

แผนพัฒนาอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค

พ.ศ. 2566 – 2570

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1



DIPROM
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION

คำนำ

ตามกฎหมายกระทรวง แบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๖๐ ได้กำหนดอำนาจและหน้าที่ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคให้เป็นหน่วยงานวิชาการในการเสนอความเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคให้เกิดการเชื่อมโยงเชิงยุทธศาสตร์ ตลอดจนดำเนินการเกี่ยวกับการผลักดันนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมในภูมิภาคไปสู่การปฏิบัติ

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าว รวมถึงบรรลุผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้น ๓ อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในพื้นที่ ๘ จังหวัดภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน) ประกอบด้วย อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และอุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ อันมีส่วนช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำในสังคมและเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เพื่อให้ภาคเหนือตอนบนเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ซึ่งจะนำพาประเทศไทยให้พร้อมก้าวสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนพัฒนาอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ จะเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นกรอบแนวทางการจัดทำคำของบประมาณและแผนงานโครงการทั้งภายในหน่วยงานและหน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้องต่อไป

กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงานภูมิภาค
ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กันยายน ๒๕๖๔

สารบัญ

	หน้า
๑. ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป	๑
๑.๑ สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของโลกและของไทยโดยรวม	๑
๑.๑.๑ สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของโลกโดยรวม	๑
๑.๑.๒ สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของไทยโดยรวม	๘
๑.๒ สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของภาคโดยรวม	๑๙
๑.๒.๑ เศรษฐกิจและสังคม	๑๙
๑.๒.๒ โครงสร้างพื้นฐาน	๓๐
๑.๒.๓ ภาคอุตสาหกรรม	๓๓
๑.๒.๔ ภาคเกษตร	๔๑
๑.๒.๕ ภาคการค้า	๔๔
๑.๒.๖ ภาคการท่องเที่ยวและบริการ	๔๕
๑.๓ บทบาทภารกิจของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค	๔๙
๑.๓.๑ อำนาจและหน้าที่ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค ตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๖๐	๔๙
๑.๓.๒ วิสัยทัศน์และพันธกิจตามแผนปฏิบัติการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑	๔๙
๑.๔ พื้นที่รับผิดชอบ	๕๐
๑.๔.๑ พื้นที่และจังหวัดที่อยู่ในความรับผิดชอบ	๕๐
๑.๔.๒ พื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน	๕๐
๒. ส่วนที่ ๒ ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม	๕๒
(ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ)	
๒.๑ แผนระดับที่ ๑ ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐	๕๒
๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม)	๕๓
๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐	๕๓
๒.๒.๒ แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔)	๕๘
๒.๒.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔	๕๘
๒.๓ แผนระดับที่ ๓ (เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม)	๖๒
๒.๓.๑ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ๔.๐ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๕)	๖๒
๒.๓.๒ แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๗๔	๖๒
๒.๓.๓ แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)	๖๓

๒.๓.๔	แผนปฏิบัติการราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)	๖๓
	กระทรวงอุตสาหกรรม	
๒.๓.๕	แผนปฏิบัติการราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)	๖๔
	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	
๒.๓.๖	แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๗๐)	๖๕
๒.๓.๗	แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)	๖๗
๒.๓.๘	ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุภาพนานาชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๙)	๖๙
๒.๓.๙	ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๙)	๗๑
๒.๓.๑๐	แผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๕	๗๓
๒.๓.๑๑	แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๗๖
๒.๓.๑๒	แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๗๖
๒.๓.๑๓	แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๗๘
๒.๓.๑๔	แผนพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๗๙
๒.๓.๑๕	แผนพัฒนาจังหวัดลำพูน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๘๐
๒.๓.๑๖	แผนพัฒนาจังหวัดลำปาง พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๘๑
๒.๓.๑๗	แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๘๒
๒.๓.๑๘	แผนพัฒนาจังหวัดพะเยา พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๘๓
๒.๓.๑๙	แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๘๔
๒.๓.๒๐	แผนพัฒนาจังหวัดน่าน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๘๕
๒.๓.๒๑	การเชื่อมโยงแผนพัฒนาเชิงพื้นที่ในประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับภาคส่วนต่างๆ	๘๖
๓.	ส่วนที่ ๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม	๘๗
๓.๑	ประเด็นปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ	๘๗
๓.๑.๑	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	๘๗
๓.๑.๒	วิสาหกิจชุมชน	๘๘
๓.๑.๓	ประเด็นปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะในภาพรวม	๘๙
๓.๒	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (STEEP+I)	๙๓
๓.๒.๑	ด้านสังคม (Social)	๙๓
๓.๒.๒	ด้านเทคโนโลยี (Technology)	๙๔
๓.๒.๓	ด้านเศรษฐกิจ (Economic)	๙๔
๓.๒.๔	ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)	๙๖
๓.๒.๕	ด้านการเมือง (Politics)	๙๗
๓.๒.๖	ด้านอุตสาหกรรม (Industry)	๙๙

๔. ส่วนที่ ๔	แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมของภาคเหนือตอนบน	๑๐๑
๔.๑	ประเด็นมุ่งเน้นและกลุ่มเป้าหมาย	๑๐๑
๔.๑.๑	ประเด็นมุ่งเน้น	๑๐๑
๔.๑.๒	กลุ่มเป้าหมาย	๑๐๒
๔.๒	แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ	๑๐๓
๔.๒.๑	อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป	๑๐๓
๔.๒.๒	อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	๑๐๓
๔.๒.๓	อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ	๑๐๔
๕. ส่วนที่ ๕	รายละเอียดโครงการสำคัญ	๑๐๕
๖. ภาคผนวก	แหล่งข้อมูลอ้างอิง	๑๒๔

แผนพัฒนาอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑

๑. ข้อมูลทั่วไป

๑.๑ สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของโลกและของไทยโดยรวม

๑.๑.๑ สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของโลกโดยรวม

(๑) ภาวะเศรษฐกิจโลก

นับตั้งแต่ต้นปี ๒๕๖๓ ที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของแต่ละประเทศทั่วโลกเป็นวงกว้าง ถือเป็นวิกฤตที่ไม่เหมือนวิกฤตใดในอดีต โดยมีรูปแบบของการเกิดที่ต่างจากวิกฤตอื่นในอดีต เริ่มต้นจากการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของ COVID-19 กลายเป็นมหาวิกฤตทางสาธารณสุขโลก ภาครัฐในหลายประเทศต้องใช้มาตรการล็อกดาวน์ครั้งใหญ่ (Great Lockdown) เพื่อจำกัดการแพร่ระบาด ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้คนและทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ทั่วโลกหยุดชะงักพร้อมกัน (Global Simultaneous Shocks) กิจกรรมการผลิตที่หยุดชะงักพร้อมกันกับรายได้และกำลังซื้อที่ลดลงรุนแรงทำให้ลูกกลามเป็นวิกฤตทางเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งในครั้งนี้มีลักษณะพิเศษคือเป็นวิกฤตคู่ทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์พร้อมกัน (Twin Supply-demand Shocks) ต่อเนื่องมาจนถึงปี ๒๕๖๔ โดยการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในปี ๒๕๖๔ จะชะลอตัวจากจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID-19 ระลอกใหม่ที่กลับมาเพิ่มขึ้นในบางกลุ่มประเทศ ทำให้ภาครัฐต้องกลับมาใช้มาตรการปิดเมืองที่เข้มงวดขึ้น อีกครั้ง หากแต่มาตรการปิดเมืองในรอบนี้ยังไม่เข้มงวดเท่ากับมาตรการในปีก่อนหน้า ทำให้ผลกระทบต่อเศรษฐกิจน่าจะมีย่นกว่า หลายประเทศที่เผชิญการแพร่ระบาดระลอกใหม่ทั้งที่เคยควบคุมการแพร่ระบาดได้ดีก่อนหน้านี้ยังมีจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งเกิดจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 สายพันธุ์ใหม่ที่มีการแพร่ระบาดได้ง่ายและรวดเร็วกว่าสายพันธุ์เดิม อย่างไรก็ตาม คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มกลับมาฟื้นตัวได้ดีในไตรมาสที่ ๒ ของปี ๒๕๖๔ เป็นต้นไป

กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund : IMF) คาดการณ์แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจโลกในปี ๒๕๖๔ ร้อยละ ๖.๐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากเดิมที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ ๕.๕ เนื่องจากประเทศส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะฟื้นตัวดีขึ้นกว่าที่ประเมินไว้ ขณะที่ธนาคารโลก (World Bank) คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจโลกในปี ๒๕๖๔ จะเติบโตเพียงร้อยละ ๔.๐ โดยปรับลดจากเดิมที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ ๔.๓ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ในหลายประเทศทั่วโลก แม้ว่าเริ่มมีการกระจายวัคซีนไปยังประเทศต่างๆ บ้างแล้วก็ตาม นอกจากนี้ องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organisation for Economic Co-operation and Development : OECD) คาดการณ์ว่าในปี ๒๕๖๔ เศรษฐกิจโลกที่จะกลับมาฟื้นตัวได้ที่ร้อยละ ๔.๒ แต่ลดลงจากเดิมที่เคยคาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ ๕.๐ แสดงให้เห็นว่าแม้เศรษฐกิจโลกในปี ๒๕๖๔ จะพลิกกลับมาเป็นบวกจากเดิมที่ติดลบในปี ๒๕๖๓ แต่ยังคงไม่สามารถชดเชยมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นนับตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ ได้ อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจจะมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

๑. ความรวดเร็วในการฉีดวัคซีนซึ่งจะนำไปสู่การเกิดภูมิคุ้มกันหมู่ (Race to Herd Immunity) โดยประเทศที่มีภูมิคุ้มกันหมู่ได้ก่อนจะทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจสามารถกลับมาดำเนินได้อีกครั้ง เนื่องจากผลกระทบของ COVID-19 ที่มีต่อสุขภาพของประชากรลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ภาครัฐสามารถลดความเข้มข้นของมาตรการปิดเมืองได้ก่อนและได้มากกว่า รวมถึงอาจเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรืออนุญาตให้ประชากรเดินทางไปท่องเที่ยวได้ก่อน โดยกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วหลายแห่งมีความคืบหน้าในการฉีดวัคซีนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอิสราเอล สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และบางประเทศในแถบตะวันออกกลาง ขณะที่การผลิตและจัดส่งวัคซีนที่ล่าช้าทำให้ความคืบหน้าในการฉีดวัคซีนล่าช้ากว่าแผน มีการคาดการณ์ว่าประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะเกิดภูมิคุ้มกันหมู่ในไตรมาสที่ ๒-๓ ของปี ๒๕๖๔ ส่วนประเทศในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) จะมีความแตกต่างกันอย่างมาก เช่น จีนในไตรมาสที่ ๔ ของปี ๒๕๖๔ ไทยในไตรมาสที่ ๑ ของปี ๒๕๖๕ ประเทศในกลุ่ม CLMV อาจต้องรอไปจนถึงครึ่งหลังของปี ๒๕๖๕

๒. ความต่อเนื่องและเพียงพอของมาตรการภาครัฐเพื่อลดผลกระทบจากแผลเป็นทางเศรษฐกิจ โดยธนาคารกลางทั่วโลกยังคงดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายเป็นปกติและคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในระดับต่ำอย่างต่อเนื่อง ขณะที่มาตรการภาครัฐในส่วนนโยบายการคลัง กลุ่มประเทศพัฒนาแล้วได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจขนาดใหญ่กว่ากลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจากความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนปริมาณมากในต้นทุนที่ต่ำ และยังมีแนวโน้มในการออกมาตรการเพิ่มเติม โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาที่ได้มีการเสนอมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจขนาด ๑.๙ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจเร่งตัวขึ้นอย่างมากและจะเป็นแรงขับเคลื่อนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในระยะต่อไป อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาจากมาตรการข้างต้นนั้น ทำให้ตลาดเริ่มมีความกังวลต่ออัตราเงินเฟ้อที่เร่งตัวขึ้นจนอาจเป็นสาเหตุให้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกต้องหยุดชะงักลง ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจยังมีอย่างจำกัดและอยู่ในระดับที่บริหารจัดการได้ แต่ยังคงจับตามองอัตราเงินเฟ้อในระยะปานกลางที่อาจสูงขึ้นได้กว่าที่คาด จากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจโลก เช่น ห่วงโซ่การผลิตของโลกที่สั้นลง การค้าระหว่างประเทศที่ลดลง การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนการผลิตและระดับราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้นได้เร็วกว่าในอดีต ทำให้ธนาคารกลางของประเทศต่างๆ จึงต้องปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายเร็วและแรงกว่าที่คาด ส่งผลให้เกิดความผันผวนของตลาดการเงินและเศรษฐกิจโลกโดยรวมได้ ขณะที่ประเทศในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) อาจเผชิญข้อจำกัดในการออกมาตรการเพิ่มเติมหลังหนี้สาธารณะเพิ่มสูงขึ้นมากและมีการถูกลดอันดับความน่าเชื่อถือลง

อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจโลกยังต้องเผชิญกับความท้าทายสำคัญอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการฟื้นตัวในระยะต่อไป ทั้งการผลิตขนส่ง และแจกจ่ายวัคซีน ขนาดและทิศทางของมาตรการเศรษฐกิจชุดใหม่ของสหรัฐอเมริกาในสมัยของไบเดน ปัญหาหนี้และฐานะการคลังของประเทศทั่วโลก ความสัมพันธ์ระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีนที่คาดว่าจะยังตึงเครียดจากการแข่งขันด้านเทคโนโลยีและตลาดทุน การส่งข้อมูลข้ามพรมแดน (Cross-border Data Flow) ที่จะมีข้อจำกัดมากขึ้นทั้งจากประเด็นความมั่นคงซึ่งเป็นภาระต่อธุรกิจข้ามชาติ ความเปราะบางต่อระบบสาธารณสุขโลกหลังวิกฤต COVID-19 ตลอดจนข้อพิพาทระหว่างจีนกับอินเดีย โดยยังมีปัจจัยเสี่ยงที่ยังคงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกจนถึงปัจจุบันดังนี้

๑. มาตรการปิดเมืองที่เริ่มกลับมาเข้มงวดขึ้นส่งผลให้เศรษฐกิจโลกผ่านจุดต่ำสุดมาแล้วแต่การฟื้นตัวเริ่มมีแนวโน้มช้าลง แม้บางประเทศจะสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ดีและเริ่มทยอยเปิดเมืองแล้วก็ตาม หากแต่ในหลายประเทศจำนวนผู้ติดเชื้อกลับมาเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐจึงเริ่มมีการเลื่อนการเปิดเมือง (Lockdown Easing Delay) หรือกลับเพิ่มความเข้มงวดในบางพื้นที่ (Local Lockdown) ซึ่งมีความเข้มงวดน้อยกว่าการปิดเมืองแบบทั่วไป (Nation-wide Lockdown) เนื่องจากรัฐบาลในหลายประเทศตระหนักถึงผลกระทบของการปิดเมืองแบบทั่วไปที่ทำให้เศรษฐกิจต้องตกอยู่ในภาวะหยุดชะงักและหดตัวลงอย่างมากดังเช่นในปี ๒๕๖๓ อีกทั้งบางกลุ่มประเทศยังไม่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดได้ดีนักหลังผ่อนคลายมาตรการปิดเมืองลง

๒. มาตรการทางการคลังขนาดใหญ่ของภาครัฐในหลายประเทศที่ออกมาเพื่อประคับประคองเศรษฐกิจที่อยู่ในภาวะหยุดชะงักและตลาดการเงินที่อยู่ในภาวะวิ่งเข้าหาเงินสด ซึ่งมาตรการประเภทให้เงินช่วยเหลือ (Cash Handout) ส่วนใหญ่เป็นมาตรการชั่วคราวที่ใช้กระตุ้นเศรษฐกิจในภาวะวิกฤต โดยหากการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาไม่ทันกับการสิ้นสุดลงของมาตรการภาครัฐ หรือภาครัฐยังไม่มีมาตรการใหม่ๆ ออกมารองรับ หรือมาตรการเหล่านั้นได้รับการต่ออายุออกไปแต่ในขนาดเล็กลง จะส่งผลให้เกิดหน้าผาทางการคลัง (Fiscal Cliff) ที่เศรษฐกิจของหลายประเทศเกิดการสูญเสียแรงขับเคลื่อนทางการคลังอย่างฉับพลันและรุนแรง ยิ่งมาตรการนั้นๆ มีขนาดใหญ่เท่าใด เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาของมาตรการจะยิ่งทำให้เศรษฐกิจสูญเสียแรงส่งมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่จะฉุดรั้งให้การเติบโตทางเศรษฐกิจลดต่ำลงและอาจรุนแรงถึงขั้นเศรษฐกิจถดถอย

๓. รอยแผลเป็นจากวิกฤต COVID-19 (Scarring Effects) จากมาตรการปิดเมืองที่เข้มงวดในหลายประเทศส่งผลให้แรงงานจำนวนมากถูกเลิกจ้างเป็นเวลานาน แม้ว่าภายหลังจะมีการผ่อนคลายมาตรการลงไปบ้าง แต่อัตราการว่างงานยังคงอยู่ในระดับที่สูง เป็นผลมาจากแนวโน้มเศรษฐกิจที่ยังคงอ่อนแอและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่อยู่ในระดับต่ำทำให้ภาคธุรกิจมีความลังเลต่อการกลับมาจ้างงาน ซึ่งการว่างงานที่นานต่อเนื่องอาจทำให้ระดับฝีมือแรงงานถดถอยลง และแม้แรงงานที่ถูกเลิกจ้างบางส่วนจะสามารถกลับมาทำงานได้แต่อาจไม่สามารถกลับไปประกอบอาชีพเดิมได้ ส่งผลเสียต่อต้นทุนด้านการจับคู่ (Job-matching Capital) ทั้งทักษะเฉพาะทางที่ได้มาจากการฝึกฝนงานเดิมเป็นเวลานานและความเข้าใจในการดำเนินงานและลักษณะเฉพาะของธุรกิจ นอกจากนี้ การจำกัดการเดินทางจากมาตรการปิดเมืองส่งผลให้ประชาชนลดการบริโภคและการลงทุนลง ภาคธุรกิจจึงสูญเสียรายได้จากการค้าโดยเฉพาะภาคบริการที่ลดลงอย่างมาก แม้ว่าธุรกิจบางส่วนจะสามารถปรับลดต้นทุนลงได้และได้รับการช่วยเหลือจากมาตรการภาครัฐ แต่ต้นทุนส่วนใหญ่ของธุรกิจยังไม่สามารถปรับลดลงได้เท่าหรือใกล้เคียงกับรายได้ที่ลดลง ส่งผลให้บริษัททั่วโลกมีแนวโน้มปิดกิจการหรือล้มละลายมากขึ้น

๔. โครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาการท่องเที่ยวและบริการในสัดส่วนสูงและมีความเชื่อมั่นในระดับต่ำจะมีอัตราการฟื้นตัวช้ากว่า โดยการท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะฟื้นตัวได้ช้าที่สุด โดยเฉพาะหลังจากที่หลายประเทศกลับมาใช้มาตรการควบคุมที่เข้มงวดขึ้น สำหรับการเดินทางในประเทศที่มีการฟื้นตัวก่อนหน้านี้จะปรับชะลอตัวลงเช่นกัน นอกจากนี้ ภาคบริการยังคงฟื้นตัวช้ากว่าภาคการผลิตเนื่องจากได้รับผลกระทบจากมาตรการปิดเมืองและนโยบายเว้นระยะห่างทางสังคม

(๒) ข้อตกลงหรือกฎระเบียบระหว่างประเทศ

ในโลกที่ทุกประเทศยังต้องการเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าในระดับนานาชาติ (Global Value Chains : GVCs) การใช้สิทธิประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement : FTA) ยังคงมีความสำคัญในการสร้างอำนาจการต่อรอง ไม่ว่าจะเป็นการลดภาษีศุลกากรและการลดหรือเลิกมาตรการทางการค้าที่มีไม่มาตรการทางภาษี (Non-Tariff Measures : NTMs) ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำลง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกคนที่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการจากต่างประเทศในราคาถูกลงและคุณภาพเหมาะสมกับราคามากยิ่งขึ้น FTA ยังเพิ่มโอกาสในการลงทุน ทั้ง ๒ ทิศทาง คือ นักลงทุนในประเทศออกไปลงทุนในต่างประเทศและนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ ซึ่งหมายถึงโอกาสการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นสำหรับคนในประเทศ และในข้อตกลงการค้าสมัยใหม่ ประเด็นด้านกฎระเบียบ กติกา สำหรับการทำการค้า การลงทุน ในลักษณะที่มีมาตรการให้ประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติตาม และทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคสามารถคาดการณ์ถึงผลของการบังคับใช้ (Rule-based and Predictable) มักจะถูกพัฒนาาร่วมกันในระหว่างเจรจาข้อตกลงทางการค้าด้วย

ขณะที่ประเด็นสำคัญในกรอบเจรจาการค้ารูปแบบใหม่ๆ มักจะเน้นในประเด็น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การเพิ่มความโปร่งใส ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม และการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน แต่ในบางครั้งความพยายามในการคุ้มครองประเด็นเหล่านี้กลับกลายเป็นการกีดกันทางการค้า หรือ กลายเป็นการสร้างกำแพงกั้นระหว่างประเทศสมาชิกมากยิ่งขึ้นไปอีก เช่น ในกฎกติกาเดิมของ WTO มีการสร้างกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านทรัพย์สินทางปัญญาอยู่แล้วที่เรียกว่า ความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Trade-Related Aspect of Intellectual Property Rights : TRIPS) ซึ่งกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ๗ ประเภท ได้แก่ ลิขสิทธิ์และสิทธิอื่นที่เกี่ยวข้อง (Copyrights) เครื่องหมายการค้า (Trademarks) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications) แบบอุตสาหกรรม (Industrial Designs) สิทธิบัตร (Patents) การออกแบบวงจรรวม (Integrated Circuit Layout-Designs) และการคุ้มครองข้อมูลสารสนเทศที่ไม่เปิดเผย (Undisclosed or Confidential Information) หรือบางครั้งจะมีการเพิ่มการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาประเภทที่ ๘ เข้าไปด้วย คือ การคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่ (New Plant Varieties) แต่ในบางกรอบการเจรจาการค้า คู่เจรจา โดยเฉพาะประเทศที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาเป็นจำนวนมากต้องการปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของตนมากกว่าที่ตกลงไว้ในเวทีองค์การการค้าโลก โดยนิยมเรียกว่า TRIPS+ (TRIPS Plus) ซึ่งประเด็นสำคัญที่ต้องคำนึงถึง คือ การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เพิ่มขึ้น ย่อมทำให้ผู้ผลิต วิจัย และคิดค้นผลิตภัณฑ์ยาได้รับการคุ้มครองยาวนานมากยิ่งขึ้น และทำให้สามารถสร้างผลกำไรในลักษณะของการผูกขาดได้นานขึ้น เนื่องจากผู้ผลิตรายอื่นๆ ไม่สามารถผลิตได้ โดยผู้ผลิตรายอื่นๆ เหล่านี้ที่มีศักยภาพในการผลิต แต่ไม่ได้ลงทุนในการผลิตย่อมมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่ามาก

นอกจากประเด็นการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับยาแล้ว ยังมีประเด็นการคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่ ที่หลายฝ่ายอาจจะยังไม่มี ความเข้าใจหรือมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนด้วย ส่วนประเด็นด้านการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Government Procurement) เป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่จะเป็นมาตรฐานใหม่ การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐซึ่งเป็นเงินก้อนใหญ่ที่ซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ในแต่ละปีจะมีความโปร่งใสมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ในอนาคตทุกการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐจะต้องโปร่งใส และอนุญาตให้

ผู้ประกอบการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสามารถเข้ามาประมูลงาน รับจ้าง ทำงาน และขายสินค้าให้กับภาครัฐได้ โดยมีผู้ประกอบการที่มีต้นทุนต่ำกว่า เทคโนโลยีดีกว่า และมีประสิทธิภาพมากกว่า ผู้ประกอบการที่เคยผูกขาดกับภาครัฐจะถูกแข่งขัน แต่สำหรับผู้บริโภคจะได้ใช้สินค้าและบริการของภาครัฐที่มีคุณภาพมากขึ้น มีความโปร่งใส และมีความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณ ในทางกลับกัน การเข้าร่วมข้อตกลงดังกล่าวมีข้อเสียเปรียบเช่นกัน โดยเฉพาะการออกกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อให้ภาครัฐสามารถจัดซื้อจัดจ้างโดยมีเงื่อนไขให้การสร้างอุตสาหกรรมที่ภาครัฐต้องการส่งเสริม หรืออุตสาหกรรมที่รัฐต้องการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อให้เทคโนโลยีเหล่านั้นต้องพัฒนาขึ้นและตั้งอยู่ภายในประเทศอาจจะไม่สามารถทำได้อย่างเต็มที่ ตลอดจนข้อตกลงทางการค้าในยุคใหม่จะกล่าวถึงการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านแรงงานระหว่างประเทศขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organisation : ILO) ที่ให้เสรีภาพในการสมาคมและสิทธิในการรวมตัวเพื่อเจรจาต่อรอง ส่งผลให้แรงงานต่างด้าว แรงงานในภาคเอกชน และข้าราชการสามารถรวมตัวกันในรูปแบบของสหภาพแรงงานได้ ในมิติหนึ่งเป็นการส่งเสริมในมิติสิทธิและความยุติธรรมทางสังคม แต่ในอีกมิติหนึ่งการรวมตัวของแรงงานต่างด้าวจำนวนมากอาจสร้างความกังวลให้กับฝ่ายความมั่นคงได้

สำหรับประเทศไทย กรอบการเจรจาการค้า ๒ กรอบที่สำคัญที่สุดที่ทุกภาคส่วนจะต้องเร่งศึกษา ปรับตัว และยอมรับในกฎกติกาใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและการลงทุน คือ ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership : RCEP) ระหว่าง ๑๐ ประเทศสมาชิกอาเซียน และ ๖ ประเทศคู่เจรจา ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ และความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Trans-pacific Partnership : CPTPP) โดยมี ๑๑ ประเทศสมาชิก ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน เวียดนาม ญี่ปุ่น แคนาดา เม็กซิโก ชิลี เปรู ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ที่ครอบคลุมหลายประเทศสมาชิก มูลค่าเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และจำนวนประชากรกว่าครึ่งหนึ่งของโลก จึงถือได้ว่ามีพลวัตและกำลังซื้อสูง นับเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ที่มีกรอบกติกาทางการค้าและการลงทุนใหม่ๆ ในหลายมิติที่ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอาจไม่คุ้นชิน และมีต้นทุนในการปรับตัว นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีกรอบการเจรจาการค้าสมัยใหม่อื่นๆ ที่ครอบคลุมในหลายมิติ ดังนี้

๑. ข้อตกลงสหรัฐอเมริกา-เม็กซิโก-แคนาดา (US-Mexico-Canada Agreement : USMCA)

๒. ข้อตกลงการค้าเสรีสหภาพยุโรป-เวียดนาม (EU-Vietnam Free Trade Agreement : EVFTA)

๓. ข้อตกลงการค้าเสรีสหภาพยุโรป-สิงคโปร์ (EU-Singapore Free Trade Agreement : ESFTA)

๔. สมาคมการค้าเสรียุโรป (European Free Trade Association : EFTA) โดยมี ๔ ประเทศสมาชิก ได้แก่ ไอร์แลนด์ ลิกเตนสไตน์ นอร์เวย์ และสวิตเซอร์แลนด์

๕. สหภาพเศรษฐกิจยูเรเชีย (Eurasian Economic Union: EaEU) โดยมี ๕ ประเทศสมาชิก ได้แก่ เบลารุส คาซัคสถาน คีร์กีซสถาน อาร์มีเนีย และรัสเซีย

๖. ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-แคนาดา (ASEAN-Canada Free Trade Agreement)

(๓) ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets : EM)

กลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets : EM) เป็นกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (Developing Country) ที่ในอดีตมักพึ่งพารายได้จากภาคการเกษตรและภาคการผลิตเป็นส่วนใหญ่ โดยในปัจจุบันมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีกระแสเงินทุนจากนักลงทุนต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพที่จะเติบโตต่อไปได้อีก อันเป็นผลมาจากนโยบายต่างๆ ที่มีเป้าหมายในการเร่งพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงไปเป็นกลุ่มประเทศประเทศตลาดพัฒนาแล้ว (Developed Markets : DM) อีกทั้งบางประเทศอาจเพิ่งมีการเปิดประเทศภายหลังจากการปิดประเทศมาอย่างยาวนาน โดยกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่มีขนาดเศรษฐกิจในสัดส่วนมากถึงร้อยละ ๕๙ ของ GDP โลก ขณะที่ขนาดเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วมีแนวโน้มลดลง

แต่เนื่องจากเป็นประเทศที่ถูกจัดว่าอยู่ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่นั้นมีจำนวนมาก อาจเป็นเรื่องยากที่นักลงทุนจะสามารถติดตามและเข้าถึงข้อมูลของประเทศเหล่านั้นได้ทั้งหมด จึงเป็นที่มาของการพัฒนาดัชนี MSCI Emerging Markets ซึ่งเป็นดัชนีที่จัดขึ้นตามมาตรฐานของ Morgan Stanley Capital International (MSCI) โดยนักลงทุนมักจะนำมาใช้ในการตัดสินใจที่จะลงทุนในตลาดทุนต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายสถาบันที่มีการวิเคราะห์และจัดกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ที่แตกต่างกันไปบ้าง อาทิ IMF, BRIC, FTSE, S&P, EM Bond Index, Dow Jones, Russell และ Columbia University EMGP หากอ้างอิงตามดัชนี MSCI Emerging Markets กลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่จะครอบคลุมใน ๓ ภูมิภาค ๒๗ ประเทศทั่วโลก ดังนี้

๑. ประเทศแถบเอเชีย ได้แก่ จีน อินเดีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ มาเลเซีย ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน และไทย

๒. ประเทศแถบละตินอเมริกา ได้แก่ อาร์เจนตินา บราซิล ชิลี โคลัมเบีย เม็กซิโก และเปรู

๓. ประเทศแถบยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา (EMEA) ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก อียิปต์ กรีซ ฮังการี คูเวต โปแลนด์ กาตาร์ รัสเซีย ซาอุดีอาระเบีย แอฟริกาใต้ ตุรกี และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ส่วนการจัดแบ่งประเทศในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets : EM) และกลุ่มประเทศประเทศตลาดพัฒนาแล้ว (Developed Markets : DM) มักจะพิจารณาจากอันดับความน่าเชื่อถือของประเทศ (Sovereign Credit Rating) ที่สะท้อนความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวประชากร (GDP per Capita) ที่สะท้อนมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีของประชากร โดยมักจะจัดแบ่งที่ระดับ ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ตลาดหุ้น ดอกเบี้ย อันเป็นผลมาจากกระแสเงินทุนจากนักลงทุนต่างชาติ (Fund Flows) รวมถึงการพัฒนาของตลาดเงิน และตลาดทุนที่จะพิจารณาจากขนาดของตลาด และการดำเนินนโยบายของภาครัฐ ทั้งมาตรการทางภาษี อัตราดอกเบี้ยนโยบาย การควบคุมระดับเงินเฟ้อ หรือการดูแลเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยน

สาเหตุที่ทำให้ให้นักลงทุนต่างชาติมักจะเลือกลงทุนในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่เนื่องจากมีอัตราการเติบโตที่สูงมากแม้ว่า GDP จะไม่ได้สูง แต่เนื่องจาก GDP ที่ไม่สูงมากเป็นเหตุที่ทำให้เติบโตอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากเงินที่เข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ทั้งนี้ นโยบายภาครัฐที่มีการลงทุนอย่างต่อเนื่องและเงินทุนจากต่างประเทศที่ทะลักเข้ามาหลังจากเปิดประเทศ นักลงทุนจึงเล็งเห็นถึง

ศักยภาพที่จะสามารถเติบโตได้อีกในอนาคต โดยหากเข้าไปลงทุนในเวลานี้มีความเป็นไปได้ที่จะได้รับผลตอบแทนจากการเติบโตเป็นเท่าตัว ขณะที่กลุ่มประเทศพัฒนาแล้วจะมีอัตราการเติบโตเต็มที่ ยากที่จะเติบโตแบบก้าวกระโดดได้อีก โดยกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ที่มีสัดส่วนขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดใน ๔ อันดับแรกจะถูกเรียกว่า BRIC ประกอบด้วย จีน รัสเซีย ๓๓ อินเดีย รัสเซีย ๙ บราซิล รัสเซีย ๖ และรัสเซีย รัสเซีย ๔ ตามลำดับ

(๔) สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน

สหรัฐอเมริกากับจีนเกิดความตึงเครียดทางการค้าและเศรษฐกิจจากสงครามการค้า (Trade War) ที่มีระหว่างกันภายใต้การนำของโดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีที่ชนะเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ๒๕๕๙ นโยบายหลักของประธานาธิบดีทรัมป์ที่แสดงออกชัดเจนตั้งแต่ตอนเลือกตั้ง คือ อเมริกาต้องมาก่อน (America First) เพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของอเมริกา โดยมองว่าตลอดหลายปีที่ผ่านมาสหรัฐอเมริกาทกอยู่ในภาวะขาดดุลการค้ากับประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับจีน เม็กซิโก และประเทศในสหภาพยุโรป เนื่องจากมูลค่าการส่งออกค่อนข้างน้อยกว่ามูลค่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ และยังการที่จีนได้เริ่มก้าวสู่การเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของโลกแข่งกับสหรัฐอเมริกา ยิ่งทำให้เกิดความหวั่นเกรงว่าจะขาดดุลการค้าไปมากกว่านี้ ตั้งแต่ราวต้นปี ๒๕๖๐ ประธานาธิบดีทรัมป์จึงเริ่มออกมาเคลื่อนไหวผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์และการแถลงของรัฐบาลอเมริกา โดยมุ่งเป้าไปที่จีนเป็นหลัก เนื่องจากจีนถือเป็นคู่ค้ารายใหญ่ สินค้ามีราคาถูก รวมถึงยังนำเข้าอะไหล่สินค้าปลอมและสินค้าที่ไม่มีคุณภาพของจีนมาเป็นเหตุผลในการปฏิรูปการค้าระหว่างสองประเทศ

ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น เมื่อทั้งสองฝ่ายได้ประกาศอัตราภาษีนำเข้าใหม่และมีการเรียกเก็บภาษีเพิ่มขึ้นของสินค้านำเข้าบางกลุ่ม แม้ว่าจะมีการเรียกร้องจากประชาคมโลกที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจให้สหรัฐอเมริกาและจีนบรรลุข้อตกลงทางการค้าร่วมกันในเวทีระดับต่างๆ แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จอย่างที่คาดหวัง อีกทั้งสถานการณ์กลับตึงเครียดมากขึ้นเมื่อสหรัฐอเมริกาประกาศขึ้นบัญชีดำทางการค้า (US Entity List) บริษัท Huawei และอีกหลายบริษัทของจีน ส่งผลให้ภาครัฐและภาคเอกชนของสหรัฐอเมริกาไม่สามารถทำธุรกรรมและการค้ากับบริษัท Huawei และบริษัทในบัญชีรายชื่อดังกล่าวได้เว้นแต่ได้รับการอนุญาต นอกจากนี้ กระทรวงการคลังยังประกาศอย่างเป็นทางการว่า จีนเป็นประเทศที่บิดเบือนค่าเงิน (Currency Manipulator) เพื่อผลประโยชน์ด้านการค้า ทำให้ทางการสหรัฐอเมริกาสั่งห้ามบริษัทของจีนออกจากรานประมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ รวมถึงการส่งเรื่องถึงกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เพื่อแจ้งกรณีการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมของจีน ซึ่งอาจเป็นการปูทางสู่การกำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าอื่นที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures) และการคว่ำบาตรเงินเพิ่มเติมในอนาคตได้

ขณะเดียวกัน ทางการจีนประกาศระงับการซื้อสินค้าเกษตรจากสหรัฐอเมริกาเพื่อตอบโต้มาตรการภาษีของสหรัฐอเมริกา และมีโอกาสที่จะลดการส่งออกสินค้าไปยังสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นสินแร่ที่มีความจำเป็นในการผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์เทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์มือถือ โดยจีนเป็นผู้ครองสัดส่วนในการผลิตสินแร่นี้ราวร้อยละ ๗๐ ของการผลิตโลกและสหรัฐอเมริกายังต้องพึ่งพาการนำเข้าจากจีนสูง รวมทั้งทางการจีนจะประกาศรายชื่อบริษัทที่ไม่น่าไว้วางใจและเป็นภัยคุกคามต่อบริษัทจีน (Unreliable Entity List) ซึ่งเป็นมาตรการตอบโต้การขึ้นบัญชีดำทางการค้า (US Entity List) ของสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ธนาคารกลางจีนประกาศค่ากลางอัตราแลกเปลี่ยน (CNY Fixing) ให้อ่อนค่าลงอยู่ที่ ๗ หยวนต่อดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำที่สุดในรอบ ๑๑ ปี จีนจึงสามารถส่งออกสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และช่วยชดเชยผลกระทบจากการตั้งกำแพงภาษีของสหรัฐอเมริกา ซึ่งสร้างความไม่พอใจให้กับทางการสหรัฐอเมริกามาก

แม้ว่าสหรัฐอเมริกาภายใต้การนำของโจ ไบเดน ที่ก้าวขึ้นมาดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีคนใหม่เมื่อต้นปี ๒๕๖๔ จะยังไม่มีนโยบายในการเผชิญหน้ากับจีนโดยตรง แต่ในความเป็นจริงสงครามการค้าระหว่างสองประเทศยังไม่ได้สิ้นสุดลง ดังจะเห็นได้จากจุดยืนของไบเดนที่มีต่อจีนค่อนข้างเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับอดีตประธานาธิบดีทรัมป์ในการกดดันจีนต่อปัญหาการถ่ายโอนเทคโนโลยีและการขาดดุลทางการค้า รวมถึงการที่ไบเดนเองยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงนโยบายระยะยาวของประเทศแต่อย่างใด ทำให้หลายฝ่ายมองว่าประเด็นสงครามทางการค้าในรูปแบบการขึ้นภาษีนำเข้าอาจบรรเทาลง แต่มาตรการกีดกันทางการค้าอื่นที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures) อาจกลับมาทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นและยากต่อการประเมินมูลค่าโดยรวม ทั้งในประเด็นทรัพย์สินทางปัญญา การควบคุมการนำเข้า การตอบโต้การทุ่มตลาด การอุดหนุนของภาครัฐที่มีต่อผู้ประกอบการส่งออก มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม การละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงนโยบายการจำกัดสัดส่วนของวัตถุดิบในสินค้าที่จะส่งออกหรือนำเข้าให้มาใช้วัตถุดิบในการผลิตของประเทศตนเองในสัดส่วนที่ไม่ต่ำกว่าที่กำหนดไว้

จากสงครามการค้าระหว่างสองประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของโลกที่ได้สะสมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้บานปลายสู่สงครามเทคโนโลยีและสงครามค่าเงิน ซึ่งยังเป็นประเด็นสำคัญที่ทั้งสองฝ่ายจะต้องใช้ระยะเวลาในการเจรจาเพื่อบรรลุข้อตกลงทางการค้าอีกค่อนข้างมาก ปัญหาเหล่านี้ไม่ใช่เพียงสองประเทศที่ได้รับผลกระทบทางลบต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่ยังได้เริ่มขยายวงกว้างไปยังประเทศอื่นๆ ส่งผลให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจของโลกได้รับผลกระทบ เช่น ต้นทุนที่สูงขึ้นสำหรับธุรกิจและผู้บริโภคความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ลดลงจากสินค้าที่แพงขึ้น การหยุดชะงักและประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานที่ลดลง ความผันผวนสูงของตลาดการเงินและทองคำ การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ การแข่งขันทางนวัตกรรมที่ลดลง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบการค้าของโลกในระยะต่อไป ซึ่งกำลังซ้ำเติมการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่เสียหายอย่างหนักจากวิกฤต COVID-19 และอาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะถดถอยในที่สุด

๑.๑.๑ สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของไทยโดยรวม

(๑) การเติบโตทางเศรษฐกิจ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่ต้นปี ๒๕๖๓ ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเผชิญภาวะวิกฤตครั้งรุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ขณะที่ภาพรวมของไทยแม้จะสามารถรับมือกับการระบอบแรกได้เป็นอย่างดี แต่ในช่วงท้ายปีกลับต้องมาเผชิญกับการระบาดระลอกใหม่ที่มีความเสี่ยงอาจรุนแรง เศรษฐกิจไทยจึงค่อนข้างได้รับผลกระทบอย่างหนักเนื่องจากการพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงประมาณร้อยละ ๑๓ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งถือเป็นอัตราที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน ทั้งยังต้องเผชิญปัญหาภาวะชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption) ภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงผลกระทบเชิงลบจากรายได้ที่ลดลง นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยเชิงลบเพิ่มเติมจากความตึงเครียดทางการเมืองภายในประเทศ เศรษฐกิจไทยปี ๒๕๖๓ จึงหดตัวรุนแรงที่สุดในรอบ ๒๒ ปี นับตั้งแต่วิกฤตต้มยำกุ้งในปี ๒๕๔๑ ดังจะเห็นได้จากอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ที่ปรับลดลงสูงถึงร้อยละ -๖.๑ เมื่อเทียบกับที่ขยายตัวร้อยละ ๒.๓ ในปี ๒๕๖๒ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) อยู่ที่ ๑๕.๗ ล้านล้านบาท ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวเฉลี่ยของคนไทยอยู่ที่ ๒๒๕,๙๑๓.๘ บาทต่อคนต่อปี

เศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปในระยะสั้น แต่แนวโน้มยังมีความไม่แน่นอนสูง โดยคาดการณ์ว่าจะฟื้นตัวขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ ๒.๕ - ๓.๕ ในปี ๒๕๖๔ และอาจขยายตัวขึ้นอีกเป็นร้อยละ ๔.๗ ในปี ๒๕๖๕ ซึ่งจะส่งผลให้กลับไปสู่ระดับเดียวกับปี ๒๕๖๒ ก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

๑. การปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลกในปี ๒๕๖๔ สอดคล้องกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในครึ่งหลังของปี ๒๕๖๓ โดยเฉพาะเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ที่ฟื้นตัวเร็วกว่าที่คาดการณ์ เนื่องจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด ควบคู่ไปกับการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่องของประเทศสำคัญ โดยเฉพาะประเทศเศรษฐกิจหลัก นอกจากนี้ ความคืบหน้าของการอนุมัติและการกระจายวัคซีนป้องกัน COVID-19 ในประเทศเศรษฐกิจหลักที่เร็วกว่าการคาดการณ์ และส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่เริ่มปรับตัวลดลงในหลายประเทศ อาทิ อิสราเอล สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และสหภาพยุโรป

๒. สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ทำให้รัฐบาลสามารถผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดระลอกใหม่ที่จำกัดเพียงเฉพาะบางพื้นที่ (Partial Lockdown) ตามระดับความรุนแรงของการแพร่ระบาด ทำให้พื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดน้อยสามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อไปได้ ตลอดจนแผนการกระจายวัคซีนให้แก่ประชาชนภายในประเทศที่หากเป็นไปตามที่วางไว้และสามารถกระจายได้มากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี ๒๕๖๔ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศและความเชื่อมั่นภาคเอกชนทยอยฟื้นตัว

๓. แรงขับเคลื่อนจากภาครัฐทั้งจากการเบิกจ่ายภายใต้กรอบงบประมาณประจำปีและมาตรการทางเศรษฐกิจที่สำคัญๆ ทั้งการเบิกจ่ายภายใต้กรอบงบประมาณประจำปี การเบิกจ่ายภายใต้พระราชกำหนดเงินกู้ ๑ ล้านล้านบาท การเบิกจ่ายภายใต้งบลงทุนรัฐวิสาหกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ รวมถึงการดำเนินมาตรการทางเศรษฐกิจอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ มาตรการช่วยเหลือด้านการเงินและลูกหนี้ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ มาตรการช่วยเหลือแรงงานและนายจ้างที่ได้รับผลกระทบ และมาตรการช่วยเหลือแรงงานและนายจ้างที่ได้รับผลกระทบ และมาตรการบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขป้อนขึ้นพื้นฐาน

๔. การกลับมาขยายตัวอย่างช้าๆ ของอุปสงค์ภายในประเทศ โดยมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากการฟื้นตัวของฐานรายได้ของครัวเรือนและภาคธุรกิจที่ฟื้นตัวตามการส่งออกและการผลิตภาคอุตสาหกรรม การบริโภคยังได้รับแรงสนับสนุนจากการที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคสามารถปรับตัวได้มากขึ้น ส่วนการลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มที่จะกลับมาขยายตัวโดยมีแรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวของภาคการส่งออก การเพิ่มขึ้นของอัตราการใช้จ่ายการผลิตในภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนแนวโน้มการขยายตัวสูงของการลงทุนภาครัฐและการลงทุนในส่วนของการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (PPP) ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้นักลงทุนภาคเอกชนมีการขยายการลงทุนมากขึ้น

๕. ฐานการขยายตัวที่ต่ำผิดปกติในปี ๒๕๖๓ จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ในเศรษฐกิจไทยในปี ๒๕๖๓ ลดลงร้อยละ -๖.๑ จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เศรษฐกิจไทยในปี ๒๕๖๔ และปีต่อไป สามารถกลับมาขยายตัวได้ภายใต้แนวโน้มการฟื้นตัวของการส่งออก การผลิต และอุปสงค์ภายในประเทศ

อย่างไรก็ตาม ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในระยะต่อไป ดังนี้

๑. ความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่หลายประเทศยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่และยังไม่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดได้ รวมทั้งความไม่แน่นอนของวัคซีนทั้งด้านประสิทธิภาพในการกระตุ้นการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยเฉพาะในกรณีที่มีการกลายพันธุ์ของไวรัส ยังมีความเสี่ยงจากความล่าช้าของการกระจายวัคซีนของแต่ละประเทศรวมทั้งประเทศไทย ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้เนื่องจากกระบวนการผลิตและการส่งมอบวัคซีนมีความล่าช้า และขีดจำกัดของระบบสาธารณสุขและการบริหารจัดการของแต่ละประเทศที่ไม่มีความพร้อมและไม่สามารถรองรับการกระจายวัคซีนในปริมาณที่มากได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. แนวโน้มความล่าช้าในการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว เนื่องจากยังคงมีความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ ความไม่แน่นอนของการกระจายวัคซีนทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เป็นแหล่งต้นทางของนักท่องเที่ยวเป็นวงกว้างและเพียงพอต่อการสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยด้านการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งอาจทำให้ประเทศที่เป็นแหล่งต้นทางของนักท่องเที่ยวและประเทศไทยยังมีความจำเป็นที่จะต้องยังคงดำเนินมาตรการจำกัดและควบคุมการเดินทางระหว่างประเทศไว้นานกว่าที่คาดการณ์ไว้

๓. เงื่อนไขด้านฐานะการเงินของภาครัฐครัวเรือนและธุรกิจโดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของภาระหนี้สินในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ท่ามกลางตลาดแรงงานและกิจกรรมทางธุรกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ จะเป็นแรงกดดันต่อการฟื้นตัวของการใช้จ่ายของครัวเรือนและการลงทุนของภาคเอกชน

๔. สถานการณ์ภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำที่ใช้ได้จริงในเขื่อนและอ่างเก็บน้ำทั่วประเทศที่มีน้อยกว่าค่าเฉลี่ย ๑๐ ปีย้อนหลัง ส่งผลให้ภาคการเกษตรมีแนวโน้มที่จะเผชิญกับผลกระทบจากภัยแล้งต่อเนื่องและอาจไม่สามารถฟื้นตัวได้อย่างที่คาดการณ์

