



Cluster SMEs



รายงานการศึกษา

เครือข่ายวิสาหกิจ

ของฟากของทีระสิัก จังหวัดตรัง



สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551



สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	1-15
	■ ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	1
	■ การวิเคราะห์ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	4
	■ การประเมินสถานะการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	10
	■ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ของการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	14
บทที่ 2	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	16-17
บทที่ 3	แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	18-37
	■ แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	18
	■ ตารางยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน และโครงการในการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง	22
	■ ตัวอย่างโครงการ	24

บทที่ 1

เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

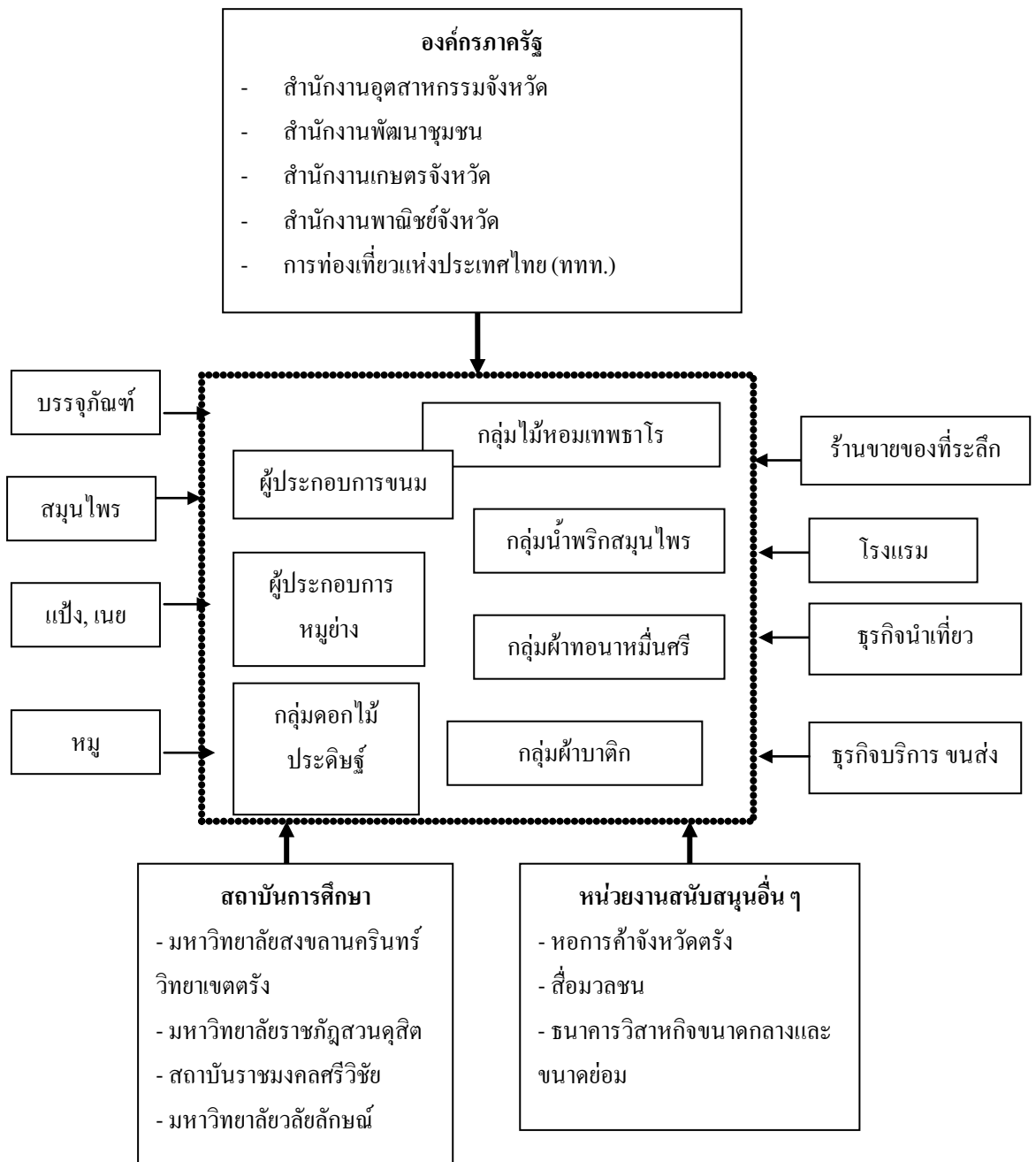
1. ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

จังหวัดตรังมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ สวยงาม และหลากหลาย มีทั้ง ทะเล น้ำตก และเกาะต่าง ๆ รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้คนในท้องถิ่นมีอาชีพค้าขายไมตรีที่ดี ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความอบอุ่น มีความประทับใจที่ได้รับการบริการที่ดี ส่วนการเดินทางเข้ามาในจังหวัดตรังก็สะดวก มีถนน และระบบขนส่งที่ดี สินค้าของฝาก หรือของที่ระลึก ของจังหวัดตรังขึ้นชื่อมากมาย เช่น หมูย่าง ขนมห่อแก้ว กาแฟ เป็นต้น สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถหาได้ในจังหวัด หรือจังหวัดใกล้เคียง เป็นทรัพยากรที่สามารถปลูกทดแทนได้ เมื่อนำมาใช้ เช่น ไม้หอมเทพธาโร เป็นไม้ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ นอกจากนี้ จังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและนำไปสู่การเติบโตของสินค้าของฝาก หรือของที่ระลึกด้วย

เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง มีวิสัยทัศน์ คือ “สินค้าดีมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างยั่งยืน” โดยมีโครงการสนับสนุนเครือข่ายทั้งสิ้น 7 โครงการได้มีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการตามความต้องการ และปัญหาของเครือข่ายวิสาหกิจ ดังนี้

- โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ
- โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกในเครือข่าย
- โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า
- โครงการสร้างเอกลักษณ์และพัฒนาตราสินค้า
- โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่
- โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ และ
- โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง



ภาพที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง ประกอบด้วย

ธุรกิจหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง ซึ่งมีความหลากหลาย ทั้งสินค้าประเภทอาหาร เช่น ขนมต่าง ๆ หมูย่าง น้ำพริกสมุนไพรสินค้าประเภทของใช้ของที่ระลึก เช่น ผ้าทอนาหมื่นศรี ของที่ระลึกทำจากไม้หอมเทพราโร สินค้าประเภทดอกไม้ประดิษฐ์ทำจากใบยางพารา

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ได้แก่ ธุรกิจที่ให้บริการทั้งแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปในท้องถิ่น ได้แก่ ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจบริการขนส่ง ธุรกิจโรงแรม

ผู้จัดส่งปัจจัยการผลิต (Suppliers) ได้แก่ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ แป้ง เนย ด้าย ผ้า ผู้เลี้ยงหมู ผู้ที่ปลูกสมุนไพร

สถาบันการศึกษาที่จะส่วนช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรม การค้นคว้าวิจัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบโดยตรง ได้แก่ สำนักงานอุ ตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคใต้ เขต 2

สมาคมต่าง ๆ ได้แก่ หอการค้าจังหวัดตรัง ชมรมผู้ประกอบการขนม ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหาร ชมรมหมูย่าง เครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

หน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ ได้แก่ ธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สื่อมวลชน

2. การวิเคราะห์ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ทำให้สามารถทำการวิเคราะห์ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ของ Prof. Michael E. Porter เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง โดยทำการวิเคราะห์ตามองค์ประกอบ 4 ด้านของกรอบแนวคิด Diamond Model ได้แก่

- การวิเคราะห์เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
- การวิเคราะห์เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)
- การวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)
- การวิเคราะห์บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm, Structure and Rivalry)

2.1 เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

สินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกในจังหวัดตรัง เป็นสินค้าที่ใช้ฝีมือของคนในท้องถิ่น ที่มีการสืบทอดภูมิปัญญา มีการดำเนินงานกันมาเป็นเวลานานแล้ว ทำให้เกิดความเชี่ยวชาญและความรู้สึกเป็นเจ้าของ ทำให้สร้างรายได้เปรียบในด้านนี้

โครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐานที่จะเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกให้การดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง ถือว่าอยู่ในระดับดี ได้แก่ ถนนหลัก และถนนย่อย ซึ่งจะเชื่อมโยงกิจการต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการสะดวกในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการซื้อจากร้านที่เป็นร้านจำหน่ายสินค้า หรือ การเดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งผลิต

ทรัพยากรทุน

ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก รวมทั้งวิสาหกิจชุมชน มีข้อได้เปรียบในแง่ที่ใช้เงินทุนเป็นของตนเอง อย่างไรก็ตามทำให้เป็นอุปสรรคอยู่ในเรื่องการเข้าถึงแหล่งทุนใหม่ ที่จะช่วยในการขยายกิจการ แต่การใช้เงินทุนของตนเองทำให้มีความเสี่ยงต่ำและไม่ต้องมีภาระดอกเบี้ย

ทรัพยากรธรรมชาติ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่หาได้ในจังหวัด เป็นทรัพยากรที่สามารถปลูกทดแทนได้ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากร ทำให้สามารถนำรายได้มาให้กับผู้ประกอบการ ดังตัวอย่างเช่น ไม้หอมเทพธำโร ซึ่งเป็นไม้ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะใช้ประดิษฐ์เป็นสินค้าของที่ระลึกได้หลากหลาย ชนิด สินค้าประเภทดอกไม้ประดิษฐ์จากยางพารา ซึ่งมีการปลูกมากในจังหวัดตรัง

นอกจากนี้ จังหวัดตรังยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงาม ทำให้เป็นปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและนำไปสู่การเติบโตของสินค้าของฝากของที่ระลึกอีกด้วย

ต้นทุนแรงงาน

ค่าแรงงานในจังหวัดตรังถือว่ามียอดราคาแรงที่สูงมาก ทำให้เป็นต้นทุนที่สำคัญของผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า แรงงานจะเปรียบเทียบกับรายได้จากการทำยางพารา เนื่องจากแรงงานซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นมักจะมีสวนยางพาราซึ่งในขณะนี้ยางพารามีราคาดี ทำให้ผู้ที่จะเป็นแรงงานในสถานประกอบการหันไปกรีดยางพาราและหากค่าแรงที่ได้ไม่คุ้มค่า จะทำให้หันไปกรีดยางแทน

ต้นทุนและคุณภาพวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต มีทั้งที่สามารถจัดซื้อได้ในจังหวัด และมีทั้งวัตถุดิบที่จำเป็นต้องสั่งซื้อจากภายนอกจังหวัด ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า คุณภาพและราคาวัตถุดิบเป็นปัญหาที่สำคัญของผู้ประกอบการ ตัวอย่างเช่น

สินค้าผ้าทอนาหมื่นศรี ต้องสั่งซื้อผ้าจากตัวแทนขายจากกรุงเทพฯ ซึ่งพบว่าในระยะแรกของการสั่งซื้อผ้าที่สั่งยังได้คุณภาพตามที่ตกลงกัน แต่ในระยะหลังปรากฏว่าผ้าที่สั่งไม่ได้คุณภาพและไม่สามารถตรวจสอบได้ จนกระทั่งขายผ้าออกไปให้ลูกค้าแล้ว และได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้าในภายหลังเรื่องคุณภาพของผ้า

สินค้าหมวย่าง ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการสั่งหมูมาจากจังหวัดพัทลุง พบว่ามีปัญหาในเรื่องหมูมีราคาแพง รวมถึงพ่อค้าหมูจำหน่ายหมูในราคาสูงกว่าราคาควบคุม เนื่องจากหมูเป็นที่ต้องการของตลาดมาก

