



Cluster SMEs



รายงานการศึกษา

เครือข่ายวิสาหกิจ

อาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง
จังหวัดพังงา



สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551



สารบัญ

| | | หน้า |
|---------|---|-------|
| บทที่ 1 | เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา | 1-12 |
| | ■ ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและ ขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา | 1 |
| | ■ การวิเคราะห์ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและ ขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา | 4 |
| | ■ การประเมินสถานะการพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา | 8 |
| | ■ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ของการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา | 12 |
| บทที่ 2 | แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา | 13-14 |
| บทที่ 3 | แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและ ขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา | 15-36 |
| | ■ แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและ ขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา | 15 |
| | ■ ตารางยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน และโครงการในการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมืองจังหวัดพังงา | 19 |
| | ■ ตัวอย่างโครงการ | 21 |

บทที่ 1

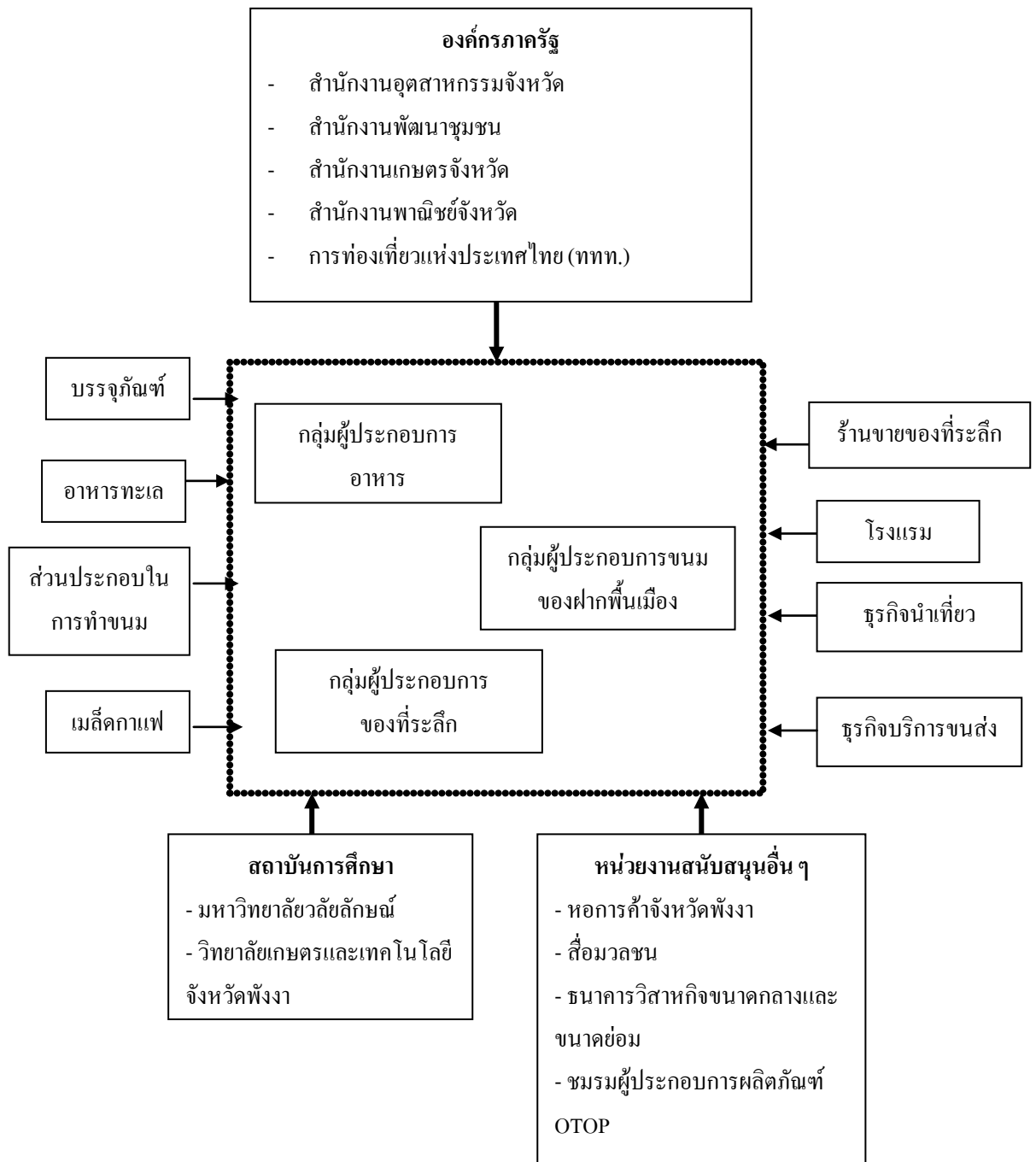
เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

1. ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

จังหวัดพังงาเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าต่าง ๆ มากมาย ซึ่งเป็นทรัพยากรที่หาได้ในจังหวัด เช่น อาหารทะเล และเมล็ดกาแฟ เป็นต้น ซึ่งนำมาผลิตสินค้าประเภทอาหาร และขนมของฝากของที่ระลึก เป็นสินค้า OTOP ที่ใช้ฝีมือของคนในท้องถิ่นที่มีความชำนาญ เนื่องจากเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาที่มีกันมาอย่างยาวนานแล้วที่สามารถผลิตสินค้าได้อย่างหลากหลาย และมีความแตกต่าง ถือว่าเป็นการได้เปรียบจากคู่แข่งอื่น โดยที่การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ในปัจจุบันเน้นการสร้างให้สินค้ามีคุณภาพ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย ดังความสนใจจากกลุ่มลูกค้า อาจจะมาจากรูปแบบของการบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่จดจำแก่กลุ่มลูกค้า ซึ่งในแต่ละจังหวัดต่างมุ่งเน้นให้สินค้าของตนเองมีความโดดเด่น และรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา มีวิสัยทัศน์คือ “สินค้าดีมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างยั่งยืน” โดยมีโครงการสนับสนุนเครือข่ายทั้งสิ้น 8 โครงการ และได้มีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการตามความต้องการ และปัญหาของเครือข่ายวิสาหกิจ ดังนี้ โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า โครงการสร้างเอกลักษณ์และพัฒนาตราสินค้า โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ โครงการสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณบ้านท่าปูน ตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่ โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกในเครือข่าย และโครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา



ภาพที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมืองจังหวัดพังงา

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมืองจังหวัดพังงา

ธุรกิจหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการ อาหาร และขนม ของฝาก พื้นเมือง จังหวัดพังงา ซึ่งมีความหลากหลายทั้งสินค้าประเภท ขนม เช่น ขนม เต้าส้อ ขนมงาพอง ประเภทของ อาหาร เช่น น้ำพริกกุ้งเสียบ กุ้งเสียบ ของที่ระลึกทำจากไม้ม้งเคร เป็นต้น

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ได้แก่ ธุรกิจที่ให้บริการทั้งแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปในท้องถิ่น ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจบริการขนส่ง ธุรกิจโรงแรม

ผู้จัดส่งปัจจัยการผลิต (Suppliers) ได้แก่ ธุรกิจบรรจุกัญห้ ส่วนประกอบในขนม ชาวประมง และชาวสวนกาแฟ

สถาบันการศึกษา ที่จะส่วนช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรม การค้นคว้าวิจัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีจังหวัดพังงา

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบโดยตรง ได้แก่ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคใต้ เขต 2

หน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ ได้แก่ ธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สื่อมวลชน หอการค้าจังหวัดพังงา เครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

2. การวิเคราะห์ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนอาหาร และขนมของฝาก พื้นเมือง จังหวัดพังงา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ทำให้สามารถทำการวิเคราะห์ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ของ Prof. Michael E. Porter เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ วิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง ของจังหวัดพังงา โดยทำการวิเคราะห์ ตามองค์ประกอบ 4 ด้านของกรอบแนวคิด Diamond Model ได้แก่

- การวิเคราะห์เงื่อนไขของ ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
- การวิเคราะห์เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)
- การวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)
- การวิเคราะห์บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของ บริษัท (Context for Firm, Structure and Rivalry)

2.1 เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

สินค้าประเภทอาหาร และขนมของฝากของที่ระลึกในจังหวัด พังงา เป็นสินค้าที่ใช้ฝีมือของคนในท้องถิ่น ที่มีการสืบทอดภูมิปัญญา มีการดำเนินงานกันมา เป็นเวลานานแล้ว ทำให้เกิดความเชี่ยวชาญ ทำให้เกิดการได้เปรียบในด้านนี้

โครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐานที่จะเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากของที่ระลึก จังหวัดพังงา มีการเดินทางได้สะดวก แต่ขาดการเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่ม เนื่องจากไม่มีศูนย์กลางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ทรัพยากรทุน

ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก แบบวิสาหกิจชุมชน โดยส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเอง อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบการยังคงต้องการเงินลงทุนจากภายนอกเพื่อนำมาขยายกิจการ จึงมีปัญหาในเรื่องการเข้าถึงแหล่งทุนใหม่ ๆ

ทรัพยากรธรรมชาติ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่หาได้ในจังหวัด เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากร ทำให้สามารถเพิ่มรายได้มาให้กับผู้ประกอบการ แต่ยังคงขาดวัตถุดิบบางอย่าง เช่น งาม ที่นำมาใช้ผลิตขนมงาพอง ซึ่งยังคงต้องสั่งซื้อจากฟิลิปปินส์ เนื่องจากงาในประเทศมีไม่เพียงพอ วัตถุดิบที่นำมาผลิตน้ำพริกกุ้งเสียบก็ไม่เพียงพอต่อการผลิต ต้องสั่งซื้อจากนอกพื้นที่ ซึ่งทำให้มีต้นทุนที่สูง

วัฒนธรรม

ชาวจังหวัดพังงา มีอรรถาศัยความเป็นเจ้าบ้านที่ดี สินค้าที่นำมาขายเป็นของฝากของที่ระลึก จึงเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ให้ความสำคัญในเรื่องของรสชาติต้องมีความอร่อย ความสะอาดของสินค้าได้เหมือนกับที่ชาวพังงาทำรับประทานกันเอง

2.2 ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า

ผู้บริโภคที่เป็นชาวจังหวัด พังงา เป็นคนที่มีความพึงพอใจสูงในการเลือกซื้อสินค้าอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง เนื่องจากชาวพังงาไม่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ดังนั้นหากต้องมีการเลือกจะต้องเลือกในสิ่งที่มีคุณภาพที่ดี ทำให้สินค้าที่นำมาขายต้องมีคุณภาพและรสชาติที่ดี ส่งผลให้เมื่อลูกค้าที่มาซื้อสินค้าได้รับสินค้าที่ดีมีคุณภาพ และจิตใจรสชาติมีความต้องการที่จะกลับมาหาซื้อสินค้าทุกครั้งที่ได้มีโอกาสมาเที่ยวเมืองพังงา

นักท่องเที่ยวลดลง

ปัจจัยด้านอุปสงค์ ของนักท่องเที่ยวที่ลดลงเป็นอุปสรรคที่สำคัญ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่เลือก ซื้อสินค้าประเภท อาหาร และขนมของฝากพื้นเมืองเป็นนักท่องเที่ยว แต่หลังจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงอย่างมาก ส่งผลโดยตรงต่ออุปสงค์การซื้อสินค้าประเภทอาหาร และของฝากพื้นเมือง

2.3 ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

ความเชื่อมโยงเชิงกิจกรรม

ผู้ผลิตหรือผู้จัดหาปัจจัยการผลิต เป็นคนในท้องถิ่น ที่มีการให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า สำหรับ จากภายนอกจังหวัด จะมีการติดต่อซื้อขายวัตถุดิบกันก็ต่อเมื่อวัตถุดิบในจังหวัดมีไม่เพียงพอต่อการผลิต และจะเลือกซื้อ จากผู้ขายที่มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่ดี แต่ไม่มีการเชื่อมโยงที่ชัดเจน เป็นเพียงการซื้อขายกันแบบปกติ

ความเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ

มีความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งแยกกลุ่มตามอำเภอมีการจัดตั้งเป็นรูปแบบเครือข่ายอย่างชัดเจน มี ประธานเครือข่ายของแต่ละอำเภอเป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานของจังหวัด แต่ไม่ได้มีการทำการตลาด หรือการวิจัยร่วมกัน หากมีการส่งเสริมให้มีการทำงานร่วมกันจากกลุ่มที่มีอยู่แล้วจะส่งผลดีต่อภาคการผลิตที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ โดยมีความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยเสริม

2.4 บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm, Structure and Rivalry)