(๒) การส่งออก/การบริโภค/การลงทุน

๑. การส่งออก : ประเทศไทยพึ่งพารายได้จากการส่งออกประมาณร้อยละ ๗๐-๗๕ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ส่วนใหญ่ฐานการผลิตเพื่อส่งออกมาจากนักลงทุนต่างชาติเป็นหลัก มีสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ยาง เม็ดพลาสติก แผงวงจรไฟฟ้า เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น ฮ่องกง เวียดนาม ออสเตรเลีย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สวิตเซอร์แลนด์ โดยในปี ๒๕๖๓ มีมูลค่าการส่งออก ๗,๐๙๑ พันล้านบาท ลดลงร้อยละ ๕.๙ เทียบกับการลดลง ร้อยละ ๗.๑ ในปี ๒๕๖๒ และดุลการค้าเกินดุล ๑,๒๔๙.๔ พันล้านบาท สูงกว่าการเกินดุล ๘๒๖.๙ พันล้านบาท ในปี ๒๕๖๒ โดยในระยะต่อไปมูลค่าการส่งออกจะลดลงในอัตราที่ชะลอลง สอดคล้องกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าและการขยายตัวในเกณฑ์ที่ดีของการส่งออกสินค้าหลายรายการที่ได้รับประโยชน์จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึงมาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกากับจีน โดยการส่งออกสินค้าเกษตรกลับมาขยายตัวได้ เช่นเดียวกับการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่ปรับตัวดีขึ้น ขณะที่การส่งออกสินค้าเกษตรแปรรูปประเภทอาหารหัตถ์ในระดับสูงขึ้น สำหรับภาพรวมการส่งออกสินค้าไปยังตลาดสำคัญ

มีแนวโน้มดีขึ้น โดยขยายตัวได้ในตลาดญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย ตามการฟื้นตัวของอุปสงค์ อันเนื่องมาจากการผ่อนคลายมาตรการปิดเมือง และการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ขณะที่ตลาดจีน อาเซียน สหภาพยุโรปไม่รวมสหราชอาณาจักร และตะวันออกกลางนั้นกลับมีการปรับตัวในทิศทางลดลง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการส่งออกของไทยในปี ๒๕๖๔ จะมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างช้าๆ จากที่คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ ๕.๘ ตามทิศทางการขยายตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก แต่ถือว่ายังช้ากว่าประเทศอื่นในภูมิภาค เนื่องจากโครงสร้างสินค้าส่งออกสำคัญของไทยเป็นปัจจัยกดดัน กล่าวคือ ไทยมีสัดส่วนสินค้าส่งออกที่ฟื้นตัวช้าในระดับที่สูงกว่าประเทศอื่น ได้แก่ สินค้ายานยนต์และส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ขณะที่สัดส่วนส่งออกที่ฟื้นตัวเร็วกว่าประเทศอื่น ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวัน สินค้าอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับการใช้ข้อมูลที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก (Data Center / Cloud) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และสินค้าส่งออกที่เกี่ยวข้องกับราคาน้ำมัน รวมถึงปัญหาขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ที่ตักค้างในหลายประเทศและทำให้การระวางเรือปรับสูงขึ้นมากเป็นอีกปัจจัยกดดันการส่งออกไทยเช่นกัน

๒. การบริโภค : การบริโภคภาคเอกชนในปี ๒๕๖๓ ลดลง ร้อยละ ๑.๐ เทียบกับการขยายตัว ร้อยละ ๔.๐ ในปี ๒๕๖๒ หากแต่ในครึ่งหลังของปี ๒๕๖๓ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ โดยเฉพาะการใช้จ่ายในหมวดบริการ ทั้งกลุ่มบริการสุขภาพ และกลุ่มบริการด้านการศึกษา ขณะที่กลุ่มการเช่าที่อยู่อาศัย กลุ่มการใช้น้ำประปา ไฟฟ้า และพลังงานขยายตัว การใช้จ่ายในกลุ่มโรงแรมและภัตตาคารลดลงอย่างต่อเนื่อง การใช้จ่ายในหมวดสินค้าคงทนมีการขยายตัวตามการขยายตัวของการใช้จ่ายเพื่อซื้ออาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ การใช้จ่ายในหมวดสินค้าคงทนมีการขยายตัวลดลง เช่นเดียวกับการใช้จ่ายในหมวดสินค้ากึ่งคงทน สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของความเชื่อมั่นผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมซึ่งอยู่ที่ระดับ ๔๔.๓ ณ สิ้นปี ๒๕๖๓ อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม ๒๕๖๓ ส่งผลให้ความเชื่อมั่นผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมลดลงต่ำเหลือ ๔๐.๓ (เมษายน ๒๕๖๔) ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าการบริโภคภาคเอกชนในปี ๒๕๖๔ จะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ ๒.๐ กรณีสามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดให้อยู่ในวงจำกัดได้ รวมถึงได้รับปัจจัยสนับสนุนจากแนวโน้มการฟื้นตัวของฐานรายได้จากภาคการส่งออก รายได้เกษตรกร และมาตรการเยียวยาผลกระทบและกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศของภาครัฐ

๓. การลงทุน : การลงทุนภาคเอกชนในปี ๒๕๖๓ ลดลง ร้อยละ ๘.๔ เทียบกับการขยายตัว ร้อยละ ๒.๗ ในปี ๒๕๖๒ โดยการลงทุนในหมวดเครื่องมือเครื่องจักรมีแนวโน้มลดลง สอดคล้องกับปริมาณการนำเข้าสินค้าทุนที่ลดลงในอัตราที่ชะลอตัวลง ขณะที่ปริมาณการจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ในประเทศและยอดจดทะเบียนยานยนต์ใหม่ขยายตัว ส่วนการลงทุนในหมวดการก่อสร้างลดลง สอดคล้องกับการลดลงของพื้นที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างในเขตเทศบาล ขณะที่ดัชนีการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในประเทศเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจในเดือนมีนาคม ๒๕๖๔ ปรับตัวสูงขึ้นมาอยู่ที่ ๕๐.๑ ซึ่งมากกว่าระดับ ๕๐ (ค่ากลางที่แสดงให้เห็นว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลง) ได้เป็นครั้งแรกนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๒ ตามการเพิ่มขึ้นในเกือบทุกองค์ประกอบโดยเฉพาะด้านการลงทุน การผลิต และคำสั่งซื้อ ขณะที่การลงทุนภาครัฐขยายตัว ร้อยละ ๕.๗ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความล่าช้าของการประกาศใช้พระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ส่งผลให้การเบิกจ่ายงบลงทุนต่ำ โดยด้านการก่อสร้างขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากการเบิกจ่ายงบลงทุนในหมวดที่ดินและสิ่งก่อสร้างของกระทรวง เช่น

กระทรวงคมนาคม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น ด้านเครื่องมือเครื่องจักรขยายตัวต่อเนื่องจากการเบิกจ่ายในหมวดครุภัณฑ์เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าการลงทุนภาคเอกชนในปี ๒๕๖๔ จะขยายตัวร้อยละ ๓.๘ เป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ภายในประเทศ ซึ่งมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อน สอดคล้องกับแนวโน้มการปรับตัวดีขึ้นของการผลิตภาคอุตสาหกรรมและการส่งออกในช่วงการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก ขณะที่การลงทุนภาครัฐจะขยายตัวเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ ๑๐.๗ ตามอัตราการเบิกจ่ายรายจ่ายลงทุนภายใต้งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔

(๓) ภาพหนี้สิน

ครัวเรือนไทยมีหนี้ในระดับสูงอยู่เดิม โดยภาระหนี้ต่อรายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากรายได้ที่ลดลงเนื่องจากวิกฤต COVID-19 โดยสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP และสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อรายได้ครัวเรือน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ ๗๙.๙ และ ๑๓๙.๗ ณ สิ้นปี ๒๕๖๒ มาอยู่ที่ร้อยละ ๘๓.๘ และ ๑๕๘.๘ ณ สิ้นไตรมาสที่ ๒ ปี ๒๕๖๓ ตามลำดับ สูงสุดในรอบ ๑๘ ปี และสูงเป็นอันดับต้นๆ ในภูมิภาค โดยการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ของไทยเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่เป็นตัวเงิน (Nominal GDP) และรายได้ครัวเรือนที่หดตัวสูงเป็นสำคัญ อีกทั้งความต้องการสินเชื่อของภาคครัวเรือนมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการใช้จ่ายหลังรายได้ยังไม่กลับเข้าสู่ระดับก่อนการแพร่ระบาด ทั้งสิ้นเชื่อเพื่อซื้อสังหาริมทรัพย์ที่มีสัดส่วนสูงที่สุดของมูลค่าสินเชื่อครัวเรือนทั้งหมดขยายตัวตามอุปสงค์ของที่อยู่อาศัยประเภทบ้านที่ปรับตัวดีขึ้นและการเร่งออกมาตรการกระตุ้นการขายของผู้ประกอบการเพื่อระบายอุปทานคงค้างและรักษาสภาพคล่อง ส่วนสินเชื่อเพื่อการบริโภคอุปโภคส่วนบุคคลขยายตัวจากการบริโภคภายในประเทศที่เริ่มฟื้นตัวภายหลังการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ด้านสินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ส่วนสินเชื่อเพื่อยานยนต์ยังคงชะลอตัวสอดคล้องกับการหดตัวของยอดจำหน่ายทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์ ขณะที่ความสามารถในการชำระหนี้ปรับตัวดีขึ้นสะท้อนได้จากยอดคงค้างหนี้ NPL เพื่อการอุปโภคบริโภคในระบบธนาคารพาณิชย์ขยายตัวลดลง ซึ่งเป็นผลจากมาตรการช่วยเหลือและการปรับโครงสร้างหนี้เพื่อชะลอการด้อยคุณภาพของสินเชื่อ ทำให้ภาพรวมคุณภาพสินเชื่อดีขึ้นในทุกประเภทสินเชื่อ

ในระยะถัดไปคาดว่าหนี้ครัวเรือนจะเพิ่มขึ้นตามมาตรการกระตุ้นการบริโภคของภาครัฐ รวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ที่จะทำให้ความต้องการสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สัดส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือนอาจด้อยลงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ที่ยังคงไม่แน่นอนและแนวโน้มที่เศรษฐกิจไทยยังต้องใช้เวลาในการฟื้นตัว ฐานะการเงินของภาคครัวเรือนโดยเฉพาะกลุ่มรายได้น้อยที่ทำงานในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบรุนแรงจากวิกฤต COVID-19 คาดว่าจะเปราะบางยิ่งขึ้น ซึ่งไม่เพียงแต่จะฉุดรั้งการบริโภคและกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือน แต่ยังส่งผลต่อการดำรงชีพและอาจก่อให้เกิดปัญหาสังคมในระยะต่อไปด้วย จึงจำเป็นต้องติดตามความเสี่ยงและความเปราะบางของครัวเรือนกลุ่มดังกล่าวอย่างใกล้ชิด รวมทั้งผลักดันมาตรการแก้ไขปัญหาทางการเงินของภาคครัวเรือนอย่างบูรณาการและเป็นรูปธรรม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งในมิติการสนับสนุนหรือสร้างรายได้แก่ครัวเรือนอย่างยั่งยืน รวมถึงการปรับเปลี่ยนและยกระดับทักษะแรงงานให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจหลังวิกฤต COVID-19 และมิติการดูแลปัญหานี้ครัวเรือนอย่างครบวงจร ตั้งแต่การเสริมภูมิคุ้มกันแก่ครัวเรือน

ผ่านการเสริมสร้างความรู้และวินัยทางการเงิน เพื่อให้ครัวเรือนสามารถบริหารจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายอย่างเหมาะสม ไม่ก่อหนี้ที่ไม่จำเป็นจนเกินตัว มีการออมเพื่อรองรับความไม่แน่นอนในอนาคต ไปจนถึงการแก้ไขหนี้กรณีที่มีหนี้สินล้นพ้นตัว นอกจากนี้ ยังต้องส่งเสริมให้ผู้ให้บริการทางการเงินให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงการที่ผู้กู้จะมีเงินเหลือเพียงพอต่อการดำรงชีพหลังจ่ายชำระหนี้แล้ว อาทิ การให้สินเชื่อที่สอดคล้องกับศักยภาพในการชำระหนี้และการดำรงชีพของผู้กู้โดยไม่นำไปสู่การก่อหนี้เกินตัว และการพิจารณาปรับโครงสร้างหนี้หรือลดภาระหนี้ให้สอดคล้องกับระดับที่ผู้กู้สามารถจ่ายชำระได้

(๔) นโยบายการเงินและการคลัง

แม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการเงินอย่างรุนแรง แต่มาตรการภาครัฐทั้งด้านการเงินและการคลังที่มีขนาดใหญ่เพียงพอและการดำเนินการอย่างทันท่วงทีเพื่อช่วยเหลือภาคธุรกิจและครัวเรือนและสร้างความเชื่อมั่นในตลาดการเงิน รวมถึงการดำเนินนโยบายการเงินที่ผ่อนคลายเป็นพิเศษขึ้นโดยการปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายลงมาอยู่ในระดับที่ต่ำที่สุดเป็น ประวัติการณ์ที่ร้อยละ ๐.๕ และปรับลดอัตราเงินสมทบกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาระบบการเงิน (Financial Institution Development Fund : FIDF) จากร้อยละ ๐.๔๖ มาอยู่ที่ร้อยละ ๐.๒๓ เป็นการชั่วคราวจนถึงสิ้นปี ๒๕๖๔ เพื่อให้สถาบันการเงินส่งผ่านต้นทุนทางการเงินที่ลดลงไปยังลูกหนี้ภาคธุรกิจและครัวเรือน ได้ช่วยป้องกันมิให้สถานการณ์ลุกลามจนนำไปสู่วิกฤตทางการเงิน และช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในระยะต่อไป ทั้งนี้ มีมาตรการทางการเงินและการคลังของไทยที่สำคัญหลายชุดที่ดำเนินการไปแล้วและอยู่ระหว่างดำเนินการ ดังนี้

๑. มาตรการช่วยเหลือภาคธุรกิจ ในช่วงที่มีมาตรการปิดเมือง มีมาตรการช่วยลดภาระการชำระหนี้และช่วยเหลือสภาพคล่องแก่ภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากรายได้ที่ลดลงเป็นวงกว้างโดยเฉพาะ SMEs ซึ่งมีสายป่านสั้นกว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ ทั้งมาตรการสนับสนุนให้สถาบันการเงินช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ตั้งแต่ก่อนเป็น NPL มาตรการการชะลอการชำระหนี้เป็นการทั่วไปสำหรับลูกหนี้ SMEs ที่มีวงเงินกับสถาบันการเงินแต่ละแห่งไม่เกิน ๑๐๐ ล้านบาทและมีสถานะไม่เป็น NPL มาตรการช่วยเหลือสภาพคล่องแก่ SMEs ที่มีศักยภาพแต่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 เพื่อให้สามารถพยุงกิจการต่อไปได้ในช่วงที่รายได้ลดลงและยังไม่ฟื้นตัว ส่วนมาตรการภายหลังมีการผ่อนคลามาตรการปิดเมือง โดยภาคธุรกิจเริ่มกลับมาดำเนินธุรกิจได้แต่มีระดับการฟื้นตัวที่ไม่เท่ากันในแต่ละกลุ่ม จึงมีการปรับมาตรการช่วยเหลือให้เหมาะสมกับลักษณะปัญหาและศักยภาพของธุรกิจแต่ละกลุ่มควบคู่ไปกับมาตรการกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ภาคธุรกิจ ทั้งมาตรการสนับสนุนให้สถาบันการเงินช่วยเหลือลูกหนี้ SMEs เชิงรุกและตรงจุดที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกหนี้แต่ละรายแทนการช่วยเหลือเป็นการทั่วไป มาตรการช่วยเหลือธุรกิจที่มีศักยภาพแต่ขาดสภาพคล่องสำหรับดำเนินธุรกิจในช่วงที่เศรษฐกิจยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ มาตรการสนับสนุนการปรับโครงสร้างการเงินควบคู่ไปกับการปรับโครงสร้างธุรกิจสำหรับธุรกิจที่แม้มีปัญหาแต่ยังสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนไปได้ และมาตรการกระตุ้นอุปสงค์ในประเทศเพื่อช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ภาคธุรกิจ

๒. มาตรการช่วยเหลือภาคครัวเรือน ในช่วงที่มีมาตรการปิดเมือง มุ่งเน้นมาตรการลดภาระการชำระหนี้และค่าใช้จ่ายของภาคครัวเรือนนอกเหนือจากมาตรการสนับสนุนให้ผู้ให้บริการทางการเงินช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบตั้งแต่ก่อนเป็น NPL ตลอดจนมาตรการที่ช่วยสนับสนุนสภาพคล่องให้แก่ครัวเรือนที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ส่วนมาตรการภายหลังมีการผ่อนคลามาตรการ

ปิดเมือง มุ่งเน้นให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมกับลักษณะของปัญหาลูกหนี้รายย่อยแต่ละกลุ่มโดยให้ลูกหนี้แสดงเจตจำนงหรือมีการติดต่อกับสถาบันการเงินแทนมาตรการช่วยเหลือเป็นวงกว้าง เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมด้านสินเชื่อ (Credit Culture) ที่ดี เนื่องจากภาคครัวเรือนส่วนหนึ่งเริ่มกลับมามีรายได้และชำระหนี้ได้ รวมทั้งเน้นให้ความช่วยเหลือกลุ่มที่ยังได้รับผลกระทบต่อเนื่องอย่างครบวงจร รวมถึงเร่งให้สถาบันการเงินเจรจากับลูกหนี้เพื่อปรับโครงสร้างหนี้ให้เหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ในระยะยาว

๓. มาตรการดูแลเสถียรภาพตลาดการเงิน ในช่วงที่มีมาตรการปิดเมือง มุ่งเน้นเสริมสร้างความเชื่อมั่นในตลาดการเงินและช่วยให้กลไกตลาดการเงินกลับมาทำงานได้ตามปกติ จึงได้มีมาตรการช่วยเหลือสภาพคล่องในตลาดตราสารหนี้ภาคเอกชนและกองทุนรวมที่รวดเร็วและทันการณ์ ส่วนมาตรการภายหลังมีการผ่อนคลายมาตรการปิดเมือง ได้มีการปรับปรุงมาตรการให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับภาวะตลาดมากขึ้นหลังจากตลาดการเงินกลับมามีเสถียรภาพและสามารถทำหน้าที่ได้ตามปกติ

๔. มาตรการส่งเสริมให้ระบบสถาบันการเงินรักษาระดับกันชน ระบบสถาบันการเงินเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งผ่านมาตรการช่วยเหลือทางการเงินของภาครัฐไปยังภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 จึงมีมาตรการเพื่อช่วยบรรเทาภาระด้านกฎเกณฑ์และค่าใช้จ่ายให้แก่สถาบันการเงิน เพื่อสนับสนุนให้สถาบันการเงินสามารถช่วยเหลือลูกหนี้ได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งมีมาตรการส่งเสริมให้สถาบันการเงินรักษาเงินกองทุนในระดับที่เพียงพอที่จะรองรับความเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง และช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจในระยะข้างหน้า

ในระยะต่อไป เมื่อสามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้แล้ว นโยบายและมาตรการช่วยเหลือทั้งทางการเงินและการคลัง ยังคงมีความจำเป็นต่อการฟื้นตัวและการปรับโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การดำเนินนโยบายและมาตรการดังกล่าวควรต้องพิจารณาถึงสถานการณ์และจังหวะเวลาที่เหมาะสมในการลดการให้ความช่วยเหลือหรือทยอยยกเลิกมาตรการดังกล่าว เช่น การสนับสนุนสภาพคล่องแก่ภาคธุรกิจ การดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลาย การช่วยลดภาระด้านกฎเกณฑ์และค่าใช้จ่ายแก่สถาบัน เป็นต้น เนื่องจากการคงนโยบายและมาตรการดังกล่าวไว้นานเกินไปอาจก่อให้เกิดการสะสมความเสี่ยงในระบบเศรษฐกิจและระบบการเงิน เช่น จากการที่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องไม่สามารถประเมินความเสี่ยงที่แท้จริงของแต่ละภาคส่วนได้อย่างแน่ชัด ภาครัฐยังมีภาระด้านการคลังสูงขึ้นเรื่อยๆ จนอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านวินัยการคลัง เป็นต้น ขณะที่หากยกเลิกมาตรการต่างๆ เร็วเกินไปอาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังควรเตรียมการรองรับกรณีปัญหาสภาพคล่องของภาคธุรกิจและภาคครัวเรือนส่วนหนึ่งอาจกลายเป็นปัญหาฐานะหรือหนี้เสียในระบบสถาบันการเงิน รวมทั้งเตรียมมาตรการรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นไม่คาดคิดหรือกรณีที่สถานการณ์ยืดเยื้อหรือรุนแรงกว่าที่คาด

(๕) สถานการณ์ด้านแรงงาน

ตลอดปี ๒๕๖๓ ตลาดแรงงานได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ทำให้อัตราการว่างงานเพิ่มและชั่วโมงการทำงานลดลง โดยกำลังแรงงานในปี ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๓๘.๕ ล้านคน ขยายตัวร้อยละ ๑.๐ จากการเข้าสู่ตลาดแรงงานของผู้อยู่นอกกำลังแรงงานประมาณ ๑ แสนคน ซึ่งส่วนใหญ่เข้ามาเป็นแรงงานในกลุ่มอาชีพอิสระ การจ้างงานขยายตัวร้อยละ ๐.๒ จากการจ้างงานนอกภาคเกษตรกรรม ขยายตัวร้อยละ ๐.๓ ส่วนการจ้างงานภาคเกษตรกรรม ลดลงร้อยละ ๐.๑ ทั้งนี้ การจ้างงานนอกภาค

เกษตรกรรมเป็นการขยายตัวในสาขาการค้าส่ง/ค้าปลีก และสาขาก่อสร้างที่ขยายตัวดีในช่วงครึ่งหลังของปี ตามการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด อีกทั้งสาขาการขนส่งที่ได้รับประโยชน์ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 จากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของประชาชน และสาขาโรงแรมและภัตตาคารที่มีการจ้างงานในสาขาภัตตาคารเพิ่มขึ้น ขณะที่สาขาการผลิตมีการจ้างงานลดลงร้อยละ ๒.๔ ตามอุปสงค์และการส่งออกที่ลดลง

ในช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมา ไทยมีอัตราการว่างงานไม่เกินร้อยละ ๑.๐ จนกระทั่งในปี ๒๕๖๓ อัตราการว่างงานขยับสู่ระดับสูงขึ้นที่ร้อยละ ๑.๖๙ เพิ่มจากปี ๒๕๖๒ ที่ร้อยละ ๐.๙๘ หรือมีจำนวนผู้ว่างงานเฉลี่ย ๖.๕๑ แสนคน จำแนกเป็นผู้ว่างงานที่เคยทำงานมาก่อน ๔.๑๓ แสนคน และผู้ว่างงานที่ไม่เคยทำงานมาก่อน ๒.๓๘ แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๒๖.๒ และร้อยละ ๒๔.๘ ตามลำดับ ขณะที่ชั่วโมงการทำงานโดยเฉลี่ยลดลงเช่นกัน โดยภาคเอกชนมีชั่วโมงการทำงานเฉลี่ยอยู่ที่ ๔๓.๒ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ลดลงจาก ๔๕.๘ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ขณะที่แรงงานที่ทำงานล่วงเวลา (ทำงานมากกว่า ๕๐ ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีจำนวนลดลงถึงร้อยละ ๑๗.๑ นอกจากนี้ แรงงานต่ำระดับมีจำนวน ๔.๙ แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๙๔.๔ ขณะที่ผู้ทำงานน้อยกว่า ๑๐ ชั่วโมงต่อสัปดาห์มีจำนวนถึง ๑.๒๔ ล้านคน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๑๓๕ ซึ่งทำให้แรงงานมีรายได้ลดลงและอาจไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาผู้ประกันตนที่รับผลประโยชน์กรณีว่างงาน (มาตรา ๓๘) ยังคงอยู่ในระดับสูง

ความสามารถในการปรับตัวและความยืดหยุ่นของอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการสูญเสียรายได้ของแรงงาน แรงงานในกลุ่มที่มีทักษะระดับกลางหรือต่ำจะสูญเสียรายได้มากถึงร้อยละ ๘ จากกระดึบรายได้ในปี ๒๕๖๒ ซึ่งแรงงานกลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ ๗๕ ของแรงงานทั้งหมด เช่น แรงงานในภาคเกษตร แรงงานในภาคก่อสร้าง พนักงานขายและให้บริการ พนักงานทำความสะอาด ทั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดของอาชีพที่ต้องเว้นระยะห่างทางสังคม ประกอบกับแรงงานบางส่วนอยู่ในกิจการที่ได้รับผลกระทบภายใต้ข้อจำกัดของอาชีพที่เผชิญกับข้อจำกัดของการฟื้นตัว โดยเฉพาะสาขาบริการที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวและสาขาก่อสร้าง แม้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่พยายามรักษาระดับการจ้างงานไว้ หากแต่ต้องแลกมาด้วยการลดลงของชั่วโมงการทำงานและค่าจ้างซึ่งยังไม่ปรับตัวดีขึ้น แรงงานที่มีทักษะระดับกลางหรือต่ำจึงได้รับผลกระทบมากกว่า ถึงแม้ว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจบางส่วนสามารถดำเนินต่อได้และชั่วโมงการทำงานเฉลี่ยอาจปรับเพิ่มสูงขึ้น แต่ยังคงต่ำกว่าระดับก่อนการระบาด สะท้อนว่าตลาดแรงงานไทยจะได้รับความเสียหายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะกระทบรายได้และอาจกดดันการใช้จ่ายของครัวเรือนไทยเป็นลำดับถัดไป อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดและปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านแรงงานในระยะต่อไป ดังนี้

๑. ความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่ยังไม่ฟื้นตัวจากผลกระทบในครั้งแรก โดยมีความเสี่ยงจากการปรับลดตำแหน่งงานลง รวมทั้งการเปลี่ยนรูปแบบการจ้างงานโดยเฉพาะแรงงานในสถานประกอบการขนาดเล็ก สาขาโรงแรม/ภัตตาคาร ค้าปลีกและค้าส่ง ขณะที่ผู้ประกอบการอาชีพอิสระจะมีรายได้ลดลงจากการชะลอตัวของการบริโภคภาคเอกชน ทั้งนี้ หากยังไม่สามารถควบคุมสถานการณ์การระบาดได้ รวมทั้งมีความล่าช้าในการได้รับวัคซีนและกระจายให้กับประชาชน แรงงานอาจได้รับผลกระทบที่รุนแรงและยาวนานขึ้น มีผลให้รายได้ลดลงและกระทบต่อคุณภาพชีวิตของแรงงาน

๒. สถานการณ์ภัยแล้งที่มีผลมาจากปริมาณน้ำในเขื่อนที่มีปริมาณลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ปี ๒๕๖๒ ทำให้ปริมาณน้ำต้นทุนในปี ๒๕๖๔ มีน้อย ปริมาณน้ำที่ใช้การได้ในอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่มีน้อยกว่าปี ๒๕๖๓ ถึง ๑,๑๗๖ ล้านลูกบาศก์เมตร จึงอาจเกิดภาวะขาดแคลนน้ำในฤดูแล้ง กระทบต่อการเพาะปลูกของเกษตรกรโดยเฉพาะในกลุ่มพืชที่ใช้น้ำมาก

๓. การขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะกลุ่มทักษะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่ปี ๒๕๖๒ สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและดิจิทัลมีการขยายตัวของการจ้างงานอย่างมาก เนื่องจากการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ทั้งหุ่นยนต์ ระบบปัญญาประดิษฐ์ และอินเทอร์เน็ต ขณะที่การผลิตและการยกระดับทักษะแรงงานด้านเทคโนโลยียังไม่ตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการฟื้นตัวของตลาดแรงงานยังคงมีความเปราะบางทั้งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ และความล่าช้าของการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ดังนั้น มาตรการในระยะต่อไปจึงควรมุ่งเน้นเพื่อช่วยเหลือแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานในภาคเศรษฐกิจและพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ อาทิ มาตรการส่งเสริมการรักษาระดับการจ้างงาน มาตรการสร้างงานใหม่เพื่อรองรับผู้ว่างงาน และมาตรการพัฒนาทักษะแรงงาน เพื่อช่วยแรงงานในสาขาที่ได้รับผลกระทบซึ่งอาจต้องเปลี่ยนสายงานสายอาชีพใหม่

(๖) สถานการณ์ด้านอุตสาหกรรม/ผู้ประกอบการ

ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมในปี ๒๕๖๓ เมื่อพิจารณาจากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) คาดว่าจะหดตัวร้อยละ ๘.๐ ขณะที่ปี ๒๕๖๒ MPI หดตัวร้อยละ ๓.๖ โดยอุตสาหกรรมสำคัญที่หดตัวในปี ๒๕๖๓ อาทิ รถยนต์ เป็นการลดลงของตลาดในประเทศและตลาดส่งออกเนื่องจากผลกระทบของ COVID-19 ในหลายประเทศทั่วโลก ส่วนปัจจัยในประเทศมีการหยุดการผลิตชั่วคราวช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม ๒๕๖๓ ตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด ส่วนการกลั่นปิโตรเลียมมีภาวะการผลิตลดลงเนื่องจากการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศ และการส่งออกในปีได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจลดลงไปโดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว ทำให้การเดินทางของผู้คนทั้งที่เป็นการเดินทางระหว่างประเทศและในประเทศลดลง ด้านยางล้อมีการชะลอตัวของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการหดตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ส่วนอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวดีในปี ๒๕๖๓ อาทิ เกล็ดขี้เถ้า เพิ่มขึ้นจากปีก่อนตามแนวโน้มความต้องการใช้ที่สูงขึ้นจาก COVID-19 ของตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงอาหารสัตว์สำเร็จรูปที่มีภาวะการผลิตเพิ่มขึ้นจากความต้องการสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเป็นผลจากความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์ที่ขยายตัวต่อเนื่องในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งนี้ ในปี ๒๕๖๔ คาดว่าอัตราการขยายตัวของดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) จะมีการปรับตัวดีขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ ๔.๐-๕.๐ แต่ยังไม่ดีเท่ากับช่วงก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยมีแรงสนับสนุนจากการปรับตัวดีขึ้นของอุปสงค์ภายในประเทศ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก แรงขับเคลื่อนจากภาครัฐจากการเบิกจ่ายภายใต้กรอบงบประมาณและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆ และฐานการขยายตัวที่ต่ำผิดปกติในปี ๒๕๖๓ อย่างไรก็ตาม การขยายตัวจะดำเนินไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องทั่วโลก และการกระจายวัคซีนที่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมในปี ๒๕๖๔

นอกจากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ข้างต้น ยังมีดัชนีอื่นๆ ที่สะท้อนภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมด้วยเช่นกัน โดยในปี ๒๕๖๓ ดัชนีการส่งสินค้าอยู่ที่ระดับ ๙๒.๕๐ ลดลงจากปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๑๐.๑๔ อุตสาหกรรมที่ส่งผลให้ดัชนีลดลง เช่น การผลิตยานยนต์ การผลิตน้ำตาล และการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม เป็นต้น โดยแนวโน้มในปี ๒๕๖๔ คาดว่าดัชนีการส่งสินค้าจะสอดคล้องกับดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมข้างต้น ด้านดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังอยู่ที่ระดับ ๑๒๘.๓๒ ปรับลดลงจากปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๕.๕๖ อุตสาหกรรมที่ส่งผลให้ดัชนีลดลง เช่น การผลิตยานยนต์ การถลุง การกลั่น และการผสมสุรา การผลิตน้ำตาล เป็นต้น โดยแนวโน้มในปี ๒๕๖๔ คาดว่าดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังจะลดลงตามภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัวดีขึ้นและมีความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้น จึงทำให้สินค้าคงคลังลดลง ด้านอัตราการใช้จ่าย การผลิตอยู่ที่ระดับร้อยละ ๖๐.๔๔ ปรับลดลงจากปี ๒๕๖๒ อยู่ที่ร้อยละ ๖๖.๔๗ อุตสาหกรรมที่ส่งผลให้อัตราลดลง เช่น การผลิตยานยนต์ การผลิตน้ำตาล การผลิตจักรยานยนต์ เป็นต้น โดยแนวโน้มในปี ๒๕๖๔ คาดว่าอัตราการใช้จ่ายการผลิตจะปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากรัฐบาลผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้กิจกรรมการผลิตและบริการกลับมาดำเนินการผลิตได้ ด้านดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมอยู่ที่ระดับ ๘๔.๒๔ ปรับลดลงจากปี ๒๕๖๒ อยู่ที่ร้อยละ ๙๔.๐๗ โดยแนวโน้มในปี ๒๕๖๔ คาดว่าดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมทรงตัวต่อเนื่องจากปี ๒๕๖๓ เนื่องจากความกังวลต่อความไม่แน่นอนของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ในหลายประเทศทั่วโลก ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจชะลอตัว คำสั่งซื้อจากต่างประเทศลดลง ผู้ประกอบการจะประสบปัญหาขาดสภาพคล่องของธุรกิจโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยในปี ๒๕๖๓ หดตัวลงเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 มีมูลค่าการส่งออก ๑๕๔,๓๐๐.๗ ล้านเหรียญสหรัฐ หดตัวร้อยละ ๗.๐ โดยสินค้าอุตสาหกรรมที่มีการส่งออกหดตัว เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ ๒๘.๑ เม็ดพลาสติก หดตัวร้อยละ ๑๕.๙ แผงวงจรไฟฟ้า หดตัวร้อยละ ๖.๘ อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้น เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ ขยายตัวร้อยละ ๒๐.๙ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ ๒.๑ ผลิตภัณฑ์ยาง ขยายตัวร้อยละ ๖.๔ เป็นต้น ส่วนแนวโน้มการส่งออกของไทยในปี ๒๕๖๔ โดยภาพรวมปริมาณการค้าระหว่างประเทศของไทยมีแนวโน้มหดตัวน้อยลงและมีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ ภายใต้สมมติฐานในกรณีที่ไทยปราศจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ และประเทศคู่ค้าหลักของไทยสามารถควบคุมอัตราการแพร่ระบาดได้ อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงเผชิญกับปัจจัยกดดันจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลก ความวิตกกังวลต่อการกลับมาแพร่ระบาดของ COVID-19 การดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจและการค้าของสหรัฐอเมริกาภายใต้การนำของประธานาธิบดีคนใหม่ รวมถึงค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการค้าระหว่างประเทศของไทยได้

การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจโลกจากการพึ่งพาภาคอุตสาหกรรมไปสู่ภาคบริการมากขึ้นมีผลต่อทิศทางการค้าของภาคอุตสาหกรรมไทยในระยะข้างหน้าเช่นกัน โดยภาคบริการมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกจากสัดส่วนร้อยละ ๖๒ ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกในปี ๒๕๕๑ มาเป็นประมาณร้อยละ ๖๕ ในปี ๒๕๖๐ โดยกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส มีสัดส่วนภาคบริการสูงเฉลี่ยร้อยละ ๗๕ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) นำโดยธุรกิจบริการสมัยใหม่ (Modern Services) อาทิ บริการด้าน IT Software และการเงิน ขณะที่สัดส่วนภาคบริการของไทยเพิ่มจากร้อยละ ๕๕.๘ ในปี ๒๕๕๑ มาเป็นร้อยละ ๖๓.๒ ในปี ๒๕๖๒ นำโดยธุรกิจบริการแบบดั้งเดิม

(Traditional Services) เช่น การท่องเที่ยว การค้า โรงแรมและภัตตาคาร ขณะที่ธุรกิจบริการสมัยใหม่ (Modern Services) มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑๔ ของของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งกระจุกตัวในธุรกิจการเงินและโทรคมนาคมเป็นหลัก โดยในระยะต่อไป พัฒนาการของเทคโนโลยีจะผลักดันให้ธุรกิจบริการสมัยใหม่ (Modern Services) เป็นที่ต้องการมากขึ้นเนื่องจากการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้า อาทิ บริการด้านออกแบบและการให้คำปรึกษาผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Artificial Intelligence และ Big Data เพื่อช่วยเพิ่มยอดขายและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุดมากขึ้น นับเป็นปัจจัยท้าทายของเศรษฐกิจไทยที่ต้องเร่งปรับตัวไปสู่ธุรกิจบริการสมัยใหม่ (Modern Services) เพื่อเกาะกระแสการเติบโตไปพร้อมกับเศรษฐกิจโลกได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

๑.๒ สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของภาคโดยรวม

๑.๒.๑ เศรษฐกิจและสังคม

(๑) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมรายจังหวัด/รายภาค

นับตั้งแต่ปี ๒๕๕๘ ผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (Gross Provincial Cluster Product : GPCP) ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ และ ๒ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ๒๕๖๒ ภาคเหนือตอนบนมีขนาดเศรษฐกิจ ๖๓๖,๖๕๖ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๔๘.๙๘ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาค (Gross Regional Product : GRP) และร้อยละ ๓.๗๗ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) โดยจังหวัดเชียงใหม่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในกลุ่มจังหวัดและมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๔๐.๖๙ ของกลุ่มจังหวัด ขณะที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีขนาดเศรษฐกิจเล็กที่สุดในกลุ่มจังหวัดและมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ในสัดส่วนเพียงร้อยละ ๒.๓๖ ของกลุ่มจังหวัด

“ผลิตภัณฑ์มวลรวมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ล้านบาท)

ประเทศ/ภาค/ กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๑๓,๗๔๓,๔๗๘	๑๔,๕๙๐,๓๓๗	๑๕,๔๘๘,๖๖๔	๑๖,๓๖๘,๗๑๑	๑๖,๘๙๘,๐๘๖
ภาคเหนือ	๑,๐๙๙,๔๖๗	๑,๑๔๗,๕๕๕	๑,๑๙๗,๐๒๙	๑,๒๖๓,๙๐๙	๑,๒๙๙,๘๓๔
กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๕๓๘,๐๑๒	๕๗๐,๙๗๗	๕๙๒,๐๕๖	๖๑๕,๒๗๓	๖๓๖,๖๕๖
เชียงใหม่	๒๐๖,๙๕๘	๒๒๗,๒๐๗	๒๓๔,๙๗๐	๒๔๖,๘๕๓	๒๕๙,๐๒๖
ลำพูน	๖๙,๖๖๐	๗๐,๒๘๖	๗๕,๓๑๓	๘๑,๑๑๔	๘๐,๘๘๕
ลำปาง	๖๕,๘๙๒	๖๘,๕๕๕	๗๐,๐๒๓	๗๐,๘๙๔	๗๑,๔๑๗
แม่ฮ่องสอน	๑๒,๒๑๕	๑๒,๕๕๔	๑๓,๐๓๔	๑๓,๘๐๒	๑๕,๐๒๑
เชียงราย	๙๕,๒๒๖	๙๙,๙๘๖	๑๐๓,๕๙๖	๑๐๔,๐๘๗	๑๐๗,๒๖๕
พะเยา	๓๒,๗๐๙	๓๓,๖๐๒	๓๔,๙๕๙	๓๔,๘๒๒	๓๖,๗๔๗
น่าน	๒๙,๑๕๗	๓๐,๓๕๔	๓๑,๒๖๔	๓๓,๒๒๔	๓๔,๖๓๐
แพร่	๒๖,๑๙๕	๒๘,๔๔๒	๒๘,๘๙๗	๓๐,๔๗๗	๓๑,๖๖๕

ที่มา : ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ภาคเหนือตอนบนมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคการท่องเที่ยวและบริการ ในสัดส่วนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๑๕ จึงเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจหลักของพื้นที่ รองลงมาเป็น ภาคเกษตร ร้อยละ ๒๐.๖๔ ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ ๑๗.๖๘ และภาคการค้า คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๕๓ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจของแต่ละภาค พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมของทุกภาค มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นภาคเกษตรที่หดตัวลงในปี ๒๕๕๙-๒๕๖๐ แต่สามารถกลับมาขยายตัวได้ตั้งแต่ปี ๒๕๖๑

“ผลิตภัณฑ์มวลรวมแบ่งตามภาคในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ล้านบาท)

กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๕๓๘,๐๑๒	๕๗๐,๙๗๗	๕๙๒,๐๕๖	๖๑๕,๒๗๓	๖๓๖,๖๕๖
ภาคเกษตร	๑๒๘,๒๑๙	๑๒๗,๗๙๘	๑๒๕,๕๑๔	๑๒๘,๒๑๘	๑๓๑,๓๘๙
ภาคอุตสาหกรรม	๙๘,๕๑๓	๑๐๓,๔๗๖	๑๐๗,๒๑๙	๑๐๙,๙๖๙	๑๑๒,๕๗๖
ภาคการค้า	๖๖,๓๗๔	๗๕,๐๓๕	๗๘,๕๕๙	๘๒,๒๐๔	๘๖,๑๑๔
ภาคการท่องเที่ยว และบริการ	๒๔๔,๙๐๖	๒๖๔,๖๕๙	๒๘๐,๗๖๓	๒๙๔,๘๘๒	๓๐๖,๕๗๗

ที่มา : ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

นับตั้งแต่ปี ๒๕๕๘ ผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดต่อหัว (GPCP per capita) ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ และ ๒ ซึ่งสะท้อนรายได้ต่อประชากร มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสูงกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคต่อหัว (GRP per capita) แต่ยังคงห่างจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัว (GDP per capita) ประมาณ ๑ เท่า โดยในปี ๒๕๖๒ ภาคเหนือตอนบนมีผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดต่อหัว (GPCP per capita) ๑๑๕,๗๓๕ บาท โดยจังหวัดลำพูนและจังหวัดเชียงใหม่เป็นเพียง ๒ จังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP per capita) สูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับกลุ่มจังหวัดและภาค ขณะที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP per capita) ต่ำที่สุดในกลุ่มจังหวัด

“ผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(บาท)

ประเทศ/ภาค/ กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๒๐๒,๑๕๒	๒๑๓,๕๕๓	๒๒๕,๑๒๖	๒๓๖,๗๖๐	๒๔๓,๗๘๗
ภาคเหนือ	๙๕,๓๒๑	๙๙,๘๕๒	๑๐๔,๔๕๑	๑๑๐,๖๕๖	๑๑๔,๒๘๗
กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๙๖,๘๓๔	๑๐๓,๐๐๙	๑๐๖,๙๐๘	๑๑๑,๓๔๑	๑๑๕,๗๓๕
เชียงใหม่	๑๑๖,๓๖๕	๑๒๗,๑๒๖	๑๓๐,๘๒๘	๑๓๖,๗๗๔	๑๔๓,๖๓๘
แม่ฮ่องสอน	๕๓,๖๙๓	๕๔,๙๐๘	๕๕,๘๖๑	๕๘,๖๘๓	๖๓,๓๗๐
ลำพูน	๑๗๒,๖๕๕	๑๗๔,๙๙๔	๑๘๗,๕๒๙	๒๐๓,๒๖๘	๒๐๔,๐๐๙
ลำปาง	๙๐,๔๒๔	๙๔,๗๗๙	๙๗,๒๙๑	๙๙,๒๓๐	๑๐๐,๗๑๑
เชียงราย	๘๑,๙๗๑	๘๖,๒๑๙	๘๙,๔๘๙	๙๐,๐๗๓	๙๓,๑๘๒
พะเยา	๘๑,๖๐๘	๘๕,๑๗๖	๘๙,๘๗๓	๙๐,๘๔๗	๙๗,๒๘๒
แพร่	๖๔,๖๑๔	๗๑,๒๓๐	๗๓,๓๕๕	๗๘,๔๖๕	๘๒,๖๗๘
น่าน	๖๔,๗๖๑	๖๗,๖๘๘	๖๙,๙๖๗	๗๔,๖๖๔	๗๘,๑๕๖

ที่มา : ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(๒) อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ในปี ๒๕๖๒ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ สะท้อนได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (GPCP) ขยายตัวร้อยละ ๑.๒๖ ชะลอตัวลงจากที่ขยายตัวร้อยละ ๒.๙๐ ในปีก่อนหน้า ขณะที่อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ สะท้อนได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (GPCP) ขยายตัวร้อยละ ๑.๓๐ ปรับเพิ่มจากที่หดตัวร้อยละ -๐.๒๑ ในปีก่อนหน้า โดยทั้ง ๒ กลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงกว่าระดับภาคแต่ต่ำกว่าระดับประเทศ และอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มชะลอตัวลง สะท้อนให้เห็นว่าเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้เติบโตค่อนข้างช้า ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายจังหวัดพบว่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงกว่าระดับกลุ่มจังหวัด ภาค และประเทศ ขณะที่จังหวัดเชียงรายมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจต่ำที่สุดในกลุ่มจังหวัด

“อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ร้อยละ)

ประเทศ/ภาค/ กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๓.๑๓	๓.๔๔	๔.๑๘	๔.๑๙	๒.๒๗
ภาคเหนือ	-๐.๖๔	๒.๑๙	๔.๓๐	๔.๑๗	๐.๙๓
กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน ๑	-๐.๑๖	๔.๒๔	๔.๙๙	๒.๙๐	๑.๒๖
เชียงใหม่	๓.๐๔	๖.๒๑	๔.๒๔	๓.๑๘	๒.๓๗
แม่ฮ่องสอน	๑๑.๐๓	๐.๔๙	๓.๓๐	๓.๖๔	๕.๗๗
ลำพูน	-๘.๙๘	๑.๒๐	๑๐.๔๕	๔.๕๙	๐.๖๖
ลำปาง	-๑.๓๗	๑.๙๖	๒.๑๗	๐.๐๐	-๑.๒๖
กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน ๒	๒.๒๒	๒.๗๔	๓.๙๖	-๐.๒๑	๑.๓๐
เชียงราย	๑.๙๑	๒.๒๔	๔.๔๙	-๑.๔๐	๐.๖๐
พะเยา	๒.๔๖	๐.๓๙	๕.๑๐	-๒.๘๘	๒.๘๖
แพร่	-๐.๖๗	๗.๓๕	๑.๑๑	๓.๓๒	๑.๓๙
น่าน	๕.๗๐	๒.๘๖	๓.๕๙	๓.๔๔	๑.๗๗

ที่มา : ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(๓) มูลค่าการนำเข้า-ส่งออก

การค้าชายแดนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดเชียงรายและแม่ฮ่องสอน โดยมีประเทศคู่ค้าสำคัญ ได้แก่ จีน พม่า ลาว โดยในปี ๒๕๖๓ ภาพรวมการนำเข้า-ส่งออกมีมูลค่า ๔๕,๔๘๗ ล้านบาท ซึ่งลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกจึงได้ดุลการค้าสูงมาโดยตลอด การค้าชายแดนกับจีน มีรายการสินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ เครื่องรับ-ส่งสัญญาณและอุปกรณ์ติดตั้ง เทปแม่เหล็กและจานแม่เหล็กสำหรับคอมพิวเตอร์ รายการสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ลำโพงแบบพกพา การค้าชายแดนกับพม่ามีรายการสินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ ก๊าซธรรมชาติ ธัญพืช สัตว์น้ำ รายการสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ น้ำมันดีเซล ผ้าผืนและด้าย การค้าชายแดนกับลาวมีรายการสินค้านำเข้า

สำคัญ ได้แก่ เชื้อเพลิง ทองคำ ผักและของปรุงแต่งจากผัก รายการสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ น้ำมันดีเซล สินค้าปศุสัตว์ น้ำมันสำเร็จรูป อย่างไรก็ตาม ภาคเหนือตอนบนเป็นเพียงทางผ่านของสินค้าออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านและจีนตอนใต้เท่านั้น โดยกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ มีจุดผ่านแดนไทย-พม่า ลักษณะจุดผ่อนปรนเพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ๒ แห่ง และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ๕ แห่ง ส่วนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ มีจุดผ่านแดนไทย-พม่า ในจังหวัดเชียงราย ในลักษณะจุดผ่านแดนถาวร ๒ แห่ง และจุดผ่อนปรนเพื่อการค้า ๕ แห่ง รวมถึงมีจุดผ่านแดนไทย-ลาว ในจังหวัดเชียงราย ในลักษณะจุดผ่านแดนถาวร ๒ แห่ง และจุดผ่อนปรนเพื่อการค้า ๖ แห่ง ในจังหวัดพะเยา ในลักษณะจุดผ่านแดนถาวร ๑ แห่ง ในจังหวัดน่าน ในลักษณะจุดผ่านแดนถาวร ๑ แห่ง และจุดผ่อนปรนเพื่อการค้า ๒ แห่ง สำหรับเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน มี ๑ แห่ง คือ อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งอยู่ระหว่างการพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน

“มูลค่าการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ล้านบาท)

การค้าชายแดน	๒๕๖๒				๒๕๖๓			
	รวม	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า	รวม	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า
เชียงราย-จีน	๒๗,๕๒๘	๑๙,๙๘๔	๗,๕๔๔	๑๒,๔๔๐	๒๕,๘๗๗	๑๗,๖๑๖	๘,๒๖๑	๙,๓๕๕
เชียงราย-พม่า	๑๒,๐๔๕	๑๑,๖๖๐	๓๘๕	๑๑,๒๗๕	๑๒,๕๗๖	๑๑,๑๒๘	๑,๔๔๘	๙,๖๘๐
เชียงราย-ลาว	๑๐,๖๗๖	๑๐,๑๕๙	๕๑๗	๙,๖๔๒	๖,๖๒๗	๖,๓๑๑	๓๑๖	๕,๙๙๕
แม่ฮ่องสอน-พม่า	๑,๑๓๒	๖๐๔	๕๒๘	๗๖	๔๐๗	๒๑๗	๑๙๐	๒๑๗
แม่ฮ่องสอน-จีน	๐.๐๑	๐.๐๐	๐.๐๑	-๐.๐๑	๐.๐๑	๐.๐๐	๐.๐๑	-๐.๐๑
รวม	๕๑,๓๗๑	๔๒,๕๐๗	๘,๘๖๔	๓๓,๖๔๓	๔๕,๘๘๗	๓๕,๒๗๒	๑๐,๖๑๕	๑๐,๐๑๕

ที่มา : มูลค่าการค้าระหว่างประเทศและการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน โดย กรมการค้าระหว่างประเทศ

(๔) จำนวนแรงงาน

ภาคเหนือตอนบนมีกำลังแรงงานในสัดส่วนเพียงร้อยละ ๘.๐๑ ของกำลังแรงงานรวมทั้งประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในภาคบริการและภาคเกษตรเป็นหลัก โดยคิดเป็นร้อยละ ๔๕.๙ และ ๔๓.๘ ขณะที่แรงงานในภาคอุตสาหกรรมมีเพียงร้อยละ ๑๐.๓ ของจำนวนแรงงานทั้งหมด กำลังแรงงานในพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่นอกระบบประกันสังคม โดยในช่วงระหว่างปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๒ จำนวนกำลังแรงงานมีแนวโน้มลดลง โดยในปี ๒๕๖๒ มีจำนวนกำลังแรงงาน ๓.๐๖ ล้านคน ลดลงจากปี ๒๕๖๑ ที่มีจำนวน ๓.๑๖ ล้านคน และยังมีค่าน้อยที่สุดหากเทียบกับจำนวนผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานในระยะเวลา ๕ ปีที่ผ่านมา เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนกำลังแรงงานมากที่สุด มีสัดส่วนสูงถึง ๓๒.๓๕ ของกลุ่มจังหวัด และจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีจำนวนกำลังแรงงานน้อยที่สุด มีสัดส่วนเพียง ๓.๕๙ ของกลุ่มจังหวัด อย่างไรก็ตาม จำนวนแรงงานที่มีความรู้ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้นลดลง ขณะที่จำนวนแรงงานที่มีความรู้ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับอาชีวะ และระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าแรงงานในพื้นที่มีแนวโน้มจบการศึกษาระดับสูงมากขึ้นส่งผลต่อคุณภาพแรงงาน

“จำนวนกำลังแรงงานในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ล้านคน)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๓๘.๕๕	๓๘.๒๗	๓๘.๑๐	๓๘.๔๓	๓๘.๑๘
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๓.๒๖	๓.๑๗	๓.๑๔	๓.๑๖	๓.๐๖
เชียงใหม่	๑.๐๓	๑.๐๒	๑.๐๒	๑.๐๔	๐.๙๙
แม่ฮ่องสอน	๐.๑๑	๐.๑๑	๐.๑๑	๐.๑๑	๐.๑๑
ลำพูน	๐.๒๖	๐.๒๖	๐.๒๖	๐.๒๕	๐.๒๕
ลำปาง	๐.๔๔	๐.๔๒	๐.๔๑	๐.๔๒	๐.๔๑
เชียงราย	๐.๖๘	๐.๖๔	๐.๖๒	๐.๖๔	๐.๖๐
พะเยา	๐.๒๓	๐.๒๑	๐.๒๒	๐.๒๒	๐.๒๒
แพร่	๐.๒๕	๐.๒๕	๐.๒๕	๐.๒๔	๐.๒๔
น่าน	๐.๒๖	๐.๒๖	๐.๒๕	๐.๒๔	๐.๒๔

ที่มา : ภาพรวมจำนวนกำลังแรงงานรายจังหวัด ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒ โดย ศูนย์ข้อมูลแรงงานแห่งชาติ กระทรวงแรงงาน และการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (LFS) รายไตรมาส โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

(๕) จำนวนผู้ว่างงาน

จำนวนผู้ว่างงานในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนในช่วงระหว่างปี ๒๕๕๙ - ๒๕๖๐ มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี ๒๕๖๐ มีจำนวนผู้ว่างงาน ๑๒๐,๕๓๕ คน เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๕๙ ที่มีจำนวน ๙๗,๘๖๒ คน และยังเป็นปีที่มีผู้ว่างงานสูงที่สุดหากเทียบกับจำนวนผู้ว่างงานในระยะเวลา ๕ ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ในปี ๒๕๖๒ มีจำนวนผู้ว่างงานทั้งสิ้น ๙๗,๔๔๑ คน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๒.๐๘ ของประเทศ และเมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนผู้ว่างงานมากที่สุด มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๓๘.๐๐ ของกลุ่มจังหวัด และจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีจำนวนผู้ว่างงานน้อยที่สุด มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๒.๓๓ ของกลุ่มจังหวัด

“จำนวนผู้ว่างงานในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(คน)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๔,๐๘๙,๕๗๘	๔,๕๓๖,๘๑๖	๕,๓๖๖,๑๔๕	๔,๘๙๘,๕๖๓	๔,๖๗๓,๕๗๕
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๙๓,๓๒๐	๙๗,๘๖๒	๑๒๐,๕๓๕	๙๓,๘๗๔	๙๗,๔๔๑
เชียงใหม่	๔๐,๒๘๑	๕๔,๐๖๙	๕๙,๘๑๑	๓๐,๒๗๑	๓๗,๐๒๙
แม่ฮ่องสอน	๑,๘๐๗	๒,๐๕๔	๑,๔๐๑	๕,๕๕๓	๒,๒๗๓
ลำพูน	๙,๗๙๑	๗,๒๕๑	๑๒,๑๒๘	๖,๔๗๔	๓,๔๑๓
ลำปาง	๑๓,๐๔๕	๑๑,๗๘๙	๑๓,๒๗๐	๑๔,๙๓๔	๑๗,๙๕๖
เชียงราย	๙,๐๕๓	๓,๓๗๐	๘,๖๗๖	๑๒,๙๙๘	๙,๑๘๙
พะเยา	๓,๙๓๑	๒,๔๗๑	๙,๑๒๐	๕,๖๑๙	๕,๑๘๕
แพร่	๕,๔๔๕	๘,๒๓๒	๗,๙๘๔	๙,๕๕๔	๙,๓๘๕
น่าน	๙,๙๖๗	๘,๖๒๖	๘,๑๔๕	๘,๐๗๑	๑๐,๐๑๑

ที่มา : จำนวนผู้ว่างงาน ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒ โดย ศูนย์ข้อมูลแรงงานแห่งชาติ กระทรวงแรงงาน และการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (LFS) รายไตรมาส โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ทั้งนี้ หากพิจารณาอัตราการว่างงาน พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี ๒๕๕๗ เป็นต้นมา และชะลอตัวลงในปี ๒๕๖๑ อยู่ที่ร้อยละ ๐.๘๒ ซึ่งถือว่าน้อยกว่าอัตราการว่างงานในระดับประเทศ และเมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า เกือบทุกจังหวัดมีอัตราการว่างงานน้อยกว่าระดับประเทศ ยกเว้น จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดที่มีอัตราการว่างงานสูงกว่าระดับกลุ่มจังหวัด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปาง และจังหวัดน่าน ส่วนจังหวัดเชียงรายมีอัตราการว่างงานน้อยที่สุดในกลุ่มจังหวัด

“อัตราการว่างงานในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ร้อยละ)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑
ประเทศไทย	๐.๘๔	๐.๘๘	๐.๙๙	๑.๑๘	๑.๐๕
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๐.๖๕	๐.๖๘	๐.๖๘	๐.๘๔	๐.๘๒
เชียงใหม่	๑.๑๔	๐.๙๙	๑.๓๒	๑.๔๗	๐.๗๒
แม่ฮ่องสอน	๑.๑๐	๐.๔๐	๐.๔๖	๐.๓๒	๑.๒๘
ลำพูน	๐.๗๐	๐.๙๓	๐.๘๗	๑.๑๖	๐.๖๓
ลำปาง	๐.๗๗	๐.๘๐	๐.๗๑	๐.๘๐	๐.๙๐
เชียงราย	๐.๒๓	๐.๓๔	๐.๑๓	๐.๓๔	๐.๕๑
พะเยา	๐.๓๖	๐.๔๔	๐.๒๘	๐.๙๘	๐.๖๒
แพร่	๐.๓๖	๐.๕๕	๐.๘๒	๐.๘๒	๑.๐๔
น่าน	๐.๕๔	๐.๙๘	๐.๘๕	๐.๘๑	๐.๘๓

ที่มา : ดัชนีความก้าวหน้าของคน ประจำปี ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(๖) วัฒนธรรมประจำถิ่น

ภาคเหนือตอนบนมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเขตภูเขาสลับพื้นที่ราบระหว่างภูเขา ซึ่งผู้คนอาศัยอย่างกระจายตัวแบ่งกันเป็นกลุ่ม อาจเรียกว่ากลุ่มวัฒนธรรมล้านนา ลักษณะเด่นชัดในทางสังคม และวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของชุมชนที่ไม่เหมือนกับภูมิภาคอื่น คือ บรรดาชุมชนหมู่บ้านต่างๆ ที่อยู่ในหุบเขาเดียวกันนั้นจะต้องมีความสัมพันธ์กันทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิดจึงจะอยู่ร่วมกันได้ โดยมีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมเก่าแก่เป็นของตนเองมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่องค์ประกอบที่สำคัญก็ยังคงมีความคล้ายคลึงกันอยู่มาก อาทิ สำเนียงการพูด การขับร้อง ฟ้อนรำ การดำรงชีวิตแบบเกษตรกร การนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์และวิญญาณของบรรพบุรุษ ความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาแบบเถรวาท การแสดงออกของความรู้สึกรักใคร่และอารมณ์โดยผ่านภาษาวรรณกรรม ดนตรี และงานฝีมือ แม้กระทั่งการจัดงานฉลองสถานที่สำคัญที่มีมาแต่โบราณ เดิมวัฒนธรรมคนเมืองหรือคนล้านนามีสุนัขกลางอยู่ที่เมืองนพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่ ตามชื่อของอาณาจักรที่มีการปกครองแบบนครรัฐที่สร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ ๑๘ โดยวัฒนธรรมประจำถิ่นภาคเหนือตอนบนแบ่งออกได้ ดังนี้

๑. ภาษาถิ่น ชาวเหนือมีภาษาล้านนาที่นุ่มนวลไพเราะ ซึ่งมีภาษาพูดและภาษาเขียนที่เรียกว่า คำเมือง ของภาคเหนือเอง โดยการพูดจะมีสำเนียงที่แตกต่างกันไปตามพื้นที่ ปัจจุบันยังคงใช้พูดติดต่อสื่อสารกัน

๒. การแต่งกาย การแต่งกายพื้นเมืองของภาคเหนือตอนบนมีลักษณะแตกต่างกันไปตามเชื้อชาติของกลุ่มชนคนเมือง เนื่องจากผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งบ่งบอกเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นถิ่น โดยผู้หญิงจะนุ่งผ้าซิ่นหรือผ้าถุงที่มีความยาวเกือบถึงตาตุ่ม ผ้าถุงมีความประณีตงดงาม ตีนซิ่นมีลวดลายงดงาม ส่วนเสื้อจะเป็นเสื้อคอกลม มีสีส้นและลวดลายสวยงาม อาจห่มสไบทับและเกล้าผม ส่วนผู้ชายนิยมนุ่งกางเกงขายาวลักษณะแบบกางเกงขายาวแบบสามส่วนที่เรียกว่า เตี่ยว เตี่ยวสะตอ หรือ เตี่ยวกี ทำจากผ้าฝ้ายย้อมสีน้ำเงินหรือสีดำ และสวมเสื้อผ้าฝ้ายคอกลมแขนสั้นแบบผ่าอกกระดุม ๕ เม็ด สีนํ้าเงินหรือสีดำที่เรียกว่า เสื้อม่อฮ่อม ที่มักใส่เวลาทำงาน หรือเสื้อคอจีนแขนยาว อาจมีผ้าคาดเอว ผ้าพาดบ่า และมีผ้าโพกศีรษะ ชาวบ้านบางแห่งนิยมสวมเสื้อม่อฮ่อม นุ่งกางเกงขายาวแบบสามส่วน และมีผ้าคาดเอว เครื่องประดับมักจะเป็นเครื่องเงินและเครื่องทอง

๓. อาหาร ชาวเหนือมีวัฒนธรรมการกินคล้ายกับชาวอีสาน คือ การกินข้าวเหนียว ซึ่งภาษาเหนือเรียกว่า ข้าวหนึ่ง จึงมีภาษาใส่ข้าวเหนียวในขั้นตอนต่างๆ เช่น ใช้ภาษาที่เรียกว่า หวด ในการนึ่งข้าวเหนียว ซึ่งมีใช้กันทั่วไปในภาคเหนือตอนบน ส่วนกรรมวิธีการปรุงอาหารของภาคเหนือจะนิยมการต้ม ปิ้ง แงง หมก ไม่นิยมใช้น้ำมัน อาหารส่วนใหญ่รสชาติไม่จัด ไม่นิยมใส่น้ำตาลในอาหาร เนื่องจากความหวานจะได้จากส่วนผสมของอาหารนั้นๆ เช่น ผัก ปลา และนิยมใช้ถั่วเน่าในการปรุงอาหาร โดยมีอาหารพื้นถิ่น เช่น ไส้อั่ว แงงโสะ แงงฮังเล แคบหมู ผักกาดจ้อ ลาบหมู ลาบเนื้อ จิ้นส้ม (แหนม) ข้าวซอย ขนมนํ้าเงี้ยว เป็นต้น นอกจากนี้ ชาวเหนือยังนิยมกินน้ำพริก เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อน น้ำพริกนํ้าปู

๔. ที่อยู่อาศัย บ้านเรือนในภาคเหนือตอนบนนิยมสร้างด้วยวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นสอดคล้องกับวิถีชีวิต ตัวเรือนมีขนาดเล็กใต้ถุนสูง หลังคาทรงจั่ว ประดับยอดหลังคาด้วยไม้แกะสลักไขว้กัน เรียกว่า กาแล ซึ่งเป็นไม้ประดับยอดจั่วหลังคาของบ้าน หากพิจารณาในเชิงช่างแล้ว กาแลนี้เป็นตัวกันไม่ให้ลมมาเกาะที่กลางจั่วหน้าบ้านเพื่อป้องกันไม่ให้ลมเหล่านั้นมาถ่ามุลรตหลังคาบ้านให้เป็นคราบสกปรก ซึ่งชาวบ้านถือว่าเป็นสิ่งอัปมงคล โดยชาวเหนือที่มีฐานะดีจะอยู่เรือนที่ค่อนข้างมีขนาดใหญ่และประณีตมากขึ้น

๕. ศาสนาและความเชื่อ ชาวเหนือมีความผูกพันอยู่กับความเชื่อที่ว่าผีมีสิ่งเร้นลับ ให้ความคุ้มครองรักษาอยู่ทุกหนทุกแห่ง ความเชื่อนี้จึงมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ดังจะเห็นได้จากขนบธรรมเนียม ประเพณี และพิธีกรรมต่างๆ ของชาวเหนือ เช่น ผู้เฒ่าผู้แก่ชาวเหนือเมื่อไปวัดฟังธรรมจะประกอบพิธีเลี้ยงผี ด้วยการจัดหาอาหารคาวหวานเช่นสังวैयाฝูย่า หรือเมื่อเวลาเข้าป่าหรือต้องค้างพักแรมในป่าจะนิยมบอกกล่าวและขออนุญาตเจ้าที่เจ้าทางอยู่เสมอ และเมื่อเวลากินข้าวในป่าจะแบ่งอาหารบางส่วนให้เจ้าที่เจ้าทางอีกด้วย แม้ปัจจุบันในเขตเมืองจะมีการนับถือผีสางที่อาจเปลี่ยนแปลงและเหลือน้อยลง หากแต่ชาวบ้านในเขตชนบทยังคงมีการปฏิบัติกันอยู่

๖. เพลงพื้นบ้าน เน้นความเพลงที่มีความสนุกสนาน สามารถใช้ร้องเล่นได้ทุกโอกาส ไม่จำกัดฤดูกาลและเทศกาล ส่วนใหญ่นิยมใช้ร้องเพลงเพื่อผ่อนคลายอารมณ์และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยลักษณะการขับร้องและท่วงทำนองจะอ่อนโยน ฟังดูเนิบนาบนุ่มนวล บรรเลงโดยเครื่องดนตรีพื้นบ้าน เช่น ปี่ ซึง สะล้อ ขลุ่ย กลองเต่งถึง กลองตี่โงง กลองสะบัดชัยโบราณ โดยสามารถจัดประเภทของเพลงพื้นบ้านของภาคเหนือได้ ๔ ประเภท ได้แก่ เพลงขอ เพลงคำว เพลงจ้อย เพลงเด็ก

๗. นิทานพื้นบ้าน มักเป็นตำนานของสถานที่ต่างๆ หรือความเป็นมาและสาเหตุของสถานที่เหล่านั้นเล่าสืบต่อกันมาช้านาน เพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินและได้สาระที่เป็นคติสอนใจ อาทิ ความดี ความกตัญญู ความซื่อสัตย์ รวมถึงยังสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นภาคเหนืออีกด้วย

๘. การแสดงพื้นเมือง มักจัดการแสดงในงานพระราชพิธี วันสำคัญทางศาสนา การต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง งานมงคล และงานรื่นเริงทั่วไป เช่น ฟ้อนภูไท ฟ้อนเทียน ฟ้อนเล็บ ฟ้อนดาบ ฟ้อนเงี้ยว ฟ้อนลาวแพน ฟ้อนรัก ฟ้อนดวงเดือน ฟ้อนดวงดอกไม้ ฟ้อนมาลัย ฟ้อนไต ฟ้อนโยคีถวายไฟ ระเบียบวาทะศิลป์ รำลาวกระเทย รำกลองสะบัดชัย

๙. การประกอบอาชีพ แต่เดิมผู้คนมีวิถีและความเป็นอยู่โดยการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาและหุบเขา มีพื้นที่ราบจำนวนน้อยเพียง ๑ ใน ๔ ของพื้นที่ทั้งหมด ชาวบ้านทำนาแบบนาหว่าน พื้นที่สูงปลูกข้าวไร่ พื้นที่ที่ราบในแอ่งเขาอุดมสมบูรณ์ปลูกข้าวและพืชอื่นๆ ได้ดี ระบบเศรษฐกิจเป็นแบบผลิตเพื่อใช้พออยู่พอกิน การติดต่อค้าขายระหว่างกันภายในหมู่บ้านจะมีกาเดหมั่ว ซึ่งเป็นตลาดที่ขายของบนเปก้นไปอย่างไม่มีระเบียบเรียบร้อย ชาวบ้านนิยมไปซื้อทั้งของกินพื้นบ้านและของใช้ที่ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมา นอกจากอาชีพเกษตรกรรม ชาวเหนือยังประกอบอาชีพอื่นอีก โดยเฉพาะหัตถกรรมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน เช่น การทอผ้า การแกะสลักไม้ การทำเครื่องเงิน เครื่องเงินเครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน และเครื่องเหล็ก เป็นต้น

๑๐. ประเพณี เกิดจากการผสมผสานการดำเนินชีวิต ศาสนาพุทธ และความเชื่อเรื่องการนับถือผี ส่งผลทำให้มีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างกันไปตามพื้นที่และฤดูกาล ซึ่งจะมีประเพณีในรอบปีแทบทุกเดือน โดยในช่วงแรก (เมษายนถึงมิถุนายน) เป็นช่วงการเริ่มต้นปีใหม่หรือสงกรานต์งานประเพณี ประเพณีจึงเกี่ยวข้องกับการทำบุญเพื่อความเป็นสิริมงคล ต้อนรับชีวิตใหม่ และอุทิศส่วนบุญกุศลไปให้แก่บรรพบุรุษ มีการเลี้ยงผีและฟ้อนผีเพื่อขอฝนช่วยให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ภายในไร่นา ช่วงที่สอง (มิถุนายนถึงตุลาคม) เป็นช่วงของการเพาะปลูกและเป็นเทศกาลเข้าพรรษา ประเพณีจึงเกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพและศาสนา และช่วงที่สาม (ตุลาคมถึงเมษายน) เป็นช่วงของการเก็บเกี่ยวพืชผลและเทศกาลออกพรรษา ถือว่าเป็นเวลาแห่งการพักผ่อน ประเพณีจึงเป็นงานรื่นเริงและการทำบุญที่เกี่ยวข้องศาสนา ประเพณีที่สำคัญ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีสืบชะตา ประเพณีปอยน้อย ประเพณีปอยหลวง ประเพณียี่เป็ง ประเพณีตานตุง ประเพณีกรวยสลาก ประเพณีลอยโคม เป็นต้น

(๗) ทรัพยากรธรรมชาติ

๑. ทรัพยากรดิน

ภาคเหนือตอนบนมีลักษณะภูมิประเทศเต็มไปด้วยเทือกเขาและหุบเขา จึงทำให้เกิดดินประเภทต่างๆ ที่พบตามแถบภูเขาที่สูงที่ผุพังจากหินต่างๆ หลายชนิด ทั้งดินที่มีลักษณะต้นบางตามที่ลาดชันและเต็มไปด้วยกรวดหิน พอที่จะมีป่าไม้ปกคลุมและทำการเพาะปลูกแบบทำไร่เลื่อนลอย ขณะที่บริเวณหุบเขาหรือแอ่งแผ่นดินซึ่งเป็นที่ราบที่มีระดับต่างๆ กันจะมีเนื้อดินหนาสมบูรณ์กว่าเนื่องจากน้ำพาตะกอนจากไหล่เขามาทับถม ลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างกันนี้อาจแบ่งกลุ่มของดินและประโยชน์ที่ได้จากดินนั้นๆ ดังนี้

๑.๑ ดินในบริเวณที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง พบตามบริเวณพื้นที่ราบเรียบตามฝั่งแม่น้ำสายใหญ่ที่ไหลลงสู่ที่ราบและไหลคดเคี้ยวไปมา เป็นกลุ่มดินตะกอนลำน้ำ (Alluvial Soils) ซึ่งเป็นดินร่วนปนทราย ใช้ประโยชน์เป็นที่สร้างบ้านเรือนอยู่อาศัยและปลูกพืชสวนครัวได้ ส่วนดินที่มีการระบายน้ำไม่ดีมีน้ำแช่ขังจะอยู่ตามมาบลำน้ำ มีพื้นที่ราบเรียบและมีระดับต่ำกว่าพวกแรก ใช้ประโยชน์ในการทำนาได้ดี

๑.๒ ดินในบริเวณลานตะพักน้ำ เป็นดินร่วนค่อนข้างละเอียด โดยดินตะพักลำน้ำระดับต่ำมีการระบายน้ำไม่ดี สามารถใช้ในการทำนาและอาจใช้ปลูกพืชไร่ ในฤดูแล้งได้หากมีน้ำจากการชลประทานเพียงพอ ส่วนดินตะพักน้ำบริเวณสันริมน้ำเก่ามีความอุดมสมบูรณ์ ถึงดีปานกลางเหมาะสมในการปลูกพืชสวนและพืชไร่ ดินที่พบในตะพักลำน้ำสูงขึ้นไปถูกปกคลุมด้วยป่าแดง แต่ป่าถูกโค่นถางเพื่อทำไร่มากขึ้น ทำให้เกิดปัญหาดินถูกชะล้างจนเสื่อมคุณภาพและขาดน้ำ ในฤดูแล้งมีการสูญเสียหน้าดินอย่างรวดเร็ว จึงไม่ควรปล่อยพื้นที่ให้ว่างขณะที่ยังไม่ถึงฤดูปลูกพืช

๑.๓ ดินในบริเวณภูเขาและทิวเขาที่มีระดับแตกต่างกันมาก ส่วนใหญ่เป็นภูเขาที่มีความลาดชันสูงเฉลี่ยความสูงจากระดับน้ำทะเลเกิน ๕๐๐ เมตรขึ้นไป จนถึงยอดสูงสุด คือ ดอยอินทนนท์ ซึ่งสูงเกิน ๒,๕๐๐ เมตร เป็นดินภูเขาที่เกิดจากการสีกกร่อนผุพังเหลือเป็นดินบางๆ ตกค้างอยู่ บางแห่งมีสภาพเหมาะสมพอที่จะมีพืชพรรณขึ้น พื้นที่ส่วนใหญ่ไม่เหมาะแก่ประกอบกิจการเกษตร จึงควรที่จะสงวนไว้เป็นป่าปกคลุมโดยทั่วไป หากแต่มีการแผ้วถางทำลายป่าเป็นบริเวณกว้างขวางมาก

๑.๔ ดินที่เกิดจากการทับถมของตะกอนที่มีอายุน้อย (Recent Alluvium) เกิดจากการที่แม่น้ำลำธารพัดพาตะกอนมาทับถมกันบริเวณ ๒ ฝั่งลำน้ำ เป็นดินร่วนที่มีอายุในการพัฒนาชั้นดินน้อย พบในบริเวณที่ราบน้ำท่วมถึง ทั้งที่เป็นสันริมฝั่งแม่น้ำและที่ราบลุ่มซึ่งอยู่ถัดออกไป มีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติปานกลาง ดินบนสันดินริมน้ำส่วนใหญ่ใช้ปลูกไผ่ ยาสูบ และพืชผักต่างๆ ส่วนดินบริเวณพื้นที่ราบใช้ทำนา

๑.๕ ดินที่เกิดจากการทับถมของตะกอนลำน้ำที่มีอายุค่อนข้างน้อย (Semi-recent Alluvium) เป็นตะกอนที่เนื้อละเอียด พบในลานตะพักกลุ่มน้ำที่มีอายุค่อนข้างน้อย ซึ่งมีสภาพพื้นที่ค่อนข้างราบเรียบและจะพบในบริเวณสันดินริมน้ำเก่า ส่วนใหญ่จะเป็นดินเหนียวที่มีการระบายน้ำเลวถึงค่อนข้างดี ดินมีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติปานกลางถึงต่ำเหมาะสำหรับการทำนา ส่วนบางพื้นที่เป็นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำสำหรับพืชไร่

๑.๖ ดินบนสันดินริมน้ำเก่า (Old Levees) พบในบริเวณที่เคยเป็นสันดินริมน้ำมาก่อน แต่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนทิศทางของลำน้ำ ทำให้ดินไม่ถูกน้ำท่วมหรืออาจถูกน้ำท่วมบ้างนานๆ ครั้ง เป็นดินลึกลับมีการระบายน้ำค่อนข้างดีและให้น้ำซึมผ่านได้ดีปานกลาง มีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติปานกลาง มีความเหมาะสมในการปลูกพืชไร่ แต่อาจได้รับความเสียหายจากน้ำท่วมฉับพลันบ้าง ส่วนนาข้าวมีความเหมาะสมน้อยมากเนื่องจากเก็บน้ำไว้ได้ยาก

๑.๗ ดินที่เกิดจากการทับถมของตะกอนลำน้ำเก่า (Old Alluvium) พบในบริเวณลานตะพักกลุ่มน้ำเก่าและเนินตะกอนรูปพัด เป็นดินลึกถึงลึกลับปานกลาง มีการระบายน้ำดี ดินมีความสามารถให้น้ำซึมผ่านได้ดีปานกลาง มีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติต่ำ มีกรวดปะปนอยู่ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการชอนไชของรากพืช รวมถึงยังมีการกัดกร่อนสูง จึงมีความเหมาะสมน้อยในการปลูกพืชไร่

๑.๘ ดินที่เกิดจากวัตถุตกค้าง (Residuum) เป็นดินที่เกิดจากการสลายตัวอยู่กับที่ของหินพื้นหรือหินดินดานเชิงเขา โดยมากมักจะมีเศษหินปะปนอยู่ในดินที่ระดับความลึกต่างๆ มีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติปานกลางถึงต่ำ เนื่องจากสภาพพื้นที่มีความลาดชันสูง ทำให้ดินถูกกัดกร่อนได้ง่าย และมีกรวดและก้อนหินปะปนอยู่มาก จึงมีความเหมาะสมน้อยมากในการปลูกพืชไร่

๑.๙ ดินที่เกิดจากวัตถุดิบกำเนิดดินหลายชนิด (Various Sources) ทำให้เกิดสภาพพื้นที่ต่างๆ ซึ่งไม่อาจจำแนกประเภทของพื้นที่ได้ ทั้งบริเวณเนินตะกอนรูปพัดเชิงซ้อน บริเวณที่มีก้อนหินอยู่ตามผิวดิน บริเวณพื้นที่ที่ถูกกัดกร่อนเป็นร่องลึก และบริเวณภูเขาสูง หรือเป็นพื้นที่ที่มีการกัดกร่อนเกิดขึ้นอย่างรุนแรงจนเป็นร่องลึก ไม่สามารถนำมาใช้ประกอบการเกษตรได้ ควรปล่อยไว้ให้เป็นป่าธรรมชาติ เพื่อเป็นแหล่งสงวนพันธุ์สัตว์ป่าและแหล่งต้นน้ำลำธาร

ทรัพยากรดินของภาคเหนือตอนบนเสื่อมโทรมอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากภัยธรรมชาติและการใช้ที่ดินไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ อาทิ ปัญหาดินถล่มจากอุทกภัยมักพบในพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นที่ลุ่มริมน้ำมากที่สุดและมีลักษณะเป็นที่ราบแอ่งกระทะน้อยที่สุด ปัญหาความอุดมสมบูรณ์ของดินเนื่องจากการใช้ประโยชน์จากพืชไร่มานานโดยไม่มีการบำรุงรักษาหรือใส่ปุ๋ย ทำให้เกษตรกรทิ้งที่ดินเดิมและไปบุกเบิกที่ดินใหม่หรือที่เรียกว่าทำไร่เลื่อนลอย ปัญหาการพังทลายของหน้าดินที่มักเกิดในบริเวณที่มีความลาดเทสูง หรือพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นลูกคลื่นลอนชันบริเวณเชิงเขาและเนินเขา โดยพื้นที่ที่มีความลาดเทมากกว่าร้อยละ ๓๐ ไม่ควรที่จะนำมาใช้ในการเพาะปลูกเนื่องจากหน้าดินจะเกิดการพังทลาย สูญเสียความอุดมสมบูรณ์อย่างรวดเร็ว เป็นการทำลายแหล่งต้นน้ำลำธาร รวมถึงก่อให้เกิดปัญหาตะกอนไหลลงมาทับถมบริเวณเขื่อนและแหล่งเก็บน้ำให้ตื้นเขินอีกด้วย นอกจากนี้ ยังมีปัญหาดินตื้นที่มีการขุดนำไปใช้ประโยชน์ในการเพาะปลูก นอกจากจะเป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตของพืชแล้ว ยังเป็นปัญหาในการใช้เครื่องมือทางการเกษตรในการไถพรวนอีกด้วย

๒. ทรัพยากรน้ำ

ภาคเหนือตอนบนเป็นแหล่งต้นน้ำสำคัญของประเทศ เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่มีภูมิประเทศเป็นภูเขาสูงและป่าไม้ โดยมีแหล่งน้ำสายหลักที่เป็นแหล่งน้ำจืด ดังนี้

๒.๑ แม่น้ำปิง เป็นแม่น้ำสายสำคัญที่ไหลอยู่ในหุบเขาระหว่างทิวเขาถนนธงชัย และทิวเขาผีปันน้ำตะวันตก มีต้นน้ำอยู่ที่ดอยเชียงดาวไหลลงลงมาทิศใต้ผ่านจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน และไหลเข้าเขตจังหวัดตากไปบรรจบกับแม่น้ำวัง แล้วไหลต่อไปทางใต้ผ่านจังหวัดกำแพงเพชร บรรจบกับแม่น้ำน่านที่จังหวัดนครสวรรค์รวมเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา มีความยาวประมาณ ๗๑๕ กิโลเมตร ช่วงที่แม่น้ำปิงไหลผ่านเขตจังหวัดเชียงใหม่มีความยาวประมาณ ๓๓๕ กิโลเมตร และเป็นเส้นกั้นเขตแดนระหว่างจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูนลงไปทางทิศใต้เป็นระยะทางยาวประมาณ ๗๐ กิโลเมตร แม่น้ำปิงมีพื้นที่รับน้ำประมาณ ๖,๓๕๕ ตารางกิโลเมตร

๒.๒ แม่น้ำวัง มีต้นน้ำอยู่ในจังหวัดเชียงรายและไหลมาทางใต้ผ่านจังหวัดลำปาง แล้วไหลเข้าจังหวัดตากไปบรรจบกับแม่น้ำปิง ช่วงที่แม่น้ำวังไหลผ่านเขตจังหวัดลำปางมีความยาวประมาณ ๓๘๒ กิโลเมตร

๒.๓ แม่น้ำสาละวิน เป็นแม่น้ำนานาชาติมีต้นกำเนิดมาจากธิเบตไหลผ่านทางตอนใต้ของจีน ผ่านทางด้านตะวันออกของพม่าและทางด้านตะวันตกของประเทศไทย แล้ววกกลับเข้าพม่าและไหลลงสู่ทะเลอันดามัน มีความยาวประมาณ ๒,๒๐๐ กิโลเมตร ช่วงที่ไหลผ่านอำเภอแม่ลาน้อย จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นที่ตั้งของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสาละวิน ไหลลงมาทางใต้ผ่านอำเภอแม่สะเรียงและอำเภอสบเมยเป็นเขตอุทยานแห่งชาติสาละวิน

๒.๔ แม่น้ำกว๊ม มีต้นน้ำอยู่ที่ดอยผีปันน้ำหรือดอยนางแก้ว และดอยมด แล้วไหลไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ลงสู่ที่ราบเชียงใหม่-ลำพูน แล้วบรรจบกับแม่น้ำปิงที่อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน มีความยาวประมาณ ๑๑๐ กิโลเมตร และมีพื้นที่รับน้ำประมาณ ๑,๗๔๐ ตารางกิโลเมตร

๒.๕ แม่น้ำลี้ มีต้นน้ำอยู่ที่ดอยสบเทิม จังหวัดลำพูน ไหลลงไปทางใต้จนถึงบริเวณใกล้อำเภอลี่ จึงค่อยไหลวกกลับไปทางเหนือเป็นรูปตัวยูแล้วไหลต่อไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือบรรจบกับแม่น้ำปิงที่อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน มีความยาวประมาณ ๑๘๐ กิโลเมตร และมีพื้นที่รับน้ำ ประมาณ ๓๑๕ ตารางกิโลเมตร

๒.๖ แม่น้ำอิง มีต้นกำเนิดจากดอยหลวง จังหวัดพะเยา แล้วกลงทางทิศใต้ลงกว๊านพะเยาซึ่งเป็นแหล่งน้ำตามธรรมชาติที่สำคัญ แล้ววกขึ้นทางทิศเหนือผ่านอำเภอดอกคำใต้ อำเภอจุน จังหวัดพะเยา ผ่านอำเภอป่าแดด อำเภอเทิง อำเภอขุนตาล อำเภอพญาเม็งราย แล้วลงสู่แม่น้ำโขงที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย มีความยาวประมาณ ๒๗๐ กิโลเมตร

๒.๗ แม่น้ำกก มีต้นกำเนิดอยู่ที่ภูเขาทางตอนเหนือของเมืองกก รัฐเชียงตุง พม่า ไหลลงทางใต้เข้าเขตแดนประเทศไทยที่ช่องแม่น้ำกก อำเภอแม่ฮ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ผ่านเชียงรายไปออกแม่น้ำโขง ที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายในเขตแดนประเทศไทย มีความยาวประมาณ ๑๑๐ กิโลเมตร

๒.๘ แม่น้ำยม มีต้นกำเนิดบริเวณดอยภูลังกาในเทือกเขาผีปันน้ำตะวันออก จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดพิจิตร บรรจบกับแม่น้ำน่านที่จังหวัดนครสวรรค์ มีความยาวประมาณ ๗๐๐ กิโลเมตร

๒.๙ แม่น้ำน่าน มีต้นกำเนิดอยู่ที่ดอยภูแวในเทือกเขาหลวงพระบางและเทือกเขาเพชรบูรณ์ จังหวัดน่าน ไหลผ่านจังหวัดน่าน จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดพิจิตร แล้วไปบรรจบกับแม่น้ำปิงที่จังหวัดนครสวรรค์ มีความยาวประมาณ ๗๔๐ กิโลเมตร

ปัญหากล้งของภาคเหนือตอนบนเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ จากสภาพอากาศแห้งแล้ง ฝนทิ้งช่วง และภาวะฝนแล้ง ปริมาณน้ำในแม่น้ำ ลำน้ำ ลำห้วย อ่างเก็บน้ำจึงแห้งขอด ไม่มีปริมาณน้ำสำหรับอุปโภค-บริโภค หรือมีไม่เพียงพอสำหรับใช้เพื่อการเกษตรกรรม สาเหตุเกิดจากภาวะโลกร้อนและสภาพภูมิอากาศแปรปรวนเนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย ปัญหากล้งกระจายไปทั่วทุกพื้นที่ในภูมิภาคช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงพฤษภาคม ขณะที่คุณภาพแหล่งน้ำผิวดินส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ระดับดีและระดับพอใช้ มีเพียงแม่น้ำกว๊านที่อยู่ในเกณฑ์ระดับเสื่อมโทรม ซึ่งสาเหตุหลักมาจากน้ำเสียของชุมชนเมืองและโรงงานอุตสาหกรรม

๓. ทรัพยากรป่าไม้

พื้นที่ป่าไม้ของภาคเหนือตอนบนเป็นป่าต้นน้ำอันอุดมสมบูรณ์ของประเทศ ซึ่งสามารถจำแนกประเภทของป่าในพื้นที่ได้ ดังนี้

๓.๑ ป่าดิบเขา เป็นป่าที่ปรากฏอยู่ในระดับความสูงเกินกว่า ๑,๒๐๐ เมตรเหนือระดับน้ำทะเลขึ้นไป ภูมิอากาศจะหนาวเย็นและมีความชื้นสูงตลอดทั้งปี ป่าชนิดนี้พบกระจายอยู่ตามยอดเขาสูง โดยเฉพาะทางแถบเทือกเขาทางฝั่งตะวันตกของภูมิภาค

๓.๒ ป่าดิบแล้ง เป็นป่าที่กระจายทั่วไปตามที่ราบเชิงเขา ไหล่เขา และหุบเขาที่ชุ่มชื้น จนถึงพื้นที่ระดับความสูงไม่เกิน ๙๕๐ เมตร เหนือระดับน้ำทะเล มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยประมาณ ๑,๐๐๐ - ๒,๐๐๐ มิลลิเมตรต่อปี โดยมีช่วงความแห้งแล้งที่ยาวนานประมาณ ๓ - ๔ เดือน มีดินค่อนข้างลึก จึงสามารถกักเก็บน้ำได้ดีพอสมควร

๓.๓ ป่าเบญจพรรณ เป็นป่าที่มีพรรณไม้เด่น ๕ ชนิด ได้แก่ สัก มะค่า แดง ประดู่ และชิงชัน จะพบป่าชนิดนี้ได้ในพื้นที่ที่มีฤดูกาลแบ่งแยกชัดเจน มีช่วงแห้งแล้งยาวนานเกินกว่า ๓ เดือน มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยประมาณ ๑,๒๐๐ - ๑,๔๐๐ มิลลิเมตรต่อปี มักพบที่ระดับความสูงประมาณ ๕๐ - ๘๐๐ เมตร เหนือระดับน้ำทะเล

๓.๔ ป่าเต็งรัง เป็นป่าที่มีความหนาแน่นของต้นไม้ไม่น้อยกว่าป่าเบญจพรรณ เนื่องจากดินตื้นกักเก็บน้ำได้น้อย มักพบที่ระดับความสูงประมาณ ๕๐ - ๑,๐๐๐ เมตร เหนือระดับน้ำทะเล มีช่วงแห้งแล้งจัดเกิน ๔ เดือนต่อปี มีปริมาณน้ำฝนเพียง ๙๐๐ - ๑,๒๐๐ มิลลิเมตรต่อปีเท่านั้น

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ มีพื้นที่ป่าไม้รวม ๒๓,๖๕๑,๓๑๒.๕๐ ไร่ คิดเป็นร้อยละ ๗๒.๙๖ ของพื้นที่ทั้งหมดของกลุ่มจังหวัด โดยจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีสัดส่วนพื้นที่ป่าไม้มากที่สุด ในกลุ่มจังหวัด คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๕๐ ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด จำนวนพื้นที่ป่าไม้ของกลุ่มจังหวัดในปี ๒๕๖๐ มีแนวโน้มลดลงประมาณ ๒๔,๓๒๗.๘๑ ไร่ จากปี ๒๕๕๙ หรือลดลงร้อยละ ๐.๓๙ ถือเป็นสัดส่วน การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ป่าไม้ที่เพิ่มขึ้น ขณะที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ มีพื้นที่ป่าไม้รวม ๑๒,๑๔๖,๕๐๑.๗๘ ไร่ คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๕๓ ของพื้นที่ทั้งหมดของกลุ่มจังหวัด โดยจังหวัดแพร่มีสัดส่วน พื้นที่ป่าไม้มากที่สุดในกลุ่มจังหวัด คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๗๖ ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด ส่วนจังหวัดเชียงราย มีสัดส่วนพื้นที่ป่าไม้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๒๓ ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด เมื่อเปรียบเทียบพื้นที่ป่าไม้ ในช่วงปี ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑ มีแนวโน้มค่อนข้างคงที่ ซึ่งตรงข้ามกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ความต้องการ ในการใช้ทรัพยากรจึงเพิ่มขึ้น แต่จำนวนพื้นที่ป่าไม้ยังคงเดิม

ปัญหาหมอกควันไฟป่าและฝุ่นละอองขนาดเล็กเกินมาตรฐานในพื้นที่ภาคเหนือ ตอนบนเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ อันเนื่องมาจากการบุกรุกและตัดไม้ทำลายป่าเพื่อขยายพื้นที่เพาะปลูก อย่างต่อเนื่อง และลักลอบเผาป่าเพื่อเตรียมพื้นที่สำหรับเพาะปลูกให้ทันต่อการเพาะปลูกในฤดูฝน และไฟป่า ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจากสภาพอากาศแห้งแล้งอย่างรุนแรง นอกจากนี้ ยังมีสาเหตุจากการเผาในที่โล่ง การเผาวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร ประกอบกับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ที่เป็นหุบเขาล้อมรอบพื้นที่ราบ ที่มีลักษณะคล้ายแอ่งกระทะ รวมทั้งผลจากหมอกควันข้ามแดนจากประเทศเพื่อนบ้านที่ยากต่อการป้องกัน ดังนั้น ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายนของทุกปีจะเป็นช่วงที่มีปัญหาหมอกควันไฟป่าส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ของผู้ป่วย เด็ก และคนชรา บดบังทัศนียภาพส่งผลกระทบต่อคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศอันอาจก่อให้เกิด อุบัติเหตุได้ รวมถึงกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวส่งผลให้ผู้ประกอบการขาดรายได้ในช่วงที่เกิดหมอกควันไฟป่า

๑.๒.๒ โครงสร้างพื้นฐาน

(๑) ระบบการขนส่ง (ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ)

๑. ระบบการขนส่งทางบก

๑.๑ ถนน

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑ (ถนนพหลโยธิน) สายอนุสาวรีย์หลักสี่-กลางสะพานแม่น้ำสาย เชื่อมโยงกับพม่าที่ท่าขี้เหล็ก มีระยะทางประมาณ ๙๙๔.๗๕ กิโลเมตร

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑๑ สายอินทร์บุรี-เชียงใหม่ เป็นทางหลวงแผ่นดินสายหลักแนวเหนือ-ใต้ เชื่อมโยงการคมนาคมระหว่างจังหวัดในภาคกลางกับจังหวัดในภาคเหนือ รวมระยะทางประมาณ ๕๔๕.๗๗๙ กิโลเมตร

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑๐๑ สายกำแพงเพชร-จุดผ่านแดนถาวร ห้วยโก๋น/น้ำเงิน)

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑๐๓ สายร้องกวาง-งาว

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑๐๖ สายดอนไชย-อุโมงค์

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑๐๗ สายเชียงใหม่-แม่จัน

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑๐๘ สายเชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑๐๙๕ สายหนองไค้ง-แม่ฮ่องสอน
- ทางหลวงสายเอเชีย (Asian Highway) หมายเลข AH๒ เริ่มต้นเข้าสู่ประเทศไทยที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
- ทางหลวงสายเอเชีย (Asian Highway) หมายเลข AH๓ เริ่มต้นเข้าสู่ประเทศไทยที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
- ทางหลวงสายเอเชีย (Asian Highway) หมายเลข AH๑๓ เริ่มต้นเข้าสู่ประเทศไทยที่ด่านห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน
- เส้นทางแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor : NSEC) หรือเส้นทาง R๓A เป็นเส้นทางสายไหมเชื่อมโยงระหว่างจีน-ลาว-ไทย และ เส้นทาง R๓B เป็นเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างจีน-พม่า-ไทย

๑.๒ รถไฟ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ มีเส้นทางรถไฟเชื่อมต่อจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดลำปาง โดยสถานีรถไฟเชียงใหม่เป็นสถานีปลายทางของทางรถไฟสายเหนือ มีระยะทางจากกรุงเทพถึงสถานีเชียงใหม่ประมาณ ๗๕๑ กิโลเมตร โดยสามารถเชื่อมโยงสู่ทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือที่สถานีรถไฟชุมทางบ้านภาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ มีสถานีรถไฟสำคัญ คือ สถานีรถไฟ เด่นชัย จังหวัดแพร่ มีระยะทางจากกรุงเทพถึงสถานีเด่นชัยประมาณ ๕๓๓.๙๔ กิโลเมตร ทั้งนี้ ขณะนี้อยู่ระหว่างการพัฒนารถไฟทางคู่ ช่วงปากน้ำโพ-เด่นชัย ช่วงเด่นชัย-เชียงใหม่ และช่วงเด่นชัย-เชียงราย-เชียงของ รวมถึงรถไฟความเร็วสูง กรุงเทพ-เชียงใหม่

๒. ระบบการขนส่งทางน้ำ

๒.๑ ท่าเรือ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ มีท่าเรือ ๓ แห่ง ได้แก่ ท่าเรือพาณิชย์ เชียงแสนแห่งที่ ๑ และ ๒ และท่าเรือเชียงของ ซึ่งทั้ง ๓ แห่งอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและอยู่ในการดูแลของการท่าเรือแห่งประเทศไทย