สินค้าขนม พบปัญหาในเรื่องคุณภาพของเนยที่สั่งมาจากบริษัทในกรุงเทพฯ ทำให้สินค้าของผู้ประกอบการไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ เนื่องจากมีสารกันบูดปนอยู่ในเนยที่ใช้ ทั้ง ๆ ที่ผู้ประกอบการขนมไม่ได้ใช้สารกันบูดในขั้นตอนการผลิตขนม รวมไปถึง ต้นทุนเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาสูง ทำให้ต้องจำหน่ายสินค้าในราคาสูง แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการขนมเป็นตัวอย่างที่ดีของการสร้างเครือข่าย จากการสนทนากลุ่ม ผู้ประกอบการขนมได้ยกตัวอย่างประโยชน์ที่ได้จากการรวมกลุ่มให้ กับผู้ประกอบการอื่นว่า สามารถรวมกลุ่มกันสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ ทำให้ได้ราคาที่ต่ำลง

สถานที่ประกอบการไม่ได้มาตรฐาน

สินค้าบางชนิด เช่น หมูย่าง ซึ่งเป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า มีการสั่งซื้อจากลูกค้าต่างจังหวัด เป็นประจำในช่วงที่มีงานเทศกาลต่าง ๆ แต่สิ่งที่เป็นปัญหาของผู้ประกอบการคือ ยังไม่มีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานใดเลย เนื่องจากสถานที่ประกอบการยังเป็นที่อาศัยของผู้ประกอบการด้วย ทำให้ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐาน จากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการขายลูกค้าของผู้ประกอบการ

ลักษณะของสินค้าไม่เหมาะกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

เนื่องจากลักษณะของฝากของที่ระลึกของจังหวัดตรัง เป็นสินค้าที่ไม่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำให้ยอดจำหน่ายขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวไทยเป็นส่วนใหญ่

2.2 ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านคุณภาพของอุปสงค์ในด้านนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นชาวจังหวัดตรังเป็นคนที่มีความพึงพอใจสูงในการเลือกซื้อสินค้าอาหารและสินค้าของที่ระลึก จากการสนทนากลุ่ม พบว่า คนตรังเป็นคนที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารนอกบ้าน ไม่ว่าจะเป็นอาหารมือเข้ มือเที่ยง หรือมือเย็น รวมถึงมีวัฒนธรรมการกินอยู่อย่างดี ซึ่งส่งผลดีต่อผู้ประกอบการที่ต้องพยายามปรับปรุงรสชาติอาหารให้ถูกปากกับผู้บริโภคอยู่เสมอ จนกระทั่งสินค้าประเภทของกินพัฒนาเป็นของฝากที่ขึ้นชื่อของจังหวัดตรัง

นักท่องเที่ยวลดลง

ปัจจัยด้านอุปสงค์นักท่องเที่ยวที่ลดลงเป็นอุปสรรคที่สำคัญ เนื่องจากการเลือกซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึก เป็นอุปสงค์ต่อเนื่องของการท่องเที่ยว ผลสรุปที่ได้จากการสนทนากลุ่มพบว่ายอดขายสินค้าของฝากของที่ระลึก ขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดตรงและมีการจับจ่ายซื้อของฝากของที่ระลึก ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากความไม่เชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติ และการเหมารวมของนักท่องเที่ยว ทั้ง ๆ ที่ผลกระทบจากสึนามิ

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโอกาสในการท่องเที่ยวของจังหวัดตรง พบว่าเป็นปัจจัยที่เป็นไปในทางที่ดี เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและที่พักในจังหวัดพังงาและภูเก็ต ยังอยู่ในช่วงการฟื้นฟู ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเที่ยวที่จังหวัดตรง ซึ่งมีภูมิประเทศที่มีความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

2.3 ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

ความเชื่อมโยงเชิงกิจกรรม

เมื่อพิจารณาถึงความเชื่อมโยงเชิงกิจกรรมของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ในเครือข่ายของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรง พบว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรงมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง

ผู้ผลิตหรือผู้จัดหาปัจจัยการผลิตมีทั้งจากคนในท้องถิ่นและจากภายนอกจังหวัด ตัวอย่างเช่น โรงงานบรรจุภัณฑ์เป็นโรงงานของคนในจังหวัดตรง อย่างไรก็ตามพบว่าคุณภาพและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ยังคงเป็นแบบเดิม ไม่ได้มีการพัฒนาด้านการออกแบบมากนัก ในขณะที่สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทอื่นเป็นการจัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น

ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือสถาบันวิชาชีพ

ยังขาดความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือสถาบันเฉพาะวิชาชีพที่จะช่วยสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ จะมีเพียงแต่ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐที่เป็นไปตามนโยบายเท่านั้น

ความร่วมมือกันในเครือข่ายวิสาหกิจ

ความร่วมมือกันภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ยังเป็นเพียงการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นชมรมผู้ประกอบการ ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการขนมเค้ก ผู้ประกอบการร้านอาหาร ชมรมหมู่บ้านเมืองครึ่ง แต่ในทางปฏิบัติยังไม่มีความเข้มแข็งในเชิงความร่วมมือกันเท่าที่ควร มีเพียงผู้ประกอบการขนมเค้ก ที่มีการรวมตัวกันเพื่อต่อรอง ราคากล่องขนมกับโรงพิมพ์ ยังไม่มีการประสานงานระหว่างธุรกิจและการประสานระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำ

องค์กรภาคเอกชนที่เป็นแกนนำสำคัญ

ในจังหวัดตรังมีหอการค้าจังหวัดที่มีบทบาทในการสร้างความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ มีบทบาทที่สำคัญในการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกจังหวัด รวมทั้งเป็นองค์กรกลางในการประสานความร่วมมือ แต่อย่างไรก็ตาม ยังขาดความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาฝีมือแรงงาน การทำวิจัย ที่จะมีส่วนในการปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดีขึ้น