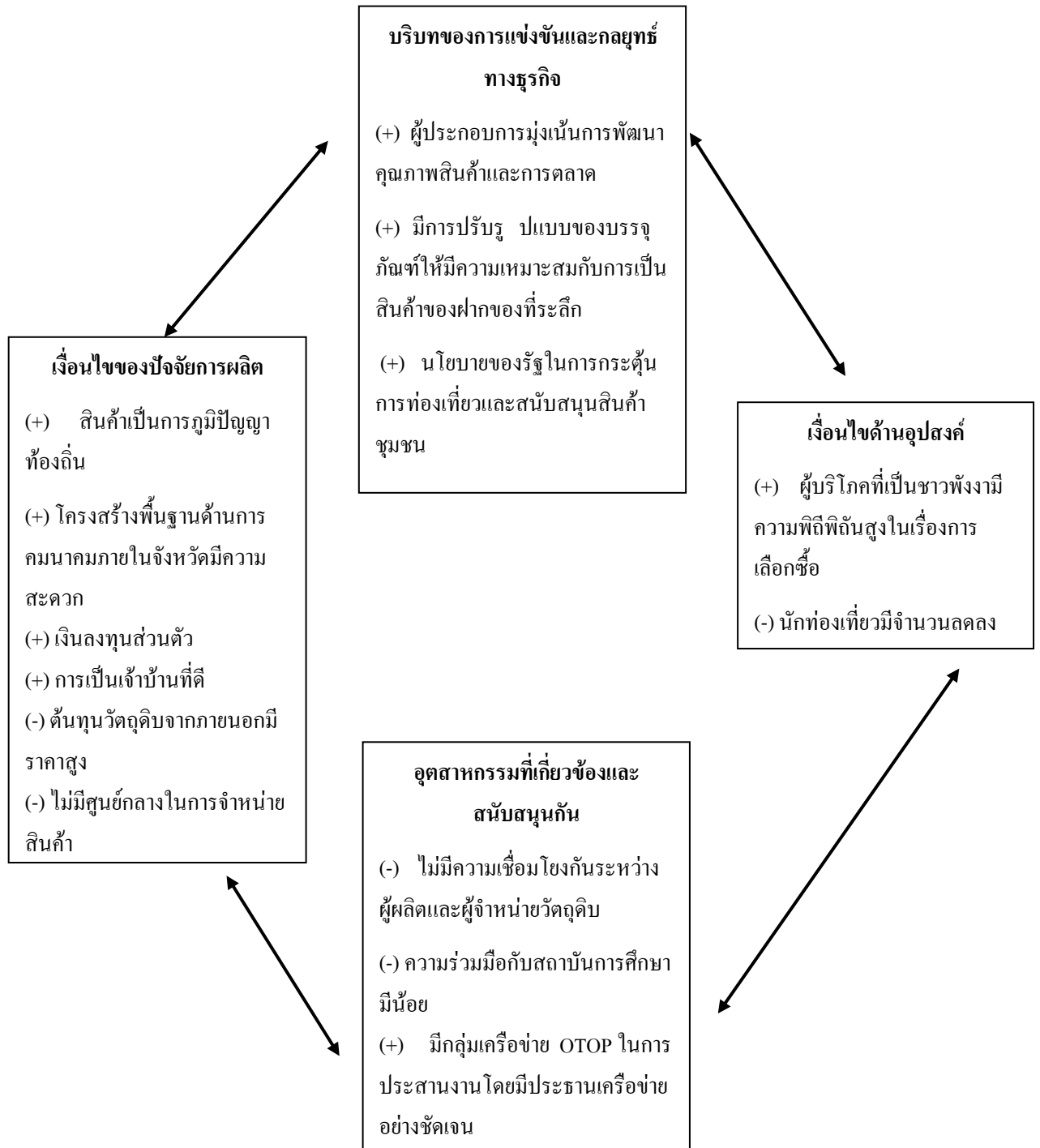
นโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐ

การที่รัฐมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศ ส่งผลดีต่อตลาดสินค้าประเภทของฝาก และของที่ระลึกมากขึ้น และมีนโยบายให้การสนับสนุนสินค้าของชุมชนเพื่อยกระดับสินค้าชุมชนให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น

กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจอาหาร และขนมของฝากของที่ระลึกยังคงเน้นที่การพัฒนาคุณภาพสินค้ามากกว่าการลดราคา มีการปรับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมสวยงามเหมาะกับการเป็นสินค้าของฝาก ของที่ระลึกมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจ วิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง ของจังหวัดพังงา สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ตาม Diamond Model ได้ ดังภาพ



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

3. การประเมินสถานะการพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

ในการประเมินสถานะการพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจ พิจารณาได้จาก 2 มิติ คือ มิติ ความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจ และมิติการเติบโตของอุตสาหกรรม โดยในแต่ละมิติจะใช้ดัชนีชี้วัดผลการพัฒนา (Key Development Indicators) และ ปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนา (Key Drivers for Development) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

ดังนั้น จึงสามารถประเมินสถานะการพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมืองจังหวัดพังงา ได้ดังนี้

3.1 มิติความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจ (Key Development Indicators) ประกอบด้วย

ดัชนีชี้วัดผลการพัฒนา ประกอบด้วย

- ระดับของนวัตกรรม

เมื่อพิจารณาถึงระดับของนวัตกรรมของเครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา พบว่า มิได้มีการคิดค้นนวัตกรรมอะไรใหม่ ๆ เนื่องจากเป็นอาหารและขนมฝากที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ จึงไม่มีการปรับปรุง ลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์ ให้ความทันสมัยมากขึ้น

- จำนวนบริษัทในเครือข่ายวิสาหกิจที่สามารถออกไปแข่งขันในต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาถึงผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา ไม่มีการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศเลย เนื่องจากสินค้ายังไม่มีความพร้อมพอต่อการส่งออก

- จำนวนบริษัทในเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการพัฒนาตราสินค้าของตนเอง

ผู้ประกอบการ ในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมืองของจังหวัดพังงา โดยส่วนใหญ่ มีตราสินค้าเป็นของตนเอง แต่ไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เนื่องจากไม่มีการประชาสัมพันธ์ในตราสินค้า และการสร้างตราสินค้าไม่เป็นที่ดึงดูดใจของผู้ซื้อเท่าที่ควร

- กลยุทธ์พื้นฐานในการแข่งขันของธุรกิจ

ผู้ประกอบการในเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมืองของจังหวัดพังงา พบว่าการแข่งขันส่วนใหญ่เป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าของกลุ่มให้ได้รับการยอมรับมากขึ้น

ปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนา ประกอบด้วย

- ระดับความครอบคลุมขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องของเครือข่ายวิสาหกิจและการเชื่อมโยงกิจกรรม