๓. ระบบการขนส่งทางอากาศ

๓.๑ ท่าอากาศยาน

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ มีท่าอากาศยานอยู่ในการดูแลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน ๑ แห่ง คือ ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ โดยปัจจุบันมีสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการ คือ การบินไทย ไทยสมายล์ ไทยเวียดเจ็ทแอร์ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ ไทยไลอ้อนแอร์ บางกอกแอร์เวย์ส และสายการบินต่างประเทศอื่นๆ มีท่าอากาศยานอยู่ในการดูแลของกรมท่าอากาศยาน จำนวน ๔ แห่ง คือ ท่าอากาศยานลำปาง โดยปัจจุบันมีสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการ คือ นกแอร์ บางกอกแอร์เวย์ส และท่าอากาศยานแม่ฮ่องสอน โดยปัจจุบันมีสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการ คือ นกแอร์ บางกอกแอร์เวย์ส ส่วนท่าอากาศยานปายและท่าอากาศยานแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ไม่มีเที่ยวบินพาณิชย์ให้บริการในปัจจุบัน ทั้งนี้ สนามบินนานาชาติเชียงใหม่ แห่งที่ ๒ อยู่ระหว่างเสนอโครงการ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ มีท่าอากาศยานที่อยู่ในการดูแลของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน ๑ แห่ง คือ ท่าอากาศยานนานาชาติแม่ฟ้าหลวง เชียงราย โดยปัจจุบันมีสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการ คือ ไทยสมายล์ ไทยเวียดเจ็ทแอร์ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ ไทยไลอ้อนแอร์ และสายการบินต่างประเทศอื่นๆ และมีท่าอากาศยานที่อยู่ในการดูแลของกรมการบินพลเรือน จำนวน ๒ แห่ง คือ ท่าอากาศยานแพร่ โดยปัจจุบันมีสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการ คือ นกแอร์ และ ท่าอากาศยานน่านนคร โดยปัจจุบันมีสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการ คือ ไทยสมายล์ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์

(๒) ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

จากดัชนีความก้าวหน้าของคน (Human Achievement Index : HAI) ในด้านการคมนาคมและการสื่อสารในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ผลจากการขยายการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ ทำให้มีการเข้าถึงโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตได้ทั่วถึงมากขึ้น โดยจังหวัดลำพูนมีดัชนี HAI ในด้านดังกล่าวสูงที่สุดในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน (ลำดับที่ ๑๕ ของประเทศ) ส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีดัชนี HAI ในด้านดังกล่าวต่ำที่สุดในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน (ลำดับที่ ๗๓ ของประเทศ) อย่างไรก็ตาม ในปี ๒๕๖๒ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า ทุกจังหวัดยังมีสัดส่วนของประชากรที่มีโทรศัพท์มือถือต่ำกว่าระดับประเทศ และมีเพียง ๔ จังหวัดที่มีสัดส่วนสูงกว่าระดับภาค ได้แก่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัดแพร่ ตามลำดับ เช่นเดียวกับสัดส่วนของประชากรที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตยังมีสัดส่วนต่ำกว่าระดับประเทศ และมีเพียง ๕ จังหวัดที่มีสัดส่วนสูงกว่าระดับภาค ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดแพร่ ตามลำดับ

“สัดส่วนของประชากรที่มีโทรศัพท์มือถือและเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ร้อยละ)

ประเทศ/ภาค/จังหวัด	ประชากรที่มีโทรศัพท์มือถือ			ประชากรที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต		
	๒๕๕๘	๒๕๖๐	๒๕๖๒	๒๕๕๘	๒๕๖๐	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๗๙.๒๘	๘๘.๑๕	๘๙.๕๔	๓๙.๓๒	๕๒.๘๙	๕๖.๘๒
ภาคเหนือ	๗๖.๕๑	๘๕.๒๙	๘๖.๘๐	๓๓.๕๔	๔๕.๓๙	๔๘.๙๙
เชียงใหม่	๘๐.๔๐	๘๔.๔๗	๘๖.๕๗	๔๓.๓๘	๕๒.๒๖	๕๓.๕๓
แม่ฮ่องสอน	๕๗.๖๖	๘๐.๐๑	๘๑.๓๑	๒๕.๑๐	๓๑.๗๑	๓๘.๙๒
ลำพูน	๗๘.๗๕	๘๖.๓๐	๘๗.๕๓	๓๗.๕๘	๔๗.๐๐	๕๐.๙๗
ลำปาง	๗๘.๙๗	๘๕.๘๖	๘๗.๘๗	๓๓.๙๓	๔๙.๘๑	๕๐.๘๘
เชียงราย	๗๖.๓๖	๘๓.๙๖	๘๖.๑๐	๒๗.๓๙	๔๓.๐๑	๔๕.๑๒
พะเยา	๘๒.๗๗	๘๘.๓๔	๘๙.๔๑	๒๗.๖๙	๔๔.๒๕	๕๑.๕๐
แพร่	๗๙.๙๘	๘๖.๐๖	๘๗.๔๘	๓๕.๔๖	๔๖.๓๖	๕๐.๒๐
น่าน	๗๔.๐๒	๘๒.๗๒	๘๓.๗๑	๓๐.๙๐	๔๑.๒๕	๔๓.๐๙

ที่มา : ดัชนีความก้าวหน้าของคน ประจำปี ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

๑.๒.๓ ภาคอุตสาหกรรม

(๑) อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในพื้นที่

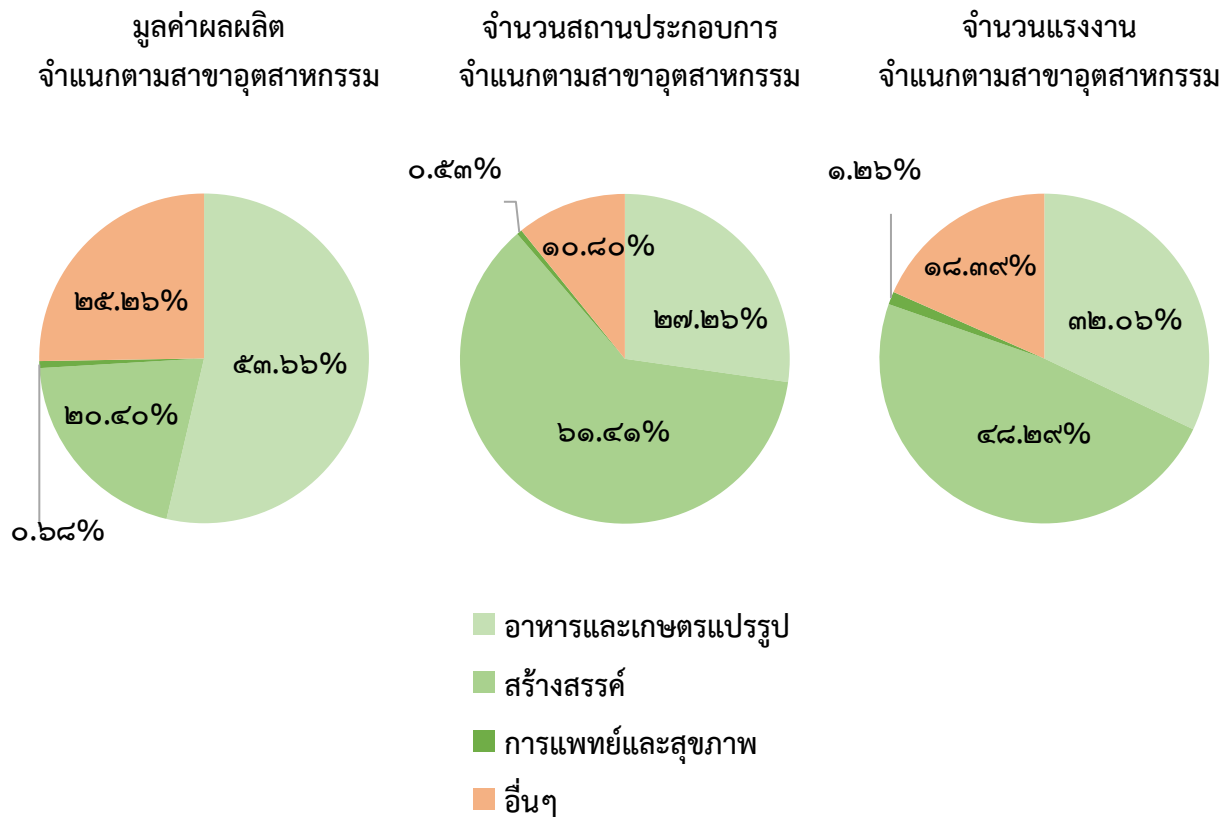
แม้ว่าภาคอุตสาหกรรมจะมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาคเหนือตอนบนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับภาคการท่องเที่ยวและบริการหรือภาคเกษตร หากแต่ข้อได้เปรียบเชิงพื้นที่ที่มีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศ มีภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่น มีสภาพภูมิประเทศและธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์จึงเป็นฐานทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับสากล รวมถึงมีองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของสถาบันการศึกษาจำนวนมาก ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนทั้งสิ้น ตามแผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๕ จึงได้กำหนดให้มีการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรมใน ๓ อุตสาหกรรม เพื่อสร้างมูลค่าสูงตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของภาค โดยให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางและขยายสู่พื้นที่เครือข่ายที่มีศักยภาพ ประกอบด้วย

๑. อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป ภาคเหนือตอนบนมีอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูปเป็นโครงสร้างอุตสาหกรรมหลักและแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๕๔ ของสาขาอุตสาหกรรมทั้งหมด เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพและความหลากหลาย ทั้งพืชผักผลไม้เมืองหนาวและสมุนไพร ถือเป็นฐานรายได้หลักของประชากรส่วนใหญ่และการจ้างงาน โดยระบบการผลิตกำลังปรับสู่เกษตรอินทรีย์มากขึ้นและยังอยู่ในระดับเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน แต่มีแนวโน้มขยายสู่เชิงพาณิชย์เพื่อป้อนตลาดที่มีกำลังซื้อสูงและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารและเกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มีโรงงานอุตสาหกรรมด้านอาหารและเกษตรแปรรูปกระจายทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดเชียงราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นอกจากนี้ ยังมีความพยายามของภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ในรูปแบบสามประสาน (Triple Helix Model) ที่บูรณาการร่วมกันในการผลักดันการสร้างพื้นที่เศรษฐกิจนวัตกรรมอาหารภาคเหนือ (Northern Thailand Food Valley) นับตั้งแต่ปี ๒๕๕๕ เป็นต้นมา ซึ่งในปัจจุบันเกิดเป็นเครือข่าย Northern Thailand Food Valley ที่มีสมาชิกมากกว่า ๓๕๐ กิจการ โดยในระยะแรกมุ่งเน้นพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ๑ และระยะต่อมาได้ขยายผลไปยังพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ๒ จนถึงปัจจุบันได้มีการพัฒนาแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ทั้งในมิติของโครงสร้างพื้นฐาน วัตถุดิบ เทคโนโลยีและนวัตกรรม การเชื่อมโยงธุรกิจ องค์ความรู้ และการขยายตลาด โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านอาหาร ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในเชิงพาณิชย์ รวมถึงการนำสินค้าเกษตรในพื้นที่มาสร้างมูลค่าเพิ่มที่สามารถตอบสนองต่อตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ ภาครัฐยังได้ผลักดันการพัฒนาเมืองสมุนไพร (Herbal City) เพื่อให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ทั้งการปลูก การแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ได้มาตรฐานและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย โดยจังหวัดเชียงรายได้รับการคัดเลือกเป็นจังหวัดนำร่องในพื้นที่ภาคเหนือ เนื่องจากมีความพร้อมทั้งด้านภูมิรัฐศาสตร์ ความเป็นอัตลักษณ์ของวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่นที่เหมาะสม การส่งเสริมการปลูกเพื่อเป็นแหล่งวัตถุดิบของประเทศ การเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทั้งยังสามารถเชื่อมโยงสู่อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพทั้งในมิติของการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อีกด้วย ซึ่งจังหวัดเชียงรายจะกลายเป็นต้นแบบของการพัฒนาเมืองสมุนไพรเพื่อขยายผลสู่พื้นที่อื่นๆ ในภูมิภาคต่อไป

๒. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภาคเหนือตอนบนเป็นฐานการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญของประเทศ โดยใช้ฐานความรู้ด้านเทคโนโลยี ศิลปวัฒนธรรม และการออกแบบร่วมสมัย เพื่อตอบสนองต่อกระแสด้านความต้องการของตลาด เช่น ผ้าทอ เครื่องเงิน เฟอร์นิเจอร์ไม้ สินค้าไลฟ์สไตล์ ของฝากของที่ระลึก ของใช้ของตกแต่งบ้าน เป็นต้น แหล่งผลิตจะกระจายตัวในทุกจังหวัด โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายหลัก ซึ่งได้รับการรับรองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Creative City of Crafts and Folk Arts) จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในปี ๒๕๖๐ ถือได้ว่าเป็นเมืองหนึ่งที่มีเอกลักษณ์และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในหลายมิติ ทั้งการฟื้นฟูและสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้วนำมาต่อยอดประยุกต์ใช้เพื่อสร้างสรรค์สินค้าที่มีอัตลักษณ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เพื่อกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน มีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมผนวกกับความโดดเด่นและสามารถตอบสนองต่อตลาดเป้าหมายเฉพาะที่เน้นคุณภาพทั้งการออกแบบ (Design) และการใช้งาน (Function) ทั้งยังมีการสนับสนุนให้เกิดการสร้างแบรนด์และการสร้างสรรค์กิจกรรม พื้นที่ หรือย่านสร้างสรรค์ (Creative Space) สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐที่ชี้ให้เห็นว่า การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ไม่อาจมองเฉพาะการพัฒนาารายสาขาของอุตสาหกรรม อาทิ แฟชั่น หัตถกรรม สินค้าไลฟ์สไตล์ หากแต่ต้องเชื่อมโยงการใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้กับสินค้าและบริการในภาคการผลิตจริง (Real Sector) ด้วยเช่นกัน อาทิ อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการ

๓. อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ ภาคเหนือตอนบนมีสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ ๑๗.๗ ซึ่งสูงกว่าสัดส่วนในระดับประเทศและกำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ประชากรวัยแรงงานต้องรับภาระในการดูแลผู้สูงอายุมากขึ้น แต่ละภาคส่วนจึงเกิดความตื่นตัวในการเตรียมรับมือ โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่เริ่มมีการปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของตลาดในสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ ขณะที่แนวโน้มของการท่องเที่ยวที่เริ่มขยายสู่ตลาดเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ทั้งไมซ์ (MICE) การพำนักระยะยาว (Long Stay) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ควบคู่กับการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจเพิ่มสูงขึ้น ตลอดจนความพร้อมด้านบริการพื้นฐานของเมือง โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจบริการ สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะลักษณะของคนท้องถิ่นที่เอื้อต่องานบริการ ส่งผลให้อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพในพื้นที่ขยายตัวในอัตราที่สูง สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในการยกระดับจังหวัดเชียงใหม่สู่ศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical & Wellness Hub) ระดับภูมิภาค โดยมุ่งพัฒนาบุคลากรในธุรกิจและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) โดยสามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นๆ ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนได้ นอกจากนี้ ปัจจุบันยังมีความพยายามในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่เกิดจากผลงานวิจัยจำนวนมากมาย โดยภาครัฐจะเป็นแกนกลางในการประสานและเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษาที่ผลิตผลงานวิจัยกับภาคเอกชนที่มีความพร้อมหรือต้องการเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจใหม่ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผลงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่มีศักยภาพ และนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสู่เชิงพาณิชย์ต่อไปได้

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากโครงสร้างอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน พบว่ามูลค่าผลผลิต จำนวนสถานประกอบการ และจำนวนแรงงานของทั้ง ๓ อุตสาหกรรมศักยภาพข้างต้นมีส่วนรวมกันมากกว่าครึ่งหนึ่งของอุตสาหกรรมทั้งหมด หรือคิดเป็นร้อยละ ๗๔.๗๔ ร้อยละ ๘๙.๒๐ และร้อยละ ๘๑.๖๑ ตามลำดับ ส่วนสาขาอุตสาหกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนรวมกันเพียงร้อยละ ๒๕.๒๖ ร้อยละ ๑๐.๘๐ และร้อยละ ๑๘.๓๙ ตามลำดับ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์และพลาสติก ยานยนต์และชิ้นส่วน โลหะและอโลหะ เครื่องจักรกล เป็นต้น



ที่มา : สำนวนอุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๖๐ ภาคเหนือ โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

(๒) นิคมอุตสาหกรรม

จังหวัดลำพูนเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ มีพื้นที่ประมาณ ๑,๗๘๘ ไร่ และพื้นที่สวนอุตสาหกรรมของเอกชน ๒,๒๐๐ ไร่ ปัจจุบันนิคมอุตสาหกรรมแห่งใหม่ (นิคมอุตสาหกรรมลำพูน ๒) การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ได้มีการประกาศจัดตั้งเป็นเขตนิคมอุตสาหกรรมทั่วไปเมื่อปี ๒๕๕๔ มีพื้นที่ประมาณ ๓๕๒ ไร่ ๓ งาน ๑๙.๐ ตารางวา สำหรับรองรับโรงงานอุตสาหกรรมที่จะเข้าไปอยู่รวมกันอย่างเป็นสัดส่วน รวมทั้งโรงงานที่ตั้งอยู่นอกพื้นที่เขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ซึ่งกระจายอยู่ในพื้นที่ในเขตอำเภอต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง อำเภอป่าซาง อำเภอแม่ทา เนื่องจากทั้ง ๓ อำเภออยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองและมีอาณาเขตติดต่อกัน โดยจังหวัดลำพูนมีปัจจัยที่เอื้อต่อการลงทุนด้านอุตสาหกรรมที่สำคัญ ทั้งวัตถุดิบในการผลิต แรงงานที่มีทักษะฝีมือ การคมนาคมขนส่ง และการติดต่อสื่อสารที่สะดวก โดยสาขาอุตสาหกรรมที่มีจำนวนโรงงานและมูลค่าเงินลงทุนมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ตามลำดับ โดยในปี ๒๕๖๑ มีโรงงานที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จำนวน ๗๖ โรงงาน มีมูลค่าเงินลงทุนประมาณ ๑๒๗,๐๐๐ ล้านบาท และมีจำนวนแรงงานประมาณ ๔๐,๑๗๕ คน

“จำนวนโรงงานและมูลค่าเงินลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ”

ที่	หมวดอุตสาหกรรม	จำนวนโรงงาน (โรง)	มูลค่าเงินลงทุน (ล้านบาท)
๑	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	๒๖	๙๑,๖๙๕
๕	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	๒๑	๒๓,๓๑๘
๙	อุตสาหกรรมอื่นๆ (ผ้าไหม ลวดดัก ฯลฯ)	๑๒	๔,๖๔๘
๓	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	๗	๕,๒๒๗
๗	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	๔	๖๑๕
๒	อุตสาหกรรมการเกษตร	๒	๓๕๓
๖	อุตสาหกรรมแปรรูปไม้	๒	๒๓๓
๔	อุตสาหกรรมการก่อสร้าง	๑	๘๐๐
๘	อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	๑	๑๑๑
รวมทั้งสิ้น		๗๖	๑๒๗,๐๐๐

ที่มา : จำนวนโรงงานและมูลค่าเงินลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดย สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (๒๕๖๑)

(๓) จำนวนโรงงาน

ในปี ๒๕๖๓ พื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น ๓,๔๓๙ โรง มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๔.๖๖ ของประเทศ และมีมูลค่าเงินลงทุน ๑๖๘,๘๔๕.๑๑ ล้านบาท มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๒.๑๖ ของประเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีจำนวนโรงงานมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๒๙.๖๙ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีมูลค่าเงินลงทุนมากที่สุด คือ จังหวัดลำปาง มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๓๙.๑๑ ของกลุ่มจังหวัด ขณะที่จังหวัดที่มีจำนวนโรงงานและมูลค่าเงินลงทุนน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑.๘๙ และร้อยละ ๐.๕๙ ของกลุ่มจังหวัดตามลำดับ

“จำนวนโรงงานและมูลค่าเงินลงทุนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	จำนวนโรงงาน (โรง)	มูลค่าเงินลงทุน (ล้านบาท)
ประเทศไทย	๗๓,๘๔๙	๗,๘๒๕,๖๒๗.๘๐
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๓,๔๓๙	๑๖๘,๘๔๕.๑๑
เชียงใหม่	๑,๐๒๑	๓๓,๐๗๙.๙๘
แม่ฮ่องสอน	๖๕	๙๙๒.๑๒
ลำพูน	๔๖๓	๓๕,๕๒๖.๐๕
ลำปาง	๕๓๘	๖๖,๐๔๐.๑๔
เชียงราย	๖๖๔	๑๙,๗๖๔.๗๐
พะเยา	๑๙๙	๔,๖๘๖.๒๖
แพร่	๓๑๕	๖,๑๓๕.๙๑
น่าน	๑๗๔	๒,๖๑๙.๙๖

ที่มา : สถิติอุตสาหกรรม ปี ๒๕๖๔ โดย กรมโรงงานอุตสาหกรรม (ข้อมูล ณ สิ้นปี ๒๕๖๓)

(๔) จำนวนแรงงานภาคอุตสาหกรรม

ในปี ๒๕๖๓ พื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีจำนวนแรงงานภาคอุตสาหกรรมทั้งสิ้น ๑๑๑,๕๔๒ คน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๓.๐๐ ของประเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีจำนวนแรงงานภาคอุตสาหกรรมมากที่สุด คือ จังหวัดลำพูน เนื่องจากเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรม มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๒๙.๙๑ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนแรงงานภาคอุตสาหกรรมน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๐.๘๙ ของกลุ่มจังหวัด

“จำนวนแรงงานภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(คน)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	จำนวนแรงงานภาคอุตสาหกรรม
ประเทศไทย	๓,๗๑๙,๕๑๕
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๑๑๑,๕๔๒
เชียงใหม่	๓๓,๒๔๗
แม่ฮ่องสอน	๙๘๘
ลำพูน	๓๓,๓๕๗
ลำปาง	๒๒,๑๘๔
เชียงราย	๑๒,๐๐๗
พะเยา	๓,๒๕๑
แพร่	๖,๕๐๘
น่าน	๑,๗๙๐

ที่มา : สถิติอุตสาหกรรม ปี ๒๕๖๔ โดย กรมโรงงานอุตสาหกรรม (ข้อมูล ณ สิ้นปี ๒๕๖๓)

(๕) จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ มีจำนวน SMEs ทั้งสิ้น ๓๐๗,๖๖๗ กิจการ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑๐.๑๙ ของประเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีจำนวน SMEs มากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๓๑.๗๓ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีจำนวน SMEs น้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๒.๒๓ ของกลุ่มจังหวัด

“จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(กิจการ)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๒,๖๘๓,๖๙๓	๒,๙๑๘,๖๑๘	๒,๙๕๔,๘๘๘	๒,๙๘๗,๕๕๑	๓,๐๑๙,๖๖๐
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๒๘๒,๔๙๔	๒๙๘,๘๔๙	๒๙๕,๕๔๖	๓๐๕,๒๖๐	๓๐๗,๖๖๗
เชียงใหม่	๙๔,๒๗๒	๙๒,๘๒๐	๙๔,๓๗๙	๙๖,๑๕๑	๙๗,๖๓๘
แม่ฮ่องสอน	๖,๖๐๔	๖,๗๒๕	๖,๗๘๙	๖,๘๓๒	๖,๘๖๙
ลำพูน	๒๕,๑๔๐	๒๒,๘๗๓	๒๓,๑๗๘	๒๓,๓๒๐	๒๓,๔๖๗
ลำปาง	๒๘,๗๘๑	๓๑,๔๑๐	๓๑,๖๑๓	๓๑,๗๕๓	๓๑,๙๒๐
เชียงราย	๔๗,๓๑๑	๕๕,๐๑๘	๕๕,๘๒๗	๕๖,๓๖๖	๕๖,๗๕๓
พะเยา	๒๐,๒๖๖	๒๐,๖๔๕	๒๐,๘๖๓	๒๐,๙๕๔	๒๑,๐๔๒
แพร่	๓๕,๕๒๑	๔๐,๖๔๓	๔๐,๗๙๒	๔๐,๘๘๔	๔๐,๙๖๓
น่าน	๒๔,๕๙๙	๒๘,๗๑๕	๒๘,๘๙๔	๒๙,๐๐๐	๒๙,๐๕๑

ที่มา : จำนวนผู้ประกอบการตามนิยามใหม่ โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

(๖) จำนวนวิสาหกิจชุมชน

จำนวนวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งสิ้น ๑๒,๙๐๙ กลุ่ม มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑๕.๑๑ ของประเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๒๐.๗๖ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๔.๙๐ ของกลุ่มจังหวัด

“จำนวนวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(กลุ่ม)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๗๖,๗๗๑	๘๒,๓๑๘	๘๕,๔๒๙	๘๓,๒๐๘	๘๕,๔๓๖
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๑๓,๔๕๕	๑๔,๐๓๖	๑๓,๘๙๙	๑๓,๓๘๙	๑๒,๙๐๙
เชียงใหม่	๒,๖๙๕	๒,๘๕๕	๒,๗๒๙	๒,๖๕๔	๒,๖๘๐
แม่ฮ่องสอน	๔๓๕	๕๑๐	๖๒๑	๗๐๖	๖๒๓
ลำพูน	๙๗๓	๙๓๗	๙๖๕	๘๘๙	๗๙๔
ลำปาง	๑,๖๗๒	๑,๗๒๔	๑,๗๐๕	๑,๖๘๓	๑,๘๐๐
เชียงราย	๓,๒๒๔	๓,๒๕๒	๓,๑๔๓	๒,๗๐๘	๒,๕๖๕
พะเยา	๑,๔๐๖	๑,๓๘๐	๑,๔๒๐	๑,๔๐๒	๑,๓๔๒
แพร่	๑,๖๓๒	๑,๗๖๙	๑,๖๑๐	๑,๗๗๔	๑,๖๑๓
น่าน	๑,๔๑๗	๑,๖๐๙	๑,๗๐๖	๑,๕๗๓	๑,๔๙๒

ที่มา : จำนวนวิสาหกิจชุมชนตามนิยามใหม่ โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

(๗) รายได้จากภาคอุตสาหกรรม

รายได้จากภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ และ ๒ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (GPCP) ภาคอุตสาหกรรมรวมกันเป็นมูลค่า ๑๑๒,๕๗๗ ล้านบาท มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๔๓.๙๒ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาค (GRP) และร้อยละ ๒.๑๔ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ภาคอุตสาหกรรมมากที่สุด คือ จังหวัดลำพูน เนื่องจากเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรม มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๓๖.๘๕ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ภาคอุตสาหกรรมน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๐.๘๗ ของกลุ่มจังหวัด

“ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ล้านบาท)

ประเทศ/ภาค/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๔,๕๙๒,๓๓๘	๔,๗๙๑,๘๕๓	๕,๐๒๙,๒๐๙	๕,๒๗๘,๑๘๘	๕,๒๕๘,๙๗๓
ภาคเหนือ	๒๑๗,๙๙๔	๒๔๓,๗๕๕	๒๔๒,๘๕๓	๒๔๙,๐๒๘	๒๕๖,๒๙๖
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๙๘,๕๑๔	๑๐๓,๔๗๗	๑๐๗,๒๒๐	๑๐๙,๙๖๙	๑๑๒,๕๗๗
เชียงใหม่	๒๓,๑๖๑	๒๔,๘๐๐	๒๖,๑๔๔	๒๖,๑๓๗	๒๖,๕๑๙
แม่ฮ่องสอน	๗๒๙	๘๔๗	๘๘๗	๙๗๓	๙๘๐
ลำพูน	๓๕,๒๑๘	๓๕,๒๔๕	๓๖,๙๖๓	๓๘,๙๖๗	๔๑,๔๘๕
ลำปาง	๒๔,๔๐๗	๒๕,๗๖๑	๒๕,๘๕๗	๒๕,๔๘๒	๒๔,๗๙๕
เชียงราย	๖,๙๖๙	๘,๐๒๓	๘,๓๖๘	๘,๖๒๐	๘,๕๕๖
พะเยา	๒,๒๖๘	๒,๔๔๕	๒,๓๒๙	๒,๒๖๖	๒,๕๖๕
แพร่	๒,๒๒๐	๒,๕๐๘	๒,๗๔๕	๓,๑๗๖	๓,๓๐๓
น่าน	๓,๕๔๒	๓,๘๔๘	๓,๙๒๗	๔,๓๔๘	๔,๓๗๔

ที่มา : ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(๘) อุทยานวิทยาศาสตร์

อุทยานวิทยาศาสตร์ คือ สถานที่ที่สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมร่วมกันของภาคการศึกษา ภาคอุตสาหกรรม และภาครัฐบาล เพื่อออกสู่เชิงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิตภัณฑ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่และประเทศ มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการของไทยนับจากปัจจุบันต้องขยับออกจากการแข่งขันที่อยู่บนฐานความได้เปรียบทางด้านปัจจัยการผลิตแบบดั้งเดิมที่ใช้แรงงานเข้มข้นและราคาถูก รวมถึงการผลิตสินค้าและบริการคุณภาพปานกลางราคาถูกไปสู่การแข่งขันฐานความรู้ที่ต้องใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) มากขึ้น อุทยานวิทยาศาสตร์จึงเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ตลอดจนบ่มเพาะผู้ประกอบการและเทคโนโลยีใหม่ๆ สู่ระบบเศรษฐกิจ รวมถึงเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคการศึกษา ซึ่งจะช่วยสร้างธุรกิจเทคโนโลยีใหม่ และส่งเสริมการนำผลการวิจัยและพัฒนาเข้าสู่ระบบการคุ้มครองและการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนากำลังคนด้าน วทน. ของประเทศ องค์ประกอบสำคัญของอุทยานวิทยาศาสตร์ ประกอบด้วย

๑. บุคลากรและกิจกรรมวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน
๒. พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อให้เอกชนสามารถเริ่มต้นได้เร็วและลงทุนต่ำ เช่น พื้นที่สำนักงาน ห้องปฏิบัติการ บริการวิเคราะห์ทดสอบ เป็นต้น
๓. การเชื่อมโยงงานวิจัยพัฒนาระหว่างภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคการศึกษา เพื่อขยายผลสู่เชิงพาณิชย์
๔. การสนับสนุนและส่งเสริมการจัดตั้งและเติบโตของธุรกิจบนฐานนวัตกรรมผ่านบริการสนับสนุนต่างๆ เช่น การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา บริการที่ปรึกษาเทคโนโลยี อุตสาหกรรม บริการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

๕. การบริหารจัดการโดยมืออาชีพเฉพาะทางที่มีความเชี่ยวชาญและเข้าใจการส่งเสริมนวัตกรรมและการสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เมื่อปี ๒๕๕๕ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบโครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ได้แก่ อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคใต้ พร้อมกรอบวงเงินงบประมาณดำเนินงาน โดยจัดสรรงบประมาณอุดหนุนก่อสร้างอาคารอำนวยการ อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) จำนวน ๔๙๗ ล้านบาท โดยมีสำนักงานเลขาธิการ คณะกรรมการส่งเสริมกิจการอุทยานวิทยาศาสตร์ (สอว.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นหน่วยงานกำกับดูแลการดำเนินงานอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคทั้ง ๓ แห่ง โดยอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ (Northern Science Park) เป็นพื้นที่สร้างสรรค์นวัตกรรมครบวงจรที่ตอบโจทย์ Startup และ SMEs ไทย ด้วยกลไกการพัฒนาพื้นที่ภูมิภาคจากความรู้ด้าน วทน. ที่ได้รับการสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในด้านพื้นที่ในการดำเนินงาน จำนวน ๕๒.๗๑ ไร่ ในพื้นที่การศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วิทยาเขตดอยคำ โดยมีอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นแม่ข่ายดำเนินงานบริหารจัดการร่วมกับ ๑๓ มหาวิทยาลัยเครือข่ายในภาคเหนือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยพะเยา มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยในปัจจุบันอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ (Northern Science Park) มีกลไกการเชื่อมโยงและตอบสนองกระบวนการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมอย่างครบวงจร (Total Innovation Solutions) ผ่านการให้บริการ ดังนี้

๑. การให้บริการโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (STI Service) ให้บริการวิเคราะห์และทดสอบตัวอย่างผ่านห้องปฏิบัติการเพื่องานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยห้องปฏิบัติการด้านอาหาร เทคโนโลยีไอออนปัม และพลาสมา โดยสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับกลุ่มธุรกิจ อุตสาหกรรมอาหารและอัญมณี

๒. Tech Startups and Incubation Program บริการให้คำปรึกษาทั้งทางด้าน ธุรกิจและเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญ ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ ไปจนถึงการนำธุรกิจออกสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ และบริการพิเศษสำหรับผู้ร่วมบ่มเพาะธุรกิจกับอุทยานฯ ด้วยบริการแนะนำแหล่งทุนภาครัฐ สร้างเครือข่ายทาง ธุรกิจ พร้อมบริการให้เช่าพื้นที่สำนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการเพื่อให้ธุรกิจไปสู่เป้าหมายได้รวดเร็วมากขึ้น

๓. Research & Business Development Program ให้คำปรึกษาพร้อมจับมือภาคอุตสาหกรรมกับผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัย เพื่อร่วมกันทำงานวิจัยและพัฒนา นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ในธุรกิจเพื่อการนำ วทน. มาใช้แก้ปัญหาในอุตสาหกรรม อาทิ การปรับปรุงกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

๔. Matching Business and Funding การจัดหาเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนงานวิจัย (Matching Fund) และเจรจาจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching)

๕. การให้บริการด้านพื้นที่ (Service Space) โดยมีพื้นที่ใช้สอยในอาคารรวมทั้งสิ้น ๒๒,๐๐๐ ตารางเมตร ประกอบด้วย พื้นที่สำนักงานเอนกประสงค์ Co-Working Space Maker Space ห้องปฏิบัติการทั่วไป ห้องประชุม ห้องสัมมนาเอนกประสงค์ ห้องฝึกอบรม หอประชุมขนาดใหญ่ เพื่อรองรับการจัดสัมมนา ฝึกอบรม จนถึงการผลิตผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ตลอดจนการให้บริการผ่านโรงงานต้นแบบ ซึ่งปัจจุบันมีทั้งหมด ๒ โรงงาน

๖. บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่สำคัญในการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ธนาคารพาณิชย์ ร้านขายยาหรือคลินิกทางการแพทย์ และผู้ให้บริการสนับสนุนด้านธุรกิจ เช่น บริษัทให้คำปรึกษาด้านบัญชี ด้านกฎหมาย โลจิสติกส์ ไพรซ์นีย์ ฟิตเนส และร้านอาหาร เป็นต้น

๑.๒.๔ ภาคเกษตร

(๑) จำนวนเกษตรกร

ในปี ๒๕๖๔ พื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีจำนวนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนสะสมทั้งสิ้น ๑,๑๗๒,๖๖๘ คน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑๐.๖๖ ของประเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีจำนวนเกษตรกรมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๒๑.๖๗ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนเกษตรกรน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๔.๗๔ ของกลุ่มจังหวัด

“จำนวนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(คน)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	จำนวนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียน
ประเทศไทย	๑๐,๙๙๗,๘๓๕
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๑,๑๗๒,๖๖๘
เชียงใหม่	๒๕๔,๑๓๔
แม่ฮ่องสอน	๕๕,๕๔๘
ลำพูน	๑๐๐,๒๔๙
ลำปาง	๑๕๖,๗๑๘
เชียงราย	๒๔๕,๘๙๒
พะเยา	๑๓๐,๕๖๘
แพร่	๑๐๐,๓๒๗
น่าน	๑๒๙,๒๓๒

ที่มา : ฐานข้อมูลเกษตรกรกลาง (Farmer ONE) โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (๒๕๖๔)

(๒) พืชเศรษฐกิจ

๑. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑

๑.๑ ลำไย ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกลำไย ๗๒๙,๑๖๓ ไร่ อีกทั้งผลผลิตยังลดลงเหลือเพียง ๖๑๓,๑๘๒ ตัน มีเพียงเนื้อที่ให้ผลผลิตเท่านั้นที่เพิ่มขึ้นเป็น ๗๔๐,๗๐๗ ไร่ เมื่อพิจารณารายจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูก ผลผลิต และเนื้อที่ให้ผลผลิตมากที่สุดในกลุ่มจังหวัด รองลงมา เป็นจังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ เนื้อที่ปลูกและผลผลิตมีแนวโน้มลดลง

๑.๒ ข้าวนาปี ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกข้าวนาปี ๑.๒ ล้านไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว ประมาณ ๑.๒ ล้านไร่ และผลผลิตรวม ๐.๖๗ ล้านตัน โดยแยกเป็นผลผลิตต่อไร่จากการปลูก ๒,๑๒๔ กิโลกรัม และผลผลิตต่อไร่จากการเก็บเกี่ยว ๒,๑๓๘ กิโลกรัม เมื่อพิจารณาารายจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็น จังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่มากที่สุดในกลุ่มจังหวัด รองลงมาเป็นจังหวัดลำปาง จังหวัด แม่ฮ่องสอน และจังหวัดลำพูน ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ เนื้อที่ปลูก เนื้อที่ เก็บเกี่ยว และผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๑.๓ ส้มเขียวหวาน ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกส้มเขียวหวาน ๓๐,๐๔๐ ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต ๒๘,๐๙๙ ไร่ และผลผลิตยังเพิ่มขึ้นเป็น ๘๔,๑๐๗ ตัน เมื่อพิจารณาารายจังหวัดพบว่า จังหวัด เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูก ผลผลิต และเนื้อที่ให้ผลผลิตมากที่สุดในกลุ่มจังหวัด รองลงมาเป็นจังหวัด แม่ฮ่องสอน อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ เนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่ให้ผลผลิต และผลผลิต มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๑.๔ ข้าวโพดหวาน ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกข้าวโพดหวาน ๕๓,๖๕๑ ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว ๕๓,๑๖๔ ไร่ และผลผลิต ๑๒๘,๙๔๒ ตัน ซึ่งลดลงจากปี ๒๕๖๑ เมื่อพิจารณาารายจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูก ผลผลิต และเนื้อที่เก็บเกี่ยวมากที่สุดในกลุ่มจังหวัด รองลงมาเป็น จังหวัดลำปาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดลำพูนตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ เนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง

๑.๕ กระเทียม ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกข้าวโพดหวาน ๖๒,๒๐๕ ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว ๖๒,๒๐๕ ไร่ และผลผลิต ๗๑,๗๔๒ ตัน ซึ่งลดลงจากปี ๒๕๖๑ เมื่อพิจารณาารายจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูก ผลผลิต และเนื้อที่เก็บเกี่ยวมากที่สุดในกลุ่มจังหวัด รองลงมาเป็น จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง และจังหวัดลำพูนตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ เนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังมีพืชอีกหลายชนิดที่เป็นสินค้าเอกลักษณ์พื้นถิ่นที่สามารถเติบโต ได้ดีในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ ทั้งพืชผักผลไม้เมืองหนาว เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง (เชียงใหม่) ซึ่งสามารถส่งออกไปยังประเทศจีน มะม่วงเขียววรกต (ลำพูน) เงาะโรงเรียน (เชียงใหม่) สับปะรด (ลำปาง) สตรอเบอรี่ (เชียงใหม่) ที่มีอัตราการเติบโตที่ดีและช่วยเกื้อหนุนในด้านการท่องเที่ยว มัลเบอรี่ (เชียงใหม่) ลิ้นจี่ (เชียงใหม่) กา ถั่วเหลือง ถั่วลิสง (แม่ฮ่องสอน) กาแฟ (เชียงใหม่) ซึ่งมีธุรกิจร้านกาแฟที่เติบโตอย่างรวดเร็วและ ตอบสนองต่อการบริโภคของคนสังคมเมือง อีกทั้งช่วยแก้ปัญหาการปลูกพืชไร่ที่ทำลายป่าในที่สูง พริก กะหล่ำปลี หอมหัวใหญ่ มันฝรั่ง หอมแดง และผักสลัดต่างๆ รวมถึงเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทั้งระบบขนาดใหญ่อีกด้วย (ข้าว พืชไร่ พืชผัก สมุนไพร)

๒. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒

๒.๑ ข้าวนาปี ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกข้าวนาปี ๒.๕๓ ล้านไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว ๒.๓๗ ล้านไร่ ผลผลิต ๑.๒๕ ล้านตัน เมื่อพิจารณาารายจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงรายมีผลผลิตข้าวนาปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๖๙ ของผลผลิตรวมทั้งหมด รองลงมาเป็นจังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัด น่าน ตามลำดับ โดยระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ การปลูกข้าวนาปีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและผลผลิตเพิ่มขึ้นทุกปี ตามลำดับ เนื่องจากปริมาณน้ำที่เพียงพอต่อการเพาะปลูกและราคาข้าวมีแนวโน้มสูงขึ้น เกษตรกรจึงปลูกข้าว ในพื้นที่นาเดิมที่ปล่อยว่างไว้ในปีที่ผ่านมานอกจากนี้ ปัจจัยการผลิตส่งผลต่อผลผลิตข้าวที่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เช่น ปุ๋ยเคมี สารกำจัดศัตรูพืช เครื่องจักรกลทางการเกษตร เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้น ประกอบกับการดูแล เอาใจใส่ของเกษตรกรทำให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นตามลำดับ

๒.๒ ข้าวนาปรัง ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกข้าวนาปรัง ๐.๕๗ ล้านไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว ๐.๕๕ ล้านไร่ ผลผลิต ๐.๓๗ ล้านตัน เมื่อพิจารณารายจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงรายมีผลผลิตข้าวนาปรังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๘๐.๒๙ ของผลผลิตรวมทั้งหมด รองลงมาเป็นจังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน ตามลำดับ โดยระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ การปลูกข้าวนาปรังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแต่ผลผลิตลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสภาพอากาศที่แล้งจัด ปริมาณน้ำน้อย ประกอบกับพื้นที่การเพาะปลูกที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกษตรกรแย่งน้ำกันในการเพาะปลูก ส่งผลให้ปริมาณน้ำไม่เพียงพอต่อการการเพาะปลูก

๒.๓ ลำไย ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกลำไยรวม ๒๔๓,๙๙๙ ไร่ มีเนื้อที่ให้ผลผลิตรวม ๒๓๔,๑๑๗ ไร่ ผลผลิตรวม ๙๙,๒๓๐ ตัน ผลผลิตต่อไร่ ๑,๕๔๐ กิโลกรัมต่อไร่ เมื่อพิจารณารายจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๕๘.๘๒ ของผลผลิตรวมทั้งหมด รองลงมาเป็นจังหวัดพะเยา จังหวัดน่าน และจังหวัดแพร่ ตามลำดับ จังหวัดที่ให้ผลผลิตต่อไร่ดีที่สุด คือ จังหวัดน่าน โดยระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ มีเนื้อที่เพาะปลูกลดลงส่งผลให้ผลผลิตต่อไร่ลดลงตามสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกเนื่องจากปัจจัยทางสภาพภูมิอากาศ

๒.๔ ลิ้นจี่ ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกลิ้นจี่ยืนต้น ๔๕,๘๑๔ ไร่ มีเนื้อที่ให้ผลผลิต ๔๔,๔๕๖ ไร่ มีผลผลิตรวม ๑๐,๕๐๖ ตัน เมื่อพิจารณารายจังหวัดพบว่า จังหวัดพะเยาเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๖๗ ของผลผลิตรวมทั้งหมด รองลงมาเป็นจังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน และจังหวัดแพร่ ตามลำดับ โดยระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ มีแนวโน้มการปลูกลดลงเนื่องจากลิ้นจี่ให้ผลผลิตน้อย ติดต่อกันหลายปี เกษตรกรจึงปรับเปลี่ยนไปปลูกไม้ผลอื่น เช่น ลำไย มะม่วง กล้วยหอม กล้วยน้ำว้า เป็นต้น ส่วนผลผลิตลดลงเนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าวและฝนทิ้งช่วง รวมถึงมีฝนตกบางช่วงต้นลิ้นจี่แตกใบอ่อนแทนการออกดอกส่งผลให้ผลผลิตลดลงตามลำดับ

๒.๕ กาแฟ ในปี ๒๕๖๒ มีเนื้อที่ปลูกกาแฟ ๕๐,๕๙๒ ไร่ มีเนื้อที่ให้ผลผลิต ๔๕,๒๒๕ ไร่ และมีผลผลิต ๓,๙๒๗ ตัน เมื่อพิจารณารายจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๖๓ ของผลผลิตรวมทั้งหมด รองลงมาเป็นจังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ และจังหวัดพะเยา ตามลำดับ โดยระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ พื้นที่ปลูกกาแฟมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ผลผลิตมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากอากาศร้อนและฝนทิ้งช่วงเป็นเวลานาน

นอกจากนี้ ยังมีพืชอีกหลายชนิดที่เป็นสินค้าเอกลักษณ์พื้นถิ่นที่สามารถเติบโตได้ดีในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ เช่น ชา สมุนไพร สับปะรด เป็นต้น

(๓) รายได้จากภาคเกษตร

ตั้งแต่ปี ๒๕๖๐ รายได้จากภาคเกษตรในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ และ ๒ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (GPCP) ภาคเกษตรรวมกันเป็นมูลค่า ๑๓๑,๓๙๐ ล้านบาท มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๓๙.๔๓ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาค (GRP) และร้อยละ ๙.๕๖ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ภาคเกษตรมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๓๗.๙๒ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ภาคเกษตรน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๓.๔๗ ของกลุ่มจังหวัด

“ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตรในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ล้านบาท)

ประเทศ/ภาค/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๑,๒๑๙,๔๒๐	๑,๒๓๖,๙๘๑	๑,๓๐๒,๐๔๑	๑,๓๓๙,๕๖๖	๑,๓๗๔,๙๘๗
ภาคเหนือ	๓๐๔,๖๒๑	๒๘๗,๘๒๕	๓๐๓,๔๕๔	๓๓๑,๑๑๕	๓๓๓,๑๙๕
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๑๒๘,๒๑๙	๑๒๗,๗๘๙	๑๒๕,๕๑๔	๑๒๘,๒๑๗	๑๓๑,๓๙๐
เชียงใหม่	๔๓,๐๖๕	๔๖,๕๐๕	๔๒,๘๓๔	๔๕,๖๘๙	๔๙,๘๒๐
แม่ฮ่องสอน	๓,๔๘๘	๓,๕๗๔	๓,๓๘๑	๓,๗๙๕	๔,๕๖๑
ลำพูน	๑๔,๑๙๔	๑๓,๒๐๖	๑๔,๗๘๐	๑๖,๙๕๗	๑๓,๕๗๙
ลำปาง	๘,๓๓๗	๗,๘๓๗	๗,๗๑๘	๗,๔๖๕	๗,๖๙๖
เชียงราย	๓๒,๓๔๗	๓๑,๑๑๔	๓๐,๘๒๒	๒๗,๗๓๗	๒๘,๔๔๐
พะเยา	๑๒,๑๕๕	๑๑,๒๐๕	๑๑,๗๒๐	๑๑,๑๙๖	๑๑,๒๔๗
แพร่	๕,๓๗๒	๕,๖๖๗	๕,๔๙๔	๕,๘๘๑	๖,๐๙๔
น่าน	๙,๒๖๑	๘,๖๘๑	๘,๗๖๕	๙,๔๙๗	๙,๕๕๓

ที่มา : ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ณปี พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

๑.๒.๕ ภาคการค้า

(๑) จำนวนผู้ประกอบการภาคการค้า

จำนวนผู้ประกอบการภาคการค้าในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ มีจำนวนผู้ประกอบการภาคการค้าทั้งสิ้น ๑๑๕,๒๐๓ กิจการ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๙.๐๐ ของประเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีผู้ประกอบการภาคการค้ามากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๓๑.๕๔ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนผู้ประกอบการการค้าที่น้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๓.๑๗ ของกลุ่มจังหวัด

“จำนวนผู้ประกอบการภาคการค้าในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(กิจการ)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๑,๑๖๗,๘๒๔	๑,๒๔๙,๔๑๘	๑,๒๕๖,๑๙๖	๑,๒๗๐,๑๕๖	๑,๒๘๐,๗๔๐
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๑๐๙,๐๘๓	๑๑๒,๒๓๒	๑๑๓,๗๓๘	๑๑๔,๒๙๓	๑๑๕,๒๐๓
เชียงใหม่	๓๕,๖๓๗	๓๕,๑๘๘	๓๕,๖๐๖	๓๕,๘๒๑	๓๖,๓๓๙
ลำพูน	๘,๙๐๗	๘,๕๘๐	๘,๗๗๕	๘,๘๓๑	๘,๙๐๑
ลำปาง	๑๒,๔๒๒	๑๒,๘๑๒	๑๒,๙๔๕	๑๓,๐๑๓	๑๓,๐๗๖
แม่ฮ่องสอน	๓,๓๔๒	๓,๕๙๔	๓,๖๔๒	๓,๖๕๑	๓,๖๕๒
เชียงราย	๒๑,๘๘๙	๒๓,๗๙๔	๒๔,๑๘๒	๒๔,๒๗๘	๒๔,๔๒๐
พะเยา	๗,๔๙๖	๗,๘๘๒	๘,๐๑๙	๘,๐๔๘	๘,๑๐๐
น่าน	๘,๔๕๐	๘,๙๐๔	๘,๙๘๗	๙,๐๕๐	๙,๐๗๕
แพร่	๑๐,๘๔๐	๑๑,๔๗๘	๑๑,๕๘๒	๑๑,๖๐๑	๑๑,๖๔๐