2.4 บริบทการแข่งขันและกลยุทธของบริษัท (Context for Firm, Structure and Rivalry)

นโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐ

เมื่อพิจารณาถึงนโยบายของรัฐบาลพบว่าเป็นสิ่งที่สนับสนุนต่อการพัฒนาของเครือข่ายของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง จากการที่รัฐบาลกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยการออกแคมเปญต่าง ๆ ทำให้มีผลต่อเนื่องจากนักท่องเที่ยวเข้ามาจับจ่ายซื้อของฝากของที่ระลึก

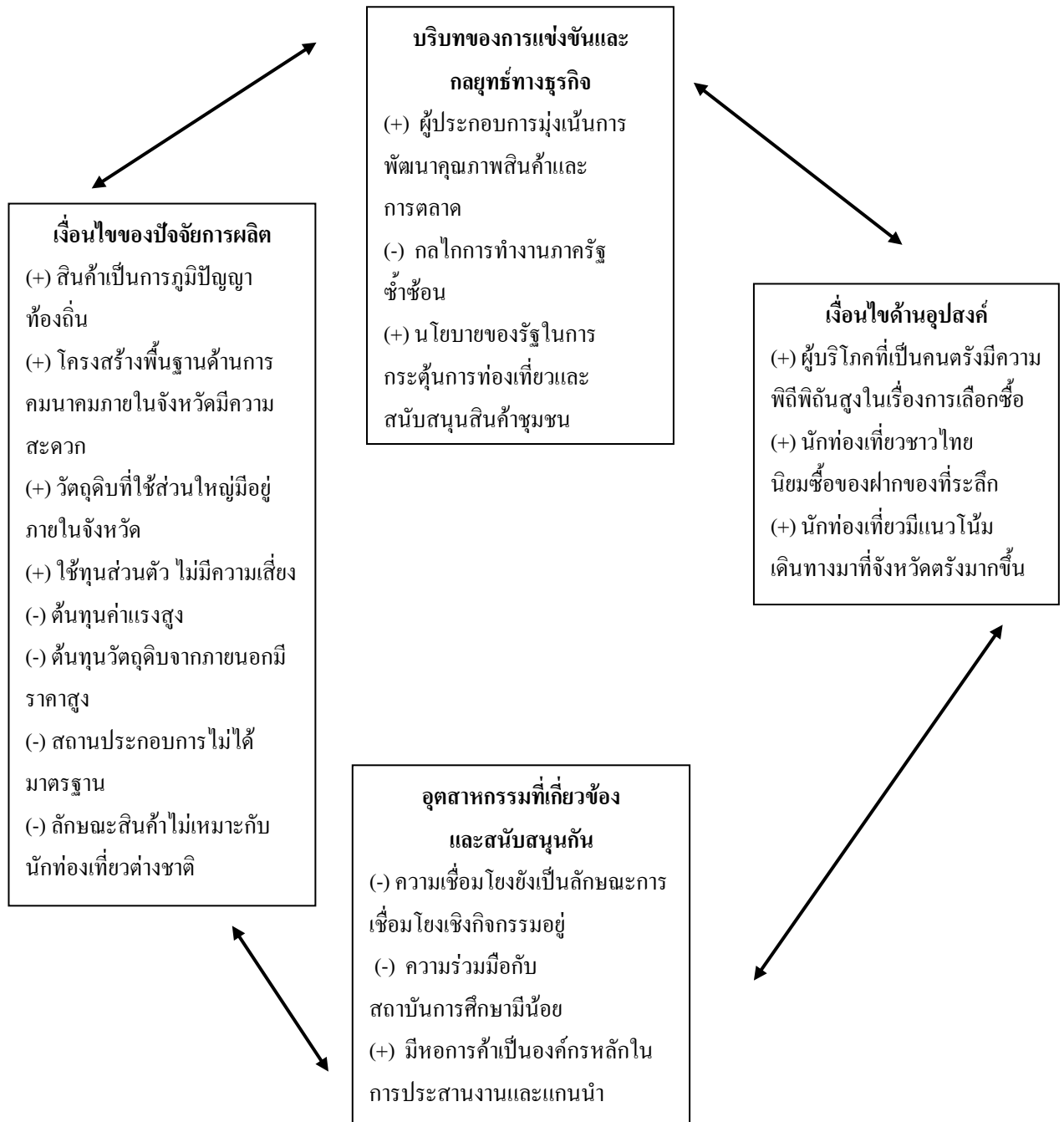
กลไกการดำเนินงานของภาครัฐ

ประสิทธิภาพการดำเนินของภาครัฐ ยังเป็นอุปสรรคในการทำงานของผู้ประกอบการ เช่น การกำหนดมาตรฐานของหลายหน่วยงาน การติดต่อขออนุญาตที่ต้องเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ทำให้เกิดความไม่สะดวก ถ้าเข้าไปในการดำเนินงาน

กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึกยังคงเน้นที่การพัฒนาคุณภาพสินค้ามากกว่าการลดราคา รวมไปถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการกระตุ้นการจ่ายของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นในสภาพที่ตลาดหดตัว

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมีความตระหนักในเรื่องการกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจน การพยายามที่จะพัฒนาตราสินค้าเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อจะได้ไม่ต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ตาม Diamond Model ได้ ดังภาพ



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

3. การประเมินสถานการณ์พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

ในการประเมินสถานการณ์พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจพิจารณาจาก 2 มิติ คือ มิติความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจ และมิติการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม โดยในการพิจารณาทั้งสองมิตินี้จะอาศัยดัชนีชี้วัดการพัฒนา (Key Development Indicator) และปัจจัยที่ขับเคลื่อนการพัฒนา (Key Driver's for Development) เป็นเกณฑ์พิจารณา

