแนวคิดประเทศไทย ๔.๐ เพื่อสร้างความเข้มแข็งภาคการเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน และในประเด็นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยให้ประเทศรอดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และกลยุทธ์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : พัฒนาสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน ยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร (THAILAND ๔.๐ – Food Health and Bio Technology)

เป้าประสงค์

รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการทางสุขภาพเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ข้อมูลปีฐาน		ค่าเป้าหมาย			
	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔
รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการทางสุขภาพเพิ่มขึ้น	N/A	๑๓,๘๐๗ ล้านบาท	๑๐%	๑๐%	๑๐%	๑๐%
จำนวนผลิตภัณฑ์เกษตร และเกษตรแปรรูป (ด้านสุขภาพ) ได้รับการพัฒนาส่งเสริม และจำหน่าย หรือได้รับมาตรฐานสินค้า	N/A	N/A	๔๐ ราย ผลิตภัณฑ์	๖๐ ราย ผลิตภัณฑ์	๘๐ ราย ผลิตภัณฑ์	๑๐๐ ราย ผลิตภัณฑ์
จำนวนสถานพยาบาลที่ได้รับมาตรฐาน HA (สถานะการรับรองชั้น ๓) ณ สิ้นปี จากจำนวนสถานพยาบาลทั้งหมด ๗๐ แห่ง	N/A	๒๓ แห่ง	๒๕ แห่ง	๒๗ แห่ง	๓๐ แห่ง	๓๓ แห่ง
จำนวนสถานพยาบาลแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ได้รับการพัฒนา หรือส่งเสริม หรือเพิ่มขึ้น (ได้รับสถานะรับรองคุณภาพ)	N/A	N/A	๑ แห่ง	๑ แห่ง	๑ แห่ง	๑ แห่ง
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม แบบปริมาณลูกโซ่ (ปีอ้างอิง พ.ศ. ๒๕๕๕) สาขาการบริการด้านสุขภาพและสังคม	๑.๓๔%	N/A	๒%	๒%	๒%	๒%

ที่มา : ระบบศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อการบริหารจัดเก็บและใช้ประโยชน์, กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยข้อมูลมาจากรายได้จากการขายสินค้า OTOP กลุ่มอาหาร เครื่องดื่มและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน)

กลยุทธ์

- ๑.๑ ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร
- ๑.๒ ส่งเสริมและสนับสนุนการตลาด ประชาสัมพันธ์ สินค้า และบริการ
- ๑.๓ พัฒนาสินค้าและบริการให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน
- ๑.๔ พัฒนาอุตสาหกรรมเชื่อมโยง สนับสนุนการเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร
- ๑.๕ พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ผลิตให้มีความพร้อมและศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการ
- ๑.๖ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้า
เกษตร อุตสาหกรรม และบริการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด อารยธรรมทวารวดี ไปยัง
แหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และยกระดับการท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียง
(THAILAND ๔.๐ – Culture and Diversity Linkage Tourism)

เป้าประสงค์

เพิ่มรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ข้อมูลปีฐาน		ค่าเป้าหมาย			
	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการ ท่องเที่ยวเฉลี่ย ๓ ปีซ้อนหลัง	๑๙.๑๗%	๑๖.๕๙%	๒๐%	๒๐%	๒๐%	๒๐%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวน นักท่องเที่ยวเฉลี่ย ๓ ปีซ้อนหลัง	๗.๖๗%	๘.๔๙%	๑๐%	๑๐%	๑๐%	๑๐%

กลยุทธ์

- ๒.๑ การส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- ๒.๒ การสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- ๒.๓ ส่งเสริมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง รวมถึงสินค้า
สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ของที่ระลึกฯ
- ๒.๔ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ รวมถึงบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- ๒.๕ ปรับปรุง พัฒนา ยกระดับคุณภาพเส้นทางคมนาคม และสร้างเส้นทางเชื่อมโยงแหล่ง
ท่องเที่ยว
- ๒.๖ อำนวยความสะดวก ความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : พัฒนาและส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนให้มีศักยภาพ ผลักดันเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการค้า การลงทุน เชื่อมโยงการค้าสู่เอเชีย (THAILAND ๔.๐ – Connectivity)

เป้าประสงค์

มูลค่าการค้าบริเวณด้านชายแดนเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ข้อมูลปีฐาน		ค่าเป้าหมาย			
	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการค้าบริเวณด้านชายแดนของกลุ่มจังหวัด (ไม่รวมก๊าซธรรมชาติ)	- ๑.๓๘%	๙.๔๑%	๑๐%	๑๐%	๑๐%	๑๐%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมในกลุ่มจังหวัด	N/A	N/A	๕%	๕%	๕%	๕%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการลงทุนในอุตสาหกรรม	๗.๐๘%	๕.๔๗%	๕%	๖%	๗%	๘%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม แบบปริมาณลูกโซ่ (ปีอ้างอิง พ.ศ. ๒๕๔๕) สาขาอุตสาหกรรม	๖.๘๐%	N/A	๗%	๘%	๙%	๑๐%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม แบบปริมาณลูกโซ่ (ปีอ้างอิง พ.ศ. ๒๕๔๕) สาขาการขนส่ง, ปศุ การซ่อมแซมยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคล	๕.๕๗%	N/A	๖%	๖%	๖%	๖%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม แบบปริมาณลูกโซ่ (ปีอ้างอิง พ.ศ. ๒๕๔๕) สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และบริการทางธุรกิจ	-๕.๓๘%	N/A	๒%	๒%	๒%	๒%

กลยุทธ์

- ๓.๑ พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ระบบโลจิสติกส์ และเครือข่ายคมนาคม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการค้า การลงทุน เชื่อมโยงการค้าสู่เอเชีย
- ๓.๒ พัฒนาด้านชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
- ๓.๓ ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ๓.๔ พัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อการส่งออก
- ๓.๕ ยกกระดับผู้ประกอบการของกลุ่มจังหวัดให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน และสามารถประกอบธุรกิจระหว่างประเทศได้

๓.๖ พัฒนาระบบส่งเสริม และกระตุ้นให้เกิดการค้า การลงทุนในกลุ่มจังหวัด และผลักดันให้มีการลงทุนในต่างประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ยกระดับการผลิต ภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตโดยเน้นวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม สู่ประเทศไทย ๔.๐ (THAILAND ๔.๐ – Automatic and Digital Technology)

เป้าประสงค์

เพิ่มผู้ผลิตภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ที่ปรับเปลี่ยนกระบวนการ สู่ประเทศไทย ๔.๐

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ข้อมูลปีฐาน		ค่าเป้าหมาย			
	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔
จำนวนผู้ผลิตภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ที่ปรับเปลี่ยนกระบวนการ สู่ประเทศไทย ๔.๐	N/A	N/A	๑๐ ราย/ ผลิตภัณฑ์	๑๐ ราย/ ผลิตภัณฑ์	๑๐ ราย/ ผลิตภัณฑ์	๑๐ ราย/ ผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์

- ๔.๑ พัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยใช้นวัตกรรม
- ๔.๒ ส่งเสริมและปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ระดับชุมชน (Small Batch)
- ๔.๓ ส่งเสริมการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสนับสนุน สินค้าเชิงนวัตกรรม
- ๔.๔ ส่งเสริมความรู้และความสามารถให้กับแรงงานในภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน ให้สนับสนุนการทำงานเชิงนวัตกรรม
- ๔.๕ พัฒนาระบบการส่งเสริม ปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนในการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นประเทศไทย ๔.๐