ที่มา : จำนวนผู้ประกอบการตามนิยามใหม่ โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

(๒) รายได้จากภาคการค้า

รายได้จากภาคการค้าในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ และ ๒ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (GPCP) ภาคการค้า รวมกันเป็นมูลค่า ๘๖,๑๑๖ ล้านบาท มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๔๘.๓๑ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาค (GRP) และ ร้อยละ ๓.๑๔ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัด ที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ภาคการค้ามากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ ๔๑.๙๑ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ภาคการค้าน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑.๙๒ ของกลุ่มจังหวัด

“ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการค้าในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ล้านบาท)

ประเทศ/ภาค/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๑,๙๖๖,๔๓๙	๒,๑๘๗,๑๒๙	๒,๓๗๙,๖๖๐	๒,๕๔๑,๗๖๓	๒,๗๔๔,๓๔๗
ภาคเหนือ	๑๓๖,๔๗๔	๑๔๙,๙๓๐	๑๖๐,๐๐๑	๑๗๒,๐๘๖	๑๗๘,๒๗๒
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๖๖,๓๗๔	๗๕,๐๕๓	๗๘,๕๖๐	๘๒,๒๐๓	๘๖,๑๑๖
เชียงใหม่	๒๖,๕๒๘	๓๐,๙๓๒	๓๑,๙๑๕	๓๓,๗๒๒	๓๖,๐๙๐
แม่ฮ่องสอน	๑,๐๙๕	๑,๒๙๑	๑,๓๒๑	๑,๔๕๒	๑,๖๕๒
ลำพูน	๗,๓๐๗	๘,๔๐๒	๙,๕๒๕	๑๐,๔๐๕	๑๐,๓๐๒
ลำปาง	๗,๓๓๘	๗,๗๓๒	๘,๑๑๙	๘,๕๐๖	๘,๖๘๘
เชียงราย	๑๔,๔๐๙	๑๖,๑๓๑	๑๖,๘๐๘	๑๖,๖๘๗	๑๗,๒๗๓
พะเยา	๓,๗๔๓	๓,๙๓๐	๔,๑๔๙	๔,๑๖๖	๔,๓๘๙
แพร่	๓,๓๐๗	๓,๕๘๕	๓,๖๘๘	๓,๙๙๙	๔,๒๕๖
น่าน	๒,๖๔๗	๓,๐๕๐	๓,๐๓๕	๓,๒๖๖	๓,๔๖๖

ที่มา : ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

๑.๒.๖ ภาคการท่องเที่ยวและบริการ

(๑) จำนวนผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวและบริการ

จำนวนผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ มีจำนวนผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวและบริการทั้งสิ้น ๑๒๑,๓๖๓ กิจการ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๙.๗๕ ของประเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวและบริการมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๓๗.๙๔ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวและบริการน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑.๙๘ ของกลุ่มจังหวัด

“จำนวนผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(กิจการ)

ประเทศ/กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๑,๐๕๒,๕๖๓	๑,๑๘๘,๒๒๓	๑,๒๐๔,๕๘๗	๑,๒๒๖,๔๗๑	๑,๒๔๔,๔๖๕
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑-๒	๑๐๕,๕๑๐	๑๑๖,๖๙๓	๑๑๘,๒๑๒	๑๒๐,๑๒๘	๑๒๑,๓๖๓
เชียงใหม่	๔๑,๕๔๙	๔๓,๐๗๑	๔๓,๙๐๘	๔๕,๒๑๕	๔๖,๐๔๖
แม่ฮ่องสอน	๒,๑๑๓	๒,๓๒๔	๒,๓๔๓	๒,๓๗๙	๒,๔๐๔
ลำพูน	๘,๘๓๐	๙,๙๕๕	๘,๐๒๕	๘,๐๗๕	๘,๑๑๐
ลำปาง	๑๐,๔๐๖	๑๑,๕๙๖	๑๑,๖๖๖	๑๑,๗๔๓	๑๑,๘๓๘
เชียงราย	๑๙,๐๗๔	๒๓,๓๔๖	๒๓,๗๑๔	๒๔,๐๐๓	๒๔,๒๒๑
พะเยา	๗,๔๒๕	๘,๒๖๘	๘,๓๑๕	๘,๓๗๒	๘,๓๘๒
แพร่	๙,๖๗๗	๑๑,๘๔๑	๑๑,๘๖๘	๑๑,๙๒๑	๑๑,๙๑๙
น่าน	๖,๔๓๖	๘,๒๙๒	๘,๓๗๓	๘,๔๒๐	๘,๔๔๓

ที่มา : จำนวนผู้ประกอบการตามนิยามใหม่ โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

(๒) จำนวนนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนทั้งสิ้น ๒๑,๐๓๓,๙๙๔ คน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๖.๘๕ ของประเทศ แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย ๑๖,๓๗๑,๙๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๗.๘๔ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ๔,๖๖๒,๐๕๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๑๖ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวในภาพรวมมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๕๓.๐๘ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในภาพรวมน้อยที่สุด คือ จังหวัดพะเยา มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๓.๑๓ ของกลุ่มจังหวัด นอกจากนี้ จังหวัดที่มีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวน้อยที่สุด คือ จังหวัดพะเยา และจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ น้อยที่สุด คือ จังหวัดน่าน ขณะเดียวกัน จังหวัดเชียงใหม่มีอัตราการเข้าพักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๗๔.๒๘ และจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีอัตราการเข้าพักน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๔๗.๔๘

“จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(คน)

ประเทศ/ กลุ่มจังหวัด/ จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๒๔๙,๐๗๔,๒๑๑	๒๖๕,๓๘๗,๑๐๖	๒๘๙,๘๒๓,๒๘๓	๓๐๓,๐๑๙,๒๑๒	๓๐๗,๑๔๑,๙๙๐
กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือ ตอนบน ๑-๒	๑๗,๑๓๐,๒๑๐	๑๗,๗๘๐,๐๔๒	๑๙,๔๙๑,๑๐๔	๒๐,๕๗๙,๐๐๙	๒๑,๐๓๓,๙๙๔
เชียงใหม่	๙,๒๘๖,๓๐๗	๙,๖๒๓,๙๕๘	๑๐,๓๙๐,๘๐๑	๑๐,๘๖๓,๑๕๐	๑๑,๑๖๕,๘๖๐
แม่ฮ่องสอน	๗๙๙,๖๐๗	๘๓๒,๒๐๙	๙๗๑,๕๘๖	๑,๐๗๓,๙๙๑	๑,๐๙๔,๔๖๙
ลำพูน	๑,๐๕๙,๐๑๙	๑,๐๘๑,๗๙๗	๑,๑๒๒,๓๓๙	๑,๑๗๕,๐๐๐	๑,๒๐๕,๓๔๒
ลำปาง	๘๕๙,๐๘๓	๙๐๔,๖๕๓	๑,๒๑๖,๑๔๙	๑,๓๓๒,๘๘๗	๑,๓๖๒,๒๕๗
เชียงราย	๓,๐๗๘,๙๗๖	๓,๑๙๒,๑๑๐	๓,๔๔๒,๑๖๒	๓,๖๗๖,๔๙๗	๓,๗๒๙,๑๔๘
พะเยา	๕๖๔,๖๒๘	๕๙๖,๗๕๔	๖๓๐,๑๖๒	๖๕๗,๔๕๒	๖๕๗,๓๗๗
แพร่	๗๕๐,๑๔๔	๗๘๓,๑๑๑	๘๐๐,๑๒๖	๘๕๖,๐๘๘	๘๖๕,๖๔๖
น่าน	๗๓๒,๔๔๖	๗๖๕,๔๕๐	๖๓๐,๗๒๕	๙๔๓,๙๔๔	๙๕๓,๘๙๕

ที่มา : สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี ๒๕๕๘-๒๕๖๒ โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

(๓) รายได้จากภาคการท่องเที่ยวและบริการ

การท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบนโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยมีจุดแข็งอยู่ที่อัตลักษณ์วัฒนธรรมล้านนา สภาพภูมิประเทศซึ่งเป็นภูเขาสูง ทคณียภาพสวยงาม อากาศเย็นสบาย และมีความหลากหลายของวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ ขณะที่การบริการส่วนใหญ่เป็นสาขาการศึกษา สาขาการเงิน และการประกันภัย และสาขาอสังหาริมทรัพย์ รายได้จากภาคการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ๒๕๖๒ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ และ ๒ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (GPCP) ภาคการท่องเที่ยวและบริการรวมกันเป็นมูลค่า ๓๙๒,๖๙๒ ล้านบาท มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๕๕.๒๘ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาค (GRP) แต่มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๓.๘๓ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ภาคการท่องเที่ยวและบริการมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๔๖.๕๒ ของกลุ่มจังหวัด ส่วนจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ภาคการท่องเที่ยวและบริการน้อยที่สุด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๒.๔๑ ของกลุ่มจังหวัด แม้ว่ารายได้จากภาคการท่องเที่ยวและบริการจะกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่อย่างจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตาม จังหวัดอื่นๆ ที่มีขนาดเศรษฐกิจเล็กกว่ามีการขยายตัวของรายได้จากภาคการท่องเที่ยวและบริการในอัตราที่สูง

“ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน”

(ล้านบาท)

ประเทศ/ภาค/ กลุ่มจังหวัด/จังหวัด	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒
ประเทศไทย	๗,๙๓๑,๗๒๐	๘,๕๖๑,๕๐๓	๙,๑๕๗,๔๑๔	๙,๗๕๐,๙๕๗	๑๐,๒๖๔,๑๒๖
ภาคเหนือ	๕๗๖,๘๕๒	๖๑๕,๙๗๖	๖๕๐,๗๒๒	๖๘๓,๗๖๖	๗๑๐,๓๔๓
กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน ๑-๒	๓๑๑,๒๘๒	๓๓๙,๗๔๑	๓๕๐,๕๕๗	๓๗๗,๐๘๘	๓๙๒,๖๙๒
เชียงใหม่	๑๔๐,๗๓๑	๑๕๕,๙๐๒	๑๖๕,๙๙๒	๑๗๕,๐๒๘	๑๘๒,๖๘๗
แม่ฮ่องสอน	๗,๙๙๙	๘,๑๓๓	๘,๗๖๕	๙,๐๓๓	๙,๔๘๐
ลำพูน	๒๐,๒๔๙	๒๑,๘๓๕	๒๓,๕๗๑	๒๕,๑๙๐	๒๕,๘๒๑
ลำปาง	๓๓,๑๔๙	๓๔,๙๔๗	๓๖,๔๔๗	๓๗,๙๔๗	๓๘,๙๒๖
เชียงราย	๕๕,๙๑๑	๖๐,๘๔๙	๖๔,๔๐๖	๖๗,๗๓๑	๗๐,๒๗๐
พะเยา	๑๘,๒๘๖	๑๙,๙๕๒	๒๐,๙๑๐	๒๑,๓๖๐	๒๒,๙๓๖
แพร่	๑๗,๖๗๖	๑๙,๑๙๕	๑๙,๗๕๔	๒๐,๕๕๑	๒๑,๓๗๔
น่าน	๑๗,๒๘๑	๑๘,๙๒๘	๑๙,๔๗๗	๒๐,๒๔๘	๒๑,๑๙๘

ที่มา : ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

๑.๓ บทบาทภารกิจของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค

๑.๓.๑ อำนาจและหน้าที่ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๖๐

(๑) เป็นหน่วยงานวิชาการในการเสนอความเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคให้เกิดการเชื่อมโยงเชิงยุทธศาสตร์

(๒) ดำเนินการเกี่ยวกับการผลักดันนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมในภูมิภาคไปสู่การปฏิบัติ

(๓) ศึกษา ค้นคว้า พัฒนาองค์ความรู้ รูปแบบ หลักสูตร ระบบ และเทคนิควิธีการในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และบุคลากรภาคอุตสาหกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่

(๔) เป็นศูนย์กลางในการให้คำปรึกษาแนะนำการบริการข้อมูล การออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยีแปรรูปเกษตรกรรม และสร้างต้นแบบอุตสาหกรรมในระดับพื้นที่ที่เชื่อมโยงการดำเนินงานกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

(๕) ส่งเสริม สนับสนุน ให้บริการ และประสานการดำเนินงานตามนโยบาย แนวทาง และมาตรการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ

(๖) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

๑.๓.๒ วิสัยทัศน์และพันธกิจตามแผนปฏิบัติราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑

(๑) วิสัยทัศน์ของหน่วยงาน

“เป็นองค์กรนำวิสาหกิจภาคเหนือตอนบนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์”

(๒) พันธกิจของหน่วยงาน

๑. คิดค้นรูปแบบ หลักสูตร ระบบ และเทคนิควิธีการใหม่ๆ เพื่อสร้างต้นแบบการส่งเสริมอุตสาหกรรม (Model) ที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่

๒. เป็นแกนหลักในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมในระดับภูมิภาค พร้อมถ่ายทอดแผนสู่การปฏิบัติ

๓. เป็นศูนย์กลางบริการให้คำปรึกษาแนะนำและข้อมูลสารสนเทศ ถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

๔. เสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมและหน่วยงานให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมพร้อมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทุกระดับ

๕. ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และบุคลากรภาคอุตสาหกรรม ให้มีขีดความสามารถที่สอดคล้องกับสถานการณ์

๖. พัฒนาระบบและบุคลากรเพื่อยกระดับสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization : HPO)

๑.๔ พื้นที่รับผิดชอบ

๑.๔.๑ พื้นที่และจังหวัดที่อยู่ในความรับผิดชอบ

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ มีพื้นที่และจังหวัดที่อยู่ในความรับผิดชอบใน ๒ กลุ่มจังหวัดและ ๘ จังหวัด ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้กำหนดตามประกาศคณะกรรมการนโยบายบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.น.จ.) เรื่อง การจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด ฉบับที่ ๓ เมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ ดังนี้

(๑) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ มี ๔ จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำพูน และจังหวัดลำปาง โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด มีพื้นที่ประมาณ ๔๙,๘๒๘ ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ ๙.๗๑ ของพื้นที่ประเทศไทย โดยจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง และจังหวัดลำพูน ตามลำดับ มีการแบ่งเขตการปกครอง ประกอบด้วย ๕๓ อำเภอ ๔๐๐ ตำบล ๔,๐๒๙ หมู่บ้าน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด ๔ แห่ง เทศบาลนคร ๓ แห่ง เทศบาลเมือง ๘ แห่ง เทศบาลตำบล ๑๗๙ แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล ๒๓๑ แห่ง มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น ๓.๑๙ ล้านคน โดยจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามลำดับ โดยโครงสร้างประชากรในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของการมีประชากรสูงอายุที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

(๒) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ มี ๔ จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด มีพื้นที่ประมาณ ๓๖,๐๒๔ ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ ๗.๐๒ ของพื้นที่ประเทศไทย โดยจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน ตามลำดับ มีการแบ่งเขตการปกครอง ประกอบด้วย ๕๐ อำเภอ ๓๖๙ ตำบล ๔,๑๒๘ หมู่บ้าน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด ๔ แห่ง เทศบาลนคร ๑ แห่ง เทศบาลเมือง ๔ แห่ง เทศบาลตำบล ๑๒๖ แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล ๒๖๕ แห่ง มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น ๒.๖๙ ล้านคน โดยจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดน่าน และจังหวัดแพร่ ตามลำดับ โดยโครงสร้างประชากรในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของการมีประชากรสูงอายุที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

๑.๔.๒ พื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน

ภาคเหนือตอนบนเป็นพื้นที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจกับอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (The Greater Mekong Subregion : GMS) และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) โดยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ดังนี้

(๑) ทิศเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับพม่าที่จังหวัดเชียงใหม่ (อำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว อำเภอไชยปราการ อำเภอฝาง และอำเภอแม่อาย) จังหวัดแม่ฮ่องสอน (อำเภอปาย อำเภอปางมะผ้า) และจังหวัดเชียงราย (อำเภอแม่สาย อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอเชียงแสน) รวมถึงมีอาณาเขตติดต่อกับลาวที่จังหวัดเชียงราย (อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ อำเภอเวียงแก่น อำเภอเทิง) โดยมีเทือกเขาแดนลาว แม่น้ำสาย และแม่น้ำรวกกันเขตแดน ดินแดนที่อยู่เหนือสุดของภาค คือ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

(๒) ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับลาวที่จังหวัดพะเยา (อำเภอภูซาง อำเภอเชียงคำ) และจังหวัดน่าน (อำเภอสองแคว อำเภอทุ่งช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอบ่อเกลือ อำเภอแม่จริม อำเภอเวียงสา อำเภอนาน้อย) โดยมีเทือกเขาหลวงพระบางกั้นเขตแดน ดินแดนที่อยู่ตะวันออกสุดของภาค คือ อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

(๓) ทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับพม่าที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน (อำเภอเมือง อำเภอขุนยวม อำเภอปาย อำเภอแม่ลาน้อย อำเภอแม่สะเรียง อำเภอสบเมย) โดยมีแม่น้ำเมยและแม่น้ำสาละวินกั้นเขตแดน ดินแดนที่อยู่ทางตะวันตกสุดของภาค คือ อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

๒. ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม (ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ)

๒.๑ แผนระดับที่ ๑ ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐

๒.๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้าน ๒ การสร้างความสามารถในการแข่งขัน

(๑) เป้าหมาย

เป้าหมายที่ ๑ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน

เป้าหมายที่ ๒ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. การเกษตรสร้างมูลค่า

๑.๑ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น

๑.๒ เกษตรปลอดภัย

๑.๓ เกษตรชีวภาพ

๑.๔ เกษตรแปรรูป

๒. อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

๒.๑ อุตสาหกรรมชีวภาพ

๒.๒ อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร

๒.๓ อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์

๓. สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว

๓.๑ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

๓.๓ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย

๔. โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก

๔.๒ สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ

๔.๓ เพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ

๕. พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

๕.๑ สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ

๕.๓ สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

๕.๔ สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล

๕.๕ ปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ

๒.๑.๒ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้าน ๔ การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

(๑) เป้าหมาย

เป้าหมายที่ ๑ สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

๑.๑ ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก

๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม)

๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐

ประเด็น ๓ การเกษตร

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

เป้าหมายที่ ๑ ผลผลิตมวลรวมในประเทศในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น

(๑) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๓.๑ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น

แนวทางการพัฒนา

๑. ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ด้วยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา นวัตกรรมและเทคโนโลยีการพัฒนาระบบการผลิตและบรรจุภัณฑ์

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

(๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๓.๒ เกษตรปลอดภัย

แนวทางการพัฒนา

๓. ส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกร ชุมชน ท้องถิ่น รวมถึงผู้ประกอบการให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่มีคุณภาพมาตรฐาน

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. สินค้าเกษตรปลอดภัยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

(๓) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๓.๓ เกษตรชีวภาพ

แนวทางการพัฒนา

๒. ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิต การแปรรูป และการพัฒนาสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์จากฐานเกษตรกรรม และฐานทรัพยากรชีวภาพ มีการยกระดับให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจการเกษตรขนาดกลางและเล็กบนฐานทรัพยากรชีวภาพ
๓. ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรให้เป็นพืชเศรษฐกิจตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่ มุ่งแปรรูปเพื่อป้อนในตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สินค้าประเภทโภชนาเภสัช ผลิตภัณฑ์ประเภทเวชสำอาง และผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. สินค้าเกษตรชีวภาพมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

(๔) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๓.๔ เกษตรแปรรูป

แนวทางการพัฒนา

๒. ส่งเสริมการแปรรูปโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงองค์ความรู้ และภูมิปัญญาที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. สินค้าเกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ประเด็น ๔ อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในสาขา อุตสาหกรรมและบริการ

(๑) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๔.๑ อุตสาหกรรมชีวภาพ

แนวทางการพัฒนา

๑. สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจฐานชีวภาพ
๓. พัฒนาอุตสาหกรรมชีวภาพอย่างบูรณาการตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่า และเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเกษตรชีวภาพ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร และอุตสาหกรรมแปรรูปชีวมวล เทคโนโลยีชีวภาพด้านการแพทย์และสุขภาพ รวมถึงอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้อง

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. อุตสาหกรรมชีวภาพมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

(๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๔.๒ อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร

แนวทางการพัฒนา

๑. พัฒนาอุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์แบบบูรณาการควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในห่วงโซ่มูลค่า
๒. ส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้านสุขภาพ
๕. ยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และการให้บริการทางการแพทย์ให้เทียบเท่าระดับสากล

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. อุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

(๔) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๔.๓ อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์

แนวทางการพัฒนา

๑. ยกระดับความสามารถของผู้ผลิต ผู้พัฒนา และผู้ออกแบบและสร้างระบบของไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันด้านต่างๆ มากขึ้น
๓. สร้างความตระหนักรู้และสนับสนุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. อุตสาหกรรมและบริการเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

ประเด็น ๕ การท่องเที่ยว

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ ผลผลิตภัณฑมวบรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น

(๑) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๕.๑ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนา

๑. สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

(๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๕.๓ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย

แนวทางการพัฒนา

๓. พัฒนาระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านแพทย์แผนไทยให้มีมาตรฐานระดับสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย เพิ่มขึ้น

ประเด็น ๖ พื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น เกิดศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมในทุกภูมิภาคของประเทศเพื่อกระจายความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

(๑) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๖.๑ การพัฒนาเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ

แนวทางการพัฒนา

๑. พัฒนาเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจให้เป็นเมืองอัจฉริยะที่มีความน่าอยู่ โดยจัดระเบียบเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล มีความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติในยุค ๔.๐
๒. พัฒนาเมืองขนาดกลางให้เป็นเมืองน่าอยู่ที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม และการบริการให้กับพื้นที่โดยรอบ โดยเน้นการต่อยอดจากฐานเศรษฐกิจที่มีในพื้นที่
๓. ผลักดันให้เกิดการพัฒนาเมืองขนาดกลางและเมืองในพื้นที่พิเศษให้เป็นเมืองอัจฉริยะตามศักยภาพและความต้องการของประชาชนในพื้นที่

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. เมืองในพื้นที่เป้าหมายที่ได้รับการพัฒนา เพื่อกระจายความเจริญและลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

ประเด็น ๘ ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ ๑ ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

(๑) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๘.๑ การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

แนวทางการพัฒนา

๒. สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์
๓. พัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น โดยการส่งเสริมให้ต่อยอดแนวความคิด สามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างธุรกิจ
๔. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปรับปรุงแบบธุรกิจใหม่
๕. ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศให้เข้มแข็ง

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. การขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้น
๒. ความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลขึ้น

(๒) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๘.๓ การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

แนวทางการพัฒนา

๑. สนับสนุนผู้ประกอบการให้มีสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด

๓. ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมถึงเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในการขยายช่องทางการตลาดผ่านการใช้สื่อแบบดั้งเดิมและบนอินเทอร์เน็ต

เป้าหมายของแผนย่อย

๓. การขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น

(๓) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๘.๔ การสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

แนวทางการพัฒนา

๒. สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และสถาบันวิชาการทั้งในและระหว่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการร่วมกัน

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. อุดหนุนนโยบายของภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจและผู้ประกอบการด้านการสนับสนุนและความสอดคล้องของนโยบายดีขึ้น

ประเด็น ๙ เขตเศรษฐกิจพิเศษ

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

เป้าหมายที่ ๑ การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น

(๑) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๙.๓ การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน

แนวทางการพัฒนา

๒. ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนตามศักยภาพ

๕. ส่งเสริมเศรษฐกิจและการสร้างงานที่สอดคล้องกับศักยภาพ โอกาส และความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เพื่อใช้เป็นฐานเศรษฐกิจใหม่ของพื้นที่

๗. พัฒนาเมืองในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนให้เป็นเมืองน่าอยู่ที่สามารถรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการลงทุนทั้งจากในและต่างประเทศ

๙. เสริมสร้างความสามารถของวิสาหกิจชุมชนและภาคเอกชนในพื้นที่ เพื่อผลักดันให้เกิดการเพิ่มขึ้นของขีดความสามารถในการผลิต

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเพิ่มขึ้น

๒. เมืองในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นเมืองน่าอยู่มากขึ้น

ประเด็น ๑๖ เศรษฐกิจฐานราก

เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

เป้าหมายที่ ๑ รายได้ของประชากรกลุ่มรายได้น้อยเพิ่มขึ้นอย่างกระจายและ
อย่างต่อเนื่อง

(๑) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ๑๖.๑ การยกระดับศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

แนวทางการพัฒนา

๑. เสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย เพื่อยกระดับ
สู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

เป้าหมายของแผนย่อย

๑. ศักยภาพและขีดความสามารถของเศรษฐกิจฐานรากเพิ่มขึ้น

๒.๒.๒ แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔)

(๑) เป้าหมาย

๑. ยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

๒. กระจายความเจริญและสร้างความเข้มแข็งของภาคสังคม

(๒) ด้านที่ ๑ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

๑. ผลผลิตภาพ (Productivity)

๑.๑ เพิ่มผลผลิตและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหลัก (อุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวและบริการ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร) และ
อุตสาหกรรมใหม่ (อุตสาหกรรมชีวภาพ อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมดิจิทัล อุตสาหกรรมสุขภาพ)

๒. การรวมกลุ่มในภูมิภาค (Regional Integration)

๒.๑ พัฒนา Cluster และ Hub ของอุตสาหกรรมเป้าหมาย

๒.๒ จัดอุปสรรคทางการค้าในภูมิภาค

๓. ระบบนิเวศด้านวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม (R&D Innovation System)

๓.๑ ศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนา

๓.๓ ศูนย์กลางส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพและสเกลอัพ

(๓) ด้านที่ ๒ ความเท่าเทียมและการเติบโตอย่างมีส่วนร่วม

๒. การเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชน

๑.๒ พัฒนาธุรกิจชุมชน

๒.๒.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔

(๑) วัตถุประสงค์

๑.๓ เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความ
เข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรม
ที่เข้มข้นมากขึ้น

๑.๕ เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทันท่วงที และมีการทำงานเชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา

๑.๖ เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคโดยการพัฒนาภาคและเมือง เพื่อรองรับการพัฒนายกระดับฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่

(๒) เป้าหมายรวม

๒.๒ ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง

๒.๓ ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้

๒.๖ มีระบบจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ทันท่วงที โปร่งใส ตรวจสอบได้ กระจายอำนาจและ มีส่วนร่วมจากประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์

เป้าหมายที่ ๑ ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างกัน และแก้ไขปัญหาความยากจน

เป้าหมายที่ ๓ เพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองและได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

แนวทางการพัฒนา

๑. เพิ่มโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมายประชากร ร้อยละ ๔๐ ที่มีรายได้ต่ำสุดให้สามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพของรัฐ และมีอาชีพ

๑.๓ สร้างโอกาสในการมีที่ดินทำกินของตนเองและยกระดับรายได้

๓. เสริมสร้างศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้างความเข้มแข็งการเงิน ฐานรากตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีสิทธิในการจัดการทุน ที่ดิน และทรัพยากรภายในชุมชน

๓.๓ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการระดับชุมชน การสนับสนุนศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน การส่งเสริมการเชื่อมต่อนานาชาติเครือข่ายอุตสาหกรรม (Cluster)

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์

เป้าหมายที่ ๒.๑ เศรษฐกิจขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน

๑) เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพ ประชาชนมีความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

๔) เพิ่มผลผลิตภาพการผลิตของประเทศ

เป้าหมายที่ ๒.๒ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา

๑) เศรษฐกิจรายสาขาเติบโตอย่างเข้มแข็งและเป็นฐานในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

๕) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ
เพิ่มมากขึ้น

แนวทางการพัฒนา

๒. การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ

๒.๑ การพัฒนาภาคเกษตร

๒) สร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
นวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรแบบมีส่วนร่วม

๒.๒ การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม

๑) พัฒนาต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบัน
เพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

๒) วางรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรมสำหรับอนาคต

๒.๓ การพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว

๒) พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ

๒.๔ การพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน

๑) ส่งเสริมการทำตลาดเชิงรุก

๓) สนับสนุนผู้ประกอบการลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสาร

๔) ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยุทธศาสตร์ที่ ๙ การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์

เป้าหมายที่ ๑ ลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาคและมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม
มากขึ้น

เป้าหมายที่ ๒ เพิ่มจำนวนเมืองศูนย์กลางของจังหวัดเป็นเมืองน่าอยู่สำหรับคน
ทุกกลุ่มในสังคม

เป้าหมายที่ ๔ เพิ่มมูลค่าการลงทุนในพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดน

แนวทางการพัฒนา

๑. การพัฒนาภาคเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กระจายตัวอย่างทั่วถึง

๑.๑ ภาคเหนือ : พัฒนาให้เป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง

๑) พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและความยั่งยืน มีธุรกิจบริการ
ต่อเนื่องกับการท่องเที่ยวบริการสุขภาพและการศึกษาที่ได้มาตรฐาน
รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง

๒) พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร และสร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้
แนวคิดเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ควบคู่กับการพัฒนา
อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการ
ของตลาด

๒. การพัฒนาเมือง

๒.๑ แนวทางการพัฒนาหลัก

- ๑) พัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองศูนย์กลางของจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่
เพื่อการใช้งานของคนทุกกลุ่มในสังคมอย่างเท่าเทียม เอื้อต่อการขยายตัว
ทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีสมดุล

๒.๒ แนวทางการพัฒนาเมืองสำคัญ

- ๓) พัฒนาเมืองเชียงใหม่และเมืองพิษณุโลกให้เป็นศูนย์กลางการค้า
การบริการธุรกิจสุขภาพ การศึกษา และธุรกิจด้านดิจิทัล

๓. การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ

๓.๒ พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษชายแดน

- ๒) สนับสนุนและยกระดับการพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่
- ๓) ส่งเสริมให้ภาคประชาชนและภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องเข้ามา
มีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการพัฒนา

๒.๓ แผนระดับที่ ๓ (เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม)

๒.๓.๑ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ๔.๐ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๕)

(๑) ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา

๑. ยกระดับผลิตภาพ มาตรฐาน และนวัตกรรม
๒. เสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากและสังคมผู้ประกอบการ
๓. ส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรม

(๒) ปฏิรูปนิเวศอุตสาหกรรมรองรับอุตสาหกรรมขับเคลื่อนด้วยปัญญา

๑. ปฏิรูปองค์การภาครัฐให้ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง
๒. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม
๓. พัฒนาทักษะ องค์ความรู้ของบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

(๓) เชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทยกับเศรษฐกิจโลก

๑. ส่งเสริมอุตสาหกรรมไทยเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตของโลก
๒. เชื่อมโยงการผลิตและการตลาดสู่สากลด้วยดิจิทัล
๓. ส่งเสริมการลงทุนขยายฐานการผลิตในและนอกประเทศ

๒.๓.๒ แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๗๔

(๑) ยกระดับคลัสเตอร์อุตสาหกรรมและขยายเครือข่ายการผลิตสู่ต่างประเทศ

๑. สร้างความเข้มแข็งคลัสเตอร์
๒. ยกระดับคลัสเตอร์
๓. สร้างความยั่งยืนคลัสเตอร์

(๒) การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน

๑. เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ
๒. สร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ
๓. ยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ
๔. สร้างความยั่งยืนของผู้ประกอบการ
๕. เตรียมความพร้อมสู่การเปิดเสรี
๖. สร้างโอกาสในการขยายตลาดใหม่ๆ
๗. สร้างโอกาสจากความร่วมมือ

(๓) การยกระดับโครงสร้างสนับสนุนอุตสาหกรรมเพื่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมอย่างบูรณาการ

๑. บังคับใช้มาตรฐานการผลิตในด้านต่างๆ
๒. สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
๓. ยกระดับศักยภาพบุคลากร
๔. พัฒนาทักษะแรงงานอุตสาหกรรม
๕. พัฒนากฎระเบียบและข้อบังคับที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม

- ๖. ส่งเสริมนวัตกรรมและปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา
- ๗. ส่งเสริมการบริหารจัดการอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ

๒.๓.๓ แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

(๑) ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น

- ๑. ยกระดับเทคโนโลยี นวัตกรรม และผลิตภาพ
- ๒. ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- ๓. ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล
- ๔. พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

(๒) เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม

- ๑. สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup)
- ๒. ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SME
- ๓. พัฒนาศักยภาพฐานรากให้เข้มแข็ง

(๓) พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ

- ๑. พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพ
- ๒. ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME

๒.๓.๔ แผนปฏิบัติการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) กระทรวงอุตสาหกรรม

(๑) การเสริมสร้างศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมให้เติบโตและเข้มแข็ง

- ๑. ส่งเสริมงานวิจัย การต่อยอดงานวิจัยและพัฒนา การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรม
- ๒. พัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรภาคอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เป็นผู้มีสมรรถนะสูงทั้งด้านทักษะการผลิต การบริหารจัดการ เทคโนโลยี และนวัตกรรม
- ๓. ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้ปัจจัยการผลิตภายในประเทศให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นรวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการจัดหาวัตถุดิบเพื่อรองรับความต้องการในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง
- ๔. พัฒนามาตรฐานการตรวจสอบรับรองระบบงานและผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับภาคอุตสาหกรรมและเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

(๒) การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรม

- ๑. ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ และกระบวนการต่างๆ ให้เอื้อต่อการลงทุนและการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม
- ๒. กำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม และพัฒนาระบบข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม เพื่อชี้แนะและเตือนภัยภาคอุตสาหกรรม
- ๓. ศึกษาและกำหนดพื้นที่/ปรับปรุงผังเมืองให้เหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรม

๔. พัฒนาขีดความสามารถของศูนย์การให้บริการ และห้องทดสอบให้สามารถบริการงานเสริมสร้างธุรกิจอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๕. บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม

(๓) การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมให้เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม

๑. พัฒนากลไกในการกำกับดูแลภาคอุตสาหกรรมให้ดำเนินการตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด
๒. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Eco Industrial Town)
๓. บริหารจัดการกากอุตสาหกรรมครบวงจร โดยเน้นการใช้ประโยชน์จากกากอุตสาหกรรม
๔. ส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม
๕. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายเฝ้าระวังและจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นและชุมชนอย่างต่อเนื่อง

(๔) การพัฒนาสมรรถนะองค์กรเพื่อให้บริการอย่างมีคุณภาพ

๑. ส่งเสริมจริยธรรม ธรรมาภิบาลและการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในการปฏิบัติราชการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน
๒. ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน จัดหาทรัพยากรให้เหมาะสม พัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ
๓. พัฒนาศักยภาพบุคลากรของกระทรวงอุตสาหกรรม
๔. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการอย่างมีคุณภาพของกระทรวงอุตสาหกรรม

๒.๓.๕ แผนปฏิบัติการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

(๑) เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในทุกระดับ

๑. สร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่
๒. เสริมสร้างผลิตภาพและมูลค่าเพิ่ม SMEs
๓. ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม
๔. เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคอุตสาหกรรม

(๒) สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก

๑. สร้างและยกระดับผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานราก
๒. เพิ่มช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าชุมชน

(๓) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อต่อการประกอบการ

๑. พัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพทันสมัย เข้าถึงได้อย่างสะดวกและครบวงจร
๒. สร้างและพัฒนาเครือข่ายหน่วยงานและผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรม
๓. สร้างโอกาสทางธุรกิจและการตลาด

๔. พัฒนารฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ด้านการส่งเสริมและพัฒนา SMEs

(๔) บริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูง

๑. พัฒนาองค์ความรู้ ทักษะและสมรรถนะบุคลากร

๒. กระตุ้นจิตสำนึก ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริตในองค์กร

๓. ประยุกต์ใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี ดิจิทัล และพัฒนาสุขภาวะภายในองค์กร

๒.๓.๖ แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๗๐)

(๑) แนวทางการพัฒนา

๑. ยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ Global Supply Chain โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตลอดจน New Warriors ที่เป็นทั้ง Startup และ Scale up

๒. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เพื่อผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มีคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัย เพื่อการบริโภคในประเทศและส่งออก

๓. ผลักดันการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเกษตรและอาหาร โดยให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs เพื่อนำไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน และมีมูลค่าสูง เป็นที่ต้องการของตลาดและผู้บริโภค

๔. เพิ่มมูลค่าและผลิตภาพการผลิต (Productivity) ให้กับสินค้าอาหารโดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และการออกแบบ

๕. บูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกกระทรวงอุตสาหกรรม ตลอดจนการพัฒนาอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่ ตั้งแต่วัตถุดิบ การผลิต และการตลาด รวมทั้งการปรับปรุง/แก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อ การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีการพัฒนาทั้งระบบ

๖. สนับสนุนให้เกิดปัจจัยเอื้อให้เกิดการลงทุนในประเทศ ตลอดจนอำนวยความสะดวกต่อการขอรับสิทธิประโยชน์เพื่อส่งเสริมการลงทุน

๗. สนับสนุนการสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้เพื่อรองรับ Digital Economy โดยการพัฒนาคูโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรม และพัฒนาระบบเพื่อเป็นช่องทางการตลาดดิจิทัล

(๒) ผลลัพธ์เป้าหมาย

๑. สินค้า Commodity เช่น กลุ่มข้าวและธัญพืช กลุ่มปศุสัตว์ (ไก่) ประมง (กุ้ง ปลา) กลุ่มผักผลไม้ (สับปะรด ข้าวโพดหวาน) กลุ่มเครื่องปรุงรส น้ำตาล และมันสำปะหลัง ในรูปแบบอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) อาหารอินทรีย์ (Organic Food) เครื่องดื่มสุขภาพ (Healthy Drinks) รวมถึงสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ทันสมัย (Modern Packaging) บรรจุภัณฑ์ฉลาด (Intelligence Packaging) รวมถึงอาหารที่ยกระดับด้วยการคัดแยกเกรด (Premium Fresh Food)

๒. สินค้าอนาคต Future Food เช่น อาหารสุขภาพและอาหารฟังก์ชัน (Healthy & Functional Food) ผลิตภัณฑ์อาหารจากเทคโนโลยีชีวภาพ (Food

Biotechnology Products) อาหารฮาลาล อาหารใหม่ (Novel Food) อาหารและ
วัตถุดิบเพื่อผลิตอาหารคุณภาพสูง (High Value Added Food Products &
Organic Food Ingredients) และธุรกิจเกี่ยวเนื่องเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมอาหาร
อาทิ บรรจุภัณฑ์อาหาร และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมอาหาร เป็นต้น

(๓) มาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (มาตรการสร้างยกกำลัง ๔)

๑. สร้างนักรบอุตสาหกรรมอาหารพันธุ์ใหม่ (Food Warriors)

๑.๑ ยกระดับผู้ประกอบการให้เป็นนักรบพันธุ์ใหม่ด้านต่างๆ

๑.๒ พัฒนาระบบการการสร้างนักรบอุตสาหกรรมอาหารพันธุ์ใหม่

๑.๓ เชื่อมโยงนักรบอุตสาหกรรมอาหารพันธุ์ใหม่กับ Big Brothers

๑.๔ สนับสนุนผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ให้มีความสามารถด้าน
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมผ่านกลไกของ Future Food Lab

๑.๕ จัดให้มีโปรแกรมเร่งการเจริญเติบโต (Food Technology Accelerator)
ของผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหารรุ่นใหม่

๒. สร้างนวัตกรรมอาหารอนาคต (Future Food Innovation)

๒.๑ พัฒนาศักยภาพและบูรณาการความร่วมมือในเครือข่ายหน่วยงาน Center
of Food Excellence (CoFE)

๒.๒ ส่งเสริมให้มี Future Food Lab ในพื้นที่เมืองนวัตกรรมอาหารส่วนขยาย
ที่อยู่ในอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคและมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพ

๒.๓ จัดให้มีศูนย์ให้บริการด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหาร
แบบเบ็ดเสร็จเพื่อให้บริการแบบครบวงจร

๒.๔ พัฒนาและสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ฉลาด (Intelligence Packaging)
ที่สามารถแสดงข้อมูลระดับสินค้า (Grade) คุณภาพ และความปลอดภัยทาง
อาหาร

๒.๕ สร้างผู้จัดการนวัตกรรม (Innovation Manager) ด้านอาหาร

๓. สร้างโอกาสทางธุรกิจ (New Marketing Platform)

๓.๑ จัดกิจกรรม World Food Expo ระดับโลกในไทย และยกระดับเป็น
อุตสาหกรรมเชิงท่องเที่ยวอาหารให้บ่อยครั้งขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารไทย

๓.๒ พัฒนา Digital Value Chain เพื่อผลักดันผู้ประกอบการอาหารอนาคต
รวมถึงผู้ประกอบการอาหาร SMEs สู่ Global Value Chain

๓.๓ พัฒนา Window of Thai Food เพื่อเป็นพื้นที่นำเสนอสินค้า ทดสอบชิม
โปรโมท สินค้าแบบออฟไลน์ และเจรจาซื้อขาย

๓.๔ จัดกิจกรรม National / Regional Food Festival แสดงศักยภาพอาหาร
ไทย ในระดับภูมิภาค เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว และเพิ่มช่องทางการตลาด
ให้ผู้ประกอบการ

๔. สร้างปัจจัยพื้นฐานเพื่อเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรม (Enabling)

- ๔.๑ ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายนวัตกรรมอุตสาหกรรมอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- ๔.๒ ส่งเสริมการสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับอาหารในระดับต่างๆ
- ๔.๓ ยกระดับ SMEs สู่มাত্রฐาน (SMEs Standard) ที่เหมาะสม พร้อมสร้างระบบมาตรฐานเฉพาะ (มอก.S)
- ๔.๔ พัฒนากลไกเร่งรัดการพิจารณาความปลอดภัย/การประเมินความเสี่ยงของอาหารสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ที่ผลิตจากวัตถุดิบในประเทศไทย
- ๔.๕ สร้างระบบมาตรฐานที่จะรองรับการพิสูจน์ (Identify) สารสกัดชนิดใหม่ของไทยจากสมุนไพรหรืออาหารให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับสากล
- ๔.๖ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ/อุตสาหกรรมอาหารใช้วัตถุดิบทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานหรือมีการดำเนินงานตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP)
- ๔.๗ กำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพอาหารสดพรีเมียมร่วมกับภาคเอกชน
- ๔.๘ ให้สิทธิประโยชน์สำหรับผู้ลงทุนด้านอาหารอนาคต

๒.๓.๗ แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

(๑) ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์

๑. ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย
 - ๑.๑ สร้างฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม (Creative Economy Big Data) ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบายและเพื่อให้ผู้ประกอบการทั่วไปใช้ในการต่อยอดเชิงธุรกิจ
 - ๑.๒ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์ความรู้และกลไกในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่างๆ
 - ๑.๓ สนับสนุนการต่อยอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญา และทุนทางวัฒนธรรม ด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี รวมถึงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล
 - ๑.๔ ส่งเสริมและเผยแพร่การใช้งานฐานข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการสร้างสรรค์
๒. สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
 - ๒.๑ พัฒนาและส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรและแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

(๒) ขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

๑. กลุ่ม Creative Original เป็นกลุ่มศิลปะต้นฉบับเชิงสร้างสรรค์ (Core Creative Arts) เป็นปัจจัยพื้นฐาน เสมือน Input ซึ่งเน้นการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) อันจะนำไปสู่การต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงสินค้าและบริการสร้างสรรค์ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในระดับหนึ่ง ประกอบด้วย

๑.๑ กลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม

๑.๒ กลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะการแสดง

๑.๓ กลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์

๑.๔ กลุ่มอุตสาหกรรมดนตรี

๒. กลุ่ม Creative Content / Media เป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาต่อยอดหรือพิงพา (Creative Originals / Core Creative Arts) ที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ระดับสูงในการถ่ายทอดสื่อสารในรูปข้อความตัวอักษร (Text) เสียง (Sound) หรือรูปภาพ (Image) ออกสู่สาธารณชน โดยใช้ทักษะการประยุกต์ใช้เชิงสร้างสรรค์ (Applied Creative Skills) ร่วมด้วย ประกอบด้วย

๒.๑ กลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

๒.๒ กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์

๒.๓ กลุ่มอุตสาหกรรมการกระจายเสียง

๒.๔ กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

๓. กลุ่ม Creative Services เป็นกลุ่มที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และศักยภาพในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในระดับสูง เพื่อแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นศิลปะเชิงสร้างสรรค์ (Creative Arts) ให้เป็นสินค้าเชิงสร้างสรรค์ต่อไป (Creative Goods) ประกอบด้วย

๓.๑ กลุ่มอุตสาหกรรมการโฆษณา

๓.๒ กลุ่มอุตสาหกรรมการออกแบบ (รวมถึงการออกแบบแฟชั่น)

๓.๓ กลุ่มอุตสาหกรรมสถาปัตยกรรม

๔. กลุ่ม Creative Goods / Products เป็นกลุ่มที่เน้นกระบวนการที่ประกอบด้วยกิจกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบหลัก อันนำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มการคำนึงถึงการใช้งาน (Functionality) และศักยภาพการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์สูงมากกว่าความคิดสร้างสรรค์อย่างเดียว (Pure Creativity) ประกอบด้วย

๔.๑ กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น (การผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป)

ทั้งนี้ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทย กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ กลุ่มอุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย จัดเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

๒.๓.๘ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๙)

(๑) ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์

๑. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ
 - ๑.๑ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบบริหารจัดการ ให้มีความพร้อมเพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ
 - ๑.๒ บริหารและขับเคลื่อนนโยบาย Medical Hub โดยไม่เกิดผลกระทบต่อระบบสุขภาพไทย
๒. พัฒนาศูนย์บริการรักษาพยาบาล
 - ๒.๑ ส่งเสริมพัฒนาศูนย์บริการรักษาพยาบาลสู่ระดับสากล (Western Medicine)
๓. พัฒนาศูนย์บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ
 - ๓.๑ ส่งเสริมพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสถานประกอบการและบุคลากร สู่ระดับสากล
 - ๓.๒ พัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนให้เป็นเมืองสปาและเส้นทางท่องเที่ยวสายน้ำพุร้อนของไทย
 - ๓.๓ พัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการรายย่อยรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
๔. พัฒนาศูนย์บริการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก
 - ๔.๑ ส่งเสริมพัฒนาสถานบริการสุขภาพที่ให้บริการทางด้านการแพทย์แผนไทย และการแพทย์ทางเลือกสู่ระดับสากล
๕. พัฒนาศูนย์บริการวิชาการและงานวิจัยทางการแพทย์ (Academic Hub)
 - ๕.๑ เพิ่มขีดความสามารถและพัฒนาศักยภาพของสถาบันการศึกษาทางการแพทย์
 - ๕.๒ พัฒนาศักยภาพ/เพิ่มการผลิตบุคลากรทางการแพทย์
 - ๕.๓ ยกย่องสู่การเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับนานาชาติ (MICE)
๖. พัฒนาศูนย์ผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 - ๖.๑ ส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยสู่ระดับสากล
 - ๖.๒ ส่งเสริมพัฒนาสมุนไพรพื้นบ้านสู่ระดับสากล
 - ๖.๓ ส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์
 - ๖.๔ ส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องสำอาง

๗. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

- ๗.๑ ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในลักษณะ Thailand Branding เพื่อรักษาตำแหน่งที่หนึ่งของโลก
- ๗.๒ ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในประเทศ
- ๗.๓ ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ
- ๗.๔ ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่าน Agent / Broker

(๒) เป้าประสงค์

ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical services) และมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืน โดยมีองค์ประกอบในการขับเคลื่อน ดังนี้

