



แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม

จังหวัดเชียงใหม่

(พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔)

MICE



จังหวัดเชียงใหม่

พฤษภาคม ๒๕๖๑

คำนำ

การพัฒนาไมซ์ซิตี้ (MICE City) มีจุดมุ่งหมายที่จะยกระดับเมืองต่างๆ ของไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางแห่งการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมสัมมนาในระดับนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Preferred MICE Destination) และเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้จัดงาน อันนับเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ ซึ่งในปัจจุบันสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้ลงนามกับเมืองหลักใน ๕ ภูมิภาคของประเทศให้เป็นเมืองไมซ์ซิตี้ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดขอนแก่น รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมของเมืองที่มีศักยภาพ เช่น จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มุ่งขยายขนาดของตลาดและเพิ่มคุณภาพการให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ

จังหวัดเชียงใหม่ในฐานะที่เป็นเมืองเป้าหมายให้เป็นเมืองไมซ์ซิตี้ ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการเตรียมความพร้อมในการพัฒนา เพื่อเป็นกลไกและเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านต่างๆ ที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมจัดการประชุมของประเทศ เพิ่มรายได้เข้าประเทศ รวมทั้งเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมจัดการประชุมของประเทศไทยให้ก้าวสู่จุดหมายปลายทางในระดับเอเชีย จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัด โดยบูรณาการข้อมูลจากแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ.๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) และรายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile) จังหวัดเชียงใหม่ของสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เป็นฐานข้อมูลในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนและดำเนินงานพัฒนาจังหวัดให้มีความพร้อมสำหรับการเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ต่อไป

จังหวัดเชียงใหม่
พฤษภาคม ๒๕๖๑

สารบัญ

คำนำ

ส่วนที่ ๑ บริบทและแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๔)

๑

ส่วนที่ ๒ กรอบแนวคิดในการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE

๑๗

ส่วนที่ ๓ การวิเคราะห์ศักยภาพของ MICE จังหวัดเชียงใหม่

๒๕

ส่วนที่ ๔ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม MICE จังหวัดเชียงใหม่

๓๘

ส่วนที่ ๕ แผนงาน/โครงการ

๔๕

อ้างอิง

ส่วนที่ ๑

บริบทและแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๔)

เมืองเชียงใหม่มีชื่อที่ปรากฏในตำนานว่า "นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่" เป็นราชธานีของอาณาจักรล้านนาไทยมาตั้งแต่พญามังรายได้ทรงสร้างขึ้น เมื่อ พ.ศ. ๑๘๓๙ และเมืองเชียงใหม่ได้มีวิวัฒนาการสืบเนื่องกันมาในประวัติศาสตร์ตลอดมา เชียงใหม่มีฐานะเป็นนครหลวงอิสระ ปกครองโดยกษัตริย์ราชวงศ์มังราย ประมาณ ๒๖๑ ปี (ระหว่าง พ.ศ.๑๘๓๙ -๒๑๐๐) ในปี พ.ศ. ๒๑๐๑ เชียงใหม่ได้เสียเอกราชให้แก่กษัตริย์พม่าซึ่งบุเรงนองและได้ตกอยู่ภายใต้การปกครองของพม่านานร่วมสองร้อยปี จนถึงสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ได้ทรงช่วยเหลือล้านนาไทยภายใต้การนำของพระยาภาววิไลและพระยาจำบ้านในการทำสงครามขับไล่พม่าออกไปจากเชียงใหม่และเมืองเชียงแสนได้สำเร็จ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช สถาปนาพระยาภาววิไลเป็นเจ้าเมืองเชียงใหม่ ในฐานะเมืองประเทศราชของไทย และมีเชื้อสายของพระยาภาววิไล ซึ่งเรียกว่า ตระกูลเจ้าเจ็ดตน ปกครองเมืองเชียงใหม่ เมืองลำพูนและเมืองลำปางสืบต่อมาจนกระทั่งในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดให้ปฏิรูปการปกครอง หัวเมืองประเทศราช ได้ยกเลิกการมีเมืองประเทศราชในภาคเหนือ จัดตั้งการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล เรียกว่า มณฑลพายัพ และเมื่อปี พ.ศ.๒๔๗๖ พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ปรับปรุงการปกครองเป็นแบบจังหวัด เชียงใหม่จึงมีฐานะเป็นจังหวัดจนถึงปัจจุบัน

ทั้งนี้ ในการประชุมคณะรัฐมนตรีครั้งที่ ๑๘/๒๕๕๔ เมื่อวันที่ ๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔ คณะรัฐมนตรี ได้มีมติให้ความเห็นชอบให้จังหวัดเชียงใหม่เป็น “นครที่เป็นที่สุดแห่งความสง่างามทางวัฒนธรรม” (Chiang Mai : The Most Splendid City of Culture) และในปี พ.ศ.๒๕๕๙ จะถือเป็นปีครบรอบการสถาปนาเมืองเชียงใหม่ อายุครบ ๗๒๐ ปี

๑. ข้อมูลทั่วไป

๑.๑ ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของประเทศไทย เส้นรุ้งที่ ๑๖ องศาเหนือ และเส้นแวงที่ ๙๙ องศาตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ ๑,๐๒๗ ฟุต (๓๑๐ เมตร) ห่างจากกรุงเทพมหานคร ๖๙๖ กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ ๒๐,๑๐๗.๐๕๗ ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๑๒,๕๖๖,๙๓๐ ไร่ มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ ๑ ของภาคเหนือ และเป็นอันดับ ๒ ของประเทศ เป็นพื้นที่ป่าไม้ ๖๙.๙๒% (๘,๗๘๗,๖๕๖ ไร่) พื้นที่ทางการเกษตร ๑๒.๘๒% (๑,๘๓๕,๔๒๕ ไร่) พื้นที่อยู่อาศัยและอื่นๆ ๑๗.๒๖% (๒,๑๖๗,๙๗๑ ไร่)

๑.๒ อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ	ติตรัฐฉาน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (The Republic of the Union of Myanmar)
ทิศใต้	ติดต่ออำเภอสามเงา อำเภอแม่ระมาด อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก
ทิศตะวันออก	ติดต่ออำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอเมืองเชียงราย อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย อำเภอเมืองปาน อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง อำเภอบ้านธิ อำเภอเมืองลำพูน อำเภอป่าซาง อำเภอเวียงหนองล่อง อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน
ทิศตะวันตก	ติดต่ออำเภอปาย อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน อำเภอขุนยวม อำเภอแม่ลาน้อย อำเภอแม่สะเรียงอำเภอสบเมย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

๑.๓ อาณาเขตชายแดน

มีชายแดนติดกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ โดยพื้นที่เขตติดต่อ ๕ อำเภอ ได้แก่

อำเภอแม่เฒ่า : ๔ ตำบล ได้แก่ ตำบลแม่เฒ่า ตำบลมะลิทา ตำบลแม่สาว และตำบลท่าดอน
เมืองที่ติดต่อ คือ เมืองยอน รัฐฉาน

อำเภอฝาง : ๒ ตำบล ได้แก่ ตำบลม่อนปิ่น และตำบลแม่ฮ่อง เมืองที่ติดต่อ คือ บ้านโป่ง
ป่าแหม เมืองต่วน รัฐฉาน

อำเภอเชียงดาว : ๑ ตำบล ได้แก่ ตำบลเมืองนา เมืองที่ติดต่อ คือ บ้านน้ำยุม เมืองต่วนรัฐฉาน

อำเภอเวียงแหง : ๓ ตำบล ได้แก่ ตำบลเปียงหลวง ตำบลเมืองแหง และตำบลแสนไห
เมืองที่ติดต่อ คือ บ้านบางใหม่สูง บ้านปางเสือเฒ่า บ้านกองเฮือปิน เมืองต่วน รัฐฉาน

อำเภอไชยปราการ: ๑ ตำบล ได้แก่ ตำบลหนองบัว เมืองที่ติดต่อ คือ บ้านโป่งป่าแหม
เมืองต่วน รัฐฉาน

๑.๔ ลักษณะภูมิอากาศ

เป็นจังหวัดที่มีสภาพอากาศค่อนข้างเย็นเกือบตลอดทั้งปี มีอุณหภูมิ เฉลี่ยทั้งปี ๒๕.๔ องศาเซลเซียส โดยมีค่าอุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย ๓๑.๘ องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย ๒๐.๑ องศาเซลเซียส มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย ๑,๑๐๐ - ๑,๒๐๐ มิลลิเมตร สภาพภูมิอากาศจังหวัดเชียงใหม่อยู่ภายใต้อิทธิพลมรสุม ๒ ชนิด คือ ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือแบ่งภูมิอากาศออกเป็น ๓ ฤดู ได้แก่ ๑) ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ๒) ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ และ ๓) ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม

๑.๕ การคมนาคม

การคมนาคมทางบก รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารสาธารณะ รถแท็กซี่เชียงใหม่ จักรยานสาธารณะ รถสาธารณะประเภทอื่น

การคมนาคมทางอากาศ จังหวัดเชียงใหม่มีสนามบินนานาชาติ ขนาดใหญ่เป็นอันดับ ๓ ของประเทศ รองจากสนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินดอนเมือง ปัจจุบันท่าอากาศยานเชียงใหม่มีสายการบิน ที่ให้บริการภายในประเทศจำนวน ๗ สายการบินและมีสายการบินระหว่างประเทศจำนวน ๒๓ สายการบิน โดยมีเส้นทางการบินในประเทศจำนวน ๑๓ เส้นทางบิน และเส้นทางการบินระหว่างประเทศจำนวน ๑๙ เส้นทางบิน

๒. ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

๒.๑ ภาพรวมเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ จังหวัดเชียงใหม่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมมูลค่า ๒๑๗,๙๕๑ ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ จำนวน ๑๕,๖๓๗ ล้านบาท (ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ มีมูลค่า ๒๐๒,๓๑๔ ล้านบาท) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP per capita) ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ มีมูลค่า ๑๒๖,๙๗๖ บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. ๒๕๕๗ มูลค่า จำนวน ๙,๔๕๓ ล้านบาท (ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ มีมูลค่า ๑๑๗,๕๒๓ บาท) นอกจากนี้ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๕ - พ.ศ. ๒๕๕๗ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากรายได้จากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาขาการโรงแรมและภัตตาคาร การขนส่งคมนาคม การบริการด้านสุขภาพ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ขึ้นอยู่กับภาคนอกเกษตรร้อยละ ๗๗.๕๑ (๑๖๘,๙๕๓ ล้านบาท) และภาคเกษตรร้อยละ ๒๒.๔๘ (๔๘,๙๙๙ ล้านบาท) โดยสาขาการผลิตที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัด ได้แก่ อันดับ ๑ สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์และป่าไม้ ร้อยละ ๒๒.๓๘ อันดับ ๒ สาขาโรงแรมและภัตตาคาร ร้อยละ ๘.๓๔ อันดับ ๓ สาขาการขนส่ง การขายปลีก ร้อยละ ๑๓.๖๑ อันดับ ๔ สาขาอุตสาหกรรม ร้อยละ ๗.๖๙ อันดับ ๕ สาขาตัวกลางทางการเงิน ร้อยละ ๗.๕๖ อันดับ ๖ สาขาการศึกษา ร้อยละ ๘.๓๗ อันดับ ๗ สาขาบริหารราชการ ร้อยละ ๕.๗๓ อันดับ ๘ สาขาการขนส่ง ร้อยละ ๕.๗๓ และสาขาอื่นๆ ร้อยละ ๑๙.๔๘

โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ หากเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๗ จะเห็นได้ว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์ลดลงจากปีก่อน จำนวน ๓,๒๖๕ ล้านบาท โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์สาขาโรงแรมและภัตตาคารลดลงอย่างเห็นได้ชัด และสาขาอุตสาหกรรม สาขาและหัตถกรรมทำเหมืองแร่และหิน รวมไปถึงสาขาอื่นๆ (การประมง, การไฟฟ้า, การก่อสร้าง, บริการด้านอสังหาริมทรัพย์, บริการด้านสุขภาพ, การให้บริการชุมชน, ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล) ลดลงตามมาด้วย

๒.๒ เศรษฐกิจรายสาขา

ภาคการท่องเที่ยวและบริการ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีภูมิทัศน์ที่งดงาม ศิลปกรรม วรรณคดี วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณี มีเอกลักษณ์เฉพาะของชาวล้านนา มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีร้านอาหาร โรงแรม บุติค รีสอร์ท และโฮมสเตย์ที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก จึงเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จนทำให้เชียงใหม่กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญระดับโลก

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

๑) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงามหรือความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ดอยอ่างขาง ดอยปุย ขุนช่างเคี่ยน น้ำตกห้วยแก้ว น้ำตกมณฑาธาร ห้วยตึงเฒ่า น้ำพุร้อนสันกำแพง น้ำตกตาดหมอก อุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ น้ำตกแม่ยะ กิวแม่ปาน เป็นต้น

๒) สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม บนพื้นฐานวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และประวัติศาสตร์อันยาวนาน ตัวอย่างเช่น หมู่บ้านตำร่มบ่อสร้าง ชุมชนวัดเกตการาม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดคู่อเต๊าะ วัดอุโมงค์ วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร เป็นต้น

๓) สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ ตัวอย่างเช่น อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ เวียงกุมกาม อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย เป็นต้น

๔) สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ตัวอย่างเช่น สวนสัตว์เชียงใหม่ ถนนคนเดินวัวลาย ถนนคนเดินท่าแพ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี เป็นต้น

รางวัลด้านการท่องเที่ยว

๑) ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับรางวัล “Best Destination” เมืองท่องเที่ยวยอดเยี่ยมของนักท่องเที่ยวจีน และงานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับของจังหวัดเชียงใหม่ได้รับรางวัล “Flower Festival of The year” โดยได้รับการคัดเลือกจาก International Garden Tourism Network ของยุโรป

๒) ปี พ.ศ. ๒๕๕๙ จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก (World’s Best Awards) ของนิตยสารทราเวล แอนด์ เลชเชอร์ (สหรัฐอเมริกา) มีทั้งหมด ๒๕ อันดับ ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ ๑ ของเอเชีย และเป็นอันดับที่ ๒ ของโลก โดยมีประเด็น

การชิวัด อาทิ สายการบิน ความสะดวกสบาย โรงแรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รวมไปถึงความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยว สามารถใช้ภาษาสื่อสาร แนะนำเส้นทาง สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ได้เป็นอย่างดี

๓) ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับรางวัล “World’s Best Cities” เมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ ๓ ของโลก จากการจัดอันดับของนิตยสาร Travel and Leisure และรางวัล “Asia Best Cities” อันดับหนึ่งของเอเชีย จากการจัดอันดับของนิตยสาร Travel and Leisure

- จำนวนนักท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเชียงใหม่จำนวน ๙,๖๒๓,๙๕๘ คน แยกเป็นชาวไทย ๖,๗๒๑,๘๑๙ คน (ร้อยละ ๖๙.๘๔) ชาวต่างประเทศ ๒,๙๐๒,๑๓๙ คน (ร้อยละ ๓๐.๑๕) เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๕๘ จำนวน ๓๓๗,๖๕๑ คน (ร้อยละ ๒.๐๖) โดยมีค่าเฉลี่ยการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวรวม ๕ ปี เท่ากับร้อยละ ๑๙.๘ โดยชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาจังหวัดเชียงใหม่ ๕ อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ และ ประเทศฝรั่งเศส ตามลำดับ โดยอัตราการนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่มายังจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ถึงร้อยละ ๓๐.๐๕

- รายได้จากการท่องเที่ยว

ในปี ๒๕๕๙ นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่สร้างรายได้แก่จังหวัด ๙๐,๑๓๗ ล้านบาท ซึ่งแยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ๕๖,๓๑๗ ล้านบาท (ร้อยละ ๖๒.๔๗) และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ๓๓,๘๑๙ ล้านบาท (ร้อยละ ๓๗.๖๓) เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๕๘ จำนวน ๗,๕๖๗ ล้านบาท หรือ ร้อยละ ๔.๓๘ และเพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๕๕ ร้อยละ ๖๗.๓๔ โดยมีค่าเฉลี่ยการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมทั้ง ๕ ปี เท่ากับร้อยละ ๕๕.๗๗

ภาคการเกษตร

จังหวัดเชียงใหม่มีเนื้อที่ทั้งหมด ๑๒,๕๖๖,๙๑๑ ไร่ โดยเป็นพื้นที่การเกษตรประมาณ ๑,๘๓๐,๒๙๑ ไร่ สามารถแยกเป็นพื้นที่ปลูกข้าว ๕๔๑,๓๒๐ ไร่ (ร้อยละ ๒๙.๖) ปลูกพืชไร่ ๒๐๙,๘๔๔ ไร่ (ร้อยละ ๑๑.๕) ปลูกไม้ผลและไม้ยืนต้น ๗๐๘,๐๕๗ ไร่ (ร้อยละ ๓๘.๗) ปลูกสวนผักและไม้ดอก ๑๒๒,๘๗๕ ไร่ (ร้อยละ ๖.๗) และอื่นๆ ๒๔๘,๐๙๕ ไร่ (ร้อยละ ๑๓.๖) อีกทั้งยังมีครัวเรือนภาคการเกษตรจำนวน ๒๐๓,๒๙๒ ครัวเรือน แบ่งเป็น ๓ ลักษณะการทำเกษตร ได้แก่ การเพาะปลูกพืช ๑๒๙,๐๙๕ ครัวเรือน การเลี้ยงปศุสัตว์ ๙๓,๘๐๐ ครัวเรือน และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในพื้นที่น้ำจืด ๒,๘๖๗ ครัวเรือน ถือว่ามีผู้ถือครองทำการเกษตรเป็นอันดับที่ ๑๕ ของประเทศ

จังหวัดเชียงใหม่ มีผลิตภัณฑ์ภาคเกษตรที่สำคัญหลายชนิด ผลิตภัณฑ์ด้านพืช ประกอบด้วย ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ลำไย ลิ้นจี่ หอมแดง กระเทียม หอมหัวใหญ่ ผลิตภัณฑ์ด้านปศุสัตว์ ประกอบด้วย โคนม โคนเนื้อ สุกร ไก่ไข่ ไก่เนื้อ และผลิตภัณฑ์ด้านประมง ประกอบด้วย ปลานิล

ภาคอุตสาหกรรม

มูลค่าผลิตภัณฑ์ภาคอุตสาหกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ มีมูลค่า ๒๑,๙๕๙ ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. ๒๕๕๗ จำนวน ๔๐๕ ล้านบาท (ปี พ.ศ.๒๕๕๗ มีมูลค่า ๒๒,๓๖๔ ล้านบาท) โดยสาขาที่มีมูลค่าสูงสุด ได้แก่ สาขาอุตสาหกรรม (๑๖,๗๗๙ ล้านบาท) รองลงมา คือ สาขาการไฟฟ้าแก๊สและการประปา (๔,๐๖๘ ล้านบาท) และสาขาที่มีมูลค่าต่ำสุด ได้แก่ สาขาการทำเหมืองแร่และเหมืองหิน (๑,๑๔๒ ล้านบาท) นอกจากนี้ ข้อมูลจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ ได้รายงานความเคลื่อนไหวการลงทุนอุตสาหกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๐ พบว่า มีโรงงานแจ้งประกอบกิจการจำนวนทั้งสิ้น ๑,๖๐๐ โรงงาน เงินลงทุนรวม ๓๓,๐๒๔ ล้านบาท และมีจำนวนคนงาน ๔๐,๕๗๕ คน โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนมากที่สุด ๓ อันดับแรกของจังหวัด ได้แก่ ๑) กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอื่น ๆ ประกอบด้วย

การผลิตเกี่ยวกับการผลิตจำหน่ายและส่งออกซึ่งผลิตภัณฑ์ เครื่องทอง เครื่องเงิน เครื่องทองลงหิน เครื่องถม เครื่องเงิน เครื่องประดับ การผลิตลูกปัดแก้ว การผลิตของเล่นจากไม้ ห้อยเย็บและห้อยแขวนเพื่อเก็บพืช ผัก ผลไม้ การไม้ บด หรือย่อยหิน การชักอบริด เสื้อผ้า ผ้าคลุมเตียง ผ้าห่ม เป็นต้น **๒) กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากพืช** ประกอบด้วย กิจกรรมเกี่ยวกับการสีข้าว บ่มและอบใบยาสูบ อบเมล็ดพืชทุกชนิดและอบพืชผลทางการเกษตร การคัดแยกเมล็ดพืช ล้าง คัดแยกขนาดและเคลือบผิวส้ม เป็นต้น และ **๓) อุตสาหกรรมอาหาร** ประกอบด้วย การผลิตเกี่ยวกับการแปรรูปผักและผลไม้ การแช่-แข็งทุกชนิด ผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่อาหาร เครื่องดื่ม ผลิตน้ำแข็ง ผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้ง การถนอมพืชหรือผลไม้ เป็นต้น

ภาคการค้าการลงทุน

ใน ๙ เดือนแรก (ม.ค. - ก.ย.) ของปี พ.ศ. ๒๕๖๐ มีจำนวนคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ภาคเหนือ ๑๗ จังหวัด มีจำนวน ๕๐ โครงการ มีมูลค่าเงินลงทุน ๑๐,๔๔๕ ล้านบาท จะก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งสิ้น ๓,๒๒๔ คน ซึ่งสามารถจำแนกประเภทกิจการ ได้แก่ ๑) หมวดเกษตรกรรมและผลิตผลการเกษตร ๒) หมวดบริการและสาธารณูปโภค ๓) หมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ๔) หมวดอุตสาหกรรมเบา และ ๕) หมวดผลิตภัณฑ์โลหะเครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง

การค้าชายแดน

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในสองจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ ที่มีพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยอีกจังหวัดคือจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีพื้นที่ชายแดนกับสหภาพเมียนมาร์เช่นกัน โดยจังหวัดเชียงใหม่มีแนวทางการวางอุทยานโลจิสติกส์ (Logistics Parks) ให้รองรับการขยายตัวของเมือง ๒ มิติ คือ การจัดสร้างสนามบินนานาชาติแห่งใหม่เพื่อเป็นศูนย์กลางทางการบิน (Aviation Hub) และการพัฒนาระดับจุดผ่อนปรนทางการค้าเป็นจุดผ่านแดนถาวร ณ จุดผ่อนปรนกัวผาวอก ณ ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยมียุทธศาสตร์ในการเชื่อมโยงกับภูมิภาคที่สำคัญ ๒ แห่ง คือ อนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) และกลุ่มประเทศภายใต้กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาค "ความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ" (Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation: BIMSTEC) ผ่านทางสหภาพเมียนมาร์ จากการค้ากับประเทศสหภาพเมียนมาร์ในปี ๒๕๕๐ หลังจากมีการเปิดด่านอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐ โดยมีมูลค่ารวม ๑๘๒.๗๖ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณ ๗.๒๗ เท่า เกินดุลการค้า ๓๔.๓ ล้านบาท การค้าชายแดนกับประเทศเมียนมาร์มีมูลค่าการส่งออกสูงกว่ามูลค่าการนำเข้า ปี ๒๕๕๑ มีมูลค่าการค้ารวม ๓๓๙.๘๕ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ ๘๕.๙๖ เกินดุลการค้า ๑๓๗.๐๘ ล้านบาท โดยมีมูลค่าการส่งออก ๒๓๘.๔๖ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ ๑๒๐ สินค้าส่งออกที่สำคัญได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิง รถแทรกเตอร์ (ส่งออกไปใช้งานชั่วคราว) รถจักรยานยนต์ เป็นต้น ส่วนการนำเข้ามีมูลค่า ๑๐๑.๓๘๔ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๕๘ สินค้านำเข้าที่สำคัญได้แก่ ไม้สัก ไม้เต็ง และไม้รังที่ยังไม่ได้แปรรูป เครื่องจักรและเครื่องจักรกล เป็นต้น จนกระทั่งในปี ๒๕๕๕ มีการสั่งปิดด่าน เมื่อวันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๕๕ ส่งผลให้ภาวะการค้าซบเซาลง

ในช่วงที่ผ่านมาจังหวัดเชียงใหม่ได้มีความพยายามในการผลักดันการยกระดับจุดผ่อนปรนกัวผาวอก และจุดผ่อนปรนบ้านหลักแต่ง เป็นด่านถาวรเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการค้าชายแดน การเชื่อมโยงการค้าการลงทุนของจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภาคเหนือตอนบนไปยังประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในกรอบอนุภูมิภาคต่อไป

ผลิตภัณฑ์ชุมชน

จังหวัดเชียงใหม่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย มีการต่อยอดพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยอย่างสร้างสรรค์ และมีการผลิตสินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือที่เรียกว่า “อัตลักษณ์ล้านนา” เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องปั้นดินเผา ไม้แกะสลัก การนวดแผนไทย ที่สามารถทำตลาดได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำไปสู่การจ้างงาน และการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ จังหวัดเชียงใหม่สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่าย OTOP จำนวน ๗,๓๖๕,๑๑๙,๓๔๑ บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ที่มีมูลค่า ๖,๖๓๙,๗๑๕,๕๑๖ บาท ถึง ๗,๒๕,๔๐๓,๘๒๕ บาท และในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ มียอดจำหน่าย OTOP จำนวน ๗,๐๒๘,๘๔๑,๖๘๒ บาท มีผู้ประกอบการ OTOP ที่ลงทะเบียนในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ จำนวนทั้งสิ้น ๑,๑๘๘ ราย รวมมีจำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งสิ้น ๓,๓๔๗ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้ ๑) ประเภทอาหาร จำนวน ๕๕๐ ผลิตภัณฑ์ ๒) ประเภทเครื่องดื่มน้ำ จำนวน ๒๗๓ ผลิตภัณฑ์ ๓) ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย จำนวน ๑,๐๙๗ ผลิตภัณฑ์ ๔) ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน ๙๘๕ ผลิตภัณฑ์ และ ๕) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน ๔๔๒ ผลิตภัณฑ์

๓. ข้อมูลด้านสังคมและความมั่นคง

๓.๑ ข้อมูลการปกครอง/ข้อมูลประชากร

จังหวัดเชียงใหม่แบ่งเขตการปกครองออกเป็น ๒๕ อำเภอ ๒๐๔ ตำบล และ ๒,๐๖๖ หมู่บ้าน ประชากร ๑,๗๔๖,๘๔๐ คน เป็นชาย ๘๔๗,๕๒๑ คน และหญิง ๘๙๙,๓๑๙ คน (ข้อมูล ณ มกราคม ๒๕๖๑)

๓.๒ ข้อมูลส่วนราชการ/หน่วยงาน

ส่วนราชการ/หน่วยงานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย หน่วยงานบริหารราชการส่วนกลาง จำนวน ๑๖๖ แห่ง หน่วยงานราชการส่วนภูมิภาค จำนวน ๓๔ แห่ง และหน่วยงานบริหารราชการส่วนท้องถิ่น จำนวน ๒๑๑ แห่ง แบ่งเป็น องค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน ๑ แห่ง เทศบาลนคร จำนวน ๑ แห่ง เทศบาลเมือง จำนวน ๔ แห่ง เทศบาลตำบล จำนวน ๑๑๖ แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน ๘๙ แห่ง

๓.๓ ข้อมูลด้านการศึกษา

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานศึกษา ปีการศึกษา ๒๕๕๙ รวมทั้งสิ้น ๗๘๑ แห่ง โดยแยกเป็นระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา และอุดมศึกษา มีจำนวนครู/อาจารย์ รวมทั้งสิ้น ๑๔,๙๙๐ คน และมีจำนวนนักเรียน/นักศึกษา รวมทั้งสิ้น ๒๘๗,๕๖๙ คนซึ่งหากเทียบอัตราส่วนระหว่างครู ต่อนักเรียน นักศึกษา เป็น ๑ : ๑๙

๓.๔ ข้อมูลด้านศาสนา

จังหวัดเชียงใหม่ มีศาสนสถานประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในทุกอำเภอ รวมทั้งสิ้น ๑,๓๖๘ แห่ง จำแนกเป็น วัด จำนวน ๘๕๘ แห่ง และสำนักสงฆ์ จำนวน ๕๑๐ แห่ง โดยมีศาสนบุคคลที่ดำเนินการพิธีทางศาสนา ทั้งหมด ๑๑,๖๘๒ รูป ประกอบด้วย พระภิกษุ ๖,๓๔๐ รูป และสามเณร ๕,๓๔๒ รูป

๓.๕ ข้อมูลด้านวัฒนธรรม

แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของจังหวัด

จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของจังหวัด รวมทั้งสิ้น ๑,๐๗๓ แห่ง ประกอบด้วย ศูนย์วัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ หอสมุด หอจดหมายเหตุ และแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมอื่นๆ ที่สำคัญ

ขนบธรรมเนียมประเพณีสำคัญของจังหวัด

จังหวัดเชียงใหม่ มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่สำคัญของจังหวัด อาทิ ประเพณีตานหลวงไฟพระเจ้า / วัดป่าปางหลวงหรือวัดป่าแดด ประเพณีปอยหลวง, ปอยน้อย ประเพณีปีใหม่เมือง, ประเพณีสืบชะตาบ้าน ประเพณีปอยส่งล่อง งานสืบสานตำนานไทลื้อ พิธีสักการะกู่เจ้าหลวงเชียงใหม่ ประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ ประเพณีเดินขึ้นดอยสุเทพ / ลานครูบาศรีวิชัย-วัดพระธาตุดอยสุเทพ ประเพณีสงกรานต์พระพุทธรูป วัดพระบาทตะเมาะ ประเพณีเข้าอินทขิล / วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร อำเภอเมืองเชียงใหม่ ประเพณีสืบชะตาเมือง / ประตู่เมือง ๕ ประตู่และ สีแจ่งเวียง ประเพณีวันเข้าพรรษา, ประเพณีคนเฒ่าเข้าวัดจำศีล ประเพณีปูพเพตพลีประเพณีวันออกพรรษา ประเพณีเดือนยี่เป็ง งานแอ้วเฮือน เยือนพญา

เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณีที่สำคัญและมีชื่อเสียงของจังหวัด

- **ด้านหัตถกรรม/ช่างฝีมือ** ได้แก่ เครื่องประดับเงิน (ชนเผ่า), งานใบตอง, ทอเสื่อกก, เครื่องเคลือบศิลาดล, ชันแดง, ปั่นน้ำตัน, ทอผ้า (ผ้าฝ้ายทอมือ), ทอผ้าไหมสันกำแพง, ทอผ้าไทยลื้อ บ้านลวงใต้, ทอตุ่ง, ผ้าทอกะเหรี่ยง, จักสานหวาย, ผ้าทอตีนจก (ลายน้ำท่วม), จักสานไม้ไผ่, ลมรักปิดทอง, ปั่นตุ๊กตายิ้ม, บายศรี, เครื่องดนตรีพื้นเมือง สะล้อ ซึง ซลู่, ตัดตุ่ง, ร่มสันกำแพง, ปิ่นปักผมทโบริมาณ, ทำปราสาท, ต้องลายกระดาศ ฯลฯ

- **ด้านอาหาร** ได้แก่ ข้าวแตน, น้ำพริกคั่วทราย, ถั่วเน่าเค็ม, น้ำปูและถั่วเน่าเมอะ, ใส่อั่ว, ผลิตภัณฑ์จากกล้วย, ขนมวงน้ำอ้อย, ข้าวเงี้ยว, ข้าวซอย, ขนมจีนน้ำเงี้ยว, ลาบ (หมู/เนื้อ) ฯลฯ

- **ด้านศิลปะการแสดงและดนตรี** ได้แก่ การขับซอ, กลองสะบัดชัย, กลองชัยมงคลพ่อครูมานพ, ยารนะ (ศิลปะแห่งชาติ), ฟ้อนก๋ายลาย, การขับลื้อ, ฟ้อนลื้อ, ฟ้อนเล็บ, ฟ้อนไทเขิน, สะล้อ ซึง, ลีเกไทใหญ่, ฟ้อนนกกิ่งกะหร่า (ก้านก ก้าโต) ฯลฯ

๓.๖ ข้อมูลด้านสาธารณสุข

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานบริการด้านสาธารณสุขประเภทที่มีเตียงรับผู้ป่วยไว้ค้างคืน ๔๘ แห่ง ๖,๓๐๑ เตียง จำแนกเป็นประเภทบริการทั่วไป ๔๒ แห่ง และประเภทบริการเฉพาะโรค จำนวน ๖ แห่ง ในจำนวนนี้เป็นสถานบริการสาธารณสุขแยกตามสังกัด ได้แก่ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ๒๔ แห่ง นอกสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ๕ แห่ง สังกัดกระทรวงอื่นๆ ๕ แห่ง และสังกัดเอกชน ๑๔ แห่ง โดยมีบุคลากรทางด้านสาธารณสุข รวมทั้งสิ้น ๒,๘๘๕ คน จำแนกเป็น แพทย์ ๔๕๑ คน พยาบาลวิชาชีพ ๒,๐๘๑ คน ทันตแพทย์ ๑๓๓ คน และ เภสัชกร ๒๒๐ คน

๓.๗ ข้อมูลด้านแรงงาน

ประชากรและกำลังแรงงาน

ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ในไตรมาส ๓ (เดือนกรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๐) พบว่า มีประชากรอายุตั้งแต่ ๑๕ ปีขึ้นไป จำนวน ๑,๔๖๑,๑๔๑ คน ผู้อยู่ในกำลังแรงงาน จำนวน ๑,๐๐๑,๔๔๓ คน ผู้มีงานทำ จำนวน ๘๘๒,๑๔๒ คน และผู้ว่างงาน จำนวน ๑๘๙,๓๐๑ คน และผู้กำลังแรงงานที่รอฤดูกาล จำนวน ๕๐๘ คน ผู้มีงานทำในจังหวัดเชียงใหม่ ภาคเกษตรกรรม มีจำนวน ๓๓๙,๖๕๑ คน หรือร้อยละ ๓๔.๕๘ และทำงาน

นอกภาคเกษตรกรรม จำนวน ๖๔๒,๔๙๑ คนหรือร้อยละ ๖๕.๔๒ ของผู้มีงานทำทั้งจังหวัด โดยมีประเภทการทำงานด้านเกษตรกรรมการล่าสัตว์ และการประมงมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ ๓๔.๒๕ หรือจำนวน ๓๓๖,๓๙๒ คน รองลงมาคือ กิจกรรมการขายส่งการขายปลีกร้อยละ ๑๕.๙๒ จำนวน ๑๕๖,๔๐๓ คน และผู้มีงานทำส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาจำนวน ๓๖๗,๑๙๕ คนหรือร้อยละ ๒๕.๑๓ ของจำนวนประชากรที่มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป

การว่างงาน

จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ว่างงาน จำนวน ๑๘,๗๙๒ คนหรือมีอัตราการว่างงานร้อยละ ๑.๘๘ แรงงานต่างด้าวเข้าเมืองโดยถูกต้องตามกฎหมายและได้รับอนุญาตให้ทำงาน ซึ่งในไตรมาสนี้เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าเล็กน้อย มีจำนวน ๖๓,๙๙๖ คน ในจำนวนนี้แรงงานต่างด้าวตามมาตราเก้า (ชั่วคราวทั่วไป) จำนวน ๕,๒๒๗ คนหรือร้อยละ ๘.๑๗ ตามมาตรา ๑๒ ส่งเสริมการลงทุน (BOI) จำนวน ๗๐๔ คนหรือร้อยละ หนึ่ง การนำเข้าแบบ MOU จำนวน ๑๓๕๗ คนหรือร้อยละ ๒.๑๒ พิสูจน์สัญชาติจำนวน ๕๖,๗๐๙ คนหรือร้อยละ ๘๘.๖๑ สำหรับแรงงานต่างด้าวตามมติคณะรัฐมนตรี (บัตรสีชมพู คสช.) เป็นแรงงานที่ได้รับอนุญาตให้มาทำงานเป็นชั่วคราวสามสัญชาติ ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงานในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงไตรมาส ๓ (เดือนกรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๐) มีจำนวน ๓๐,๒๖๘ คน จำแนกเป็นสัญชาติเมียนมาร์ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๒๖ จำนวน ๒๙,๗๔๑ คน สัญชาติลาวร้อยละ ๑.๑๔ (จำนวน ๑๙๐ คน) และสัญชาติกัมพูชาร้อยละ ๐.๘๙ (จำนวน ๓๕๔ คน) นอกจากนี้พบว่า มี รายงานประเภทชนกลุ่มน้อย (มาตรา ๑๓) จำนวน ๒๓,๒๐๖ คน

การคุ้มครองแรงงาน

จากการตรวจสอบสถานประกอบการทั้งสิ้นจำนวน ๓๐๖ แห่ง พบว่า มีลูกจ้างที่ผ่านการตรวจจำนวนทั้งสิ้น ๑๒,๑๐๔ คน สถานประกอบการที่ตรวจ พบว่า เป็นสถานประกอบการขนาดเล็กที่มี จำนวนลูกจ้าง ๕-๖ คนจำนวน ๗๗ แห่ง อยู่ที่ร้อยละ ๒๕.๑๖ โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ ๑๐๕.๕๖ ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายซึ่งสถานประกอบการที่ปฏิบัติไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ร้อยละ ๑๗.๖๕

การเลิกจ้างแรงงาน

สถานประกอบกิจการที่เลิกกิจการและลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้างในจังหวัดเชียงใหม่ และไตรมาส ๓ (เดือนกรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๐) พบว่า สถานประกอบการที่เลิกกิจการ มีจำนวน ๒๗ แห่ง ลูกจ้างถูกเลิกจ้าง จำนวน ๒๑ คน ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดเล็กหนึ่งถึงสี่คน มีจำนวน ๒๖ แห่ง มีลูกจ้างถูกเลิกจ้างจำนวน ๑๕ คน ทั้งนี้ มีจำนวนสถานประกอบการหยุดกิจการเป็นการชั่วคราวจำนวน ๒๐ แห่ง ลูกจ้างถูกเลิกจ้างจำนวน ๘๐ คน

๓.๘ ความสัมพันธ์เมืองพี่เมืองน้อง

จังหวัดเชียงใหม่ได้ลงนามสถาปนาความสัมพันธ์เมืองพี่เมืองน้องกับนคร และเมืองต่างๆ ในต่างประเทศ ดังนี้

เทศบาลนครเชียงใหม่

- ปี พ.ศ.๒๕๓๒ ได้ลงนามบันทึกมิตรภาพกับ เมืองอูโอซุ จังหวัดโทยามา ประเทศญี่ปุ่น

หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่

- ปี พ.ศ.๒๕๔๖ ได้ลงนามสถาปนาความสัมพันธ์กับ หอการค้าสภาอุตสาหกรรมเมืองจิตตะกอง ประเทศบังคลาเทศ (หอการค้าคูมิตร)
- ปี พ.ศ.๒๕๔๙ ได้ลงนามสถาปนาความสัมพันธ์กับ หอการค้าเมืองลียง ประเทศฝรั่งเศส (บันทึกความร่วมมือระหว่างหอการค้า)

- ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงส่งเสริมการค้าระหว่างกันกับหอการค้าเมืองตองยี สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

- ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงส่งเสริมการค้าระหว่างกันกับหอการค้าเมืองท่าชีเหล็ก สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

- ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงส่งเสริมการค้าระหว่างกันกับหอการค้าเมืองเชียงตุง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

- ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงสนับสนุนและกระชับความสัมพันธ์ทางธุรกิจในการร่วมพัฒนาด้านการค้าและด้านธุรกิจกับ หอการค้าเมืองสุมาตราเหนือ ประเทศอินโดนีเซีย

- ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงส่งเสริมการค้าระหว่างกันกับหอการค้าเมืองมณฑลเฉยลี่ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นที่ตั้งของสถานกงสุลใหญ่ สถานกงสุล สถานกงสุลใหญ่ กิตติมศักดิ์ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์ประเทศต่างๆ ดังนี้

ประเภท	ประเทศ
สถานกงสุลใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่	สถานกงสุลใหญ่ญี่ปุ่น ณ นครเชียงใหม่ สถานกงสุลใหญ่สหรัฐอเมริกา เชียงใหม่ สถานกงสุลใหญ่แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ประจำเชียงใหม่ สถานกงสุลใหญ่สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ณ จังหวัดเชียงใหม่
สถานกงสุลจังหวัดเชียงใหม่	สถานกงสุลอินเดียประจำจังหวัดเชียงใหม่
สถานกงสุลใหญ่กิตติมศักดิ์ จังหวัดเชียงใหม่	สถานกงสุลใหญ่กิตติมศักดิ์สาธารณรัฐประชาชนบังคลาเทศ ประจำจังหวัดเชียงใหม่
สถานกงสุลกิตติมศักดิ์ จังหวัดเชียงใหม่	สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์อิตาลีประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์ออสเตรเลียประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สาธารณรัฐออสเตรเลียประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์ราชอาณาจักรสวีเดนประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สาธารณรัฐเฮลเลนิกประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สาธารณรัฐเกาหลีประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สหราชอาณาจักรประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สาธารณรัฐเช็กประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สาธารณรัฐฝรั่งเศสประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สาธารณรัฐฟินแลนด์ประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สมาพันธรัฐสวิสประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์แคนาดาประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์เปรูประจำจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์สาธารณรัฐโปรตุเกสจังหวัดเชียงใหม่ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์เปรูประจำจังหวัดเชียงใหม่

๓.๙ ความมั่นคง

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน พื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยโดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ ยังต้องเผชิญกับภัยคุกคามในรูปแบบต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงประเทศและของจังหวัดอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้น เช่น ปัญหาการค้ายาเสพติด ปัญหาคนต่างด้าวหลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย ปัญหาแรงงานต่างด้าวทั้งในและนอกระบบ ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว ปัญหาการก่อการร้ายและอาชญากรรมข้ามชาติ ปัญหาด้านสาธารณสุข โรคระบาดติดต่อ การบุกรุกทำลายป่าไม้และทรัพยากรธรรมชาติ ปัญหาสาธารณสุขภัยและภัยธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา สิ่งแวดล้อม รวมถึงปัญหาความขัดแย้งและความแตกแยกทางความคิดของคนภายในสังคมที่เกิดจากสถานการณ์ด้านการเมือง ความขัดแย้งของกลุ่มผลประโยชน์ที่ก่อให้เกิดปัญหาความมั่นคงภายใน รวมทั้งสภาพแวดล้อมของปัญหาความมั่นคงที่เกิดจากผลกระทบและการขยายตัวของปัญหาความมั่นคงจากประเทศเพื่อนบ้านและสังคมโลกในปัจจุบัน

๔. ข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๔.๑ ทรัพยากรธรณี

จังหวัดเชียงใหม่มีการผลิตแร่ธาตุที่สำคัญ ๘ ชนิด ได้แก่ ถ่านหิน เฟลด์สปาร์ แมงกานีส ดีบุก ดินขาว ฟลูออไรต์ และแร่หิน นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังมีแหล่งทรัพยากรธรณีที่สำคัญ เช่น แหล่งปิโตรเลียม อำเภอดอยสะเก็ด นอกจากนี้ยังมีสภาพธรณีวิทยาที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอีกหลายแห่ง เช่น บ่อน้ำพุร้อน อำเภอสันกำแพง ไปงเคียด อำเภอมะแตง และบ่อน้ำแร่ธรรมชาติ อำเภอมะริม เป็นต้น

๔.๒ ทรัพยากรป่าไม้

จังหวัดเชียงใหม่มีป่าไม้หลายประเภท ประกอบด้วยป่าดิบเขา ป่าดิบแล้ง ป่าเบญจพรรณป่าเต็งรัง และป่าเต็งรังผสมป่าสนเขา และป่าแดง เป็นต้น พื้นที่ป่าไม้ ประกอบด้วย ป่าธรรมชาติ สวนป่า และป่าฟื้นฟูตามธรรมชาติ โดยมีพื้นที่ป่าไม้อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ๑๒,๒๒๒,๓๙๕.๘๗ ไร่ (พื้นที่ป่าตามกฎกระทรวง) คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๙๓ ของพื้นที่ทั้งจังหวัด แบ่งเป็นป่าสงวนแห่งชาติ จำนวน ๒๕ แห่ง อุทยานแห่งชาติ ๑๔ แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อุทยานแห่งชาติแม่ปิง อุทยานแห่งชาติฮอดหลวง อุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง อุทยานแห่งชาติศรีลานนา อุทยานแห่งชาติแม่ตะไคร้ อุทยานแห่งชาติขุนขาน อุทยานแห่งชาติแม่วาว อุทยานแห่งชาติแม่ไถ อุทยานแห่งชาติผ้าห่มปก อุทยานแห่งชาติฮอดหลวง อุทยานแห่งชาติดอยเวียงผา อุทยานแห่งชาติ ผาแดง และมีวนอุทยานแห่งชาติ ๒ แห่ง คือ วนอุทยานแห่งชาติน้ำตก บัวตอง-น้ำพุเจ็ดสี และวนอุทยานแห่งชาติดอยเวียงแก้ว อีกทั้งยังมีเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า จำนวน ๔ แห่ง และเขตห้ามล่าสัตว์ป่า อีกจำนวน ๑ แห่ง