3.1 มิติความเข้มแข็งของเครือข่าย

ดัชนีชี้วัดการพัฒนา

- ระดับของนวัตกรรม

ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวมี การพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวให้เป็นเชิงนิเวศมากขึ้น แต่ยังมีพฤติกรรมตามกันบ้าง แต่ก็มีมีการปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเดิมเข้ามาเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้นซึ่งทำให้เกิดความหลากหลายในรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้แก่อุตสาหกรรม

- ความสามารถของเครือข่ายวิสาหกิจที่สามารถแข่งขันระดับประเทศ

จากข้อมูลในตารางพบว่าจังหวัดกระบี่ยังคงมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้การจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทำให้ความสามารถทางการแข่งขันมีความยั่งยืนเนื่องจากสามารถรักษาความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติไว้ได้ อย่างไรก็ตามการพัฒนาทรัพยากรบุคคลมีความจำเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งต้องมีการสร้างผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีคุณภาพ ทัศนคติสามารถบริการนักท่องเที่ยวและสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

- กลยุทธ์พื้นฐานในการแข่งขันของธุรกิจ

มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง พื้นฟูแหล่งสาธารณูปโภคพื้นฐานหลังเกิดภัยธรรมชาติ รวมทั้งพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อ ่อสร้างควมสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว

ปัจจัยขับเคลื่อนผลการพัฒนา

- ระดับความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีการเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งใน แนวตั้งและแนวนอน โดยเฉพาะการเชื่อมโยงในแนวตั้งนั้นธุรกิจการท่องเที่ยวที่ ยวมักมีการเชื่อมโยง กับบริษัทตัวแทนธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งมีบทบาทในการแนะนำให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว และมีการบริการจองและนำเที่ยวทั้งแบบสถานที่เดี่ยวและแบบ package โดยรับ ค่าตอบแทนเป็นส่วนแบ่งจากธุรกิจบริการการท่องเที่ยว ส่วนการเชื่อมโยงเครือข่ายท่องเที่ยวในระดับแนวนอนนั้นเป็นการเชื่อมโยงให้การบริการการท่องเที่ยวครบวงจร และกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจ เช่นการเชื่อมต่อระหว่างธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร เรือ มัคคุเทศก์ เรือคายัก โดยการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงนี้ก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน และเหมาะกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่ไม่มีทุนในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจรได้

- ปัจจัยทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐาน

จังหวัดกระบี่ยังคงมีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย และหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ภูเขา แหล่งน้ำแร่ และป่าชายเลน สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์อีกมากมายที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ส่วนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานไม่ว่าจะเป็น ไฟฟ้า ประปา เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ถือได้ว่าอยู่ในระดับเหมาะสม มีการคมนาคมทางบกและทางอากาศที่สะดวก ส่วนการคมนาคมทางน้ำนั้นมีหลากหลายรูปแบบทั้งเรือใหญ่ Speed boat เรือหางยาว ซึ่งบางส่วนยังไม่มีบริการกำกับดูแลทางด้านความปลอดภัยและระบบบริการอย่างทั่วถึง

- ทักษะและคุณลักษณะของผู้บริโภค

การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ประกอบด้วยกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย และผู้บริโภคปัจจุบันมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น แต่ด้วยวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน เช่น เพื่อต้องการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่าน ซึ่งนักท่องเที่ยวบางกลุ่มจึงกลายเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำลายสิ่งแวดล้อมเนื่องจากไม่เข้าใจหรือไม่ใส่ใจกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเกาะที่ห่างไกลซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงช่วยกำหนดคปริมาณนักท่องเที่ยวที่ไม่เข้าไปรบกวนธรรมชาติได้ระดับหนึ่ง

- ระดับปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ
เครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความร่วมมือกันตั้งแต่ระดับครัวเรือนใน
ชุมชน ระดับธุรกิจกับธุรกิจ และธุรกิจกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กองอุทยาน การ
ท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีทั้งเครือข่ายที่ชัดเจน และความสัมพันธ์ที่ไม่ชัดเจน
และความสัมพันธ์ที่ไม่ต่อเนื่อง รวมทั้งบางปัญหาทำให้เกิดความขัดแย้งในองค์กรที่เกี่ยวข้อง
โดยเฉพาะจากภาครัฐ จึงเป็นปัญหาที่จำเป็นต้องแก้ไข เพื่อให้การพัฒนาเครือข่ายท่องเที่ยวเชิง
นิเวศมีความยั่งยืน