๑. ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub)

- ๑.๑ บริการนวดไทยเพื่อสุขภาพ/สปาเพื่อสุขภาพ
- ๑.๒ บริการนวดเพื่อเสริมสวย
- ๑.๓ บริการ Medical Spa
- ๑.๔ บริการสปาน้ำพุร้อน
- ๑.๕ บริการ Thalassotherapy / Climatotherapy
- ๑.๖ บริการแบบพำนักระยะยาวเพื่อสุขภาพ (Long Stay for Health)
- ๑.๗ บริการแบบ Health Resort
- ๑.๘ บริการแบบ Rehabilitation Center

๒. ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub)

- ๒.๑ บริการรักษาพยาบาล
- ๒.๒ บริการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก
- ๒.๓ บริการห้องปฏิบัติการ

๓. ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub)

- ๓.๑ การจัดการศึกษาระดับปริญญาและหลังปริญญา (Professional and Post Graduate)
- ๓.๒ การจัดการศึกษาระดับแรงงานมีฝีมือ (Skill Labor)
- ๓.๓ การจัดประชุมนานาชาติ (MICE)

๔. ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub)

- ๔.๑ ยาแผนปัจจุบัน
- ๔.๒ ยาสมุนไพรไทย
- ๔.๓ เครื่องสำอาง
- ๔.๔ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ
- ๔.๕ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์

๒.๓.๙ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๙)

(๑) การสร้างความยั่งยืนของฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพด้วยการจัดสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์

๑. คุ้มครอง ปกป้อง อนุรักษ์ พื้นฟูทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ
๒. พัฒนากลไก ระบบการบริหารจัดการทรัพยากร และความหลากหลายทางชีวภาพและสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมความยั่งยืน
๓. เพิ่มสมรรถนะและความสามารถในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(๒) การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งด้วยทุนทรัพยากร อัตลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่

๑. เพิ่มสมรรถนะและความสามารถในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างทั่วถึง
๒. ยกระดับประสิทธิภาพการผลิต มาตรฐานการผลิตที่นำไปสู่การเพิ่มความมั่นคงด้านอาหาร สุขภาพ และพลังงานในระดับเศรษฐกิจฐานราก
๓. ยกระดับสินค้าสู่สินค้าพรีเมียมด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์
๔. พัฒนาและสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใหม่เพื่อการยกระดับรายได้
๕. พัฒนาดลาดและศักยภาพในการเข้าถึงตลาดทั้งในและนอกพื้นที่

(๓) การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

๑. สาขาการเกษตร (กลุ่มเป้าหมาย : พืช/สัตว์เศรษฐกิจหลัก พืช/สัตว์มูลค่าสูง ปัจจัยการผลิตและการให้บริการทางการเกษตร)
 - ๑.๑ ส่งเสริมการสร้างและใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการผลิตสินค้าเกษตร
 - ๑.๒ เตรียมกำลังคนและผู้เชี่ยวชาญสาขา BCG เกษตร
 - ๑.๓ ส่งเสริมการใช้คลังข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และจัดสมดุลการผลิต-การตลาด
 - ๑.๔ สร้างความพร้อมและความสามารถในการเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ
๒. สาขาอาหาร (กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารเดิม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารใหม่ กลุ่มอาหารท้องถิ่น)
 - ๒.๑ สร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประเทศบนฐานการผลิตที่ยั่งยืน
 - ๒.๒ ขยายตลาดเดิมและสร้างตลาดใหม่ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ ยกระดับอาหารท้องถิ่นและอาหารริมทาง (Street Food)

๒.๓ สร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านการวิเคราะห์ทดสอบและด้านการผลิตที่ได้มาตรฐานเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศและการส่งออก

๒.๔ สร้างแบรนด์อาหารไทยในระดับโลกโดยรักษาอัตลักษณ์และอนุรักษ์อาหารไทย

๓. สาขายาและวัคซีน (กลุ่มเป้าหมาย : วัคซีน ยา สารออกฤทธิ์ทางเภสัชกรรม ผลิตภัณฑ์การรักษาด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง บริการด้านจีโนมิกส์และการแพทย์แม่นยำ)

๓.๑ ยกระดับความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของหน่วยงานรัฐและอุตสาหกรรม

๓.๒ สร้างความเข้มแข็งและมาตรฐานการผลิต การบริการ และการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

๔. สาขาเครื่องมือแพทย์ (กลุ่มเป้าหมาย : วัสดุทางการแพทย์ ครุภัณฑ์และซอฟต์แวร์ทางการแพทย์ นวัตกรรมและชุดตรวจวินิจฉัยโรค)

๔.๑ สร้างคุณภาพของอุปสงค์และอุปทาน

๔.๒ สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เครื่องมือแพทย์ให้กับผู้ใช้งาน

๔.๓ ส่งเสริมการลงทุนและสร้างธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของประเทศเพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)

๔.๔ ยกระดับความสามารถบุคลากรตลอดห่วงโซ่มูลค่าอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์

๔.๕ สร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) สนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์

๕. สาขาล้างงาน วัสดุ และเคมีชีวภาพ (กลุ่มเป้าหมาย : พลังงานหมุนเวียน เชื้อเพลิงชีวภาพ เอทานอลเพื่ออุตสาหกรรมและเวชภัณฑ์ชนิดใหม่ พลาสติกชีวภาพ ผลิตภัณฑ์โอเลโอเคมีคอล เคมีชีวภาพเพื่อเกษตรปลอดภัย Functional Ingredients ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากอินทรีย์)

๕.๑ สร้างตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ฐานชีวภาพภายในประเทศ

๕.๒ ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ฐานชีวภาพ

๕.๓ เร่งรัดพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม

๕.๔ บริหารจัดการเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG สาขาล้างงาน วัสดุ และเคมีชีวภาพ

๖. สาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๖.๑ พัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูง โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจและคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ชุมชน

๗. สาขาเศรษฐกิจหมุนเวียน (กลุ่มเป้าหมาย : พลาสติกครบวงจร เกษตรและอาหาร วัสดุก่อสร้าง)

๗.๑ กำหนดเป้าหมายส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนด้วยกลไกความร่วมมือรัฐ เอกชน และภาคประชาชน (PPP)

๗.๒ พัฒนา Digital Platform ส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน

๗.๓ ส่งเสริมการผลิตและขยายตลาดด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างครบวงจร

๗.๔ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศ

(๔) เสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก

๑. ปรับโครงสร้างสู่การผลิตสินค้าและบริการแห่งอนาคต

๒. สร้างภูมิคุ้มกันในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างเท่าทัน

๒.๓.๑๐ แผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

พัฒนาเป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง เชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาค

(๒) ยุทธศาสตร์การพัฒนา

๑. พัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการต่อเนื่องให้มีคุณภาพ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน และกระจายประโยชน์อย่างทั่วถึง รวมทั้งต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีศักยภาพสูงด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรม

๑.๑ พัฒนากลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน กลุ่มท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน น่าน กลุ่มท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายเฉพาะ (MICE) ในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงผจญภัย/กีฬาเพื่อการพักผ่อน/เชิงสุขภาพ และการพำนักระยะยาว ในจังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน น่าน โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

- พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว อาทิ การวิจัย การพัฒนานวัตกรรม การออกแบบ การสื่อสาร ตลอดจนส่งเสริมการจัดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- สนับสนุน Community Based Tourism/Local Tourism เพื่อกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน รวมทั้งให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและนำมาประยุกต์สร้างสรรค์สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

- เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้มีทักษะและองค์ความรู้ในธุรกิจตลอดห่วงโซ่การผลิต การท่องเที่ยว ทั้งด้านการออกแบบ การวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม

เทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของสินค้าและบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุน การบริหารจัดการธุรกิจและการตลาด ทั้งการรักษาฐานเดิมและขยายไปสู่ ตลาดกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพและการสร้างตลาดในรูปแบบ e-tourism

๑.๒ พัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ กลุ่มอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพ กลุ่มบริการทางการแพทย์และสุขภาพ และ กลุ่มผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางและขยายสู่ พื้นที่เครือข่ายที่มีศักยภาพ โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

- สนับสนุนสถาบันการศึกษาในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม และ ส่งเสริมการนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ ตามแนวคิดการสร้าง Food Valley เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ ให้ตอบสนองต่อตลาดเป้าหมาย เฉพาะ อาทิ กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุ กลุ่มอาหารเสริมสุขภาพและความงาม
- ขยายเครือข่ายการพัฒนาธุรกิจบริการทางการแพทย์และสุขภาพให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มุ่งสู่การเป็น Medical & Wellness Hub ระดับอนุภูมิภาค
- สนับสนุนการพัฒนาเชียงใหม่เป็น Creative City พร้อมทั้งสนับสนุน การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมผนวกกับความโดดเด่นของ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้ามีความ แตกต่างโดดเด่นสามารถตอบสนองต่อตลาดเป้าหมายเฉพาะ อาทิ สินค้า Life Style สินค้าหัตถกรรม และของที่ระลึกต่างๆ ที่เน้นคุณภาพ ทั้งการออกแบบและการใช้งาน
- เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจ ขยายเครือข่ายเพื่อให้เกิดพลัง ในการขับเคลื่อนและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ตลอด Value Chain
- เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมาย กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ วิสาหกิจชุมชน ในการดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล

๒. ใช้โอกาสจากเขตเศรษฐกิจพิเศษ และการเชื่อมโยงกับอนุภูมิภาค GMS BIMSTEC และ AEC เพื่อขยายฐานเศรษฐกิจของภาค

๒.๑ พัฒนาเชียงใหม่เป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจ ให้มีศักยภาพในการดำเนิน กิจกรรมทางเศรษฐกิจเทียบเท่าเมืองขนาดใหญ่ในระดับนานาชาติและมีความ

นำอยู่ โครงสร้างพื้นฐานและระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล

๒.๒ พัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรให้มีความรู้ มีทักษะฝีมือ เข้าถึงข้อมูล กฎระเบียบการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาคและสากล รวมถึงเงื่อนไข ทางด้านสิ่งแวดล้อมและมนุษยธรรมที่ถูกนำมาเป็นข้อกีดกันทางการค้า รวมทั้ง สนับสนุนให้องค์กรภาคธุรกิจเอกชนที่มีความเข้มแข็งร่วมพัฒนาเครือข่ายกับ ธุรกิจท้องถิ่นที่มีศักยภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถให้เข้าสู่ Supply Chain ของธุรกิจใหญ่ได้

๒.๓ พัฒนาสินค้าที่มีศักยภาพสามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสินค้าที่ตอบสนองตลาด ในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และ AEC โดยให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบอย่างการเกื้อกูลกัน บนความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐและเอกชนทั้งไทยและเพื่อนบ้าน ซึ่งจะสอดคล้องกับการเป็นเขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษของพื้นที่จังหวัดเชียงราย

๓. ยกระดับเป็นฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย เชื่อมโยงสู่ อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง

๓.๑ พัฒนาระบบการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน โดยสนับสนุนการทำเกษตรยั่งยืนอย่างครบวงจร สนับสนุนการรวมกลุ่มและสร้าง เครือข่ายเกษตรกรเพื่อพัฒนาทั้งด้านการผลิตและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมช่องทางการกระจายผลผลิต สร้างพฤติกรรมและค่านิยมการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ สนับสนุนการตรวจสอบคุณภาพผลผลิต และการตรวจสอบ ย้อนกลับอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค

๓.๒ สนับสนุนการเชื่อมโยงผลผลิตเกษตรสู่อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่มี ศักยภาพ ได้แก่ การแปรรูปพืชผัก ผลไม้ สมุนไพร (ไพล คาวตอง ยอ มะขามป้อม คำฝอย) ในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน โดยสนับสนุนการพัฒนา สินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่คุณค่า ส่งเสริมการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการ ของตลาดเฉพาะ และสนับสนุนการนำผลผลิตและวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร จากพืชและสัตว์มาผลิตพลังงานทดแทน

๔. พัฒนาคุณภาพชีวิตและแก้ไขปัญหาความยากจน พัฒนาระบบดูแลผู้สูงอายุ อย่างมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชน ยกระดับทักษะฝีมือแรงงานภาคบริการ

๔.๑ ส่งเสริมการสร้างรายได้และการมีงานทำของผู้สูงอายุและผู้มีรายได้น้อย โดยดำเนินการในรูปของกลุ่มอาชีพและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมการนำ ภูมิปัญญาผู้สูงอายุไปใช้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้มีรายได้และได้พัฒนา ศักยภาพของตัวเองอย่างต่อเนื่อง สามารถพึ่งพาตนเองได้และมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น

๒.๓.๑๑ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

พัฒนาพื้นที่บนพื้นฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ส่งเสริมธุรกิจมูลค่าสูงอย่างทั่วถึง

(๒) ประเด็นการพัฒนา

๑. พัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวและการค้าในพื้นที่

๑.๑ พัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ๔ จังหวัด (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน) โดยยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การแพทย์แผนไทย ส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมล้านนาและพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ รวมถึงเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เพื่อยกระดับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลอดห่วงโซ่มูลค่า

๒. พัฒนาเศรษฐกิจมูลค่าสูงด้วยการส่งออกสินค้าและบริการนอกพื้นที่

๒.๑ ส่งเสริมอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอาหารมูลค่าสูง (NTFV) อุตสาหกรรมสุขภาพความงาม สมุนไพร และหัตถอุตสาหกรรมของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ ด้วยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ล้านนาผสานเทคโนโลยีนวัตกรรม (High Touch High Value) ตลอดห่วงโซ่มูลค่าเพื่อตอบสนองตลาดในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านและ AEC บนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา

๓. พัฒนาเศรษฐกิจเกษตรสร้างสรรค์

๓.๑ ส่งเสริมการเกษตรต้นทาง และเกษตรแปรรูปในพื้นที่ (NTFV) ของผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญและโดดเด่นในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ โดยการพัฒนาวัตถุดิบการเกษตรแบบหมุนเวียน รวมถึงการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อยกระดับมาตรฐานของสินค้าเกษตร สร้างโอกาสในการจำหน่ายเพื่อการเชื่อมโยงธุรกิจการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๒.๓.๑๒ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

ประตูการค้าสากล โดดเด่นวัฒนธรรมล้านนา สินค้าเกษตรปลอดภัย ประชาชนร่วมใจอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

(๒) ประเด็นการพัฒนา

๑. พัฒนาสภาพแวดล้อมในการพัฒนาการค้า การลงทุน และโลจิสติกส์เชื่อมโยงกับต่างประเทศ

๑.๑ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการกระตุ้นการลงทุนภายในจังหวัด วิจัย พัฒนา และจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้า การลงทุน กับกลุ่มจังหวัดอื่นภายในประเทศและเพื่อนบ้าน

๑.๒ ส่งเสริมการค้า การลงทุน โดยพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการและพัฒนาธุรกิจ SMEs

- ๑.๓ พัฒนาระบบโลจิสติกส์ รองรับการเชื่อมโยง NSEC ตามกรอบความร่วมมือ
GMS โดยจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการ Logistics และ Supply Chain ผลักดัน
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาระบบฐานข้อมูล วิจัย พัฒนา ผลิตภัณฑ์
ด้าน Logistics ทุกระดับ และจัดการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน
๒. สร้างความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภาคเกษตรและอุตสาหกรรม
การเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรปลอดภัยที่มีศักยภาพ
- ๒.๑ เพิ่มผลิตภาพและคุณภาพการผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร
โดยเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสิ่งที่มีศักยภาพทางการตลาด ลดต้นทุน
การผลิตโดยใช้หลักการผลิตปริมาณมาก ปรับปรุงคุณภาพการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่า
พัฒนากลุ่มธุรกิจและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตร
- ๒.๒ ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรม
และมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร
- ๒.๓ สร้างความเข้มแข็งต่อเกษตรกร องค์กรเกษตร และผู้ประกอบการ
อุตสาหกรรม โดยการสนับสนุนกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เครือข่าย
การเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีเกษตรในพื้นที่ และสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจ
และผู้ประกอบการตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- ๒.๔ ส่งเสริมการบริหารจัดการการตลาดสินค้าเกษตร โดยการเพิ่มขีด
ความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดแก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตร รวมทั้ง
สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเฉพาะกลุ่ม (Niche Product)
๓. พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศิลปวัฒนธรรมและสุขภาพ เพื่อสร้าง
รายได้สู่ชุมชนและเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
อย่างยั่งยืน
- ๓.๑ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ
เชิงสุขภาพ โดยปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ วิจัยและ
พัฒนาเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่อเนื่องจังหวัดในกลุ่ม และส่งเสริมความร่วมมือ
ในลักษณะโครงข่ายการท่องเที่ยวกับประเทศในกลุ่ม GMS
- ๓.๒ พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรการท่องเที่ยว โดยให้ชุมชน
มีส่วนร่วม ตลอดจนพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดการท่องเที่ยว
- ๓.๓ ส่งเสริมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพแก่ประชาชนทุกวัย และชุมชน
รวมทั้งพัฒนาบุคลากร และโอกาสทางการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมในการ
ปรับตัวสู่การท่องเที่ยวหลังจากเข้าสู่ AEC

๒.๓.๑๓ แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง (City of Life and Prosperity) (เมืองที่ให้ความสุขและชีวิตที่มีคุณค่าแก่ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือนในฐานะเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวในระดับโลก)

(๒) ประเด็นการพัฒนา

๑. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าเชื่อมโยงธรรมชาติ วัฒนธรรม สุขภาพ และเศรษฐกิจท้องถิ่น

๑.๑ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสินค้าและบริการ

๑.๒ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนและท้องถิ่นเชื่อมโยงสู่ระดับสากล

๑.๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

๑.๔ ส่งเสริมยกระดับมาตรฐานและสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวบนฐานการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

๑.๕ ส่งเสริมและเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์และการตลาดทางการท่องเที่ยว

๒. ขับเคลื่อนเกษตรปลอดภัย เกษตรแปรรูปมูลค่าสูงตลอดห่วงโซ่มูลค่า และพัฒนานวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต ภายใต้ BCG Model

๒.๑ ส่งเสริมเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์

๒.๒ ส่งเสริมเกษตรแปรรูปมูลค่าสูงและนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต

๒.๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเกษตรกรและผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการแข่งขันธุรกิจ

๒.๔ ส่งเสริมและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการยกระดับการผลิตและการประกอบธุรกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจใหม่ (BCG Model)

๓. ผลักดันเชียงใหม่สู่การเป็นเมืองอัจฉริยะ เมืองแห่งไมซ์ เมืองแห่งสตาร์ทอัพ และเมืองนวัตกรรมการแพทย์และสุขภาพ (SMS & Medicopolis : Smart City, MICE City, Startup City, Medicopolis) ให้สามารถรองรับการเป็นศูนย์กลางทางการค้าการลงทุนของภาคเหนือ

๓.๑ พัฒนาให้เป็นเมืองแห่งนวัตกรรมการแพทย์และสุขภาพ เพื่อเป็นศูนย์บริการทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

๓.๒ พัฒนาเมืองให้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและชาญฉลาด สามารถช่วยในการบริหารจัดการทรัพยากรของเมืองเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๓.๓ พัฒนาธุรกิจ MICE อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรม และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ MICE ในการบริหารจัดการที่ดีและสมบูรณ์อย่างมืออาชีพ

๓.๔ พัฒนานองค์ความรู้ สร้างขีดความสามารถให้แก่ Startup SMEs OTOP ให้มีศักยภาพพร้อมขับเคลื่อนสู่ตลาดในและต่างประเทศ

๔. พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ล้านนา

๔.๑ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและผู้ประกอบการในชุมชน

๔.๒ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ล้านนา

๔.๓ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล

๒.๓.๑๔ แผนพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เปิดประตูสู่ตะวันตก ยกระดับคุณภาพชีวิต พัฒนาเศรษฐกิจให้ยั่งยืน บนพื้นฐานแห่งความพอเพียง

(๒) ประเด็นการพัฒนา

๑. ยกระดับและพัฒนากการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและยั่งยืน

๑.๑ สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพิ่มศักยภาพการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ให้มีความสวยงาม สะอาด และปลอดภัย

๑.๒ พื้นฟู อนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ การกีฬา วิถีชีวิต วัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

๑.๓ พัฒนาศักยภาพบุคลากร และยกระดับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

๑.๔ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในโครงการตามพระราชดำริ วนเกษตร เกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์

๑.๕ ส่งเสริมพัฒนาการตลาด กิจกรรมและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๑.๖ พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว ระบบการบริหารจัดการความปลอดภัยและบูรณาการเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว

๑.๗ ส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชน

๑.๘ ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว

๑.๙ ส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP และหมู่บ้าน OTOP นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน และผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (C-POT)

- ๒. พัฒนาศักยภาพการค้า การลงทุน และการค้าชายแดน
 - ๒.๑ พัฒนาระบบ Logistic เพื่อรองรับการเปิดด่านสู่สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา กลุ่ม BIMSTEC และกลุ่ม ASEAN
 - ๒.๒ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน และยกระดับให้เป็นจุดผ่านแดนถาวร
 - ๒.๓ ส่งเสริมพัฒนาการค้าการลงทุนและการค้าชายแดน
 - ๒.๔ ยกระดับความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อการค้า การท่องเที่ยว วัฒนธรรม การศึกษา สาธารณสุข และเปิดประตูสู่ตะวันตก
 - ๒.๕ พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้

๒.๓.๑๕ แผนพัฒนาจังหวัดลำพูน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

ลำพูนเมืองแห่งความสุข บนความพอเพียง (ประชาชนในจังหวัดลำพูนมีความสุขจากคุณภาพชีวิต และสภาวะแวดล้อมที่ดี)

(๒) ประเด็นการพัฒนา

- ๒. เมืองหัตถนิวัตกรรมสร้างสรรค์ (Creative Craft Innopolis)
 - ๒.๑ วิจัยพัฒนา (R&D) ออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
 - ๒.๒ เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการและมีมือแรงงาน
 - ๒.๓ พัฒนาคุณภาพมาตรฐานการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี
 - ๒.๔ ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาด ให้สามารถแข่งขันได้ในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน AEC และกลุ่ม ASEAN+3
- ๓. เมืองเกษตรสีเขียว (Green Agriculture)
 - ๓.๑ วิจัยพัฒนา (R&D) ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและบุคลากร
 - ๓.๒ เพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนการผลิต
 - ๓.๓ แปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี
 - ๓.๔ ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาด ให้สามารถแข่งขันได้ในกลุ่มประเทศ เพื่อนบ้าน AEC และกลุ่ม ASEAN+3
- ๔. เมืองจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์วัฒนธรรม (Cultural Experience Destination)
 - ๔.๑ สืบค้นและจัดการองค์ความรู้ฐานวัฒนธรรมชุมชนและการท่องเที่ยว
 - ๔.๒ สืบค้นและจัดการองค์ความรู้วัฒนธรรมชุมชนและการท่องเที่ยว
 - ๔.๓ เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร
 - ๔.๔ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และการอำนวยความสะดวก
 - ๔.๕ พัฒนากิจกรรมและของที่ระลึกฯ รองรับการท่องเที่ยว
 - ๔.๖ พัฒนาลาดและประชาสัมพันธ์

๒.๓.๑๖ แผนพัฒนาจังหวัดลำปาง พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

ลำปางเมืองน่าอยู่ นครแห่งความสุข

(๒) ประเด็นการพัฒนา

๑. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

๑.๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

๑.๒ ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว

๑.๓ อนุรักษ์ พัฒนา พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว

๑.๔ ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน

๑.๕ พัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

๑.๖ พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

๑.๗ ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ

๒. เกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ และแปรรูปเกษตร

๒.๑ ปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นโดยมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งน้ำ การปฏิรูปที่ดิน และการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

๒.๒ พัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร เครือข่ายผู้ผลิตและชุมชนให้เข้มแข็งมีความสามารถในการเข้าถึง แหล่งทุนและสามารถหาปัจจัยการผลิตในราคาที่เหมาะสม สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีความโดดเด่น ได้มาตรฐาน

๒.๓ พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ และเกษตรอุตสาหกรรม โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปการผลิตทางการเกษตรให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

๒.๔ ส่งเสริมการตลาดและจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าที่ได้มาตรฐาน รวมถึงประชาสัมพันธ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศของสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

๓. สินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน จากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

๓.๑ เสริมสร้างพัฒนาและเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานระบบสาธารณูปโภค ระบบการขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ เพื่อปัจจัยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

๓.๒ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในด้านการประกอบธุรกิจด้านการพัฒนา กระบวนการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด และการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๓.๓ ส่งเสริมและพัฒนาผู้ผลิตด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และการออกแบบ เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มาตรฐานตรงตามความต้องการของตลาด เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการบนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

๓.๔ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยการส่งเสริมสนับสนุนการรวมกลุ่มและพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน บนฐานรากของความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่น

๓.๕ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ทั้งระดับในและต่างประเทศ

๒.๓.๑๗ แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

เชียงรายเมืองแห่งความสุข สะอาด ปลอดภัย น่ายล

(๒) ประเด็นการพัฒนา

๑. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า การลงทุน และบริการ โลจิสติกส์เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด กลุ่ม ASEAN+6 และ GMS

๑.๑ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลักเพื่ออำนวยความสะดวกทางระบบโลจิสติกส์ รวมทั้งสนับสนุนการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศ ASEAN+6 และ GMS

๑.๒ ส่งเสริมความร่วมมือการค้าชายแดนในภาพรวม เพื่อให้เกิดการแข่งขันเสรีทางเศรษฐกิจกลุ่มประเทศ ASEAN+6 และ GMS

๑.๓ พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP และ SMEs เพื่อเพิ่มมูลค่าการแข่งขัน

๒. ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพ มาตรฐานสากล และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

๒.๑ พัฒนาคุณภาพเกษตรกร

๒.๒ พัฒนาขีดความสามารถในการผลิต การจัดการสินค้าเกษตร และความมั่นคงของอาหาร

๒.๓ ส่งเสริมการแปรรูป สร้างมูลค่าเพิ่ม และการพัฒนาระบบตลาด

๒.๔ พัฒนาทรัพยากรการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ สมดุล และยั่งยืน

๓. ดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนา เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ

๓.๑ พัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ เกิดการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน GMS ASEAN+6 และ ASEAN+3

- ๓.๒ ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วง Low Season พัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพบุคลากรสู่สากล
- ๓.๓ ส่งเสริมสนับสนุน อนุรักษ์ และเผยแพร่ภูมิปัญญา เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจ

๒.๓.๑๘ แผนพัฒนาจังหวัดพะเยา พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

แหล่งผลิตเกษตรปลอดภัย สังคมเข้มแข็งภายใต้การเป็นประชาคมอาเซียน

(๒) ประเด็นการพัฒนา

๑. ส่งเสริมการเกษตรปลอดภัย และการค้าการลงทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๑.๑ ส่งเสริมและ พัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ และให้วิสาหกิจชุมชนและ SMEs ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบบูรณาการ (ข้าวหอมมะลิ ลำไย ลิ้นจี่ สัตว์น้ำจืด โคเนื้อ ผึ้ง พืชผัก พืชทางเลือก (ใหม่))

๑.๒ ส่งเสริมพัฒนาและขยายผลโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริจังหวัดพะเยา (หมู่บ้านต้นแบบแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง)

๑.๓. ขับเคลื่อนแผนพัฒนาชนบทเชิงพื้นที่ ประยุกต์ตามแนวทางพระราชดำริ (ปิดทองหลังพระ) จังหวัดพะเยา

๑.๔ ส่งเสริมการบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตร

๑.๕ ส่งเสริมและ พัฒนาการแปรรูปให้มีคุณภาพมาตรฐานเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์

๑.๖ เสริมสร้างศักยภาพการรวมกลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ

๑.๗ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๑.๘ พัฒนาโครงข่ายสนับสนุนการพัฒนา

๑.๙ ส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ OTOP SMEs แบบบูรณาการ

๑.๑๐ ส่งเสริมความสัมพันธ์และขยายตลาดการค้าการลงทุนในกลุ่มประเทศ GMS ASEAN และประเทศคู่ค้า

๑.๑๑ ส่งเสริมการตลาดออนไลน์

๒. ส่งเสริมและ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรียนรู้วิถีชุมชนในแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๒.๑ พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

๒.๒ เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

๒.๓ เพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติ

๒.๔ พัฒนาแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว

๒.๕ ส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีวัฒนธรรมและชาติพันธุ์

- ๒.๖ พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา
- ๒.๗ ติดตั้งป้ายดิจิทัลประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว
- ๒.๘ ป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
- ๒.๙ Free Wi-Fi เมืองท่องเที่ยวชายแดน
- ๒.๑๐ ส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย
- ๒.๑๑ ฝึกอบรมอาสาสมัครนำเที่ยวและบุคลากรด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยว
- ๒.๑๒ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
- ๒.๑๓ ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ๒.๑๔ พัฒนาศักยภาพองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
- ๒.๑๕ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา
- ๒.๑๖ FAM Trip ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวใหม่
- ๒.๑๗ ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
- ๒.๑๘ ส่งเสริมการตลาดสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Road Show)
- ๒.๑๙ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์
- ๒.๒๐ ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์จังหวัดพะเยา Image Branding

๒.๓.๑๙ แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

เมืองเศรษฐกิจมั่นคง ชุมชนเข้มแข็ง ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์

(๒) ประเด็นการพัฒนา

- ๑. พัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
 - ๑.๑ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง
 - ๑.๒ ขยับเคลื่อนโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ/โครงการขยายผลโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ/โครงการที่น้อมนำแนวพระราชดำริ
 - ๑.๓ ส่งเสริมและพัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ และสร้างมูลค่าเพิ่ม
 - ๑.๔ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ๒. พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและยั่งยืน
 - ๒.๑ พัฒนา ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อยกระดับด้านการท่องเที่ยว
 - ๒.๒ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ
 - ๒.๓ ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

๒.๔ พัฒนาระบบบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และบูรณาการความร่วมมือ
ระหว่างเครือข่าย

๒.๓.๒๐ แผนพัฒนาจังหวัดน่าน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

(๑) เป้าหมายการพัฒนา

เมืองแห่งความสุข เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ธรรมชาติสมบูรณ์ การเกษตรมั่นคง ชุมชน
เข้มแข็ง ท่องเที่ยวยั่งยืน

(๒) ประเด็นการพัฒนา

๑. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยองค์ความรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในลักษณะ
ประชารัฐ

๑.๑ ค้นหาองค์ความรู้ของผลผลิตและผลิตภัณฑ์

๑.๒ สร้างสรรค์นวัตกรรมและการต่อยอดองค์ความรู้

๑.๓ พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ

๑.๔ สนับสนุนผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และสินค้าบริการ

๑.๕ พัฒนาเขตการค้าชายแดนและส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการตลาด

๓. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยองค์ความรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในลักษณะ
ประชารัฐ

๓.๑ พัฒนาศักยภาพด้านการเกษตร

๓.๒ ป้องกันแก้ไขการบุกรุกและขยายพื้นที่เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร

๓.๓ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าแปรรูปการเกษตร

๓.๔ พัฒนาระบบตลาดกลางสินค้าการเกษตรและโลจิสติกส์

๔. พัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน

๔.๑ ค้นหาพัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

๔.๒ บริหารจัดการภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๓ พัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

๔.๔ ประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

๔.๕ ยกกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นสากลและยั่งยืน

๒.๓.๒๑ การเชื่อมโยงแผนพัฒนาเชิงพื้นที่ในประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับภาคส่วนต่างๆ

แผนพัฒนา	ประเด็นการพัฒนา			
	ภาคการท่องเที่ยว	ภาคอุตสาหกรรม		
		ภาคเกษตร		
ภาคเหนือ	ท่องเที่ยว (สร้างสรรค์ วัฒนธรรม)	<u>เกษตรอินทรีย์</u> เกษตรแปรรูป อาหาร Food Valley	สร้างสรรค์ Creative City	การแพทย์ และสุขภาพ Medical & Wellness Hub
กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน ๑	ท่องเที่ยว (สุขภาพ วัฒนธรรม อนุรักษ์ ธรรมชาติ)	<u>เกษตรต้นทาง</u> เกษตรแปรรูป อาหาร	หัตถอุตสาหกรรม สร้างสรรค์	การแพทย์แผนไทย สุขภาพ ความงาม
จังหวัดเชียงใหม่	ท่องเที่ยว (สุขภาพ วัฒนธรรม ธรรมชาติ)	<u>เกษตรปลอดภัย</u> <u>เกษตรอินทรีย์</u> เกษตรแปรรูป อาหารแห่งอนาคต	หัตถอุตสาหกรรม สร้างสรรค์	การแพทย์ และสุขภาพ
จังหวัดแม่ฮ่องสอน	ท่องเที่ยว (สุขภาพ วัฒนธรรม นิเวศ กีฬา วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์)	<u>เกษตรปลอดภัย</u> <u>เกษตรอินทรีย์</u> เกษตรแปรรูป	หัตถกรรม	
จังหวัดลำพูน	ท่องเที่ยว (วัฒนธรรม ประสบการณ์)	<u>เกษตรปลอดภัย</u> <u>เกษตรอินทรีย์</u> เกษตรแปรรูป	หัตถอุตสาหกรรม สร้างสรรค์	
จังหวัดลำปาง	ท่องเที่ยว (สร้างสรรค์)	<u>เกษตรปลอดภัย</u> <u>เกษตรอินทรีย์</u> เกษตรแปรรูป	หัตถอุตสาหกรรม สร้างสรรค์	
กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน ๒	ท่องเที่ยว (สุขภาพ วัฒนธรรม นิเวศ ประวัติศาสตร์)	<u>เกษตรปลอดภัย</u> เกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมเกษตร		
จังหวัดเชียงราย	ท่องเที่ยว (สุขภาพ วัฒนธรรม นิเวศ)	<u>เกษตรปลอดภัย</u> เกษตรแปรรูป		
จังหวัดพะเยา	ท่องเที่ยว (สร้างสรรค์ วัฒนธรรม กีฬา อนุรักษ์ เกษตร)	<u>เกษตรปลอดภัย</u> <u>เกษตรอินทรีย์</u> เกษตรแปรรูป		
จังหวัดแพร่	ท่องเที่ยว (สุขภาพ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ)	<u>เกษตรปลอดภัย</u> <u>เกษตรอินทรีย์</u> เกษตรแปรรูป		
จังหวัดน่าน	ท่องเที่ยว	<u>เกษตรต้นทาง</u> เกษตรแปรรูป	สร้างสรรค์	

๓. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม

๓.๑ ประเด็นปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ ได้ดำเนินการสำรวจความต้องการและความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งผู้ประกอบการ (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน) และหน่วยงานเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ ๘ จังหวัดภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน) ทั้งในรูปแบบการประชุม (Meeting) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ (In-depth Interview) และการสำรวจออนไลน์ (Online Survey) โดยด้านที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และวิสาหกิจชุมชน ต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากที่สุดและเหมือนกัน คือ ด้านการเงิน โดยเฉพาะมาตรการทางการเงินเพื่อเสริมสภาพคล่อง เช่น สินเชื่อปลอดดอกเบี้ยหรือดอกเบี้ยต่ำ สินเชื่อฉุกเฉิน การค้ำประกันสินเชื่อ การผ่อนปรนเงื่อนไขในการยื่นคำขอกู้ รองลงมา คือ ด้านการผลิต โดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม ส่วนด้านการตลาด ผู้ประกอบการทั้ง ๒ กลุ่มมีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์หรือการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น E-Commerce, Online Marketplace, Social Media ขณะที่วิสาหกิจชุมชนต้องการพื้นที่จำหน่ายสินค้าในหน่วยงานราชการ ห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่อื่นๆ เช่น ตลาดสุขภาพ หรือการจัดงานแสดงสินค้า และด้านสุดท้าย คือ ด้านการพัฒนางานองค์กรและบุคลากร ผู้ประกอบการทั้ง ๒ กลุ่มมีความต้องการที่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องการเข้าร่วมการฝึกอบรม/สัมมนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะต้องคัดเลือกวิทยากรที่มีองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สอดคล้องกับผู้เข้ารับการพัฒนา ขณะที่วิสาหกิจชุมชนต้องการได้รับการให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกด้านต่างๆ เช่น ผลิตภาพ มาตรฐาน นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ ทั้งนี้ มีประเด็นปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

๓.๑.๑ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

(๑) ด้านการเงิน สิ่งที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทางการเงินมากที่สุด คือ มาตรการทางการเงินเพื่อเสริมสภาพคล่อง เช่น สินเชื่อปลอดดอกเบี้ยหรือดอกเบี้ยต่ำ สินเชื่อฉุกเฉิน การค้ำประกันสินเชื่อ การผ่อนปรนเงื่อนไขในการยื่นคำขอกู้ คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๑๑ มาตรการบรรเทาภาระหนี้สิน เช่น การพักชำระหนี้ การขยายระยะเวลาชำระหนี้ การปรับโครงสร้างหนี้ การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๖๘ มาตรการลดหรืองดการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ เช่น ภาษี ค่าสาธารณูปโภค ค่าธรรมเนียม คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๘๑ มาตรการส่งเสริมการลงทุน คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๖๘ และมาตรการอื่นๆ เช่น ประกันภัยสำหรับภาคธุรกิจ มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ทำสัญญาเช่ากับเจ้าของสถานที่ คิดเป็นร้อยละ ๑.๗๑ ตามลำดับ

(๒) ด้านการผลิต สิ่งที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทางการเงินมากที่สุด คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๖๘ การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการผลิตหรือเครื่องจักรและอุปกรณ์ทดแทนแรงงานคน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๓๖ การเพิ่มผลิตภาพหรือการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๔๘ การรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๐๗ ตามลำดับ

(๓) **ด้านการตลาด** สิ่งทีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทางด้านการตลาดมากที่สุด คือ การขยายช่องทางการตลาดออนไลน์หรือการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น E-Commerce, Online Marketplace, Social Media คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๖๔ การขยายฐานลูกค้าใหม่หรือการขยายตลาดใหม่ เช่น ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ตลาดต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๓๙ การจัดหาพื้นที่จำหน่ายสินค้าในหน่วยงานราชการ ห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่อื่นๆ เช่น ตลาดสุขภาพ หรือการจัดงานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๗๐ การเจรจาจับคู่ธุรกิจกับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (Business Matching) คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๒๗ ตามลำดับ

(๔) **ด้านการพัฒนาองค์กรและบุคลากร** สิ่งทีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทางด้านการพัฒนาองค์กรและบุคลากรมากที่สุด คือ การฝึกอบรม/สัมมนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๔๖ การให้คำปรึกษาและเชิงลึกด้านต่างๆ เช่น ผลิตภาพ มาตรฐาน นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๘๕ การสนับสนุนที่ปรึกษา (Service Provider) หรือพี่เลี้ยงทางธุรกิจ (Business Mentor) คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐๐ การเสริมสร้างทักษะบุคลากร (พนักงาน/แรงงาน) ด้วยการ Re-skill/Up-skill คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๓๑ และความต้องการอื่นๆ เช่น การศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ ๐.๓๘ ตามลำดับ

๓.๑.๒ วิสาหกิจชุมชน

(๑) **ด้านการเงิน** สิ่งทีวิสาหกิจชุมชนต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทางด้านการเงินมากที่สุด คือ มาตรการทางการเงินเพื่อเสริมสภาพคล่อง เช่น สินเชื่อปลอดดอกเบี้ยหรือดอกเบี้ยต่ำ สินเชื่อฉุกเฉิน การค้ำประกันสินเชื่อ การผ่อนปรนเงื่อนไขในการยื่นคำขอู้ คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๙๕ มาตรการบรรเทาภาระหนี้สิน เช่น การพักชำระหนี้ การขยายระยะเวลาชำระหนี้ การปรับโครงสร้างหนี้ การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๑๘ มาตรการลดหรืองดการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ เช่น ภาษี ค่าสาธารณูปโภค ค่าธรรมเนียม คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๒๓ มาตรการส่งเสริมการลงทุน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๙๒ และมาตรการอื่นๆ เช่น ประกันภัยสำหรับภาคธุรกิจ มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ทำสัญญาเข้ากับเจ้าของสถานที่ คิดเป็นร้อยละ ๕.๓๓ ตามลำดับ

(๒) **ด้านการผลิต** สิ่งทีวิสาหกิจชุมชนต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทางด้านการผลิตมากที่สุด คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๑๕ การเพิ่มผลิตภาพหรือการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๘๙ การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการผลิตหรือเครื่องจักรและอุปกรณ์ทดแทนแรงงานคน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๘๙ การรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๘๗ ตามลำดับ

(๓) **ด้านการตลาด** สิ่งทีวิสาหกิจชุมชนต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทางด้านการตลาดมากที่สุด คือ การจัดหาพื้นที่จำหน่ายสินค้าในหน่วยงานราชการ ห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่อื่นๆ เช่น ตลาดสุขภาพ หรือการจัดงานแสดงสินค้า คิดเป็น ร้อยละ ๕๕.๖๙ การขยายช่องทางการตลาดออนไลน์หรือการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น E-Commerce, Online Marketplace, Social Media คิดเป็นร้อยละ ๕๒.๑๐ การขยายฐานลูกค้าใหม่หรือการขยายตลาดใหม่ เช่น ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ตลาดต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๗๓ การเจรจาจับคู่ธุรกิจกับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (Business Matching) คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๑๗ ตามลำดับ

(๔) **ด้านการพัฒนาองค์กรและบุคลากร** สิ่งทีวีสาทกิจชุมชนต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทางด้านการพัฒนาองค์กรและบุคลากรมากที่สุด คือ การให้คำปรึกษาแนะเชิงลึกด้านต่างๆ เช่น ผลิตภาพ มาตรฐาน นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ ๕๙.๗๑ การฝึกอบรม/สัมมนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๔๐ การสนับสนุนที่ปรึกษา (Service Provider) หรือพี่เลี้ยงทางธุรกิจ (Business Mentor) คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๐๙ การเสริมสร้างทักษะบุคลากร (พนักงาน/แรงงาน) ด้วยการ Re-skill/Up-skill คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๐๗ และมาตรการอื่นๆ เช่น การศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ ๑.๔๔ ตามลำดับ

๓.๑.๓ ประเด็นปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะในภาพรวม

(๑) ด้านนโยบายภาครัฐ

๑. ควรขับเคลื่อนนโยบาย ๕ เศรษฐกิจกระแสน้ำใหม่ของรัฐบาลให้เกิดขึ้นจริงอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เศรษฐกิจเพื่อสังคม (Social Economy) และเศรษฐกิจสูงวัย (Silver Economy)

๒. ควรมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสูงวัย (Silver Economy) โดยการบูรณาการร่วมกับกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยเฉพาะอาหาร ยารักษาโรค ของใช้ในบ้าน อุปกรณ์ทางการแพทย์ ฯลฯ เนื่องจากภาคเหนือกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า

๓. ควรผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนตามแผนพัฒนาภาคเหนือ และมีส่วนร่วมในการต่อยอดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในโอกาสที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการรับรองจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Creative City of Crafts and Folk Art) เนื่องจากยังไม่มีหน่วยงานใดในพื้นที่ที่ได้ขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม

๔. ควรยกระดับการพัฒนาโครงการ Northern Thailand Food Valley ในมิติใหม่ๆ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น (Cross Cluster) ที่มีศักยภาพของพื้นที่ เช่น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ไม่ควรมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูปเป็นหลักเพียงอย่างเดียว แต่ควรพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีความสำคัญหรือมีศักยภาพสูงของพื้นที่ควบคู่กันไปด้วย ทั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมแพทย์และสุขภาพ

๕. นอกจากการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศแล้ว ภาครัฐควรผลักดันการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) อีกทางหนึ่งด้วย

๖. ควรร่วมผลักดันการยกระดับศักยภาพเชิงพื้นที่ในเรื่อง Cosmetic Valley ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๒ ในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีอย่างเป็นทางการนอกสถานที่ ณ จังหวัดลำปาง โดยอาจใช้ทรัพยากรของศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม (ITC) และโรงงานต้นแบบเทคโนโลยี ของอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๗. ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างหน่วยธุรกิจใหม่ (Business Unit) ผ่านกระบวนการ Spin-out จากองค์กรเดิมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการสร้าง Startup ตั้งแต่เริ่มต้นอาจมีข้อจำกัดหลายประการ ใช้ระยะเวลานาน และมีโอกาสประสบความสำเร็จต่ำกว่า

๘. ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการเป็นพี่เลี้ยง (Big Brother / Business Mentor) เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยโดยการสร้างแรงจูงใจ (Incentive) ด้วยสิทธิประโยชน์ด้านภาษีหรืออื่นๆ รวมถึงที่ปรึกษาทางธุรกิจ (Service Provider) ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านต่างๆ

๙. ควรจัดทำแผนเพื่อรองรับสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงต่อภาคธุรกิจเป็นการล่วงหน้า เพื่อให้ภาครัฐสามารถให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการได้อย่างทัน่วงทีและสามารถบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้

(๒) ด้านงบประมาณ

๑. ควรบูรณาการหน่วยงานต่างๆ ในการส่งเสริมผู้ประกอบการครอบคลุมทุกมิติ ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง โดยกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงานและเกิดความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณ

๒. ควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำคำของบประมาณ ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการ โดยเฉพาะงบประมาณเชิงพื้นที่ (Area-based Budgeting) ทั้งงบภาค งบกลุ่มจังหวัด และงบจังหวัด โดยอาจขับเคลื่อนในลักษณะคณะทำงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้โครงการต่างๆ สอดคล้องกับความต้องการหรือประเด็นปัญหาของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ซึ่งถือเป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานจาก Inside-Out เป็น Outside-In

๓. ควรจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านเครื่องมือ เครื่องจักร เทคโนโลยี การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พี่เลี้ยง (Big Brother) แหล่งเงินทุน ตลอดจนการวิจัยและพัฒนา (R&D) มิใช่มุ่งเน้นเพียงแต่ SMEs ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงกว่า และมีโอกาสในการเข้าถึงการสนับสนุนของภาครัฐมากกว่า

๔. ควรให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง มีใช้หยุดชะงักเมื่อสิ้นสุดโครงการ หรือตามรอบปีงบประมาณ และกระจายงบประมาณโครงการลงในแต่ละจังหวัด ไม่กระจุกตัวอยู่ในจังหวัดใหญ่เท่านั้น เพื่อให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาอย่างทั่วถึง

(๓) ด้านการดำเนินโครงการ

๑. ควรดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง พร้อมปรับปรุงรูปแบบ ขั้นตอน แนวทาง วิธีการ หรือเนื้อหาของโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

๒. ควรให้ความสำคัญกับประชาสัมพันธ์การดำเนินโครงการหรือผลงานต่างๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการในทุกระดับสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง รวมถึงจัดพื้นที่รวบรวมและแสดงผลความสำเร็จและต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาภายใต้โครงการต่างๆ ให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจได้เข้าเยี่ยมชม ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์หน่วยงานได้อีกทางหนึ่ง

๓. ควรมีการติดตามและประเมินผลในเชิงรูปธรรมภายหลังสิ้นสุดโครงการ เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จ ความคุ้มค่า ปัญหาอุปสรรค หรือความต้องการด้านอื่นๆ และมีส่วนช่วยในการกำหนดทิศทางการดำเนินโครงการในอนาคตได้

๔. ควรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ผู้ประกอบการรายย่อย หรือผู้ประกอบการฐานรากได้เข้าร่วมโครงการต่างๆ มากขึ้น และไม่ควรให้ผู้ประกอบการเดิมเข้าร่วมโครงการซ้ำซ้อนกับที่ผ่านมา แต่ควรพัฒนาต่อยอดในด้านอื่นๆ

๕. ควรเพิ่มระยะเวลาการดำเนินโครงการในลักษณะให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก ให้สอดคล้องกับระยะเวลาในการปฏิบัติงานจริงของที่ปรึกษา รวมถึงควรจัดทำทะเบียนที่ปรึกษาเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลของที่ปรึกษาแต่ละรายและเลือกที่ปรึกษาได้ด้วยตนเอง