๔.๓ ทรัพยากรน้ำ

พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำปิง มีเขื่อนภูมิพลเป็นเขตแบ่งลุ่มน้ำปิงตอนบนและลุ่มน้ำปิงตอนล่าง จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งน้ำธรรมชาติประกอบด้วย แม่น้ำ ลำคลอง หนอง และบึงธรรมชาติหลายแห่ง สำหรับแม่น้ำที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่มี ๘ สายด้วยกัน คือ

- **แม่น้ำปิง** เป็นแม่น้ำสายใหญ่และยาวที่สุดประมาณ ๑๖๐๑ กิโลเมตร ต้นน้ำอยู่บริเวณหมู่บ้านเมืองงายของทิวเขาแดนลาวติดพรมแดนตอนเหนือไหลผ่านกลางเมืองเชียงใหม่

- **แม่น้ำฝาง** อยู่ในเขตอำเภอดอยสะเก็ด เป็นแม่น้ำที่ไหลย้อนขึ้นไปทางทิศเหนือ ต้นน้ำเป็นลำธารหลายสายไหลมารวมกันจากตอนใต้สุดของอำเภอดอยสะเก็ด

- **แม่น้ำแม่แตง** ต้นน้ำเกิดจากห้วยลำธารต่างๆ เขตตำบลเมืองแหง อำเภอดอยสะเก็ด ไหลมารวมกันกับน้ำแม่คองในท้องที่อำเภอดอยสะเก็ด กลายเป็นลำน้ำแม่แตงไหลผ่านอำเภอดอยสะเก็ด

- **แม่น้ำแม่จัด** ต้นน้ำเกิดจากห้วยลำธารจากภูเขาซึ่งล้อมรอบตัวอำเภอพร้าว เกิดแม่น้ำสายนี้ไหลผ่านอำเภอดอยสะเก็ดบรรจบกับแม่กั้น แม่ควา ไหลบรรจบแม่น้ำปิงที่อำเภอสันป่าตอง
- **แม่น้ำแม่กวาง** ต้นน้ำเกิดอยู่บนเทือกเขาบริเวณบ้านยางนาน้อยไหลผ่านอำเภอดอยสะเก็ด สันทรายและอำเภอสารภี อำเภอเมืองลำพูน แล้วไหลมาบรรจบกับแม่น้ำปิงบริเวณบ้านสบทา จังหวัดลำพูน
- **แม่น้ำแม่ขาน** ต้นน้ำเกิดอยู่บนเทือกเขาบริเวณบ้านแม่ขานใหญ่ อำเภอสะเมิง ไหลผ่านทุ่งนาบริเวณด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือของอำเภอสันป่าตอง ไหลบรรจบแม่น้ำปิงบริเวณบ้านท่ามะโอ
- **แม่น้ำแม่กลาง** ต้นน้ำเกิดอยู่บนเทือกเขาดอยอินทนนท์ หรือดอยอ่างกา ในเขตอำเภอจอมทอง แล้วไหลผ่านตัวอำเภอจอมทองลงสู่แม่น้ำปิง
- **แม่น้ำแม่แจ่ม** ต้นน้ำเกิดอยู่บนเทือกเขาสาขาของดอยหัวช้างในเขตอำเภอแม่แจ่มไหลมารวมกับลำธารอื่นๆ ในเขตบ้านม่วงป่อง กลายเป็นแม่น้ำแม่แจ่ม

๔.๔ ระบบชลประทาน

จังหวัดเชียงใหม่ มีโครงการพัฒนาแหล่งน้ำจำนวนมากทั้งโครงการขนาดใหญ่ โครงการขนาดกลาง โครงการขนาดเล็ก และโครงการสูบน้ำด้วยไฟฟ้า ซึ่งโครงการเหล่านี้อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ กรมชลประทาน กรมทรัพยากรน้ำ กรมทรัพยากรน้ำบาดาล กรมเจ้าท่า กรมโยธาธิการ และผังเมือง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งองค์การภาคเอกชนโดยแยกเป็น

โครงการขนาดใหญ่ ประกอบด้วย ๓ โครงการ ได้แก่ ๑) โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาแม่แตง อำเภอแม่แตง ๒) โครงการเขื่อนแม่จัดสมบูรณ์ชล อำเภอแม่แตง ๓) โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาแม่กวาง อำเภอดอยสะเก็ด

โครงการขนาดกลาง จำนวน ๓๑ แห่ง อาทิ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ฝ่ายแม่สาว ฝ่ายพญาค่า อ่างเก็บน้ำห้วยแก้ว อ่างเก็บน้ำห้วยหยวก ฝ่ายแม่สาว อ่างเก็บน้ำบ้านแม่ตะไคร้ เป็นต้น

โครงการชลประทานขนาดเล็ก มีจำนวนรวมทั้งสิ้น ๓๑๑ แห่ง พื้นที่ ๔๑๐,๑๗๘ ไร่ ประกอบด้วยโครงการที่มีระบบจำนวน ๘๐,๘๕๐ ไร่ และโครงการที่ไม่มีระบบ ๓๒๙,๓๒๘ ไร่

โครงการชลประทานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น ๓๒๒ แห่ง ประกอบด้วยอ่างเก็บน้ำ ๗๓ แห่ง ฝ่ายทดน้ำ ๑๕๕ แห่ง และอาคารอื่นๆ ๑๐๔ แห่ง

๕. แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔)

๕.๑ การวิเคราะห์ประเด็นการพัฒนาที่เชื่อมโยงกับกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศ ๔ มิติ

๑. มิติการพัฒนาแบบทั่วถึง

ตัวชี้วัดในมิติการพัฒนาแบบทั่วถึงของจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่สูงกว่าค่ากลางประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประชากรที่อยู่ใต้เส้นความยากจน ร้อยละ ๖.๗๔ ต่ำกว่าค่ากลางของประเทศที่ร้อยละ ๓.๖๙ (ค่ากลางของประเทศ คือ ๑๐.๔๓) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนหลุดพ้นจากความยากจนมากขึ้น ส่งผลให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ขณะที่ผู้อยู่ในระบบประกันสังคมต่อกำลังแรงงาน ร้อยละ ๓๒.๔๐ เทียบกับค่ากลางประเทศที่ร้อยละ ๑๘.๗๖ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการมีโครงข่ายความคุ้มครองทางสังคมที่เข้มแข็ง หากมองในเรื่องของการบริการทางด้านสุขภาพ จะเห็นได้ว่า ประชาชนสามารถเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมที่ดีในด้านสาธารณสุข คือ สัดส่วนแพทย์ต่อประชากรของจังหวัดเชียงใหม่มีสัดส่วนประชากรต่อจำนวนแพทย์เท่ากับ ๑,๖๓๓ คน/แพทย์ น้อยกว่าสัดส่วนของประเทศ คือ ๒,๙๘๐ คน/แพทย์ สะท้อนถึงการกระจายการให้บริการสาธารณสุขที่ครอบคลุมในพื้นที่ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นที่ตั้งของสถาบันอุดมศึกษาที่ผลิตแพทย์/บุคลากรทางการแพทย์ชั้นนำของประเทศ และศูนย์กลางการบริการทางการแพทย์ของภาคเหนือ ขณะที่ในด้านการศึกษา จังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยคะแนน O-net ของนักเรียนชั้น

มัธยมศึกษาปีที่ ๓ เท่ากับ ๓๗.๓๗ คะแนน ซึ่งมีผลคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศเล็กน้อย คือ ๓๔.๙๕ คะแนน ส่วนปีการศึกษาเฉลี่ยของประชากรวัยอายุ ๑๕-๕๙ ปี ยังคงต่ำกว่าค่ากลางของประเทศ (๘.๙๐ ปี) คือ ๘.๘๐ ปี อย่างไรก็ตาม การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ในมิติการพัฒนาแบบทั่วถึง ยังคงมีปัญหาจำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของประชากรอายุ ๑๕ - ๕๙ ปี ซึ่งมีค่าต่ำกว่าประเทศเล็กน้อย

๒. มิติการเติบโตทางเศรษฐกิจ

การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ในมิติการเติบโตทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่สูงกว่าค่ากลางของประเทศ โดยเฉพาะในเรื่องของอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด จากปีก่อนหน้า คือ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๒.๖๖ สะท้อนให้เห็นว่าเศรษฐกิจของจังหวัดมีมูลค่าสูงขึ้นและมีเสถียรภาพมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนในจังหวัดมีค่าสูงกว่าประเทศ คือ ร้อยละ ๑.๙๔ เมื่อเทียบกับค่ากลาง คือ ๑.๗๕ ส่วนด้านหนี้เฉลี่ยต่อรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน มีอัตราต่ำกว่า ค่ากลางของประเทศ คือ ๒.๐๙ ขณะที่ค่ากลางของประเทศ คือ ๖.๖๗ อย่างไรก็ตาม อัตราส่วนการออมเฉลี่ยต่อรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ ๒๐.๖๕ มีค่าสูงกว่าประเทศร้อยละ ๐.๖๘ เมื่อเทียบกับของ ประเทศ คือ ๑๙.๙๗ หากดูในเรื่องของผลิตภาพแรงงานของจังหวัด จะเห็นได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงกว่า ค่ากลาง คือ ๑๓๙,๑๑๔ บาท/คน เมื่อเทียบกับค่ากลาง คือ ๑๑๐,๘๙๕ บาท/คน โดยภาพรวมจะเห็นได้ว่า ด้านมิติการเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากจะมีค่าสูงกว่าระดับประเทศ สะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดเชียงใหม่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงประสบปัญหาในเรื่องการว่างงาน ที่มีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ดังนั้น จังหวัดเชียงใหม่จึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างงาน/อาชีพเสริมแก่ประชากรวัยแรงงานให้มากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดด้วย

๓. มิติเติบโตทางเศรษฐกิจสีเขียว

ผลการพัฒนาในมิตินี้ของจังหวัดเชียงใหม่ยังคงต้องได้รับการพัฒนาในทุกตัวชี้วัด เนื่องจาก มีระดับต่ำกว่าค่ากลางของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ป่าไม้ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงของเนื้อที่ป่าไม้ลดลงในปี ๒๕๕๗ คือ ร้อยละ -๗.๗๘ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ซึ่งเท่ากับร้อยละ -๓.๓๒ ขณะเดียวกันยังมีปริมาณขยะที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยประมาณ ๒ เท่าคือ ๖๐๒,๙๘๐ ตัน เทียบกับค่ากลางซึ่งเท่ากับ ๒๔๗,๑๐๕ ตัน ดังนั้น จังหวัดเชียงใหม่จึงต้องให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูพื้นที่ป่าไม้/ป้องกันการบุกรุกพื้นที่ป่า รวมทั้งการบริหารจัดการขยะให้มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง เน้นการจัดการขยะในชุมชน สร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการอนุรักษ์หวงแหวนทรัพยากรป่าไม้ ขณะเดียวกัน จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีสัดส่วนการใช้พลังงานที่สูงกว่าค่ากลางประเทศในทุกตัวชี้วัด โดยสะท้อนถึงการใช้งลังงานที่มาก ไม่ว่าจะเป็น ตัวชี้วัดสัดส่วนปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อยานพาหนะต่อประชากร มีปริมาณ ๓๕๔ ลิตร/คน ขณะที่ค่ากลางของประเทศมีปริมาณ ๒๘๔ ลิตร/คน สัดส่วนปริมาณการใช้ไฟฟ้าภาคครัวเรือนต่อประชากร สัดส่วนการใช้ไฟฟ้าภาคที่ไม่ใช่ครัวเรือนต่อ GPP และสัดส่วนปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงในภาคอุตสาหกรรมต่อ GPP ภาคอุตสาหกรรม ดังนั้น จังหวัดเชียงใหม่จึงต้องให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างประหยัดและเหมาะสม ทั้งในระดับครัวเรือน และสถานประกอบการ

๔. มิติประสิทธิภาพของภาครัฐ

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพของภาครัฐส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี มีค่าคะแนนสูงกว่าค่ากลางของประเทศ ได้แก่ ร้อยละครัวเรือนที่เข้าถึงน้ำประปา ร้อยละครัวเรือนที่เข้าถึงไฟฟ้า ร้อยละของประชากรที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต ซึ่งสะท้อนถึงการเข้าถึงสาธารณูปโภคพื้นฐานของประชาชนในพื้นที่ที่ครอบคลุม รวมทั้งตัวชี้วัด ร้อยละภาษีที่ท้องถิ่นจัดเก็บรายได้ต่อรายได้รวมที่ไม่รวมเงินอุดหนุนและเงินอุดหนุนเฉพาะกิจ ซึ่งเท่ากับ ร้อยละ ๑๕.๕๑ สูงกว่าค่ากลางของประเทศ คือ ร้อยละ ๑๒.๑๙ สะท้อนถึงความสามารถในการจัดหารายได้

ที่เพิ่มขึ้นของท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ประเด็นการพัฒนาที่จังหวัดจะต้องปรับปรุง ได้แก่ ตัวชี้วัดร้อยละสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองคุณภาพ HA ซึ่งมีค่าคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศในจำนวนที่สูง คือร้อยละ ๒๙.๑๗ เมื่อเทียบกับค่ากลางของประเทศ คือ ร้อยละ ๗๔.๗๖ โดยสะท้อนถึงคุณภาพของบริการทางการแพทย์ที่ยังมีความแตกต่างกันในพื้นที่เขตเมืองและพื้นที่ห่างไกล ขณะที่ความสามารถในการเบิกจ่ายงบประมาณของจังหวัดยังคงมีค่าต่ำกว่าค่ากลาง คือ ๗๗.๒๙ ค่ากลางของประเทศ คือ ๙๒.๑๑ ดังนั้น จังหวัดจึงต้องเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือภายในสิ้นปีงบประมาณ

๕.๒ เป้าหมายการพัฒนาจังหวัด

“นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง” (City of Life and Prosperity)

(เมืองที่ให้ความสุขและชีวิตที่มีคุณค่าแก่ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือนในฐานะเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวในระดับโลก)

๕.๓ ตัวชี้วัดความสำเร็จตามเป้าหมายการพัฒนาจังหวัด

เป้าหมายการพัฒนา	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
		พ.ศ. ๒๕๖๑	พ.ศ. ๒๕๖๒	พ.ศ. ๒๕๖๓	พ.ศ. ๒๕๖๔	พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๔
๑. เศรษฐกิจสมดุล และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง	๑. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) / (ร้อยละ)	๒.๔	๒.๖	๒.๘	๓	๓
	๒. รายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ / (ล้านบาท)	๘๓,๕๗๐	๙๔,๕๗๐	๙๕,๕๗๐	๘๖,๕๗๐	๘๖,๕๗๐
	๓. รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนในจังหวัด/(ร้อยละ)	๒.๙๔	๓.๙๔	๔.๙๔	๕.๙๔	๕.๙๔
๒. สังคมน่าอยู่ ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี	๒.๑ ร้อยละของประชากรที่อยู่ใต้เส้นความยากจน (ร้อยละ) *	๖.๒๔	๕.๗๔	๕.๒๔	๔.๗๔	๔.๗๔
	๒.๒ อัตราการว่างงาน / (ร้อยละ)*	๐.๙๔	๐.๘๙	๐.๘๔	๐.๗๙	๐.๗๙
๓. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูและคงอยู่อย่างยั่งยืน	๓.๑ อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ป่าไม้ในจังหวัด/ (ร้อยละ)	๑.๐๑	๑.๑๑	๑.๒๑	๑.๓๑	๑.๓๑
	๓.๒ จำนวนวันที่มีคุณภาพอากาศเกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ลดลง/ (วัน)	๑๘	๑๕	๑๓	๑๐	๑๐
	๓.๓ สัดส่วนขยะ มูลฝอยที่นำกลับมาใช้ใหม่ / (ร้อยละ)	๔๐	๔๐	๔๐	๔๐	๔๐
	๓.๔ สัดส่วนปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อยานพาหนะต่อประชากร/ (ลิตร/คน)*	๓๑๗	๓๐๗	๒๙๗	๒๘๗	๒๘๗
๔. การบริหารจัดการภาครัฐมีความทันสมัยและมีธรรมาภิบาล	๔.๑ ร้อยละของระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	๘๕	๘๗	๘๙	๙๑	๙๑
	๔.๒ ร้อยละการเบิกจ่ายงบประมาณของจังหวัด	๘๕	๘๗	๘๙	๙๑	๙๑

๕.๔ ประเด็นการพัฒนาจังหวัด

ประเด็นการพัฒนาที่ ๑ : ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ เชื่อมโยงชุมชน และท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ
- เพื่อสร้างการเชื่อมโยงของธุรกิจการท่องเที่ยวสู่ชุมชนและท้องถิ่น

เป้าหมายและตัวชี้วัด

- รายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดเพิ่มขึ้น
- จำนวนสถานบริการสุขภาพที่ได้รับการรับรองคุณภาพ HA/ (แห่ง) เพิ่มขึ้น ไม่มีข้อมูล
- อัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้เฉลี่ยของคนครัวเรือนในจังหวัดเพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนา

- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ
- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ
- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนและท้องถิ่น เชื่อมโยงสู่ระดับสากล
- ส่งเสริมและเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์และการตลาดทางการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ

ประเด็นการพัฒนาที่ ๒ : การส่งเสริมการเกษตร การผลิตสินค้าชุมชน การค้า การลงทุน สู่สากล

วัตถุประสงค์

- ยกระดับการผลิตสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น
- สร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดที่เหมาะสม

เป้าหมายและตัวชี้วัด

- อัตราการขยายตัวของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) เพิ่มขึ้น
- รายได้จากการจำหน่ายสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชน
- รายได้จากการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนา

- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเกษตรกร ผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจ
- ส่งเสริมและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการยกระดับการผลิตและการประกอบธุรกิจ
- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต และการประกอบธุรกิจ
- ส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงการผลิตและการประกอบธุรกิจสู่ระดับสากล

ประเด็นการพัฒนาที่ ๓ : การเสริมสร้างสังคมให้มีคุณภาพ คงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์

- พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนทุกกลุ่มวัย
- การสร้างความเป็นธรรมลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

เป้าหมายและตัวชี้วัด

- ร้อยละของประชากรที่อยู่ใต้เส้นความยากจนลดลง
- ค่าสัมประสิทธิ์การกระจายรายได้ลดลง
- คนอายุ ๑๕ - ๖๐ ปี เต็ม มีอาชีพและมีรายได้เพิ่มขึ้น
- อัตราการว่างงานลดลง

แนวทางการพัฒนา

- พัฒนาสู่ศูนย์กลางการศึกษาของภูมิภาคด้วยความเป็นเลิศด้านการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- ส่งเสริมวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีศักยภาพ ร่วมกับเครือข่ายด้านวัฒนธรรมทุกระดับ
- ส่งเสริมคุณธรรม จิตสาธารณะ และประชาธิปไตย
- เสริมสร้างความพร้อมการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ
- พัฒนาคุณภาพคนและสุขภาวะให้เหมาะสมตามช่วงวัย และความหลากหลายของประชากร
- ลดความเหลื่อมล้ำของสังคม ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง

ประเด็นการพัฒนาที่ ๔ : การส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้สมบูรณ์ โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

วัตถุประสงค์

- ป้องกันและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและสร้างระบบการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีส่วนร่วมในรูปแบบของเครือข่าย
- เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์และแก้ไขปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- การสร้างจิตสำนึกสาธารณะ เพิ่มพื้นที่สีเขียว
- พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการของเสียและพลังงาน

เป้าหมายและตัวชี้วัด

- ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าลดลง
- พื้นที่ป่าอนุรักษ์เพิ่มขึ้น
- จำนวนวันที่มีคุณภาพอากาศเกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ลดลง
- อัตราการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ป่าไม้ในจังหวัดเพิ่มขึ้น
- สัดส่วนขยะมูลฝอยที่นำกลับมาใช้ใหม่เพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนา

- ป้องกันทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ สามารถอำนวยความสะดวกได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม
- บริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่เกิดมลพิษทางน้ำ ดิน อากาศ ขยะและของเสียอันตรายให้มีคุณภาพดีขึ้น และพร้อมในการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติ
- ส่งเสริมความเข้าใจและจิตสำนึกของชุมชนในการอนุรักษ์ หวงแหน ลดข้อขัดแย้ง และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในรูปแบบเครือข่าย
- พัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมและการเพิ่มประสิทธิภาพการอนุรักษ์พลังงาน และการใช้พลังงานทดแทนให้เหมาะสมและยั่งยืน

ประเด็นการพัฒนาที่ ๕ : การเสริมสร้างความมั่นคง ความปลอดภัย และความสงบสุขของประชาชน วัตถุประสงค์

- ชุมชนเข้มแข็ง สังคมเมืองปลอดภัยและสงบสุข
- พื้นที่ชายแดนมีความมั่นคง สงบสุข

เป้าหมายและตัวชี้วัด

- สัดส่วนคดีอาชญากรรม (ฐานความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ) ลดลง
- สัดส่วนคดีอาชญากรรม (ความผิดเกี่ยวกับทรัพย์) ลดลง
- อัตราผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุการจราจรทางบกลดลง
- ร้อยละของคดีอาชญากรรม (ฐานข้อหาฆาตกรรม) และครอบครองเพื่อจำหน่าย) เปรียบเทียบกับคดีที่จับกุมทั้งหมดลดลง
- ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของคดีการจับกุมการกระทำความผิดเกี่ยวกับการค้ามนุษย์และความผิดที่เกี่ยวข้องตาม พ.ร.บ.ป้องกันปราบปรามการค้ามนุษย์พ.ศ.๒๕๕๑

แนวทางการพัฒนา

- เพิ่มประสิทธิภาพด้านความมั่นคงภายใน มุ่งเน้นการบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วนเพื่อรับมือกับปัญหาภัยคุกคามด้านความมั่นคงทุกรูปแบบ
- เพิ่มประสิทธิภาพและความพร้อมด้านความมั่นคงตามแนวชายแดน
- ป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติด โดยใช้กลไกพระราชรัฐ
- เพิ่มประสิทธิภาพและเตรียมความพร้อมเพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ประเด็นการพัฒนาที่ ๖ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐและการให้บริการประชาชนตาม หลักธรรมาภิบาล

วัตถุประสงค์

- ประชาชนมีความพึงพอใจในการให้บริการภาครัฐ
- การบริหารภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมายและตัวชี้วัด

- ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการเพิ่มขึ้น
- ร้อยละของการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนเพิ่มขึ้น
- ร้อยละการเบิกจ่ายงบประมาณของจังหวัดเพิ่มขึ้น
- ระดับคุณธรรมและความโปร่งใสการดำเนินงานของหน่วยงาน

แนวทางการพัฒนา

- ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการให้บริการภาครัฐ
- ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารงานภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้

ส่วนที่ ๒

กรอบแนวคิดในการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE

ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนอุตสาหกรรม MICE จังหวัดเชียงใหม่ มีกรอบแนวคิดในการดำเนินการดังนี้

๑. องค์ประกอบ

๒. ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๗๙)

๓. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒(พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

๔. แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๔)

๕. กรอบแนวคิดในการดำเนินงานของการพัฒนาไมซ์ที่ดี

๑. องค์ประกอบ

- M - Meetings** การประชุมของบริษัทเอกชน ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง ทั้งนี้ หมายรวมถึง การฝึกอบรม (Company Training) และ/หรือการท่องเที่ยวสังสรรค์ของพนักงานบริษัท (Company Outing)
- I – Incentives** การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล โดยเป็นการจัดทำเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงานหรือตัวแทนขายของบริษัท และ/หรือบริษัทตัวแทนจำหน่าย เพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายของบริษัทโดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย
- C – Conventions** การประชุมของสมาคม/องค์กร ที่ไม่มุ่งหวังผลทางด้านธุรกิจ (Non-profit Organization) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสาขาอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกันผู้เข้าร่วมประชุมต่างมาร่วมงานด้วยความสมัครใจและเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง
- E – Exhibitions** การจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ โดยเจาะจงหมวดงานแสดงสินค้าตามรายอุตสาหกรรม เพื่อนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

๒. ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๗๙)

รัฐบาลกำหนดกรอบการพัฒนาในระยะยาว เพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมุ่งการพัฒนาเพื่อให้คนไทยมีความสุข เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ พัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ระดับสูง เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว สังคมมีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม สามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ ๖ ด้าน คือ

๑. ความมั่นคง
๒. การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
๓. ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
๔. การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม
๕. การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
๖. การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

๓. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

๑. การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
๒. การสร้างความเป็นธรรมลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
๓. การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
๔. การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน
๕. การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน
๖. การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย
๗. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
๘. การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
๙. การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
๑๐. ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

ตามยุทธศาสตร์ที่ ๙ ให้ภาคเหนือ มีเป้าหมายในการพัฒนาเป็น “ฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง เชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศ ในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง” และมีทิศทางการพัฒนา ๕ แนวทาง คือ

๑. พัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการต่อเนื่องให้มีคุณภาพ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน และกระจายประโยชน์อย่างทั่วถึง รวมทั้งต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการที่มีศักยภาพสูงด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรม
๒. ใช้โอกาสจากเขตเศรษฐกิจพิเศษ และการเชื่อมโยงกับอนุภูมิภาค GMS BIMSTEC และ AEC เพื่อขยายฐานเศรษฐกิจของภาค
๓. ยกระดับเป็นฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย เชื่อมโยงสู่อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง
๔. พัฒนาคุณภาพชีวิตและแก้ไขปัญหาความยากจน พัฒนาระบบดูแลผู้สูงอายุอย่างมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชน ยกย่องระดับทักษะฝีมือแรงงานภาคบริการ
๕. อนุรักษ์และฟื้นฟูป่าต้นน้ำให้คงความสมบูรณ์ จัดระบบบริหารจัดการน้ำอย่างเหมาะสม และเชื่อมโยงพื้นที่เกษตรให้ทั่วถึง ป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันอย่างยั่งยืน

๔. แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๔)

เป้าหมายการพัฒนาจังหวัด

“นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง” (City of Life and Prosperity)

(เมืองที่ให้ความสุขและชีวิตที่มีคุณค่าแก่ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือนในฐานะเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวในระดับโลก)

- ประเด็นการพัฒนาที่ ๑ : ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ เชื่อมโยงชุมชนและท้องถิ่น
- ประเด็นการพัฒนาที่ ๒ : การส่งเสริมการเกษตร การผลิตสินค้าชุมชน การค้า การลงทุน สู่อุตสาหกรรม
- ประเด็นการพัฒนาที่ ๓ : การเสริมสร้างสังคมให้มีคุณภาพ คงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- ประเด็นการพัฒนาที่ ๔ : การส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้สมบูรณ์โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- ประเด็นการพัฒนาที่ ๕ : การเสริมสร้างความมั่นคง ความปลอดภัย และความสงบสุขของประชาชน

ประเด็นการพัฒนาที่ ๖ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐและการให้บริการประชาชนตามหลักธรรมาภิบาล

๕. กรอบแนวคิดในการดำเนินงานของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้สามารถก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางในระดับโลกได้นั้น จำเป็นต้องศึกษาถึงศักยภาพของเมืองไมซ์ซิตี้ในปัจจุบัน และเส้นทางในการพัฒนาเมืองไมซ์ซิตี้ในระดับต่างๆ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงการสร้างเอกลักษณ์ของแต่ละเมืองให้มีความชัดเจน เพื่อยกระดับเมืองต่างๆ ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางแห่งการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมสัมมนาระดับนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Preferred MICE Destination) และเป็นทางเลือกแก่ผู้จัดงานโดยกรอบแนวคิดในการดำเนินงานของการพัฒนาไมซ์ซิตี้ ในเมืองเป้าหมายแบ่งการศึกษาเป็น ๒ ขั้นตอน ได้แก่

๑. การศึกษาและประเมินศักยภาพไมซ์ซิตี้ และ
๒. การจัดกิจกรรมประชุมยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่การเป็นไมซ์ซิตี้

๕.๑ ศึกษาและประเมินศักยภาพพื้นที่ไมซ์ซิตี้ (MICE City Evaluation)

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) มีขอบเขตครอบคลุมถึงการจัดประชุมองค์กร (Corporate Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้า และนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง รวมถึงเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ จึงควรมีการส่งเสริมการพัฒนาไมซ์ซิตี้ในประเทศไทยให้มีคุณภาพ มีมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เพื่อรองรับความต้องการจัดงานไมซ์และสร้างรายได้ให้ประเทศ

ในการพัฒนาไมซ์ซิตี้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จำเป็นต้องมีการกำหนดจำนวนไมซ์ซิตี้ในแต่ละระดับ ได้แก่ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ ที่เหมาะสมกับความต้องการและการเติบโตของ อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับภายในประเทศและต่างประเทศ และเหมาะสมกับศักยภาพในการรองรับความต้องการและโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มุ่งเป้าหมายมีโอกาส ประสบความสำเร็จสูง และมีประสิทธิภาพในการสนับสนุนการพัฒนา

กระบวนการหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาไมซ์ซิตี้คือ การประเมินพื้นที่ เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสร้างความเข้าใจในศักยภาพ ปัญหาอุปสรรค ตลอดจนจุดเด่นและโอกาสในการพัฒนาพื้นที่ไมซ์ซิตี้ที่ศึกษา ซึ่งส่งผลให้สามารถคัดเลือกพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการส่งเสริมการพัฒนา และกำหนดแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ โดยการประเมินพื้นที่มีแนวคิดในการดำเนินงานคือจัดทำเครื่องมือในการประเมินศักยภาพของพื้นที่ตามระดับไมซ์ซิตี้ จากนั้นทำการเก็บข้อมูลพื้นที่ และใช้เครื่องมือประเมินไมซ์ซิตี้ ในระดับที่กำหนดของแต่ละพื้นที่ทำการประเมินศักยภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นนำผลการประเมินศักยภาพพื้นที่ในปัจจุบันไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในด้านต่างๆ ที่พื้นที่ต้องมีความพร้อม ดำเนินการวิเคราะห์ ช่องว่าง เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาไมซ์ซิตี้ในพื้นที่นั้นต่อไป

ความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (Cost) เวลาที่ใช้ในการเดินทาง (Time) ความถี่ของเที่ยวบิน (Frequency) ความสะดวกของระบบคมนาคม (Convenience) อุปสรรค (Barriers)	โอกาสเสริมจากการประชุม (Extra-Conference Opportunities) แหล่งบันเทิง (Entertainment) สรรพสินค้า (Shopping) การท่องเที่ยว (Sightseeing) สันทนาการ (Recreation) โอกาสในการติดต่อธุรกิจ (Professional Opportunities)	สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Meeting Facilities) ความสามารถในการรองรับ (Capacity) โครงสร้างสถานที่ (Layout) ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม (Cost) บรรยากาศ (Ambiance) การบริการ (Service) ความปลอดภัย (Security) ความพร้อม (Availability) ประสบการณ์ (Experience) ความหลากหลายของสถานที่ประชุม (Variety) ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดงาน	ข้อมูลสนับสนุนพื้นที่ (Information) ภาพลักษณ์ของเมือง (City Image) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Marketing) สภาพแวดล้อมในพื้นที่ (Site Environment) ภูมิอากาศ (Climate) สภาพแวดล้อม (Setting) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) อหิยาภัยไมตรีของคนในพื้นที่ (Hospitality) เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ในด้านอื่นๆ (Other Criteria) ความเสี่ยง (Risks) การสร้างผลประโยชน์ (Profitability) ความแปลกใหม่ (Novelty) ราคาเครื่องอุปโภค บริโภค (Commodity Price)
การสนับสนุนจากพื้นที่ (Local Support) หน่วยงานสังกัดในพื้นที่ (Local Chapter) หน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมการประชุม (CVB) งบประมาณสนับสนุน (Subsidies) การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support) คุณภาพของบุคลากรในการจัดประชุม (Convention Personnel) ประสิทธิภาพของบุคลากรในการจัดประชุม (Personnel Efficiency)	ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก (Accommodation Facilities) จำนวนห้องพัก (Capacity) ค่าใช้จ่ายของห้องพัก (Cost) มาตรฐานการบริการ (Service) ความปลอดภัย (Security) ความพร้อมในการจัดงาน (Availability) ความหลากหลายของสถานที่พัก (Variety) ความเหมาะสมของโรงแรม (Suitable)		

ตัวอย่างหลักเกณฑ์ในการประเมินพื้นที่ไม่ซ้ำซ้อน

การประเมินพื้นที่ที่มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการประเมิน เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพ ปัญหาอุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาไม่ซ้ำซ้อนในด้านต่างๆ สามารถจัดกลุ่มได้ ๘ กลุ่ม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑) ความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility)

- ๑.๑ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (Cost)
- ๑.๒ เวลาที่ใช้ในการเดินทาง (Time)
- ๑.๓ ความถี่ของเที่ยวบิน (Frequency)
- ๑.๔ ความสะดวกของระบบคมนาคม (Convenience)
- ๑.๕ อุปสรรค (Barriers)

๒) การสนับสนุนจากพื้นที่ (Local Support)

- ๒.๑ หน่วยงานสังกัดในพื้นที่ (Local Chapter)
- ๒.๒ หน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมการประชุม (Convention and Visitors Bureau: CVB)
- ๒.๓ งบประมาณสนับสนุน (Subsidies)
- ๒.๔ การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support)
- ๒.๕ คุณภาพของบุคลากรในการจัดประชุม (Convention Personnel)
- ๒.๖ ประสิทธิภาพของบุคลากรในการจัดประชุม (Personnel Efficiency)

๓) โอกาสเสริมจากการประชุม (Extra-Conference Opportunities)

- ๓.๑ แหล่งบันเทิง (Entertainment)
- ๓.๒ ห้างสรรพสินค้า (Shopping)
- ๓.๓ การท่องเที่ยว (Sightseeing)
- ๓.๔ สันทนาการ (Recreation)
- ๓.๕ โอกาสในการติดต่อธุรกิจ (Professional Opportunities)

๔) ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก (Accommodation Facilities)

- ๔.๑ จำนวนห้องพัก (Capacity)
- ๔.๒ ค่าใช้จ่ายของห้องพัก (Cost)
- ๔.๓ มาตรฐานการบริการ (Service)
- ๔.๔ ความปลอดภัย (Security)
- ๔.๕ ความพร้อมในการจัดงาน (Availability)
- ๔.๖ ความหลากหลายของสถานที่พัก (Variety)
- ๔.๗ ความเหมาะสมของโรงแรม (Suitable)

๕) สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Meeting Facilities)

- ๕.๑ ความสามารถในการรองรับ (Capacity)
- ๕.๒ โครงสร้างสถานที่ (Layout)
- ๕.๓ ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม (Cost)
- ๕.๔ บรรยากาศ (Ambiance)
- ๕.๕ การบริการ (Service)
- ๕.๖ ความปลอดภัย (Security)
- ๕.๗ ความพร้อม (Availability)
- ๕.๘ ประสบการณ์ (Experience)
- ๕.๙ ความหลากหลายของสถานที่ประชุม (Variety)
- ๕.๑๐ ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดงาน

๖) ข้อมูลสนับสนุนพื้นที่ (Information)

- ๖.๑ ภาพลักษณ์ของเมือง (City Image)
- ๖.๒ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Marketing)

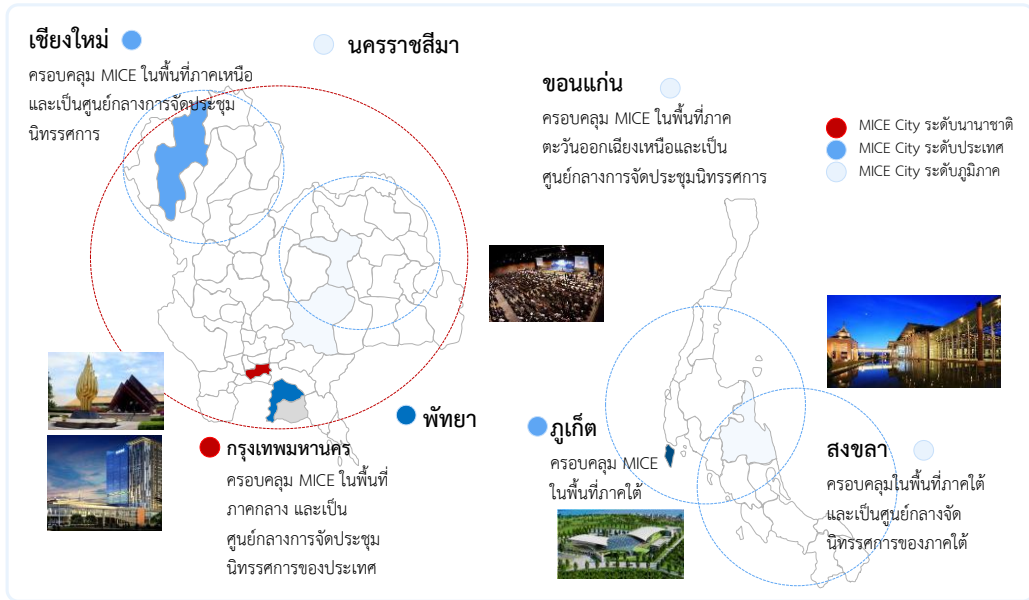
๗) สภาพแวดล้อมในพื้นที่ (Site Environment)

- ๗.๑ ภูมิอากาศ (Climate)
- ๗.๒ สภาพแวดล้อม (Setting)
- ๗.๓ โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)
- ๗.๔ ทัศนียภาพของพื้นที่ (Hospitality)

๘) เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ในด้านอื่นๆ (Other Criteria)

- ๘.๑ ความเสี่ยง (Risks)
- ๘.๒ การสร้างผลประโยชน์ (Profitability)
- ๘.๓ ความแปลกใหม่ (Novelty)
- ๘.๔ ราคาเครื่องอุปโภค บริโภค (Commodity Price)

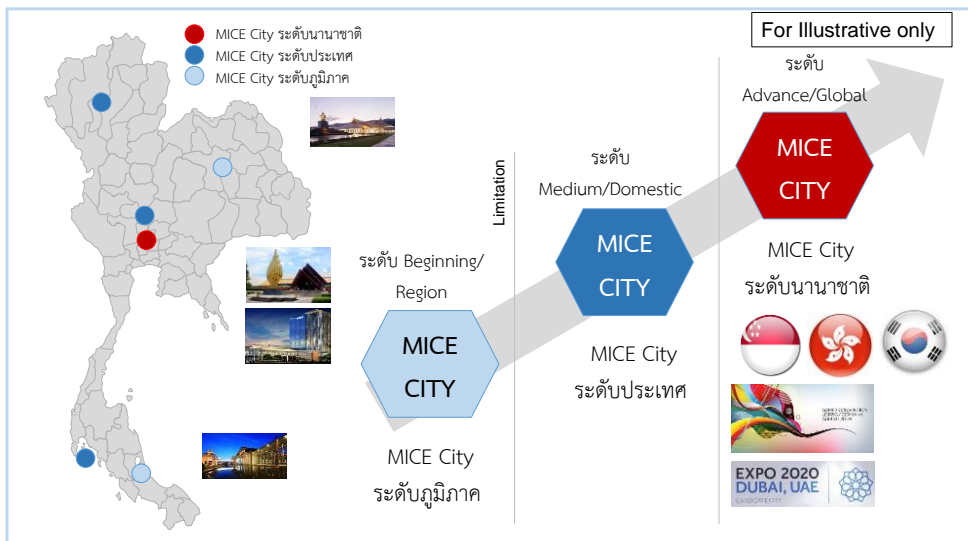
โดยแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดของเกณฑ์การประเมินในระดับที่แตกต่างกันไป ทั้งระดับไมซ์ซีตี้ภูมิภาค ไมซ์ซีตี้ประเทศ และไมซ์ซีตี้นานาชาติ ตามระดับความต้องการของผู้จัดงานไมซ์ซีตี้ที่ต่างกันตามขนาดของงานที่ต้องการจัด ในการพัฒนาไมซ์ซีตี้จึงควรมีการกำหนดระดับของไมซ์ซีตี้เป้าหมายให้กับพื้นที่อย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถวางแผนทางในการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด



ขอบเขตพื้นที่ในการประเมินศักยภาพไมซ์ซิตี้

๒. จัดกิจกรรมประชุมยุทธศาสตร์การพัฒนาศูการเป็นไมซ์ซิตี้

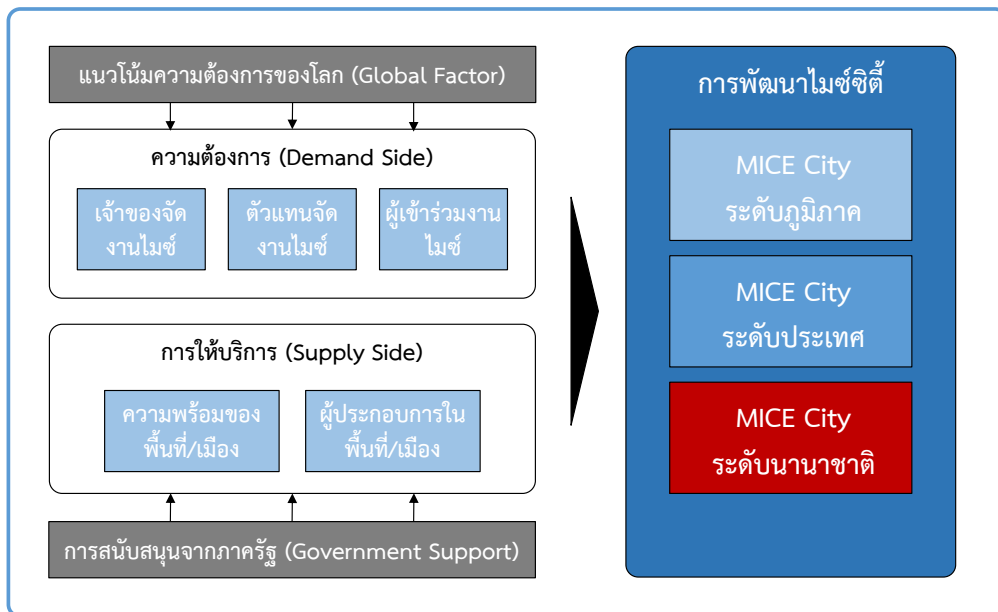
อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ครอบคลุมถึงการจัดประชุมองค์กร (Corporate Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยมีการเติบโตโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๕ ต่อปี ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก ทั้งในอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เกิดการเจรจาการค้า การลงทุน เป็นต้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมไมซ์ยังส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาบุคลากรภายในประเทศด้วย ดังนั้นอุตสาหกรรมไมซ์จึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศไทย ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



ตัวอย่างระดับการพัฒนาไมซ์ซิตี้ (ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ)

แนวทางการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์แนวทางหนึ่งคือการพัฒนาจังหวัดหรือพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงให้เป็นไมซ์ซิตี้ในระดับต่างๆ ได้แก่ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ โดยมีการศึกษาความต้องการและการเติบโตในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับภายในประเทศและต่างประเทศ และศึกษาศักยภาพในการรองรับความต้องการและโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย เพื่อกำหนดจำนวนไมซ์ซิตี้ที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศไทย โดยมีกรอบแนวคิดที่ว่า ควรมีการจำกัดจำนวนไมซ์ซิตี้แต่ละระดับในการสนับสนุนการพัฒนาให้เหมาะสม ทั้งจำกัดในมุมของจำนวนไมซ์ซิตี้ทั้งหมดภายในประเทศและจำกัดจำนวนไมซ์ซิตี้ภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่งๆ เพื่อให้เกิดการมุ่งเน้นในการพัฒนาให้ประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการสนับสนุน โดยควรมีการพิจารณาถึงมุมมองการกระจายรายได้ให้พื้นที่ด้วย รวมถึงควรมีการประยุกต์แนวคิดใหม่ในการพัฒนาพื้นที่ไมซ์ซิตี้ เช่น Green MICE และ Technology MICE เป็นต้น เพื่อให้เกิดจุดเด่นของพื้นที่ไมซ์ซิตี้ในการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดและดึงดูดผู้ประกอบการให้มาจัดงานในพื้นที่

การพัฒนาไมซ์ซิตี้ของประเทศไทยให้ประสบผลสำเร็จนั้น จำเป็นต้องมีการสนับสนุนการพัฒนาทั้งในด้านการให้บริการ (Supply Side) เช่น โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ สถานที่จัดงาน บุคลากร การเดินทางขนส่งภายในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ เป็นต้น ซึ่งการให้บริการมีส่วนที่เกี่ยวข้องคือพื้นที่/เมืองไมซ์ซิตี้ และผู้ประกอบการจัดงานไมซ์ในพื้นที่/เมือง รวมถึงต้องมีการสนับสนุนในการสร้างให้เกิดความต้องการเข้ามาจัดงานและเข้าร่วมงานไมซ์ในประเทศไทย (Demand Side) เช่น การสร้างภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นต้น ซึ่งความต้องการมาจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ๓ ส่วน ได้แก่ เจ้าของจัดงานไมซ์ ตัวแทนจัดงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์



กรอบแนวคิดในการพัฒนาไมซ์ซิตี้

ในการพัฒนาพื้นที่เพื่อให้มีความพร้อมและมีจุดเด่นสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ ต้องมีการศึกษาและประเมินพื้นที่เป้าหมายที่ต้องการส่งเสริมพัฒนาให้เป็นไมซ์ซิตี เพื่อประเมินศักยภาพของพื้นที่ตามหลักเกณฑ์การประเมินไมซ์ซิตีในระดับต่างๆ วิเคราะห์ช่องว่าง ปัญหาอุปสรรค และจุดเด่นของพื้นที่เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ไมซ์ซิตีได้อย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

พื้นที่ขาดความพร้อม			
<p>ความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility)</p> <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (Cost) เวลาที่ใช้ในการเดินทาง (Time) ความถี่ของเที่ยวบิน (Frequency) ความสะดวกของระบบคมนาคม (Convenience) อุปสรรค (Barriers) 	<p>โอกาสเสริมจากการประชุม (Extra-Conference Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> แหล่งบันเทิง (Entertainment) สรรพสินค้า (Shopping) การท่องเที่ยว (Sightseeing) สันทนาการ (Recreation) โอกาสในการติดต่อธุรกิจ (Professional Opportunities) 	<p>สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Meeting Facilities)</p> <ul style="list-style-type: none"> ความสามารถในการรองรับ (Capacity) โครงสร้างสถานที่ (Layout) ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม (Cost) บรรยากาศ (Ambiance) การบริการ (Service) ความปลอดภัย (Security) ความพร้อม (Availability) ประสบการณ์ (Experience) ความหลากหลายของสถานที่ประชุม (Variety) ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดงาน 	<p>ข้อมูลสนับสนุนพื้นที่ (Information)</p> <ul style="list-style-type: none"> ภาพลักษณ์ของเมือง (City Image) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Marketing) <p>สภาพแวดล้อมในพื้นที่ (Site Environment)</p> <ul style="list-style-type: none"> ภูมิอากาศ (Climate) สภาพแวดล้อม (Setting) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) อัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่ (Hospitality) <p>เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ในด้านอื่นๆ (Other Criteria)</p> <ul style="list-style-type: none"> ความเสี่ยง (Risks) การสร้างผลประโยชน์ (Profitability) ความแปลกใหม่ (Novelty) ราคาเครื่องอุปโภค บริโภค (Commodity Price)
<p>การสนับสนุนจากพื้นที่ (Local Support)</p> <ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานสังกัดในพื้นที่ (Local Chapter) หน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมการประชุม (CVB) งบประมาณสนับสนุน (Subsidies) การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support) คุณภาพของบุคลากรในการจัดประชุม (Convention Personnel) ประสิทธิภาพของบุคลากรในการจัดประชุม (Personnel Efficiency) 	<p>ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก (Accommodation Facilities)</p> <ul style="list-style-type: none"> จำนวนห้องพัก (Capacity) ค่าใช้จ่ายของห้องพัก (Cost) มาตรฐานการบริการ (Service) ความปลอดภัย (Security) ความพร้อมในการจัดงาน (Availability) ความหลากหลายของสถานที่พัก (Variety) ความเหมาะสมของโรงแรม (Suitable) 		

ตัวอย่างการประเมินพื้นที่ไมซ์ซิตี

แนวทางการพัฒนาไมซ์ซิตีต้องมีการวางยุทธศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ให้เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ ในจังหวัดเป้าหมายโดยให้ความหลากหลายและความแตกต่างของพื้นที่ เพื่อสร้างจุดขายและมีความโดดเด่นสามารถดึงดูดให้เกิดการจัดงานไมซ์ในพื้นที่ได้ เพื่อให้เกิดการสนับสนุนการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ส่วนที่ ๓

การวิเคราะห์ศักยภาพของ MICE จังหวัดเชียงใหม่

๑. การวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของจังหวัด

เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีวัฒนธรรมล้านนาที่โดดเด่น มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีป่าไม้ภูเขาสวยงามสลับซับซ้อน แต่ในด้านของการรองรับการจัดงานไมซ์ระดับนานาชาตินั้น ยังจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาอีกมาก ซึ่งจากการรวบรวมและวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นไมซ์ซิตี้ มีรายละเอียด ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)	โอกาส (Opportunity)
<ol style="list-style-type: none"> มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เชียงใหม่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมล้านนา ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี มีโรงพยาบาลในพื้นที่เป็นจำนวนมาก และมีค่ารักษาที่คุ้มค่ากว่าการรักษาพยาบาลต่างประเทศ เป็นศูนย์กลางการศึกษาทางภาคเหนือ โดยมีสถานศึกษาชั้นนำจำนวนมาก มีศูนย์ประชุมที่รองรับการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ มีสถานที่พักที่ได้มาตรฐานจำนวนมาก หลายระดับ และมีการให้บริการที่ดี สามารถเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองได้สะดวกรวดเร็ว มีจำนวนสายการบินจำนวนมาก 	<ol style="list-style-type: none"> นักท่องเที่ยวมีความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เพิ่มมากขึ้น การก้าวเข้าสู่การเป็นเมืองมรดกโลกของเมืองเชียงใหม่ ความนิยมของคนในการเข้ามารักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลต่างประเทศที่มีราคาไม่สูงมากเพิ่มขึ้น มีนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนงบประมาณการลงทุนภายในจังหวัด มีการตื่นตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เพิ่มมากขึ้น มีนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานส่วนกลางในการสนับสนุนให้เชียงใหม่ก้าวเข้าสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์
จุดอ่อน (Weakness)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> มีข้อจำกัดด้านการคมนาคมที่ไม่สะดวกในการเข้าถึงศูนย์ประชุม และขาดระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ มีปัญหาด้านการจราจร ในช่วงระยะเวลาเร่งด่วน มีปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม รวมถึงปัญหาทางด้านมลภาวะทางอากาศ มีข้อมูลด้านการจัดการไมซ์เป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีระบบการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพ 	<ol style="list-style-type: none"> การขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจไมซ์ แต่มีความต้องการบุคลากรสนับสนุนการจัดงานไมซ์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมืองในต่างประเทศ และจังหวัดอื่นๆ เริ่มให้ความสำคัญในเรื่องธุรกิจไมซ์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเมทริกซ์ของ จังหวัดเชียงใหม่	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
จุดแข็ง (Strength)	การพัฒนาจุดแข็งให้โดดเด่นและใช้ประโยชน์ จากโอกาสเพื่อเสริมข้อได้เปรียบ(Promote & Win)	การพัฒนาจุดแข็งให้โดดเด่นและการลด ปัจจัยภายนอกเพื่อเสริมจุดแข็ง (Develop)
<p>๑. มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้ง แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และแหล่งท่องเที่ยวชุมชน</p> <p>๒. เชียงใหม่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมล้านนา ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี</p> <p>๓. มีโรงพยาบาลในพื้นที่เป็นจำนวนมาก และมีค่ารักษาที่คุ้มค่ากว่าการรักษาพยาบาลในต่างประเทศ</p> <p>๔. เป็นศูนย์กลางการศึกษาทางภาคเหนือ โดยมีสถานศึกษาชั้นนำจำนวนมาก</p> <p>๕. มีศูนย์ประชุมที่รองรับการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ</p> <p>๖. มีสถานที่พักที่ได้มาตรฐานจำนวนมากหลายระดับ และมีการให้บริการที่ดี</p> <p>๗. สามารถเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองได้สะดวกรวดเร็ว มีจำนวนสายการบินจำนวนมาก</p>	<ul style="list-style-type: none"> ใช้วัฒนธรรมในการสร้างจุดขายของเมืองเพื่อผลักดันให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและส่งเสริมให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ใช้ประโยชน์จากการเป็นเมืองวัฒนธรรมที่เป็นมรดกโลกในการประชาสัมพันธ์เมือง จากการมีโรงพยาบาลในพื้นที่เป็นจำนวนมากและมีราคาไม่สูง และมีความคุ้มค่า ประกอบกับความต้องการของชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้เชียงใหม่เป็นเมืองสุขภาพ พัฒนาศักยภาพทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายให้เป็นกิจกรรมหลังการประชุมที่นำดึงดูด ใช้ประโยชน์จากการเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองที่มีความสะดวกและจากการมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักเดินทางไม่ซีมีมความสนใจในการร่วมกิจกรรมไม่ซีมีมเพิ่มขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งศูนย์ความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจไม่ซีมีม สร้างความเข้าใจและขีดความสามารถให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงและฝ่ายสนับสนุนธุรกิจไม่ซีมีม ใช้ประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางทางด้านการศึกษา ในการจัดอบรมและยกระดับบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักเดินทางไม่ซีมีม
จุดอ่อน (Weakness)	การลดจุดอ่อนโดยใช้ประโยชน์จากโอกาส (Develop)	การลดจุดอ่อนโดยหลีกเลี่ยงการเผชิญ อุปสรรค
<p>๑. มีข้อจำกัดด้านการคมนาคมที่ไม่สะดวกในการเข้าถึงศูนย์ประชุม และขาดระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>๒. มีปัญหาด้านการจราจร ในช่วงระยะเวลาเร่งด่วน</p> <p>๓. มีปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม รวมถึงปัญหาทางด้านมลภาวะทางอากาศ</p> <p>๔. มีข้อมูลด้านการจัดการไม่ซีมีมเป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีระบบการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> จัดสร้างระบบรถขนส่งมวลชนหรือรถบัสไฮเทค เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการคมนาคมจากการสนับสนุนด้านงบประมาณของภาครัฐ พัฒนาระบบการขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งยังขาดการออกแบบและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยเชื่อมโยงโอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมของประเทศ การวางแผน และกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบการขนส่งของจังหวัดให้สอดคล้องกับ 	

	<p>ทิศทาง/นโยบายในการส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็น ไมซ์ซิตี้</p> <ul style="list-style-type: none"> กำหนดมาตรการเชิงป้องกันปัญหา สิ่งแวดล้อมในพื้นที่โดยเฉพาะปัญหาหมอก ควันจากไฟป่า ปัญหาการจัดการขยะทั้งใน ระยะสั้นระยะกลาง และระยะยาว จาก งบประมาณสนับสนุนของภาครัฐ 	
--	---	--

๑) การพัฒนาจุดแข็งให้โดดเด่นและใช้ประโยชน์จากโอกาสเพื่อเสริมข้อได้เปรียบ (กลยุทธ์เชิงรุก/Promote & Win)

- ใช้วัฒนธรรมในการสร้างจุดขายของเมือง เพื่อผลักดันให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและส่งเสริมให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
- ใช้ประโยชน์จากการเป็นเมืองวัฒนธรรมที่เป็นมรดกโลกในการประชาสัมพันธ์เมือง
- จากการมีโรงพยาบาลในพื้นที่เป็นจำนวนมากและมีราคาไม่สูง และมีความคุ้มค่า ประกอบกับความ
ต้องการของชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้เชียงใหม่เป็นเมืองสุขภาพ
- พัฒนาศักยภาพทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายให้เป็นกิจกรรมหลังการประชุมที่
น่าดึงดูด
- ใช้ประโยชน์จากการเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองที่มีความสะดวกและจากการมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์
ทำให้นักเดินทางไมซ์มีความสนใจในการร่วมกิจกรรมไมซ์เพิ่มขึ้น

๒) การพัฒนาจุดแข็งให้โดดเด่นและการลดปัจจัยภายนอกเพื่อเสริมจุดแข็ง (กลยุทธ์เชิงแก้ไข/Develop)

- จัดตั้งศูนย์ความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจไมซ์ สร้างความเข้าใจและขีดความสามารถให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง
โดยตรงและฝ่ายสนับสนุนธุรกิจไมซ์
- ใช้ประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา ในการจัดอบรมและยกระดับบุคลากรที่
เกี่ยวข้องให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักเดินทางไมซ์

๓) การลดจุดอ่อนโดยใช้ประโยชน์จากโอกาส (กลยุทธ์เชิงป้องกัน/Develop)

- จัดสร้างระบบรถขนส่งมวลชนหรือรถบัสไฮเทค เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการคมนาคมจากการ
สนับสนุนด้านงบประมาณของภาครัฐ
- พัฒนาระบบการขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งยังขาดการออกแบบและการบริหารจัดการ
ที่มีประสิทธิภาพ โดยเชื่อมโยงโอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมของประเทศ
การวางแผน และกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบการขนส่งของจังหวัดให้สอดคล้องกับทิศทาง/
นโยบายในการส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นไมซ์ซิตี้
- กำหนดมาตรการเชิงป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่โดยเฉพาะปัญหาหมอกควันจากไฟป่า ปัญหา
การจัดการขยะทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว จากงบประมาณสนับสนุนของภาครัฐ

จากการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของจังหวัดเชียงใหม่ในการพัฒนาเป็นไมซ์ซิตี้
จะเห็นได้ว่าเชียงใหม่จำเป็นต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการที่มีความชัดเจน ทั้งในแง่ของบุคลากร
สนับสนุนการจัดงานไมซ์ การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง การจัดการสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการพัฒนา
ภาพลักษณ์ของจังหวัดให้มีความชัดเจน เพื่อใช้ในการเป็นจุดขายของจังหวัดที่สามารถสร้างให้เป็นที่จดจำของ
นานาชาติในฐานะของการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของประเทศไทย

๒. ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่

การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ในการเป็นโมซ์ซิตี้ของจังหวัดเชียงใหม่จะแบ่งตามจุดเด่นของเมือง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านของการมีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีกลิ่นอายของวัฒนธรรมล้านนา การเป็นที่รู้จักในด้านของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภูเขาป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ การเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ทางด้านของการเกษตรภาคเหนือ โดยตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่สามารถสรุปได้เป็น ๕ กลุ่ม ได้แก่

๑. โมซ์ซิตี้ในเมืองวัฒนธรรมล้านนา
๒. โมซ์ซิตี้ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
๓. โมซ์ซิตี้ในแหล่งเรียนรู้
๔. โมซ์ซิตี้ที่เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงกับพื้นที่รอบข้าง
๕. โมซ์ซิตี้ในเมืองสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หัวข้อ	วัฒนธรรมล้านนา	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	แหล่งเรียนรู้	ศูนย์กลางการเชื่อมโยง	เมืองสร้างสรรค์และนวัตกรรม
จุดขาย	- เมืองที่ “เป็นนครที่เป็นที่สุดแห่งความสวยงามทางวัฒนธรรม” ซึ่งมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของล้านนาเป็นพื้นฐาน	- เมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติซึ่งมีความงดงามเป็นจำนวนมาก - เป็นที่รู้จักของคนในต่างประเทศ	- เมืองโมซ์ซิตี้ที่สามารถจัดกิจกรรมโมซ์เพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งเรียนรู้ต่างๆ	- เมืองแห่งการเป็นศูนย์กลางของการประชุมพบปะของภูมิภาค	- เมืองโมซ์ซิตี้ที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม
ข้อได้เปรียบ	- สามารถจัดกิจกรรมโมซ์ที่ขายสินค้าทางวัฒนธรรมได้ตลอดทั้งปี - มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก และเอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมโมซ์	- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายโดยใช้เวลาเดินทางไม่เกิน ๔๕ นาที จากตัวเมือง - มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ทางธรรมชาติที่มีความหลากหลาย	- เป็นคลัสเตอร์ของสถาบันการศึกษาชั้นนำของภาคเหนือ - มีแหล่งการเรียนรู้ที่สามารถเดินทางได้สะดวก	- งานต่อการเดินทางเข้าร่วมประชุมของเมืองรอบข้าง - เป็นศูนย์รวมของศูนย์ราชการของภาคเหนือ (Government Center)	- มีพื้นที่สร้างสรรค์จำนวนมากในการจัดงานต่างๆ
ข้อเสียเปรียบ	- มีความคล้ายคลึงกันในกลุ่ม ๘ จังหวัดล้านนา - ทำได้แค่เฉพาะนักท่องเที่ยวโมซ์บางกลุ่มที่สนใจเท่านั้น	- ภาพลักษณ์ของเมืองกับสภาพความเป็นจริงไม่สอดคล้องกัน - ค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในงานที่จัดช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season) ค่อนข้างสูง	- การจัดกิจกรรมโมซ์ที่เชื่อมโยงกับแหล่งการเรียนรู้ที่ได้เฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจเท่านั้น	- N/A	- ทำได้เฉพาะนักท่องเที่ยวโมซ์บางกลุ่มที่มีความสนใจเท่านั้น

การวิเคราะห์ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่

๑) โมซ์ซิตี้ในเมืองวัฒนธรรมล้านนา

เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักมาเนิ่นนาน อีกทั้งยังเป็นเมืองหลักของกลุ่มวัฒนธรรมล้านนา ซึ่งมีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมเก่าแก่อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น วัฒนธรรมทางภาษาถิ่นที่เรียกว่า “คำเมือง” และวัฒนธรรมการแต่งกายพื้นเมืองที่มีลักษณะแตกต่างไปตามกลุ่มเชื้อชาติของชนพื้นเมืองหลากหลายชาติพันธุ์ นอกจากนี้เชียงใหม่ยังมีวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมอื่นๆ อีกมากที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ไม่ว่าจะเป็น การขับร้อง การเล่นดนตรีพื้นเมือง การฟ้อนต้อนรับ รวมไปถึงการนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์และวิญญูณบรรพบุรุษ ความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา และงานฝีมือหัตถกรรมที่มีความสวยงาม ประณีต หรือแม้กระทั่งการจัดงานฉลองสถานที่สำคัญที่มีมาแต่โบราณ ซึ่งถือเป็นเสน่ห์สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่

ดังนั้นการส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นที่รู้จักในการเป็นเมืองสำหรับการจัดประชุมสัมมนา นิทรรศการ โดยการนำมรดกทางวัฒนธรรมที่มีความแข็งแกร่งมาสร้างให้เชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ จะทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ตกหลุมรักเมืองเชียงใหม่จากประสบการณ์ที่ได้รับและสัมผัสถึงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของเมือง อีกทั้งยังเป็นการรักษาและส่งเสริมเสน่ห์ของวัฒนธรมล้านนาที่ผสมผสานกลมกลืนกับความทันสมัย ซึ่งถือเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันทำให้เชียงใหม่มีความแตกต่างเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับโลก โดยจุดขาย ข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบของการเป็นไมซ์ซิตี้นี้ในเมืองวัฒนธรมล้านนา เป็นดังนี้

ไมซ์ซิตี้นี้ในเมืองวัฒนธรมล้านนา

หัวข้อ	รายละเอียด
จุดขาย	<ul style="list-style-type: none"> เป็นเมืองที่สามารถจัดกิจกรรมไมซ์ได้อย่างหลากหลาย “เป็นนครที่เป็นที่สุดแห่งความสวยงามทางวัฒนธรรม” ซึ่งมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของล้านนาเป็นพื้นฐาน มีความเป็นเอกลักษณ์ ทั้งในด้านศิลปกรรม ทัศนกรรม คติ และความเชื่อต่างๆ อีกทั้งยังเป็นที่ยุ่จักของคองทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ข้อได้เปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> สามารถจัดกิจกรรมไมซ์ที่ขายสินค้าทางวัฒนธรรมได้ตลอดทั้งปี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นจำนวนมาก และเอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ เช่น หอคำหลวง ในอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ และเวียงกุมกาม
ข้อเสียเปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> มีความคล้ายคลึงกันในกลุ่ม ๘ จังหวัดล้านนา ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา และแม่ฮ่องสอน ซึ่งยังไม่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน การจัดกิจกรรมไมซ์ที่เชื่อมโยงกับศาสนาและประวัติศาสตร์อาจทำได้แค่เฉพาะนักท่องเที่ยวไมซ์บางกลุ่มที่สนใจเท่านั้น

๒) ไมซ์ซิตี้นี้ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีศักยภาพโดดเด่นทางด้านธรรมชาติ เนื่องจากพื้นที่โดยทั่วไปของจังหวัดมีสภาพเป็นภูเขาและป่าละเมาะ มีที่ราบอยู่ตอนกลางตามสองฟากฝั่งแม่น้ำปิง มีภูเขาที่สูงที่สุดของประเทศไทย คือ “ดอยอินทนนท์” นอกจากนี้ยังมีดอยอื่นๆ ที่มีความสวยงามอีกหลายแหล่ง เช่น ดอยผ้าห่มปก ดอยหลวงเชียงดาว และดอยสุเทพ เป็นต้น ด้วยภูมิประเทศของเชียงใหม่ที่มีสภาพพื้นที่ล้อมรอบไปด้วยธรรมชาติ ดังนั้นเชียงใหม่จึงเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ อีกทั้งยังส่งผลให้สภาพภูมิอากาศของเชียงใหม่ค่อนข้างเย็นสบายตลอดทั้งปี ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยศักยภาพของเมืองให้เข้ามาจัดงานประชุม สัมมนา ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมไปถึงการจัดนิทรรศการต่างๆ เพราะเชียงใหม่มีพื้นที่ในการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามจำนวนมาก และใช้ระยะเวลาในการเดินทางจากสถานที่ประชุมไปสู่แหล่งธรรมชาติค่อนข้างรวดเร็ว ทั้งนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังมีข้อจำกัดหรือข้อเสียเปรียบในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบ้างในบางส่วน โดยจุดขาย ข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบของการเป็นไมซ์ซิตี้นี้ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นดังนี้

โมซ์ซิตีในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

หัวข้อ	รายละเอียด
จุดขาย	<ul style="list-style-type: none"> เมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติซึ่งมีความงดงามเป็นจำนวนมาก และเป็นที่รู้จักของคนในต่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวยอดดอยที่มีบรรยากาศดี มีทิวทัศน์ที่สวยงาม รวมถึงการเที่ยวชมสวนไม้ดอกไม้ประดับ ซึ่งเป็นศูนย์รวมความหลากหลายของพันธุ์ไม้เมืองหนาวขึ้นชื่อของประเทศ
ข้อได้เปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความหลากหลาย โดยใช้เวลาเดินทางไม่เกิน ๔๕ นาทีจากตัวเมือง มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ทางธรรมชาติที่มีความหลากหลาย
ข้อเสียเปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> ภาพลักษณ์ของเมืองกับสภาพความเป็นจริงไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากการบริหารจัดการทำได้อ่อนข้านยาก ค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในงานที่จัดช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season) ค่อนข้างสูง โดยค่าโรงแรมที่พักอาจมีราคาสูงขึ้นไปถึงร้อยละ ๔๐ - ๕๐

๓) โมซ์ซิตีในแหล่งเรียนรู้

เชียงใหม่เป็นเมืองที่ตั้งของแหล่งการศึกษาที่มากที่สุดในภาคเหนือตอนบน เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ และมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ทั้งนี้เชียงใหม่ยังมีโครงการสร้างห้องเรียนอัจฉริยะ (Smart Classroom) ที่ประกอบไปด้วย ๓องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้สอน ผู้เรียน และสื่อ ภายใต้การวิจัยและออกแบบห้องเรียนต้นแบบระยะที่ ๓ เพื่อพัฒนาเชียงใหม่สู่การเป็นศูนย์กลางการศึกษาระดับภูมิภาคและอาเซียน

นอกจากเชียงใหม่จะเป็นศูนย์กลางของสถาบันการศึกษาที่ใหญ่ที่สุดของภาคเหนือ และมีโครงการการเรียนรู้ต้นแบบหรือห้องเรียนอัจฉริยะแล้ว เชียงใหม่ยังถือว่ามีแหล่งการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเรียนรู้ที่เน้นการให้บริการแก่นักเรียน นักศึกษา ชาวต่างชาติ หรือนักเดินทางโมซ์กลุ่มอื่นๆ ที่มีความสนใจที่ไม่ไกลจากตัวเมืองมากนัก สามารถเดินทางได้สะดวก อีกเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นศูนย์รวมโครงการหลวงของภาคเหนือซึ่งมีจำนวนถึง ๒๗ แห่งตั้งอยู่ในพื้นที่ จากทั้งหมด ๓๖ แห่งทั่วประเทศ ได้แก่

อำเภอแมริม ๓ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สาใหม่ ๓) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งเรา
อำเภอฝาง ๑ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงอ่างขาง
อำเภอแม่แตง ๒ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงอ่างขาง ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่หลอด
อำเภอฮอด ๑ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่โถ
อำเภอแม่ออน ๒ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่ทาเหนือ ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก
อำเภอแม่เมาะ ๑ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหมอกจำ่ม
อำเภอแม่วาง ๓ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งหลวง ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง ๓) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะป๊อก
อำเภอสะเมิง ๒ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปางคะ ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่แพะ

อำเภอแม่แจ่ม ๓ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปางอุ๋ง ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่แฮ ๓) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงวัดจันทร์
อำเภอหางดง ๒ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งเริง ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยเสี้ยว
อำเภอจอมทอง ๓ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงอินนนท์ ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนแปะ ๓) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยส้มป่อย
อำเภอเชียงดาว ๓ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว ๒) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยลึก ๓) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแกน้อย
อำเภอดอยสะเก็ด ๑ แห่ง	ได้แก่	๑) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยง

ทั้งนี้การส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นที่รู้จักในเรื่องเมืองสำหรับการจัดประชุมสัมมนา นิทรรศการ โดยเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางสถาบันการศึกษาของภูมิภาค ทั้งมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมโครงการหลวงของภาคเหนือ เพื่อใช้ในการศึกษาดูงานขององค์กรภาครัฐ จะมีจุดขาย ข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบ ของการเป็นโมชชีตีในศูนย์กลางสถาบันการศึกษา เป็นดังนี้

โมชชีตีในศูนย์กลางสถาบันการศึกษา

หัวข้อ	รายละเอียด
จุดขาย	<ul style="list-style-type: none"> เมืองโมชชีตีที่สามารถจัดกิจกรรมโมชชีเชื่อมโยงกับการเรียนรู้ที่มีแหล่งเรียนรู้ และสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงมากมาย ทั้งแหล่งการเรียนรู้วัฒนธรรมล้านนา สถานเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการ โครงการหลวง พิพิธภัณฑสถานมีชีวิต หรือแม้กระทั่งการเรียนรู้ตามแหล่งชุมชน
ข้อได้เปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> เป็นคลัสเตอร์ของสถาบันการศึกษาชั้นนำของภาคเหนือที่เยอะที่สุด เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ แหล่งการเรียนรู้ต่างๆ ไม่ไกลมากนัก สามารถเดินทางได้สะดวก เช่น การเดินทางจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปยังศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก มีระยะทางเพียง ๔๖ กิโลเมตรเท่านั้น มีแหล่งการเรียนรู้จำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมโครงการหลวงของภาคเหนือ ซึ่งมีจำนวน ๒๖ แห่งตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จากทั้งหมด ๓๖ แห่งทั่วประเทศ เช่น สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนแปะ
ข้อเสียเปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> การจัดกิจกรรมโมชชีที่เชื่อมโยงกับแหล่งการเรียนรู้ทำได้เฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจเท่านั้น

๔) โมชชีตีที่เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงกับพื้นที่รอบข้าง

เชียงใหม่เป็นเมืองที่เป็นศูนย์รวมการประชุมของภาครัฐจากภาคเหนือตอนบนทั้งหมด เนื่องจากเป็นศูนย์รวมศูนย์ราชการของภาคเหนือ (Government Center) ทำให้การจัดประชุมต่างๆ สามารถทำได้สะดวก โดยมีหน่วยงานบริหารราชการส่วนกลางในพื้นที่ถึง ๑๖๖ หน่วยงาน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ ๑ (BOI) ศูนย์อุตุนิยมวิทยา ภาคเหนือ และศูนย์อุทกวิทยาชลประทานภาคเหนือตอนบน เป็นต้น และยังเป็นศูนย์กลางของภาคเหนือที่เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่นๆ และสถานที่สำคัญในภูมิภาค อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางของประเทศในเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย รวมถึงเป็นศูนย์กลางของสถานบริการด้านสาธารณสุขของภูมิภาค โดยประกอบด้วยสถานบริการด้านสาธารณสุขประเภทที่มีเตียงรับผู้ป่วยไว้ค้างคืน ๔๘ แห่ง จำนวน ๖,๓๐๑ เตียง จำแนกเป็นประเภทบริการทั่วไป ๔๒ แห่ง และประเภทบริการเฉพาะโรคจำนวน ๖ แห่ง

การส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นที่รู้จักในเรื่องเมืองสำหรับการจัดประชุมสัมมนา นิทรรศการ โดยเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองเชื่อมโยงศูนย์กลางของภูมิภาคเหนือตอนบน อันเป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่สำคัญ เป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีส่วนราชการหรือหน่วยงานตั้งอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก มีจุดขาย ข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบ ของการเป็นไมซ์ซิตี้ในเมืองเชียงใหม่ เป็นดังนี้

ไมซ์ซิตี้ที่เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงกับพื้นที่รอบข้าง

หัวข้อ	รายละเอียด
จุดขาย	<ul style="list-style-type: none"> เมืองแห่งการเชื่อมโยง เป็นศูนย์กลางของการประชุมพบปะของภูมิภาคขนาดย่อมๆ ที่ครบครันรวมไว้ซึ่งองค์กรของรัฐ หน่วยงาน และสำนักงานสาขาของภูมิภาค เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ ๑ เป็นต้น รวมถึงสถานบริการด้านสาธารณสุข
ข้อได้เปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> ง่ายต่อการเดินทางเข้าร่วมประชุมของเมืองรอบข้าง โดยใช้เวลาเดินทางไม่เกิน ๒ ชั่วโมงจากจังหวัดรอบๆ เป็นศูนย์รวมศูนย์ราชการของภาคเหนือ (Government Center) ทำให้การจัดประชุมต่างๆ สามารถทำได้สะดวก โดยมีหน่วยงานบริหารราชการส่วนกลางในพื้นที่ถึง ๑๖๖ หน่วยงาน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ ๑ (BOI) ศูนย์อุตุนิยมวิทยา ภาคเหนือ และศูนย์อุทกวิทยาชลประทานภาคเหนือตอนบน เป็นต้น
ข้อเสียเปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> N/A

๕) ไมซ์ซิตี้ในเมืองสร้างสรรค์และนวัตกรรม

เชียงใหม่ถือเป็นเมืองศูนย์กลางแห่งอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ซึ่งเมืองมีเสน่ห์ในความหลากหลาย โดยเชียงใหม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการหาแรงบันดาลใจใหม่ๆ เนื่องจากเมืองมีความเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์สูงและมีศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center; TCDC) ที่มีส่วนช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์ให้เพลิดเพลินกับเสน่ห์แห่งความคิดสร้างสรรค์

เมืองแห่งความคิดสร้างสรรค์ของเชียงใหม่ นั่นคือ ความคิดสร้างสรรค์ทั้งด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วัฒนธรรม ธุรกิจ ศิลปะ และนวัตกรรม โดยเชียงใหม่มีสิ่งที่น่าสนใจมากมายและมีการเติบโตของอุตสาหกรรมทั้งในด้านหัตถกรรม บริการ การออกแบบ และซอฟต์แวร์/ดิจิทัลคอนเทนต์ ขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ในสาขาอื่นๆ ก็มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ เช่น เกษตรกรรม การแปรรูปอาหาร ความอยู่ดีกินดี และการท่องเที่ยว อีกทั้งเมืองเชียงใหม่ยังมีระบบนิเวศเชิงสร้างสรรค์ เศรษฐกิจของเมืองและการพัฒนาเมืองบนพื้นฐานแห่งความสร้างสรรค์ เนื่องด้วยความคิดอย่างสร้างสรรค์สามารถช่วยให้การพัฒนาเมืองทำได้ง่ายขึ้นและสามารถนำความคิดสร้างสรรค์มาสร้างเป็นจุดแข็งแก่ไมซ์ซิตี้เมืองเชียงใหม่เชื่อมโยงกับต้นทุนทางวัฒนธรรม แต่ทั้งนี้การจัดกิจกรรมไมซ์ที่เชื่อมโยงกับความสร้างสรรค์อาจทำได้เฉพาะนักท่องเที่ยวไมซ์บางกลุ่มที่มีความสนใจเท่านั้น ดังนั้นสามารถสรุปจุดขาย ข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบของการเป็นไมซ์ซิตี้ในเมืองสร้างสรรค์ ได้ดังนี้

ไมซ์ซิตี้ในเมืองสร้างสรรค์และนวัตกรรม

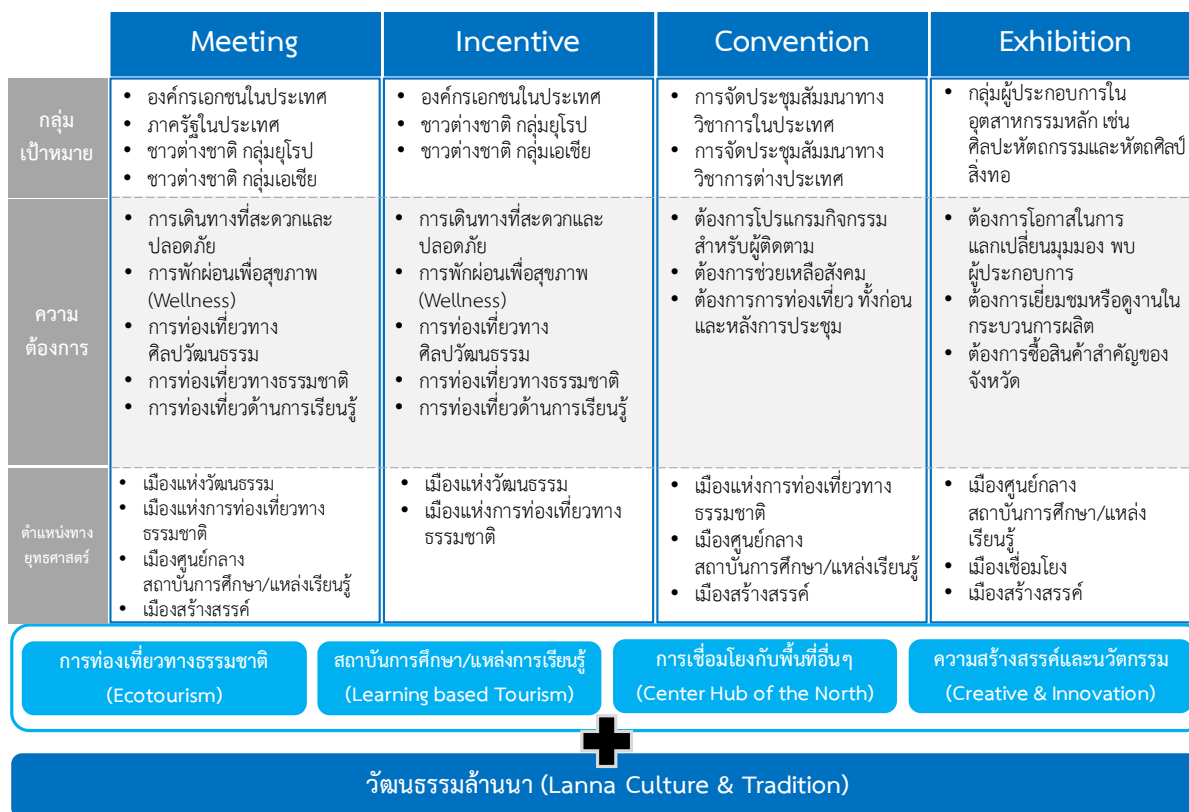
หัวข้อ	รายละเอียด
จุดขาย	<ul style="list-style-type: none"> เมืองไมซ์ซิตี้ที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมเข้ากับพื้นที่ของเมืองให้กลายเป็นการรังสรรค์ความน่าสนใจใหม่ๆ ให้แก่เมือง
ข้อได้เปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> มีพื้นที่สร้างสรรค์จำนวนมากในการจัดงานต่างๆ เนื่องจากมีบุคลากรและทรัพยากรท้องถิ่นที่ดี
ข้อเสียเปรียบ	<ul style="list-style-type: none"> การจัดกิจกรรมไมซ์ที่เชื่อมโยงกับความสร้างสรรค์อาจทำได้เฉพาะนักท่องเที่ยวไมซ์บางกลุ่มที่มีความสนใจเท่านั้น

การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ที่มีความชัดเจน จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดให้มีความโดดเด่น ใช้ในการเป็นจุดขายของจังหวัดที่สามารถสร้างให้เป็นที่จดจำของนานาชาติในฐานะของการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของประเทศไทย รวมทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ทิศทางการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ในการรองรับการจัดงานไมซ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๓. การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

ในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เชียงใหม่และสนับสนุนการเป็นไมซ์ซิตี้ของจังหวัดให้ก้าวสู่การเป็นเมืองแห่งศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการระดับโลก จึงได้มีการจัดรูปแบบกิจกรรมหลังการประชุมที่สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของเชียงใหม่ โดยยึดถือเอาวัตถุประสงค์ประการสำคัญจากศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ และวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคให้สอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมหลังการประชุมที่กำหนด เพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมประชุมหรือผู้จัดการประชุมให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ของเชียงใหม่

จากข้อมูลงานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และโครงการการพัฒนาศักยภาพชุมชนวัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ซึ่งได้มีการวิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและนักเดินทางไมซ์ โดยประมวลจากข้อคิดเห็นของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศต่างๆ ข้อเสนอแนะจากองค์กรเอกชนที่ดำเนินกิจการการท่องเที่ยว และจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ มีรายละเอียด ดังนี้



การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

กลุ่มเป้าหมาย		ความต้องการ	กิจกรรมหลังการประชุม
การประชุมองค์กร (Meeting)	องค์กรภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมที่อยู่ในงบประมาณที่กำหนด เนื่องจากการเบิกจ่ายจะต้องเป็นไปตามระเบียบ การเดินทางกลับหลังจากการจัดประชุมเสร็จ เนื่องด้วยงบประมาณและระยะเวลาที่จำกัด กิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่สอดแทรกระหว่างการประชุม เช่น การรับประทานอาหารที่บ้าน การซื้อสินค้าพื้นเมือง (Shopping) 	-
	องค์กรเอกชนภายในประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> สถานที่จัดประชุมที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนได้ กิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับพนักงานหลังการประชุม เพื่อให้เกิดการผ่อนคลาย กิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เพื่อให้พนักงานได้เทคนิคการทำงานใหม่ๆ กิจกรรมสัมพันธ์ (Team Building) ที่สร้างความสามัคคีให้แก่พนักงาน งานเลี้ยงสังสรรค์ให้แก่พนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural) กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)
	องค์กรภาคเอกชนในภูมิภาคเอเชีย	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่ดี ได้มาตรฐาน และมีเอกลักษณ์ของพื้นที่ การดูแลรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน กิจกรรมการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ ทั้งเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความน่าสนใจ ไม่สามารถชมได้ในพื้นที่อื่นๆ เช่น ประเพณีหรือเทศกาลประจำจังหวัด 	<ul style="list-style-type: none"> การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural) การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ (Education)
	องค์กรภาคเอกชนในภูมิภาคยุโรป	<ul style="list-style-type: none"> การเดินทางที่สะดวกและมีความปลอดภัย การพักผ่อนที่สะดวกสบาย มีเอกลักษณ์ และสร้างความประทับใจ เช่น การพักผ่อนร่วมกับการศึกษาวิถีชีวิตครอบครัวท้องถิ่นไปพร้อมกัน การพักผ่อนเชิงสุขภาพ (Wellness) โดยเฉพาะบริการด้านสปา เพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับร่างกาย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ใส่ใจสภาพแวดล้อม และเรื่องมนุษยธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural) กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ (Education)
การท่องเที่ยวเป็นรางวัล (Incentive)	องค์กรเอกชนภายในประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> การสังสรรค์และการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีความโดดเด่น กิจกรรมสร้างสัมพันธ์ (Team Building) เพื่อสร้างความสามัคคีให้แก่ทีมงาน กิจกรรมหรือสถานที่ที่เป็นแรงจูงใจ เพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่พนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural) กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) กิจกรรมการผจญภัย (Adventure and Team Building) กิจกรรมพักผ่อนและเน้นความผ่อนคลาย (Luxury Slow Life)
	องค์กรภาคเอกชนในภูมิภาคเอเชีย	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่ดี ได้มาตรฐาน และมีเอกลักษณ์ของพื้นที่ การดูแลรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน กิจกรรมการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ ทั้งเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความน่าสนใจ ไม่สามารถชมได้ในพื้นที่อื่นๆ เช่น ประเพณีหรือเทศกาลประจำจังหวัด 	<ul style="list-style-type: none"> การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural) การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ (Education)

กลุ่มเป้าหมาย	ความต้องการ	กิจกรรมหลังการประชุม
องค์กรภาคเอกชน ในภูมิภาคยุโรป	<ul style="list-style-type: none"> • การเดินทางที่สะดวกและมีความปลอดภัย • การพักผ่อนที่สะดวกสบาย มีเอกลักษณ์ และสร้างความประทับใจ เช่น การพักผ่อนร่วมกับการศึกษาวิถีชีวิตครอบครัวท้องถิ่นไปพร้อมกัน • การพักผ่อนเชิงสุขภาพ (Wellness) โดยเฉพาะบริการด้านสปา เพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับร่างกาย • การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ • การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ใสใจสภาพแวดล้อม และเรื่องมนุษยธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture) • การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural) • กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) • การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ (Education)
การจัดประชุมวิชาชีพ (Convention)	<p>สมาคม/องค์กรภายในประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> • การประชุมเชิงวิชาการและพื้นที่ในการศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการประชุม • การทำกิจกรรมเพื่อสังคม การเผยแพร่ความรู้สู่ชุมชน โดยเฉพาะความรู้ทางด้านของสุขภาพ เนื่องจากหัวข้อการประชุมหลักที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่เป็นเรื่องของสุขภาพ ที่มีผู้เข้าร่วมประชุมเป็นนักวิชาการและแพทย์ • การพักผ่อนที่สะดวกสบาย มีบริการที่ดีเยี่ยม หรรษา และมีความเป็นส่วนตัว เพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง 	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) • กิจกรรมพักผ่อนและเน้นความผ่อนคลาย (Luxury Slow Life)
	<p>สมาคม/องค์กรต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> • การประชุมเชิงวิชาการและพื้นที่ในการศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการประชุม • กิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการเรียนรู้วิถีชีวิตสำหรับผู้ติดตาม เช่น ครอบครัวของผู้เข้าร่วมงาน ให้ได้ใช้เวลาระหว่างรอ • กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัด ทั้งก่อนและหลังการประชุม • ประสบการณ์แปลกใหม่และแหล่งความรู้ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูล ข่าวสาร และความก้าวหน้าทางวิชาการ • การพบปะแลกเปลี่ยนความเห็นหรือพิจารณาความร่วมมือกันของสมาคม/องค์กรธุรกิจในอนาคต 	<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) • กิจกรรมพักผ่อนและเน้นความผ่อนคลาย (Luxury Slow Life)
การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)	<ul style="list-style-type: none"> • การนำเสนอสินค้าและบริการของบริษัทให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งเป็นโอกาสของการขยายตลาดให้กว้างขึ้น • โอกาสในการแลกเปลี่ยนมุมมอง พบปะผู้ประกอบการในกลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงหรือต่อยอดทางธุรกิจ • การเยี่ยมชมหรือศึกษาดูงานในกระบวนการผลิต (Site Visit) ที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาธุรกิจของตน • การซื้อขายสินค้าสำคัญของจังหวัด เช่น สินค้าที่เป็นตราสินค้าของเชียงใหม่ สินค้าโอท็อปหรือสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Province One Product) ที่ได้รับการพัฒนาและมีศักยภาพที่จะพัฒนาไปเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสินค้าส่งออกต่อไป 	<ul style="list-style-type: none"> • การจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) • การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ (Education)

๔. การออกแบบกิจกรรมหลังการประชุม

ในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ และสนับสนุนให้เชียงใหม่เป็นเมืองแห่งการทำงานไม่ชั่ระดับนานาชาติ จำเป็นต้องมีการออกแบบกิจกรรมหลังการประชุมที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัด เพื่อส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ที่เป็นที่รู้จัก ตลอดจนสร้างแรงดึงดูดผู้จัดงานไมซ์และนักเดินทางไมซ์ให้สนใจและเข้ามาจัดงานที่จังหวัด



รูปแบบกิจกรรมหลังการประชุม (Options Program/ Theme)

ในการจัดรูปแบบกิจกรรมหลังการประชุมที่สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของเชียงใหม่ จะต้องมีการออกแบบกิจกรรมหลังการประชุมให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับศักยภาพของจังหวัด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ชื่อเสียงของจังหวัดให้เป็นที่รู้จัก และดึงดูดให้เกิดการจัดประชุมสัมมนาภายในพื้นที่ โดยกิจกรรมหลังการประชุมสามารถแบ่งรูปแบบได้เป็น ๗ ประเภท ได้แก่

๑. การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture)
๒. การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural)
๓. กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)
๔. การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ (Education)
๕. การจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching)
๖. กิจกรรมการผจญภัย (Adventure and Team Building)
๗. กิจกรรมพักผ่อนและเน้นความผ่อนคลาย (Luxury Slow Life) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รูปแบบกิจกรรมหลังการประชุม

รูปแบบกิจกรรม หลังการประชุม	รายละเอียดกิจกรรม	ตัวอย่างกิจกรรม โปรแกรมกิจกรรมหลังการประชุม
๑. การท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture)	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการ สัมผัสถึงศิลปวัฒนธรรมของ จังหวัดเชียงใหม่ที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่น มีกลิ่นอายของวัฒนธรรม ล้านนา ศิลปะทางด้านสินค้า หัตถกรรมที่มีลวดลายสวยงาม รวมไปถึงการเยี่ยมชมสถานที่ สำคัญต่างๆ	<ol style="list-style-type: none"> โปรแกรมเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์มีชีวิต (Living Museum) เป็น พิพิธภัณฑ์กลางแจ้งที่บุคคลในบริเวณนั้นจะมีการแต่งกายและ การแสดง โดยมีจุดประสงค์เพื่อแสดงวัฒนธรรมชีวิตความ เป็นอยู่ให้กับผู้ชมในยุคปัจจุบันได้เห็น เช่น หมูบ้านท่า เครื่องเงิน หมูบ้านท่าแกะสลัก หมูบ้านทอผ้า โปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรม ตาม เส้นทางสถานที่วัดต่างๆ เช่น พระธาตุดอยสุเทพ วัดเจดีย์ หลวง วัดพระสิงห์วราวิหาร วัดเชียงใหม่ เป็นต้น โปรแกรมจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้เข้าร่วม กิจกรรมไม่ซีได้ร่วมออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง ที่เป็นสินค้าหัตถกรรมของท้องถิ่นล้านนา
๒. การท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ (Natural)	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้น การใกล้ชิดกับธรรมชาติ ให้ ผู้เข้าร่วมประชุมได้สัมผัสถึง ธรรมชาติที่งดงามของจังหวัด เชียงใหม่ โดยเฉพาะภูเขา ป่าไม้ที่ มีมากมาย	<ol style="list-style-type: none"> โปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงพักผ่อน เช่น เส้นทาง ม่อนแจ่ม - ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย - ไร่รุ่งนอ เดน - สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ซึ่งมี ทัศนียภาพที่สวยงาม สามารถมองเห็นวิวทิวเขาซับซ้อน อีกทั้ง ในยามค่ำคืนฟากฟ้ายังแวดล้อมไปด้วยดวงดาว โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-Tourism) เช่น บ้านแม่กลางหลวง บ้านอ่ากาน้อย บ้านผาหมอน และบ้าน หนองหล่ม เป็นการสร้างแนวความคิดทางการอนุรักษ์ วัฒนธรรมล้านนาผสมผสานกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการ ท่องเที่ยว เช่น การบริการที่พักแบบ Home Stay และ Village Stay การเดินป่า ศึกษาธรรมชาติ เดินป่าดูนกประจำ ถิ่นที่มีเฉพาะในพื้นที่ โปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้ติดตามหรือครอบครัว เช่น เส้นทางท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่
๓. กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)	กิจกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ผ่านการ ดำเนินงานร่วมกันขององค์กร สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทการ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเน้นจากความต้องการ/ปัญหา ของประชาชนในพื้นที่	<ol style="list-style-type: none"> โปรแกรมกิจกรรมการเลี้ยงและรักษาช้าง (Elephant Treatment) ที่บาดเจ็บในศูนย์บริบาลช้าง (Elephant Natural Park) โปรแกรมกิจกรรมการระดมทุนให้ความช่วยเหลือโรงเรียน ชาวเขาเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน โปรแกรมการปลูกต้นไม้ ควบคู่กับการพัฒนาคน ชุมชน สังคม ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม เป็นเจ้าของต้นไม้ และการลงมือ ปฏิบัติจริง เพื่อเป็นการช่วยให้มีจิตสำนึกหวงแหนทรัพยากร ป่าไม้
๔. การท่องเที่ยวด้าน การเรียนรู้ (Education)	กิจกรรมที่มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วม ประชุมได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของ ชุมชน รวมไปถึงการเพาะปลูก พันธุ์พืชเมืองหนาวที่เป็นจุดเด่น สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ ผู้เข้าร่วมประชุมได้เกิดองค์ความรู้ ใหม่ๆ เป็นการเปิดประสบการณ์ ให้กว้างยิ่งขึ้น	<ol style="list-style-type: none"> โปรแกรมเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เช่น หมูบ้านชาวเขา หมูบ้านแม่ กำปอง หมูบ้านชาวเขามังคดอยปุย และโรงเรียนบ้านหอม สมุนไพร ซึ่งเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านท่ามกลาง ธรรมชาติ โปรแกรมเรียนรู้เส้นทางโครงการในพระราชดำริ ซึ่งจังหวัด เชียงใหม่มีมากกว่า ๔๔ โครงการ ที่จะให้ได้เห็นการทำงาน วิจัยของนักวิจัยและเจ้าหน้าที่โครงการหลวงในการค้นคว้า พันธุ์พืชและผลไม้ที่เหมาะสมในพื้นที่ และยังสามารถเรียนรู้การ พัฒนาและส่งเสริมชาวเขาให้ทำการเพาะปลูกพืชใหม่ๆ

รูปแบบกิจกรรม หลังการประชุม	รายละเอียดกิจกรรม	ตัวอย่างกิจกรรม โปรแกรมกิจกรรมหลังการประชุม
๕. การจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching)	กิจกรรมการจับคู่ทางธุรกิจที่เปิด พื้นที่ให้นักธุรกิจได้มีโอกาสในการ พบปะ เจรจาซื้อขาย และ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ก่อให้เกิดมูลค่าการซื้อขายจำนวน มาก	๑. โปรแกรมจับคู่ทางธุรกิจระหว่างนักธุรกิจไทย – จีน โดยเน้นไปที่โปรแกรมทัวร์และการท่องเที่ยวหลังการประชุม ๒. โปรแกรมจับคู่ทางธุรกิจระหว่างบริษัทเงินทุน (Venture Capital) และสตาร์ทอัพ (Startup) ในพื้นที่
๖. กิจกรรม การผจญภัย (Adventure and Team Building)	กิจกรรมการผจญภัยที่ให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมผัสกับ ประสบการณ์ ท้าทายร่วมกันเป็นหมู่คณะ เรียนรู้การทำงาน เสริมสร้าง ความสามัคคีด้วยกิจกรรมสนุกๆ ในรูปแบบใหม่ๆ	๑. โปรแกรมจับมือถือแวนเดินขึ้นดอยสุเทพ เพื่อสร้างความ สามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและเพื่อความเป็นสิริมงคล ๒. โปรแกรมการทำกิจกรรมล่องแก่งเรือยางตามแม่น้ำแม่แตง เพื่อทำสร้างความสามัคคีระหว่างกิจกรรมการล่องแพ และการ พายเรือไปตามแม่น้ำร่วมกัน ๓. โปรแกรมแรลลี่กลุ่มรถเอทีวี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ โดยการ เล่นกิจกรรมร่วมกันในแต่ละฐาน ๔. โปรแกรมท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงผจญภัย เช่น เส้นทาง สวรรค์ - สวนผีเสื้อ – ช้างที่ปางช้างแม่สา
๗. กิจกรรมพักผ่อน และเน้นความผ่อนคลาย (Luxury Slow Life)	กิจกรรมที่ให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ ผ่อนคลายในทุกรูปแบบ เช่น การ นวดและสปา การเล่นกีฬากอล์ฟ หรือการเรียนรู้วิธีการทำอาหาร สไตล์ล้านนา	๑. โปรแกรมกิจกรรมภายในโรงแรมสำหรับท่านผู้หญิง เช่น การ สอนทำอาหารล้านนาดั้งเดิม การนวดและสปา ๒. โปรแกรมกิจกรรมสำหรับท่านผู้ชาย เช่น การเล่นกอล์ฟที่ สนาม Chiangmai Gymkhana Golf and Sports Club การ นวดและสปา

ส่วนที่ ๔

ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม MICE จังหวัดเชียงใหม่

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัด ต้องมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งครอบคลุมทั้งการประชาสัมพันธ์ การสร้างความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการผลักดันให้เกิดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในจังหวัด โดยเป็นการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน ทั้งตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาจังหวัดเพื่อให้เป็นเมืองไมซ์จะต้องมีการกำหนดจุดเด่นของทางจังหวัด และเป้าหมายในการพัฒนา ซึ่งในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย ๔ เรื่อง ได้แก่ ๑. วิสัยทัศน์ในการเป็นไมซ์ซิตี้อันดับหนึ่งของจังหวัด ๒. เป้าหมายในการพัฒนาไมซ์ซิตี้อันดับหนึ่งของจังหวัด ๓. กลยุทธ์ในการพัฒนาไมซ์ซิตี้อันดับหนึ่งของจังหวัด และ ๔. โครงการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับนโยบาย/ยุทธศาสตร์

๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

- ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

๑.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

- การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

๑.๓ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๑ (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๔)

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สร้างคุณค่าและความโดดเด่นด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

๑.๔ แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๔)

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ เชื่อมโยงชุมชนและท้องถิ่น

๒. วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

๒.๑ วิสัยทัศน์

“เชียงใหม่ นครที่เป็นที่สุดแห่งความสง่างามทางวัฒนธรรม จุดหมายปลายทางของกิจกรรมไมซ์ในเอเชีย”

“Chiang Mai The Splendid City of Culture and Destination for MICE in Asia”

๒.๒ พันธกิจ

๑. สนับสนุนการจัดงานไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
๒. ส่งเสริมภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการบริการชั้นเลิศและมีอัตลักษณ์ของความเป็นวัฒนธรรม
๓. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์บนฐานความรู้ และพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานสากล
๔. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว

๓. เป้าประสงค์

- ๓.๑ จำนวนรายได้และนักท่องเที่ยวของกิจกรรมไมซ์เพิ่มมากขึ้น
- ๓.๒ จำนวนนักท่องเที่ยวจากอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดที่เพิ่มขึ้น
- ๓.๓ เศรษฐกิจสมดุลและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

เป้าประสงค์รวม	ตัวชี้วัด/เป้าหมายรวม ๔ ปี	ข้อมูลค่าฐาน	เป้าหมายรายปี				
			๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๑-๒๕๖๔
๑. จำนวนรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดที่เพิ่มขึ้น	๑. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัด	รายได้จากการจัดกิจกรรมไมซ์จังหวัด	๒	๒	๒	๒	๘
๒. จำนวนนักท่องเที่ยวจากอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดที่เพิ่มขึ้น	๒. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากอุตสาหกรรมไมซ์	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่จังหวัด	๒	๒	๒	๒	๘
๓. เศรษฐกิจสมดุลและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง	๓. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัด	จำนวนรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัด (5,304 ล้านบาท ข้อมูลปี 2560)	๒	๒	๒	๒	๘

๔. ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดไมซ์แบบมุ่งเป้าตลาดเอเชีย

กลยุทธ์

- ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของเมืองโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม
- พัฒนาช่องทางการตลาดเชิงรุกกับลูกค้าองค์กรเป้าหมาย ทั้งในและต่างประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยกกระดับการบริการ พัฒนาสินค้าท่องเที่ยว สร้างโอกาสในกิจกรรมไมซ์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม

กลยุทธ์

- ส่งเสริมกิจกรรมการบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มไมซ์ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม
- เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว และสินค้าทางการท่องเที่ยวโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม
- สร้างโอกาส และยกระดับกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนา ยกกระดับ บุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่

กลยุทธ์

- พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้ได้มาตรฐานสากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยกกระดับและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์

กลยุทธ์

- ยกกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์
- พัฒนาระบบบริหารจัดการที่ทันสมัยมาเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการไมซ์

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	ปีงบประมาณ				กลยุทธ์	
		หน่วยนับ	๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓		๒๕๖๔
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และการตลาดไมซ์แบบมุ่งเป้า ตลาดเอเชีย	๑.๑ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวน นักเดินทางไมซ์ของจังหวัด	ร้อยละ	๒	๒	๒	๒	๑. ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ และ เสริมสร้างภาพลักษณ์ ของเมืองโดยใช้ทุนทาง วัฒนธรรม ๒. พัฒนาช่องทาง การตลาดเชิงรุกกับลูกค้า องค์กรเป้าหมาย ทั้งใน และต่างประเทศ
	๑.๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ อุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัด	ร้อยละ	๒	๒	๒	๒	
	๑.๓ จำนวนงานที่มีการจัดกิจกรรม เจรจาทางธุรกิจ	งาน	๒	๒	๒	๒	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยกระดับการบริการ พัฒนา สินค้าท่องเที่ยว สร้างโอกาส ในกิจกรรมไมซ์ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม	๒.๑ จำนวนงาน/กิจกรรมในการ ขับเคลื่อนพัฒนาของจังหวัด	งาน/ กิจกรรม	๕	๕	๕	๕	๑. ส่งเสริมกิจกรรมการ บริการทางการท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มไมซ์ โดยใช้ ทุนทางวัฒนธรรม ๒. เชื่อมโยงเส้นทางการ ท่องเที่ยว และสินค้า ทางการท่องเที่ยวโดยใช้ ทุนทางวัฒนธรรม ๓. สร้างโอกาส และ ยกระดับกิจกรรมไมซ์ใน พื้นที่
	๒.๒ จำนวนสินค้าและบริการที่ได้รับ ตราสัญลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai Brand) เพิ่มขึ้น	ราย	๓๐	๓๐	๔๐	๔๐	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนา ยกระดับ บุคลากรที่มี ส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรม ไมซ์ในพื้นที่	๓.๑ จำนวนบุคลากร/ผู้ประกอบการที่ ผ่านการพัฒนาด้านไมซ์	คน	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	พัฒนาขีดความสามารถ ของบุคลากรด้าน อุตสาหกรรมไมซ์ให้ได้ มาตรฐาน
	๓.๒ จำนวนผู้ประกอบการด้านไมซ์ที่ ผ่านการรับรองมาตรฐาน	แห่ง	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยกระดับและพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน การจัดกิจกรรมไมซ์	๔.๑ จำนวนสถานประกอบการและ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐาน	แห่ง	๕	๕	๗	๑๐	๑. ยกระดับโครงสร้าง พื้นฐานทางกายภาพ สนับสนุนการจัดกิจกรรม ไมซ์ ๒. พัฒนาระบบบริหาร จัดการที่ทันสมัยมาเพิ่ม ประสิทธิภาพในการ ให้บริการไมซ์
	๔.๒ จำนวนสถานที่ที่ได้รับการรับรอง ตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงาน ประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard; TMVS) เพิ่มขึ้น	แห่ง	๓	๕	๘	๑๐	

หมายเหตุ :

- ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ - ๑.๓ ตัวชี้วัดเพิ่มขึ้นจากค่าฐานร้อยละ ๒ ต่อปี และใช้ค่าฐานการวัดของสำนักงานส่งเสริม
การประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
- นิยามของตัวชี้วัดที่ ๒.๒ จำนวนสินค้าและบริการที่ได้รับตราสัญลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai
Brand) เพิ่มขึ้น ให้ใช้การรับรองของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่
- นิยามของตัวชี้วัดที่ ๓.๑ จำนวนบุคลากร/ผู้ประกอบการที่ผ่านการพัฒนาด้านไมซ์ ให้ใช้การรับรอง
ระดับประเทศโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ศูนย์ความเป็นเลิศ
ด้านไมซ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- นิยามของตัวชี้วัดที่ ๓.๒ จำนวนผู้ประกอบการด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ให้ใช้การรับรองระดับประเทศ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- นิยามของตัวชี้วัดที่ ๔.๑ จำนวนสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐานจะใช้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ซึ่งตรวจประเมินโดย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา โดยจะแบ่งเป็น
 ๑. มาตรฐานของสำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว อาทิ มาตรฐานโรงแรม มาตรฐานสถานที่พักตากอากาศ มาตรฐานเกสต์เฮาส์ มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล เป็นต้น
 ๒. มาตรฐานของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อาทิ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น
 ๓. มาตรฐานของสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ประกอบด้วย มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว และมาตรฐานมัคคุเทศก์ โดยแต่ละมาตรฐานจะมีอายุการรับรองที่แตกต่างกัน

โดยหน่วยงานหรือองค์กรใดที่ได้รับรองมาตรฐาน จะได้รับมอบเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวเป็นรูปสัญลักษณ์ “ช้างชูงวงเรีงร่า ประกอบลายประจำยาม” และในแต่ละปีจะมีการกำหนดตรวจมาตรฐานที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับการกำหนดตรวจรับรองของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

- นิยามของตัวชี้วัดที่ ๔.๒ จำนวนสถานที่ที่ได้รับการรับรองตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard; TMVS) เพิ่มขึ้น ใช้ค่าฐานการวัดของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

๕. ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม MICE จังหวัดเชียงใหม่

สามารถแบ่งออกได้เป็น ๔ ส่วนด้วยกัน ได้แก่ ๑. ส่วนต้นทาง ๒. ส่วนกลางทาง ๓. ส่วนปลายทาง

๔. ส่วนสนับสนุน โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

๑. ต้นน้ำ	๒. กลางน้ำ	๓. ปลายน้ำ
<p>การพัฒนาฐานที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ภายในพื้นที่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่กลุ่มผู้เข้าร่วมงานในทุกประเภท โดยสามารถแบ่งลักษณะได้ ออกเป็น ๓ ส่วน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเตรียมความพร้อมของโรงแรมและสถานที่ประชุม - การพัฒนาและยกระดับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ - การพัฒนาและยกระดับการจัดงานไมซ์ 	<p>การสร้างสินค้าและบริการให้มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ การสร้างโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายหลังจากเสร็จสิ้นการประชุม โดยการพัฒนาในส่วนกลางน้ำสามารถแบ่งได้ออกเป็น ๒ ลักษณะ คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสร้างโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่เป็นมาตรฐาน - การพัฒนากิจกรรมและการบริการที่สามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ 	<p>การจัดทำแผนตลาด พัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์จังหวัดไปยังกลุ่มผู้จัดหางาน เพื่อดึงดูดงานเข้าสู่จังหวัด รวมทั้งการพัฒนาภาพลักษณ์ของทางจังหวัดให้มีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ โดยการพัฒนาในส่วนปลายน้ำ สามารถแบ่งได้ออกเป็น ๒ ลักษณะ คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว - การสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ไปยังผู้บริโภค
๔. โครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการ		
<p>การพัฒนาระบบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยในการผลักดันและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ให้มีการเติบโต โดยการพัฒนาในส่วนสนับสนุน สามารถแบ่งได้ออกเป็น ๒ ลักษณะ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ภายในพื้นที่ - การพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย เพื่อใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ 		

๕.๑ การพัฒนาระบบต้นทาง : เป็นกระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบในห่วงโซ่การผลิต ซึ่งในอุตสาหกรรมไมซ์เปรียบเสมือนการเตรียมความพร้อมของโรงแรมและการบริหารจัดการสถานที่ประชุม เส้นทางทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ การพัฒนาและยกระดับของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมไมซ์ใหม่และการยกระดับงานไมซ์แบบเดิมให้ดีขึ้น

๕.๒ การพัฒนาระบบกลางทาง : เป็นการสร้างสินค้าและบริการให้มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งในอุตสาหกรรมไมซ์เปรียบเสมือนการสร้างความสัมพันธ์กับนักเดินทางไมซ์ การสร้างโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลายหลังจากเสร็จสิ้นการประชุม การพัฒนาสินค้าและบริการต่างๆ ของจังหวัดให้สอดคล้องกับวิถีความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของคนในพื้นที่

๕.๓ การพัฒนาระบบปลายทาง : เป็นการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าไปยังผู้บริโภค ซึ่งในอุตสาหกรรมไมซ์เปรียบเสมือนการสร้างจัดทำและวางแผนการตลาด รวมถึงการพัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์เมืองไปยังกลุ่มผู้จัดงาน เพื่อดึงดูดงานเข้าสู่จังหวัด รวมทั้งการพัฒนาภาพลักษณ์ของเมืองให้มีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ

สรุปแผนงาน/โครงการ ที่ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม MICE จังหวัดเชียงใหม่

ที่	ประเด็นยุทธศาสตร์	จำนวนโครงการ	งบประมาณดำเนินการ				
			พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ.2561-2564
1	ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดไมซ์แบบมุ่งเป้าตลาดเอเชีย	19	406,736,000	154,421,380	375,840,000	358,840,000	1,272,237,380
2	ยกระดับการบริการ พัฒนาสินค้าท่องเที่ยว สร้างโอกาสในกิจกรรมไมซ์ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม	23	393,862,000	206,778,200	304,858,000	307,230,000	1,167,728,200
3	พัฒนา ยกระดับ บุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่	2	8,809,000	8,754,000	13,640,000	14,190,000	45,393,000
4	ยกระดับและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์	12	337,573,700	1,477,502,400	1,224,800,000	1,234,800,000	4,272,676,100
	รวมทั้งสิ้น	56	1,146,980,700	1,847,455,980	1,919,138,000	1,915,060,000	6,758,034,680

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดไมซ์แบบมุ่งเป้าตลาดเอเชีย

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
1	โครงการส่งเสริมและเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์และการตลาดทางการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ	32,700,000	38,635,000	35,500,000	36,000,000	119,235,000	กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ของ เมืองโดยใช้ทุน ทางวัฒนธรรม
	กิจกรรมหลักที่ 1.1 ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai Travel Mart 2018) CTM 2018	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	18,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.2 ส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน AEC (กัวลาลัมเปอร์ - สันตันทู - หลักเต่ง)	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	12,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.3 ส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่ศูนย์กลางตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสู่นานาชาติ	4,500,000	5,000,000	5,500,000	6,000,000	16,500,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.4 เชียงใหม่ไชน่าทาวน์ไทยแลนด์ ครั้งที่ 3	3,500,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	15,500,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.5 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมต้อนรับเทศกาลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	2,600,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	11,600,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.6 ส่งเสริมการตลาดสินค้าและบริการท่องเที่ยวภายในประเทศ	5,700,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	18,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.7 ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับพันธมิตรกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง (GMS)	3,600,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	12,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.8 ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวยานการค้า-หัตถกรรมในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)	1,900,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	6,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.9 ส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวด้านหัตถกรรมขยายฐานบริการการขายภายในประเทศ	1,900,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	6,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.10 จัดทำคู่มือการจัดการงานไมซ์ล้านนา Lanna MICE Planer	0	2,305,000	0	0	2,305,000	

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
	กิจกรรมหลักที่ 1.11 จัดงาน ประชาสัมพันธ์ศักยภาพอุตสาหกรรม ไมซ์ MICE EXPO	0	1,330,000	0	0	1,330,000	
2	โครงการส่งเสริมการขายตลาด ท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 1 ทั้งในประเทศและ	63,356,000	22,135,000	52,000,000	52,000,000	189,491,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.1 ร่วมงานไทยเที่ยว	5,000,000	2,143,000	5,000,000	5,000,000	17,143,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.2 Lanna Expo	7,000,000	3,946,000	7,000,000	7,000,000	24,946,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.3 Famtrip เชื่อมโยง การท่องเที่ยวกลุ่มอนุภาคแม่น้ำโขง GMS	4,000,000		4,000,000	4,000,000	12,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.4 ผลิตภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือ	5,000,000		5,000,000	5,000,000	15,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.5 กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 1 อินเทอร์เน็ตชั้นนำ ไมซ์มาร์ท (NIMM) North MICE City	5,000,000		5,000,000	5,000,000	15,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.6 ส่งเสริมการตลาด Northern Long Stay Fair	3,000,000	2,000,000	3,000,000	3,000,000	11,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.7 ส่งเสริมตลาดการ ท่องเที่ยวบนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Green Season Project)	10,000,000	11,900,000	10,000,000	10,000,000	41,900,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.8 การจัดประชุม นานาชาติและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	5,000,000		5,000,000	5,000,000	15,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.9 การพัฒนา ศักยภาพฮาลาล เพื่อการท่องเที่ยว	8,000,000	500,000	8,000,000	8,000,000	24,500,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.10 ส่งเสริมอาหาร ล้านนาฮาลาล (Lanna Halal Food) เพื่อการท่องเที่ยว	3,178,000	500,000		-	3,678,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.11 พัฒนางองค์กร จัดการด้านการท่องเที่ยวผ่าน Mobile Payment Platform สำหรับ ผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยว กลุ่ม	8,178,000				8,178,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.12 เทศกาลดนตรีใน สวน (Garden Music Festival)		1,146,000			1,146,000	
3	โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ เกษตรกรผู้ประกอบการในการ ประกอบธุรกิจ	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	12,000,000	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาช่องทาง การตลาดเชิงรุก

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
	กิจกรรมหลักที่ 3.1 กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการและยกระดับผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานสากล เพื่อสร้างโอกาสและช่องทางการตลาดสินค้าจาก Local สู่ Global	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	12,000,000	กับกลุ่มลูกค้าองค์กรเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ
4	โครงการเสริมสร้างนวัตกรรมการผลิตอัจฉริยะในอุตสาหกรรมอาหาร (Northern Thailand Food Valley to Smart Industry 4.0)	0	10,000,000	10,000,000	10,000,000	30,000,000	
	กิจกรรมที่ 4.1 เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมอาหารภาคเหนือสู่การสร้างธุรกิจแบบยั่งยืน	-	3,000,000	3,000,000	3,000,000	9,000,000	
	กิจกรรมที่ 4.2 เชื่อมโยงและสร้างโอกาสทางการตลาดผลิตภัณฑ์นวัตกรรม Northern Thailand Food Valley	-	4,000,000	4,000,000	4,000,000	12,000,000	
	กิจกรรมที่ 4.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม การตลาด และเชื่อมโยงธุรกิจกับ	-	3,000,000	3,000,000	3,000,000	9,000,000	
5	โครงการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงการผลิตและการประกอบธุรกิจสู่ระดับสากล	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	40,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 5.1 กิจกรรมพัฒนาการเชื่อมโยงตลาดบริการสุขภาพสู่สากล	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	28,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 5.2 กิจกรรมสร้างโอกาสและขยายช่องทางการค้าสินค้าเกษตรสู่อาเซียน	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	12,000,000	
6	โครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารด้วยแนวคิดนวัตกรรมแบบเปิด (Open	5,440,000	7,554,000	5,440,000	5,440,000	23,874,000	
7	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 สู่การเป็นนักรตลาดสากล Lanna Creative Learning Hub	54,000,000	13,700,000	54,000,000	54,000,000	175,700,000	
8	โครงการสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายธุรกิจกลุ่มล้านนา (Biz Club	3,000,000		3,000,000	3,000,000	9,000,000	

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
9	โครงการพัฒนาเครือข่ายการค้าการลงทุนสู่ตลาดอาเซียน	5,000,000		5,000,000	5,000,000	15,000,000	
10	โครงการ Lanna Wellness (Health and Beauty)	5,850,000		5,850,000	5,850,000	17,550,000	
11	โครงการสร้างสรรค์หัตถอุตสาหกรรมภาคเหนือตอนบน ๑ สู่ไทยแลนด์ ๔.๐ (Northern Creative Craft To Thailand 4.0)	2,050,000		2,050,000	2,050,000	6,150,000	
12	โครงการยกระดับหัตถกรรมท้องถิ่นสู่อุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ (Reinvented Craft)	7,500,000	8,431,000	15,000,000	7,500,000	38,431,000	
13	โครงการพื้นที่สร้างสรรค์งานออกแบบอุตสาหกรรม (Creative Industrial DEsign Space : CIDES)	20,000,000		10,000,000	10,000,000	40,000,000	
14	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการค้าและการลงทุนทั้งในและ	25,000,000		25,000,000	25,000,000	75,000,000	
15	โครงการ Lanna - ASEAN+3 (International Creative Culture and Trend)	15,000,000		20,000,000	10,000,000	45,000,000	
16	ศูนย์กลางการเชื่อมโยงเพื่อจำหน่ายและกระจายสินค้า OTOP & SME (Supply Chain Operation Center for Otop & SME : SCOS)	100,000,000		60,000,000	60,000,000	220,000,000	
17	สร้างสรรค์ปั้นแต่ง แหล่งอาหารล้านนา สร้างมูลค่า พัฒนาสู่สากล (Northern Food Valley Expo)	15,000,000		15,000,000	15,000,000	45,000,000	
18	โครงการนวัตกรรมต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มสู่ตลาดสากล (Northern Inno Showcase)	10,000,000	14,547,000	10,000,000	10,000,000	44,547,000	
19	โครงการส่งเสริมการตลาด การจัดแสดงสินค้าที่มีศักยภาพเพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุนของกลุ่มจังหวัด	29,840,000	26,419,380	35,000,000	35,000,000	126,259,380	
รวม 19 โครงการ 29 กิจกรรม		406,736,000	154,421,380	375,840,000	358,840,000	1,272,237,380	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับการบริการ พัฒนาสินค้าท่องเที่ยว สร้างโอกาสในกิจกรรมไมซ์

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
1	โครงการยกระดับการบริการทางการท่องเที่ยว	2,904,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	14,904,000	กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมกิจกรรมการบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มไมซ์ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม
	กิจกรรมหลักที่ 1.1 กิจกรรมส่งเสริมการบริการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพสู่มาตรฐานสากล	2,904,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	14,904,000	
2	โครงการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่สู่สากล	21,700,000	29,900,000	32,300,000	34,300,000	118,200,000	กลยุทธ์ที่ 2 เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวและสินค้าทางการท่องเที่ยวโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม
	กิจกรรมหลักที่ 2.1 กิจกรรมพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่สู่การเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยว NETWORK IT CITY	1,100,000	2,000,000	2,500,000	3,000,000	8,600,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.2 กิจกรรมเชียงใหม่ MICE CITY	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	40,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.3 กิจกรรมมหัศจรรย์เชียงใหม่ผจญภัยนานาชาติ เพื่อรองรับการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC	5,000,000	6,000,000	7,000,000	8,000,000	26,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.4 กิจกรรมเชียงใหม่เมืองดนตรี (MUSIC of CITY)	3,600,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	15,600,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.5 กิจกรรมท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Longstay)	2,000,000	2,500,000	3,000,000	3,500,000	11,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.6 การพัฒนาการบริหารจัดการ Package Tour ด้วย	-	1,500,000	1,800,000	1,800,000	5,100,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.7 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Sport of Tourism)	-	3,900,000	4,000,000	4,000,000	11,900,000	
3	โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	17,300,000	48,323,500	49,000,000	49,000,000	163,623,500	
	กิจกรรมหลักที่ 3.1 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน	3,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	33,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 3.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าจังหวัดเชียงใหม่	7,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	37,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 3.3 กิจกรรมฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว รวมถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (วัดศรีสุพรรณ)	2,700,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	11,700,000	

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
	กิจกรรมหลักที่ 3.4 กิจกรรมพัฒนาอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4,600,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	19,600,000	
	กิจกรรมหลักที่ 3.5 ส่งเสริมและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชื่อมโยงสู่ระดับสากล	-	6,050,000	7,000,000	7,000,000	20,050,000	
	กิจกรรมหลักที่ 3.6 หมู่บ้านอัตลักษณ์หัตถกรรมล้านนา	-	14,273,500	14,000,000	14,000,000	42,273,500	
4	โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาของกลุ่มชาติพันธุ์สู่สากล พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเมือง	19,000,000	19,000,000	19,000,000	19,000,000	76,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 4.1 กิจกรรมชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	16,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 4.2 กิจกรรมจัดทำฐานข้อมูลเชิงกายภาพและสังคมเมืองมรดกโลกเชียงใหม่	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	14,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 4.3 กิจกรรมส่งเสริมอนุรักษ์ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา (ก่อสร้างศูนย์เรียนรู้)	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	10,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 4.4 กิจกรรมการบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์บนที่สูงอย่างยั่งยืน	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	12,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 4.5 กิจกรรมขับเคลื่อนเชียงใหม่สู่เมืองมรดกโลก	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	24,000,000	
5	โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเชื่อมโยงอุตสาหกรรมไมซ์	-	1,495,000	0	0	1,495,000	
6	โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงใหม่ด้วยเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์จังหวัด (Chiang Mai Brand) และเครื่องหมายรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	-	600,000	600,000	600,000	1,800,000	
7	โครงการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 7.1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม - กิจกรรมย่อย ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยพระบาท ภาคเหนือ 17 จังหวัด	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	
8	โครงการเสริมสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1	36,250,000	5,000,000	36,250,000	36,250,000	113,750,000	

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
	กิจกรรมหลักที่ 8.1 พัฒนาบุคลากรวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียนตามข้อตกลงร่วมว่าด้วยการยอมรับฯ	2,000,000		2,000,000	2,000,000	6,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 8.2 การพัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวแบบพำนักอาศัยระยะยาว (Long Stay)	3,000,000		3,000,000	3,000,000	9,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 8.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	20,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 8.4 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสร้างความยั่งยืนแก่ชุมชน	11,250,000		11,250,000	11,250,000	33,750,000	
	กิจกรรมหลักที่ 8.5 การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะเพื่อรองรับกิจกรรมไมซ์และการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด	15,000,000		15,000,000	15,000,000	45,000,000	
9	โครงการ 9 เส้นทางท่องเที่ยวโครงการหลวงพัฒนาต้นน้ำตามรอยพระบาท		21,137,500			21,137,500	
10	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสุขภาพของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ	5,680,000	15,446,000	5,680,000	5,680,000	32,486,000	
	กิจกรรมหลักที่ 10.1 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน	5,680,000		5,680,000	5,680,000	17,040,000	
	กิจกรรมหลักที่ 10.2 การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1		14,000,000			14,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 10.3 ส่งเสริมธุรกิจสปาและสุขภาพ (Spa & Wellness)		1,446,000			1,446,000	
11	โครงการส่งเสริมทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมแอดเวนเจอร์ ในเขตพื้นที่อนุรักษ์	2,228,000	-	2,228,000	1,600,000	6,056,000	
	กิจกรรมหลักที่ 11.1 จักรยานภูเขา	1,600,000		1,600,000	1,600,000	4,800,000	
	กิจกรรมหลักที่ 11.2 เรือพาย (เรือคายัค)	628,000		628,000		1,256,000	
12	โครงการช่วงวัฒนธรรมล้านนา	4,000,000	5,000,000	6,000,000	7,000,000	22,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 12.1 ช่วงวัฒนธรรม	4,000,000	5,000,000	6,000,000	7,000,000	22,000,000	
13	โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1	11,700,000	-	11,700,000	11,700,000	35,100,000	

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
	กิจกรรมหลักที่ 13.1 การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรด้านบริการสุขภาพ เช่นการอบรมหลักสูตรการดูแลสุขภาพ	700,000		700,000	700,000	2,100,000	
	กิจกรรมหลักที่ 13.2 การบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นในการบริการสุขภาพเพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่า	8,000,000		8,000,000	8,000,000	24,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 13.3 การจัดประชุมวิชาการล้านนาเมืองสุขภาพ โดยการนำเสนอการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นในการประยุกต์ใช้ในการบริการ	2,000,000		2,000,000	2,000,000	6,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 13.4 การสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1	1,000,000		1,000,000	1,000,000	3,000,000	
14	โครงการพัฒนาเมืองล้านนาลำปาง บริเวณเมืองเก่าลำปาง ลำพูนและ	7,000,000	266,200	7,000,000	7,000,000	21,266,200	
	กิจกรรมหลักที่ 14.1 ปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	7,000,000		7,000,000	7,000,000	21,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 14.2 สร้างมาตรฐานความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว		266,200			266,200	
15	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัด	5,000,000		5,000,000	5,000,000	15,000,000	
16	โครงการสานสัมพันธ์วัฒนธรรมชาติพันธุ์ล้านนาสู่อาเซียน	3,350,000	3,350,000	3,350,000	3,350,000	13,400,000	
	กิจกรรมหลักที่ 16.1 ประชาสัมพันธ์	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	8,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 16.2 ส่งเสริมการเผยแพร่วัฒนธรรมชาติพันธุ์	1,350,000	1,350,000	1,350,000	1,350,000	5,400,000	
	กิจกรรมหลักที่ 16.3 กิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ล้านนา 4 จังหวัด 5 ด้าน	8,200,000	8,000,000	8,200,000	8,200,000	32,600,000	
	กิจกรรมหลักที่ 16.4 กิจกรรมมหกรรมวัฒนธรรมชาติพันธุ์ล้านนา	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	32,000,000	
17	โครงการล้านนาเมืองน่าอยู่ (Lanna Go Green)	8,000,000	7,400,000	8,000,000	8,000,000	31,400,000	
18	โครงการส่งเสริมพัฒนาและประชาสัมพันธ์การค้าชายแดนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1	3,000,000		3,000,000	3,000,000	9,000,000	

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
19	โครงการส่งเสริมการค้า การลงทุนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม สร้างสรรค์สู่สากล (Lanna Creative	61,000,000	16,200,000	61,000,000	61,000,000	199,200,000	
20	โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องแต่งกายพื้นเมืองสู่เชิงพาณิชย์	6,000,000		6,000,000	6,000,000	18,000,000	
21	ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้วิสาหกิจสินค้าโอท็อป สินค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เพื่อการ พัฒนาสินค้าและศักยภาพของผู้ประกอบการ)	150,000,000		15,000,000	15,000,000	180,000,000	
22	โครงการสืบสานประเพณีล้านนาฟื้นคุณค่าสู่ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิง	4,200,000	3,660,000	4,200,000	4,200,000	16,260,000	
	กิจกรรมหลักที่ 22.1 สืบสานประเพณีวัฒนธรรมของ 4 จังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1	4,200,000	3,660,000	4,200,000	4,200,000	16,260,000	
23	โครงการตามรอยอารยธรรมล้านนา ตะวันตกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	10,550,000	11,000,000	10,550,000	10,550,000	42,650,000	
	กิจกรรมหลักที่ 23.1 ประชุมสร้างความเข้าใจร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง	50,000	500,000	50,000	50,000	650,000	
	กิจกรรมหลักที่ 23.2 สร้างองค์ความรู้และจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงล้านนาตะวันตก	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	16,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 23.3 การอบรมนักสื่อความหมายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในกลุ่มล้านนาตะวันตก	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	10,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 23.4 ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000	7,200,000	
	กิจกรรมหลักที่ 23.5 “ตามรอยอารยธรรมล้านนา” ในล้านนาตะวันตก	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000	8,800,000	
	รวม 23 โครงการ 47 กิจกรรม	393,862,000	206,778,200	304,858,000	307,230,000	1,167,728,200	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนา ยกระดับ บุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
1	โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ	4,669,000	8,754,000	9,500,000	10,050,000	32,973,000	กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาขีด ความสามารถ ของบุคลากร ด้านอุตสาหกรรม ไมซ์ให้ได้ มาตรฐาน
	กิจกรรมหลักที่ 1.1 โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียน ตามข้อตกลงร่วมว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพ	454,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,454,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.2 กิจกรรมประสานความร่วมมือการพัฒนาแรงงานวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสอดคล้องกับการขยายตัวธุรกิจการ	4,215,000	5,500,000	6,000,000	6,500,000	22,215,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.3 การพัฒนาฝีมือและการอบรมหลักสูตรระยะสั้น "การพัฒนามัคคุเทศน์ ผู้นำเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ"	-	270,000	300,000	350,000	920,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.4 พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านบริการสุขภาพ	-	1,234,000	1,200,000	1,200,000	3,634,000	
	กิจกรรมหลักที่ 1.5 ยกระดับการเล่าเรื่องท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชื่อมโยงสู่ระดับสากล	-	750,000	1,000,000	1,000,000	2,750,000	
2	โครงการพัฒนาเครือข่าย โดยการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว	4,140,000	-	4,140,000	4,140,000	12,420,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.1 ฝึกอบรมเครือข่ายเพื่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ป่าอนุรักษ์เพื่อการท่องเที่ยว	1,680,000		1,680,000	1,680,000	5,040,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.2 ฝึกอบรมและพัฒนาเครือข่ายมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	1,380,000		1,380,000	1,380,000	4,140,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.3 ฝึกอบรมและพัฒนามาตรฐานการให้บริการโฮมสเตย์ – ลองส	1,080,000		1,080,000	1,080,000	3,240,000	
รวม 2 โครงการ 8 กิจกรรม		8,809,000	8,754,000	13,640,000	14,190,000	45,393,000	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
1	โครงการสำรวจ ประเมินเพื่อรับรองสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์	0	3,500,000	3,500,000	3,500,000	8,500,000	กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับ โครงสร้าง พื้นฐานทาง กายภาพ
	กิจกรรมที่ 1.1 กิจกรรมการสำรวจ ประเมินเพื่อรับรองสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์	0	2,500,000	2,500,000	2,500,000	7,500,000	สนับสนุนการจัด กิจกรรมไมซ์
	กิจกรรมที่ 1.2 กิจกรรมเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์	0	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	
2	โครงการพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	115,573,700	927,732,400	929,000,000	929,000,000	2,901,306,100	
	กิจกรรมหลักที่ 2.1 กิจกรรมพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวแบบ	107,481,700	700,000,000	700,000,000	700,000,000	2,207,481,700	
	กิจกรรมหลักที่ 2.2 กิจกรรมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ	8,092,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	308,092,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.3 กิจกรรมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อความ	-	14,000,000	15,000,000	15,000,000	44,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.4 ปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	-	10,431,500	12,000,000	12,000,000	34,431,500	
	กิจกรรมหลักที่ 2.5 การปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว	-	2,624,000	2,000,000	2,000,000	6,624,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.6 การปรับปรุงถนนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ระยะที่ 1	-	45,296,000	45,000,000	45,000,000	135,296,000	
	กิจกรรมหลักที่ 2.7 การปรับปรุงถนนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ระยะที่ 2	-	55,380,900	55,000,000	55,000,000	165,380,900	

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
3	โครงการศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาการจราจรในพื้นที่โดยรอบท่าอากาศยานนานาชาติ	0	3,300,000	3,300,000	3,300,000	9,900,000	
	กิจกรรมหลัก 3.1 การสำรวจและวิเคราะห์การเดินทางของผู้เดินทางชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้า-ออกท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่	-	800,000	800,000	800,000	2,400,000	
	กิจกรรมหลักที่ 3.2 การวิเคราะห์และคาดการณ์สภาพปัญหาของการเดินทางจากแบบจำลองการจราจรในพื้นที่โดยรอบท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่	-	2,500,000	2,500,000	2,500,000	7,500,000	
4	โครงการพัฒนาสนามบินแห่งที่ 2 (โครงการตามมติครม. เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2560)	-	-	-	-	-	
5	โครงการพัฒนาสถานที่จัดงานด้านวัฒนธรรม	0	2,120,000	0	0	2,120,000	
6	โครงการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางเพื่อการท่องเที่ยว	40,000,000	24,000,000	0	0	64,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 6.1 การก่อสร้างถนนลาดยางทางเข้าน้ำพุร้อนโป่งเดือดในเขตอุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่	40,000,000				40,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 6.2 ปรับปรุงถนนสายทางเข้าอุทยานแห่งชาติขุนขาน อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่		9,000,000			9,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 6.3 กิจกรรมปรับปรุงทางหลวงเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวทางหลวงหมายเลข 1192 สายอินทนนท์ -		15,000,000			15,000,000	
7	การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์		7,000,000			7,000,000	
8	โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1	4,000,000	-	4,000,000	4,000,000	12,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 8.1 สำรวจ ประเมิน เพื่อรับรองสถานประกอบการมาตรฐานกรรมการท่องเที่ยว	4,000,000		4,000,000	4,000,000	12,000,000	
	กิจกรรมหลักที่ 8.2 กิจกรรมการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยเทคโนโลยี (CCTV) ในแหล่งท่องเที่ยว	50,000,000		50,000,000	50,000,000	150,000,000	

ที่	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณดำเนินการ					กลยุทธ์
		พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2561-2564	
9	โครงการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางเพื่อส่งเสริมการค้าชายแดน	50,000,000	94,200,000	50,000,000	60,000,000	254,200,000	
10	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพทางหลวงเชื่อมโยงการค้าชายแดน	60,000,000	240,650,000	60,000,000	60,000,000	420,650,000	
11	โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานบริเวณโดยรอบสถานีรถไฟลำปางลำพูน และเชียงใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับระบบ Raik logistic ของ	68,000,000				68,000,000	
12	โครงการพัฒนาระบบการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการไมซ์	0	175,000,000	175,000,000	175,000,000	525,000,000	กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบ
	กิจกรรมหลักที่ 12.1 โครงการจัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาค (MICE	0	100,000,000	100,000,000	100,000,000	300,000,000	บริหารจัดการที่ทันสมัยมาเพิ่ม
	กิจกรรมหลักที่ 12.2 จัดตั้งศูนย์การติดต่อประสานงานไมซ์ประจำพื้นที่ (MICE Contact Center)	0	75,000,000	75,000,000	75,000,000	225,000,000	ประสิทธิภาพในการให้บริการไมซ์
รวม 12 โครงการ 18 กิจกรรม		337,573,700	1,477,502,400	1,224,800,000	1,234,800,000	4,272,676,100	

อ้างอิง

สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. (๒๕๖๑). แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. ๒๕๖๑- ๒๕๖๔ (ฉบับทบทวนรอบปี พ.ศ. ๒๕๖๒)

สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (๒๕๖๐). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษา และจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของไมซ์ซิดีและเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile) จังหวัดเชียงใหม่