3.2 มิติศักยภาพในการเติบโตของอุตสาหกรรม ในการประเมินประกอบด้วย

ดัชนีชี้วัดผลการพัฒนา

- การขยายตัวของส่วนแบ่งในตลาดโลก

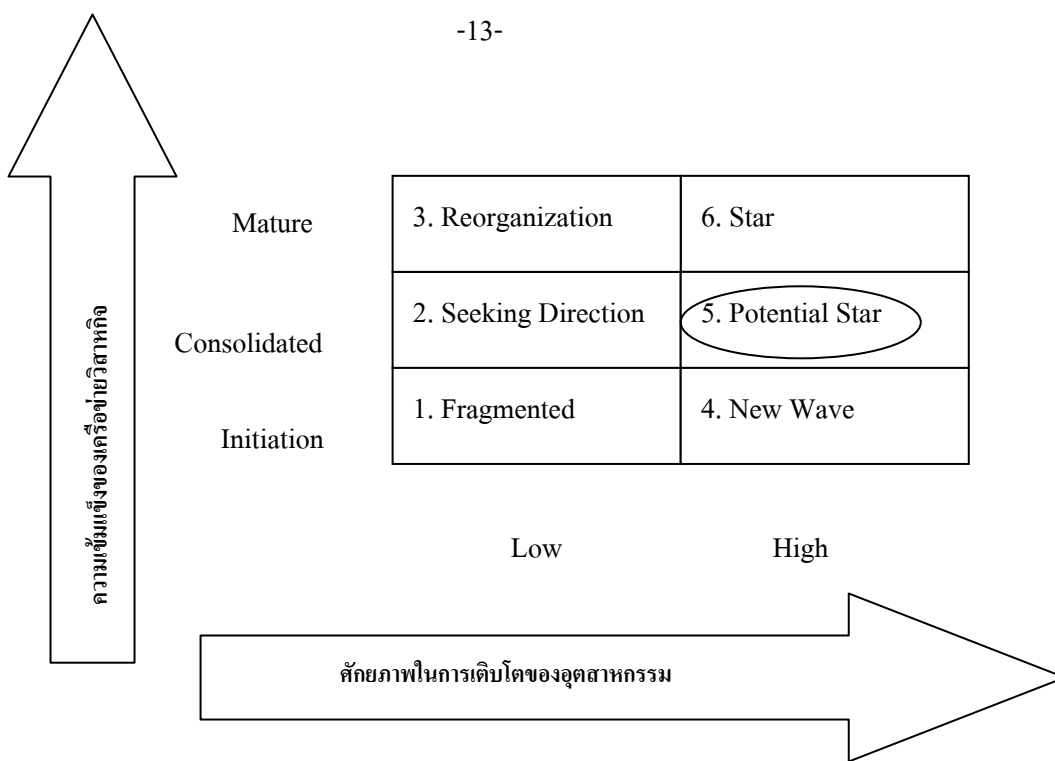
การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยภัย
ธรรมชาติสึนามิ ทำให้พื้นที่และธุรกิจท่องเที่ยวได้รับความเสียหาย จึงต้องมีการเร่งฟื้นฟูเพื่อรองรับ
นักท่องเที่ยว และจัดทำระบบเตือนภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว ที่มีความต้องการ
เข้ามาเที่ยวมากขึ้น ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นมีการขยายมูลค่าตลาดที่เพิ่มขึ้นตามกระแส
การอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีทั่วโลก การปรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เหมาะสมกับความ
ต้องการของนักท่องเที่ยว นั้น นอกจากเป็นการสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็น
การพัฒนาที่ยั่งยืนอีกด้วย

- ความสำคัญที่มีต่อการจ้างงาน

แรงงานด้านการท่องเที่ยวมีสัดส่วนสูงที่สุดในสาขาของรายได้จังหวัดภูเก็ต ซึ่ง
เป็นแรงงานที่มีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้บริการในระดับมาตรฐานและเป็นสากล
มากขึ้น ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่ต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ

ปัจจัยขับเคลื่อนของการพัฒนา

ปัจจัยสำคัญคือกระแสการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีทั่วโลก
และการต้องการยอมรับจากประชาคมโลกในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
รวมทั้งการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมจากภาครัฐ



ภาพที่ 3 ระดับพัฒนาการเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดกระบี่

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถประเมินเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าอยู่ในกลุ่ม Potential Stars ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงหากมีการสนับสนุนในการเชื่อมโยงเครือข่ายเพิ่มขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมจากภาครัฐในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกับการขยายตัวและรับมือกับการแข่งขันทางธุรกิจ

จากการวิเคราะห์จึงพบว่าเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็นเครือข่ายที่สมควรได้รับการพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน และมีจุดอ่อนที่สามารถแก้ไขได้ หากได้รับการเอาใจใส่อย่างจริงจังจากภาครัฐ

4. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

จากการประเมินระดับการพัฒนา พบว่า เครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดกระบี่ มีศักยภาพอยู่ในกลุ่ม Potential Star ซึ่งมีการเติบโตของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับที่ดี มีการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่าย แต่จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยใช้ตัวแบบ Diamond Model พบว่า ยังมีปัจจัยหลายประการที่นำไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนของเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดกระบี่ ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาให้มีองค์ประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความครอบคลุมและเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการในเครือข่ายมีการรวมตัวกันตั้งเป็นชมรมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น กรรมการป่าชุมชน สมาคมการท่องเที่ยวชมรมสปา ชมรมนวดแผนไทย แต่ยังคงขาดความร่วมมือกันอย่างเป็นรูปธรรม และยังขาดการสนับสนุนและการเชื่อมโยงกับหน่วยงานของภาครัฐ ดังนั้นการพัฒนาองค์ประกอบของเครือข่ายให้สมบูรณ์และเข้มแข็งจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งการรวมตัวของผู้ประกอบการหลัก ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน การเชื่อมโยงและสนับสนุนของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐ

2. การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันกำหนดทิศทาง (Direction Setting) ของเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อให้มีการร่วมกันกำหนดเป้าหมายทั้งในระยะยาวและการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีทิศทางและมีความสอดคล้องกัน ตลอดจน กำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อเป็นการยกระดับการพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดกระบี่ต่อไป

3. การพัฒนาบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในด้านทักษะการให้บริการ ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเนื่องจากบุคลากรเป็นผู้ให้บริการที่ต้องพบปะโดยตรงและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ แต่พบว่าในเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดกระบี่ ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว การใช้ภาษาต่างประเทศ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจอย่างแท้จริงในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของจังหวัด จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างยิ่ง

4. การยกระดับมาตรฐานการให้บริการและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดกระบี่มีผู้ประกอบการขนาดใหญ่เข้ามาแข่งขันในตลาด รวมทั้ง นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจและคาดหวังสูงและต้องการความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น

5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ซึ่งจำเป็นที่จะต้องทำให้เกิดความร่วมมือและตระหนักถึงความสำคัญของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ตั้งแต่ชุมชนในพื้นที่ ที่ควรจะให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว รวมไปถึงภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการออกมาตรการและควบคุมดูแลอย่างจริงจังเอาใจใส่และต่อเนื่อง

บทที่ 2

แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด



2. แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง



บทที่ 3

แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

1. แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง

เป้าหมายเครือข่าย

พัฒนาบทบาทของเครือข่ายวิสาหกิจในการประสานสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

วิสัยทัศน์

“สินค้าดีมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

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

ยุทธศาสตร์

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

เป้าหมายยุทธศาสตร์

1. สินค้าและผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายวิสาหกิจมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
2. ผู้ประกอบการในเครือข่าย ฯ ที่ต้องการความช่วยเหลือด้าน เงินทุนหรือด้านอื่น ๆ จะได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง มีความเข้มแข็ง สามารถบริหารจัดการเครือข่ายได้ด้วยตนเอง

กลยุทธ์

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

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง ยุทธศาสตร์ดังกล่าว จำแนกเป็นแผนงาน / โครงการ โดยยึดตามแผนงานระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) และมาตรการระยะยาว (1 – 3 ปี) ได้ดังต่อไปนี้

แผนงานระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)

ยุทธศาสตร์เสริมกำลังทุน

กลยุทธ์การช่วยเหลือในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 1 โครงการ ดังนี้

1. แผนงานส่งเสริมการหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียน

โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกในเครือข่าย

ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 2 โครงการ ดังนี้

2. แผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า

โครงการสร้างเอกลักษณ์และพัฒนาตราสินค้า

แผนงานระยะยาว (1 – 3 ปี)

ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์การเพิ่มพูนทักษะให้แก่บุคลากร

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 1 โครงการ ดังนี้

1. แผนงานการสร้างความรู้และพัฒนาบุคลากร

1.1 โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก

กลยุทธ์การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 2 โครงการ ดังนี้

2. แผนงานการส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย

2.1 โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่

2.2 โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบช่วยเหลือของภาครัฐ

กลยุทธ์การวางระบบฐานข้อมูล ปรับระเบียบ ข้อบังคับ และระบบบริการของหน่วยงานภาครัฐ

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 1 โครงการ ดังนี้

3 แผนงานการปรับปรุงกลไกการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ

3.1 โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง ได้มีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการตามความต้องการ และปัญหาของอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง ได้มีการกำหนดเรียงลำดับความสำคัญของโครงการ ดังนี้

1. โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ
2. โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกในเครือข่าย
3. โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า
4. โครงการสร้างเอกลักษณ์และพัฒนาตราสินค้า
5. โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่
6. โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ
7. โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

โครงการนำร่อง คือ โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ ทั้งนี้ได้สรุปยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก จังหวัดตรัง เป็นตาราง และรายละเอียดตามลำดับดังนี้

2. ตารางยุทธศาสตร์ กอ.ยุทธฯ แผนงาน และโครงการในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของทีละสิบล จังหวัดตรัง

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

เครือข่ายวิสาหกิจของฝากของทีละสิบล จังหวัดตรัง : กลุ่มพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากและของที่ระลึก	
กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย	
แผนงานที่ 1 การส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย	
ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	ระยะยาว (1-3 ปี)
	1. โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่
	2. โครงการความร่วมมือในการจัดซื้อวัตถุดิบ
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบช่วยเหลือของภาครัฐ	
กลยุทธ์ที่ 1 การวางระบบฐานข้อมูล ปรับระบบ และระบบบริการของหน่วยงานภาครัฐ	
แผนงานที่ 1 การปรับปรุงกลไกการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ	
ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	ระยะยาว (1-3 ปี)
	1. โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

3. ตัวอย่างโครงการ

ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ กลยุทธ์การเพิ่มพูนทักษะให้แก่บุคลากร

แผนงาน การสร้างความรู้และพัฒนาบุคลากร

ชื่อโครงการ โครงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละอาชีพ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน, สำนักงานจังหวัด, องค์การบริหารส่วนตำบล, องค์การบริหารส่วนจังหวัด, สถาบันการศึกษา, สำนักงานพัฒนาชุมชน, สาธารณสุขจังหวัด, สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมมาตรฐานผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (มผช.)

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากโดยส่วนมากแล้วในการดำเนินงานของสมาชิกในแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ มักจะใช้พื้นความรู้และภูมิปัญญาเดิมที่สืบทอดกันมาในการประกอบอาชีพ เป็นเหตุให้ในการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจประสบกับปัญหาการขาดความหลากหลายของรูปแบบสินค้า รูปแบบของสินค้าไม่จูงใจให้ลูกค้าสนใจที่จะซื้อสินค้านั้นๆ รวมทั้งปัญหาการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ ของสินค้าที่มีอยู่ให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของสมาชิกในแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ ให้เกิดความชำนาญและเชี่ยวชาญในการประกอบอาชีพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการในการผลิตสินค้าของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายที่มีความเกี่ยวข้องกัน

กิจกรรมหลัก

1. การฝึกอบรมทักษะในการประกอบอาชีพให้กับสมาชิกของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
2. การจัดหาผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ชำนาญในแต่ละด้านเข้ามาช่วยเหลือในการดำเนินงานของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
3. การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายที่มีความเกี่ยวข้องกัน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สมาชิกในเครือข่ายสามารถประกอบอาชีพได้อย่างชำนาญ
2. เครือข่ายที่ความเกี่ยวข้องกัน มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี
3. ผลลัพธ์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. รูปแบบสินค้าของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น
2. จำนวนสมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ

ปี พ.ศ. 2549

งบประมาณ (บาท)

จำนวน 2,000,000 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

ยุทธศาสตร์การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

แผนงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

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

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากการผลิตสินค้าประเภทอาหารของเครือข่ายวิสาหกิจ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารประจำแต่ละท้องถิ่น มักจะประสบกับปัญหาอายุการเก็บของสินค้าสั้น กระบวนการผลิตที่ไม่มีคุณภาพ เนื่องจากอาศัยความเคยชินจากการผลิตในครัวเรือนมาใช้ หรือแม้กระทั่งสินค้าที่เป็นประเภทของฝากก็มีกระบวนการผลิตที่ไม่มีคุณภาพ เนื่องจากสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจขาดความรู้ความเข้าใจในการผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานสากล นอกจากนี้แล้วก็ยังประสบกับปัญหาว่าเมื่อผลิตออกมาเป็นสินค้า แล้วไม่มีหน่วยงานที่ชัดเจนในการให้การรับรองเกี่ยวกับมาตรฐานของสินค้าแต่ละชนิด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจนเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ และความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานที่ให้การรับรองมาตรฐานในสินค้าแต่ละประเภท
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีอายุการใช้งานและการเก็บสินค้าที่นานขึ้น รวมทั้งพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานในแต่ละผลิตภัณฑ์
3. เพื่อให้มีการกำหนดหน่วยงานที่ชัดเจนในการรับรองมาตรฐานสินค้าแต่ละประเภท

กิจกรรมหลัก

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

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สินค้ามีคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐาน
2. อายุการใช้งาน และการเก็บรักษาของสินค้ามีเวลานานขึ้น
3. มีหน่วยงานรับฝึชอบที่ชัดเจน

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 และพัฒนาบุคลากรในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. การจัดส่งบุคลากรที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยในการออกแบบ พัฒนาเอกลักษณ์และตราสินค้าของเครือข่ายวิสาหกิจ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีตราสินค้า และสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์
2. มีการสร้างตราสินค้า และเอกลักษณ์ในแต่ละเครือข่าย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. จำนวนเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการพัฒนาเอกลักษณ์และตราสินค้าของตนเอง
2. จำนวนสมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้าร่วมการอบรม

ระยะเวลาดำเนินการ

6 เดือน

งบประมาณ

จำนวน 4,000,000 บาท

ยุทธศาสตร์การการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก

กลยุทธ์การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย

ชื่อโครงการ โครงการความร่วมมือในการพัฒนาตลาดใหม่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักพัฒนาธุรกิจการค้าในแต่ละจังหวัด,
กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, องค์การบริหารส่วนตำบล,
องค์การบริหารส่วนจังหวัด, สถาบันการศึกษา และหอการค้า
จังหวัด

หลักการและเหตุผล

อุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในประเทศไทย คือสมาชิกในเครือข่ายส่วนใหญ่แล้วจะมีแต่ความสามารถในการผลิตสินค้า แต่ไม่สามารถที่จะหาตลาดมารองรับสินค้าที่ผลิตขึ้นมาได้ หรือไม่สามารถที่จะหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อรองรับการผลิตสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นได้ ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาด ประกอบกับการจำหน่ายสินค้าโดยส่วนใหญ่ก็จะขายอยู่เฉพาะในพื้นที่ที่เครือข่ายวิสาหกิจตั้งอยู่ ทำให้กลุ่มลูกค้าและพื้นที่จำหน่ายสินค้านั้นมีจำกัด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อถ่ายทอดความรู้ทางด้านการตลาดให้แก่สมาชิกของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ
2. เพื่อเป็นการขยายตลาด และช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของแต่ละเครือข่าย

วิสาหกิจ

กิจกรรมหลัก

1. ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการจัดประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตและตัวสินค้าให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
2. จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในเรื่องของการตลาดและการขาย
3. จัดมหกรรมสินค้าเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ตัวแทนขาย หรือผู้จัดจำหน่าย ได้พบกับผู้ผลิต และรับทราบเกี่ยวกับแหล่งผลิตและตัวสินค้าเพิ่มมากขึ้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการตลาด
2. มีช่องทางการตลาดใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้นในการนำผลิตภัณฑ์ไปขาย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. เครื่องขายวิสาหกิจแต่ละเครื่องขายมียอดขายเพิ่มมากขึ้น
2. จำนวนสมาชิกของแต่ละเครื่องขายวิสาหกิจที่เข้าร่วมอบรม
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 ที่ปี จัยการผลิตต่างๆ มีแนวโน้มที่จะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะราคาน้ำมันได้ปรับตัวสูงขึ้นมาก ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายย่อยไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้าที่เป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับราคาขายของสินค้า และเป็นผลให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมา เช่นการขายสินค้าตัดราคากัน เป็นต้น แต่หากว่าเครือข่ายวิสาหกิจที่ประกอบอาชีพในลักษณะที่ใกล้เคียงกันมารวมตัวกันเพื่อซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ก็จะทำให้เครือข่ายวิสาหกิจต่างๆ มีอำนาจในการต่อรองราคาวัตถุดิบกับผู้ขายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจลดต่ำลง และทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นในที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่ประกอบอาชีพที่ใกล้เคียงกัน ได้เกิดการรวมตัวกันเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิต
2. เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ผลิตสินค้า
3. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อเพื่อนร่วมอาชีพ

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

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบช่วยเหลือของภาครัฐ

กลยุทธ์การวางระบบฐานข้อมูล ปรับระเบียบ ข้อบังคับ และระบบบริการของหน่วยงานภาครัฐ

แผนงาน การปรับปรุงกลไกการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ

ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลของภาครัฐ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานจังหวัด, กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับกลุ่มจังหวัด และ ภูมิภาค

หลักการและเหตุผล

ปัญหาที่มักพบบ่อยสำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ คือปัญหาในการติดต่อขอข้อมูลจากภาครัฐ คือเมื่อผู้ประกอบการไปติดต่อสอบถามหรือ ขอข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐ 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 เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ เช่น ด้านผู้จัดส่ง ปัจจัยการผลิต ด้านฝีมือแรงงาน เป็นต้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถดำเนินการขอจัดตั้งได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว
2. ผู้ประกอบการรับทราบข่าวสารได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว
3. การดำเนินงานของผู้ประกอบการได้รับความสำเร็จ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

จำนวนผู้ประกอบการและความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มาใช้บริการของ ศูนย์บริการข้อมูลหน่วยงานภาครัฐ

ระยะเวลาดำเนินการ

1 ปี

งบประมาณ

จำนวน 5,000,000 บาท

Cluster SMEs