๖. ควรลดระยะเวลาภาคทฤษฎีสำหรับโครงการในลักษณะฝึกอบรม โดยเพิ่มสัดส่วนของภาคปฏิบัติและการศึกษาดูงานมากขึ้น พร้อมเสริมสร้างทักษะใหม่ (Re-Skill) และพัฒนาทักษะเดิม (Up-Skill) ให้กับผู้ประกอบการหรือบุคลากรภาคอุตสาหกรรม โดยพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับโลกในยุคปัจจุบันและความต้องการหรือศักยภาพของแต่ละองค์กร (Tailor-made Training Courses)

๗. ควรสำรวจจำนวนสถานประกอบการที่ชัดเจนก่อนการดำเนินโครงการในลักษณะคลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทานของแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงให้การส่งเสริมอย่างต่อเนื่องจนเสร็จสิ้นกระบวนการพัฒนาภายในระยะ ๕ ปี สำหรับคลัสเตอร์ที่มีความเข้มแข็งแล้ว ควรบูรณาการร่วมกันเพื่อต่อยอดและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้มากขึ้น

๘. ควรให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยไม่มีการแบ่งแยกระหว่างบุคคลธรรมดา กับนิติบุคคล เพื่อให้สามารถเข้าถึงการสนับสนุนจากภาครัฐทางด้านต่างๆ ได้อย่างเท่าเทียมกัน

(๔) ด้านการบริการ

๑. ควรพัฒนาศูนย์บริการเฉพาะทาง ศูนย์แห่งความเป็นเลิศ (Center of Excellent : COE) หรือศูนย์บริการที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ และสอดคล้องกับความต้องการหรือสภาพปัญหาของผู้ประกอบการ เช่น ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมไม้ เป็นต้น

๒. ควรพัฒนาศูนย์บริการด้านการออกแบบครบวงจรที่ให้บริการทดลองทดสอบ ขึ้นต้นแบบชิ้นงาน โดยมีพื้นที่ในลักษณะ Creative Space หรือ Co-working Space และมีนักออกแบบหลากหลายสาขารองรับการบริการให้คำปรึกษาแนะนำ พร้อมเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

๓. ควรให้บริการข้อมูลสารสนเทศและฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับผู้ประกอบการและผู้สนใจ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ซึ่งมีความสะดวกในการเข้าถึงบริการและเป็นการลดภาระงบประมาณอีกทางหนึ่ง

(๕) ด้านการตลาด

๑. ควรพัฒนาองค์ความรู้และให้การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ควบคู่กับการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นของประเทศไทยเอง เพื่อลดการพึ่งพาแพลตฟอร์มจากต่างประเทศที่มากเกินไป

๒. ควรจัดหาแหล่งจำหน่ายหรือตลาดเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศภายหลังสิ้นสุดโครงการต่างๆ เพื่อให้เกิดการต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์หรือเชื่อมโยงสู่การตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศต้องการให้อำนวยความสะดวกในการอนุญาตเข้าไปจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้าประจำปีได้ โดยมีการศึกษาระเบียบ ข้อจำกัด และความต้องการของตลาดนั้นๆ ก่อน

๓. ควรจัดกิจกรรมทดสอบตลาดหรืองานแสดงสินค้าที่มีธีมของงาน (Theme) ชัดเจนและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมถึงจัดงานให้บ่อยครั้งขึ้น (กลางปี/ปลายปี) โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการส่งเสริมด้านการตลาดใน ๒ แนวทาง ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (International Trade Fair) ภายในพื้นที่เพื่อแสดงศักยภาพและความพร้อม และการจัดกิจกรรมโรดโชว์ไปยังภูมิภาคต่างๆ โดยจะต้องจำแนกกลุ่มเป้าหมายของผู้เข้าชมงานอย่างชัดเจน เช่น ผู้บริโภคภายในประเทศ ผู้ซื้อ (Buyer) หรือนักลงทุนจากต่างประเทศ

๔. ควรร่วมผลักดันการจัดงานแสดงสินค้าศักยภาพการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมูลค่าเพิ่มสูงภาคเหนือ (Northern Thailand Food Valley & Fruit Expo) ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๒๖ ธันวาคม ๒๕๖๐ ในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีอย่างเป็นทางการนอกสถานที่ ณ จังหวัดสุโขทัย โดยเน้นการจัดงานในระดับนานาชาติ ซึ่งอาจผนวกรวมกับการจัดงานแสดงสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หัตถอุตสาหกรรม หรือสินค้าไลฟ์สไตล์ และอาจศึกษารูปแบบการจัดงานในต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ

๕. ควรร่วมผลักดันการพัฒนาและถ่ายทอดความรู้ดิจิทัลเพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และโลจิสติกส์สมัยใหม่ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเชิงพาณิชย์และการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๒ ในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีอย่างเป็นทางการนอกสถานที่ ณ จังหวัดลำปาง

๖. ควรใช้ประโยชน์จากอาคารของหน่วยงานภาครัฐที่มีความพร้อมในการพัฒนาเป็นสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่และเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมสินค้าสำหรับผู้ซื้อ (Buyer) จากต่างประเทศ จากนั้นจึงขยายผลไปภูมิภาคต่างๆ ต่อไป

(๖) ด้านเงินทุน

๑. ควรออกมาตรการเพื่อเสริมสภาพคล่องทางการเงิน พื้นฟูกิจการ หรือสนับสนุนการลงทุนให้กับผู้ประกอบการทุกระดับที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากข้อจำกัดและเงื่อนไขของสถาบันการเงิน หรือประสบปัญหาด้านต่างๆ เช่น การรีไฟแนนซ์ สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำหรือปลอดดอกเบี้ย สินเชื่อเพื่อปรับปรุงหรือขยายกิจการ การพักชำระหนี้ เป็นต้น

๒. ควรประชาสัมพันธ์มาตรการทางการเงินของสถาบันการเงินหรือหน่วยงานภาครัฐอย่างทั่วถึง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น

๓.๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (STEEP+I)

๓.๒.๑ ด้านสังคม (Social)

(๑) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ตั้งแต่ปี ๒๕๕๓ เนื่องจากมีประชากรที่มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไป มากกว่า ๑ ใน ๑๐ ของประชากรทั้งหมด และคาดว่าประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Complete Aged Society) ในปี ๒๕๖๔ เมื่อมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุถึง ๑ ใน ๕ ของประชากรทั้งหมด และก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super Aged Society) ในปี ๒๕๗๘ โดยประมาณการว่าจะมีประชากรผู้สูงอายุเพิ่มเป็นร้อยละ ๓๐ ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ใช่เพียงแค่การเพิ่มจำนวนและสัดส่วนของประชากรสูงอายุเท่านั้น แต่ยังกระทบโครงสร้างทางอายุของประชากรทั้งหมด ส่งผลให้ทั้งจำนวนและสัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลงตามลำดับ การขาดหลักประกันทางรายได้ของคนไทยส่วนใหญ่และการขาดการส่งเสริมด้านการออมอย่างจริงจัง ส่งผลให้ผู้สูงอายุจำนวนมากยังคงต้องพึ่งพารายได้จากบุตรเป็นหลัก แม้จะมีเบี้ยยังชีพที่จัดสรรให้ครอบคลุมผู้สูงอายุมากขึ้น แต่ยังไม่เพียงพอที่จะเป็นแหล่งรายได้หลักในการดำรงชีวิต ในอนาคตการพึ่งพารายได้จากบุตรจะยิ่งยากมากขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุนั่นต่อไปมีบุตรน้อยลงมาก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศไทยจะมีอายุยืนยาวขึ้น แต่กลับพบว่าผู้สูงอายุต้องเผชิญกับการเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังและตกอยู่ในภาวะทุพพลภาพเพิ่มขึ้น หากปล่อยให้เป็นเช่นนี้จะส่งผลกระทบต่อทั้งตัวผู้สูงอายุเอง ครอบครัว รวมถึงภาครัฐที่จะต้องจัดสรรงบประมาณจากภาษีของคนในวัยแรงงานจำนวนมากเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพหรือสวัสดิการต่างๆ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และเป็นวาระเร่งด่วนที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากได้ส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางทั้งในระดับมหภาค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) รายได้ต่อหัวประชากร (GDP per capita) การออม การลงทุน งบประมาณ ผลผลิตภาพแรงงานและการจ้างงาน และในระดับจุลภาค ได้แก่ ผลกระทบต่อตลาดผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการเงินและด้านสุขภาพ

(๒) ความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย ในช่วง ๒๕ ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ ๔.๓ ต่อปี ขณะเดียวกันก็มีเสียงสะท้อนปัญหาความเหลื่อมล้ำ จนมีการกล่าวถึงวาทกรรม “รวยกระจุก จนกระจาย” กันอย่างแพร่หลาย ความเหลื่อมล้ำได้ถูกยกขึ้นมาเป็นประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และถูกนำมาวิพากษ์วิจารณ์การแก้ไขปัญห เศรษฐกิจของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของไทยลดลง สะท้อนจากดัชนีชี้วัดความเหลื่อมล้ำทางรายได้หรือสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini Coefficient) ด้านรายได้มีแนวโน้มดีขึ้น โดยค่าปรับลดลงจากร้อยละ ๔๖ ในปี ๒๕๓๔ เหลือร้อยละ ๓๘ ในปี ๒๕๔๘ สอดคล้องกับสัดส่วนครัวเรือนยากจนที่ลดลงจากร้อยละ ๖๑ ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดในปี ๒๕๔๑ เหลือร้อยละ ๑๘ ในปี ๒๕๕๐ และเหลือร้อยละ ๒ ในปี ๒๕๕๕ แม้ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของไทยจะปรับลดลง แต่ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้ของไทยยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับหลายประเทศ อีกทั้งความแตกต่างของรายได้โดยเฉลี่ยระหว่างกลุ่มประชากรหัวแถวที่มีรายได้สูงที่สุดร้อยละ ๒๐ และกลุ่มประชากรท้ายแถวที่มีรายได้ต่ำที่สุดร้อยละ ๒๐ สูงถึง ๑๐.๓ เท่าในปี ๒๕๕๕ และกลุ่มรายได้สูงสุดมีรายได้รวมกันมากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมด ความเหลื่อมล้ำด้านความมั่งคั่งของไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒.๕ ต่อระยะเวลา ๕ ปีที่ผ่านมา (ปี ๒๕๕๖-๒๕๖๑) ความเหลื่อมล้ำในด้านโอกาสยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งพิจารณาจากการสำรวจในปี ๒๕๖๐

การเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของครัวเรือนมีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๒๔.๘ และ ๖๔.๔ ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังคงเห็นความเหลื่อมล้ำด้านโอกาสทางการศึกษาในเชิงพื้นที่ ซึ่งพิจารณาจากระดับคะแนน PISA ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่แยกตามภูมิภาค พบว่า คะแนนของนักเรียนจากพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลสูงกว่าพื้นที่อื่นๆ ซึ่งความเหลื่อมล้ำด้านโอกาสจะส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้มีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงขึ้นได้ในอนาคต

๓.๒.๒ ด้านเทคโนโลยี (Technology)

(๑) Digital Disruption และ Digital Transformation ในยุคปัจจุบันโลกกำลังเผชิญกับสถานะที่เรียกว่า Digital Disruption หรือการเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลันที่ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วกว่าความสามารถที่จะปรับตัวตามได้ทันจนถึงจุดที่สร้างนวัตกรรมใหม่ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ แพลตฟอร์ม หรือโมเดล และเกิดผลกระทบต่อมูลค่าของสินค้าและบริการเดิมที่มีในตลาด ทำให้ทุกภาคส่วนเกิดการหยุดชะงัก ทั้งภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม การเงินและการธนาคาร สื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนด้านการศึกษา จึงต้องปรับตัวให้องค์กรนั้นอยู่รอด ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง และสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ผ่านการบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบ Cloud, Big Data, Internet of Things (IoT), Robotics, Machine Learning, AI และอื่นๆ เพื่อนำมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งถือเป็นกระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาปรับใช้กับทุกส่วนของธุรกิจ หรือที่เรียกว่า Digital Transformation โดยทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงตั้งแต่รากฐานไปจนถึงกระบวนการทำงาน สินค้าและบริการ การตลาด วัฒนธรรมองค์กร การกำหนดเป้าหมายการเติบโตในอนาคต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรได้ดียิ่งขึ้น เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงของโลกในหลายมิติ ทั้งการเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาด การเปลี่ยนแปลงการซื้อขายและชำระเงิน และการเปลี่ยนแปลงการสื่อสาร อาจกล่าวได้ว่าทั้ง Digital Disruption และ Digital Transformation เป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้นมาปฏิวัติโลกในยุคปัจจุบันให้เปลี่ยนแปลงไปไม่น้อย บางส่วนถูกมองว่าเป็นโอกาสในการพัฒนาสู่สิ่งใหม่ๆ ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งมองว่าเป็นการทำให้โครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมแบบดั้งเดิมถูกทำลายลง ทั้งความสามารถในการแข่งขันขององค์กรที่แตกต่างไปจากเดิม ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ถ้าไม่เข้ามาโดยตลอด และพฤติกรรมของผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปจากอดีต ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิมที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันจะได้รับผลกระทบมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ อาจเกิดการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดหรือต้องล้มหายตายจากไปในที่สุด การปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลงเป็นแนวคิดที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาตั้งแต่ในอดีต ซึ่งในปัจจุบันเริ่มเห็นภาพชัดเจนมากขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าจะฟังดูเป็นเรื่องที่น่ากลัว แต่หากธุรกิจปรับตัวได้อย่างเหมาะสมและทันทั่วทั้งที่จะสามารถสร้างโอกาสใหม่ๆ จากปรากฏการณ์นี้ได้อย่างมหาศาล

๓.๒.๓ ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

(๑) Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน Thailand 4.0 ถือเป็นวาระแห่งชาติและโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจาก ๓ ก้นดัก ที่เป็นประเด็นท้าทายของประเทศไทยในปัจจุบันนำไปสู่การปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ พร้อมกับเปลี่ยนแปลงประเทศไทยไปสู่ประเทศในโลกที่หนึ่งภายในปี ๒๕๗๕ ที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในบริบทของการปฏิวัติอุตสาหกรรมยุคที่ ๔ อย่างเป็นรูปธรรมตามแนวทางที่ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้วางไว้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength from Within) ควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับ

ประชาคมโลกตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยขับเคลื่อนผ่านกลไกประชารัฐ ทั้งนี้ การที่ประเทศไทยจะหลุดพ้นจากทั้ง ๓ กับดักดังกล่าว จะต้องปรับเปลี่ยนกลไกการขับเคลื่อนการเติบโตชุดใหม่ (New Growth Engines) ได้แก่ กับดักที่ ๑ กับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) เกิดจากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ตกลงมาอยู่ที่ระดับร้อยละ ๓-๔ ตั้งแต่การเผชิญกับวิกฤตต้มยำกุ้งในปี ๒๕๔๐ โดยสามารถก้าวข้ามได้ด้วยการสร้างความมั่งคั่งผ่านกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ (Competitive Growth Engines) เพื่อก้าวสู่ประเทศที่มีรายได้สูง เปลี่ยนจาก “ทำมากได้น้อย” เป็น “ทำน้อยได้มาก” กับดักที่ ๒ กับดักความเหลื่อมล้ำของความมั่งคั่ง (Inequality Trap) เกิดจากช่องว่างของรายได้และโอกาสของคนจนและคนรวยมากยิ่งขึ้น โดยสามารถก้าวข้ามได้ด้วยการสร้างความมั่นคงผ่านกลไกการกระจายรายได้ โอกาสและความมั่งคั่งอย่างเท่าเทียม (Inclusive Growth Engine) เน้นการปรับเปลี่ยนจาก “ความมั่งคั่งที่กระจุก” เป็น “ความมั่งคั่งที่กระจาย” และกับดักที่ ๓ กับดักความไม่สมดุลในการพัฒนา (Imbalance Trap) เกิดจากการที่ประเทศไทยเน้นความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ แต่ละเลยการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม การสร้างสังคมที่อยู่ดีมีสุข และการยกระดับศักยภาพและภูมิปัญญามนุษย์ จนส่งผลกระทบต่อเชิงลบในมิติต่างๆ มากมาย โดยสามารถก้าวข้ามได้ด้วยการสร้างความยั่งยืนผ่านกลไกการพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Growth Engine) เปลี่ยนจาก “การพัฒนาที่ไม่สมดุล” สู่ “การพัฒนาที่สมดุล”

(๒) การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ในรอบ ๑๐ ปีที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยเพียงร้อยละ ๓ ต่อปี ซึ่งไม่เพียงพอในการนำพาประเทศไทยให้ก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลางและลดความเหลื่อมล้ำ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยอาศัยฐานความเข้มแข็งของประเทศอันประกอบด้วย ความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเจ้าของสินค้าและบริการมูลค่าสูงที่ยกระดับมูลค่าในห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ นำเทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลสมัยใหม่来帮助หลายข้อจำกัด ให้เกิดการก้าวกระโดดของการพัฒนาต่อยอด สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน กระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งแบบทั่วถึง รวมถึงการรักษาฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพให้สมดุล ด้วยการใช้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า โมเดลเศรษฐกิจ BCG ซึ่งถือเป็นวาระแห่งชาติถัดจาก Thailand 4.0 โดยมุ่งเน้นการพัฒนา ๓ เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ไปพร้อมๆ กัน ภายใต้การสานพลังของจุดภาคีทั้งภาคประชาชน เอกชน หน่วยงานภาครัฐ และเครือข่ายต่างประเทศ การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG อยู่บนพื้นฐานของ ๔ + ๑ ประกอบด้วย ๔ สาขายุทธศาสตร์ ได้แก่ เกษตรและอาหาร สุขภาพและการแพทย์ พลังงาน วัสดุ และเคมีชีวภาพ และการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ ๒๑ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หรือคิดเป็นมูลค่า ๓ ล้านล้านบาท มีการจ้างแรงงานรวมกัน ๑๖.๕๐ ล้านคน หรือประมาณครึ่งหนึ่งของการจ้างงานรวมของประเทศ และ ๑ ฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งเป็นทุนพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศและการเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชน โมเดลเศรษฐกิจ BCG มีเป้าหมายเชิงคุณภาพที่ตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพด้วยการส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์ โดยคำนึงถึงขีดจำกัดและศักยภาพในการฟื้นตัว การบริหารจัดการทรัพยากร เช่น ทรัพยากรน้ำ ป่าไม้ ที่ดิน ทะเลและชายฝั่ง ให้เกิดความยั่งยืน โดยการ

บูรณาการระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นระบบ การให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การบริโภคสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นหรือสินค้าที่ผลิตตามฤดูกาล การให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาวิกฤตสิ่งแวดล้อม ด้วยการเร่งรัดการควบคุมมลพิษทั้งทางอากาศ ขยะ น้ำเสีย และของเสียอันตรายที่เกิดจากการผลิตและบริโภคเพื่อสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับประชาชน และการเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเพิ่มศักยภาพในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้กับทุกภาคส่วนด้วยการปรับปรุงกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนหรือเชื้อเพลิงชีวภาพ การผลิตไฟฟ้าจากของเสีย และการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนด้วยการใช้กลไกการทำงานในลักษณะจุดภาคี และส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

๓.๒.๔ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

(๑) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ภายหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมในปี ๒๔๒๓ เป็นต้นมา สภาพภูมิอากาศของโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่โลกร้อนขึ้น อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกสูงขึ้นประมาณ ๐.๖ องศาเซลเซียส ในระยะเวลา ๑๐๐ ปีที่ผ่านมา แม้ว่าดูเหมือนเล็กน้อย แต่การเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยที่เกิดขึ้นนี้กลับส่งผลอย่างมากต่อสิ่งมีชีวิตบนโลก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีสาเหตุหลักมาจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณที่สูงในหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมทั่วโลก และไม่ใช่เพียงแค่อุณหภูมิสูงขึ้นหรืออากาศร้อนขึ้น หรือที่เรียกว่า Global Warming เท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงสภาพอากาศที่แปรปรวนมากขึ้นและภัยพิบัติที่เกิดขึ้นบ่อยและรุนแรงขึ้นด้วย ความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมี ๒ รูปแบบ ทั้งก่อให้เกิดการชะลอตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น ผลกระทบจากภัยแล้งทำให้กิจกรรมทางเกษตรกรรมลดลงส่งผลให้ผลผลิตและรายได้ลดลง และก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินโดยตรง เช่น ความเสียหายที่เกิดจากภัยพิบัติธรรมชาติ โดยตั้งแต่ปี ๒๕๔๘ เป็นต้นมา จำนวนเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจึงไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไปเนื่องจากมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้เกิดมาตรการ ภาษีคาร์บอน และข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวด เปิดโอกาสให้มีการกีดกันทางการค้าในรูปแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นมาตรการ ด้านราคาคาร์บอน (Carbon Pricing) ซึ่งประกอบไปด้วยระบบภาษีคาร์บอน (Carbon Tax) ที่จะมีการเก็บภาษีในอัตราที่สูงขึ้นสำหรับสินค้าที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงกว่ามาตรฐาน และระบบการซื้อขายใบอนุญาตปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Trading Scheme : ETS) ที่จะมีการซื้อขายปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่บริษัทหนึ่งๆ สามารถปล่อยได้ การออกกฎหมายห้ามนำเข้าสินค้าจากประเทศที่ไม่มีการรณรงค์ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือแม้แต่การนำรอยเท้าคาร์บอน (Carbon Footprint) มาใช้ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นแรงกดดันทางการค้าและความท้าทายให้แต่ละประเทศต้องเร่งปรับตัว

(๒) สถานการณ์ฝุ่นละอองที่มีขนาดเล็กกว่า ๒.๕ ไมครอน (PM ๒.๕) ฝุ่น PM ๒.๕ เป็นฝุ่นละอองที่มีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่เกิน ๒.๕ ไมครอน มีขนาดประมาณเล็กกว่าเส้นผ่านศูนย์กลางของเส้นผมมนุษย์ถึง ๒๐ เท่า จึงสามารถเข้าไปถึงถุงลมในปอดได้ โดยมีแหล่งกำเนิดจากการคมนาคมและขนส่ง การเผาป่า การเผาในที่โล่ง การเผาเชื้อเพลิงในโรงงานอุตสาหกรรมและโรงไฟฟ้า การก่อสร้าง ภาคครัวเรือน (การใช้ฟืนและถ่านหุงต้มอาหาร) หมอกควันข้ามแดนจากต่างประเทศ การประกอบกิจการบางประเภท เช่น โรงโม่บดย่อยหิน เหมืองหิน โรงงานปูนซีเมนต์ โรงงานปูนขาว โรงแต่งแร่ ตลอดจนสภาพภูมิประเทศหรือ

สภาพอportunite ที่ไม่เอื้อต่อการกระจายตัวของฝุ่นละออง ฝุ่น PM ๒.๕ มีผลต่อสุขภาพของมนุษย์ โดยเฉพาะกลุ่มเสี่ยง ได้แก่ เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัว และสตรีมีครรภ์ ทำให้ปอดและระบบทางเดินหายใจเกิดการบาดเจ็บหรืออักเสบ ไวต่อการติดเชื้อระบบทางเดินหายใจ เกิดอาการหอบหืดมากขึ้น สมรรถภาพการแลกเปลี่ยนออกซิเจนลดลง เพิ่มความเสี่ยงต่ออาการหัวใจวาย และมีผลต่อปริมาณเซลล์ในโลหิต นอกจากนี้ ยังสร้างความเสียหายให้กับเศรษฐกิจไทยอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากค่าเสียโอกาสด้านสุขภาพ เนื่องจากประชาชนต้องเสียค่ารักษาพยาบาล ค่าหน้ากากอนามัย และค่าเครื่องฟอกอากาศ โดยกว่าร้อยละ ๗๕ เป็นค่ารักษาพยาบาล ค่าเสียโอกาสด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วนยกเลิกหรือชะลอการเดินทางมายังประเทศไทยในช่วงเวลาที่มีมลพิษทางอากาศรุนแรง โดยเฉพาะช่วงเดือนธันวาคมถึงมีนาคมที่มีระดับมลพิษทางอากาศสูงในหลายพื้นที่ และเป็นช่วงเดียวกับฤดูกาลท่องเที่ยวชาวตะวันตกและเอเชีย รวมทั้งค่าเสียโอกาสของภาคธุรกิจอื่น เช่น ร้านอาหารข้างทาง สวนอาหาร ร้านค้าปลีก ตลาดนัด เป็นต้น ซึ่งได้รับผลกระทบจากการที่ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดำเนินชีวิตเพื่อหลีกเลี่ยงหรือป้องกันการเผชิญหน้ากับมลพิษ

๓.๒.๕ ด้านการเมือง (Politics)

(๑) ความไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศไทย ความเสี่ยงทางการเมืองถือเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจในมิติต่างๆ เป็นอย่างมาก เช่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจมหภาคในภาพรวมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การลงทุนภายในประเทศ ตลาดหลักทรัพย์ และ การท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงเวลาเพียง ๘ ปี (๒๕๔๙-๒๕๕๗) ประเทศไทยต้องเผชิญกับการขาดเสถียรภาพทางการเมืองอย่างรุนแรง มีการเปลี่ยนแปลงนายกรัฐมนตรีถึง ๖ คนและการปฏิวัติรัฐประหารถึง ๒ ครั้ง ส่งผลให้สูญเสียการผลิตในประเทศไปกว่า ๓.๓๕ ล้านล้านบาท ซึ่งเทียบเท่ากับงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๔ เลยทีเดียว โดยปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทยมีการแสดงออกที่มีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ การชุมนุมทางการเมือง (Protest) การใช้กฎหมายการศึก (Martial Law) การปฏิวัติ (Coups) การเลือกตั้ง (Election) และการปฏิรูปการเมือง (Reform) เมื่อมีความขัดแย้งทางการเมืองที่รุนแรงขึ้นและมีการปะทะกันจะส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector) นักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์มากที่สุด เนื่องจากความกังวลต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ส่วนการลงทุนภาคเอกชนจะมีความอ่อนไหวรองลงมา โดยเฉพาะเงินทุนจากต่างประเทศทั้งในรูปแบบการลงทุนทางตรง (FDI) และทางอ้อม (FPI) โดยเงินทุนจะไหลออก ตลาดหลักทรัพย์จะปรับลดลง ค่าเงินบาทจะมีทิศทางอ่อนค่าลง รวมถึงความเชื่อมั่นของนักลงทุนจะลดลง เนื่องจากความเสี่ยงของประเทศที่เป็นจุดหมายของการลงทุน (Host Countries) จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนของนักลงทุนต่างชาติอย่างมาก การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว เพิ่มอัตราการจ้างงาน ยกระดับค่าแรง เสริมสร้างประสิทธิภาพการผลิตและศักยภาพการแข่งขันของประเทศ ขณะที่การลงทุนในหลักทรัพย์จากต่างประเทศ (FPI) แม้ว่าจะเป็นการลงทุนทางอ้อม แต่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาตลาดทุนของประเทศ ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญที่ใช้ในการลงทุนภายในประเทศ ทั้งรัฐบาลและเอกชน และช่วยลดต้นทุนทางการเงินของภาคธุรกิจ นอกจากนี้ ความไม่แน่นอนทางการเมืองยังส่งผลกระทบต่อการดำเนินนโยบาย มาตรการ และแผนงานโครงการต่างๆ ของภาครัฐที่ขาดความต่อเนื่อง และไม่อาจบรรลุผลสัมฤทธิ์ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลหรือคณะรัฐมนตรีบ่อยครั้ง แนวทางการปฏิบัติงานของหน่วยงานราชการจึงมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหารใหม่ในแต่ละระดับ

ซึ่งมักจะไม่ได้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนระดับต่างๆ ที่กำหนดไว้เดิม กระบวนการพิจารณาต่างๆ ที่อาศัยกลไกของรัฐสภาจะเป็นไปอย่างล่าช้า รวมถึงความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ความเชื่อมั่นผู้บริโภค และการบริโภคภาคเอกชนที่มีแนวโน้มลดลง โดยสินค้าคงทนจะได้รับผลกระทบมากกว่าสินค้าไม่คงทน สำหรับสถานการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ คาดว่าจะมีผลกระทบที่ใกล้เคียงกับเหตุการณ์ในรอบก่อนๆ แต่ภาคการท่องเที่ยวและการลงทุนที่ได้รับผลกระทบหนักจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 อยู่แล้ว อาจไม่ได้รับผลกระทบเพิ่มเติมมากนัก อย่างไรก็ตาม หากสถานการณ์มีความยืดเยื้อและบานปลายย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงานของเศรษฐกิจโดยรวม และอาจทำให้การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและการลงทุนไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ จึงยังมีความเสี่ยงสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้า

(๒) โลกหลายขั้วอำนาจ (Multipolarity) สู่โลกสองขั้วอำนาจ (Bipolarity) ช่วงหลายปีที่ผ่านมาขั้วอำนาจของโลกได้เปลี่ยนไปจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นมหาอำนาจหนึ่งเดียวของโลกหรือโลกแบบขั้วเดียว (Unipolar) นับตั้งแต่ยุคหลังสงครามเย็น ซึ่งกำลังเข้าสู่ภาวะถดถอย ความสามารถและอิทธิพลในการจัดระเบียบโลก (World Order) การวางกฎเกณฑ์ กติกา และมาตรฐานต่างๆ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ กลายเป็นเกิดโลกหลายขั้วอำนาจ (Multipolar) จากมหาอำนาจระดับภูมิภาคต่างๆ ซึ่งจะทำให้การรวมกลุ่มทางการค้าและการลงทุนระดับภูมิภาคใหม่ๆ มีมากขึ้น โดยมีกลุ่มที่สำคัญ ๕ กลุ่ม ได้แก่ อเมริกาเหนือ (USMCA) สหภาพยุโรป (EU) เอเชียแปซิฟิก (ASEAN+6 หรือ RSEP) กลุ่มที่นำโดยจีน (BRI) และกลุ่มอื่นๆ (แอฟริกา ตะวันออกกลาง และกลุ่มที่นำโดยรัสเซีย) หากแต่การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นตัวเร่งให้เริ่มมีการเปลี่ยนจากโลกหลายขั้วอำนาจ (Multipolar) เป็นโลกสองขั้วอำนาจ (Bipolarity) ซึ่งเป็นสิ่งที่เคยเกิดขึ้นในยุคสงครามเย็นมาก่อนแล้ว โลกสองขั้วอำนาจในยุคนี้นำโดยสหรัฐอเมริกาในฐานะรัฐมหาอำนาจเก่า (Ruling Power) และจีนในฐานะรัฐมหาอำนาจใหม่ (Rising Power) นับว่าการขึ้นสู่อำนาจของจีนในการเมืองโลก (The Rise of China) ถือเป็นปรากฏการณ์สำคัญในช่วงต้นศตวรรษที่ ๒๑ เนื่องจากจีนมีขีดความสามารถทางทหารขนาดใหญ่ มีอิทธิพลทางการเมืองในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเหนือรัฐอื่น และได้รับการยอมรับจากรัฐอื่นในระบบระหว่างประเทศที่มีบทบาทพิเศษ แม้ว่าจะมีสองขั้วอำนาจ ถึงกระนั้นโลกจะไม่ใช่อันตรายที่แยกขาดออกจากกัน แต่ทั้งสองขั้วยังมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยมีทั้งความร่วมมือและการแข่งขัน รวมถึงอาจมีการเชื่อมโยงหรือทับซ้อนของเขตอิทธิพลของสองขั้วอำนาจ วิกฤต COVID-19 จะทำให้สถานะของจีนเข้าใกล้สหรัฐอเมริกามากขึ้น ด้วยเหตุที่จีนสามารถจัดการการระบาดได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ขณะที่สหรัฐรับมือได้ล่าช้าและไร้ทิศทาง ทำให้สหรัฐอเมริกาได้รับความเสียหายรุนแรงกว่า จึงทำให้จีนมีภาพลักษณ์เป็นผู้นำด้านต่างๆ มากขึ้น ขณะที่โลกอาจสูญเสียความเชื่อมั่นต่อสถานะความเป็นผู้นำของสหรัฐอเมริกามากขึ้น สหรัฐอเมริกาจึงต้องพยายามกดดันจีนโดยเร่งกระบวนการแยกออกกระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน ด้วยกลยุทธ์ที่ใช้การบั่นทอนและทำลายสมรรถนะของอีกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น การทำสงครามการค้า สงครามอัตราแลกเปลี่ยน สงครามเทคโนโลยี สงครามสื่อ สงครามข้อมูลข่าวสาร สงครามความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สงครามแนวกั้น สงครามปิดล้อม และสงครามป้องกันภัยคุกคาม แต่จะยังไม่นำไปสู่การทำสงครามทางทหารเนื่องจากจะสร้างความเสียหายที่รุนแรงมากต่อทั้งสองฝ่าย โดยในอนาคตทั้งสองมหาอำนาจจะสร้างแกนให้ประเทศอื่นมาเข้าร่วม โดยการแผ่ขยายเขตอิทธิพลและกีดกันอิทธิพลของขั้วอำนาจตรงข้าม ทำให้ความเชื่อมโยงระหว่าง สองขั้วจะลดลงโดยเปรียบเทียบ ส่วนประเทศที่อยู่กลางๆ จะถูกบีบให้เลือกข้างมากขึ้น

๓.๒.๖ ด้านอุตสาหกรรม (Industry)

(๑) ห่วงโซ่มูลค่าโลกโฉมใหม่ (Global Value Chain) ภายหลังจากแพร่ระบาดของ COVID-19 นับตั้งแต่การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี ๒๕๖๓ เศรษฐกิจไทยไม่เพียงแต่ได้รับผลกระทบจากภาคการท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่เศรษฐกิจโดยรวมยังถูกกระทบผ่านการเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าโลก ส่งผลให้เกิดปัญหาภาวะชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption) ดังจะเห็นได้จากการหดตัวของการส่งออกและนำเข้า วิฤตครั้งนี้จึงเป็นแรงผลักดันที่กำหนดทิศทางการห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain) ในอนาคต โดยผู้ประกอบการพยายามลดความซับซ้อนและลดการพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานระยะไกลหันมาพึ่งพาในระยะใกล้ในภูมิภาคแทน (Regionalization) แยกออกเป็นห่วงโซ่มูลค่าในระดับภูมิภาค (Regional Value Chain) หรือบางส่วนอาจเข้าสู่การปกป้องอุตสาหกรรมของประเทศในลักษณะพึ่งพาตัวเองมากขึ้น (Localization) ความพยายามในการกระจายฐานการผลิตไปในหลายประเทศโดยไม่พึ่งพาแต่ประเทศใดประเทศหนึ่งเท่านั้น เพื่อบรรเทาความเสียหายจากวิกฤตและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงแนวโน้มของนโยบายการค้าที่เข้มงวดขึ้น ประเทศต่างๆ จึงมองหาช่องทางการกระจายสินค้าที่ใกล้แหล่งผลิตมากขึ้นและอยู่ภายในภูมิภาค เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภคภายในประเทศได้ดีขึ้น ปัจจัยทั้งหมดนี้ส่งเสริมให้เกิดการทวนกระแสโลกาภิวัตน์ (Deglobalization) ขึ้นในปัจจุบัน การเติบโตทางเศรษฐกิจและการเชื่อมโยงที่เพิ่มขึ้นภายในภูมิภาคจะเป็นโอกาสของไทยทั้งในแง่ของการผลิต การค้า และการลงทุน เนื่องจากไทยมีตำแหน่งที่ตั้งใกล้เคียงกับตลาดสำคัญ เช่น จีน เวียดนาม เกาหลีใต้ ขณะเดียวกัน มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและการให้บริการในหลากหลายกลุ่ม นอกจากนี้ ในอีก ๕ ปีข้างหน้า ภาคอุตสาหกรรมไทยจะมีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลกมากขึ้น ซึ่งเป็นการขยายโอกาสในตลาดโลก ขณะที่ตำแหน่งการผลิตยังคงอยู่ที่อุตสาหกรรมปลายน้ำ ซึ่งได้เปรียบจากการผลิตสินค้าที่มีความชำนาญอยู่ตั้งแต่ต้น โดยอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มได้รับประโยชน์ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเสียประโยชน์ เช่น อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมเหมืองแร่ ตลอดจนการเติบโตของเศรษฐกิจโลกในระยะหลังเน้นไปที่การเติบโตทางด้านคุณค่า การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี องค์กรความรู้ และนวัตกรรมที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ภาคบริการนับว่าเป็นตัวขับเคลื่อนใหม่ทางเศรษฐกิจซึ่งช่วยส่งเสริมการเติบโตด้านคุณค่าได้เป็นอย่างดี ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและโลกของภาคอุตสาหกรรมมีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างไร้พรมแดน ทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างภาคบริการและภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น (Servicification) ธุรกิจจึงต้องปรับตัวทั้งผ่านการปรับรูปแบบหรือการพลิกโฉมธุรกิจ (Transformation) เพื่อผสานการใช้ประโยชน์จากภาคบริการในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและธุรกิจ ทั้งยังช่วยสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจห่วงโซ่มูลค่าโลกอีกด้วย

(๒) ๑๐ อุตสาหกรรมเป้าหมาย การมุ่งให้ประเทศไทยสามารถหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) ไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วภายในปี ๒๕๗๕ ซึ่งประชากรจะต้องมีรายได้มากกว่า ๑๒,๗๔๖ เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี นั้นหมายถึง ประเทศไทยจะต้องมีการลงทุนขยายตัวร้อยละ ๑๐ ต่อปี และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ขยายตัวร้อยละ ๖ ต่อปีอย่างต่อเนื่อง หากต้องการจะบรรลุเป้าหมายข้างต้น จำเป็นต้องมีการกำหนดกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ชัดเจน และมีมาตรการสนับสนุนเพื่อชักจูงการลงทุนบริษัทชั้นนำจากทั่วโลกให้มาลงทุนในประเทศไทย เพื่อช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยพัฒนาจากโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาการผลิต (Manufacturing and Asset Based Industry) ไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจการผลิตสมัยใหม่ที่ใช้ความรู้ในการผลิตขั้นสูงเพื่อสร้าง

มูลค่าเพิ่มและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ (Knowledge Based Industry) จึงได้กำหนดให้มีการพัฒนา ๑๐ อุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) โดยแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม คือ ๕ อุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-Curve) เป็นอุตสาหกรรมซึ่งมีฐานที่แข็งแกร่งอยู่แล้วในระดับหนึ่ง แต่จำเป็นต้องต่อยอดให้มีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และรังสรรค์นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ประกอบด้วย อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-Generation Automotive) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent Medical and Wellness Tourism) อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture & Biotechnology) และอุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต (Food for the Future) ขณะที่ ๕ อุตสาหกรรมใหม่ (New S-Curve) เป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งพัฒนาขีดความสามารถให้มีศักยภาพรองรับการแข่งขันในอนาคต และยกระดับเศรษฐกิจไทยแบบก้าวกระโดด ประกอบด้วย หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม (Robotics) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation & Logistics) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels & Biochemicals) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) อย่างไรก็ตาม แต่ละอุตสาหกรรมจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการปรับโครงสร้างและรูปแบบธุรกิจ โดยอุตสาหกรรมขนาดใหญ่สามารถปรับตัวได้รวดเร็ว เนื่องจากมีองค์ความรู้และมีการลงทุนงบประมาณด้านเทคโนโลยี ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังขาดทักษะทางเทคโนโลยีและความพร้อมในการลงทุน ภาครัฐจึงจำเป็นต้องกำหนดมาตรการสนับสนุนด้านต่างๆ ทั้งมาตรการในภาพรวมและมาตรการสนับสนุนในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อผลักดันให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนเงินทุน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค เป็นต้น

๔. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมของภาคเหนือตอนบน

๔.๑ ประเด็นมุ่งเน้นและกลุ่มเป้าหมาย

๔.๑.๑ ประเด็นมุ่งเน้น

(๑) อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป

พัฒนาอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูปภายใต้กลไกความร่วมมือในรูปแบบสามประสาน (Triple Helix Model) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจนวัตกรรมอาหารภาคเหนือ (Northern Thailand Food Valley) อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

๑. สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพของพื้นที่ เช่น พืชผักผลไม้เมืองหนาว สมุนไพร กาแฟ ชา ลำไย ฯลฯ ด้วยการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม (วทน.) และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในเชิงพาณิชย์เพื่อต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง สามารถตอบสนองต่อตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ อาหารฟังก์ชัน อาหารผู้สูงอายุ อาหารทางการแพทย์ ฯลฯ

๒. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ความปลอดภัย และได้รับการรับรองมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและสากลเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค พร้อมทั้งสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการเข้าถึงเทคโนโลยี การแปรรูปและนวัตกรรมการผลิตสมัยใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๓. ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูปในรูปแบบคลัสเตอร์ตามพืชเศรษฐกิจหรือสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพของพื้นที่ เช่น คลัสเตอร์กาแฟ (เชียงราย) คลัสเตอร์ผึ้ง (เชียงใหม่) ฯลฯ โดยเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่วัตถุดิบ การผลิต และการตลาด เพื่อสร้างความร่วมมือในด้านต่างๆ มุ่งสู่เครือข่ายที่มีศักยภาพและความเข้มแข็ง

๔. ขยายช่องทางการตลาดในประเทศและต่างประเทศทั้งออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมสร้างแบรนด์ (Branding) และการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เพื่อสร้างคุณค่า ความแตกต่าง และการรับรู้ ตลอดจนเชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพโดดเด่นและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของพื้นที่ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้

(๒) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยใช้ประโยชน์จากการที่เป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยทุนทางวัฒนธรรม มีบุคลากรที่มีความสามารถในการต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการรับรองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Creative City of Crafts and Folk Art) จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ที่สามารถเป็นต้นแบบการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ได้ต่อไป ดังนี้

๑. สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์บนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางวัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ เช่น งานฝีมือ หัตถกรรม สินค้าไลฟ์สไตล์ ของที่ระลึก ฯลฯ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ สามารถตอบสนองต่อตลาดเฉพาะกลุ่มที่เน้นคุณภาพทั้งการออกแบบ (Design) ที่มีความแตกต่างและโดดเด่น รวมทั้งการใช้งาน (Function) ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน

๒. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในกระบวนการผลิตเพื่อลดปัญหาหรือข้อจำกัดเดิม นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติหรือมีสมรรถนะในการใช้งานที่ดีขึ้น รวมถึงใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนสู่การใช้วัตถุดิบทดแทน วัตถุดิบทางเลือก หรือวัตถุดิบรอบสองมากขึ้นตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

๓. ขยายช่องทางการตลาดในประเทศและต่างประเทศทั้งออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมสร้างแบรนด์ (Branding) และการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เพื่อสร้างคุณค่า ความแตกต่าง และการรับรู้ ตลอดจนเชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพโดดเด่นและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของพื้นที่ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่พัฒนาต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้

(๓) อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ

พัฒนาอุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพโดยมุ่งเน้นปัจจัยที่สนับสนุนการให้บริการของสถานพยาบาลและสถานบริการสุขภาพ เพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะทาง สอดคล้องกับนโยบายในการยกระดับจังหวัดเชียงใหม่สู่ศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical & Wellness Hub) ระดับภูมิภาคที่สามารถเชื่อมโยงและขยายผลไปสู่จังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาคได้ต่อไป ดังนี้

๑. สร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการเข้าถึงงานวิจัยเพื่อต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ ในการพัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการรองรับการให้บริการของสถานพยาบาล อันเป็นการส่งเสริมการผลิตภายในประเทศ ลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งยังสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศเพื่อสร้างรายได้ให้กับพื้นที่ได้ต่อไป

๒. สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม เช่น ผลิตภัณฑ์สปา ของใช้ส่วนตัว (Personal Care) ฯลฯ ด้วยการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม (วทน.) รวมถึงของใช้ในชีวิตประจำวันภายใต้แนวคิดอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เช่น ไม้เท้า อุปกรณ์นวด ทางลาด อุปกรณ์ออกกำลังกาย ฯลฯ ที่ตอบสนองความต้องการของสถานบริการสุขภาพหรือตลาดเฉพาะกลุ่ม

๓. ขยายช่องทางการตลาดในประเทศและต่างประเทศทั้งออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมสร้างแบรนด์ (Branding) และการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เพื่อสร้างคุณค่า ความแตกต่าง และการรับรู้ ตลอดจนเชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพโดดเด่นและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของพื้นที่ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้

๔.๑.๒ กลุ่มเป้าหมาย

(๑) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และบุคลากรภาคอุตสาหกรรม ในพื้นที่ ๘ จังหวัดภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)

(๒) วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการชุมชน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่ ๘ จังหวัดภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)

๔.๒ แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ

๔.๒.๑ อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป

(๑) เป้าหมาย/ตัวชี้วัด

๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนา มีต้นทุนลดลง หรือรายได้เพิ่มขึ้น หรือมูลค่าทางธุรกิจเพิ่มขึ้น หรือมีผลผลิตภาพเพิ่มขึ้น เฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐

(๒) โครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการ

๑. โครงการถอดอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นภาคเหนือสู่ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูง (Northern Food Decoding)

๒. โครงการยกระดับศูนย์กลางการพัฒนาอัตลักษณ์กาแฟอาราบิก้าภาคเหนือ (Northern Boutique Arabica Coffee Center)

๓. โครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมชาแบบครบวงจร

๔. โครงการพัฒนาการรวมกลุ่ม SMEs และเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (เน้นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป)

๕. โครงการเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านอาหารและเกษตรแปรรูป

๖. โครงการศูนย์ปฏิบัติการอุตสาหกรรมสู่อุตสาหกรรม ๔.๐ (ITC)

๔.๒.๒ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

(๑) เป้าหมาย/ตัวชี้วัด

๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนา มีต้นทุนลดลง หรือรายได้เพิ่มขึ้น หรือมูลค่าทางธุรกิจเพิ่มขึ้น หรือมีผลผลิตภาพเพิ่มขึ้น เฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐

(๒) โครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการ

๑. โครงการปั้นอัตลักษณ์ ประยุกต์เรื่องราว เปลี่ยนโฉมของฝากของที่ระลึกภาคเหนือ (Northern Souvenirs Makeover)

๒. โครงการพัฒนาพื้นที่วิถีสไผ่ (Bamboo City)

๓. โครงการยกระดับหัตถกรรมเครื่องเงินสู่อุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ (Contemporary Lifestyle Lacquerware)

๔. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรมและการออกแบบ (Innovation and Design Entrepreneurship Acceleration House : IDEA House)

๕. โครงการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวคุณภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

๖. โครงการการสร้างมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

๗. โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village : CIV)

๔.๒.๓ อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ

(๑) เป้าหมาย/ตัวชี้วัด

๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนามีต้นทุนลดลง หรือมีรายได้เพิ่มขึ้น หรือมูลค่าทางธุรกิจเพิ่มขึ้น หรือมีผลผลิตภาพเพิ่มขึ้น เฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐

(๒) โครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการ

๑. โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์สุขภาพรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคเหนือ (Northern Wellness Paradise)

๒. โครงการคนล้านนาสุขภาพดี (Lanna Smart Health & Wellness)

๓. โครงการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

๔. โครงการยกระดับอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

๕. รายละเอียดโครงการสำคัญ

โครงการที่ ๑

ชื่อโครงการ	ถอดอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นภาคเหนือสู่ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูง (Northern Food Decoding)
ความเชื่อมโยงกับ แผน ๓ ระดับ	<u>แผนระดับที่ ๑</u> ☒ ยุทธศาสตร์ชาติ : ด้านที่ ๒ การสร้างความสามารถในการแข่งขัน เป้าหมาย : ๑ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน ตัวชี้วัด : ๑ รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้ ประเด็นหลัก : ๑ การเกษตรสร้างมูลค่า ประเด็นหลักย่อย : ๑.๔ เกษตรแปรรูป <u>แผนระดับที่ ๒</u> ☒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นแผนแม่บทด้าน : ๓ การเกษตร เป้าหมาย : ๑ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น ตัวชี้วัด : ๑ อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรเฉลี่ยร้อยละ ๓.๘ ประเด็นแผนย่อยของแผนแม่บท : ๓.๔ เกษตรแปรรูป แนวทาง : ๒ ส่งเสริมการแปรรูปโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร รวมทั้งผลักดันเทคโนโลยีและนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ และผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดไปสู่เชิงพาณิชย์ เป้าหมาย : ๑ สินค้าเกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ตัวชี้วัด : ๑ อัตราการขยายตัวของมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์เฉลี่ยร้อยละ ๓ ☒ แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) เป้าหมาย : ๑. ยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านที่ : ๑ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ๑. ผลผลิตภาพ (Productivity) ๑.๑ เพิ่มผลผลิตและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหลัก (อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร) และอุตสาหกรรมใหม่ (อุตสาหกรรมชีวภาพ อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมดิจิทัล อุตสาหกรรมสุขภาพ)