เครือข่าย วิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง ของจังหวัดพังงา มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เนื่องจากการสร้างมูลค่า เพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ภายในจังหวัด ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับจังหวัดอีกทางหนึ่งด้วย

- ปัจจัยทรัพยากรพื้นฐานและโครงสร้างพื้นฐาน

จังหวัดพังงามีปัจจัยทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ต่อการจัดทำสินค้าของฝากในรูปแบบของอาหาร ขนม และผลิตภัณฑ์จากหัตถกรรม

- ทักษะและคุณลักษณะของผู้บริโภค

ระดับความพึงพอใจของความต้องการของผู้บริโภคภายในจังหวัด เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจได้ เนื่องจากจะทำให้ผู้ประกอบการมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ชาวพังงาเป็นผู้ที่ได้ชื่อว่ามีคุณภาพชีวิตในเรื่องของการเลือกซื้อสินค้า ให้มีความสำคัญกับมาตรฐานของสินค้า ซึ่งจะส่งผลให้เครือข่ายวิสาหกิจมีการพัฒนาประสิทธิภาพและการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

- ระดับของการมีปฏิสัมพันธ์ และความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ

ระดับของความสัมพันธ์ ความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ วิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง ของจังหวัดพังงา มีกลุ่มเครือข่าย OTOP ซึ่งเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นแกนนำในการประสาน ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ กับหน่วยงานภาครัฐ และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ทำให้คาดได้ว่าจะสามารถนำไปสู่การพัฒนาความร่วมมือที่ดียิ่งขึ้นไปในอนาคต

3.2 มิติศักยภาพในการเติบโตของอุตสาหกรรม (Key Drivers for Development)

ประกอบด้วย

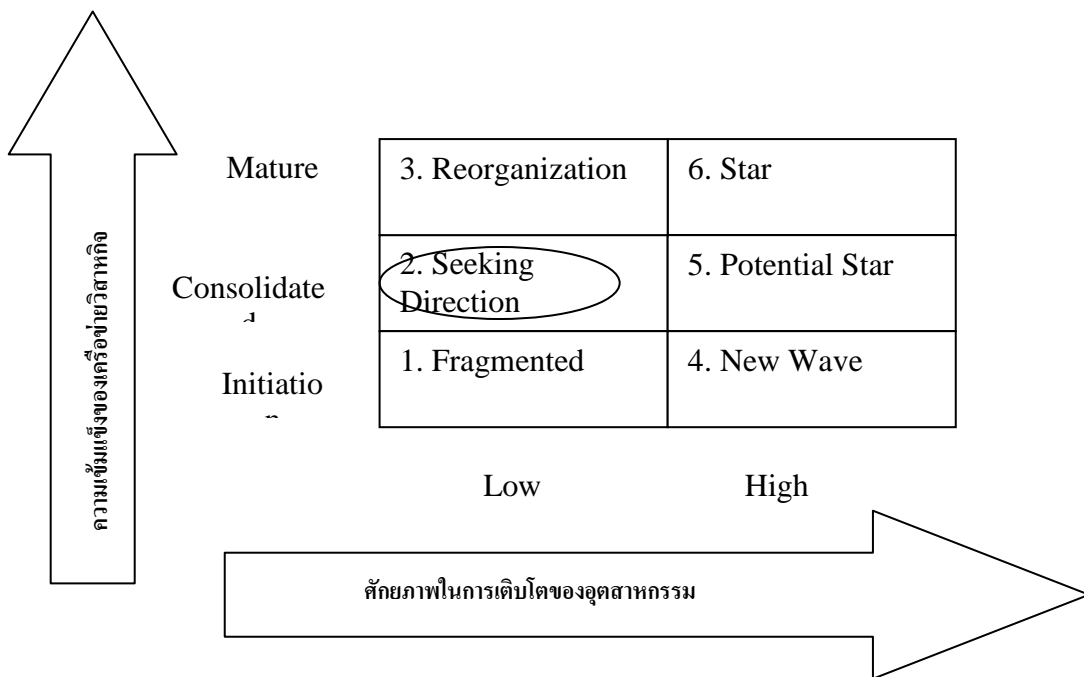
ดัชนีชี้วัดผลการพัฒนา

- ความสำคัญต่อการจ้างงานในภาคเศรษฐกิจ

การดำเนินงานในการผลิตและจำหน่าย อาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง ของจังหวัดพังงา ส่ง ผลต่อการพัฒนาที่สำคัญคือทำให้การจ้างงานภายในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและจังหวัด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการเติบโตของอุตสาหกรรมได้

ปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนา (Key Drivers for Development)

สินค้าประเภท อาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง จัดอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดไม่สูง ทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก ทำให้โอกาสในการเจริญเติบโตและศักยภาพของเครือข่ายไม่สูงนัก จากการประเมินระดับการพัฒนาและศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง ของจังหวัดพังงา ทำให้สามารถสรุปรูปแบบของเครือข่ายวิสาหกิจดังกล่าว ได้ดังแสดงในแผนภาพ



ภาพที่ 3 ระดับพัฒนาการเครือข่ายวิสาหกิจวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถประเมินเครือข่ายวิสาหกิจวิสาหกิจชุมชนอาหาร และ
ขนมของฝากพื้นเมือง ของจังหวัดพังงา ได้ว่าอยู่ในกลุ่ม Seeking Direction ซึ่งจะเป็นลักษณะ
เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในระดับหนึ่ง แต่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาด
และความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่สูงนัก

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าเครือข่ายวิสาหกิจ วิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง
ของจังหวัดพังงา ควรมีการให้กลุ่มต่าง ๆ รวมตัวกันวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน และ
มีการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อให้มีการพัฒนาเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งจังหวัด

4. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

จากการประเมินพบว่าเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา มีระดับการพัฒนาและศักยภาพ อยู่ในกลุ่ม Seeking Direction ซึ่งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมกลุ่มกันในระดับหนึ่ง มีโอกาสทางการตลาดไม่สูงนัก ผลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยใช้ตัวแบบ Diamond Model พบว่า ยังมีปัจจัยหลายประการ ที่นำไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนของเครือข่ายวิสาหกิจวิสาหกิจชุมชนอาหาร ขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงาดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาให้มืองค์ประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความครอบคลุมและเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีเครือข่ายสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นแกนนำในการประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนตามนโยบายของภาครัฐ ดังนั้น การพัฒนาองค์ประกอบของเครือข่ายให้สมบูรณ์และการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจให้เกิดจากการผลักดันของผู้ประกอบการเอง การเชื่อมโยง ระหว่างผู้ผลิตกับผู้จัดจำหน่าย โดยอาศัยสนับสนุนของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐ จะเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งในระยะยาว
2. การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันกำหนดทิศทาง (Direction Setting) ของเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อให้มีการร่วมกันกำหนดเป้าหมายทั้งในระยะยาวและการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีทิศทางและมีความสอดคล้องกัน ตลอดจนกำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อเป็นการยกระดับการพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหาร และขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา ต่อไป
3. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เนื่องจากสินค้าที่ผลิตขึ้นเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงควรจะมีการปรับปรุงในเรื่องมาตรฐานสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ และมีการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาโอกาสทางการตลาดได้มากยิ่งขึ้น
4. การพัฒนากลยุทธ์การตลาด เป็นปัจจัยสำคัญที่ จะสร้างความสามารถทางการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจนี้ ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ประกอบไปด้วย การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า การคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตราสินค้า การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่จะช่วยสร้างการยอมรับของลูกค้ามากยิ่งขึ้น
5. การจัดการวัตถุดิบเนื่องจากเครือข่ายประสบปัญหาเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ทำให้ต้องสั่งซื้อมาจากต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ดังนั้น จึงควรพยายามการใช้วัตถุดิบที่สำคัญ มีการรวมกลุ่มกันจัดซื้อให้ได้ปริมาณวัตถุดิบที่เพียงพอและคว บคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ โดยอาจจะร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต หรือค้นหาแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศทดแทนการนำเข้า

บทที่ 2

แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด



2. แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา



บทที่ 3

แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

1. แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

เป้าหมายเครือข่าย

พัฒนาบทบาทของเครือข่ายวิสาหกิจในการประสานสนับสนุนการพัฒนามาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

วิสัยทัศน์

“สินค้าดีมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. รักษามาตรฐานในการผลิตสินค้า
2. มีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง
3. มีการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ
4. มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ยุทธศาสตร์

1. ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ
2. ยุทธศาสตร์เสริมกำลังทุน
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากและของที่ระลึก
4. ยุทธศาสตร์พัฒนาระบบช่วยเหลือของภาครัฐ

เป้าหมายยุทธศาสตร์

สินค้าและผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายวิสาหกิจมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

1. ผู้ประกอบการในเครือข่าย ฯ ที่ต้องการความช่วยเหลือด้านเงินทุนหรือด้านอื่น ๆ จะได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา มีความเข้มแข็ง สามารถบริหารจัดการเครือข่ายได้ด้วยตนเอง

กลยุทธ์

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึก
2. การช่วยเหลือในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ
3. การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย
4. การวางระบบฐานข้อมูล ปรับระเบียบ ข้อบังคับ เงื่อนไข และระบบบริการของหน่วยงานภาครัฐให้เหมาะสม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา ยุทธศาสตร์ดังกล่าว จำแนกเป็นแผนงาน / โครงการ โดยยึดตามแผนงานระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) และมาตรการระยะยาว (1 – 3 ปี) ได้ดังต่อไปนี้

แผนงานระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)

ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 2 โครงการ ดังนี้

1. แผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า

โครงการสร้างเอกลักษณ์และพัฒนาตราสินค้า

ยุทธศาสตร์เสริมกำลังทุน

กลยุทธ์การช่วยเหลือในการจัดหาแหล่งแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 1 โครงการ ดังนี้

2. แผนงานส่งเสริมการหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียน

โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกในเครือข่าย

แผนงานระยะยาว (1 – 3 ปี)

ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์การเพิ่มพูนทักษะให้แก่บุคลากร

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 1 โครงการ ดังนี้

1. แผนงานการสร้างความรู้และพัฒนาบุคลากร

1.1 โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ

ยุทธศาสตร์การการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

กลยุทธ์การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 3 โครงการ ดังนี้

2. แผนงานการส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย

2.1 โครงการสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณบ้านท่าแร่ ตำบลโคกกลอย
อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา

2.2 โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่

2.3 โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบช่วยเหลือของภาครัฐ

กลยุทธ์การวางระบบฐานข้อมูล ปรับระเบียบ ข้อบังคับ และระบบบริการของหน่วยงานภาครัฐ

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 1 โครงการ ดังนี้

3 แผนงานการปรับปรุงกลไกการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ

3.1 โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา ได้มีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการตามความต้องการ และปัญหาของอุตสาหกรรม มเป้าหมาย ซึ่งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา ได้มีการกำหนดเรียงลำดับความสำคัญของโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า
2. โครงการสร้างเอกลักษณ์และพัฒนาตราสินค้า
3. โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ
4. โครงการสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณบ้านท่าปูน ตำบลโคกกลอย อำเภอดงทับทิม จังหวัดพังงา
5. โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่
6. โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ
7. โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกในเครือข่าย
8. โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

โครงการนำร่อง คือ โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ทั้งนี้ได้สรุปยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา เป็นตาราง และรายละเอียดตามลำดับดังนี้

2. ตารางยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน และโครงการในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาหารและขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา

| | |
|---|------------------|
| ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ | |
| กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ | |
| แผนงานที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ | |
| ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) | ระยะยาว (1-3 ปี) |
| 1. โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า | |
| 2. โครงการสร้างเอกลักษณ์และพัฒนาตราสินค้า | |
| กลยุทธ์ที่ 2 การเพิ่มพูนทักษะให้แก่บุคลากร | |
| แผนงานที่ 2 การสร้างความรู้และพัฒนาบุคลากร | |
| ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) | ระยะยาว (1-3 ปี) |
| 1. โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ | |
| ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมกำลังทุน | |
| กลยุทธ์ที่ 1 การช่วยเหลือในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้ผู้ประกอบการ | |
| แผนงานที่ 1 ส่งเสริมการหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียน | |
| ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) | ระยะยาว (1-3 ปี) |
| 1. โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกในเครือข่าย | |

เครือข่ายวิสาหกิจขนมของฝากพื้นเมือง จังหวัดพังงา: กลุ่มพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน

| | |
|---|---|
| ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากและของที่ระลึก | |
| กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย | |
| แผนงานที่ 1 การส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย | |
| ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) | ระยะยาว (1-3 ปี) |
| | <ol style="list-style-type: none">1. โครงการสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณบ้านท่าขุน ตำบลโลกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา2. โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่3. โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ |
| ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบช่วยเหลือของภาครัฐ | |
| กลยุทธ์ที่ 1 การวางระบบฐานข้อมูล ประเมินเทียบ และระบบบริการของหน่วยงานภาครัฐ | |
| แผนงานที่ 1 การปรับปรุงกลไกการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ | |
| ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) | ระยะยาว (1-3 ปี) |
| | <ol style="list-style-type: none">1. โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ |

3. ตัวอย่างโครงการ

ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

แผนงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตสินค้าในแต่ละประเภท เช่น สาธารณสุขจังหวัด, เกษตรจังหวัด, สถาบันการศึกษา, อุตสาหกรรมจังหวัด, องค์กรบริหารส่วนตำบล และองค์กรบริหารส่วนจังหวัด

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากการผลิตสินค้าประเภทอาหารของเครือข่ายวิสาหกิจ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารประจำแต่ละท้องถิ่น มักจะประสบกับปัญหาอายุการเก็บของสินค้านั้น กระบวนการผลิตที่ไม่มีคุณภาพ เนื่องจากอาศัยความเคยชินจากการผลิตในครัวเรือนมาใช้ หรือแม้กระทั่งสินค้าที่เป็นประเภทของฝากก็มีกระบวนการผลิตที่ไม่มีคุณภาพ เนื่องจากสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจขาดความรู้ความเข้าใจในการผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานสากล นอกจากนั้นแล้วก็ยังประสบกับปัญหาว่าเมื่อผลิตออกมาเป็นสินค้าแล้วไม่มีหน่วยงานที่ชัดเจนในการให้การรับรองเกี่ยวกับมาตรฐานของสินค้าแต่ละชนิด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจนเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ และความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานที่ให้การรับรองมาตรฐานในสินค้าแต่ละประเภท
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีอายุการใช้งานและการเก็บสินค้าที่นานขึ้น รวมทั้งพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานในแต่ละผลิตภัณฑ์
3. เพื่อให้มีการกำหนดหน่วยงานที่ชัดเจนในการรับรองมาตรฐานสินค้าแต่ละประเภท

กิจกรรมหลัก

1. จัดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความรู้กับเครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกของเครือข่ายในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการผลิตสินค้าในแต่ละประเภท เช่น
2. การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. การอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการแต่ละประเภท
4. การอบรมเกี่ยวกับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพเพื่อให้ได้มาตรฐานรับรอง หรือมีอายุการใช้งานหรือการเก็บสินค้าที่นานขึ้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สินค้ามีคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐาน
2. อายุการใช้งาน และการเก็บรักษาของสินค้ามีเวลานานขึ้น
3. มีหน่วยงานรับซื้อที่ชัดเจน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. จำนวนผู้เข้าร่วมอบรม
2. ปริมาณสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
3. สินค้ามีอายุการเก็บนานขึ้น
4. มีหน่วยงานที่ชัดเจนในการรับรองมาตรฐานสินค้า

ระยะเวลาดำเนินการ

6 เดือน

งบประมาณ (บาท)

จำนวน 2,000,000 บาท

แผนงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ชื่อโครงการ โครงการสร้างเอกลักษณ์และพัฒนาตราสินค้า

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ผู้ว่าราชการจังหวัด CEO

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด, สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า
สำนักงานพัฒนาชุมชน, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม , สาธารณสุขจังหวัด , สำนักงานมาตรฐาน
อุตสาหกรรมมาตรฐานผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (มผช.)

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากการผลิตสินค้าของเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละเครือข่ายนั้นมักจะเริ่มจากการนำเอาสิ่งใกล้ตัวที่เป็นภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่นมาพัฒนาให้เป็นสินค้า เพื่อขายให้กับกลุ่มคนจำนวนน้อย จากนั้นเมื่อดำเนินกิจการไปแล้วประสบความสำเร็จก็มักจะประสบปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้าโดยผลิตสินค้าแบบเดียวกันที่มีคุณภาพต่ำแล้วนำมาขายในราคาต่ำกว่า ซึ่งปัญหาเหล่านี้เกิดจากสินค้าของเครือข่ายวิสาหกิจโดยส่วนใหญ่ยังไม่มีเอกลักษณ์และตราสินค้าเป็นของตนเอง หรือมีตราสินค้าแล้วแต่ยังไม่เป็นตราสินค้าที่ดีและมีมาตรฐานเพียงพอ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ความรู้แก่เครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกของเครือข่ายเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์และตราสินค้าในแต่ละผลิตภัณฑ์
2. เพื่อให้เกิดการพัฒนาเอกลักษณ์และตราสินค้าของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ

กิจกรรมหลัก

1. การฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาเอกลักษณ์และตราสินค้า
2. การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และพัฒนาบุคลากรในด้าน
การออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. การจัดส่งบุคลากรที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยในการออกแบบ พัฒนาเอกลักษณ์และตรา
สินค้าของเครือข่ายวิสาหกิจ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีตราสินค้า และสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์
2. มีการสร้างตราสินค้า และเอกลักษณ์ในแต่ละเครือข่าย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. จำนวนเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการพัฒนาเอกลักษณ์และตราสินค้าของตนเอง
2. จำนวนสมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้าร่วมการอบรม

ระยะเวลาดำเนินการ

6 เดือน

งบประมาณ

จำนวน 4,000,000 บาท

ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์การเพิ่มพูนทักษะให้แก่บุคลากร

| | |
|-----------------------|---|
| แผนงาน | การสร้างความรู้และพัฒนาบุคลากร |
| ชื่อโครงการ | โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ |
| หน่วยงานรับผิดชอบหลัก | สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม |
| หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน, สำนักงานจังหวัด, องค์การบริหารส่วนตำบล, องค์การบริหารส่วนจังหวัด, สถาบันการศึกษา, สำนักงานพัฒนาชุมชน, สาธารณสุขจังหวัด, สำนักงานมาตรฐาน อุตสาหกรรมมาตรฐานผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (มผช.) |

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากโดยส่วนมากแล้วในการดำเนินงานของสมาชิกในแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ มักจะใช้พื้นความรู้และภูมิปัญญาเดิมที่สืบทอดกันมาในการประกอบอาชีพ เป็นเหตุให้ในการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจประสบกับปัญหาการขาดความหลากหลายของรูปแบบสินค้า รูปแบบของสินค้าไม่จูงใจให้ลูกค้าสนใจที่จะซื้อสินค้าชนิดนั้นๆ รวมทั้งปัญหาการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ ของสินค้าที่มีอยู่ให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของสมาชิกในแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ ให้เกิดความชำนาญและเชี่ยวชาญในการประกอบอาชีพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการในการผลิตสินค้าของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายที่มีความเกี่ยวข้องกัน

กิจกรรมหลัก

1. การฝึกอบรมทักษะในการประกอบอาชีพให้กับสมาชิกของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
2. การจัดหาผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ชำนาญในแต่ละด้านเข้ามาช่วยเหลือในการดำเนินงานของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
3. การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายที่มีความเกี่ยวข้องกัน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สมาชิกในเครือข่ายสามารถประกอบอาชีพได้อย่างชำนาญ
2. เครือข่ายที่มีความเกี่ยวข้องกัน มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี
3. ผลลัพธ์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. รูปแบบสินค้าของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น
2. จำนวนสมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ

ปี พ.ศ. 2549

งบประมาณ (บาท)

จำนวน 2,000,000 บาท

ยุทธศาสตร์การการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

กลยุทธ์การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย

| | |
|-----------------------|---|
| แผนงาน | การส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย |
| ชื่อโครงการ | โครงการสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณบ้านท่าปูน ตำบล โคกกลอย อำเภอดงหลวง จังหวัดพิจิตร |
| หน่วยงานรับผิดชอบหลัก | ผู้ว่าราชการ CEO |
| หน่วยงานสนับสนุน | สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าในแต่ละจังหวัด , กรมส่งเสริมการค้า ส่งออก, องค์การบริหารส่วนตำบล, องค์การบริหารส่วนจังหวัด |

หลักการและเหตุผล

จังหวัดพิจิตรมีผลิตภัณฑ์ OTOP หลากหลายชนิดไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร ของใช้ หรือของที่ระลึก และได้รับความสนใจจากผู้คนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพิจิตร เพื่อซื้อ เป็นของฝาก ของที่ระลึก แต่ในปัจจุบันจังหวัดพิจิตรไม่มีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ครบวงจร ทุกอย่าง และมีทำเลที่ดีในการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายให้กับผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด หรือ จังหวัดใกล้เคียง

ดังนั้น ควรมีการสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บริเวณบ้านท่าปูน ตำบลโคกกลอย อำเภอดงหลวง จังหวัดพิจิตร ซึ่งเป็นบริเวณที่มีการสัญจรผ่านไปมาระหว่างจังหวัดภูเก็ตกับ จังหวัดพิจิตรจึงเป็นทำเลที่มีความเหมาะสมมากในการที่จะสร้างศูนย์จำหน่าย และเมื่อมีศูนย์จำหน่ายแล้วก็จะ เป็นเหมือนศูนย์กลางในการจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มต่าง ๆ โดยศูนย์ควรมีหน้าที่ในการช่วยกระจายสินค้าให้กับกลุ่มต่าง ๆ อีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีศูนย์รวมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ให้กับกลุ่มต่าง ๆ
2. เพื่อให้มีศูนย์กลางในการกระจายผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มต่าง ๆ

กิจกรรมหลัก

1. ออกแบบศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยเน้นเอกลักษณ์ของความเป็นจังหวัดพังงา
2. มีการจัดตั้งกรรมการบริหารฝ่ายต่าง ๆ เพื่อมาบริหารจัดการภายในศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยต้องมีตัวแทนจากทุกหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง
3. จัดให้มีการประชาสัมพันธ์เปิดตัวศูนย์จำหน่ายฯ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีตลาดในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้น
2. การรับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดมีมากขึ้น

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ยอดขายผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดมีเพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่า 10%

ระยะเวลาดำเนินการ

1 ปี

งบประมาณ

จำนวน 20 ล้านบาท

| | |
|-----------------------|--|
| ชื่อโครงการ | โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่ |
| หน่วยงานรับผิดชอบหลัก | สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม |
| หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | สำนักพัฒนาธุรกิจการค้าในแต่ละจังหวัด, กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, องค์การบริหารส่วนตำบล, องค์การบริหารส่วนจังหวัด , สถาบันการศึกษา และหอการค้า จังหวัด |

หลักการและเหตุผล

อุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในประเทศไทย คือสมาชิกในเครือข่ายส่วนใหญ่แล้วจะมีแต่ความสามารถในการผลิตสินค้า แต่ไม่สามารถที่จะหาตลาดมารับสินค้าที่ผลิตขึ้นมาได้ หรือไม่สามารถที่จะหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อรองรับการผลิตสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นได้ ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาด ประกอบกับการจำหน่ายสินค้าโดยส่วนใหญ่ก็จะขายอยู่เฉพาะในพื้นที่ที่เครือข่ายวิสาหกิจตั้งอยู่ทำให้กลุ่มลูกค้าและพื้นที่จำหน่ายสินค้ามีจำกัด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อถ่ายทอดความรู้ทางการตลาดให้แก่สมาชิกของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
2. เพื่อเป็นการขยายตลาด และช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของแต่ละเครือข่าย

วิสาหกิจ

กิจกรรมหลัก

1. ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการจัดป ระชาสัมพันธ์แหล่งผลิตและตัวสินค้าให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
2. จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในเรื่องของการตลาดและการขาย
3. จัดมหกรรมสินค้าเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ตัวแทนขาย หรือผู้จัดจำหน่าย ได้พบกับผู้ผลิต และรับทราบเกี่ยวกับแหล่งผลิตและตัวสินค้าเพิ่มมากขึ้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการตลาด
2. มีช่องทางการตลาดใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้นในการนำผลิตภัณฑ์ไปขาย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. เครือข่ายวิสาหกิจแต่ละเครือข่ายมียอดขายเพิ่มมากขึ้น
2. จำนวนสมาชิกของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้าร่วมอบรม
3. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ระยะเวลาดำเนินการ

1 ปี

งบประมาณ (บาท)

จำนวน 1,000,000 บาท

แผนงาน การส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย

ชื่อโครงการ โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานพัฒนาชุมชน, สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด,
สำนักงานจังหวัด, สถาบันการศึกษา และสำนักงานพัฒนาธุรกิจ
การค้าจังหวัดตรัง

หลักการและเหตุผล

ในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่ปัจจัยการผลิตต่างๆ มีแนวโน้มที่จะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะราคาน้ำมันได้ปรับตัวสูงขึ้นมาก ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายย่อยไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้าที่เป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับราคาขายของสินค้า และเป็นผลให้เกิดปัญหา อื่นๆ ตามมา เช่นการขายสินค้าตัดราคากัน เป็นต้น แต่หากว่าเครือข่ายวิสาหกิจที่ประกอบอาชีพในลักษณะที่ใกล้เคียงกันมารวมตัวกันเพื่อซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ก็จะทำให้เครือข่ายวิสาหกิจต่างๆ มีอำนาจในการต่อรองราคาวัตถุดิบกับผู้ขายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจลดต่ำลง และทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นในที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่ประกอบอาชีพที่ใกล้เคียงกัน ได้เกิดการรวมตัวกันเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิต
2. เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ผลิตสินค้า
3. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และสร้างจิตสำนึกที่ติดต่อเพื่อนร่วมอาชีพ

กิจกรรมหลัก

1. ฝึกอบรมเรื่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ให้กับสมาชิกของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
2. โครงการนำร่องในการให้เครือข่ายวิสาหกิจต่างๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่องกันมารวมตัวกันเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบ
3. โครงการริเริ่มในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีอำนาจต่อรองราคาในการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตได้
2. มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของผลิตสินค้า
3. เกิดความโปร่งใสของการซื้อ-ขายสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจลดลง
2. จำนวนเครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกของเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรม

ระยะเวลาดำเนินงาน

1 ปี

งบประมาณ

จำนวน 100,000 บาท

ยุทธศาสตร์เสริมกำลังทุน

กลยุทธ์การช่วยเหลือในการจัดหาแหล่งแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ

แผนงาน ส่งเสริมการหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียน

ชื่อโครงการ โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกในเครือข่าย

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
แห่งประเทศไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
สถาบันการเงินต่างๆ และแหล่งทุนอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMEs)

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากเครือข่ายวิสาหกิจ โดยส่วนใหญ่ของประเทศไทย เกิดจากการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่มีความสามารถหรือความสนใจที่เหมือนกันมารวมกันเพื่อหาอาชีพเสริม เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับครอบครัว เป็นเหตุให้ในการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจในประเทศไทยมักจะประสบกับปัญหาการขาดแคลนเงินทุนในการดำเนินงาน และขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกในเครือข่ายสามารถเข้าถึงแหล่งทุนที่จะใช้ในการดำเนินงานได้
2. เพื่อให้เครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกในเครือข่ายมีความสามารถในการพัฒนาแหล่งทุนของตนเองได้
3. เพื่อให้เครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกในเครือข่ายมีความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ รายละเอียด และขั้นตอนในการจัดหาแหล่งทุนได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

กิจกรรมหลัก

1. จัดตลาดนัดแหล่งทุนพบเครือข่ายวิสาหกิจ โดยในการจัดงานจะให้มีกิจกรรมต่างๆ ดังนี้
 - เชิญเครือข่ายวิสาหกิจที่ประสบความสำเร็จมาแล้วถึงประสบการณ์ในการดำเนินงานให้กับเครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกในเครือข่ายฟัง
 - การบรรยายให้ความรู้กับเครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกในเครือข่าย ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาแหล่งทุน วัตถุประสงค์ และขั้นตอนในการจัดหาแหล่งทุน
 - ให้เครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกในเครือข่ายที่มีความต้องการในการจัดหาแหล่งทุนเข้าร่วมในโครงการนำร่องในการจัดหาแหล่งทุนในการดำเนินงาน
 - จัดหาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้ความรู้ด้านอื่น ๆ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการประกอบกิจการของเครือข่ายวิสาหกิจ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สมาชิกในเครือข่ายมีแหล่งเงินทุนที่นำมาใช้ดำเนินการได้
2. สมาชิกสามารถเข้าใจถึงวิธีการดำเนินงาน ในการจัดหาแหล่งเงินทุน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. จำนวนเครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกในเครือข่ายที่เข้าร่วมกิจกรรม
2. จำนวนเครือข่ายวิสาหกิจและสมาชิกในเครือข่ายที่ได้รับการสนับสนุนแหล่งเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการเงิน

ระยะเวลาดำเนินการ

6 เดือน

งบประมาณ (บาท)

จำนวน 500,000 บาท

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบช่วยเหลือของภาครัฐ

กลยุทธ์การวางระบบฐานข้อมูล ปรับระเบียบ ข้อบังคับ และระบบบริการของหน่วยงานภาครัฐ

แผนงาน การปรับปรุงกลไกการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ

ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานจังหวัด, กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับกลุ่มจังหวัด และ ภูมิภาค

หลักการและเหตุผล

ปัญหาที่มักพบบ่อยสำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ คือปัญหาในการติดต่อขอข้อมูลจากภาครัฐ คือเมื่อผู้ประกอบการไปติดต่อสอบถามหรือขอข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐ มักจะพบว่าคำตอบที่ได้ไม่มีความชัดเจน ไม่มีคำตอบที่แน่นอนหรือไม่มีการชี้แจงข้อมูลให้ผู้ประกอบการรับทราบ หรือมีการโยนงานให้หน่วยงานอื่น ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความสับสน ไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และเสียเวลาค่อนข้างมากในการติดต่อ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่ทราบขั้นตอนในการดำเนินการจัดตั้งธุรกิจของตนเอง และการดำเนินธุรกิจของตนเองอย่างถูกต้องและรวดเร็ว
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการรับทราบข้อมูลที่จำเป็นและเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องและรวดเร็ว
3. เพื่อให้การดำเนินงานของผู้ประกอบการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมหลัก

1. จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ในการให้บริการข้อมูลกับผู้ประกอบการ
2. จัดทำแผนปฏิบัติการสัมพันธสัมพันธ์ขั้นตอนการประกอบการธุรกิจที่สำคัญๆ ของแต่ละจังหวัด
3. พัฒนาระบบฐานข้อมูลในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจ เช่น ด้านผู้จัดส่งปัจจัยการผลิต ด้านฝีมือแรงงาน เป็นต้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถดำเนินการขอจัดตั้งได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว
2. ผู้ประกอบการรับทราบข่าวสารได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว
3. การดำเนินงานของผู้ประกอบการได้รับความสำเร็จ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

จำนวนผู้ประกอบการและความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มาใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลหน่วยงานภาครัฐ

ระยะเวลาดำเนินการ

1 ปี

งบประมาณ

จำนวน 5,000,000 บาท

Cluster SMEs