	☑ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ วัตถุประสงค์ที่ : ๑.๓ เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่ โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น เป้าหมายรวมที่ : ๒.๓ ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ ยุทธศาสตร์ที่ : ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ : ๒.๒ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา ๑ เศรษฐกิจรายสาขาเติบโตอย่างเข้มแข็งและเป็นฐานในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ตัวชี้วัด : อัตราการขยายตัวของภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ (นอกเหนือจากบริการภาครัฐ) ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ ๓, ๔.๕ และ ๖ ต่อปี ตามลำดับ แนวทางการพัฒนาหลัก : ๒ การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ แนวทางการพัฒนาย่อย : ๒.๓ การพัฒนาภาคการเกษตร ๒) สร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรแบบมีส่วนร่วม ๒.๒) วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความหลากหลายของสินค้าที่เกษตรกรและผู้ประกอบการเข้าถึงได้ แผนระดับที่ ๓ ☑ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ๔.๐ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) - ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา ☑ แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๗๔ - การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ☑ แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) - ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเดิม ☑ แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๗๐) - เพิ่มมูลค่าและผลิภาพการผลิต (Productivity) ให้กับสินค้าอาหารโดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และการออกแบบ ☑ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๙) - การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
--	--

	☑ แผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๕ - ยกระดับเป็นฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย เชื่อมโยงสู่อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง ☑ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ - พัฒนาเศรษฐกิจมูลค่าสูงด้วยการส่งออกสินค้าและบริการนอกพื้นที่ ☑ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ - สร้างความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภาคเกษตรและอุตสาหกรรม การเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรปลอดภัยที่มีศักยภาพ ☑ แผนปฏิบัติราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) กระทรวงอุตสาหกรรม ด้านที่ : ๑ การเสริมสร้างศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมให้เติบโตและเข้มแข็ง แนวทางการพัฒนา : ๑ ส่งเสริมงานวิจัย การต่อยอดงานวิจัยและพัฒนา การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ตัวชี้วัด : ๔ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชน ได้รับการพัฒนา ให้มีศักยภาพ สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐ ล้านบาท ☑ แผนปฏิบัติราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ด้านที่ : ๑ เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในทุกระดับ แนวทางการพัฒนา : เสริมสร้างผลิตภาพและมูลค่าเพิ่ม SMEs ตัวชี้วัด : ร้อยละ ๗๐ ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้รับการพัฒนามีรายได้หรือมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ด้านที่ : ๒ สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก แนวทางการพัฒนา : สร้างและยกระดับผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานราก ตัวชี้วัด : ร้อยละ ๗๐ ของจำนวนผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับการพัฒนามีรายได้หรือมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น
หลักการและเหตุผล	การท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของไทย สะท้อนได้จากรายได้จากการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พบว่า ๑ ใน ๓ ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถูกใช้ไปในเรื่องของอาหาร และเนื่องจากอาหารเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศนั้นๆ จึงเป็นที่มาของการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเดินทางเพื่อสร้างประสบการณ์ด้านอาหารในแต่ละพื้นที่ที่ไม่ใช่เพียงแค่การรับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ แต่ยังครอบคลุมไปถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น การเยี่ยมชมสถานที่ผลิต แหล่งเพาะปลูก แหล่งวัตถุดิบ ตลาด เทศกาล การเข้าคอร์สสอนทำอาหาร การเลือกซื้อของฝากกลับบ้าน เป็นต้น เพื่อเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตในแต่ละท้องถิ่น ทั้งนี้ จากข้อมูลของ

	กรรมการท่องเที่ยว พบว่า ในปี ๒๕๕๘ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) คิดเป็นร้อยละ ๒๐ ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ๑.๗๔ แสนล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ๒.๘๒ ล้านบาท และมีแนวโน้มการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) อย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ ๕.๗๔ ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น Amazing Thai Taste หรือการสร้างแบรนด์ของอาหารและผลไม้ไทยให้เป็นสินค้าเกรดพรีเมียม ภาคเหนือตอนบนเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism Destination) และเป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่สำคัญของประเทศ ซึ่งแต่ละพื้นที่มีอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ที่สะท้อนภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมการกิน และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างกันไป โดยอาหารเหล่านี้มักหารับประทานในรูปแบบต้นตำรับได้ยากในพื้นที่อื่น เช่น จังหวัดเชียงใหม่ (ข้าวซอย) จังหวัดเชียงราย (ข้าวแรมพิน) จังหวัดลำพูน (ก๋วยเตี๋ยวหมุดุนลำไย) จังหวัดแพร่ (ขนมจีนน้ำย้อย) จังหวัดลำปาง (น้ำพริกอีเก้) ฯลฯ แม้ว่าอาหารหลายชนิดจะมีชื่อเสียงในระดับประเทศและได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ หากแต่เป็นอาหารปรุงสดใหม่ที่จะต้องรับประทานในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นหลัก นักท่องเที่ยวจึงไม่นิยมซื้อเป็นของฝาก เนื่องจากข้อจำกัดในด้านการเก็บรักษาอายุอาหาร และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการพกพา อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันผู้ประกอบการในพื้นที่เริ่มมีการต่อยอดอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) สู่ผลิตภัณฑ์อาหารในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น แต่ยังไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ลดข้อจำกัดอาหารนั้นๆ และยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เท่าที่ควร เนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงงานวิจัย นวัตกรรมอาหาร หรือเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดย ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ เล็งเห็นถึงโอกาสในการสร้างรายได้ของผู้ประกอบการจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) และข้อได้เปรียบเชิงพื้นที่ของภาคเหนือตอนบนซึ่งเป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรและมีวัฒนธรรมการกินที่โดดเด่น จึงได้จัดทำโครงการ “ถอดอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นภาคเหนือสู่ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูง” (Northern Food Decoding) ที่มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจในอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบของสูตรอาหารแต่ละชนิดและกำหนดมาตรฐานสูตรอาหารเพื่อพัฒนาต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูง โดยมีการปรับเปลี่ยนสูตรแบบของฝากที่สามารถซื้อกลับบ้านได้ มีบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการพกพาและสามารถยืดอายุของอาหารได้ ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พร้อมการเล่าเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจ เช่น ประวัติความเป็นมา ร้านอาหารชื่อดัง กรรมวิธี คุณประโยชน์ ส่วนผสมสำคัญ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ เป็นต้น ตลอดจนเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงกับการท่องเที่ยวด้วยการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food
--	---

	Map) หรือแพ็คเกจทัวร์ (Food Tour) ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่เพื่อสัมผัสประสบการณ์จากอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) และเลือกซื้อของฝากจากอาหารนั้นๆ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กลับมาเยือนซ้ำ นอกจากนี้ ยังช่วยกระจายรายได้ทางอ้อมสู่ภาคเกษตรจากการใช้วัตถุดิบภายในพื้นที่อีกด้วย อันเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ได้อย่างยั่งยืน
วัตถุประสงค์ของโครงการ	๔.๑ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ๔.๒ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย
กลุ่มเป้าหมาย	<u>กลุ่มเป้าหมาย</u> วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) <u>สาขาอุตสาหกรรม</u> อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป (เน้นอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food)) <u>พื้นที่เป้าหมาย</u> ๘ จังหวัดภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)
ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ	๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนามีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐ ๒. สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๘๐,๐๐๐ บาท
ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ	<u>ผลผลิต</u> ๑. จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงจากอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ไม่น้อยกว่า ๓๐ กิจการ ๒. จำนวนผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงจากอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ที่ได้รับการพัฒนา ไม่น้อยกว่า ๓๐ ผลิตภัณฑ์ ๓. ร้อยละ ๘๐ ของผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๕ <u>ผลลัพธ์</u> ๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนามีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐ <u>ผลกระทบ</u> ๑. สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๘๐,๐๐๐ บาท ประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ SMEs $35,000 \text{ บาท} \times 12 \text{ เดือน} \times 24 \text{ กิจการ} = 10,080,000 \text{ บาท}$ (ร้อยละ ๘๐ ของ ๓๐ กิจการ = ๒๔ กิจการ) <u>ความคุ้มค่า</u> อัตราส่วนผลกระทบต่อบริการ (B/C Ratio) = ๓.๔ เท่า

แนวทาง การดำเนินงาน/ กิจกรรมที่สำคัญ ของโครงการ	<u>ระยะที่ ๑ (ปีที่ ๑)</u> ๑. สำรวจและวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ ๒. สำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ๓. สำรวจและวิเคราะห์อาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ที่แสดงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละพื้นที่ ได้รับความนิยม และหารับประทานในรูปแบบต้นตำรับได้ยากในพื้นที่อื่น เช่น จังหวัดเชียงใหม่ (ข้าวซอย) จังหวัดเชียงราย (ข้าวแรมพิน) จังหวัดลำพูน (ก๋วยเตี๋ยวหมูต้นลำไย) จังหวัดแพร่ (ขนมจีนน้ำย้อย) จังหวัดลำปาง (น้ำพริกอีเก้) ฯลฯ ๔. วิเคราะห์องค์ประกอบของสูตรอาหารแต่ละชนิด และกำหนดมาตรฐานสูตรอาหารเพื่อพัฒนาต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูง ๕. วางกรอบแนวคิดในการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) เช่น ประวัติความเป็นมา ร้านอาหารชื่อดัง กรรมวิธี วิธีการนำเสนออาหาร คุณประโยชน์ ส่วนผสมสำคัญ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ เป็นต้น ซึ่งมีส่วนช่วยให้อาหารนั้นๆ มีความโดดเด่นและเป็นที่จดจำ <u>ระยะที่ ๒ (ปีที่ ๒)</u> ๖. ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงที่ต่อยอดจากอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ที่มีการปรับเปลี่ยนสู่รูปแบบของฝากที่สามารถซื้อกลับบ้านได้ พร้อมการเล่าเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจ มีบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการพกพา และสามารถยืดอายุของอาหารได้ โดยแบ่งเป็น ๒ ประเภทตามศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ๖.๑ ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงที่ยังคงลักษณะของอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ดั้งเดิม เช่น ข้าวซอยกึ่งสำเร็จรูปในรูปแบบซองหรือถ้วยที่เติมน้ำร้อนได้ทันที ข้าวซอยกระป๋องที่รับประทานได้ทันที เป็นต้น ๖.๒ ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงที่มีลักษณะแตกต่างไปจากอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) ดั้งเดิม แต่ยังคงอัตลักษณ์ด้านรสชาติหรือส่วนผสมสำคัญไว้ เช่น ข้าวซอยตัด แครกเกอร์ข้าวซอย ซีเรียลบาร์ข้าวซอย เป็นต้น ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงอาจอยู่ในรูปแบบที่มีความเฉพาะกลุ่มมากขึ้นตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย เช่น อาหารฟังก์ชัน (Functional Food) อาหารผู้สูงอายุ (Elderly Food) อาหารใหม่ (Novel Food) อาหารที่ทำมาจากพืช (Plant-based Food) เป็นต้น ๗. ทดสอบตลาดด้วยวิธีการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อนการต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ในอนาคต
---	--

	๘. เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ด้วยการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Map) หรือแพ็คเกจทัวร์ (Food Tour) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่เพื่อสัมผัสประสบการณ์จากอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food) และเลือกซื้อของฝากที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงซึ่งต่อยอดมาจากอาหารพื้นถิ่น (Hyper-local Food)
ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ	๒ ปี
งบประมาณ	๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน)

โครงการที่ ๒

ชื่อโครงการ	ปั้นอัตลักษณ์ ประชัรื่องราว เปลี่ยนโฉมของฝากของที่ระลึกภาคเหนือ (Northern Souvenirs Makeover)
ความเชื่อมโยงกับแผน ๓ ระดับ	แผนระดับที่ ๑ ☒ ยุทธศาสตร์ชาติ : ด้านที่ ๒ การสร้างความสามารถในการแข่งขัน เป้าหมาย : ๑ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน ตัวชี้วัด : ๑ รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้ ประเด็นหลัก : ๓ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ประเด็นหลักย่อย : ๓.๑ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม แผนระดับที่ ๒ ☒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นแผนแม่บทด้าน : ๕ การท่องเที่ยว เป้าหมาย : ๑ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น ตัวชี้วัด : ๑ สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๒ ประเด็นแผนย่อยของแผนแม่บท : ๕.๑ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม แนวทาง : ๑ สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ได้แก่ แหล่งอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลก โบราณสถาน เมืองเก่า ย่านการค้า วิถีชีวิตลุ่มน้ำ สินค้าชุมชน อาหารไทย และแพทย์แผนไทย เพื่อนำมาสร้างสรรค์คุณค่าและมูลค่าผ่านองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยี และการออกแบบ เพื่อสร้างสรรค์เป็นสินค้า เป้าหมาย : ๑ รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น ตัวชี้วัด : ๑ อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเฉลี่ย ร้อยละ ๑๐ ☒ แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) เป้าหมาย : ๑. ยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านที่ : ๑ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ๑. ผลผลิตภาพ (Productivity) ๑.๑ เพิ่มผลผลิตและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหลัก (อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร) และอุตสาหกรรมใหม่ (อุตสาหกรรมชีวภาพ อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมดิจิทัล อุตสาหกรรมสุขภาพ)

	☑ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ วัตถุประสงค์ที่ : ๑.๓ เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่ โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น เป้าหมายรวมที่ : ๒.๓ ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ ยุทธศาสตร์ที่ : ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ : ๒.๒ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา ๑ เศรษฐกิจรายสาขาเติบโตอย่างเข้มแข็งและเป็นฐานในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ตัวชี้วัด : อัตราการขยายตัวของภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ (นอกเหนือจากบริการภาครัฐ) ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ ๓, ๔.๕ และ ๖ ต่อปี ตามลำดับ แนวทางการพัฒนาหลัก : ๒ การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ แนวทางการพัฒนาย่อย : ๒.๓ การพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว ๒) พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ๒.๑) ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยดำเนินการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน อาทิ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม แผนระดับที่ ๓ ☑ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ๔.๐ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) - ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา ☑ แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๗๔ - การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ☑ แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) - ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น ☑ แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) - ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย ☑ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๙) - การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
--	--

	☒ แผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๕ - พัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการต่อเนื่องให้มีคุณภาพ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน และกระจายประโยชน์อย่างทั่วถึง รวมทั้งต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีศักยภาพสูงด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรม ☒ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ - พัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวและการค้าในพื้นที่ ☒ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ - พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศิลปวัฒนธรรมและสุขภาพ เพื่อสร้างรายได้สู่ชุมชนและเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอย่างยั่งยืน ☒ แผนปฏิบัติราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) กระทรวงอุตสาหกรรม ด้านที่ : ๑ การเสริมสร้างศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมให้เติบโตและเข้มแข็ง แนวทางการพัฒนา : ๑ ส่งเสริมงานวิจัย การต่อยอดงานวิจัยและพัฒนา การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ตัวชี้วัด : ๔ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชน ได้รับการพัฒนา ให้มีศักยภาพ สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐ ล้านบาท ☒ แผนปฏิบัติราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ด้านที่ : ๑ เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในทุกระดับ แนวทางการพัฒนา : เสริมสร้างผลิตภาพและมูลค่าเพิ่ม SMEs ตัวชี้วัด : ร้อยละ ๗๐ ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้รับการพัฒนามีรายได้หรือมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ด้านที่ : ๒ สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก แนวทางการพัฒนา : สร้างและยกระดับผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานราก ตัวชี้วัด : ร้อยละ ๗๐ ของจำนวนผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับการพัฒนามีรายได้หรือมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น
หลักการและเหตุผล	ภาคเหนือตอนบนมีประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ประกอบกับภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูง ทัศนียภาพงดงาม อากาศเย็นสบาย ผู้คนมีความเป็นมิตร และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ถือเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้นๆ ของประเทศที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้หลั่งไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากมูลค่าทางเศรษฐกิจของภาคเหนือตอนบนมากกว่าร้อยละ ๔๘ มาจากภาคการท่องเที่ยวและบริการ จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจภาคเหนือตอนบนอย่างมาก หากแต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวหดตัวรุนแรงจากมาตรการการจำกัดการเดินทาง สะท้อนให้เห็นว่าการพึ่งพารายได้จากภาคการท่องเที่ยวและบริการที่มากเกินไปอาจไม่ใช่สิ่งที่ถูกต้อง

	เสมอไป หากแต่ต้องกระจายการเติบโตทางเศรษฐกิจไปยังภาคส่วนอื่นๆ มากขึ้น จึงจะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจภาคเหนือตอนบนได้อย่างยั่งยืนมากกว่า การเชื่อมโยงภาคอุตสาหกรรมเข้ากับภาคการท่องเที่ยวเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ในระยะยาวได้อย่างยั่งยืนมากขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งภาคเหนือตอนบนเป็นแหล่งผลิตหัตถอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ ประกอบกับเป็นฐานของทุนทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และทรัพยากรท้องถิ่น รวมถึงมีองค์ความรู้ งานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมของสถาบันการศึกษาในพื้นที่จำนวนมาก หากแต่ผู้ประกอบการยังไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างคุ้มค่า รูปแบบของของฝากของที่ระลึกที่จำหน่ายในพื้นที่จึงยังคงมีความเป็นอนุรักษนิยมที่ไม่แตกต่างจากในอดีตมากนักหรือไม่สามารถใช้งานในชีวิตประจำวันได้จริง แม้ว่ามุมมองหรือพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากก็ตาม ส่งผลให้ของฝากของที่ระลึกเหล่านี้ไม่อาจตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้ ไม่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่นั้นๆ ได้อย่างชัดเจนและไม่แสดงออกถึงเรื่องราวความเป็นมา ส่งผลให้การรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ลดลง นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางส่วนยังประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตหรือไม่สามารถหาวัตถุดิบทดแทนได้ จึงต้องนำเข้าจากนอกพื้นที่หรือประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตปรับตัวสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดย ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) จึงได้จัดทำโครงการ “ปั้นอัตลักษณ์ ประุงเรื่องราว เปลี่ยนโฉมของฝากของที่ระลึกภาคเหนือ” (Northern Souvenirs Makeover) โดยการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับของฝากของที่ระลึกด้วยการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่นอย่างคุ้มค่าตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) พร้อมทั้งต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมายที่เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งการออกแบบ (Design) และการใช้งาน (Function) ตลอดจนสร้างอัตลักษณ์และการเล่าเรื่องราว (Storytelling) ของของฝากของที่ระลึกประจำท้องถิ่นให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น แสดงถึงความโดดเด่นที่แตกต่างไปชิ้นงานจากระบบอุตสาหกรรม สามารถสร้างคุณค่าในจิตใจของนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ในพื้นที่ ซึ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ การเข้าไปมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยในการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กลับมาเยือนซ้ำ ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม
--	---

วัตถุประสงค์ ของโครงการ	๔.๑ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ๔.๒ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ การรับรู้ และมูลค่าเพิ่มของของฝากของที่ระลึกภาคเหนือที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย
กลุ่มเป้าหมาย	<u>กลุ่มเป้าหมาย</u> วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) / วิสาหกิจชุมชน <u>สาขาอุตสาหกรรม</u> อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (เน้นหัตถอุตสาหกรรม ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก) <u>พื้นที่เป้าหมาย</u> ๘ จังหวัดภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)
ตัวชี้วัดความสำเร็จ ของโครงการ	๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนามีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐ ๒. สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ไม่น้อยกว่า ๘,๖๔๐,๐๐๐ บาท
ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ	<u>ผลผลิต</u> ๑. จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ไม่น้อยกว่า ๒๐ กิจการ ๒. จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ไม่น้อยกว่า ๑๐ กลุ่ม ๓. จำนวนผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่ได้รับการพัฒนา ไม่น้อยกว่า ๓๐ ผลิตภัณฑ์ ๔. ร้อยละ ๘๐ ของผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๕ <u>ผลลัพธ์</u> ๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนามีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐ <u>ผลกระทบ</u> ๑. สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ไม่น้อยกว่า ๘,๖๔๐,๐๐๐ บาท ประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ SMEs $35,000 \text{ บาท} \times 12 \text{ เดือน} \times 16 \text{ กิจการ} = 6,720,000 \text{ บาท}$ (ร้อยละ ๘๐ ของ ๒๐ กิจการ = ๑๖ กิจการ) ประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน $20,000 \text{ บาท} \times 12 \text{ เดือน} \times 8 \text{ กลุ่ม} = 1,920,000 \text{ บาท}$ (ร้อยละ ๘๐ ของ ๑๐ กลุ่ม = ๘ กลุ่ม) <u>ความคุ้มค่า</u> อัตราส่วนผลกระทบต่องบประมาณ (B/C Ratio) = ๓.๖ เท่า

แนวทาง การดำเนินงาน/ กิจกรรมที่สำคัญ ของโครงการ	๑. สำรวจ วิเคราะห์ และคัดเลือกภูมิปัญญา ท้องถิ่นวัฒนธรรม วิถีชีวิต ทรัพยากรทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว หรือองค์ประกอบอื่นๆ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) ของแต่ละพื้นที่ที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ ๒. สำรวจและวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ ๓. สำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ๔. วางกรอบแนวคิดในการเล่าเรื่องราว (Storytelling) ของผลิตภัณฑ์เพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ และสะท้อนให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าแต่ละผลิตภัณฑ์มีความพิเศษเฉพาะตัวที่ต้องอาศัยการบ่มเพาะสั่งสมประสบการณ์ทักษะฝีมือ และรูปแบบ ๕. ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้งในแง่การออกแบบ (Design) และการใช้งาน (Function) เพื่อผสานคุณค่า (Value) และอรรถประโยชน์ (Utility) ได้อย่างลงตัว พร้อมการเล่าเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจและสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ ได้อย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็น ๒ ประเภทตามศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ๕.๑ ของฝากของที่ระลึกจากการใช้วัตถุดิบทดแทน วัตถุดิบทางเลือก หรือวัตถุดิบรอบสองตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เช่น วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการผลิตหรือใช้งานแล้ว เศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรหรือจากกระบวนการผลิต ของเสียที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบได้ เป็นต้น ๕.๒ ของฝากของที่ระลึกที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันมากขึ้น และอาจมีการปรับปรุงด้านคุณสมบัติหรือสมรรถนะในการใช้งานที่ดีขึ้น เช่น ความแข็งแรง ทนทาน การดูแลรักษา อายุการใช้งาน ความสะดวกสบายในการใช้งาน เป็นต้น ๖. ทดสอบตลาดด้วยวิธีการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อนการต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ในอนาคต ๗. เชื่อมโยงของฝากของที่ระลึกกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ย่าน เมือง หรือพื้นที่ในรูปแบบอื่นๆ ด้วยกิจกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวตั้งแต่การเยี่ยมชม (Seeing) การเรียนรู้ (Learning) การลงมือทำ (Doing) ไปจนถึงการซื้อ (Buying) ของฝากของที่ระลึกกลับบ้าน
ระยะเวลาในการ ดำเนินโครงการ	๑ ปี
งบประมาณ	๒,๔๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านสี่แสนบาทถ้วน)

โครงการที่ ๓

ชื่อโครงการ	ยกระดับผลิตภัณฑ์สุขภาพรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคเหนือ (Northern Wellness Paradise)
ความเชื่อมโยงกับแผน ๓ ระดับ	แผนระดับที่ ๑ ☒ ยุทธศาสตร์ชาติ : ด้านที่ ๒ การสร้างความสามารถในการแข่งขัน เป้าหมาย : ๑ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน ตัวชี้วัด : ๑ รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้ ประเด็นหลัก : ๒ อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ประเด็นหลักย่อย : ๒.๒ อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร แผนระดับที่ ๒ ☒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นแผนแม่บทด้าน : ๔ อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต เป้าหมาย : ๑ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในสาขาอุตสาหกรรมและบริการ ตัวชี้วัด : ๑ อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในสาขาอุตสาหกรรม ร้อยละ ๔.๖ ประเด็นแผนย่อยของแผนแม่บท : ๔.๒ อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร แนวทาง : ๖ ขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศ เป้าหมาย : ๑ อุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ตัวชี้วัด : ๑ อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์เฉลี่ยต่อปี ร้อยละ ๕ ☒ แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔) เป้าหมาย : ๑. ยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านที่ : ๑ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ๑. ผลิตภาพ (Productivity) ๑.๑ เพิ่มผลผลิตและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหลัก (อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร) และอุตสาหกรรมใหม่ (อุตสาหกรรมชีวภาพ อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมดิจิทัล อุตสาหกรรมสุขภาพ)

	☑ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ วัตถุประสงค์ที่ : ๑.๓ เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่ โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น เป้าหมายรวมที่ : ๒.๓ ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ ยุทธศาสตร์ที่ : ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ : ๒.๒ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา ๑ เศรษฐกิจรายสาขาเติบโตอย่างเข้มแข็งและเป็นฐานในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ตัวชี้วัด : อัตราการขยายตัวของภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ (นอกเหนือจากบริการภาครัฐ) ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ ๓, ๔.๕ และ ๖ ต่อปี ตามลำดับ แนวทางการพัฒนาหลัก : ๒ การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ แนวทางการพัฒนาย่อย : ๒.๒ การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ๑) พัฒนาต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบันเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ๑.๔) มุ่งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น เช่น สินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ (กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ/สิ่งแวดล้อม) แผนระดับที่ ๓ ☑ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ๔.๐ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) - ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา ☑ แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๗๔ - การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ☑ แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) - ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น ☑ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๙) - พัฒนาบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ☑ ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๙) - การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
--	---

	☑ แผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๕ - พัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการต่อเนื่องให้มีคุณภาพ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน และกระจายประโยชน์อย่างทั่วถึง รวมทั้งต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีศักยภาพสูงด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรม ☑ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ - พัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวและการค้าในพื้นที่ ☑ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ - พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศิลปวัฒนธรรมและสุขภาพ เพื่อสร้างรายได้สู่ชุมชนและเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอย่างยั่งยืน ☑ แผนปฏิบัติราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) กระทรวงอุตสาหกรรม ด้านที่ : ๑ การเสริมสร้างศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมให้เติบโตและเข้มแข็ง แนวทางการพัฒนา : ๑ ส่งเสริมงานวิจัย การต่อยอดงานวิจัยและพัฒนา การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ตัวชี้วัด : ๔ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชน ได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพ สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐ ล้านบาท ☑ แผนปฏิบัติราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ด้านที่ : ๑ เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในทุกระดับ แนวทางการพัฒนา : เสริมสร้างผลิตภาพและมูลค่าเพิ่ม SMEs ตัวชี้วัด : ร้อยละ ๗๐ ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้รับการพัฒนามีรายได้หรือมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ด้านที่ : ๒ สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก แนวทางการพัฒนา : สร้างและยกระดับผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานราก ตัวชี้วัด : ร้อยละ ๗๐ ของจำนวนผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับการพัฒนามีรายได้หรือมูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น
หลักการและเหตุผล	กระแสการดูแลสุขภาพของผู้คนในปัจจุบันมีความแตกต่างจากในอดีตมาก โดยมีมุมมองว่าไม่ใช่เพียงแค่การรักษาโรคหรือร่างกายให้แข็งแรงเท่านั้น หากแต่ยังหันมาให้ความสนใจในการป้องกันการเจ็บป่วยและสภาพจิตใจด้วยเช่นกัน จนพัฒนากลายมาเป็นพฤติกรรมและเกิดกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อสินค้าและบริการต่างๆ ที่ต้องปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวด้วยเช่นกันที่ต่างต้องปรับตัวและสร้างจุดขายใหม่ๆ เพื่อรองรับกับกระแสดังกล่าว นำไปสู่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่อย่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเพื่อสร้างความสมดุลทั้งร่างกายและจิตใจ มีการผนวกกิจกรรมด้านสุขภาพเข้ามารวมอยู่ในการท่องเที่ยวด้วย เช่น โยคะ

	สปา น้ำพุร้อน อาหารเพื่อสุขภาพ บริการทางการแพทย์ เป็นต้น แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจโลกจะถดถอย แต่ธุรกิจนี้กลับเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยในปี ๒๕๖๐ ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ ๑๒๔ ล้านล้านบาท มากกว่า GDP ของประเทศไทยถึง ๙,๐๐๐ เท่า มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ ๑๐.๖ ซึ่งขยายตัวมากกว่าภาพรวมการท่องเที่ยวโลกถึง ๒ เท่า และยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยนับเป็นหนึ่งในตลาดที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เนื่องจากมีความได้เปรียบด้วยต้นทุนที่ดีทั้งในแง่ของการบริการด้านสุขภาพ ผู้ให้บริการ ค่าใช้จ่าย และแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักทั่วโลก โดยข้อมูลจาก Global Wellness Institute ระบุว่า ในปี ๒๕๖๐ มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยใหญ่เป็นอันดับที่ ๑๓ ของโลก สามารถสร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ล้านบาท มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาใช้บริการมากกว่า ๙.๗ ล้านครั้ง สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อรับบริการจนสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ ประกอบด้วย การเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์ สุขภาพ (Product Hub) จึงถือเป็นโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนในการเร่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีข้อได้เปรียบหลายประการ ทั้งจากการขับเคลื่อนของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนที่มุ่งยกระดับให้เป็น จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Destination) ระดับประเทศ แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น สถานบริการสุขภาพที่หลากหลาย และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นผู้สูงอายุทั้งจากในและต่างประเทศเข้ามาพักนักระยะยาวมากกว่า ๑๐,๐๐๐ คน ด้วยเหตุที่มีสภาพเหมาะสมต่อการดำรงชีวิต ทั้งค่าครองชีพที่ต่ำ สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม และสภาพสังคมที่เอื้ออาหารต่อผู้สูงอายุ จำนวนประชากรกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะในอีก ๑๐ ปีข้างหน้าจะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๒๐ ของประชากรทั้งหมด นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุมีการใช้จ่ายเพื่อการดูแลสุขภาพ การบำบัดฟื้นฟู และการแพทย์แผนไทยหรือแผนไทยในรูปแบบต่างๆ สูงเป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มผู้ใช้บริการสุขภาพทั้งหมด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดย ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ และโอกาสในการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน จึงได้จัดทำโครงการ “ยกระดับผลิตภัณฑ์สุขภาพรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาคเหนือ” (Northern Wellness Paradise) โดยการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความเหมาะสมกับช่วงวัยและมีความปลอดภัย สอดคล้องกับความ
--	--

	ต้องการของตลาดทั้งกลุ่มผู้สูงอายุที่พำนักอยู่ถาวร พำนักระยะยาว และพำนักระยะสั้น เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ได้อย่างมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) อย่างมีคุณภาพ รวมถึงรองรับการขยายตัวของธุรกิจบริการสุขภาพที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานให้ทัดเทียมระดับสากล ทั้งยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ อันเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ได้อย่างยั่งยืน
วัตถุประสงค์ของโครงการ	๔.๑ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ๔.๒ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย
กลุ่มเป้าหมาย	<u>กลุ่มเป้าหมาย</u> วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) <u>สาขาอุตสาหกรรม</u> อุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ (เน้นการเชื่อมโยงกับธุรกิจบริการสุขภาพ) <u>พื้นที่เป้าหมาย</u> ๘ จังหวัดภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)
ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ	๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนามีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐ ๒. สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ไม่น้อยกว่า ๖,๗๒๐,๐๐๐ บาท
ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ	<u>ผลผลิต</u> ๑. จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ไม่น้อยกว่า ๒๐ กิจการ ๒. จำนวนผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้รับการพัฒนา ไม่น้อยกว่า ๒๐ ผลิตภัณฑ์ ๓. ร้อยละ ๘๐ ของผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๕ <u>ผลลัพธ์</u> ๑. ร้อยละ ๘๐ ของจำนวนวิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนามีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐ <u>ผลกระทบ</u> ๑. สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ไม่น้อยกว่า ๖,๗๒๐,๐๐๐ บาท ประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ SMEs ๓๕,๐๐๐ บาท x ๑๒ เดือน x ๑๖ กิจการ = ๖,๗๒๐,๐๐๐ บาท (ร้อยละ ๘๐ ของ ๒๐ กิจการ = ๑๖ กิจการ) <u>ความคุ้มค่า</u> อัตราส่วนผลกระทบต่อบริการ (B/C Ratio) = ๓.๔ เท่า

แนวทาง การดำเนินงาน/ กิจกรรมที่สำคัญ ของโครงการ	๑. สำรวจและวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ ๒. สำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ รวมถึงความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพของสถานบริการสุขภาพ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ๓. วางกรอบแนวคิดในการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งที่มาของวัตถุดิบ (โคลนจากภูโคลน จังหวัดแม่ฮ่องสอน เกลือสินเหวจากบ่อเกลือ จังหวัดน่าน น้ำแร่จากบ่อน้ำพุร้อน จังหวัดเชียงใหม่ ฯลฯ) สินค้าเกษตรที่นำมาแปรรูป (พืชผักผลไม้เมืองหนาว สมุนไพร ฯลฯ) เป็นต้น ๔. ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User) และสถานบริการสุขภาพรูปแบบต่างๆ เช่น ธุรกิจสปา ธุรกิจนวดแผนไทย รีสอร์ทเพื่อสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น พร้อมการเล่าเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจ โดยแบ่งเป็น ๒ ประเภท ตามศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ ได้แก่ ๔.๑ ผลิตภัณฑ์สุขภาพประเภทผลิตภัณฑ์สปา น้ำมันหอมระเหย เครื่องหอม ลูกประคบสมุนไพร หรือของใช้ส่วนตัว (Personal Care) เช่น ยาสระผม ครีมนวด โฟมล้างหน้า เจลอาบน้ำ เครื่องสำอาง เป็นต้น โดยพัฒนามาจากวัตถุดิบหรือสินค้าเกษตรในพื้นที่ ๔.๒ ผลิตภัณฑ์สุขภาพประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ไม้เท้า อุปกรณ์นวดชนิดต่างๆ อุปกรณ์ออกกำลังกาย แก้วอาบน้ำ เตียง ทางลาด เป็นต้น ที่จะต้องคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการใช้งานของผู้สูงอายุและผู้ใช้งานในทุกช่วงวัย ภายใต้แนวคิดอารยสถาปัตย์ (Universal Design) ๕. ทดสอบตลาดด้วยวิธีการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อนการต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ในอนาคต ๖. เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์สุขภาพกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ผ่านกลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User) เช่น นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ และกลุ่มสถานบริการสุขภาพรูปแบบต่างๆ
ระยะเวลาในการ ดำเนินโครงการ	๑ ปี
งบประมาณ	๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน)

ภาคผนวก

แหล่งข้อมูลอ้างอิง

๑. ข้อมูลทั่วไป

๑.๑ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของโลกและของไทยโดยรวม

ภาวะเศรษฐกิจโลก

- World Economic Outlook, Managing Divergent Recoveries (April 2021) โดย International Monetary Fund (IMF)
- OECD Economic Outlook, Interim Report Strengthening the Recovery : The Need for Speed (March 2021) โดย Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)
- Global Economic Prospects (January 2021) โดย World Bank
- เศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยหลังโควิด ๑๙ : โรคระบาดทั่วโลก ยกเครื่องสู่อนาคตวิถีชีวิตใหม่ โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ๓ ปัจจัยสู่ต่อเศรษฐกิจโลกในช่วงที่เหลือของปี ๒๐๒๐ โดย SCB Economic Intelligence Center
- Outlook Q4/2020 โดย SCB Economic Intelligence Center
- Outlook Q1/2021 โดย SCB Economic Intelligence Center

ข้อตกลงหรือกฎระเบียบระหว่างประเทศ

- ระเบียบการค้าโลกหลัง COVID-19 โดย The 101 World
- รู้เท่าทันระเบียบโลกใหม่ในยุคหลังโควิด โดย The 101 World

ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market : EM)

- Emerging Markets โดย Morgan Stanley Capital International (MSCI)
- ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market : EM) โดย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด
- Emerging Market คืออะไร? ทำไมตลาดเกิดใหม่น่าลงทุน โดย Greed is Goods
- MSCI Emerging Markets Index คืออะไร วิธีการลงทุนในตลาดเกิดใหม่ โดย Admiral Markets
- Emerging Markets vs. Developed Markets โดย กรุงเทพธุรกิจ

สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน

- สงครามการค้าสหรัฐฯ-จีนกลับมาปะทุ สหรัฐ-จีนเพิ่มภาษีสินค้านำเข้าระหว่างกันเป็นร้อยละ ๒๕ เสี่ยงซ้ำเติมการค้าโลกและส่งออกไทย โดย SCB Economic Intelligence Center
- ผลกระทบสงครามการค้ายังไม่จบ แม้สหรัฐฯ ชะลอการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าเงินบางส่วน โดย SCB Economic Intelligence Center
- สงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน : เกิดอะไรขึ้นบ้างในช่วง ๒ ปีที่ผ่านมา โดย BBC Thai
- สงครามการค้าจีน-อเมริกา : สงครามแห่งการสูญเสียของทุกฝ่าย โดย The Matter
- ไบเดนกับสัญญาณสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน รูปแบบใหม่ โดย ประชาชาติธุรกิจ
- สงครามการค้าสู่สงครามกองโจร โดย กรุงเทพธุรกิจ

- กูรูชี้จีนยังต้องเผชิญความตึงเครียดจากสหรัฐฯ ในยุคไบเดนต่อ เชื่อสงครามการค้ายังไม่จบลงง่ายๆ โดย The Standard

การเติบโตทางเศรษฐกิจ และ การส่งออก/การบริโภค/การลงทุน

- เอกสารแถลงข่าว เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สี่ ทั้งปี ๒๕๖๓ และแนวโน้มปี ๒๕๖๔ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- ภาวะเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สี่ ทั้งปี ๒๕๖๓ และแนวโน้มปี ๒๕๖๔ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ ๔/๒๕๖๓ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- เอกสารแถลงข่าว รายงานประมาณการเศรษฐกิจไทยปี ๒๕๖๓ และ ๒๕๖๔ โดย สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
- Thailand Economic Monitor : Restoring Incomes Recovering Jobs โดย World Bank
- Outlook Q4/2020 โดย SCB Economic Intelligence Center
- Outlook Q1/2021 โดย SCB Economic Intelligence Center
- สินค้าส่งออก ๑๕ อันดับแรกของไทยรายประเทศ โดย สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
- ตลาดส่งออกสำคัญของไทย ปี ๒๕๖๐ - ๒๕๖๓ โดย สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
- ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index โดย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- รายงานดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (Report on Business Sentiment Index) โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาวะหนี้สิน

- ภาวะสังคมไทยในไตรมาสสี่และภาพรวม ปี ๒๕๖๓ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- รายงานการประเมินเสถียรภาพระบบการเงินไทย ๒๕๖๓ โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย

นโยบายการเงินและการคลัง

- รายงานการประเมินเสถียรภาพระบบการเงินไทย ๒๕๖๓ โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย

สถานการณ์ด้านแรงงาน

- ภาวะสังคมไทยในไตรมาสสี่และภาพรวม ปี ๒๕๖๓ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- ภาวะเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สี่ ทั้งปี ๒๕๖๓ และแนวโน้มปี ๒๕๖๔ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- เศรษฐกิจไทยจะเป็นอย่างไร หากเราต้องอยู่กับโควิด-๑๙ ไปตลอดกาล โดย วิจัยกรุงศรี
- ๒๐๒๐ ปีแห่งวิกฤตกรรมของแรงงานไทย โดย The 101 World

สถานการณ์ด้านอุตสาหกรรม/ผู้ประกอบการ

- ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทย ปี ๒๕๖๓ และแนวโน้ม ปี ๒๕๖๔ โดย สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
- ภาวะเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สี่ ทั้งปี ๒๕๖๓ และแนวโน้มปี ๒๕๖๔ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย ปี ๒๕๖๔ - ๒๕๖๖ โดย วิจัยกรุงศรี

๑.๒ สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของภาคโดยรวม

เศรษฐกิจและสังคม

- ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- มูลค่าการค้าระหว่างประเทศและการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน โดย กรมการค้าระหว่างประเทศ
- ภาพรวมจำนวนกำลังแรงงานรายจังหวัด ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒ โดย ศูนย์ข้อมูลแรงงานแห่งชาติ กระทรวงแรงงาน
- ข้อมูลจากการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (LFS) รายไตรมาส สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- จำนวนผู้ว่างงาน ปี พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๖๒ โดย ศูนย์ข้อมูลแรงงานแห่งชาติ กระทรวงแรงงาน
- ดัชนีความก้าวหน้าของคน ประจำปี ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

โครงสร้างพื้นฐาน

- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

ภาคอุตสาหกรรม

- แผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- จำนวนโรงงานและมูลค่าเงินลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดย สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ
- สถิติอุตสาหกรรม ปี ๒๕๖๔ โดย กรมโรงงานอุตสาหกรรม
- โครงสร้างธุรกิจ SME (Dashboard SME Big Data) โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานวิทยาศาสตร์ โดย สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการอุทยานวิทยาศาสตร์
- ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ โดย อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ

ภาคเกษตร

- ฐานข้อมูลเกษตรกรกรกลาง (Farmer ONE) โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- ข้อมูลการผลิตสินค้าเกษตร โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
- ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ภาคการค้า

- โครงสร้างธุรกิจ SME (Dashboard SME Big Data) โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ภาคการท่องเที่ยวและบริการ

- โครงสร้างธุรกิจ SME (Dashboard SME Big Data) โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒ โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

๑.๓ บทบาทภารกิจของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค

- กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๖๐
- แผนปฏิบัติราชการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑

๑.๔ พื้นที่รับผิดชอบ

- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

๒. ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม

๒.๑ แผนระดับที่ ๑

- ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐

๒.๒ แผนระดับที่ ๑

- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐
- แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔)
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔

๒.๓ แผนระดับที่ ๓

- ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ๔.๐ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๕)
- แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๗๔
- แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)
- แผนปฏิบัตินโยบายระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) กระทรวงอุตสาหกรรม
- แผนปฏิบัตินโยบายระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๗๐)
- แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุภาพนานาชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๙)
- ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๙)
- แผนพัฒนาภาคเหนือ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนาจังหวัดลำพูน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนาจังหวัดลำปาง พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนาจังหวัดพะเยา พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕
- แผนพัฒนาจังหวัดน่าน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

๓. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม

๓.๑ ประเด็นปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ

- ข้อมูลจากการประชุม “สำรวจความต้องการในการส่งเสริมอุตสาหกรรมพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเตรียมความพร้อมการจัดทำคำของบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔” เมื่อวันที่ ๙ กรกฎาคม ๒๕๖๒ ณ ห้องประชุมหิรัญญิก ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน ๔๓ คน
- ข้อมูลจากการประชุม “แนวทางการบูรณาการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคเหนือ” เมื่อวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๖๓ ณ โรงแรมรัตนนา ริเวอร์ไซด์ สปริงฮิลล์ เชียงใหม่ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการเงิน โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน ๙๗ คน
- ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก “ผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholders) ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19)” ระหว่างวันที่ ๓๐-๓๑ เมษายน ๒๕๖๓ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และวิสาหกิจชุมชน โดยมีผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน ๑๗ คน
- ข้อมูลจากการสำรวจออนไลน์ “ความคิดเห็นที่มีต่อ (ร่าง) แผนปฏิบัติการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑” ระหว่างวันที่ ๑๗-๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๓ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และวิสาหกิจชุมชน โดยมีผู้ตอบแบบสำรวจออนไลน์ จำนวน ๑๐๔ คน
- ข้อมูลจากการสำรวจออนไลน์ “ผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการในพื้นที่ ๘ จังหวัดภาคเหนือตอนบน” ระหว่างวันที่ ๑๔-๒๐ มกราคม ๒๕๖๔ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และวิสาหกิจชุมชน โดยมีผู้ตอบแบบสำรวจออนไลน์ จำนวน ๒๖๐ คน

๓.๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (STEEP+I)

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)

- การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย (Aging Society in Thailand) โดย สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา
- วาระปฏิรูปที่ ๓๐ : การปฏิรูประบบเพื่รองรับสังคมสูงวัย โดย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย

- ภาพรวมความเหลื่อมล้ำของไทยในศตวรรษที่ ๒๑ โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย
- รายงานสถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในระดับภาคของประเทศไทย โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

Digital Disruption และ Digital Transformation

- Digital Disruption การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัว โดย Peer Power
- Digital Transformation : พลิกโฉมธุรกิจด้วยแนวคิดดิจิทัล โดย SCB Economic Intelligence Center

Thailand ๔.๐ โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

- พิมพ์เขียวและแผนปฏิบัติการขับเคลื่อน Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG

- ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๙)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

- Economic of Climate Change : ภาวะโลกร้อนกระทบเศรษฐกิจโลกอย่างไร โดย SCB Economic Intelligence Center
- ปัญหาภาวะโลกร้อนและมาตรการราคาคาร์บอน โดย SCB Economic Intelligence Center
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดย TRUE plugged

สถานการณ์ฝุ่นละอองที่มีขนาดเล็กกว่า ๒.๕ ไมครอน (PM ๒.๕)

- รายงานสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กกว่า ๒.๕ ไมครอน (PM ๒.๕) โดย กรมควบคุมมลพิษ
- แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติ การแก้ไขปัญหาหมอกควันและฝุ่นละออง โดย กรมควบคุมมลพิษ
- แนวทางเฝ้าระวังพื้นที่เสี่ยงจากมลพิษทางอากาศ กรณีฝุ่นละอองขนาดเล็ก โดย กรมอนามัยและกรมควบคุมโรค
- ฝุ่น PM ๒.๕ กระทบเศรษฐกิจเท่าไร โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
- ภาวะสังคมไทย ไตรมาสสี่ และภาพรวมปี ๒๕๖๒ โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ความไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศไทย

- ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการประท้วง โดย SCB Economic Intelligence Center
- ผลกระทบของความเสี่ยงทางการเมืองต่อเงินทุนเคลื่อนย้ายต่างประเทศ โดย Post Today
- เศรษฐกิจไทยท่ามกลางความไม่แน่นอน ปรับกระบวนการ รับความท้าทาย โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย

โลกหลายขั้วอำนาจ (Multipolarity) สู่โลกสองขั้วอำนาจ (Bipolarity)

- ระเบียบโลกที่เปลี่ยนแปลง ไทยต้องเผชิญหน้ากับอะไร โดย The 101 World
- ถ้าหากไทยไม่ปรับ ในระเบียบโลกที่เปลี่ยน โดย The 101 World
- โลกหลังยุคโลกาภิวัตน์ โดย กรุงเทพธุรกิจ
- การเมือง-เศรษฐกิจโลกหลัง COVID-19 โดย กรุงเทพธุรกิจ
- โลกจะเปลี่ยนไปอย่างไร หลังวิกฤต COVID-19 จบลง โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย
- อนาคตของกระแสโลกาภิวัตน์ : ความท้าทายจากไวรัสโควิด-๑๙ โดย ไทยรัฐออนไลน์

ห่วงโซ่มูลค่าโลกใหม่ (Global Value Chain) ภายหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19

- ห่วงโซ่มูลค่าโลกใหม่ หลังการระบาดใหญ่ของ COVID-19 โดย วิจัยกรุงศรี
- ห่วงโซ่มูลค่าโลกใหม่ หลังการระบาดใหญ่ของ COVID-19 โดย The Standard Wealth

๑๐ อุตสาหกรรมเป้าหมาย

- ๑๐ อุตสาหกรรมเป้าหมาย กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) โดย สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม