



Cluster SMEs



รายงานการศึกษา

เครือข่ายวิสาหกิจ
กลุ่มภาคเหนือตอนบน



สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551



สารบัญ

หน้า

บทที่ 1	ยุทธศาสตร์การพัฒนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	1-24
	▪ ยุทธศาสตร์ สสว.(ที่ใช้กับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่)	6
	▪ ยุทธศาสตร์ สสว. (ที่ส่งเสริมวิสาหกิจเฉพาะกลุ่ม)	10
	▪ ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของภาคเหนือตอนบน โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	13
	▪ แนวทางระดับภาคและระดับจังหวัด	23
บทที่ 2	วิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน และแนวโน้มการพัฒนากฎภูมิภาคเหนือตอนบน	25-59
	▪ มติของภูมิภาคและสาขาอุตสาหกรรม	25
	▪ มติรายจังหวัด : เชียงใหม่	35
	▪ มติรายจังหวัด : เชียงราย	39
	▪ มติรายจังหวัด : ลำพูน	42
	▪ มติรายจังหวัด : ลำปาง	45
	▪ มติรายจังหวัด : พะเยา	49
	▪ มติรายจังหวัด : แพร่	52
	▪ มติรายจังหวัด : น่าน	54
	▪ มติรายจังหวัด : แม่ฮ่องสอน	57
บทที่ 3	การประเมินความได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน	60-97
	▪ แนวคิดการประเมินความได้เปรียบในการแข่งขัน	60
	▪ การประเมินปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน	64
	▪ เปรียบเทียบความสามารถและข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของ แต่ละจังหวัดและภูมิภาคโดยรวม	67
	▪ การประเมินทุน (Capital Assessment)	74
	▪ การประเมินห่วงโซ่คุณค่า	81
	▪ บทสรุปผลการสำรวจข้อจำกัดการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ	97

สารบัญ (ต่อ)

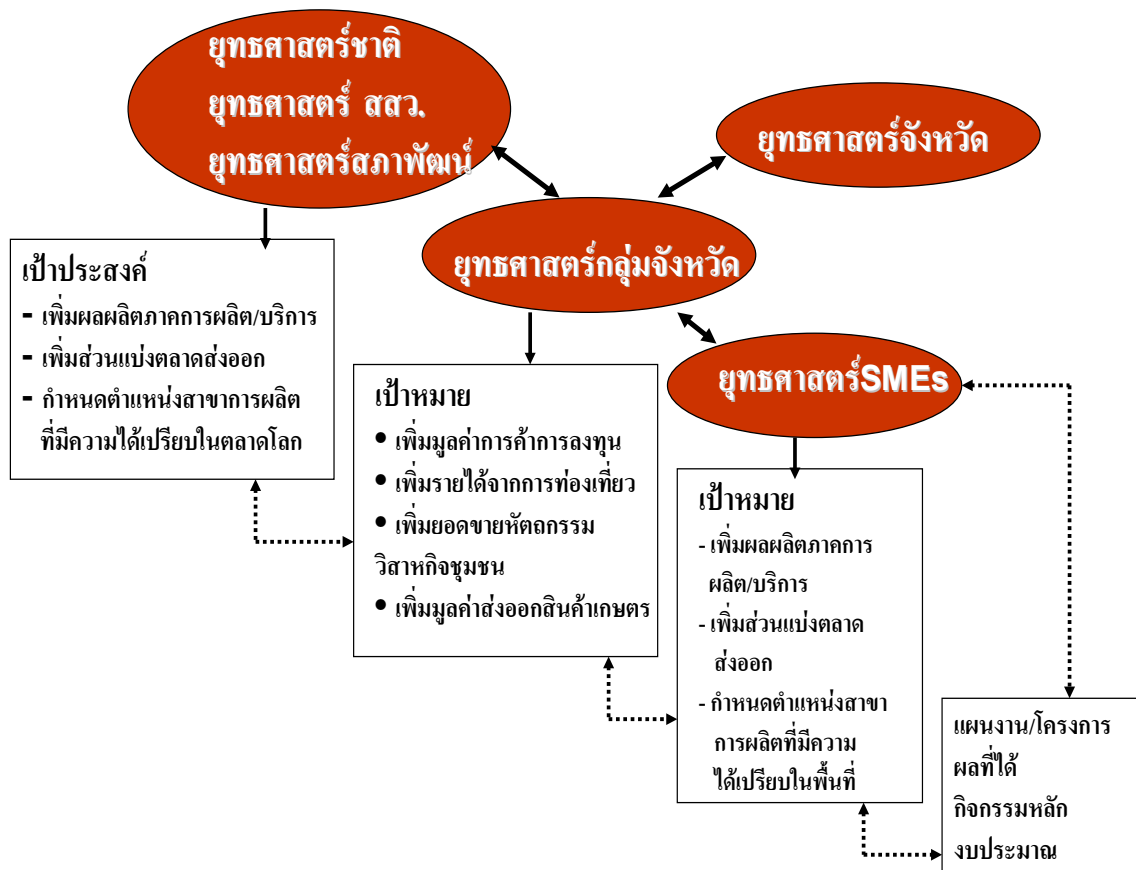
		หน้า
บทที่ 4	การแปลงความได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่ลงสู่แผนงานโครงการ	98-104
บทที่ 5	แผนการส่งเสริม SMEs ของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549)	105-216
	▪ ยุทธศาสตร์การฟื้นฟู SMEs ให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจของ สังคมและประเทศ	109
	▪ รายละเอียดโครงการ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การฟื้นฟู SMEs ให้เป็น กลไกหลักทางเศรษฐกิจของสังคมและประเทศ	111
	▪ ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและ ลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ	129
	▪ รายละเอียดโครงการ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างและปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ	131
	▪ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน	160
	▪ รายละเอียดโครงการ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน	162
	▪ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออก SMEs สู่ระดับสากล	180
	▪ รายละเอียดโครงการ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างศักยภาพ วิสาหกิจผู้ส่งออก SMEs สู่ระดับสากล	182
	▪ ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่	197
	▪ รายละเอียดโครงการ ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างและพัฒนา ผู้ประกอบการรุ่นใหม่	199
	▪ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการแก้ไขปัญหาความยากจนและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค	205
	▪ รายละเอียดโครงการ ยุทธศาสตร์ที่ 6 การเสริมสร้างศักยภาพของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการแก้ไขปัญหาความยากจนและการกระจาย ความเจริญสู่ภูมิภาค	207
บทที่ 6	ข้อเสนอกลไกการบริหารดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ	217-219

บทที่ 1

ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การกำหนดตำแหน่งและยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จนถึงแผนงานโครงการเพื่อการพัฒนา SMEs ของภูมิภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดให้สอดคล้องตามแนวทาง 4 ระดับ ได้แก่

1. ระดับประเทศ ดำเนินตามแนวทางของยุทธศาสตร์ชาติที่ว่าด้วยทิศทางการพัฒนาประเทศของรัฐบาลนายกรัฐมนตรี ดร. ทักษิณ ชินวัตร (Thailand Competitive Landscape)
2. ระดับส่วนกลาง ดำเนินตามแนวทางของยุทธศาสตร์สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรม และยุทธศาสตร์ การพัฒนาขีดความสามารถของภาคเหนือตอนบน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
3. ระดับภาค ดำเนินตามแนวทางของยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดล้านนา (ภาคเหนือตอนบน) 8 จังหวัด
4. ระดับจังหวัด ดำเนินตามแนวทางของยุทธศาสตร์แต่ละจังหวัด



แนวทางระดับประเทศ ยุทธศาสตร์ชาติ จากการวิเคราะห์ตำแหน่งของประเทศไทยใน แผนภูมิ Thailand Competitive Landscape กำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทยมุ่งสู่เป้าหมาย 5 อุตสาหกรรม (World Leader in Niche Market) ได้แก่ (1) อาหารไทยครัวของโลก (2) กรุงเทพมหานคร เมืองแฟชั่น (3) เมืองไทยเมืองท่องเที่ยว (4) ผลิตภัณฑ์ส่วนรถยนต์ (5) การพัฒนา Software

World Leader in Niche Market

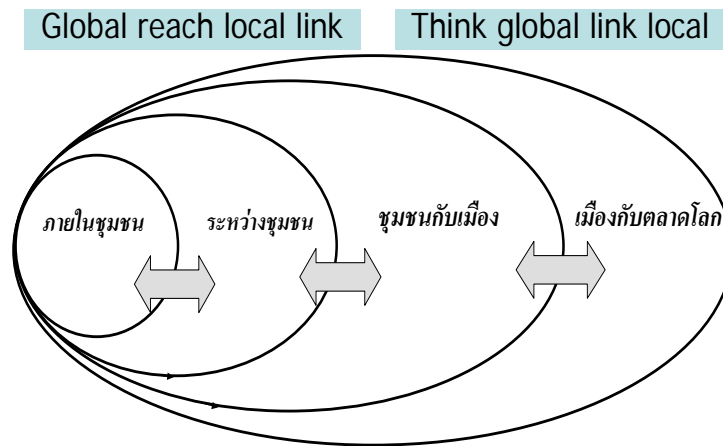
- **Kitchen of the World** : Centre of Ready-to-Eat Food, Spicy Food, Tropical Fruits / Finest and Healthiest Cuisine in the world
- **World Health Service Centre** : Alternative Medical Care & Herbal Products
- **Detroit of Asia**: Centre of Pick Up Production and Distribution, Regional Centre Car Parts
- **Asia Tourism Capital** : Centre of Regional Tourism, Air Transport Hub, Convention and Exhibition Centre
- **Asia Tropical Fashion** : Bangkok City of Fashion, Finest Hand-made Fabric in Asia

Competitive Strategy for Global Industry



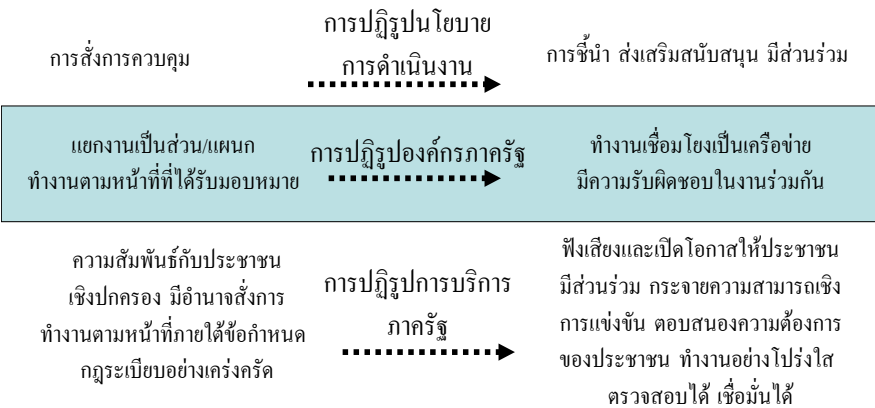
โดยเทียบเคียงจากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่และ SMEs 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน กำหนดเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายของภูมิภาค 4 สาขา ดังนี้

1. เกษตร-อุตสาหกรรมเกษตร สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทยด้านอาหารไทยครัวของโลก
2. หัตถกรรมและแฟชั่น สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทยด้านกรุงเทพเมืองแฟชั่น
3. การท่องเที่ยว สุขภาพ บริการ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทยด้านเมืองไทยเมืองท่องเที่ยว
4. ICT (Information Communication Technology) สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทยด้านการพัฒนา Software



จากวิสัยทัศน์ประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการพัฒนาส่งเสริม SMEs ได้จัดทำยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน โครงการซึ่งมีเป้าหมายเดียวกันคือสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของประเทศไทย อาทิ การปฏิรูปการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ กระทรวง ทบวง กรม การดำเนินงานของสำนักงานจังหวัด 8 จังหวัด (ผู้ว่าราชการ CEO) ยุทธศาสตร์ภูมิภาคการรวมกลุ่มจังหวัดล้านนา (Policy/Organization/Service Reform) ทิศทางการพัฒนา SMEs ของหน่วยงานสถาบันต่างๆ ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นสภาพแวดล้อมเอื้อต่อการส่งเสริมพัฒนา SMEs อย่างยิ่ง

การปรับเปลี่ยนการทำงานของภาครัฐให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศไทย



การปรับบทบาทภาครัฐให้เอื้อต่อเอกชน



ลดต้นทุนการประกอบธุรกิจ

การสร้างโอกาสทางธุรกิจ

การเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

- สร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่คาดการณ์ได้
- ผ่อนคลายอุปสรรค/ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ
- ปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน
- การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ

- ลดความเสี่ยงของภาคธุรกิจ
- เพิ่ม Critical Mass
- ส่งเสริมการแข่งขันที่ยุติธรรม
- ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่มูลค่า
- สร้างระบบการบริหารจัดการภาครัฐและเอกชนที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส (Public/Private Good Governance)

- มีแนวทางที่ชัดเจนในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ
- ส่งเสริมการตอบสนองของตลาด
- ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม
- ปรับปรุงการเพิ่มผลผลิต



แนวทางระดับส่วนกลาง ดำเนินตามแนวทางของยุทธศาสตร์สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงอุตสาหกรรม และยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถของภาคเหนือตอนบน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์)

ยุทธศาสตร์ สสว. (ที่ใช้กับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่)

1. ยุทธศาสตร์การฟื้นฟู SMEs ให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจของสังคมและประเทศ

กลยุทธ์การฟื้นฟูสภาพและพัฒนาฐานะความเข้มแข็งทางการเงินของ SMEs

- โครงการค้ำประกันสินเชื่อ SMEs ที่เป็น NPL
- โครงการพัฒนากลไกและเครือข่ายการปรับโครงสร้างหนี้ NPL ของ SMEs
- โครงการขยายสินเชื่อรูปแบบใหม่ให้ SMEs
- โครงการทางด่วนสินเชื่อ SMEs
- โครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนให้ SMEs
- โครงการแก้ไขอุปสรรคและพัฒนากองทุน VC สำหรับ SMEs
- โครงการพัฒนา SMEs สู่อุตสาหกรรม MAI
- โครงการขยายบทบาท บสย. ในการค้ำประกันสินเชื่อ SMEs
- โครงการสร้างระบบพี่เลี้ยง วิเคราะห์สถานประกอบการ และที่ปรึกษา
- โครงการพัฒนา Software บัญชี-ภาษี-แผนธุรกิจ ที่สมบูรณ์แบบให้แก่ SMEs
- โครงการสร้างความเข้มแข็งให้กับกองทุนส่งเสริม SMEs

กลยุทธ์การปรับปรุงสภาพแวดล้อม การสร้างโอกาส และการขยายตลาดของ SMEs

- โครงการส่งเสริมและสร้างระบบแลกเปลี่ยนสินค้า (Barter System)
- โครงการส่งเสริมภาครัฐจัดซื้อจัดจ้าง SMEs
- โครงการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า SMEs ในแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งชุมชน
- โครงการจัดตั้งศูนย์จับคู่ธุรกิจ (SMEs Business Matching Center)
- โครงการเปิดตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศเป้าหมาย
- โครงการศูนย์บริการข้อมูลตลาดเชิงลึก
- โครงการ Thailand Membership Card
- โครงการเครือข่ายการตลาดร่วมกันของ SMEs กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว
- โครงการส่งเสริมและเพิ่มบทบาทบริษัทรวมค้าปลีก

2. ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

กลยุทธ์การพัฒนาปรับปรุงกฎระเบียบและการบริการภาครัฐให้เอื้อต่อ SMEs

- โครงการศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคและความไม่พึงธรรมของ SMEs
- โครงการ ยกเลิกกฎระเบียบ ข้อกำหนดกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อ SMEs
- โครงการปฏิบัติตามแผนส่งเสริมและออกกฎระเบียบใหม่ที่เอื้ออำนวยต่อการ

ประกอบธุรกิจ SMEs

- โครงการปรับปรุงมาตรการทางภาษีเพื่อสนับสนุน SMEs
- โครงการทางด่วนศุลกากร สำหรับ SMEs
- โครงการทางด่วนค่าน้ำภาษีสำหรับ SMEs
- โครงการศูนย์ข้อมูล SMEs แห่งชาติ
- โครงการสร้างเครือข่ายบริการข้อมูล SMEs ทุกภูมิภาค
- โครงการแม่แบบ SMEs ที่ประสบความสำเร็จ
- โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการติดตามประเมินผลการส่งเสริม SMEs
- โครงการจัดทำฐานข้อมูล อุปกรณ์เครื่องมือ และความพร้อม ของ

สถาบันการศึกษาในการให้บริการทางเทคโนโลยี และทดสอบคุณภาพมาตรฐาน

- โครงการสร้างเครือข่ายและขยายบริการทางเทคนิคแก่ SMEs
- โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการนิรโทษกรรมภาษีสำหรับ SMEs
- โครงการสนับสนุนการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม SMEs

กลยุทธ์ส่งเสริมความร่วมมือภาครัฐ- เอกชน และสร้างความเข้มแข็งของ

องค์กรภาคเอกชน

- โครงการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ นโยบาย การให้บริการ
- โครงการส่งเสริมการจัดตั้งสมาคม / สหกรณ์ SMEs จำแนกตามประเภทธุรกิจ
- โครงการจัดตั้งสภาธุรกิจ SMEs
- โครงการจัดตั้งศูนย์บริการครบวงจรให้ SMEs ในภูมิภาค
- โครงการพัฒนาและขยายความร่วมมือระหว่างประเทศด้าน SMEs
- โครงการส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจในการจดทะเบียน SMEs
- โครงการส่งเสริม SMEs ในพื้นที่เฉพาะ
- โครงการเพิ่มขีดความสามารถสถาบันอิสระให้มีบทบาทเชิงรุกเพื่อสนอง

ความต้องการของ SMEs

3. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การยกระดับประสิทธิภาพและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) ของผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้า และบริการให้สูงขึ้นได้มาตรฐานสากล และเป็นไปตามหลักการบริหารจัดการที่ดี

- โครงการทำแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาผู้ประกอบการที่เป็นระบบและบูรณาการ
- โครงการพัฒนาความรู้เฉพาะด้าน
- โครงการพัฒนาทักษะทางการบริหารจัดการแก่ผู้ประกอบการ SMEs
- โครงการจัดวางระบบบัญชีและตรวจสอบบัญชีให้กับ SMEs
- โครงการสร้างตัวแบบและส่งเสริมบรรยากาศ
- โครงการ Clinic SMEs และ E-consulting ให้กับ SMEs
- โครงการพัฒนาเว็บไซต์และส่งเสริม E-Commerce ให้กับ SMEs
- โครงการติดอาวุธ IT ให้กับ SMEs
- โครงการสร้างตัวชี้วัด (KPI) และสร้างระบบเทียบเคียงสำหรับ SMEs
- โครงการพัฒนา QSMEs Q-MARK TQM และ TPM ให้กับ SMEs
- โครงการสร้างพัฒนานักวินิจัย ที่ปรึกษา และพี่เลี้ยง SMEs
- โครงการที่ปรึกษา SMEs ครบวงจร
- โครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs โดยใช้ ICT

กลยุทธ์การส่งเสริมการค้า วิจัย และพัฒนานวัตกรรมร่วมกันระหว่างรัฐบาล

สถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

- โครงการจัดทำฐานข้อมูล อุปกรณ์เครื่องมือ และความพร้อมของสถาบันการศึกษา ในการให้บริการทาง เทคโนโลยี นวัตกรรม และทดสอบคุณภาพมาตรฐาน
- โครงการศูนย์เครือข่ายการบริการด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และทดสอบคุณภาพมาตรฐานของสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัย
- โครงการศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม SMEs (Research Development and Innovation Center : RDIC)
- โครงการศูนย์ข้อมูลนวัตกรรมและสิทธิบัตร SMEs
- โครงการกองทุนพัฒนานวัตกรรมเพื่อ SMEs
- โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างนักออกแบบและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์

- โครงการศูนย์บริการการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Design and Development Service Center : PDSC)
 - โครงการสนับสนุนทางการเงินเพื่อการจัดการเครื่องมือเครื่องจักรและเทคโนโลยีใหม่แก่ SMEs
 - โครงการส่งเสริมให้ SMEs ใช้บริการจาก Science Park และ Software Park
- กลยุทธ์การเชื่อมโยง SMEs และการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจครบวงจร (Cluster) ผ่านระบบรวมกลุ่มวิสาหกิจ ระบบเครือข่ายข้อมูลข่าวสาร และระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)**
- โครงการศึกษาและพัฒนา Cluster สำหรับ SMEs
 - โครงการกำหนดมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ สำหรับ SMEs Cluster
 - โครงการนำร่อง SMEs Cluster
 - โครงการส่งเสริมพันธมิตรและการรวมกลุ่มกันซื้อ (Syndicate Buying)
 - โครงการพัฒนา SMEs Cluster ตามแนวชายแดน
- กลยุทธ์การพัฒนาความสามารถและคุณภาพชีวิตของบุคลากรใน SMEs**
- โครงการจัดหาผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศในสาขาต่างๆ ให้คำแนะนำและถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ
 - โครงการศึกษาสภาพปัญหา ความต้องการบุคลากร ระบบสวัสดิการ และค่าตอบแทน จำแนกตามประเภท SMEs
 - โครงการเพิ่มคุณภาพชีวิตในการทำงาน
 - โครงการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน (Standard Test Organization) สำหรับ SMEs
 - โครงการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรของ SMEs โดยใช้มาตรการต่าง ๆ
 - โครงการปรับปรุงระบบการเรียนการสอนในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา
- ให้เน้นการเป็นผู้ประกอบการและการจัดการธุรกิจ
- โครงการสร้างระบบการเทียบโอนทักษะในการปฏิบัติการให้เป็นวุฒิการศึกษา
 - โครงการวิทยาลัยนอกรั้ว
 - โครงการพัฒนาระบบ E-Learning ให้แก่บุคลากร SMEs

ยุทธศาสตร์ สสว. (ที่ส่งเสริมวิสาหกิจเฉพาะกลุ่ม)

4. ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออก SMEs ผู้ระดับสากล

กลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดส่งออก

- โครงการศูนย์บ่มเพาะ SMEs เพื่อการส่งออก
- โครงการสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจ SMEs ไทย
- โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ต่างประเทศ

- โครงการบริการทางการเงินแบบใหม่ ๆ เพื่อผู้ส่งออก SMEs
- โครงการเปิดตลาดการส่งออกของ SMEs ในประเทศเพื่อนบ้าน
- โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลส่งออกสำหรับ SMEs
- โครงการศูนย์ข้อมูลวิจัยตลาดเชิงลึกเพื่อส่งออกผลิตภัณฑ์ SMEs
- โครงการพัฒนาการขนส่ง การสื่อสารโทรคมนาคม เพื่อการส่งออก SMEs
- โครงการสร้างพันธมิตรธุรกิจ SMEs ในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน
- โครงการศูนย์จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ SMEs ในประเทศเพื่อนบ้านและประเทศ

เป้าหมาย

- โครงการทางด่วนส่งออก SMEs
- โครงการส่งเสริมการจัดตั้ง บ.การค้าระหว่างประเทศ (SMEs Trading Firm)
- โครงการ ICT เพื่อ SMEs ผู้มาตรฐานสากล

กลยุทธ์การพัฒนาการผลิตการจัดการและบริการของ SMEs ให้มีมาตรฐานระดับสากล

- โครงการศูนย์ประสานงานส่งออก SMEs ส่วนภูมิภาคเพื่อแก้ปัญหาระดับท้องถิ่น
- โครงการพัฒนาศักยภาพบริการของ SMEs
- โครงการพัฒนาตราชี้ห้อยของ SMEs ไทย
- โครงการมาตรฐาน ขนมไทย
- โครงการพัฒนาและส่งเสริมใช้ระบบ Food Safety ในอุตสาหกรรมอาหารไทย
- โครงการพัฒนาระบบพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา นักวิจัยสำหรับ SMEs ส่งออก
- โครงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ SMEs ในภาคบริการ
- โครงการครัวไทยสู่ตลาดโลก
- โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น
- โครงการพัฒนาระบบมาตรฐาน คุณภาพระดับสากลของ SMEs
- โครงการพัฒนาระบบมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์แฟชั่นของไทย
- โครงการพัฒนามูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์แฟชั่นไทยสู่ตลาดโลก
- โครงการพัฒนาบุคลากร และผู้ประกอบการ SMEs ภาคบริการ

กลยุทธ์เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดี และลดภาระความเสียเปรียบของ SMEs กลุ่มส่งออกที่เกิดจากกฎหมาย นโยบายและมาตรการของรัฐและการกีดกันทางการค้า

- โครงการปรับปรุงระบบภาษีอากรและระบบการคืนภาษีให้กับ SMEs ส่งออก
- โครงการปรับปรุงกฎหมาย และกฎระเบียบเกี่ยวกับการค้าชายแดนเพื่อการส่งออก
- โครงการศึกษาวิเคราะห์ และแก้ปัญหาข้อเสียเปรียบทางการค้าระหว่างประเทศ
- โครงการนิคมอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกสำหรับ SMEs ในพื้นที่ชายแดน

5. ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

กลยุทธ์การพัฒนาและเชื่อมโยงงานศึกษา วิจัย และพัฒนานวัตกรรมสู่การผลิตเชิงพาณิชย์

- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่จากฐานนวัตกรรม
- โครงการเปลี่ยนทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นทุนประกอบการ
- โครงการฐานข้อมูลผลงานวิจัยและตลาดนัดผลงานวิจัยเพื่อ SMEs

กลยุทธ์การสร้างและปลูกจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ

- โครงการสร้างหลักสูตรการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่
- โครงการพัฒนาเกษตรกร / ช่างฝีมือแรงงานเป็นผู้ประกอบการ
- โครงการประชาสัมพันธ์สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการ
- โครงการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อผู้ประกอบการรายใหม่

กลยุทธ์การสร้างโอกาสโดยอาศัยการสนับสนุนมาตรการ การสร้าง บ่มเพาะ และ

จัดตั้งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้กับผู้ประกอบการใหม่ และกลุ่มวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่

- โครงการศูนย์บ่มเพาะการประกอบธุรกิจ ในธุรกิจเป้าหมาย
- โครงการศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จสำหรับ SMEs
- โครงการส่งเสริมธุรกิจที่ปรึกษา SMEs
- โครงการแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่
- โครงการคลังข่าวสารสำหรับผู้ประกอบการใหม่
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่

กลยุทธ์การสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่

- โครงการสร้างแรงจูงใจให้ใช้บริการของศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม
- โครงการพัฒนาพื้นที่ประกอบการเชิง Cluster สำหรับผู้ประกอบการใหม่
- โครงการเงินทุนเพื่อยกระดับการจัดการและการผลิตให้ได้มาตรฐาน
- โครงการสร้างศูนย์ SMEs Takeover Center
- โครงการสินเชื่อเพื่อการ Takeover SMEs

- โครงการกฎหมายธุรกิจแฟรนไชส์
- โครงการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจแฟรนไชส์
- โครงการสินเชื่อธุรกิจแฟรนไชส์

6. ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการแก้ไขปัญหาความยากจนและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

กลยุทธ์การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์

- โครงการพัฒนาระบบมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน
- โครงการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนาวัตถุดิบในการผลิต ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน
- โครงการจัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน
- โครงการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน
- โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลตำนานผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน
- โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน
- โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อบริการวิสาหกิจชุมชน
- โครงการพัฒนาบุคลากรของวิสาหกิจชุมชน
- โครงการส่งเสริมการจดทะเบียนคุ้มครองสิ่งสินทางปัญญาและภูมิปัญญาท้องถิ่น
- โครงการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในวิสาหกิจชุมชน
- โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งที่ย
- โครงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเพื่อวิสาหกิจชุมชน

กลยุทธ์การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจชุมชนให้พัฒนาร่วมกันทั้งระบบและการส่งเสริมให้เกิดผลถึงระดับจังหวัด ท้องถิ่น และชุมชนโดยเร็ว

- โครงการส่งเสริมการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน
- โครงการสนับสนุนทางการเงินเพื่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
- โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดีสำหรับวิสาหกิจชุมชน
- โครงการพี่เลี้ยง/ ที่ปรึกษาวิสาหกิจชุมชน

กลยุทธ์การสร้างตลาดและการกระจายสินค้าจากธุรกิจชุมชนไปสู่ตลาด

- โครงการจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ
- โครงการประชาสัมพันธ์สินค้าวิสาหกิจชุมชนสู่ต่างประเทศ
- โครงการส่งเสริมการส่งออกสินค้าวิสาหกิจชุมชนไปสู่ตลาดต่างประเทศ
- โครงการสร้างเอกลักษณ์และตราสินค้าวิสาหกิจชุมชน
- โครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อวิสาหกิจขนาดใหญ่

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของภาคเหนือตอนบน โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของภาคเหนือ จะมุ่งเน้นการใช้ศักยภาพของที่ตั้งซึ่งเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงกับประเทศในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (GMS) และแหล่งเศรษฐกิจหลักของประเทศคือ Eastern Seaboard และ กทม. ในแนว North-South Economic Corridor และ East-West Economic Corridor ประกอบกับการมีโครงสร้างบริการพื้นฐานในด้านต่าง ๆ ที่สมบูรณ์ การมีฐานทางทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ และมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ผนวกกับกิจกรรมภาคบริการเช่น การท่องเที่ยว บริการสุขภาพ การศึกษาและการผลิตภาคเกษตรในพื้นที่ชลประทานที่เป็นฐานการพัฒนาที่มีอยู่ จะเป็นศักยภาพในการผลักดันการพัฒนาภาคเหนือ รวมถึงโอกาสที่จะได้รับความร่วมมือทางเศรษฐกิจของ GMS การเปิดโอกาสมากขึ้นของจีนที่เป็นสมาชิก WTO นโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก โดยมีแนวทางการพัฒนาในแต่ละยุทธศาสตร์ เป็น 2 ระยะคือ ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547) ที่เน้นการใช้ฐานและทุนที่มีอยู่เดิมให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้จำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านระเบียบและสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงการที่จำเป็น สำหรับระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550) เป็นแผนงานและโครงการที่สามารถเสริมศักยภาพการพัฒนาโดยมีความจำเป็นที่ต้องใช้เวลาในการดำเนินงาน หรืออาจมีความจำเป็นต้องศึกษาความเหมาะสมของแผนงานและโครงการก่อน

1. ยุทธศาสตร์ใช้ศักยภาพแหล่งที่ตั้งและความพร้อมของโครงสร้างบริการพื้นฐานที่มีอยู่สร้างฐานเศรษฐกิจใหม่เชื่อมโยงเศรษฐกิจกับนานาชาติ

1.1 ขยายฐานทางเศรษฐกิจด้านการค้าของภาคเหนือ โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- พัฒนาท่าเทียบเรือที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย และปรับปรุงระบบโครงข่ายถนนที่เชื่อมโยงระหว่างท่าเรือกับโครงข่ายหลัก เพื่อสร้างอำเภอเชียงแสนให้เป็นเมืองท่าทาง การค้าในแม่น้ำโขงของประเทศไทยกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (สหภาพพม่า, สปป.ลาว, จีนตอนใต้)
- พัฒนาอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อให้เป็นเมืองประตูการค้าทางบกระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหภาพพม่า และเชื่อมโยงกับประเทศบังคลาเทศและอินเดีย

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- เร่งรัดการจัดทำแผนการใช้ที่ดินและผังเมืองเฉพาะในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย และอำเภอแม่สวด จังหวัดตาก เพื่อรองรับการขยายตัวด้านเศรษฐกิจของเมืองในอนาคตอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งจัดทำแผนการจัดระเบียบด้านสังคมของเมือง เพื่อป้องกันปัญหาชุมชนแออัดและปัญหาสังคมในอนาคต
- จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษที่รวมทั้งด้านอุตสาหกรรม และด้านบริการที่จังหวัดเชียงรายและอำเภอแม่สวด จังหวัดตาก โดยเร่งรัดพัฒนาเมืองชายแดนต่าง ๆ ได้แก่ อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย , อำเภอแม่สวด จังหวัดตาก และจังหวัดน่าน เสริมการเป็นประตูการค้าและฐานการผลิตร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ศึกษาเพื่อจัดตั้งศูนย์การเดินทาง เรือ ต่อเรือและซ่อมบำรุง สำหรับเรือสินค้าในแม่น้ำโขงที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพการเดินทางเรือในแม่น้ำโขงของไทย
- ขยายถนนเป็น 4 ช่องทางการจราจรในช่วงที่ยังไม่ดำเนินการ จากอำเภอเชียงแสน มาถึงอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย เพื่อเชื่อมเส้นทางหลักสำหรับการขนส่งสินค้า

1.2 เสริมสร้างศักยภาพด้านอุตสาหกรรมบริการให้สามารถเป็นแหล่งรายได้ใหม่ของภาค โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- เร่งพัฒนาให้เกิดอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ – ลำพูน เป็นการนำร่อง เนื่องจากมีความพร้อมทางด้านบุคลากร โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น การคมนาคมสะดวกและบรรยากาศที่น่าอยู่และเหมาะสม
- จัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับภาคเหนือในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พร้อมทั้งกระตุ้นให้สถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ความสนใจปรับปรุงหลักสูตร คุณภาพบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดพิษณุโลก
- จัดตั้ง IT KNOWLEDGE PARK เพื่อเป็นตัวเชื่อมด้านธุรกิจ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ระหว่างภูมิภาค ประชาชนและนานาชาติ และถ่ายทอดความก้าวหน้าการเข้าสู่มาตรฐานโลกกับสถาบันการศึกษาผู้ผลิตและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์
- ส่งเสริมและสนับสนุนสถาบันการศึกษาในด้านการศึกษาลำดับสูงสำหรับนานาชาติ ทั้งด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ ด้านการบริหารธุรกิจ เป็นต้น
- ส่งเสริมการบริการทางด้านสาธารณสุขให้เป็นศูนย์รองรับการรักษาจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยพัฒนามาตรฐานการบริการให้เป็นสากล โดยเฉพาะจังหวัดที่มีศักยภาพคือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพิษณุโลก

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- ส่งเสริมให้มีการสร้างนวัตกรรมและการวิจัยสำหรับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์
- สนับสนุนการรวมกลุ่มธุรกิจ (Cluster) ของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ

1.3 พัฒนาหลักสูตรในการสร้างผู้ประกอบการใหม่ และแรงงาน เพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ของภาคเหนือ โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- สร้างหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับด้านการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน ด้านการเดินเรือในแม่น้ำโขงแก่ผู้ประกอบการใหม่ที่จังหวัดเชียงราย
- ปรับปรุงหลักสูตรสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และสามารถสนับสนุนอุตสาหกรรมหลักของท้องถิ่น อาทิ หัตถกรรม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การบริการด้านสุขภาพและอุตสาหกรรมเซรามิก
- จัดตั้งศูนย์อบรมบ่มเพาะความรู้เพื่อต่อยอดให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่จังหวัดเชียงใหม่
- เร่งพัฒนาหลักสูตรการศึกษานอกระบบเพื่อฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของแรงงานไร้ฝีมือ เพื่อเข้าสู่กิจกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ของภาค

2. ยุทธศาสตร์นำคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เข้มแข็งเพื่อใช้เป็นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวและหัตถอุตสาหกรรม

2.1 เร่งฟื้นฟูแหล่งที่ อนุรักษ์ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นให้เข้มแข็งใช้เป็นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- เร่งฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นให้เข้มแข็งเพื่อใช้เป็นหลักฐานของการพัฒนาท่องเที่ยว และเป็นจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวของภาคเหนือ
- สนับสนุนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ไม่ทำลายความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม
- เร่งสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ล้านนาและส่งเสริมให้ประชาชนและเยาวชน นำความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมล้านนา ให้สามารถคงคุณค่าอยู่ได้ตลอดไป

- เร่งศึกษาจัดทำแผนบูรณะพัฒนาเมืองโบราณเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ให้เป็นแหล่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ในด้านอารยธรรมของอาณาจักรล้านนาเพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาควบคู่กับธุรกิจการค้าชายแดนเชียงแสนอย่างกลมกลืนกัน โดยได้ประโยชน์แก่ประชาชนในพื้นที่และไม่ขัดแย้งผลประโยชน์ใช้สอยพื้นที่เมือง
- ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมสุโขทัยและเทศกาลให้หลากหลายเพื่อสร้างแรงดึงดูดการท่องเที่ยวตลอดปี
- พัฒนาภาพลักษณ์ความเป็นมรดกโลกของ กำแพงเพชร สุโขทัย ศรีสัชนาลัย ให้สามารถสร้างแรงดึงดูดด้านการท่องเที่ยว
- จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และภาคกลางเชื่อมกับมรดกโลกของกำแพงเพชร สุโขทัยและศรีสัชนาลัย และต่อเนื่องไปสู่ล้านนา และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และผจญภัยในภาคที่มีหลากหลาย เช่น เขาค้อ ท่งแสงหลวง ห้วยขาแข้ง ฯลฯ

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- ปลุกสร้างจิตสำนึกและความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของวัฒนธรรม ประเพณี และโบราณสถานให้แก่ชุมชน
- ส่งเสริมวงจรการท่องเที่ยวภายในประเทศและเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะในประเทศกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) อาทิ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว 5 เชียง คือ เชียงใหม่ – เชียงราย – เชียงตุง (สหภาพพม่า) – เชียงรุ่ง (จีน) – เชียงทอง (หลวงพระบาง สปป.ลาว)
- จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยยกระดับความเป็นล้านนาให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติเช่นเดียวกับภูเก็ต

2.2 เร่งพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเพื่อเข้าถึงฐานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติ โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- เร่งรัดโครงการข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ภายใต้โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยสนับสนุนให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดศูนย์กลางคมนาคมทางอากาศ และจังหวัดเชียงรายเป็นจุดเชื่อมโยงการคมนาคมทางน้ำ
- ปรับปรุงคุณภาพของระบบขนส่งสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกในด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะรถประจำทางระหว่างจังหวัดและเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ

- พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าเมืองเพื่อการท่องเที่ยวตามเมืองชายแดนที่สำคัญ เช่น อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย และอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
- ขยายถนนเป็น 4 ช่องทางการจราจร จากจังหวัดพิษณุโลกไปจังหวัดสุโขทัย เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายการคมนาคมเพื่อการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง
- เร่งรัดดำเนินโครงการตามแผนการขยายถนนจากจังหวัดนครสวรรค์ ถึงจังหวัดพิษณุโลก ให้เป็น 4 ช่องทางการจราจรโดยตลอดเส้นทาง

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชนให้ตระหนักถึงคุณค่าของโบราณสถาน และเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และปกป้องโบราณสถานของท้องถิ่น

2.3 พัฒนาเมืองเชิงอนุรักษ์และการบูรณะโบราณสถานเพื่อเป็นจุดขายในการท่องเที่ยว โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- พัฒนาเมืองเชียงใหม่ให้คงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองศูนย์กลางล้านนา โดยการปรับปรุงแหล่งโบราณสถาน และกิจกรรมประเพณีของล้านนา ให้มีการสืบต่อกันต่อไปได้อย่างยั่งยืน และโครงการอนุรักษ์โบราณสถานและสิ่งแวดล้อมของเมืองเก่า เช่น เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
- พัฒนาเมืองเก่าในเชิงอนุรักษ์และบูรณะโบราณสถานต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน เพื่อคงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมล้านนา เพื่อเชื่อมโยงกับเมืองมรดกโลก สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร ให้เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว
- จัดทำผังเมืองเฉพาะในเขตเมืองเก่าที่สำคัญและนำมาบังคับใช้อย่างจริงจัง

2.4 ส่งเสริมการใช้ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นล้านนาและสุโขทัยในการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าหัตถกรรม โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- พัฒนาสินค้าหัตถกรรมของภาคเหนือให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด โดยใช้แนวโน้มรูปแบบสีอันเอกลักษณ์ล้านนาและสุโขทัย
- สนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมให้สามารถใช้คุณค่าของศิลปะล้านนาและสุโขทัยในการพัฒนาเป็นจุดขายสินค้า

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรมให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานและมีความแตกต่าง ที่มีเครื่องหมายการค้าเป็นของตนเอง

3. ยุทธศาสตร์ ใช้ศักยภาพการผลิตของพื้นที่และทรัพยากรมนุษย์ สร้างประสิทธิภาพและเพิ่มความเข้มแข็งฐานเศรษฐกิจเดิมและช่วยการกระจายรายได้

3.1 เร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรและปรับเปลี่ยนไปสู่การปลูกพืชที่มีมูลค่าสูงขึ้น โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- ให้ความรู้และสร้างความร่วมมือกับเกษตรกร กรเพื่อวางแผนระบบการผลิตทางการเกษตรที่เหมาะสม ตามศักยภาพของสภาพพื้นที่

- ดำเนินการส่งเสริมการผลิตทางการเกษตรตามแนวพระราชดำริแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามทฤษฎีใหม่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพไม่สมบูรณ์มาก

- ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนการผลิตจากพืชไร่ไปสู่การผลิตผักสด ไม้ดอกและไม้ผล เพื่อเพิ่มมูลค่าที่สูงกว่าและมีตลาดรองรับ โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดตาก

- ส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกไม้ผลให้หลากหลายมากขึ้นจากเดิมที่มีลำไย ลิ้นจี่ ส้ม เป็นพืชหลัก

- ส่งเสริมและพัฒนาเขตเกษตรชลประทานของภาค โดยเฉพาะพื้นที่ชลประทานขนาดใหญ่ในกลุ่มน้ำน่าน และพื้นที่ ชลประทานของภาคเหนือตอนล่าง ให้เป็นแหล่งอาหารของภาคเหนือและประเทศ โดยเน้นให้เป็นแหล่งผลิตข้าวคุณภาพดี เช่น ข้าวหอมมะลิ เพื่อการส่งออกสู่จีนตอนใต้

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- ปรับโครงสร้างการผลิตจากเกษตรดั้งเดิมสู่เกษตรเพื่อการส่งออกและเกษตรแปรรูป เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การแข่งขันภายใต้กติกา WTO และความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน

- สนับสนุนสถาบันการศึกษาในการวิจัยเพื่อนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การเก็บเกี่ยวและการเก็บรักษา

3.2 สร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องในการผลิตการเกษตร โดยดำเนินการดังนี้ ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
- สร้างเครือข่ายการเชื่อมโยงด้านการตลาดสินค้าเกษตรให้ครบวงจร
- พัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรให้หลากหลายจากลำไย ผัก และผลไม้ เช่น การทำอาหารกระป๋อง น้ำผลไม้ อาหารพร้อมปรุง และการแปรรูปอื่น ๆ
- เร่งศึกษาวิจัยพืชชนิดใหม่ที่มีอนาคตทางการตลาดและสามารถผลิตได้ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนเนื่องจากมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม อาทิ แดงกวาญี่ปุ่น ข้าวโพดหวาน ถั่วอาสุกิ เป็นต้น
- สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลทางเกษตร อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์
- เพิ่มศักยภาพการเป็นศูนย์กลางทางการค้าสินค้าเกษตร โดยเฉพาะข้าว และพืชไร่ในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิษณุโลก

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- ส่งเสริมการรวมกลุ่มการผลิตการแปรรูปใหม่ เช่น ไวน์ผลไม้ ฯลฯ และการแปรรูปสินค้าการเกษตรแบบครบวงจร (Cluster) การบรรจุหีบห่อ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในทางการเกษตร โดยเฉพาะผลผลิตที่สำคัญของภาค เช่น ลำไย ลิ้นจี่ ส้ม มะม่วง เป็นต้น

3.3 เร่งสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาพื้นที่สูงอย่างยั่งยืน โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- ประเมินผลการพัฒนาพื้นที่สูงเพื่อหารูปแบบการพัฒนาที่เหมาะสมและยั่งยืน
- จัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่ศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาพื้นที่สูง (Highland Excellent Center) เพื่อเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาพื้นที่สูงของประเทศและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ
- นำผลการศึกษาวิจัยจากโครงการพัฒนาโดยตง โครงการบ้านเล็กในป่าใหญ่ มาดำเนินการขยายผลไปสู่ราษฎรในพื้นที่ที่เหมาะสม

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้านการพัฒนาพื้นที่สูงทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสถาบันการศึกษา และภาคประชาชนในพื้นที่สูงเพื่อจัดทำแผนการพัฒนาพื้นที่สูงที่สอดคล้องกับสภาพของพื้นที่และประเพณีวัฒนธรรมของชนเผ่าและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

3.4 พัฒนาศักยภาพความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- สนับสนุนการเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับการผลิตของอุตสาหกรรม เช่น สิ่งทอ อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสามารถแข่งขันและขยายตลาดสู่กลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- ปรับปรุงคุณภาพ ประสิทธิภาพของแรงงาน โดยให้สถาบันการศึกษามีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะแรงงานด้านการผลิต

- กำหนดแนวทางการบริหารจัดการแรงงานอพยพต่างชาติให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสังคมในจังหวัดชายแดน

- เพิ่มขีดความสามารถทางเทคโนโลยี โดยกำหนดทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นรายสาขาที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาในด้านเกษตร อุตสาหกรรมการผลิต สุขภาพ พลังงาน สิ่งแวดล้อม พาณิชยกรรมและบริการ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและการวิจัยเพื่อสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น โดยใช้สถาบันการศึกษาในภาค

3.5 ส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม และสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิต โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- สนับสนุนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านการตลาดและเทคโนโลยีการผลิต ภายใต้งานร่วมมือกับ บอจี้กรภาคเอกชนที่เข้มแข็ง เช่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรมและชมรมธนาคาร และสถาบันการศึกษา

- ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจชุมชน เพื่อการสร้างงานและขยายฐานการผลิตให้มั่นคงและยั่งยืน โดยสนับสนุนการรับช่วงและเชื่อมโยงการผลิตระหว่างภาคกลางและประเทศเพื่อนบ้าน

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- สนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ ทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ เพื่อสนับสนุนการขนส่ง การค้าและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ และส่งผ่านไปกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยุโรป และอเมริกา

3.6 พัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพเพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน ดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- พัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ เช่น เชียงใหม่ – เชียงราย – ลำพูน – ตาก (แม่สอด) – สุโขทัย – พิษณุโลก เพื่อรองรับการผลิต การค้าและการลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเทศสหภาพ พม่า สปป.ลาว และจีน (ยูนนาน และเสฉวน)
- พัฒนาเมืองพิษณุโลกให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการพัฒนาแนวตะวันออก – ตะวันตก (East – West Economic Corridor) และการพัฒนาแนวเหนือ – ใต้ (North – South Economic Corridor) โดยจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบเชื่อมโยงกันทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดสี่แยกอินโดจีน ได้แก่ จังหวัดพิจิตร จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดเพชรบูรณ์ ให้สอดคล้องกับอัตราการเจริญเติบโตของเมือง
- ขยายถนนเป็น 4 ช่องทางการจราจร จากจังหวัดเชียงใหม่ไปจังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างเครือข่ายการคมนาคม ทั้งด้านการค้าและเพื่อการท่องเที่ยว

ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- สนับสนุนการศึกษาและวิจัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน โดยเฉพาะการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าให้กับชุมชนท้องถิ่น
- มีมาตรการที่จะสนับสนุนสถาบันการเงินให้สามารถให้กู้ยืมเงินทุนแก่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพ

3.7 เร่งสนับสนุนด้านความรู้ด้านการผลิตและการตลาดในการประกอบอาชีพเสริมของประชาชนในชุมชน โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- ส่งเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจชุมชน อาทิ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสนับสนุนด้านเงินทุนหมุนเวียน และเทคโนโลยีด้านการผลิต
- ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายธุรกิจชุมชนเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและการตลาด
- สร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างธุรกิจภาคเอกชนและธุรกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านธุรกิจสมัยใหม่แก่ธุรกิจชุมชน

4. ยุทธศาสตร์เร่งฟื้นฟูและอนุรักษ์เพื่อคืนทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ให้กับภาคเหนือ
สร้างกระบวนการในการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นระบบ
โดยดำเนินการดังนี้

ระยะเร่งด่วน (พ.ศ. 2546 – 2547)

- เร่งจัดทำแผนการใช้ที่ดินให้ละเอียดและสมบูรณ์ในภาคเหนือ เพื่อการใช้ประโยชน์สำหรับการพัฒนาที่สูงและพื้นที่การเกษตรอื่น ๆ ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและใช้ที่ดินอย่างถูกต้อง
- กำหนดพื้นที่ป่าอนุรักษ์และมาตรการป้องกันรักษาป่าอย่างเคร่งครัด โดยด้านตะวันตกประกอบด้วย ป่าในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง จังหวัดตาก จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดอุทัยธานี และด้านตะวันออกประกอบด้วย ป่าในเขตจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดน่าน จังหวัดพิจิตร โลก จังหวัดเพชรบูรณ์
- เร่งรัดการจัดระบบการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในลุ่มน้ำยม และลุ่มน้ำสาขา เพื่อป้องกันอุทกภัยและเพื่อใช้ประโยชน์ในฤดูแล้ง
- เร่งดำเนินมาตรการในการป้องกันการบุกรุกทำลายป่าในพื้นที่ป่าด้านตะวันออกของภาคเหนือตอนบน โดยเฉพาะจังหวัดน่านและพะเยา เนื่องจากปัจจุบันมีการบุกรุกทำลายในอัตราที่สูง

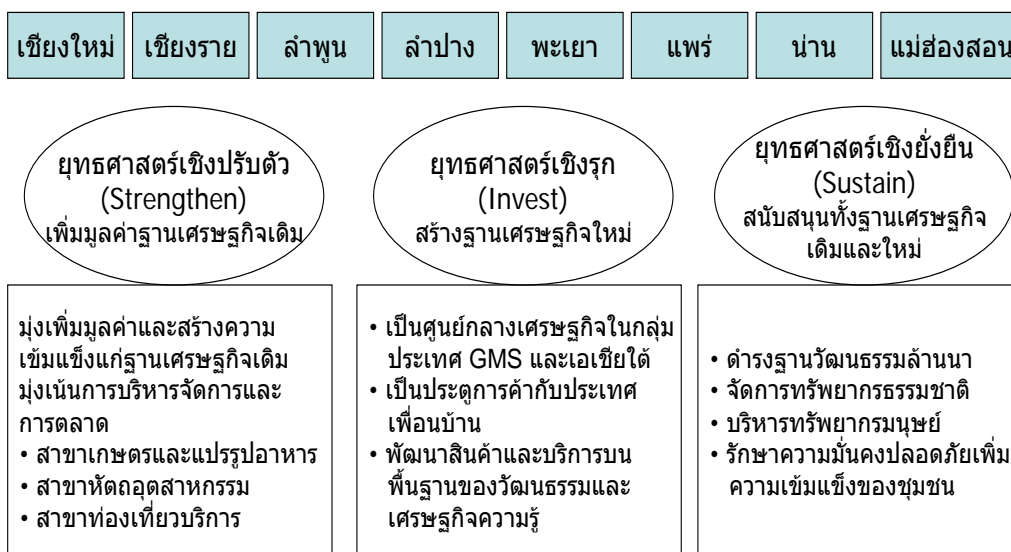
ระยะปานกลาง (พ.ศ. 2546 – 2550)

- เร่งรัดการจัดทำแผนบริหารจัดการลุ่มน้ำภาคเหนือ โดยเฉพาะลุ่มน้ำหลักและลุ่มน้ำสาขาที่สำคัญ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการบริหารจัดการการใช้น้ำในกิจกรรมต่าง ๆ ของลุ่มน้ำให้มีความยั่งยืน
- เร่งรัดฟื้นฟูอนุรักษ์ ป่าต้นน้ำลำธารของภาค โดยให้ชุมชนท้องถิ่นและประชาชนมีส่วนร่วม อาทิ โครงการป่าชุมชน โครงการหมู่บ้านป่าไม้พัฒนาเชิงอนุรักษ์พื้นที่ภาคเหนือตอนบน
- เร่งรัดการใช้ประโยชน์ที่ดินให้เหมาะสมกับสมรรถนะของดินและกำหนดการใช้มาตรการภาษีเป็นกลไกในการรักษาพื้นที่เกษตรที่มีระบบชลประทานในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดพิจิตร โลก จังหวัดพิจิตร และจังหวัดนครสวรรค์
- ขยายพื้นที่เกษตรปลอดสารเคมี พร้อมทั้งบริหารจัดการแหล่งน้ำที่มีอยู่ให้มีการใช้อย่างมีประสิทธิภาพในจังหวัดพิจิตร โลก จังหวัดพิจิตร
- เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสร้างกลไกเพื่อรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์

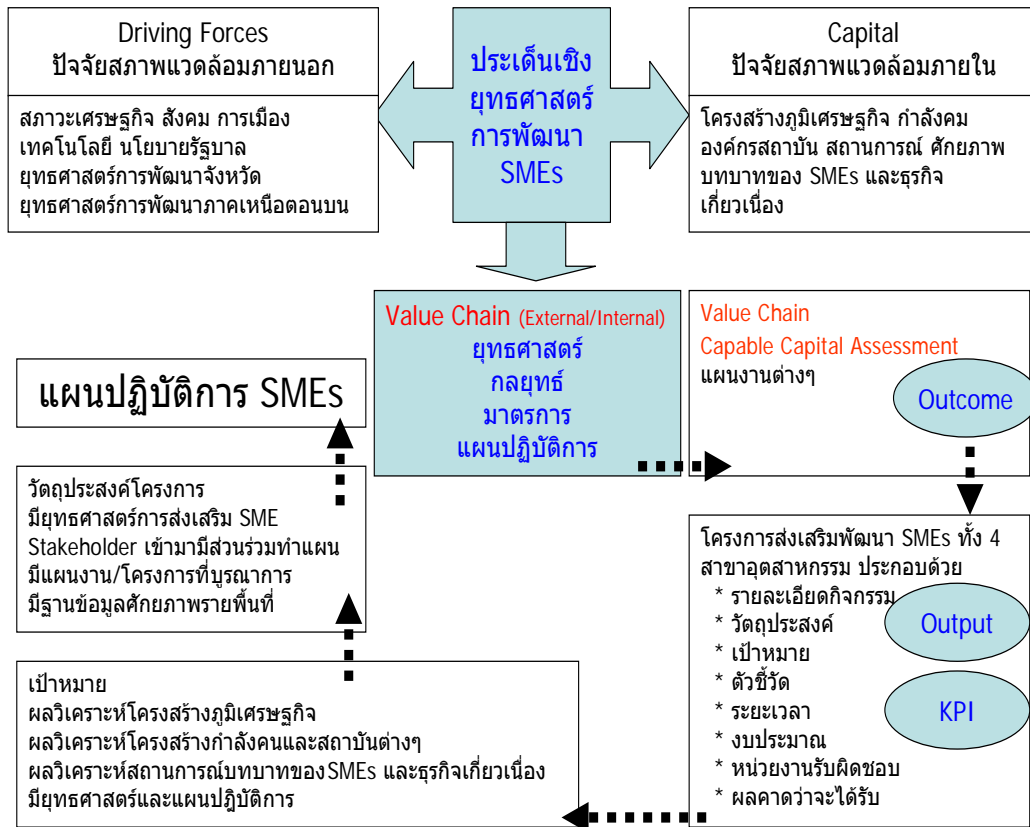
- เร่งศึกษาและจัดทำแผนความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อใช้เป็นฐานการวิจัย เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะในเขตป่าด้านตะวันตกของภาคเหนือ

แนวทางระดับภาคและระดับจังหวัด

ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดล้านนาภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด กำหนดเป้าหมายและพันธกิจ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและยุทธศาสตร์ส่วนกลาง ดังกล่าวข้างต้น เพื่อการเสริมสร้างภูมิภาค ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน



ยุทธศาสตร์การพัฒนาส่งเสริม SMEs จากงานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาวิเคราะห์วิจัยจากองค์ประกอบสองด้าน (1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย อาทิ สภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี นโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์การพัฒนารายจังหวัด 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน และยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดล้านนา หรือยุทธศาสตร์ภาค และ (2) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ประกอบด้วย อาทิ โครงสร้างภูมิเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคล องค์กร สถาบันสนับสนุน สถานการณ์ศักยภาพปัญหาของรายจังหวัด 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน และภาพรวมของภูมิภาค บทบาทของ SMEs และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ดังรายละเอียดที่ได้แสดงในบทที่ 2 นำสู่ห่วงโซ่มูลค่าซึ่งรวบรวมยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ มาตรการ แผนปฏิบัติการของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการพัฒนาส่งเสริม SMEs ได้จัดทำขึ้น (Top Down Projects) เปรียบเทียบกับความต้องการของ SMEs ที่ได้รวบรวมจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม PACA (Bottom Up Projects) ดังรายละเอียดที่แสดงในบทที่ 3 เพื่อนำมาบูรณาการสู่ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ภาคเหนือตอนบนที่สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันระหว่างรัฐ -เอกชนและผู้ประกอบการสู่ Roadmap to Excellence SMEs ดัง Methodology ที่ได้กล่าวในบทที่ 1 ข้างต้น แสดงตามแผนภูมิสรุปได้ดังนี้



บทที่ 2

วิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน และแนวโน้มการพัฒนาภูมิภาคเหนือตอนบน

1. มิติของภูมิภาคและสาขาอุตสาหกรรม

1.1 จุดแข็ง

■ ด้านทำเลทางภูมิศาสตร์

ภูมิภาคเหนือตอนบนเป็นจุดเชื่อมโยงเขตประเทศกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และกลุ่มประเทศเอเชียใต้ เป็นศูนย์โครงข่ายคมนาคมของภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สี่แยกอินโดจีน) ทำให้เศรษฐกิจของภูมิภาคมีความหลากหลายทั้งเกษตร อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว การค้าชายแดน ที่ตั้ง เชื่อมต่อเศรษฐกิจและการลงทุนทางภูมิศาสตร์ภาคเหนือตอนบนเป็นจุดศูนย์กลางเชื่อมโยงประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงทำให้มีความได้เปรียบนำสู่โอกาสสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจในประเทศเพื่อนบ้านกลุ่มอนุภูมิภาคและเชื่อมโยงสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เชื่อมโยงโครงสร้างเศรษฐกิจของ ภาคเหนือตอนบนมีความหลากหลายและโดดเด่น ทั้งการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การท่องเที่ยวและบริการ สามารถพัฒนาเพิ่มศักยภาพเป็นฐานเปิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง สามารถพัฒนาเศรษฐกิจสู่ตลาดการค้าที่มีขนาดใหญ่ เชื่อมโยงการผลิตและการค้าทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน อีกทั้งเป็นโอกาสให้ภูมิภาคเหนือตอนบนเป็นศูนย์กลางการเงินและการคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาค โอกาสภายนอกทำให้ภาคเหนือตอนบนควรเร่งพัฒนาขยายฐานเศรษฐกิจภายในกลุ่มจังหวัดให้เข้มแข็งและสมดุลมากขึ้น โดยเฉพาะ เศรษฐกิจชุมชนฐานรากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างครบวงจร โดยอาศัยความสามารถหลักและข้อได้เปรียบด้านทรัพยากรธรรมชาติพัฒนาสู่การเกษตรที่ยั่งยืน ผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น งานวิจัยจากภาคการศึกษา และพัฒนาเครือข่ายห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจรวมผสาน เข้าด้วยกันเพื่อผลตอบแทนที่ทั่วถึงทั้งภูมิภาค

■ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ

เอื้อต่อการพัฒนาสู่ครัวอาหารของโลก ภาคเหนือตอนบนเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของประเทศ มีป่าไม้ที่ยังสามารถรักษาสมดุลของระบบนิเวศและแหล่งต้นน้ำลำธารหล่อเลี้ยงประเทศ รวมถึงทรัพยากรแร่ธาตุที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญทรัพยากรดิน น้ำ และอากาศมีสภาพเหมาะในการปลูกพืชผักและผลไม้เมืองหนาว มีพืชเศรษฐกิจหลากหลายชนิด จึงสามารถขยายฐานการผลิตทางเกษตรและอุตสาหกรรมต่อเนื่องโดยเพิ่มมูลค่าและคุณภาพให้สูงขึ้น ภายใต้วิสาหกิจสมัยใหม่และภูมิปัญญาล้านนาโบราณ ผสมผสาน

เพื่อสร้างผลผลิตทางการเกษตรแบบอินทรีย์และปลอดภัยและผลิตอาหารสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก ทำให้ภูมิภาคเป็นคลังอาหารของโลกในฐานะแหล่งผลิตผลการเกษตรที่มีคุณค่าสูง

■ ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิตล้านนา

ภาคเหนือตอนบนเป็นมรดกตกทอดของอาณาจักรล้านนา มีสภาพแวดล้อม ธรรมชาติที่สวยงาม โครงสร้างสังคมที่หลากหลายทางชาติพันธุ์ อยู่รวมกันอย่างสันติ มีรากฐานทาง วัฒนธรรมประเพณีแข็งแกร่งเอกลักษณ์ของตนเองสืบทอดมายาวนานกว่า 700 ปีรวมถึงภูมิ ปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายสามารถนำไปต่อยอดให้เกิดการใช้เชิงพาณิชย์ที่เป็นสากลทั้งยังคง เอกลักษณ์ที่มีลักษณะพิเศษของตนเองในฐานะแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก

■ ความพร้อมด้านทรัพยากรการศึกษาและความสามารถในการพัฒนาคุณภาพคน

การจัดการศึกษาของภาคเหนือตอนบนจัดอยู่ในเกณฑ์ดี มีความพร้อมในการ ฝึกอบรม นำวิชาการงานวิจัยและคลังสมองจากสถาบันอุดมศึกษาที่มีมากและหลากหลายมาใช้เพื่อ เพิ่มศักยภาพด้านต่างๆ โดยเฉพาะการเกษตร อีกทั้งมีแรงงานฝีมือที่ประณีตสำหรับอุตสาหกรรมซึ่ง ต้องใช้ทักษะเพื่อการผลิตสินค้า อาทิ หัตถอุตสาหกรรม สินค้าเซรามิก เครื่องเงิน เครื่องเงิน เครื่อง ถม งานไม้ งานทอผ้า เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องสุขภัณฑ์ ของขวัญ ของแต่งบ้าน ของชำร่วย ฯลฯ คุณภาพสูงได้

■ บรรยากาศเหมาะแก่การลงทุน

สำหรับนักลงทุน /บริษัทลงทุนต่างชาติ ประเทศไทย โดยเฉพาะภาคเหนือ ตอนบนได้ชื่อว่ามีบรรยากาศทางสังคมและการเมืองที่ราบรื่นเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน ผู้คนมี อหิชาศัยดีและต้อนรับชาวต่างชาติ มีสาธารณูปโภคด้านการดำรงชีพและการศึกษาของลูกหลาน ชาวต่างชาติที่มีมาตรฐานสากล มีศักยภาพความเข้มแข็งของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชนเข้มแข็งในการพัฒนาท้องถิ่นและสืบสานวัฒนธรรม มีศาสนาและวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของ ประชาชน

1.2 จุดอ่อน

■ ด้านการเกษตร

- เทคโนโลยีการผลิตและการส่งเสริมการเกษตร เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาด ความรู้ความเข้าใจในการผลิตพืชและสัตว์ที่ถูกต้อง เช่น ใช้พันธุ์พืชที่ไม่เหมาะสมต่อ สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพลุ่มดอนของพื้นที่ โครงสร้างของดิน คุณสมบัติและความเหมาะสมของ ดิน และสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนปริมาณน้ำในท้องถิ่นๆ การเตรียมดิน การใช้ปุ๋ยและสารเคมี ป้องกันกำจัดศัตรูพืช การปฏิบัติดูแลรักษาอื่นๆ ไม่ถูกต้องไม่เหมาะสม ทำให้ผลผลิตและคุณภาพ ของผลผลิตต่ำ การส่งเสริมการเกษตรแม้จะมีการทำอยู่โดยหน่วยงานของรัฐ แต่ก็ยังไม่เพียงพอ

เพราะขาดเจ้าหน้าที่ อุปกรณ์และงบประมาณ ขาดการสาธิตรูปแบบและวิธีการที่จำเป็นต่างๆ ที่จะสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกร

- การตลาดและสินเชื่อ เกษตรกรส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องตลาดของผลผลิต เพราะมีตลาดกลางและตลาดซื้อขายล่วงหน้าจำกัด ทำให้พ่อค้าท้องถิ่นและพ่อค้าคนกลางกดราคาผลผลิตตลอดเวลา ทำให้ราคาผลผลิตขึ้นลงไม่แน่นอนและขาดการรับประกัน อีกทั้งบางปีการผลิตบางอย่างมากเกินไปเนื่องจากมีการเพาะปลูกตามอย่างกัน โดยมีหน่วยงานไม่เพียงพอที่จะให้ความช่วยเหลือในการคาดการณ์สภาวะการตลาดรายปีหรือรายฤดูกาลให้แก่เกษตรกร ปัจจุบันเกษตรกรยังมีความเป็นอยู่ไม่ดีนัก และขาดเงินเพื่อลงทุนการเกษตร แม้ว่าปัจจุบันจะมีหน่วยงานที่ให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรอยู่ แต่ยังมีข้อจำกัดหลายทาง เช่น เกษตรกรขาดหลักประกันในการกู้ยืมเงิน อีกทั้งสินเชื่อที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอ

- แรงงานและคุณภาพของแรงงาน พบว่าในปัจจุบันแรงงานในครัวเรือน เกษตรกรส่วนใหญ่จะมีแต่แรงงานอายุมากและแรงงานเด็กในวัยเรียน ซึ่งเป็นแรงงานคุณภาพต่ำ ต้องจากแรงงานจากภายนอกหรือมีการจ้าง /เช่าเครื่องจักรกลการเกษตรจากเกษตรกรอื่นหรือจากพ่อค้าในท้องถิ่น ทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงขึ้น ส่วนแรงงานหนุ่มสาวทั้งที่มีและไม่มีวุฒิการศึกษา ซึ่งเป็นแรงงานคุณภาพกลับโยกย้ายจากครอบครัวไปทำงานนอกภาคเกษตรในจังหวัดหรือเมืองใหญ่ เนื่องจากให้รายได้และความเป็นอยู่ดีกว่าการประกอบอาชีพเกษตร

■ ด้านหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมยังขาดแบบ (Design) ขาดนวัตกรรม (Innovation) เป็นของตนเอง เพราะส่วนใหญ่ยังคงเป็นผู้รับจ้างผลิต ไม่มีเครื่องหมายการค้า (Brand) ที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลกของตนเอง สำหรับ SMEs ที่สามารถออกแบบสินค้าเอง ก็ขาดความรู้ความสามารถทางด้านการจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะความเข้าใจและความสามารถในการคิดต้นทุนการผลิตสินค้า ส่งผลต่อการตั้งราคาให้เหมาะสมรวมทั้งการตัดราคากันเอง นอกจากนี้ยังขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดการอุตสาหกรรมระดับโรงงานและมีปัญหาด้านความเข้าใจเทคโนโลยี คุณภาพ การเข้าถึงตลาด ข้อมูลตลาด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการออกแบบและนวัตกรรมสินค้า รวมถึงขาดความเข้าใจในความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรและสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากรเพื่อปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

■ ด้านการท่องเที่ยว

แม้ภาคเหนือตอนบนจะเป็นแหล่งทรัพยากรที่สำคัญของประเทศโดยเฉพาะ ทรัพยากรน้ำ ป่าไม้ ดิน แต่ก็มีการรุกรานทำลายและใช้อย่างสิ้นเปลือง ขาดกลไกระบบ การจัดการ เพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาใช้ในเชิง พาณิชย์ ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวยังไม่สมบูรณ์และขาดการมีส่วนร่วม ขาดการจัดการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างเป็นระบบ และมีปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

■ ความเหลื่อมล้ำของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

รายได้เฉลี่ยต่อหัวของภาคต่ำกว่าของประเทศ 1.9 เท่า ปัญหาความยากจนใน ภาคเหนือตอนบนยังคงมีอยู่

- ฐานการผลิตอุตสาหกรรมกระจุกตัวในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน ความยากจนในชนบทมีมากกว่าเมือง ในปี 2543 มีประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจนอยู่ใน ชนบทร้อยละ 13.6 ในขณะที่อยู่ในเมืองร้อยละ 5.2 เท่านั้น เมื่อใช้เส้นความยากจนประชาชนใน ชนบทจะมีรายได้เท่ากับ 814 บาทต่อคนต่อเดือน ในขณะที่เส้นความยากจนในเมืองอยู่ที่ 897 บาท ต่อคนต่อเดือน

- โครงสร้างประชากรเข้าสู่ภาวะมี ผลกระทบต่อสังคมในอนาคต เช่น แรงงาน ภาระการเลี้ยงดู ผู้สูงอายุ ขาดแคลนแรงงานทุกระดับ มีการย้ายถิ่นสูง แรงงานส่วนใหญ่ ฟังฟังการเกษตร และแรงงานในภาคนอกเกษตรมีความรู้ต่ำ เพราะการกระจายการศึกษายังไม่ทั่วถึง ทำให้ขาดทักษะฝีมือแรงงาน และไม่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน

- ต้องเร่งพัฒนาคนและสังคมก่อนเข้ามาทำการสร้างสถาบันครอบครัวให้ มั่นคงอบอุ่น ชุมชนและองค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง ปรับปรุงด้านการศึกษา สาธารณสุข สวัสดิการ สังคม และการพัฒนาการอยู่ร่วมกันในสังคมกลุ่มประเทศสี่เหลี่ยมและหกเหลี่ยมเศรษฐกิจอย่างสันติสุข

■ โครงสร้างพื้นฐานระบบการคมนาคมขนส่ง

- โครงข่ายถนนได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบต่อเนื่องมาตั้งแต่แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกๆ ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาถนนสายรองและเส้นทาง สายย่อยเพื่อเชื่อมโยงกับถนนทางหลวงแผ่นดินเส้นทางสายหลักเข้าสู่จังหวัด อำเภอ ซึ่งดำเนินการ ถึงแผนฯ ฉบับที่ 8 เกือบครบถ้วนตามกำหนดถึงแม้สภาพกายภาพทางภูมิศาสตร์เป็นที่สูงและภูเขา เป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามสภาพปริมาณการเดินทางโดยถนนยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมาก และต่อเนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจและการค้าชายแดนประกอบกับโครงการพัฒนาความร่วมมือทาง เศรษฐกิจในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง 6 ประเทศ (GMS) เชื่อมโยงเมียนมาร์ สปป. ลาว และจีนตอนใต้ อาทิ เชียงราย - เชียงตุง - เชียงรุ่ง หรือเชียงราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต็น - เชียงรุ่ง การปรับปรุงโครงข่าย ถนนในพื้นที่เพื่อการคมนาคมและขนส่งสินค้าต้องเพิ่มเพื่อรองรับความต้องการในอนาคตต่อไป

- โครงข่ายทางรถไฟ มีเส้นทางสำคัญเพียงเส้นเดียวคือกรุงเทพฯ -เชียงใหม่ ซึ่งนับเป็นการขนส่งที่มีต้นทุนต่ำที่สุดที่สามารถช่วยการพัฒนาอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับการเติบโตของเศรษฐกิจในพื้นที่ จึงมีการเรียกร้องสร้างทางรถไฟเชื่อมโยงเด่นชัย -เชียงราย พร้อมส่วนขยายแม่สาย เชียงแสน เชียงของ จังหวัดเชียงราย และห้วยโก๋น จังหวัดน่าน เขตค้าขายชายแดนต่อเนื่องกับจีนตอนใต้ เมียนมาร์ และลาวสืบจากการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง 6 ประเทศ

- เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ปัจจุบันมีสองท่าเรือริมโขง ได้แก่ เชียงของและเชียงแสน เชื่อมไปจีนตอนใต้ กัมพูชา เวียดนาม แต่สภาพยังไม่สมบูรณ์ทำให้ไม่สามารถบริการการขนส่งสินค้าและนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- โครงข่ายทางอากาศ ปัจจุบันภาคเหนือตอนบนมีท่าอากาศยาน 8 แห่ง เป็นท่าอากาศยานนานาชาติ 2 แห่ง ได้แก่ เชียงใหม่และเชียงราย ทำหน้าที่แตกตัว ารกัน โดยท่าอากาศยานเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางขนส่งสินค้าและผู้โดยสารในระดับภาค ระหว่างภาคในประเทศและอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ขณะที่ท่าอากาศยานเชียงรายเป็นศูนย์กลางและผู้โดยสารเฉพาะอนุภูมิภาคและระหว่างจุดที่กำหนดร่วมกันเท่านั้น อย่างไรก็ตามจากการพยากรณ์ปริมาณผู้โดยสาร ปริมาณการจราจร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สนามบินเชียงใหม่และเชียงรายยังไม่สามารถรองรับได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องมีการปรับปรุงและขยายขีดความสามารถรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจต่อไป

■ ปัญหาด้านความเจริญกระจุกตัวภายในชุมชนเมือง

- ขาดการกระจายอุตสาหกรรมและกิจกรรมสนับสนุนไปสู่ภูมิภาค ข้อจำกัดด้านการพัฒนาขีดความสามารถและขยายจำนวนผู้ประกอบการในท้องถิ่น จำเป็นต้องเร่งเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในการร่วมลงทุนกับภาครัฐในการจัดตั้งเขตอุตสาหกรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรมเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการพัฒนาอุตสาหกรรม ในครัวเรือน อุตสาหกรรมชนบท และอุตสาหกรรมชุมชน

- ขาดการกระจายบริการทางการเงินไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ควรกำหนดเป็นนโยบายให้สถาบันการเงินแห่งใหม่สามารถเปิดได้เฉพาะภูมิภาค เพิ่มการปรับปรุงระบบสินเชื่อของสถาบันการเงินในครอบคลุมลูกค้าผู้มีรายได้น้อยหรือทุนน้อยให้สามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (Greater Mekong Sub-Region: GMS) ส่งผลให้ภาคเหนือตอนบนเป็นดินแดนเปิดที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว จีนตอนใต้ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อโอกาสและการเพิ่มความความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาค ขณะที่แรง ขับเร้งระดับประเทศ อาทิ นโยบายของรัฐ กรอบของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ครอบคลุมการอนุรักษ์ฟื้นฟูและบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน นำไปสู่ชุมชนและเมืองน่าอยู่ กฎหมายต่างๆ ที่จะปรับปรุงและกำหนดตราขึ้นเพื่อการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและคุ้มครองสิ่งแวดล้อม รวมถึงการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม การ ให้ความรู้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยชุมชน การสร้างจิตสำนึกสาธารณชนให้ร่วมมือดูแล สิ่งแวดล้อม นำไปสู่การจัดการสิ่งแวดล้อมเมืองและชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความน่าอยู่และ ยั่งยืนสืบไป กอปรกับพลวัตระดับโลกล้วนส่งกระตุ้นส่งผลให้ภูมิภาคเหนือมีการปรับเปลี่ยนไปสู่ ภาวะใหม่แห่งการพัฒนา

■ **ลักษณะทางสังคม** ภาคเหนือตอนบนจะทวีคูณพลังแห่งความหลากหลายของคน ต่างเผ่าพันธุ์ ชุมชน วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ สู่ความเป็นศูนย์กลางอนุภูมิภาค ทั้งด้าน เศรษฐกิจ การเงิน การคมนาคมขนส่ง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และระบบสารสนเทศ โดยอาศัย กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและพหุภาคี ภาคเหนือตอนบนจะบูรณาการสู่สังคมแห่งการ เรียนรู้ พึ่งตนเอง เกื้อกูลซึ่งกันและกัน สามารถปรับตัวได้สอดคล้องกับโลกและท้องถิ่น สืบทอด เอกลักษณะ วัฒนธรรม ประเพณีล้านนา และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีระบบข้อมูลที่เชื่อถือได้ ทันสมัย เป็นพื้นฐานการเรียนรู้และพัฒนาต่อเนื่อง เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต เข้มแข็ง เอื้ออาทร เกื้อกูลพึ่งพาตนเอง สามารถดำรงรักษาเอกลักษณ์ของภูมิภาค เป็นสังคมที่มีกระบวนการประชาคม ที่เข้มแข็งการเมืองโปร่งใส ประชากรมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสวัสดิการสังคมและ การศึกษาที่มีมาตรฐานทัดเทียมระดับโลก

■ **ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** การใช้ประโยชน์จากป่าไม้มีความสำคัญ ลดลงเพราะนโยบายปิดป่าของรัฐบาล ตรงกันข้ามกับการปลูกป่าซึ่งมีความสำคัญสูงขึ้น จังหวัดที่มี ศักยภาพสูงสุดในการปลูกป่า ได้แก่ เชียงราย แพร่ พะเยา รองลงมาได้แก่ น่าน ลำปาง ลำพูน ด้าน การฟื้นฟูบูรณะจัดการป่าอนุรักษ์ดำเนินการในจังหวัดที่มีพื้นที่ป่าในปัจจุบันอุดมสมบูรณ์ได้แก่ เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน รองลงมาคือลำปาง เชียงราย พะเยา น่าน และแพร่ จังหวัดที่ยังสามารถพัฒนา แหล่งน้ำผิวดินได้ดี ได้แก่ แม่ฮ่องสอน รองลงมาได้แก่ เชียงราย แพร่ ขณะที่เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน และแพร่ มีศักยภาพในการพัฒนาใช้แหล่งน้ำใต้ดิน ด้านแหล่งแร่ ลำปางเป็นจังหวัดที่ อุดมสมบูรณ์ที่สุดซึ่งมีการพัฒนามาใช้มากแล้ว ถัดมาคือเชียงใหม่ พะเยา ลำพูน แต่จากสภาพการณ์ ในอดีตจนถึงปัจจุบันมีแนวโน้มว่าทรัพยากรป่าไม้และแหล่งน้ำซึ่งเป็นทรัพยากรหลักจะเสื่อม โทรมลง แนวโน้มการใช้ประโยชน์จากที่ดินในที่สูงเกิดการเปลี่ยนแปลง ที่ดินในที่สูงถูกบุกรุกเพื่อ

การยังชีพของชุมชนดั้งเดิมเผ่าต่างๆ บนที่สูง ของภาค เนื่องจากการขยายตัวของประชากรและการเกษตรเชิงพาณิชย์ ทำให้ชุมชนพื้นราบขาดแคลนพื้นที่ทำกินจึงบุกกรุกพื้นที่ป่าเพื่อขยายที่ทำกินและผลิตพืชเชิงพาณิชย์หรือประกอบกิจการอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการเกษตรซึ่งเป็นการทำลายทรัพยากรป่าไม้และต้นน้ำลำธารของภาคเหนือตอนบน

■ **ทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว** โดยอาศัยฐานความหลากหลายและสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ ผนวกกับการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวและบริการพื้นฐานสามารถนำภาคเหนือตอนบนสู่โอกาสด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงอนุรักษ์เชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพได้ด้วย อีกทั้งเปิดโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ระดับสากลเป็นประตูของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับประเทศในอนุภูมิภาคให้เป็นวงจรท่องเที่ยวยกระดับอนุภาคได้ด้วย

■ **เศรษฐกิจการค้า** ของภาคเหนือตอนบนจะประสานสอดคล้องกับโลก เป็นเศรษฐกิจระบบเปิดที่ปราศจากการกีดกันผูกขาด ลดการพึ่งพาจากภายนอก พึ่งตนเองทั้งด้านวัตถุดิบ ทุน การพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสารสนเทศ เป็นระบบเศรษฐกิจที่หลากหลายมุ่งเน้นความร่วมมือและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศกับกลุ่มเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเมียนมาร์ สปป. ลาว และจีนตอนใต้ เพื่อมุ่งเสริมสร้างประสิทธิภาพและพึ่งพาเศรษฐกิจในอนุภาคเดียวกันและระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกัน มีแนวโน้มการขยายตัวทางการค้าและการบริการการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ส่วนด้านอุตสาหกรรมจะเน้นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลางกระจายสู่ชนบท เชื่อมโยงเป็น เครือข่ายอุตสาหกรรม รับช่วงการผลิต โดยกระจายชิ้นงานไปสู่ชุมชนต่างๆ ในชนบท รวมถึงอุตสาหกรรมบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว อาทิ อุตสาหกรรมผลิตของชำร่วย ของที่ระลึก หัตถกรรม เครื่องประดับประเภทอัญมณี สำหรับอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีมูลค่าเพิ่มสูงในจังหวัดใหญ่ โดยอาศัยฐานการผลิตในนิคมอุตสาหกรรมลำพูน อาทิ กระเป๋าหนัง รองเท้า ของเด็กเล่น อิเล็กทรอนิกส์ เสื้อผ้าคุณภาพสูง แต่ควรให้ความสำคัญต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รักษาฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม โดยเน้นโครงการลงทุนที่เป็นประโยชน์กับพื้นที่และลดช่องว่างของควมแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบทนอกภาคเกษตรกับภาคเกษตร ลดความเจริญที่กระจุกตัวในเมืองใหญ่เพื่อให้มีการกระจายออกสู่ชนบทมากขึ้น รวมถึงการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษขนาดย่อมตามชายแดนที่ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก ใช้วัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน และอุตสาหกรรมกาให้บริการบรรจุและคัดคุณภาพสินค้าคลังสินค้า การรีเอ็กซ์พอร์ต คาดว่าในอีก 5 ปีข้างหน้า ภาคเหนือตอนบนจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การค้าการเงิน การลงทุน การคมนาคมขนส่ง และแหล่งวัตถุดิบด้านการผลิตตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการเป็น "คลังอาหารของโลก"

■ **แนวโน้มอนาคตการลงทุน** ข้อตกลงของกลุ่มประเทศ GMS เพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานโดยเสรี นำไปสู่การจัดตั้งเขตการลงทุนพิเศษ เช่น GTZ และ FTZ เอื้อต่อการกำหนดพื้นที่เป้าหมายและประเภทโครงการลงทุนที่สนับสนุนศักยภาพการพัฒนา โดยมุ่งให้เกิดการเชื่อมโยงและเกื้อกูลกันในระหว่างพื้นที่ในประเทศและระหว่างประเทศ เช่น กำหนดพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่เป้าหมายโครงการลงทุนที่ใช้วัตถุดิบหรือสินค้าปฐมภูมิจากประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อผลิตและส่งต่อ ให้กับเชียงใหม่และลำพูนซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายโครงการลงทุนอุตสาหกรรมในระดับที่สูงขึ้นและมุ่งส่งออกตลาดต่างประเทศ โดยภาคเอกชนจะมีการร่วมมือและมีบทบาทนำในด้านการลงทุนในลักษณะส่งเสริมซึ่งกันและกันเพื่อสร้าง ข้อได้เปรียบการแข่งขันในตลาดโลก โดยจะมีการเลือกและเน้นคุณภาพของโครงการมากขึ้น โครงการที่มีแนวโน้มในการลงทุนในภูมิภาค ได้แก่ การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การผลิตเครื่องอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน การผลิตจัดหาวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างป้อนสู่ประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังบูรณะพัฒนาประเทศในทุกด้าน โดยเฉพาะสาธารณูปโภคพื้นฐาน การลงทุนในกิจการด้านพลังงาน และอุตสาหกรรมเบา เช่น การทอผ้า ผลิตรองเท้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป การประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า เซรามิกส์ เครื่องแก้ว เจียรระไนเพชรพลอย เป็นต้น

■ **แนวโน้มการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ**

- สาขาการเกษตรนับเป็นสาขาที่มีความสำคัญและมีศักยภาพสูงสุด ประกอบด้วย การส่งเสริมการผลิตพืชเพื่อการส่งออก ได้แก่ ข้าวคุณภาพดีเช่นข้าวหอมมะลิ ถิ่นจี่ ลำไย การส่งเสริมการผลิตพืชเพื่อทดแทนการนำเข้า เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และถั่วเหลือง การเพิ่มผลผลิตพืชผักเพื่อขายภายในประเทศ และเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการเกษตรซึ่งจะช่วยเพิ่ม มูลค่าผลผลิตการเกษตร การพัฒนาการเกษตรโดยคำนึงถึงการลดปัญหาการบุกรุกป่าไม้และการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกพืชในที่สูง การลดการใช้สารเคมีผู้การเกษตรแบบอินทรีย์ การส่งเสริมด้านการใช้สารเคมีให้ถูกวิธี การอนุรักษ์ดิน การกำหนดเขตการปลูกพืชและการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร เป็นต้น

- อุตสาหกรรม การค้าและการลงทุน มีศักยภาพการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาเขตประกอบการอุตสาหกรรม /นิคมอุตสาหกรรม สวนเกษตร สวนป่าเศรษฐกิจ ตลาดชายแดน ด่านพรมแดน สถานีพักและขนส่งสินค้ากล่อง สถานีขนส่งสินค้ากล่องโดยรถไฟ เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ศูนย์แสดงผลผลิต /ผลิตภัณฑ์จังหวัดเพื่อส่งเสริมการค้า เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาภาคเหนือตอนบนให้เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุนและอุตสาหกรรมการเกษตรของอนุภูมิภาค เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศสี่เหลี่ยมและหกเหลี่ยมเศรษฐกิจ

- สาขาการบริการการท่องเที่ยว สถานการณ์ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ถึงพร้อมที่สุดด้านการท่องเที่ยว สาธารณูปโภคและบริการต่างๆ รongลงมาได้แก่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน ดังนั้นเชียงใหม่และเชียงรายจึงมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลางการบริการ และก ารท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นจุดขาย สามารถจัดเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นวงรอบ (Eco-Tourism Loop) เชื่อมโยงกับพื้นที่เชิงอนุรักษ์ของจังหวัดอื่น รวมถึงศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม ซึ่งมีทั้งประเภทธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดต่างๆ และการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านแดนไปยัง ประเทศเพื่อนบ้านกลุ่มสี่เหลี่ยมและหกเหลี่ยมเศรษฐกิจ โดยเฉพาะประเทศจีนตอนใต้ให้เชื่อมโยง กันได้อย่างเป็นระบบ โดยสร้างเสน่ห์ให้กับภูมิภาคเชื้อชวนนักท่องเที่ยวทั้งในและ ต่างประเทศใ มาเที่ยวชม ื่อต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากอดีตหลายร้อยปีของอาณาจักรล้านนา ผสมผสาน กับร่องรอยอารยธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม จารึกประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งมีความพร้อมด้านบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และด้านบุคลากรการท่องเที่ยว หากมี การฟื้นฟูสืบสานศิลปวัฒนธรรมล้านนาและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ปรับใช้นวัตกรรมให้ สอดคล้องกับวัฒนธรรม มีสิทธิบัตรภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดกลไกประสานให้ความรู้และ ประชาสัมพันธ์ ศักยภาพด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตดังกล่าวนี้จะนำภูมิ ภาคเหนือสู่การขยาย โครงข่ายการท่องเที่ยวและบริการเชื่อมโยงกับเพื่อนบ้าน เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อสุขภาพ โดยชุมชนมีส่วนร่วม ส่งเสริมเป็นเขตปลอดภัยและปลอดภัย และเพิ่มมาตรการความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยว เป็นโอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ระดับสากล สามารถเชื่อมโยงแหล่ง ท่องเที่ยวและมีโอกาสเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และศูนย์ส่งเสริมสุขภาพระดับ อนุภูมิภาคได้

2. มิตรรายจังหวัด : เชียงใหม่

2.1 จุดแข็ง

ทั้งด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม เกษตร เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความได้เปรียบสูงที่สุดในภูมิภาคเหนือตอนบน รวมถึงภาคเหนือทั้งหมดด้วย ในแง่ของการเป็นศูนย์กลางการลงทุน การค้าและการขนส่งของภาคเหนือตอนบน ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร การลงทุนที่สำคัญยังได้แก่ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำหรับสาขาอุตสาหกรรมโดยรวม เชียงใหม่จัดเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพลำดับที่สองรองจากลำพูน อุตสาหกรรมสำคัญได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตร และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ยังมีจุดแข็งในสาขาสำคัญ ได้แก่ การผลิต การก่อสร้าง การคมนาคมขนส่ง การขายส่งขายปลีก การธนาคาร การประกันภัย และการบริการรวมการท่องเที่ยว โดยมีอัตราการเติบโตในสาขาต่างๆ ต่อเนื่องสม่ำเสมอตลอด ทั้งนี้ เพราะเชียงใหม่มีตำแหน่งที่ตั้งเหมาะสมในฐานะศูนย์กลางของภาคเหนือตอนบน

2.2 จุดอ่อน

- **ปัญหาการเติบโตทางเศรษฐกิจ** อยู่ที่การขาดการวางแผนที่ดีด้านผังเมือง การใช้ที่ดินและการเจริญเป็นแถบไปตามทางหลวงสายที่ออกจากอำเภอเมือง ทำให้มีประชากรจำนวนมากอาศัยอยู่ตามเส้นทางเหล่านี้พร้อมทั้งย่านพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรมขนาดเล็กทำให้เกิดปัญหาด้านการจราจร ซึ่งนอกจากจะแออัดในตัวเมืองยังทำให้เกิดความไม่คล่องตัวตามทางหลวง ทำให้ราคาที่ดินในอำเภอต่างๆ สูงขึ้นเกินความจริง มีการซื้อที่ดิน เก่งกำไรมาก ซึ่งเมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจทำให้เกิดความซบเซารุนแรงเช่นกัน มีการเอาเปรียบทางการค้า ช่องว่างระหว่างผู้มีรายได้สูงและรายได้น้อยมาก เกิดการย้ายเข้าของแรงงานจากแหล่งอื่น ความเติบโตยังนำมาซึ่งความเสื่อมโทรมทางสังคมและปัญหาด้านสาธารณสุข สิ่งแวดล้อม น้ำเสีย ขยะมูลฝอย นำสู่ชุมชนแออัด มลภาวะต่างๆ

- **ปัญหาสำคัญด้านเกษตร** แต่ยังคงมีปัญหา อาทิ ต้นทุนการผลิตสูง เพราะต้องใช้ทั้งปุ๋ยและสารปราบศัตรูพืชแต่ราคาปรับขึ้นต่ำ ปัญหาการใช้ปุ๋ยและสารเคมีเกษตรซึ่งกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกรโดยตรง และกระทบต่อการปนเปื้อนของดินและน้ำด้วยซึ่งนับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น การใช้วิธีการชีวภาพยังได้ผลน้อย ปัญหาขาดการส่งเสริมและขาดบุคลากรในการส่งเสริมการเกษตรทำให้การปฏิบัติงานไม่ทั่วถึง ประกอบกับการขาดการประสานงานของหน่วยงานต่างๆ แม้จะอยู่ในกระทรวงเดียวกัน ทำให้เกิดการซ้ำซ้อนควรมีบูรณาการให้มาก ปัญหาการขาดอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมต่อเนื่องสนับสนุนที่จะรองรับสินค้าเกษตรอย่างเพียงพอ ดังนั้นการทำการเกษตรแบบครบวงจรสำหรับพืชอุตสาหกรรมจึงมีความสำคัญ ปัจจุบันยังขาดการส่งเสริมเรื่องฟาร์มข้อตกลงแก่เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้เกษตรกรอยู่รอดยาก เกษตรกรรวมถึงชนกลุ่มน้อยขาดความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีสมัยใหม่ ตั้งแต่การปลูกไปจนถึง

การเก็บรักษาผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว สำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานระดับอำเภอมีงบประมาณในการดำเนินการฝึกอบรมน้อย ไม่สามารถจัดกลุ่มเกษตรกรและจัดการ อบรมเกษตรกรให้มีความรู้และความเข้าใจมากขึ้นได้ ราคาผลผลิตการเกษตรที่ค่อนข้างสูง อุตสาหกรรมเกษตรแบ่งเป็นระดับครัวเรือน และโรงงานขนาดย่อม /ใหญ่ ในระดับครัวเรือนขาดการจัดรูปแบบที่เหมาะสมขาดการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อทำให้คุณภาพสินค้าเป็นที่ยอมรับ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่มั่นคงแข็งแรงสวยงาม ส่วนโรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อม /ใหญ่ มีปัญหาการทำสัญญาแบบฟาร์มข้อตกลงกับเกษตรกร ทำให้การจัดหาวัตถุดิบปริมาณไม่เพียงพอสม่ำเสมอ คุณภาพยังไม่ได้มาตรฐานเพราะขาดการคัดขนาดและควบคุมคุณภาพ ปัญหาการปนเปื้อนสารปราบศัตรูพืช และปัญหาการขาดแคลนแรงงานราคาถูก เป็นต้น

■ **ปัญหาคนและสังคม** เชียงใหม่มีประชากรสูงสุดในภาคเหนือตอนบน รายได้ประชากรกระจายตัวสูง ปัญหาด้านประชากรคือการโยกย้ายของประชากรรวมถึงแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้าเมืองทำให้เกิดความแออัดสูงในเขตเทศบาลและชุมชนหลัก เป็นปัญหาสังคมที่สำคัญทางหนึ่ง สภาพการศึกษาและด้านสาธารณสุขของเชียงใหม่ดีที่สุดในภูมิภาค ปัญหาสาธารณสุขในชุมชนเมือง ส่วนใหญ่เกิดจากสภาวะสิ่งแวดล้อมที่ไม่ดี เช่น ปัญหาขยะมูลฝอย มลภาวะ ฝุ่นควัน อากาศพิษ น้ำเสีย ทั้งจากชุมชนและโรงงานอุตสาหกรรมทั้งขนาดเล็ก /ใหญ่ นอกจากนี้เชียงใหม่มีอัตราการติดโรคเอดส์สูงมากและระบาดไปยังชุมชนชาวเขาด้วย

■ **ปัญหาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ** นอกจากปัญหาสิ่งแวดล้อมขยะมูลฝอยในเมืองที่กระทบต่อการท่องเที่ยวแล้ว ปัญหารองลงมาคือการทำเกษตรในที่สูงและที่ลาดเชิงเขาทำให้เกิดการกัดเซาะหน้าดิน สูญเสียความสมบูรณ์ของดิน การใช้สารปราบศัตรูพืชทำให้เกิดการปนเปื้อนดินและน้ำมีผลกระทบโดยตรงต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค การท่องเที่ยวมีส่วนทำให้เกิดการทำลายทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าโดยทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการบริการต่างๆ รวมถึงการนำไม้มาทำเฟอร์นิเจอร์และแกะสลักเป็นสินค้า ของฝากของที่ระลึก ทรัพยากรแหล่งน้ำ แม้เชียงใหม่จะมีโครงการอ่างเก็บน้ำแม่งัดสมบูรณ์ชล แม่งาวอุดมชราดา และโครงการชลประทานแม่แตง แต่ยังไม่เพียงพอต่อการบริการสู่พื้นที่เกษตร โดยเฉพาะฤดูแล้ง อีกทั้งคลองและอาคารชลประทานชำรุดทรุดโทรมลงทำให้ประสิทธิภาพการส่งน้ำลดลง สูญเสียน้ำมาเกินไป จำเป็นต้องมีการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดกลางและขนาดเล็กเพิ่มขึ้นให้มากที่สุด ในบริเวณการเกษตรที่ขาดน้ำ โดยไม่ทำลายทรัพยากรสิ่งแวดล้อมมากเกินไป อีกทั้งส่งเสริมการปลูกพืชที่ใช้น้ำน้อย อีกทั้งรณรงค์ให้มีการใช้น้ำอย่างประหยัดในทุกกิจกรรม เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนน้ำในอนาคตอันใกล้ ด้านทรัพยากรแหล่งแร่ การพัฒนานำมาใช้ในการหลายกรณียังทำให้เกิดปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า จึงต้องพิจารณาการดำเนินการฟื้นฟูบูรณะป่าไม้หลังการทำเหมืองแร่แล้ว

■ **ปัญหาด้านการท่องเที่ยวและบริการ** แม้เชียงใหม่จะมีความได้เปรียบจังหวัดอื่นด้านการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและการอำนวยความสะดวกต่างๆ แต่ยังคงมี ปัญหาหลายประการ อาทิ การชำรุดทรุดโทรมของแหล่งท่องเที่ยวเดิม ขาดการบำรุงรักษาบูรณะฟื้นฟู ขาดการปรับปรุงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามศักยภาพของแต่ละแห่ง เช่นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานแห่งชาติ ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และจัดทำข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ปัญหาการจราจรในเขตเทศบาลและชุมชนเมือง ปัญหาการขาดแคลนระบบขนส่งมวลชนในชุมชนเมืองที่สำคัญ ปัญหาของผู้จัดบริการท่องเที่ยวที่มุ่งด้านการค้ามากกว่าการให้บริการที่ หลากหลายและมีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ปัญหาการไม่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ การไม่จัดเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไปยังจังหวัดใกล้เคียงทั่วถึง ตลอดจนปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

■ **ปัญหาด้านสาธารณูปโภค** ทางถนนแม้ว่าโครงข่ายทางหลวงเหล่านี้จะมีอยู่มากก็ตาม แต่เนื่องจากมีชุมชนหนาแน่นและย่านพาณิชยกรรมเจริญเติบโตตามแนวถนนเหล่านี้ อย่างมากทำให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดจึงจำเป็นต้องขยายช่องทางจราจร จัดการจราจร และ ระบบขนส่งมวลชนเพื่อลดปริมาณการจราจรที่เกิดจากการใช้รถโดยสารขนาดเล็ก ทางรถไฟ ยังขาดแคลนจำนวนบริการในช่วงฤดูท่องเที่ยวและเทศกาลต่างๆ ทางอากาศ ปัญหาคือความไม่เพียงพอของเที่ยวบินไปแม่ฮ่องสอน ขาดแคลนเที่ยวบินช่วงฤดูท่องเที่ยว สาธารณูปโภค ขาดระบบรวบรวมการบำบัดน้ำเสียรวมถึงการขยายตัวทันต่อการเติบโตของเมือง การจัดการขยะมูลฝอย ควร มีการแบ่งเขต แบ่งกลุ่มชุมชนแล้วทำการกำจัดขยะมูลฝอยร่วมกัน

2.3 แนวโน้มการพัฒนา

เชียงใหม่มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน จากความได้เปรียบด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ใกล้กับชายแดน เส้นทางคมนาคมสะดวก สามารถอาศัยวัตถุดิบทั้งจากภายในและประเทศเพื่อนบ้านในการประกอบอุตสาหกรรมต่างๆ หลากประเภท หลายสาขาเศรษฐกิจ อาทิ การเกษตร อุตสาหกรรม การก่อสร้าง คมนาคมขนส่ง การค้า การธนาคาร และบริการการท่องเที่ยว ที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการเป็นแหล่งรายได้ให้กับประเทศ รวมถึงศักยภาพทางการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพหลายแห่ง ทั้งของรัฐและเอกชน ตลอดจนทั้งความเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาและฝึกอบรมของภาคและประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งหากการคมนาคมสะดวกขึ้นนักศึกษาจากประเทศเพื่อนบ้านจะมีโอกาสเดินทางเข้ามาใช้บริการมากขึ้น อีกทั้งผลกระทบจากปัจจัยภายนอกกลุ่มประเทศ GMS คาดว่าเมื่อจีนมีความพร้อมด้านการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกด้วยระเบียบวิธีผ่านแดน การเปิดรับนักท่องเที่ยวจีนโดยเครื่องบิน รวมถึงขนส่งสินค้าเทคโนโลยีสูงขนาดเล็กคุณภาพดี จะมีมากขึ้นและมีผลดีต่อสภาพ

เศรษฐกิจของเชียงใหม่และจังหวัดภาคเหนือตอนบนด้วย เชียงใหม่มีศักยภาพและโอกาสของความเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ ได้แก่

- ศูนย์กลางเทคโนโลยีอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูง และอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี
- ฐานการผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปผัก ผลไม้ และอาหารสัตว์
- ศูนย์กลางการศึกษาและวิจัย
- ศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ศูนย์กลางการสื่อสารและโทรคมนาคม
- ศูนย์กลางการเงินและการธนาคารเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

นอกเหนือจากศูนย์กลางด้านต่างๆ ดังกล่าวแล้ว เชียงใหม่ ยังมีแนวโน้มในการพัฒนาตามสาขาอุตสาหกรรม ดังต่อไปนี้

- อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรและอาหาร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการเพาะปลูกและเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญ ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เช่นมันฝรั่งทอด หรือการทำซอสจากถั่วเหลือง หรือบรรจุภัณฑ์ สำหรับอุตสาหกรรมเหล่านี้ มีแนวโน้มขยายตัวตาม
- อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ และมีพรมแดนติดกับพม่าทำให้มีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้าไปเยี่ยมชมอยู่อย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะส่งผลให้อุตสาหกรรมบริการที่ต่อเนื่องจากภาคการท่องเที่ยวขยายตัวตาม เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มและขายของที่ระลึกที่เป็นงานฝีมือ เช่น กระดาษสา เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น
- เมืองศูนย์กลางด้านสุขภาพแห่งเอเชีย พัฒนาสู่โครงการศูนย์สุขภาพ พครบวงจร ด้วยศูนย์แพทย์ทางเลือก (Alternative Medical Center) สปา กีฬา การบำบัดฟื้นฟู สันทนาการ การรักษาพยาบาล อาหารอินทรีย์ สอดรับกระแสการพัฒนาไทยเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพ ระดับเว็ลด์ คลาส ตามนโยบายของรัฐบาล
- เมืองศูนย์กลางศิลปหัตถกรรม ภายใต้อาณัติของกุ่ม NOHMEX (Northern Handicrafts Manufacturers and Exporters Association) ร่วมกับศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือและสภาพัฒน์ ด้วยแนวคิดการพัฒนา 4 ยุทธศาสตร์หลัก (1) การจัดตั้งศูนย์บริการการออกแบบหัตถกรรมภาคเหนือ (CDSC : Craft Design Service Center) ให้เป็นศูนย์กลางเนื่องจากภาคเหนือเป็นแหล่งรวม งานหัตถกรรมสำคัญของประเทศ (2) เน้นเสริมสร้างเอกลักษณ์ "ล้านนาเทรนด์" (Lanna Trend) มุ่งสร้างเทรนด์ของตัวเองขึ้นมาเป็นการเฉพาะ (3) เน้นให้ภาคเหนือเป็นแหล่งรวมของผู้ผลิตงานหัตถกรรม หรือเป็น City of Craftsmanship ที่เน้นพัฒนาบุคลากรด้าน

หัตถกรรมต่อเนื่อง (4) เน้นจัดกลุ่มสินค้าหัตถกรรมเป็นแหล่งรวมเป็นศูนย์กลางการแข่งขันของสินค้าหัตถกรรมของภาคเหนือและระดับประเทศ

3. มิติรายจังหวัด : เชียงราย

3.1 จุดแข็ง

สาขาทางเศรษฐกิจที่สำคัญของเชียงราย ได้แก่ การเกษตร (เพาะปลูก) คมนาคมขนส่ง ขายเป็นปลีก และการบริการในขณะที่เป็นจังหวัดใหญ่มีประชากรเป็นอันดับ 2 ของภูมิภาครองจากเชียงใหม่ มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมเป็นอันดับที่ 3 รองจากลำพูนและเชียงใหม่ เชียงรายมีความสำคัญด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นอันดับ 4 รองจากลำพูน เชียงใหม่ ลำปาง เมื่อพิจารณาศักยภาพของทางท่องเที่ยว เชียงรายอยู่กลุ่มที่ 2 ร่วมกับลำปาง เป็นรองเชียงใหม่เท่านั้น แสดงว่ามีการพัฒนาการท่องเที่ยวมากพอควร มีแหล่งท่องเที่ยวมากทั้งประเภทธรรมชาติและประวัติศาสตร์วัฒนธรรม

3.2 จุดอ่อน

■ **ปัญหาเศรษฐกิจ** เชียงรายมีความแตกต่างของรายได้ระหว่างประชากรมาก เมื่อเทียบกับเชียงใหม่และลำปาง เชียงรายมีสภาพเศรษฐกิจสาขาอุตสาหกรรม การธนาคาร การประกัน ค่อนข้างต่ำ แม้ด้านการเกษตรจะมีผลผลิตสินค้าหลายอย่างปริมาณมาก แต่ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมรองรับน้อย ทำให้การเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรภายในจังหวัดมีน้อย ต้องส่งเข้าโรงงานอุตสาหกรรมในเชียงใหม่และลำพูนเป็นต้น เพราะข้อด้อยทางด้านที่ตั้งและความไม่แน่ใจในการค้าการลงทุนในเชียงราย การค้าในเชียงรายนอกจากเป็นการค้าภายในและต่างจังหวัด ยังเป็นการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านได้แก่ เมียนมาร์ ลาวและจีนตอนใต้ การค้ากับเมียนมาร์และลาว ได้เปรียบแต่กับจีนมักเสียเปรียบดุลการค้าเสมอ รวมถึงปัญหาการกีดกันสินค้าไทยและกฎระเบียบนโยบายที่ไม่แน่นอนของเมียนมาร์และลาว

■ **ปัญหาเกษตร** เชียงรายทำการปลูกพืชผักหลายชนิด แต่มีอุตสาหกรรมเกษตรที่จะรองรับผลผลิตการเกษตรของจังหวัดได้น้อยจึงต้องขายสดหรือส่งไปเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปในจังหวัดอื่น โดยเฉพาะเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง ทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนผลผลิตเกษตร ราคาพืชผลแปรผันมากและมักขึ้นอยู่กับผู้รับซื้อ รวมทั้งระบบตลาดสินค้าเกษตรขาดการพัฒนาการกระจายและสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำระบบเกษตรหรือฟาร์มข้อตกลง (contract farming) สาเหตุมาจากทั้งเกษตรกรและบริษัทผู้ส่งเสริมต่างไม่รักษาสัญญา อาทิ เกษตรกรปลอมปนสินค้า บริษัทผู้ส่งเสริมเอาเปรียบกดราคา มีการใช้สารเคมีรวมปุ๋ยและสารปราบศัตรูพืชมาก การส่งเสริมการเกษตรด้วยวิธีควบคุมและวิถีทางชีวภาพยังได้ผลน้อย เกษตรกร

ต้องการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าโดยเร็ว ขาดงบประมาณด้านงานส่งเสริมการเกษตร เช่น การจัดทำแปลงสาธิตและการนำผลวิจัยที่พิสูจน์ว่าได้ผลดีแล้วมาส่งเสริม เป็นต้น

■ **ปัญหาอุตสาหกรรมการค้าการลงทุน** เชียงรายเป็นจังหวัดใหญ่เมื่อเทียบกับลำพูนและลำปาง แต่การพัฒนาอุตสาหกรรมยังสู้จังหวัดทั้งสองไม่ได้ และยังเป็นรองเชียงใหม่อีกด้วย อุตสาหกรรมเกษตรที่เชียงรายยังพัฒนาไม่มากแม้จะมีผลผลิตสินค้าเกษตรมากก็ตาม ปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งอาจเป็นเพราะเชียงรายไม่ใช่ศูนย์กลางการคมนาคมของภาคที่จะเป็นจุดรับซื้อวัตถุดิบจากจังหวัดใกล้เคียงหรือเป็นจุดส่งสินค้าที่ผลิตแล้วออกไปมากในจังหวัดอื่นๆ

■ **ปัญหาคนและสังคม** เชียงรายมีอัตราส่วนของประชากรในพื้นที่สูงและชนกลุ่มน้อยสูง คิดเป็นลำดับ 5 ของภาค มีเขตเชื่อมต่อกับเมียนมาร์และลาว ดังนั้นทำให้มีแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านลักลอบเข้ามาทำงานในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมมาก สภาพการศึกษาโดยรวมของเชียงรายไม่ค่อยดีนัก มีพื้นที่เข้าถึงยากหรือเป็นที่อยู่ของชาวเขามิครูเข้าไปสอนน้อย สภาพทางสาธารณสุขโดยรวมอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นในภูมิภาค

■ **ปัญหาสิ่งแวดล้อมทรัพยากร** เชียงรายมีความจำเป็นต้องบริหารจัดการป่าในพื้นที่ต้นน้ำลำธารและป่าอนุรักษ์ เชียงรายเป็นจังหวัดที่มีการปลูกพืชมาก มีการใช้ปุ๋ยและสารปราบศัตรูพืชมากทำให้เกิดการปนเปื้อนในน้ำและดินเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสนใจแก้ไขปัญหานี้เนื่องจากพื้นที่ที่เกิดการปนเปื้อนอยู่ในบริเวณต้นน้ำลำธาร รวมถึงการก่อสร้างระบบกำจัดขยะมูลฝอยและระบบบำบัดน้ำเสียทั้งในเขตชุมชน และระดับจังหวัดด้วย

■ **ปัญหาด้านการท่องเที่ยวและบริการ** สถานที่ท่องเที่ยวหลายแหล่งเสื่อมโทรมลง บางแห่งเข้าถึงลำบาก การจัดการท่องเที่ยวยังจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไข รวมถึงการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกข้อมูลการท่องเที่ยว ห้องน้ำและส้วม การจัดการเส้นทางป่าและการควบคุมปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า และการทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง

■ **ปัญหาด้านสาธารณูปโภค** ถนนจำนวนมากยังต้องได้การปรับปรุงแก้ไขทั้งถนนรอบนอกในเขตชุมชน และผ่านจุดท่องเที่ยวสำคัญ การเดินทางทางอากาศ แม้ว่าสนามบินเชียงรายจะได้รับการพัฒนาเป็นสนามบินนานาชาติแล้วก็ตาม แต่ยังคงมีปัญหาด้านความสนใจของการใช้บริการของเที่ยวบินระหว่างประเทศ การเดินทางทางน้ำ ปัจจุบันท่าเทียบเรือที่เชียงแสนและเชียงของจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ การเดินทางทางรถไฟ มีการศึกษาเพื่อก่อสร้างเส้นทางเด่นชัย-อุตรดิตถ์-เชียงราย แบบระบบสร้าง-ดำเนินการ-เป็นเจ้าของ ระบบประปาในเขตเมืองมีการบริการเพียงพอแต่ต้องปรับปรุงระบบและขยายสู่ชุมชนใกล้เคียง

3.3 แนวโน้มการพัฒนา

เชียงรายเป็นหนึ่งใน 4 จังหวัดกลุ่มศูนย์กลางความเจริญของภาค มีการพัฒนาหลายด้านร่วมกับเชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง โดยเฉพาะด้านการคมนาคม การค้า การท่องเที่ยวผ่านแดน และถือเป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจหลักของชายแดนภาคเหนือตอนบนที่ติดต่อกับเมียนมาร์ และลาว ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาเชียงรายภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ GMS คือพัฒนาให้ เชียงรายเป็นศูนย์กลางด้านต่างๆ ที่สอดคล้องและสนับสนุนการพัฒนาเชียงใหม่ โดยเฉพาะการเป็นฐานการผลิตของอุตสาหกรรมประกอบการและอุตสาหกรรมแปรรูปที่ใช้วัตถุดิบทั้งจากภายในและประเทศเพื่อนบ้าน การค้าชายและการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนที่เป็นกิจกรรมเศรษฐกิจ จสำคัญของรัฐ โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอแม่สาย เชียงแสน เชียงของ ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนาความร่วมมือของกลุ่มประเทศ GMS นอกจากนี้ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกกลุ่มประเทศ GMS เชียงรายเป็นเขตติดต่อกับเมียนมาร์ ลาว และจีนตอนใต้ ประเทศทั้งสามเป็นคู่ค้าที่มีศักยภาพ และหากประเทศทั้งสามมีความพร้อมในการค้าชายและการท่องเที่ยวต่างแดนแล้ว ก็จะเป็นการกระตุ้นการค้าและการท่องเที่ยวผ่านแดนกับเชียงรายมากยิ่งขึ้น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจเชียงรายรวมถึงจังหวัดอื่นในภาคเหนือตอนบน แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการเมือง การดำเนินการศุลกากรและตรวจคนเข้าเมืองที่ไม่เป็นสากล นอกจากนี้เมียนมาร์และลาวมีความไม่พร้อมเรื่องสาธารณูปโภคและถนนที่จะรองรับการค้าและการท่องเที่ยวกับไทย อีกทั้งความไม่แน่นอนในกฎระเบียบการเปิดเปิดจุดการค้าผ่านแดนอีกด้วย ศักยภาพและ โอกาสของ เชียงราย มีดังนี้

- พัฒนาเพื่อรองรับความเป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน และท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ความเป็นศูนย์กลางคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เชื่อมโยงกับจีนตอนใต้ โดยเฉพาะการจัดตั้งสถานีบรรจุและแยกกล่อง (Inland Container Depot : ICD) เพื่อเป็นศูนย์กลางขนส่งสินค้าเพื่อการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน
- การพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจเฉพาะเชื่อมโยงกับเชียงใหม่ -ลำพูน และประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะจีนตอนใต้ ในการพัฒนาการผลิตและอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์ /ผลไม้ และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ที่ใช้วัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน และจากจังหวัดอื่นเช่น พะเยาน แพร่
- การเป็นศูนย์กลางการสื่อสารโทรคมนาคมกับประเทศเพื่อนบ้าน

4. มิติรายจังหวัด : ลำพูน

4.1 จุดแข็ง

ลำพูนตั้งอยู่ติดเชียงใหม่ มีลักษณะการได้รับผลของการพัฒนาควบคู่ไปกับเชียงใหม่ ประกอบกับมีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมสูง ลำพูนมีเงินลงทุนและแรงงานสูงที่สุดในภูมิภาค อุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ไม้ อุตสาหกรรมก่อสร้าง และอุตสาหกรรมตัดเย็บเสื้อผ้า นอกจากนี้ ยังมีส่วนของอุตสาหกรรมเครื่องสพพัฒนาปิณฑลอีกด้วย

4.2 จุดอ่อน

■ **ปัญหาเศรษฐกิจ** ลำพูนเป็นจังหวัด เล็กที่มีสาขาเศรษฐกิจที่มีความสำคัญเพียงสองสาขา คือเกษตรกรรม (เพาะปลูก) และอุตสาหกรรมการผลิตเท่านั้น แม้ว่าลำพูนที่มีมูลค่ามวลรวมผลิตภัณฑ์สูงเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาค แต่ก็มีลำดับเศรษฐกิจโดยรวมระดับปานกลางของภาคด้วยเหตุนี้จึงยังมีความจำเป็นต้องกระจายรายได้ของประชากรไปยังกลุ่มต่างๆ ให้สม่ำเสมอ

■ **ปัญหาเกษตร** ได้แก่ ราคาผลผลิตการเกษตรเคลื่อนไหวมาก โดยเฉพาะพืชที่ไม่มีการทำฟาร์มข้อตกลง ลำไยซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุด ปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับน้ำและอุณหภูมิมากจึงไม่มีความแน่นอน นอกจากนี้ลำไยมีช่วงระยะเวลาของการเก็บเกี่ยวสั้นทำให้เกิดภาวะล้นตลาดได้ง่าย จึงมีความจำเป็นต้องค้นคว้าวิจัยแก้ปัญหาดังกล่าว การส่งเสริมการเกษตรของจังหวัดลำพูนไม่เพียงพอในการแก้ไขปัญหาลำไย การพัฒนาศักยภาพของพืชชนิดใหม่ๆ การใช้ปุ๋ยและสารปราบศัตรูพืชที่ถูกต้อง การจัดทำแปลงสาธิต การรวมกลุ่มและการทำให้ระบบฟาร์มสัญญาเข้มแข็ง การขาดแคลนบุคลากรและงบประมาณของสำนักงานต่างๆ ที่จะส่งเสริมการเกษตร การขาดแคลนแหล่งน้ำในหลายอำเภอนอกเขตชลประทานซึ่งอาศัยฝนเป็นส่วนใหญ่แต่ไม่พอเพียงทำให้ผลผลิตของพืชผักไม่พอและไม่สม่ำเสมอ คาดประมาณสถานการณ์ไม่ได้ มีตลาดกลางการเกษตรเพียงแห่งเดียว

■ **ปัญหาการพัฒนาอุตสาหกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตร** ได้แก่การขาดศูนย์วิจัยพัฒนาลำไย ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นเพราะลำไยเป็นสินค้าขายสดและแปรรูปที่สำคัญของจังหวัด แต่ปัจจุบันยังมีปัญหาด้านการผลิตและแปรรูปอยู่มาก อีกทั้งเกษตรกร ขาดแคลนเงินลงทุนและดำเนินการ การแปรรูปผลผลิตการเกษตรเพื่อการค้าทั้งโดยเกษตรกรรายย่อย กลุ่มเกษตรกรและโรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อม ยังมีปัญหาด้านเทคโนโลยีและการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน รวมถึงการจัดฟาร์มสัญญาให้เป็นรูปธรรม การเลี้ยงปศุสัตว์เพื่อการค้าและการแปรรูปยังมีปัญหาซึ่งมีความจำเป็นต้องจัดพื้นที่เฉพาะ (นิคมปศุสัตว์) เพื่อลดปัญหาหมอกควันและความเดือนร้อนรำคาญของประชาชน

■ **ปัญหาคนและสังคม** ลำพูนมีประชกรน้อยแต่มีอัตราความหนาแน่นสูงเท่ากับ เชียงราย สักส่วนผู้มีงานทำสูงสุดเท่ากับเชียงใหม่ เพราะมีโรงงานอุตสาหกรรมมาก ประกอบกับมี แรงงานด้านการเกษตรจำนวนมากอีกด้วย ลำพูนจัดว่ามีอัตราการเพิ่มประชากรต่ำ การลักลอบเข้า มาของแรงงานต่างด้าวก็ต่ำเพราะลำพูนเป็นจังหวัดที่อยู่ห่างจากชายแดน ปัญหาสังคมที่เกิดจาก ประชากรในที่สูงและแรงงานอพยพมีต่ำ สภาพการศึกษาอยู่ในระดับดีกว่าเกณฑ์เฉลี่ย ของภาค สภาพสาธารณสุขอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาด้านสังคม ได้แก่ ยาเสพติด โรคเอดส์ อาชญากรรม และปัญหาค่านิยม ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลของการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมี ปัญหาอุบัติเหตุจากการจราจร และปัญหาสารพิษจากการใช้ยาปราบศัตรูพืชในพื้นที่การเกษตร

■ **ปัญหาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ** ได้แก่ ปัญหาป่าไม้เสื่อมโทรม ขาดปัจจัย สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีแร่และวัสดุก่อสร้างเป็นวัตถุดิบ ยังพบปัญหาขาดแคลนน้ำใน ฤดูแล้ง ลำพูนมีอัตราประชากรหนาแน่น อีกทั้งมีโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมและในบริเวณรอบ นอก อุตสาหกรรมในค รัวเรือน และอุตสาหกรรมการเกษตร อีกทั้งในเขตชุมชนก่อเกิดปัญหาด้าน น้ำเสีย ขยะมูลฝอย และควัน ยังขาดการบำบัดจัดการอย่างถูกต้องมีระบบ อีกทั้งปัญหาการตกค้าง ของสารเคมียาปราบศัตรูพืชในดิน ส่วนหนึ่งถูกชะล้างด้วยน้ำทำให้แม่น้ำปนเปื้อน กล่าวโดย สรุปลว่าสิ่งแวดล้อมของลำพูนกำลังเสื่อมโทรมลงและมีความจำเป็นต้องได้รับการแก้ไข

■ **ปัญหาด้านการท่องเที่ยวและบริการ** ลำพูนมีศาสนสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อำนวยความสะดวกส่งเสริมการท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ลำพูนไม่มีสถิตินักท่องเที่ยวเป็นของตนเอง ผู้มาเยี่ยมชมจะ ทัศนจรในลำพูนและพักแรม ใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในเชียงใหม่มากกว่า สถานที่ท่องเที่ยวของลำพูนส่วนใหญ่ไม่ได้ รับการพัฒนาฟื้นฟูบูรณะเท่าที่ควร หลายกรณีเป็นการพัฒนาหนักไปทางวัดมากกว่าการอนุรักษ์ ศิลปะดั้งเดิมหรือพัฒนาให้เข้ากับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมของบริเวณเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวยังประสบปัญหาด้านสาธารณูปโภคยังอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์ดีเพียงพอ

■ **ปัญหาด้านสาธารณูปโภค** เพื่อการตอบสนองด้านอุตสาหกรรมและการค้า การลงทุน ปัญหาส่วนหนึ่งคือความไม่พอเพี ยงของสาธารณูปโภคต่างๆ ได้แก่ การสื่อสาร โทรคมนาคมเรื่องอัตราระหว่างเชียงใหม่และลำพูนให้เป็นอัตราเดียวกันแทนการคิดเป็นอัตรา ทางไกล ระบบประปา ไฟฟ้าที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข ถนนที่เชื่อมโยงกับพื้นที่เกษตรซึ่งเป็นแหล่ง วัตถุดิบ ไม่สะดวกแก่การขนส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ ภัณฑ์ การเดินทางสู่เชียงใหม่ซึ่งเป็นศูนย์กลาง การกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังหัวัดอื่นรวมถึงการเดินทางด้วยเครื่องบินไม่สะดวก ระบบบำบัดน้ำเสีย ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมลำพูนควรมีการจัดการอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ รวมถึง ปัญหาด้านสาธารณูปโภคที่สนับสนุนภาคบริการท่องเที่ยวด้วย

4.3 แนวโน้มการพัฒนา

ศักยภาพและโอกาสของลำพูน โดยเฉพาะผลกระทบจากปัจจัยภายนอกกลุ่มประเทศ GMS ลำพูนสามารถติดต่อกับเมียนมาร์และจีนโดยอาศัยเส้นทางรถยนต์ลำพูน -เชียงใหม่-เชียงราย และลำพูน -ลำปาง -พะเยา -เชียงราย สำหรับเป็นเส้นทางการค้าผลิตพืชผลเกษตรและ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมราคาแพง (ใช้เทคโนโลยีสูง) และมีขนาดเล็กสามารถส่งทางเครื่องบินทางเชียงใหม่ หรือโดยใช้ท่าเรือที่เชียงราย หากมีการพัฒนาทาง รถไฟสายเด่นชัย-เชียงรายก็สามารถสร้างสถานีขนถ่ายสินค้าที่ลำพูนได้ ซึ่งจะสะดวกและลดต้นทุน ค่าขนส่งลง ภายใต้กรอบความร่วมมือ GMS คาดว่าเมื่อจีนมีความพร้อมด้านการท่องเที่ยว การ อำนวยความสะดวกด้วยระเบียบวิธีผ่านแดน การเปิดรับนักท่องเที่ยวจีน โดยเครื่องบิน รวมถึงขนส่ง สินค้าเทคโนโลยีสูงขนาดเล็กคุณภาพดี จะมีมากขึ้นและมีผลดีต่อสภาพ เศรษฐกิจของเชียงใหม่และ จังหวัดภาคเหนือตอนบนด้วย

สาขาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพที่ดีในการพัฒนา ได้แก่

- อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากมีแรงงานสตรีที่สามารถรองรับความต้องการได้ ประกอบกับค่าแรงที่ค่อนข้างต่ำ และมีความพร้อมในพื้นที่เพื่อการลงทุน โดยมีนิคม อุตสาหกรรมภาคเหนือและสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ (ลำพูน) สหพัฒน์อินเตอร์โฮลดิ้ง รองรับ อีกทั้งใกล้ท่าอากาศยานทำให้สะดวกแก่การขนส่ง
- อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในประเภทกระป๋องและอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ กระดาษขึ้นรูปเพื่อใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์โฟม ในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
- อุตสาหกรรมห้องเย็น เนื่องจากจังหวัดลำพูนเป็นจังหวัดที่มีการเพาะปลูกพืช เศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ กระเทียม หอมเป็นจำนวนมาก เมื่อถึงช่วงฤดูกลจะทำให้พืชผลออกมา จำนวนมากและเน่าเสียง่าย ส่งผลให้ราคาตกต่ำ ดังนั้นการมีอุตสาหกรรมห้องเย็นจะเป็นการช่วย รักษาระดับราคาและเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้น
- อุตสาหกรรมไวน์ลำไย จัดเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรที่สำคัญของจังหวัด ประเภทหนึ่ง เนื่องจากมีวัตถุดิบพร้อมทั้งจากจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่ ประกอบกับปัจจุบันได้มีการพัฒนาและส่งเสริม โดยได้รับความช่วยเหลือจากประเทศออสเตรเลียร่วมกับองค์การบริหาร ส่วนจังหวัดในการปรับปรุงเทคนิคการผลิตและรสชาติจนสามารถนำมาจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ได้ และคาดว่าจะเป็นที่นิยมต่อไปในอนาคต

5. มิตรรายจังหวัด : ลำปาง

5.1 จุดแข็ง

ลำปางเป็นศูนย์กลางคมนาคมที่สำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาครองจากเชียงใหม่ พิจารณาจากสภาพเศรษฐกิจโดยรวม ลำปางจัดอยู่ในระดับเดียวกับเชียงราย รองจากเชียงใหม่ สาขาเศรษฐกิจที่สำคัญคือเหมืองแร่ การข่อยหิน การก่อสร้าง การขนส่ง การขายปลีก การธนาคารและการประกันภัย รองลงมาได้แก่ การเกษตร อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว ความสำคัญของการค้าการลงทุนส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในกิจการค้าขายขนาดกลางและขนาดเล็กในชุมชนเมืองที่สำคัญ นอกจากนั้นเป็นการลงทุนในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม การลงทุนในกิจการท่องเที่ยวและบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และการลงทุนด้านเกษตร ขยายส่ง ขายปลีก ตลอดจนการธนาคาร ประกันภัย

5.2 จุดอ่อน

- **ปัญหาเศรษฐกิจ** ได้แก่ พื้นที่เพาะปลูกน้อย มูลค่าสาขาการเกษตรค่อนข้างต่ำ
- **ปัญหาเกษตร** ได้แก่ ราคาที่แปรผันหรือไม่เป็นธรรม ปริมาณป้อนเข้าโรงงานอุตสาหกรรมไม่สม่ำเสมอ ระบบฟาร์มข้อตกลงพัฒนาไปน้อย ใช้ระบบนายหน้าหรือตัวแทนรับซื้อหน้าโรงงานแทน พืชเศรษฐกิจของลำปางเช่น ข้าวเปลือก ไม่มีโรงงานแปรรูปในจังหวัดต้องส่งไปแปรรูปที่ลำพูน
- **ปัญหาอุตสาหกรรมการค้าการลงทุน** แม้จะมีศักยภาพค่อนข้างสูงแต่ยังมีปัญหาการพัฒนาในอนาคตอยู่พอสมควร อาทิ วัตถุดิบของอุตสาหกรรมเกษตรบางประเภทผลิตในท้องถิ่นไม่เพียงพอ ต้องนำเข้ามาจากจังหวัดใกล้เคียง การผลิตเพื่อส่งออกไปประเทศเพื่อนบ้าน ลำปางก็อยู่ห่างไกลจากชายแดนมากกว่าเชียงราย เชียงใหม่ และลำพูน ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น การขนส่งทางเครื่องบินยังต้องพึ่งพียงเชียงใหม่ ในทางกลับกัน โอกาสในการส่งสินค้ารับวี ัตถุดิบของประเทศเพื่อนบ้านมายังลำปาง ก็ยังเสียเปรียบเชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน และน่าน นอกจากนี้ถนนหลายสายในลำปางเชื่อมโยงตัวเมืองจังหวัดกับแหล่งวัตถุดิบภายในจังหวัดหรือกับจังหวัดใกล้เคียงอยู่ในสภาพไม่ดี
- **ปัญหาคนและสังคม** ลำปางมีจำนวนประชากรเป็นอันดับ 3 ของภูมิภาครองจากเชียงใหม่และเชียงราย และเป็นจังหวัดที่มีอัตราการเพิ่มประชากรต่ำ เพราะมีการวางแผนครอบครัวดี อัตราส่วนชนกลุ่มน้อยต่ำ อัตราแรงงานต่างด้าวต่ำเพราะไม่มีเขตติดต่อกับชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน สภาพการศึกษาจัดอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ยังต้องการปรับปรุงระบบการเรียนการสอนให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น สภาพสาธารณสุขดีเป็นลำดับที่สองรองจากเชียงใหม่ แต่ยังมีปัญหาเรื่องโรคระบาดและอุบัติเหตุควรเพิ่มบุคลากรทางการแพทย์ให้มากยิ่งขึ้น

■ **ปัญหาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ** มีปัญหาเรื่องการตัดไม้ทำลายป่าเพื่อการเกษตรและการค้า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จึงมีการตัดเส้นทางเข้าไปในป่าสงวนและป่าอนุรักษ์ รวมถึงตัดไม้เพื่อทำเครื่องเรือน เฟอร์นิเจอร์และของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว จึงมีส่วนในการทำลายป่าไม้และแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า ปัญหาการทำเกษตรใน ที่สูงและที่ลาดเชิงเขาทำให้เกิดการกัดเซาะหน้าดินที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้อัตราผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำลง เกษตรกรยังนิยมใช้ปุ๋ยและสารปราบศัตรูพืชยังไม่ถูกวิธีและมากเกินไป เป็นส่งผลเป็นมลภาวะต่อดินและน้ำ อีกทั้งสารตกค้างส่งผลต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค ปัญหาการขาดแคลนน้ำในฤดูแล้งและปัญหาการพัฒนาแหล่งน้ำไม่เพียงพอ เพราะมีน้ำต้นทุนน้อย และมีที่ดอนซึ่งไม่สามารถพัฒนาระบบชลประทานได้อีกมาก ถ้าป่าเป็นแหล่งแร่อุดมสมบูรณ์ แต่การใช้แร่และแหล่งแร่ทำให้เกิดปัญหาต่อธรรมชาติและสภาพแวดล้อมเพราะการขุดหรือระเบิดแหล่งแร่มาใช้เป็นการทำลายป่าไม้บางส่วน การใช้ถ่านหินด้วยการเผาเพื่อให้ความร้อนทำให้เกิดมลภาวะทางอากาศและฝุ่นควันซึ่งขณะนี้ปัญหาระดับชาติ ปัญหาด้านน้ำเสียและขยะมูลฝอย ยังไม่มีระบบการบำบัดที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ

■ **ปัญหาด้านการท่องเที่ยวและบริการ** ถ้าป่ามีการพัฒนาการท่องเที่ยว ในระดับปานกลางของภูมิภาค มีศักยภาพในการพัฒนา แต่ปัญหาคือการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใช้เวลามาก เส้นทางหนึ่งๆ มีแหล่งท่องเที่ยวไม่มาก แหล่งท่องเที่ยวเสริมระหว่างการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวหลักมีน้อย และต้องย้อนกลับมาอำเภอเมืองก่อนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอำเภออื่น จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวใช้ล่าป่างเป็นทางผ่านมากกว่า ใช้เวลาท่องเที่ยวในล่าป่างน้อย และกลับมาพักค้างแรมที่เชียงใหม่แทน ปัญหาต่อไปคือขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หรือยังพัฒนาได้ไม่เต็มที่ หรือพัฒนาแล้วขาดการบำรุงรักษาต่อเนื่อง อาจมาจากปัญหางบประมาณ ทำให้ไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร อีกประการหนึ่งคือสิ่งอำนวยความสะดวกและการจัดการที่ยังไม่มากพอ เช่น ขาดโรงแรมชั้นหนึ่ง ขาดศูนย์ข้อมูลและบริการท่องเที่ยว ขาดผู้นำเที่ยวที่มีประสบการณ์ ขาดประชาสัมพันธ์และการเร่งเร้าการมาเยี่ยมชม เป็นต้น

■ **ปัญหาด้านสาธารณูปโภค** ยังคงมีปัญหา ทางถนนไม่เพียงพอเทียบกับปริมาณการจราจรที่เพิ่มขึ้นและผิวการจราจรไม่ดีทำให้เดินทางไม่สะดวกและอาจเป็นอันตราย ทางรถไฟจำนวนรถวิ่งไม่เพียงพอในฤดูท่องเที่ยวและเทศกาล ทางอากาศ ถ้าป่ามีความต้องการใช้เครื่องบินขนาดใหญ่ขึ้น แต่ลานวิ่งของสนามบินแคบและสั้น ไม่สามารถขยายได้เพราะติดขัดเนื่องจากมีชุมชนล้อมรอบหนาแน่น แต่จะสร้างสนามบินใหม่ความต้องการก็ยังไม่มากพอจะลงทุน ด้านการสื่อสาร ไฟฟ้า ประปาอยู่ในเกณฑ์ดี ระบบบำบัดน้ำเสียและกำจัดขยะมูลฝอย ควรมีการจัดการอย่างถูกต้องเหมาะสมก่อนจะสร้างปัญหาสิ่งแวดล้อม

- ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกกลุ่มประเทศ GMS แม้การพัฒนาความร่วมมือในกรอบของกลุ่มประเทศ GMS จะมีผลกระทบต่อภาคเหนือตอนบนมากก็ตาม จังหวัดลำปางจะได้รับผลกระทบน้อยกว่าเชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน น่าน ทั้งนี้เพราะลำปางไม่มีเขตแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่จะทำการค้าขายทำกิจกรรมท่องเที่ยว หรือร่วมการลงทุนโดยตรง อย่างไรก็ตาม ลำปางได้ถูกจัดให้เป็นหนึ่งในจังหวัดพื้นที่ศูนย์กลางความเจริญของภาค การพัฒนาเส้นทางคมนาคมในอนาคตจะมีผลด้านการค้าและการลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านที่จังหวัดลำปางได้ ขณะเดียวกันการมีส่วนร่วมเป็นศูนย์กลางการผลิตทางอุตสาหกรรมจะทำให้ลำปางมีโอกาสผลิตสินค้าต่างๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรที่มีวัตถุดิบจากจังหวัดใกล้เคียงส่งออกผ่านเชียงราย ทางถนนและทางเรือ และทางเครื่องบินผ่านเชียงใหม่ แม้ศักยภาพจะน้อยกว่า เชียงราย เชียงใหม่ ลำพูนก็ตาม

5.3 แนวโน้มการพัฒนา

ลำปางเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพการพัฒนาสูง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าไปยังเมืองต่างๆ ในภาคเหนือตอนบน อาทิ เชียงใหม่ เชียงราย การพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านภายใต้กรอบ GMS จะส่งผลดีต่อการพัฒนาลำปางอย่างมาก เนื่องจากสามารถขยายโอกาสทางอุตสาหกรรมและการส่งออกได้มากขึ้น โดยการพึ่งพาวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีราคาถูกกว่าและการส่งออกไปยังตลาดจีนตอนใต้ที่มีขนาดใหญ่สามารถรองรับสินค้าได้อย่างพอเพียง ศักยภาพและโอกาสของลำปาง มีดังนี้

- การพัฒนาเป็นเขตอุตสาหกรรม โดยการขยายฐานประเภทอุตสาหกรรมของลำปางให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตร

- การพัฒนาอุตสาหกรรมก่อให้เกิดการจ้างงานและยกระดับคุณภาพชีวิตและการครองชีพของประชาชน

สาขาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพที่ดีในการพัฒนา ได้แก่

- อุตสาหกรรมปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืช เนื่องจากมีวัตถุดิบประเภทฟอสเฟตในขณะเดียวกันจังหวัดลำปางเป็นเมืองที่มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่างๆ ในภาคเหนือถึง 7 จังหวัด จึงเหมาะแก่การผลิตและจำหน่ายในเขตภาคเหนือตอนบน

- อุตสาหกรรมด้วยแก้วไฟฟ้า เนื่องจากลำปางมีแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ทำเซรามิกจำนวนมาก จึงเหมาะแก่การทำอุตสาหกรรมด้วยแก้วไฟฟ้าที่ใช้เซรามิกเป็นวัตถุดิบ และเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่มีการขยายตัวสูงในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา และใกล้เคียงกับแหล่งตลาดคือกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ซึ่งทำให้ได้รับความสะดวกในการขนส่งให้กับลูกค้าทั้งทางด้านรถไฟ หรือเครื่องบิน

- อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เนื่องจากเป็นแหล่งเพาะปลูกข้าวที่ใหญ่มีส่วนการเพาะปลูกใหญ่เป็นอันดับ 3 ของภาคเหนือ ทำให้สามารถนำเอาข้าวมาแปรรูปเป็นข้าวกล้องสำเร็จรูป หรือผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องจากข้าว เช่น แป้ง หรือขนมขบเคี้ยวต่างๆ
- อุตสาหกรรมไส้กรองน้ำ เนื่องจากมีวัตถุดิบประเภท Diatomite ซึ่งเป็นวัตถุดิบประเภทดินขาวเบาและมีจำนวนมากในลำปาง ประกอบกับธุรกิจเครื่องกรองน้ำซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ก็มีแนวโน้มการขยายตัวดีในอนาคต
- อุตสาหกรรมเซรามิก แม้ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมที่ดั้งเดิมของลำปาง แต่หากมีการพัฒนาเทคนิคการผลิตและรูปแบบให้สวยงาม ก็ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะในตลาดบน

6. มิติรายจังหวัด : พะเยา

6.1 จุดแข็ง

สาขาเศรษฐกิจที่สำคัญของพะเยาคือ การเกษตร ขยายส่งขายปลีก การบริการรวม การท่องเที่ยว ภาคอุตสาหกรรม โรงงานส่วนใหญ่เป็นการเกษตร อาหารและเครื่องดื่มเนื่องจากมีสินค้าที่ผลิตในจังหวัดรองรับ แหล่งท่องเที่ยวของพะเยาประกอบด้วยกว๊านพะเยา ซึ่งการพัฒนาครบถ้วน โดยเฉพาะฝั่งตัวเมืองเน้นด้านวัฒนธรรมมากกว่าการอนุรักษ์ธรรมชาติ นอกจากนี้มีโบราณสถานและอุทยานแห่งชาติ 3 แห่ง

6.2 จุดอ่อน

- **ปัญหาเศรษฐกิจ** พะเยาเป็นทางผ่านระหว่างลำปางกับเชียงราย และแพร่กับเชียงราย ดังนั้นจึงเป็นจุดพักการเดินทาง อีกทั้งยังติดต่อกับน่านน้ำดีแม้เส้นทางจะไม่สะดวกนัก ดังนั้นการค้าขายจึงเป็นระหว่างจังหวัดดังกล่าว แต่เพราะกิจการทางอุตสาหกรรมของพะเยามีน้อยมากไม่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรซึ่งเป็นสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด

- **ปัญหาเกษตร** ข้าวหอมมะลิต้องเก็บเกี่ยวพร้อมกันทำให้ต้องแย่งแรงงาน ปัญหา น้ำไม่เพียงพอ ปัญหาแมลงศัตรูพืชเพราะการปลูกข้าวซ้อนติดกันในปีถัดไป ขาดโซโลสำหรับเก็บเมล็ดในจังหวัด ทำให้ไม่สามารถเก็บไว้ขายเมื่อราคาดีได้ ปัญหาภาวะแห้งแล้ง ทำให้เมล็ดพันธุ์ราคาแพง ปุ๋ยก็มีราคาแพง ทำให้ต้นทุนผลิตสูง เกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจในระบบตลาดแบบฟาร์มข้อตกลง โดยเฉพาะความซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อระบบทำให้ผู้รับซื้อและโรงงานอุตสาหกรรมได้รับความเสียหาย การรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อจัดหาผลผลิตป้อนโรงงานยังไม่ดีพอเพราะขาดความชำนาญและประณีต พื้นที่เพาะปลูกต่อครัวเรือนมีไม่มากทำให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพที่โรงงานต้องการได้ สำหรับโรงงานที่มีพื้นที่ผลิตเองก็ผลิตไม่ได้มากพอต้องสั่งจากต่างจังหวัดมาเพิ่มเติม ปริมาณและคุณภาพผลผลิตยังต้องอาศัยดินฟ้าอากาศไม่สามารถควบคุมได้ หากเกิดปัญหาอากาศหนาวหรือฝนแล้งก็ทำให้ได้ผลผลิตน้อย เกษตรกรสนใจการเพาะปลูกตามทฤษฎีใหม่ แต่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในวิธีการดำเนินขั้นตอนต่างๆ เนื่องจากเกษตรกรพะเยาจำนวนมากมีสภาพยากจน ดังนั้นแนวนโยบายของจังหวัดจึงประกอบด้วย (1) การผลิตเพื่อการส่งออก (2) การผลิตให้พออยู่พอกิน ตามเศรษฐกิจพอเพียง และปัญหาขาดงบประมาณด้านการวิจัย พัฒนาและส่งเสริมการเกษตร

- **ปัญหาอุตสาหกรรมการค้าการลงทุน** ความสำคัญด้านอุตสาหกรรมของพะเยามีน้อยเพราะมูลค่าของอุตสาหกรรมมีน้อย คิดเป็นลำดับที่ 7 ของภูมิภาค แต่ปริมาณวัตถุดิบยังไม่เพียงพอ ขาดแคลนวัตถุดิบและนักลงทุนไม่กล้าลงทุนเนื่องจากปัญหาความไม่แน่นอนของระบบฟาร์มข้อตกลง นอกจากนี้โรงงานบางประเภทไม่มีในพะเยา ต้องส่งสินค้าไปแปรรูปที่จังหวัดอื่น เช่น เชียงใหม่ เป็นต้น

- **ปัญหาคนและสังคม** พะเยาเป็นจังหวัดเล็กมีความแออัดของเมืองกับชุมชนหลักไม่สูง รายได้ประชากรแตกต่างกันพอสมควร ปัญหาด้านชนกลุ่มน้อยและแรงงานลักลอบเข้าเมืองมีน้อย สภาพการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง สภาพสาธารณสุขอยู่ในค่าเฉลี่ยต่ำกว่าจังหวัดอื่น ปัญหาด้านสาธารณสุขสำหรับชุมชนเมืองส่วนใหญ่มาจากสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี เช่น ปัญหาขยะ ฝุ่นควัน อากาศพิษ น้ำเสีย แม้ว่าจะน้อยกว่าจังหวัดใหญ่ แต่ก็ยังเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไข พะเยานับว่าเป็นจังหวัดที่มีอัตราการติดโรคเอดส์สูงมากที่สุดจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือตอนบน

- **ปัญหาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ** พะเยามีแหล่งแร่และหินอุตสาหกรรมน้อย มีการนำมาจำหน่ายแก่โรงงานอุตสาหกรรมบริเวณใกล้เคียบองและส่งให้แก่โรงงานไฟฟ้าแม่เมาะ ลำปาง ซึ่งทำให้เกิดปัญหาตัดต้นไม้ทำลายป่าจึงต้องมีการพิจารณาดำเนินการปลูกป่าทดแทนภายหลังการทำเหมืองแร่ ทรัพยากรป่าไม้ลดลง จำเป็นต้องบริหารพื้นที่ดินน้ำลำธารและปลูกป่าทดแทน และจัดทำแผนการใช้ที่ดินที่เหมาะสม นอกจากนี้การท่องเที่ยวมีส่วนทำลายทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่าโดยนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจบริการท่องเที่ยว รวมถึงนำไม้มาทำเฟอร์นิเจอร์และแกะสลักเป็นของฝากอีกด้วย การพัฒนาแหล่งน้ำมีความจำเป็นเพื่อโครงการชลประทานมีอยู่จำนวนน้อยเป็นโครงการอ่างเก็บน้ำขนาดเล็ก จึงยังมีปัญหาการขาดแคลนน้ำเพื่อการเกษตรในฤดูแล้ง

- **ปัญหาด้านการท่องเที่ยวและบริการ** ประการแรกคือแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในสภาพทรุดโทรม แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพไม่ได้รับการพัฒนา ขณะที่งานพะเยาด้านตัวเมืองอาจพัฒนามากเกินไป สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งอยู่ห่างไกล สิ่งอำนวยความสะดวกและข้อมูลการท่องเที่ยวไม่มากพอ ไม่สมบูรณ์ หรือไม่ถูกต้อง

- **ปัญหาด้านสาธารณูปโภค** ทางถนนจากการประเมินทั่วไปพบว่าถนนสายหลักในพะเยาอยู่ในสภาพดี แต่เนื่องจากมีปริมาณการจราจรเพิ่มขึ้นจึงควรมีการปรับปรุงโดยยกมาตรฐานทางหลวงเพื่อบริการแก่ชุมชนต่างๆ และเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญอีกด้วย พะเยาไม่มีเส้นทางเดินรถไฟและเครื่องบิน ทางรถไฟสิ้นสุดที่ลำปางหรือเชียงใหม่แล้วจึงต่อรถยนต์เข้าพะเยา เครื่องบินสิ้นสุดที่เชียงใหม่หรือเชียงรายแล้วต่อรถยนต์เข้าพะเยา สาธารณูปโภค เช่น ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์มีพอสมควรแต่ยังขาดแคลนในพื้นที่ห่างไกลอำเภอเมืองและเขตชุมชน การจัดการน้ำเสียและขยะมูลฝอยยังไม่เป็นระบบที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ

6.3 แนวโน้มการพัฒนา

ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกกลุ่มประเทศ GMS พะเขมามีชายแดนติดลาวแต่การค้าขายยังมีน้อย และติดเชียงรายซึ่งมีพรมแดนเชื่อมต่อกับเมียนมาร์ ลาว และจีนตอนใต้ หากมีการพัฒนาการค้าและการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน พะเขมาก็จะได้รับประโยชน์พอสมควรแม้จะไม่มากเท่าเชียงราย การพัฒนาเศรษฐกิจของพะเขมามีต้องพึ่งพาและเชื่อมโยงการพัฒนาทั้งจังหวัดใกล้เคียง โดยทำหน้าที่ฐานการผลิตวัตถุดิบด้านเกษตรและอุตสาหกรรมขั้นพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมเกษตรในเชียงราย การเปิดความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในกรอบ GMS น่าจะเกิดผลดีกับพะเขามากพอสมควร ศักยภาพและโอกาสของพะเขามี่ดังนี้

- โอกาสการพัฒนาเขตอุตสาหกรรม โดยการ ขยายฐานอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายที่มีการพึ่งพาวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นการขยายโอกาสการส่งออกสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาคอื่น
- การพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้นจะก่อให้เกิดการจ้างงานและการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนมีทางเลือกในการประกอบอาชีพและเป็นการยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน

7. มิตรรายจังหวัด : แพร่

7.1 จุดอ่อน

- **ปัญหาเศรษฐกิจ** สาขาเศรษฐกิจที่สำคัญคือ การขายส่งขายปลีก และการบริการรวมการท่องเที่ยว รองลงมาคือเกษตรและคมนาคม แพร่มีการพัฒนาในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับจังหวัดต่างๆ ในภูมิภาค อัตราการเติบโตในสาขาต่างๆ ค่อนข้างต่ำ เพราะแพร่ตั้งอยู่ในตำแหน่งทางผ่านไปสู่จังหวัดอื่น เช่น จาคน่านไปลำปางและอุตรดิตถ์ จากอุตรดิตถ์ไปพะเยา เป็นต้น แพร่ไม่มีเขตแดนติดประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นจึงไม่ได้ประโยชน์จากการค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้านโดยตรงหรือผลประโยชน์จากการส่งสินค้าไปขายผ่านจังหวัดอื่น สาขาการเกษตรมีความสำคัญไม่มากเพราะมีที่ราบในการทำเกษตรน้อย อุตสาหกรรมเกษตรซึ่งปกติได้รับผลพวงจากการเกษตรไม่สามารถพัฒนาไปได้มากเท่าที่ควร การพัฒนาการคมนาคมอยู่ในระดับปานกลาง

- **ปัญหาเกษตร** ด้วยแพร่มีศักยภาพด้านการเกษตรต่ำ เพราะพื้นที่เพาะปลูกน้อย แต่ยังคงมีปัญหาในพื้นที่เศรษฐกิจ ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง เพราะขาดพันธุ์ลูกผสมที่ผลผลิตสูง เกษตรกรเคยชินกับการช่วยเหลือเมล็ดพันธุ์จากรัฐ เกษตรกรขาดความรู้และเทคโนโลยีในการเพาะเมล็ดพันธุ์เอง การจัดการเพาะปลูกด้วยเกษตรกรนิยมปลูกถั่วเหลืองพร้อมกันในพื้นที่มากทำให้เกิดการใช้น้ำมากช่วงเดียวกันและมีปัญหาด้านการตลาดเพราะสินค้ามากเกินไปความต้องการด้วยราคาใบยาสูบไม่แน่นอน พื้นที่ปลูกยาสูบมีแนวโน้มลดลงเพราะนโยบายลดการตัดไม้ นำมาเป็นเชื้อเพลิงบ่มใบยาและการรณรงค์ลดการสูบบุหรี่พืชผักมีการปลูกน้อยเพราะไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมที่จะรองรับการผลิต ผู้ลงทุนไม่มั่นใจที่จะลงทุนในแพร่

- **ปัญหาอุตสาหกรรมการค้าการลงทุน** แพร่เสียเปรียบจังหวัดอื่นด้วยตำแหน่งที่ตั้งเป็นทางผ่าน วัตถุประสงค์มีน้อย พืชผลการเกษตรมีน้อย ภาพรวมด้านการลงทุนการค้า อุตสาหกรรมอยู่ในระดับต่ำของภูมิภาค

- **ปัญหาคนและสังคม** แพร่มีประชากรอยู่ในลำดับที่ 5 ของภูมิภาค อัตราความหนาแน่นไม่มาก ไม่มีชุมชนแออัดเหมือนในเชียงใหม่ เชียงราย รายได้ประชากรกระจายตัวไม่สูงมาก ประชากรส่วนใหญ่ยังเป็นเกษตรกร ไม่มีปัญหาชนกลุ่มน้อยและแรงงานต่างด้าว สภาพการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ดี แต่สภาพสาธารณสุขไม่ดีนัก ปัญหาอื่นได้แก่ ความยากจนและยาเสพติด

- **ปัญหาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ** แพร่มีพื้นที่ป่าไม้ไม่น้อยที่สุดเป็นอันดับสองรองจากเชียงราย มีแหล่งน้ำผิวดินน้อย มีแหล่งแร่แต่ในปริมาณน้อย การพัฒนาเมืองยังมีไม่มากนัก ดังนั้นปัญหาสิ่งแวดล้อมภาวะจึงมีน้อย ส่วนใหญ่เกิดจากเมืองไม่สามารถจัดการขยะได้อย่างเหมาะสม

- **ปัญหาด้านการท่องเที่ยวและบริการ** ศักยภาพการท่องเที่ยวของแพร่ไม่สูงนัก แม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์วัฒนธรรม

- **ปัญหาด้านสาธารณูปโภค** ทางรถยนต์มีถนนสายหลักเชื่อมโยงจังหวัดสุพรรณบุรี และเชื่อมต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ทางรถไฟเส้นกรุงเทพฯ – เชียงใหม่ ปกติให้บริการเพียงพอยกเว้นช่วงฤดูท่องเที่ยวเทศกาล ทางอากาศ เคยมีเที่ยวบินตรงระหว่างกรุงเทพฯ – แพร่ ต่อมาเปลี่ยนเส้นทางเป็นกรุงเทพฯ – พิษณุโลก – แพร่ การเดินทางด้วยเครื่องบินจึงยังไม่สะดวกนัก สาธารณูปโภคอื่นๆ เช่น ระบบประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ สื่อสารคมนาคม ยังไม่สมบูรณ์

7.2 แนวโน้มการพัฒนา

แพร่มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง คือ เป็นเมืองหน้าด่านเชื่อมระหว่างภาคเหนือตอนบนและล่าง มีขนมธรรมเนียมประเพณีที่ใกล้ชิดกับน่านในการเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมล้านนา ตะวันออก แต่ศักยภาพดังกล่าวยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้เป็นจริง ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกกลุ่มประเทศ GMS แพร่ไม่มีเขตแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน การติดต่อกับเมียนมาร์ต้องผ่านพะเยาและเชียงราย การติดต่อกับลาวต้องผ่านด่านห้วยแม่โก๋น น่าน ซึ่งการเดินทางยังไม่สะดวก ด้วยเหตุนี้ผลกระทบของการพัฒนาในกลุ่มประเทศ GMS ต่อการพัฒนาของจังหวัดแพร่ จึงจะมีน้อย กอปรกับศักยภาพในการส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมของแพร่น้อย ดังนั้นผลประโยชน์ของแพร่ที่จะได้รับจากการส่งออกสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านมีไม่มากนัก โอกาสของแพร่มีดังนี้

- การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ที่อุดมสมบูรณ์ อาทิ น้ำตก ถ้ำ ภูเขา โบราณสถานต่างๆ ตลอดจนประเพณีล้านนาตะวันออกที่เก่าแก่ สามารถพัฒนาเชื่อมโยงกับน่าน และลาว ให้เป็นโครงข่ายท่องเที่ยวร่วมกันได้อย่างมีระบบ

- การพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่สนับสนุนและพึ่งพาพื้นที่ใกล้เคียง โดยเฉพาะกับเชียงราย ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพการลงทุนให้กับแพร่

8. มิตรรายจังหวัด : น่าน

8.1 จุดอ่อน

- **ปัญหาเศรษฐกิจ** น่านเป็นจังหวัดขนาดกลาง คิดเป็นอันดับ 6 ของภูมิภาคเหนือตอนบน สาขาเศรษฐกิจที่สำคัญคือ การเกษตร ทั้งเพาะปลูก ประมง และปศุสัตว์ ขาดส่งขายปลีกและการบริการ ปัญหาด้านการเกษตร ได้แก่ การมีพื้นที่ราบน้อยและพื้นที่การเกษตรส่วนใหญ่ต้องอาศัยน้ำฝน ซึ่งมีสภาพความแห้งแล้ง การเดินทางเพื่อการค้าและธุรกิจนอกเมืองยังไม่สะดวก แม้ว่า น่านจะมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งแต่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้พัฒนา รวมถึงขาดการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกด้วย ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวต่ำ ศักยภาพการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมต่ำเพราะขาดปัจจัยสนับสนุนต่างๆ การค้าผ่านด่านชายแดน ยังอยู่ในระดับชุมชน ปัญหาเหล่านี้ทำให้ภาวะเศรษฐกิจของน่านอยู่ในกลุ่มด้อยโอกาส

- **ปัญหาเกษตร** ข้อด้อยของพืชผักผลไม้ที่ปลูกในน่านคือมีโรงงานอุตสาหกรรมรับซื้อไม่เพียงพอ ปัญหาด้านการเกษตรของน่านสรุปได้แก่ ราคาผลผลิตการเกษตรเคลื่อนไหวมาก ผลผลิตการเกษตรไม่แน่นอน โดยเฉพาะพืชเศรษฐกิจ อีกทั้งประสิทธิภาพผลผลิตต้นตลาดบ่อ การเอารัดเอาเปรียบของพ่อค้าผู้รับซื้อผลผลิตเกษตร การปลอมปนสินค้าเกษตรส่งผลกระทบต่อความเชื่อถือของตลาด ขาดอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อรองรับผลผลิตสดและป้องกันปัญหาผลผลิตต้นตลาด การส่งเสริมการเกษตรไม่เพียงพอ เช่น การศึกษาวิจัยพัฒนาพืชชนิดใหม่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาและการแปรรูปผลผลิต การใช้ปุ๋ยและสารปราบศัตรูพืชที่ถูกต้อง การจัดทำแปลงสาธิตการเกษตร การรวมกลุ่มและการทำให้ระบบฟาร์มสัญญาเข้มแข็ง ปัญหาการกัดเซาะดินและตกตะกอนเนื่องมาจากการทำเกษตรที่สูงเชิงเขา การขาดแคลนแหล่งน้ำ เป็นต้น

- **ปัญหาอุตสาหกรรมการค้าการลงทุน** ส่วนหนึ่งคือวัตถุดิบไม่เพียงพอและปริมาณไม่สม่ำเสมอ อีกทั้งที่ตั้งจังหวัดไม่เหมาะสมไม่เป็นศูนย์กลางคมนาคม ประกอบกับความไม่เพียงพอของบริการสาธารณูปโภคต่างๆ ทำให้ไม่สะดวกแก่การขนส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ อีกทั้งที่ดินที่เหมาะสมสำหรับการปลูกพืชอุตสาหกรรมมีไม่มาก ทำให้นักลงทุนไม่กล้าที่จะลงทุนพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตรมากนัก การแปรรูปผลผลิตการเกษตรมีน้อยและทำโดยเกษตรกรรายย่อย กลุ่มเกษตรกรและโรงงานขนาดย่อม มีปัญหาด้านเทคโนโลยีและการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ต้องการให้ภาครัฐเข้าไปดำเนินการช่วยเหลือและกำหนดนโยบายที่แน่นอน

- **ปัญหาคนและสังคม** น่านมีประชากรเป็นอันดับที่ 6 ของภาค ความหนาแน่นประชากรต่ำ อัตราการโยกย้ายแรงงานรวมถึงแรงงานลักลอบเข้าเมืองต่ำเพราะไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมที่จะดึงดูดแรงงาน สภาพการศึกษาและการบริการสาธารณสุขอยู่ในเกณฑ์ปานกลางของภาค ปัญหาด้านสังคม ได้แก่ ยาเสพติด อาชญากรรม โรคเอดส์ และปัญหาสารพิษจากการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเกษตร

- **ปัญหาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ** น่านมีความหนาแน่นประชากรน้อย มีโรงงานอุตสาหกรรมน้อย ปัญหาด้านน้ำเสีย ขยะมูลฝอย กว้นพิษจึงมีน้อยกว่าจังหวัดอื่น ทรัพยากรป่าไม้ยังคงสมบูรณ์ดี แหล่งแร่มีน้อยและมีความสำคัญทางเศรษฐกิจไม่มาก แหล่งน้ำสำคัญตั้งอยู่ห่างจากพื้นที่เพาะปลูกในที่ดอน จึงมักเกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำในฤดูแล้ง ยังคงปัญหาดินน้ำปนเปื้อนสารเคมีจากยาปราบศัตรูพืชเช่นเดียวกับจังหวัดอื่น

- **ปัญหาด้านการท่องเที่ยวและบริการ** น่านมีศาสนสถาน โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาก แต่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการพัฒนา ยังคงมีสภาพเสื่อมโทรม บางกรณีมีการพัฒนาแต่หนักไปเชิงวัตถุ การพิจารณาเชิงอนุรักษ์ หรือขาดการพัฒนาให้เข้ากับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของบริเวณเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก การบริการ สาธารณูปโภคในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวยังขาดแคลนหรือไม่อยู่ในสภาพดี ไม่อำนวยความสะดวก แก่นักท่องเที่ยว

- **ปัญหาด้านสาธารณูปโภค** น่านถือว่าเป็นเมืองปิดมีเส้นทางถนนสายสำคัญผ่านเข้าน่านเพียงเส้นเดียว แต่ยังมีสนามบินสำหรับเที่ยวบินกรุงเทพฯ -เชียงใหม่ -พิษณุโลก -น่าน แต่ปริมาณเที่ยวบินน้อย ไม่มีรถไฟและการคมนาคมทางน้ำ การบริการสาธารณสุขอื่นๆ ยังต้องเร่งพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาเมือง

8.2 แนวโน้มการพัฒนา

น่านเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติค่อนข้างอุดมสมบูรณ์จังหวัดหนึ่งของไทย มีอำเภอเฉลิมพระเกียรติเป็นเมืองหน้าด่านติดต่อกับลาว การค้าชายแดนยังไม่มากนัก เนื่องจากประสิทธิภาพการคมนาคมขนส่งค่อนข้างต่ำ ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกกลุ่มประเทศ GMS น่านมีจุดผ่านแดน 3 จุด จุดผ่อนปรน 2 จุด แต่การค้าเป็นลักษณะชุมชนท้องถิ่น ไม่มีความสำคัญมากนัก หากเส้นทางการค้าระหว่างลาวและจีนตอนใต้เปิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ ก็จะเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อส่งออก รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวของน่านอีกด้วย แต่ทั้งนี้ เมื่อมีการพัฒนาเส้นทางห้วยโก๋น (น่าน) – ปากแบ่ง (ลาว) – อุดมไชย – บ่อเต็น – เชียงรุ่ง และเส้นทางห้วยโก๋น (น่าน) – ปากแบ่ง (ลาว) – เดียนเบียนฟู (เวียตนาม) แล้ว ศักยภาพและโอกาสของน่านจะเพิ่มขึ้น ดังนี้

- **ด่านห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ** มีบทบาทเป็นเมืองหน้าด่านทางการค้าชายแดน มีโอกาสเป็นศูนย์กลางการส่งสินค้าและผู้โดยสารไปยังจีนตอนใต้และเวียตนามตอนเหนือด้วย โดยเฉพาะการพัฒนาสถานีขนถ่ายและบรรจุสินค้า เมื่อเส้นทางเชื่อมโยงไปยังจีนตอนใต้และเวียตนามเหนือแล้วเสร็จ

- การพัฒนาเขตอุตสาหกรรมร่วมกับลาว จีนตอนใต้ และเวียดนามตอนบน โดยอาศัยความได้เปรียบและความพร้อมของเทคโนโลยี ทรัพยากรมนุษย์ และความสามารถของนักลงทุนไทย ตลอดจนกฎระเบียบที่ค่อนข้างเป็นสากลของไทยที่จะช่วยสนับสนุนการลงทุนต่างประเทศในรูปของอุตสาหกรรมร่วมโดยพึ่งพาวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน (ลาว จีนตอนใต้ เวียดนามตอนเหนือ) หรือการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เป็นการผลิตตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นทางถึงอุตสาหกรรมปลายทางร่วมกัน ประเภทของอุตสาหกรรมที่สามารถพัฒนาร่วมกัน ได้แก่ แปรรูปเกษตร สินค้าอุปโภคบริโภค อุตสาหกรรมต่อเนื่องจากแร่ลิกไนท์ และเซรามิกดินขาวจากเมืองหงสา
- การเพิ่มปริมาณการค้าชายแดนกับลาว และการส่งต่อไปยังจีนตอนใต้และเวียดนามตอนบนมีโอกาสเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภค การนำเข้าวัตถุดิบทางการเกษตรและอุตสาหกรรมจากลาว เพื่อนำมาผลิตและแปรรูปในน่าน
- การพึ่งพาวัตถุดิบทางการเกษตรจากลาว ซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่า จะช่วยลดต้นทุนการผลิตเพื่อการแปรรูปของไทย อาทิ ผักกาดขาวปลี ลูกตำลึง และใบยาสูบ
- น่านเป็นแหล่งอารยธรรมล้านนาตะวันออกของภาคเหนือตอนบนที่สามารถเชื่อมโยงเมืองหลวงพระบางที่มีชื่อเสียงในด้านแหล่ง วัฒนธรรมและโบราณสถานของอารยธรรมล้านนาตะวันออกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

9. มิตรรายจังหวัด : แม่ฮ่องสอน

9.1 จุดอ่อน

■ **ปัญหาเศรษฐกิจ** สาขาเศรษฐกิจที่สำคัญของแม่ฮ่องสอนคือ การเกษตร การขนส่ง ขยายปลีก และการบริการรวมถึง การท่องเที่ยว แต่มีความอ่อนไหวด้วยสถานที่ตั้งจังหวัดติดกับชายแดนเมียนมาร์ จึงต้องให้ความสำคัญด้านการป้องกันชายแดน ปัญหาชนกลุ่มน้อย การลักลอบนำสินค้าผ่านแดนและการเป็นเส้นทางลำเลียงยาเสพติด

■ **ปัญหาเกษตร** แม้ว่าสาขาเกษตรของแม่ฮ่องสอนจะมีความสำคัญอันดับ 1 เมื่อเทียบกับส่วนแบ่งในผลิตภัณฑ์มวลรวมของสาขาอื่น แต่เมื่อคิดเป็นตัวเงินไม่สูงนัก ปัญหาเกษตรของแม่ฮ่องสอนมีหลายประการและที่สำคัญมากคือ แม่ฮ่องสอนจะมีเนื้อที่โดยรวมมากถึง 7 ล้านไร่เศษแต่มีที่ราบที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตรน้อยมากเพียง 2 แสนไร่เศษโดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่แคบตามหุบเขา เหมาะกับการทำนาปลูกพืชผัก แต่ไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในจังหวัด โดยเฉพาะข้าวต้องสั่งมาจากจังหวัดอื่น นอกจากนี้การเพาะปลูกในที่เชิงคดหรือบนเขาที่มีความลาดชันสูง ประกอบกับเกษตรกรชาวเขากลุ่มต่างๆ ไม่มีความรู้ ขาดความประณีตในการเพาะปลูก ไม่มีมาตรการรักษาหน้าดิน เกิดการชะล้างหน้าดินทำให้ขาดความสมบูรณ์อย่างรวดเร็ว ทำให้ผลผลิตตกต่ำลง เกษตรกรต้องใช้ปุ๋ยมากขึ้นเพื่อเพิ่มผลผลิต ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น การปลูกพืชผักมีการใช้สารปราบศัตรูพืชมากส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค และทำให้ทรัพยากรน้ำดินมีการปนเปื้อน ปัญหาอีกประการหนึ่งคือการทำไร่เลื่อนลอยของชาวเขาบางกลุ่มทำให้สูญเสียป่า น้ำและดินที่มีความสมบูรณ์

■ **ปัญหาอุตสาหกรรมการค้าการลงทุน** มีความสำคัญน้อย ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในกิจการค้าขายขนาดเล็กในชุมชนเมือง กิจการท่องเที่ยว และด้านการเกษตรเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการคมนาคมติดต่อกับจังหวัดภายนอกทำได้ไม่สะดวก การค้าขายกับต่างจังหวัดมีน้อย อุตสาหกรรมในแม่ฮ่องสอนมีศักยภาพต่ำเช่นกัน เนื่องจากขาดวัตถุดิบ การขนส่งยากลำบาก ใช้เวลานาน ค่าใช้จ่ายสูง จากการประเมินเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น ในภาคเหนือตอนบน พบว่าแม่ฮ่องสอนมีศักยภาพด้านอุตสาหกรรมเป็นอันดับสุดท้าย

■ **ปัญหาคนและสังคม** แม่ฮ่องสอนมีประชากรรวมต่ำที่สุดในภาคเหนือตอนบน แต่มีอัตราการเพิ่มประชากรสูงเพราะไม่นิยมการคุมกำเนิด อัตราการย้ายเข้าของประชากรจากแหล่งอื่นสู่แม่ฮ่องสอนต่ำ เพราะปัญหาการเดินทางไม่สะดวก และการประกอบอาชีพที่ยังมีศักยภาพต่ำกว่าจังหวัดอื่น สภาพการศึกษาของประชากรแ่งการมีครูสอนและจำนวนโรงเรียนค่อนข้างต่ำ สภาพสาธารณสุขอยู่ในระดับปานกลาง แต่การลักลอบเข้ามาของแรงงานต่างด้าวนำโรคติดต่อ อาทิ มาลาเรีย ไข้ซัง และเอดส์มาแพร่กระจาย รวมถึงความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

■ **ปัญหาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ** เมื่อการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้สู่จังหวัดเพิ่มขึ้นในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา ทำให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคม มีการตัดเส้นทางทำถนน และตัดเส้นทางเข้าป่า ตัดไม้มาทำ เป็นเครื่องเรือนและของฝากนักท่องเที่ยว ตัดไม้มาทำเปล่องแม่น้ำ ทำลายป่าไม้และแหล่งที่อยู่ของสัตว์ป่าเพื่อการกางเต็นท์นอนค้างในป่า การเดินป่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในป่าของเอกชน การเกิดไฟไหม้ป่าจากความไม่ระมัดระวังของนักท่องเที่ยว เหล่านี้มีส่วนให้ ทรัพยากรป่าไม้ของแม่ฮ่องสอนลดลงหรือมีคุณภาพที่เสื่อมโทรมลง ส่วนการใช้ที่ดินและน้ำสำหรับการเกษตรในที่สูงหรือที่ลาดเชิงเขาซึ่งไม่มีการอนุรักษ์ ทรัพยากรเท่าที่ควรทำให้ความอุดมสมบูรณ์ลดลง อัตราผลผลิตต่ำลง ใช้สารปราบศัตรูพืชไม่ถูกวิธี และมากเกินไปทำให้เกิดมลพิษ ภาวะต่อดินและน้ำ รวมถึงสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภค ในชุมชนเมืองยังไม่มีระบบการบำบัดน้ำเสียแต่ใช้การระบายลงทางน้ำ รวมถึงปัญหาขยะมูลฝอยยังจัดการไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการทำให้มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

■ **ปัญหาด้านการท่องเที่ยวและบริการ** แม่ฮ่องสอนมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงจำนวนมากทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์วัฒนธรรม รวมถึงชนกลุ่มน้อยเผ่าต่างๆ ที่สามารถพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เพราะมีความสมบูรณ์และสวยงาม แต่เพราะปัญหาการคมนาคมทั้งจากจังหวัดอื่น ไปแม่ฮ่องสอนและภายในจังหวัดเองไม่สะดวก เส้นทางรถคดเคี้ยวลาดชันอันตราย ใช้เวลาเดินทางนาน เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาท่องเที่ยว อีกประการหนึ่งคือแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ขาดการศึกษาในรายละเอียดว่าแหล่งใดสมควรจะให้เป็นเชิงอนุรักษ์ประเภทใด รวมถึงขาดการศึกษาด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้พัฒนาได้ยาก

■ **ปัญหาด้านสาธารณูปโภค** ทางถนนยังจำเป็นต้องปรับปรุงเส้นทางเชื่อมโยงไปยังชายแดนและจุดท่องเที่ยวอีกหลายจุด ปัจจุบันยังเป็นถนนลูกรัง อันตราย ใช้เวลานาน และเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมรถ ทางอากาศ เส้นทางระหว่างเชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน เท่านั้นแต่จำนวนการเที่ยวบินไม่มากพอในการขนส่งนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดและฤดูท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาการค้าและการท่องเที่ยวอีกด้วย ด้านสาธารณูปโภค ระบบการประปา ระบบไฟฟ้า ระบบโทรคมนาคม ยังมีความจำเป็นต้องลงทุนเพื่อขยายการบริการให้ทันต่อการเติบโตของจังหวัด

9.2 แนวโน้มการพัฒนา

พื้นที่ส่วนใหญ่ของแม่ฮ่องสอนเป็นป่าที่ยังอุดมสมบูรณ์จึงมีความเสียเปรียบจังหวัดอื่นในแง่ความไม่สะดวกของการคมนาคมและสภาพภูมิศาสตร์ที่สูงๆ ต่ำๆ และพื้นที่ราบน้อย ทำให้เสียโอกาสในการพัฒนาทางอุตสาหกรรมและการเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านซึ่งแม่ฮ่องสอนควรใช้ศักยภาพของความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติที่มีอยู่ในการส่งเสริมโอกาสทางการท่องเที่ยว ผลกระทบจากปัจจัยภายนอกกลุ่มประเทศ GMS การเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศกลุ่ม GMS อิทธิพลต่อเศรษฐกิจ การค้าและการท่องเที่ยวผ่านแดนของ แม่ฮ่องสอนแต่ไม่มากนักเพราะไม่มีเส้นทางหลักเชื่อมต่อ มีเพียงจุดผ่านแดนแบบจุดก่อนปรนกับเมียนมาร์ 2 จุด ศักยภาพและโอกาสของแม่ฮ่องสอน มีดังนี้

การท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เหมาะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ และสามารถพัฒนาเชื่อมโยงประเทศเมียนมาร์ได้

การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบจากเมียนมาร์ อาทิ อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้า การเกษตร อัญมณี และแปรรูปไม้

แนวทางการพัฒนาภาคเหนือตอนบนของงานวิจัยครั้งนี้ดำเนินภายใต้ 2 แนวทาง กล่าวคือ (1) ใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบพื้นฐานของภูมิภาค โดยเฉพาะความอุดมสมบูรณ์ของภูมิประเทศทรัพยากร ความมีเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม รวมถึงภูมิศาสตร์สถานที่ตั้ง (2) การปรับตัวต่อกระแสโลกและใช้ประโยชน์จากโอกาส โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม อันทันสมัย เปิดสู่การมีส่วนร่วมของหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน พันธมิตรท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และกับนานาชาติ เพื่อผลักดันให้ภูมิภาคเหนือตอนบนอยู่ในตำแหน่งที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก การพัฒนาภาคเหนือที่ผ่านมา มุ่งเน้นการพัฒนาภายใต้กระแสการพัฒนาเชิงพาณิชย์เพียงมิติเดียว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติของภาคจากการบุกรุกแผ้วถางพื้นที่ทำกินประกอบกับความผันผวนของสภาพสังคม วัฒนธรรม และการดำรงชีวิต ขณะเดียวกันภายใต้สถานการณ์เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจทั้งภายในประเทศ ระดับภูมิภาคและระหว่างประเทศ บทบาทและทิศทางหลักในการพัฒนาภาคเหนือจึงต้องเร่งการเสริมศักยภาพและการเชื่อมโยงฐานทางเศรษฐกิจหลักที่มีความแตกต่างกันในเชิงพื้นที่ โดยควรกำหนดบทบาทการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่มีความชัดเจน ใช้ฐานแข็งแกร่งในสาขาบริการ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเป็นฐานหลัก ควบคู่กับการพัฒนาหัตถอุตสาหกรรม เน้นพัฒนาอุตสาหกรรมที่ปราศจากมลพิษและอุตสาหกรรมที่มีโอกาสใหม่ เช่น อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ สื่อสารโทรคมนาคม ใช้ศักยภาพและที่ตั้งของพื้นที่เป็นฐานด้านการค้า ซึ่งเป็นประตูเชื่อมโยงกับประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อการพัฒนาเกษตรและเกษตรแปรรูปเพื่อส่งออก

บทที่ 3

การประเมินความได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

1. แนวคิดการประเมินความได้เปรียบในการแข่งขัน

แนวคิด Participatory Appraisal of Competitive Advantage : PACA โดย Jorg Meyer-Stamer ชาวเยอรมันเป็นวิธีการกระตุ้นกระบวนการเรียนรู้ของคนในพื้นที่ โดยสนับสนุนให้คนในพื้นที่รวมตัว ร่วมมือ ช่วยกันคิดและปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันระดับโลก จะต้องค้นหาสิ่งที่เป็นความได้เปรียบของพื้นที่ นำมาต่อ ยอดเพิ่มมูลค่า เกิดบูรณาการและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

สืบเนื่องจากระยะเวลาที่ผ่านมา หากย้อนมองดู การจัดทำนโยบายต่าง ๆ ของรัฐที่ผ่านมา เป็นคำสั่งข้อกำหนดกฎเกณฑ์ลงมาในพื้นที่ลักษณะบังคับปฏิบัติ ซึ่งอาจเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ หรือไม่เป็นการแก้ไขปัญหาที่แท้จริง หรือที่สำคัญอาจไม่ได้รับความยอมรับร่วมมือจากคนในพื้นที่ สุดท้ายนโยบายก็ไม่อาจสัมฤทธิ์ผลและปัญหา ยังคงอยู่ในท้องถิ่น ในระยะยาวจะบั่นทอนทำให้เกิดความอ่อนแอ อันซึ่งสวนทางกับทิศทางในการพัฒนาประเทศโดยสิ้นเชิง

เพื่อให้การจัดทำนโยบายระดับประเทศ ระดับภูมิภาคถูกต้องตรงกับปัญหาของท้องถิ่น อย่างแท้จริง จำเป็นต้องรับฟังข้อมูลความคิดเห็นจากคนท้องถิ่น วิธีการ PACA เป็นหนึ่งในหลายเครื่องมือที่จะช่วยรวบรวมข้อมูล วินิจฉัยปัญหา ศักยภาพของทั้ง SMEs (Track I) และของหน่วยงานสนับสนุนในพื้นที่ (Track II Supporting) นำเข้าสู่ภาครัฐเพื่อกำหนดเป็นนโยบายและให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ อันจะเป็นการช่วยเหลือพัฒนา SMEs ในแบบที่ตรงกับความเป็นจริง ตรงกับความต้องการ ไม่ซับซ้อนสูญเสียเปล่า การจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนในครั้งนี้จึงเลือกใช้การเก็บข้อมูลพื้นที่ด้วยวิธีการ PACA ที่เป็นการสร้างแรงจูงใจและจิตสำนึกในความร่วมมือเพื่อการสร้างความ เข้มแข็งให้ SMEs ด้วยตนเอง กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมในพื้นที่ของตนเอง รวมถึงการมองเห็น โอกาสและประโยชน์ในการเชื่อมโยงกับพื้นที่ข้างเคียงและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องส่งเสริมกัน

ลำดับภาระงานด้วยวิธี PACA



ลำดับขั้นตอนการจัดทำแผนพัฒนา SMEs ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ประกอบด้วย

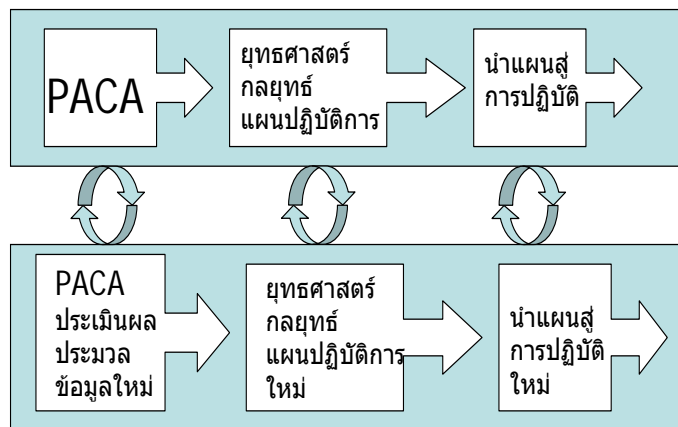
1. เตรียมข้อมูลพื้นฐานจากการศึกษาทุติยภูมิ
2. ออกแบบสอบถาม
3. สัมภาษณ์เก็บข้อมูลล่วงหน้า
4. นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ตั้งเป็น Diamond Model
5. ระดมสมอง วินิจฉัยจุดอ่อน จุดแข็ง (SWOT)
6. ลำดับความสำคัญของปัญหา และหาข้อสรุปจากการระดับสมอง
7. นำข้อสรุปมาประเมินทุนวิเคราะห์ นำสู่ปัจจัยเอื้อต่อการสร้างขีดความสามารถ

การแข่งขัน

8. พัฒนาผู้การเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าเครือข่ายทั้งภายในและภายนอก เพื่อบรรลุภาพความสำเร็จในอนาคตด้วย “เศรษฐกิจเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาและความเชี่ยวชาญของท้องถิ่น” ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์ภาพอนาคตของ SMEs ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด

9. นำข้อมูลจาก PACA (ข้อ 3-4-5) จัดทำเป็นแผนงานโครงการเพื่อลงสู่ภาคการปฏิบัติให้เกิดผลจริงในแต่ละพื้นที่ แต่ละรายอุตสาหกรรม

PACA เป็นกิจกรรมที่ควรทำซ้ำอย่างต่อเนื่องเพื่อขับเคลื่อนพื้นที่ไปข้างหน้าอย่างเต็มประสิทธิภาพ ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการจัดทำ PACA ครั้งที่ 1 โดยผลสรุปจะนำเสนอแก่ผู้ว่าราชการทั้ง 8 จังหวัดให้ทราบถึงความต้องการของคนในพื้นที่ เพื่อการจัดทำนโยบายทิศทางการขับเคลื่อนระดับภาคหรือระดับประเทศอย่างสอดคล้อง ทำให้เกิดโครงการปฏิบัติการที่เป็นจริงอย่างไรก็ตาม PACA ไม่ใช่สูตรสำเร็จหรือยาวิเศษ อีกทั้งไม่ใช่วิธีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ แต่ PACA หมายถึงการกระตุ้นให้ SMEs ทำการสำรวจตนเองและปรับปรุงแก้ไขพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อเสริมในตนเองมีสถานภาพที่เข้มแข็งและแข่งขันได้

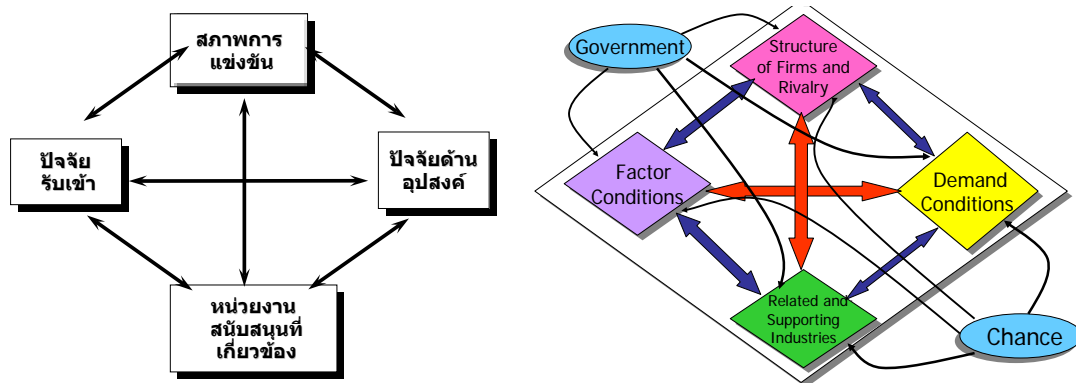


การกระตุ้นให้คนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยวิธีการ PACA มีหลายเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ในการศึกษารุ่นนี้ได้เลือกเครื่องมือ “ตัวแบบเพชร หรือ Diamond Model” โดย Michael Porter ซึ่งประกอบด้วย

1. ปัจจัยรับเข้า เช่น แรงงาน ทรัพยากร เงินทุน โครงสร้างพื้นฐาน
2. การแข่งขัน เช่น ตลาด คู่แข่ง สภาพการแข่งขัน อำนาจการต่อรอง และวิธีการแข่งขัน ของ SMEs
3. อุปสงค์ เช่น ทิศทางตลาด การบริโภค พฤติกรรมลูกค้า แนวโน้มการซื้อ กลุ่มลูกค้า เป้าหมาย ความต้องการของตลาดต่อสินค้า-บริการของ SMEs
4. หน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง เช่น การมีและคุณภาพของ supplier รวมถึงอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ การรับช่วงการผลิต อุตสาหกรรมต้นน้ำ - กลางน้ำ การแข่งขันระหว่างประเทศ หอการค้า สภาอุตสาหกรรม ชมรมธนาคาร NGO

ตัวแบบ เพชร ของ พอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model)

เพื่อรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์การทำธุรกิจของ SMEs ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน จากการระดมสมองด้วยวิธีการ PACA



การกำหนดตำแหน่งของภูมิภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้ สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศของรัฐบาลนายกรัฐมนตรี ดร . ทักษิณ ชินวัตร จากการ วิเคราะห์ตำแหน่งของประเทศไทยในแผนภูมิ Thailand Competitive Landscape กำหนดวิสัยทัศน์ ประเทศไทยมุ่งสู่เป้าหมาย 5 อุตสาหกรรม ได้แก่ (1) อาหารไทยครัวของโลก (2) กรุงเทพมหานคร เมืองแฟชั่น (3) เมืองไทยเมืองท่องเที่ยว (4) ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และ (5) การพัฒนา Software โดย เทียบเคียงจากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่และ SMEs 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน กำหนดเป็น อุตสาหกรรมเป้าหมายการศึกษาการประเมินความได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่ 8 จังหวัด ภาคเหนือตอนบน 4 สาขา ดังนี้

1. เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทยด้านอาหารไทย ครัวของโลก
2. หัตถกรรมและแฟชั่น สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทยด้านกรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น
3. การท่องเที่ยว สุขภาพ บริการ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทยด้านเมืองไทยเมืองท่องเที่ยว
4. ICT สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทยด้านการพัฒนา Software

การกำหนดตำแหน่งกลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมาย

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

1. เกษตร*อุตสาหกรรมเกษตร*อุตสาหกรรมอาหาร
2. หัตถกรรม * แฟชั่น * สิ่งทอ
3. ท่องเที่ยว * สุขภาพ * บริการ
4. โครงสร้างพื้นฐาน * Software Design

Perceived Value	H	Better Product หัตถกรรม แฟชั่น สิ่งทอ เครื่องหนัง ICT	Outperform ท่องเที่ยว สุขภาพ บริการ เกษตร อุตสาหกรรมเกษตร-อาหาร
	L		
		H Cost	L

การต่อสู้ในสมรภูมิการค้าของทั้งสี่อุตสาหกรรมเป้าหมายจะต้องเป็นการต่อสู้ด้วยสินค้า - บริการที่ดีขึ้น (Better Product) มูลค่าที่สูงขึ้น (Outperform) ไม่ใช่การแข่งขันด้วยราคาขายที่ต่ำ ลง อีกต่อไป เป็นการสร้างสินค้า - บริการใหม่ด้วยต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งภูมิภาคเหนือตอนบนมีความได้เปรียบเชิงพื้นที่ทางการเกษตร อาหาร หัตถกรรม ท่องเที่ยว สุขภาพ บริการ เพราะตั้งอยู่ในแหล่งวัตถุดิบ ข้อได้เปรียบอื่น ๆ ในการแข่งขัน

2. การประเมินปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน

การประเมินปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ได้นำแนวคิดมาจากธนาคารโลก ที่กำหนดเกณฑ์การประเมินไว้ 4 ปัจจัยด้วยกัน (ข้อมูลปัจจัยความสามารถในการแข่งขันได้สรุปไว้ในหน้าถัดไป) ได้แก่

1. ผลการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Economic Performance)
2. ประสิทธิภาพทางสังคม (Social Efficiency)
3. ประสิทธิภาพทางธุรกิจ (Business Efficiency)
4. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

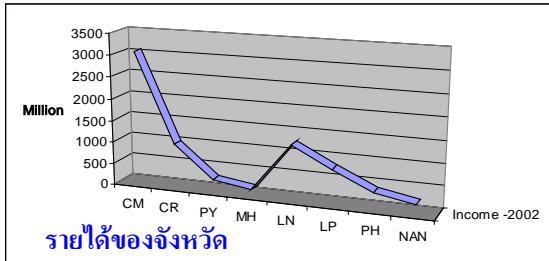
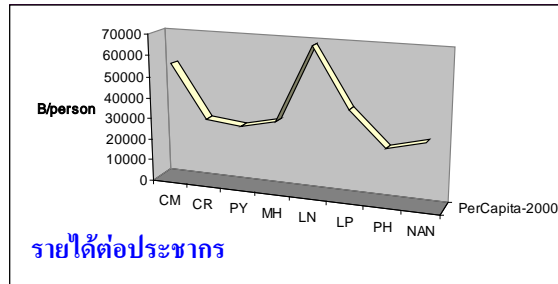
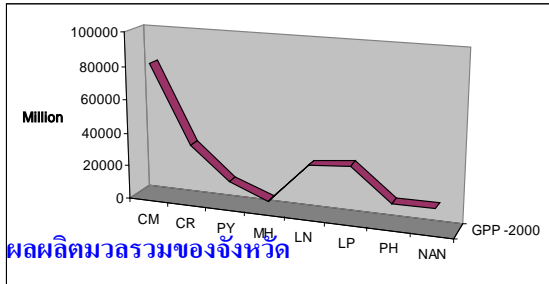
Competitive Factors for Internal Assessment

	ปี	ข้อมูล	หน่วย	เชิงใหม่	เชิงราย	พะยา	แม่ต้องตอน	ลำพูน	ลำปาง	แพร่	น่าน
1 Economic Performance											
Income	2545		ล้านบาท	3,066	1,004	262	138	1,250	796	385	222
GPP	2543		ล้านบาท	81,423	34,303	14,701	5,691	29,954	32,066	13,080	13,275
Growth Rate	2544		ร้อยละ	-2.93	-3.93	-2.64	-0.98	-2.29	-5.55	-3.85	-2.76
2 Social Efficiency											
จำนวนสถาบันการศึกษา											
ระดับอุดมศึกษา											
จำนวนโรงเรียนมัธยม	2544		แห่ง	34	43	19	11	17	32	19	31
อัตราการเรียนต่อมัธยมศึกษาตอนต้น	2544		ร้อยละ	87	91	99	77	98	94	97	98
จำนวนโรงพยาบาลรัฐ	2544		โรง	24	18	7	7	7	15	8	13
จำนวนประชากรต่อแพทย์ 1 คน	2544			2,169	7,467	6,239	9,774	7,133	4,058	7,164	7,298
ดัชนีคุณภาพชีวิต : HDI **	2533			0.64	0.62	0.67	0.26	0.70	0.67	0.70	0.60
ดัชนีความขัดสนรวม : IHD ***	2542			0.25	0.57	0.52	0.67	0.25	0.25	0.44	0.47
3 Business Efficiency											
จำนวนประชากรวัยแรงงาน	2544		คน	1,183,917	872,549	395,779	125,570	355,576	625,590	413,830	335,126
แรงงานภาคเกษตรกรรม	2544		คน	328,355	384,415	170,463	83,972	120,092	226,813	152,871	177,634

	ปี	ข้อมูล	หน่วย	เชิงใหม่	เชิงราย	พะเยา	แม่ฮ่องสอน	ลำพูน	ลำปาง	แพร่	น่าน
จำนวนธนาคารพาณิชย์	2544	แห่ง	125	53	17	9	17	29	14	10	
จำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์	2545	สำนักงาน	124	50	17	8	17	29	12	8	
จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมต่อ เงินลงทุน	2544	โรง:สำนักงาน บาท	2,501 : 18,748	1,523 : 4,530	423 : 1,443	235 : 525	809 : 4,699	2,207 : 52,414	804 : 968	494 : 635	
จำนวน SMEs											
จำนวนสถาบันสนับสนุน Meso											
ยอดส่งออก	2545	ล้านบาท	59,629	4,379		76	46,719				
4 Infrastructure											
จำนวนท่าอากาศยาน	2546	แห่ง	1	1	1	1	1	1	1	1	
จำนวนเส้นทางคมนาคมทางบก											
จำนวนสถานีรถไฟ											
การใช้ไฟฟ้าของครัวเรือน (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	2545	ล้าน	520.7	235.8	87.0	25.9	126.6	191.9	227.5	76.1	
การใช้ไฟฟ้าภาคบริการ (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	2545	ล้าน	108.5	27.1	1.9	3.0	1.1	9.1	3.0	2.1	

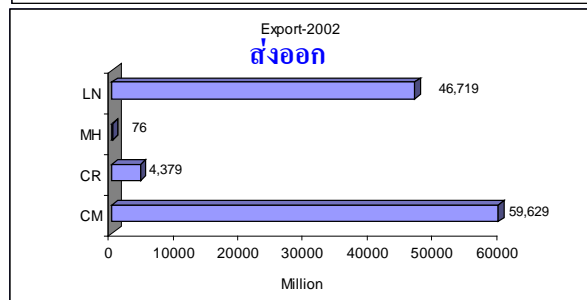
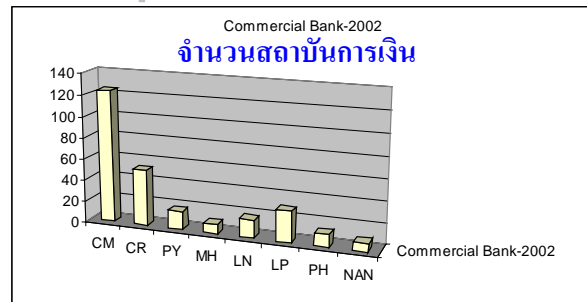
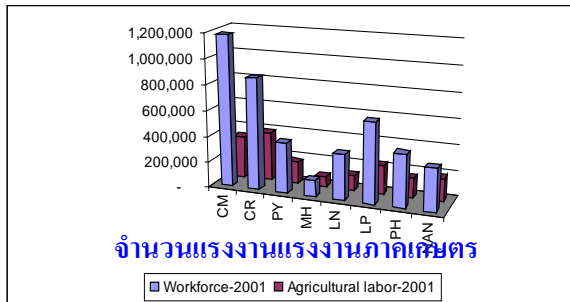
3. เปรียบเทียบความสามารถและข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของแต่ละจังหวัดและภูมิภาค โดยรวม

ผลการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

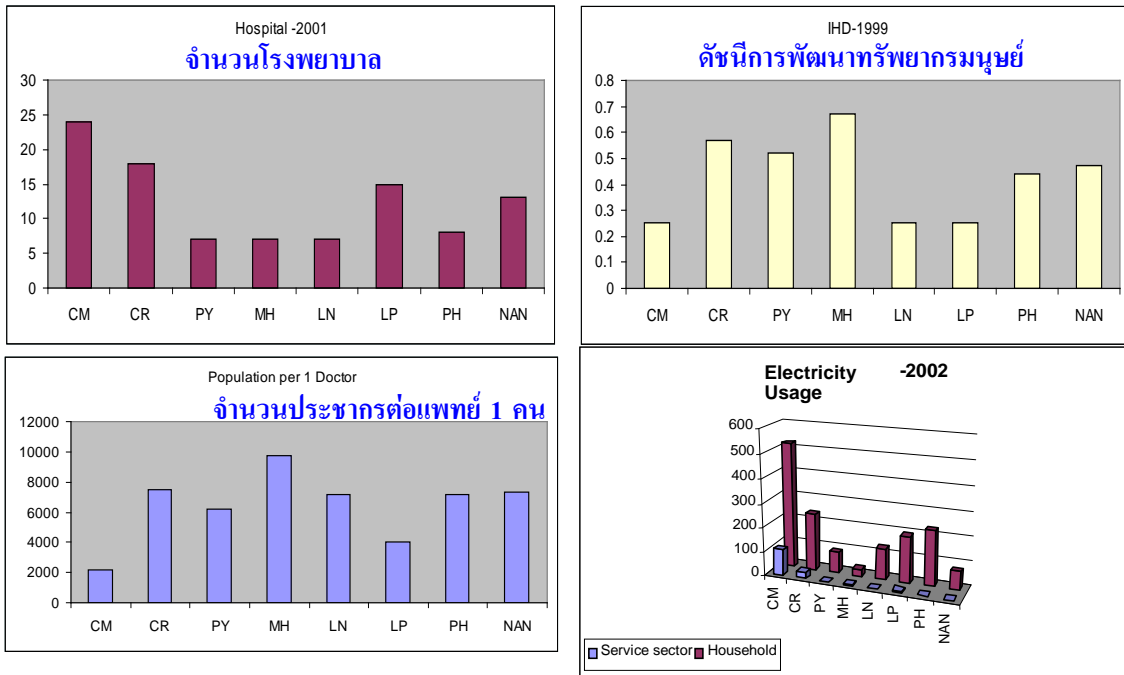


- CM เชียงใหม่ • PY พะเยา
- CR เชียงราย • MH แม่ฮ่องสอน
- LN ลำพูน • PH แพร่
- LP ลำปาง • Nan น่าน

ประสิทธิภาพภาคธุรกิจ



ประสิทธิภาพด้านสังคม



ตารางการให้ความสำคัญแก่สาขาทางเศรษฐกิจรายจังหวัด

สาขาเศรษฐกิจ	ชม	ชร	ลพ	ลป	พย	แพร่	น่าน	มส	จัดเรียงลำดับความสำคัญ
การเกษตร (การเพาะปลูก)	1 (1)	1 (1)	2 (2)		1 (1)	2 (2)	1 (1)	3 (1)	2
เหมืองแร่และการขุดหิน				1					
อุตสาหกรรม	1	2	1	2					
การก่อสร้าง	1	2		1	2	2	2		
การคมนาคมขนส่ง	1	1				2			
การขายส่งขายปลีก	1	1	2	1	1	1	1	1	1
การธนาคารประกันภัย อสังหาริมทรัพย์	1	2		1					
การบริการรวมการท่องเที่ยว	1	1			1	1	1	1	3

ตารางด้านศักยภาพทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมรายจังหวัด

ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม	ชม	ชร	ลพ	ลป	พย	แพร่	น่าน	มส
ป่าไม้ (การใช้ประโยชน์)	2		3	3			3	2
• การปลูกป่า	3	1	2	2	1	1	2	3
• การจัดการป่าอนุรักษ์ (ป่าสงวน อุทยาน แห่งชาติ เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่า การท่องเที่ยวแบบ อนุรักษ์)	1	2	3	2	2	2	2	1
แหล่งน้ำผิวดิน	2	1/3*	3	2	2	1/2*	2/3*	1/3*
แหล่งน้ำใต้ดิน	2	2	2	2	3	2	3	3
แหล่งแร่								
• ลิถไนต์	1		2	1	2			
• หินอุตสาหกรรม	1	3		1		3		
• ยิปซัม			2	1				
• ดินขาว		2		1				
• พลังงานความร้อนใต้พิภพ	2							2

* ตัวเลข 1 = ความสำคัญอันดับ 1 / ตัวเลข 2 = ความสำคัญอันดับ 2 / ตัวเลข 3 = ความสำคัญอันดับ 3

** ตัวเลข 1/3 = ความสำคัญสูงในการนำไปที่อื่น แต่มีศักยภาพนำมาใช้ในพื้นที่น้อย

*** ข้อมูลจากโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากภาคเหนือตอนบนระยะ 10 ปี

(พ.ศ. 2542-2551) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ผลวิเคราะห์จากข้อมูลที่รวบรวมจากกิจกรรม PACA ของแต่ละจังหวัดในแต่ละอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมิน ได้แสดงไว้ต่อไปนี้

ความสามารถในการแข่งขันรายจังหวัด (Track I : SMEs)

สรุปการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จังหวัดเชียงใหม่

ผลการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ
GPP 81423 ล้านบาท
รายได้ 3066 ล้านบาท
Business Sector หลากหลาย

ประสิทธิภาพทางสังคม
ระดับการศึกษาของประชากร ดี
คุณภาพชีวิต ดี
สาธารณสุข ดี

ประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจ

จำนวนประชากรวัยแรงงาน มาก
การลงทุน สูง
จำนวนธนาคารพาณิชย์ มาก
การปรับตัวสู่โลกาภิวัตน์ ดี

โครงสร้างพื้นฐาน

สาธารณสุขโลก ดีมาก
การคมนาคมขนส่ง ดีมาก
การสื่อสารโทรคมนาคม ดี
นโยบาย กฎ ระเบียบ ภาษีของรัฐ ปานกลาง
หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ดี

Note : Color Interpretation  Weak  Medium  Strong

สรุปการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จังหวัดเชียงราย

ผลการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ
GPP 34303 ล้านบาท
รายได้ 1004 ล้านบาท
Business Sector ไม่หลากหลาย

ประสิทธิภาพทางสังคม
ระดับการศึกษาของประชากร ดี
คุณภาพชีวิต ดี
สาธารณสุข ปานกลาง

ประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจ

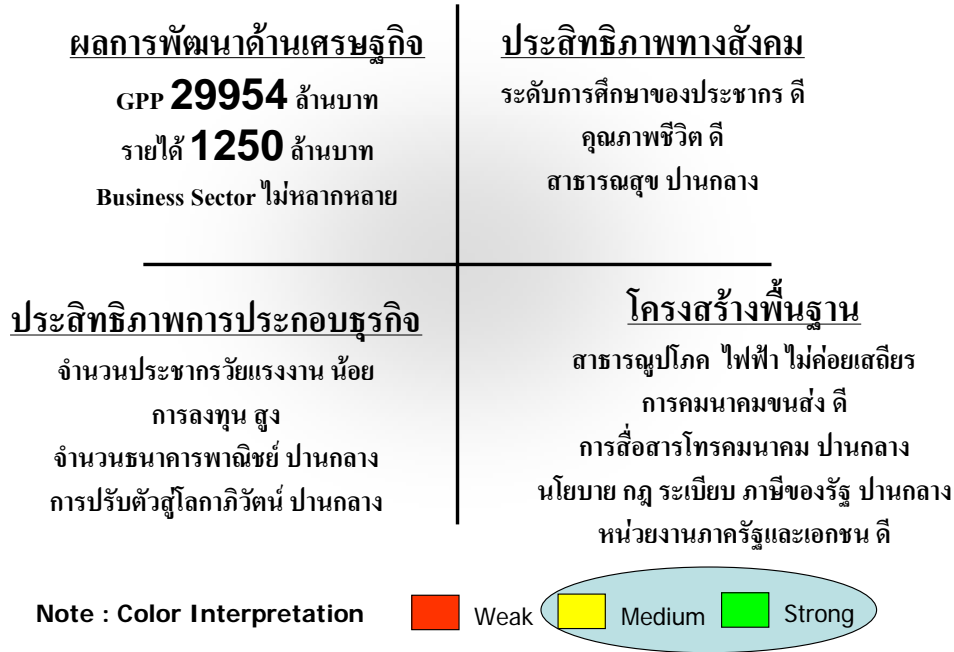
จำนวนประชากรวัยแรงงาน มาก
การลงทุน สูง
จำนวนธนาคารพาณิชย์ มาก
การปรับตัวสู่โลกาภิวัตน์ ดี

โครงสร้างพื้นฐาน

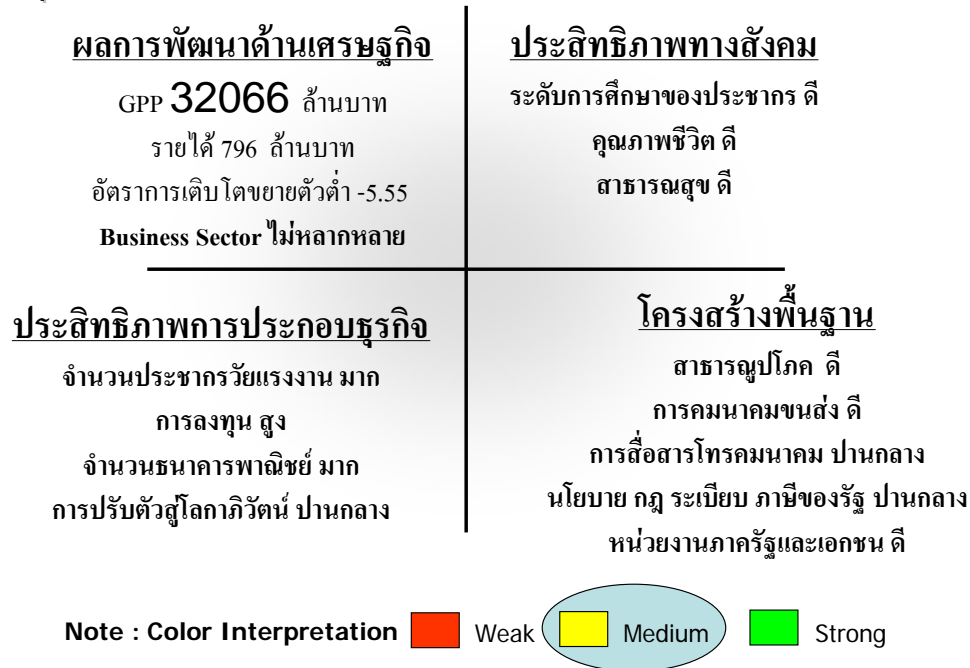
สาธารณสุขโลก ดี
การคมนาคมขนส่ง ดี
การสื่อสารโทรคมนาคม ดี
นโยบาย กฎ ระเบียบ ภาษีของรัฐ ปานกลาง
หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ดี

Note : Color Interpretation  Weak  Medium  Strong

สรุปการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จังหวัดลำพูน



สรุปการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จังหวัดลำปาง



สรุปการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จังหวัดพะเยา



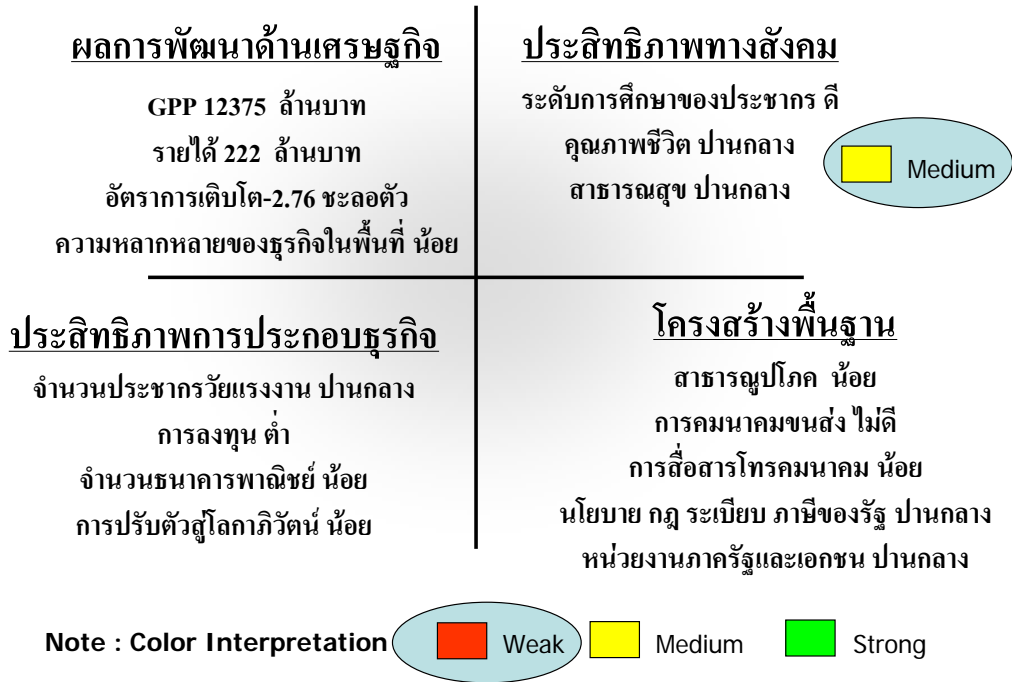
Note : Color Interpretation ■ Weak ■ Medium ■ Strong

สรุปการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จังหวัดแพร่

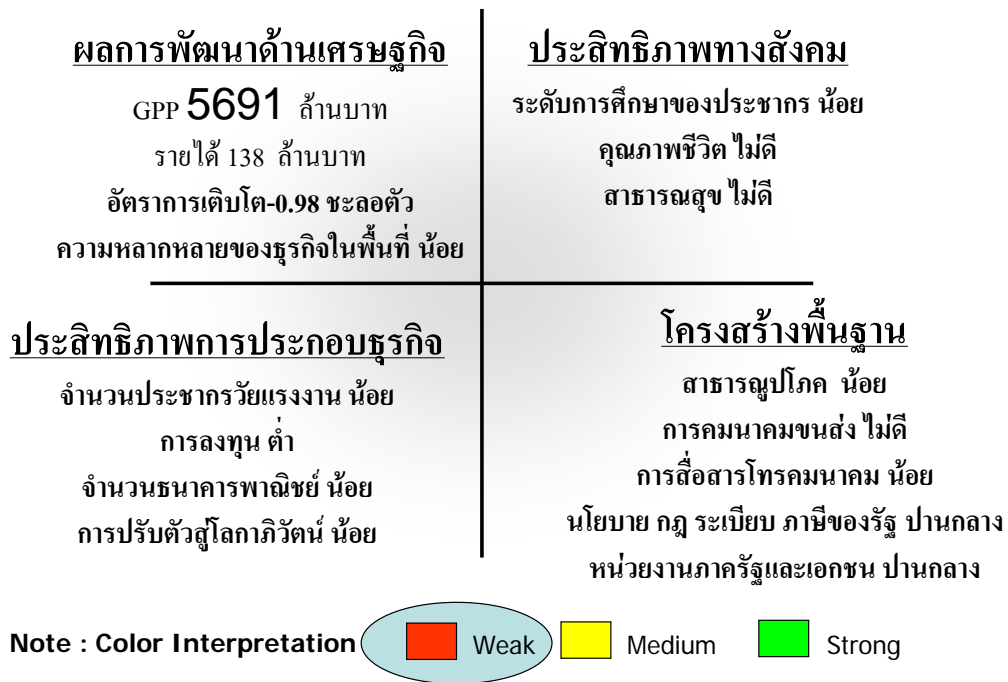


Note : Color Interpretation ■ Weak ■ Medium ■ Strong

สรุปการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จังหวัดน่าน



สรุปการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จังหวัดแม่ฮ่องสอน



4. การประเมินทุน (Capital Assessment)

เป็นการประเมินทุนใน 4 ด้านได้แก่

- ทุนกายภาพ (Physical Capital) แสดงถึงทุนด้านทรัพย์สินกายภาพทางภูมิศาสตร์ที่จะนำไปสู่การเชื่อมโยงพื้นที่การพัฒนา
- ทุนทางการเงิน (Financial Capital) แสดงถึงทุนทางการเงินที่จะนำไปสู่สภาพคล่องหรือความคล่องตัวในการทำธุรกิจ
- ทุนมนุษย์ (Human Capital) แสดงถึงคุณค่าของทรัพยากรบุคคล ที่มี ที่จะเอื้อต่อการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และเพิ่มคุณค่าทางนวัตกรรม
- ทุนสังคม (Social Capital) แสดงถึงจำนวนและความเข้มแข็งขององค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่ ค่านิยม และวัฒนธรรมของสังคมที่จะเอื้อต่อการเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน นำไปสู่การไว้วางใจเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายหรือ Cluster

หมายเหตุ

- ข้อมูลแสดงปัจจัยด้านทุนในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้สรุปไว้ในตารางหน้าถัดไป
- ผลการประเมินโดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมิน

ความสามารถในการแข่งขันรายจังหวัด (Track II : Supporting)

Capital Assessment

ปัจจัยประกอบการพิจารณาของจังหวัด

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ธนาคารแห่งประเทศไทย

ทุนกายภาพ (การเชื่อมโยง)	ปีข้อมูล	หน่วย	เชียงใหม่	เชียงราย	พะเยา	แม่ฮ่องสอน	ลำพูน	ลำปาง	แพร่	น่าน
พื้นที่		ตร.	20,107	11,678	6,335	12,681	4,506	12,534	6,539	11,472
พื้นที่ป่าไม้	2543	ตร. กม.	16,468	5,369	3,482	11,494	2,711	9,100	868	9,382
จำนวนประชากร	2544	คน	1,600,850	1,263,169	509,075	236,993	406,030	801,260	486,502	487,206
ปริมาณน้ำฝน	2544	มม.	1,220.4	2,287.5	1,550.9	1,358.2	1,108.8	1,105.0	1,461.5	1,524.3
คุณภาพแหล่งน้ำ	2544		ปิง/ต่ำ	กกก/พอใช้	กว๊าน/ ต่ำ		ลี้/ดี	วัง/ต่ำ	ยม/ พอใช้	น่าน/ต่ำ
ทุนทางการเงิน (สภาพคล่อง)										
จำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์	2544	แห่ง	125	53	17	9	17	29	14	10
ปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์	2545	ล้านบาท	81,986	28,121	6,932	1,918	8,300	19,147	7,161	3,872
ปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์	2545	ล้านบาท	63,385	17,771	5,105	1,318	6,047	9,757	4,958	3,015

	ปีข้อมูล	หน่วย	เฉลี่ยใหม่	เฉลี่ยราย	พะเยา	แม่ฮ่องสอน	ลำพูน	ลำปาง	แพร่	น่าน
ตัดตัวสินค้าซื้อต่อเงินฝาก	2545	ร้อย ละ	77.3	63.2	73.6	68.7	72.9	51	69.2	77.9
สินค้าเพื่อการพาณิชย์กรรม	2545	ล้าน บาท	18,601	8,115	2,372	415	2418	3097	2,013	1,483
สินค้าเพื่อภาคบริการ	2545	ล้าน บาท	8033.7	1,517	334	181	293	759	503	122
ทุนมนุษย์ (ความสร้างสรรค์)										
จำนวนผู้ประกอบการ										
จำนวนประชากรวัยแรงงาน	2544	คน	1,183,917	872,549	395,779	125,570	355,576	625,590	413,830	335,126
จำนวนแรงงานภาค เกษตรกรรม	2544	คน	328,355	384,415	170,463	83,972	120,092	226,813	152,871	177,634
อัตราการเรียนต่อมัธยมศึกษา ตอนต้น	2544	ร้อย ละ	86.71	90.70	99.15	77.23	97.87	93.87	97.11	98.40
จำนวนนักออกแบบ/Designer										
ทุนสังคม(การมีปฏิสัมพันธ์)										
จำนวนชมรม/สมาคม										
จำนวนสถาบันสนับสนุน										

สรุปการประเมินทุน จังหวัดเชียงใหม่

ทุนทางการเงิน
สถาบันการเงิน มาก
บริการทางการเงินทุน หลากหลาย

ทุนทางกายภาพ
โครงสร้างพื้นฐาน ดีมาก
เทคโนโลยี ดี
สถาบันบริการด้านวิจัยและพัฒนา มาก

ทุนมนุษย์
มีสถาบันการศึกษาหลายแห่ง
มีจำนวนและทักษะแรงงานดี
วิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการ ดี

ทุนสังคม
ค่านิยมและวัฒนธรรมการทำงานของรัฐ,
องค์กรเอกชน และประชาชนในพื้นที่ ดี

Note : Color Interpretation



Weak



Medium



Strong

สรุปการประเมินทุนจังหวัด เชียงราย

ทุนทางการเงิน
สถาบันการเงิน มาก
บริการทางการเงินทุน มาก

ทุนทางกายภาพ
โครงสร้างพื้นฐาน ดี
เทคโนโลยี ปานกลาง
สถาบันบริการด้านวิจัยและพัฒนา มาก

ทุนมนุษย์
สถาบันการศึกษา มาก
มีจำนวนและทักษะแรงงาน มาก
วิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการ มาก

ทุนสังคม
ค่านิยมและวัฒนธรรมการทำงานของรัฐ,
องค์กรเอกชน และประชาชนในพื้นที่ ดี

Note : Color Interpretation



Weak

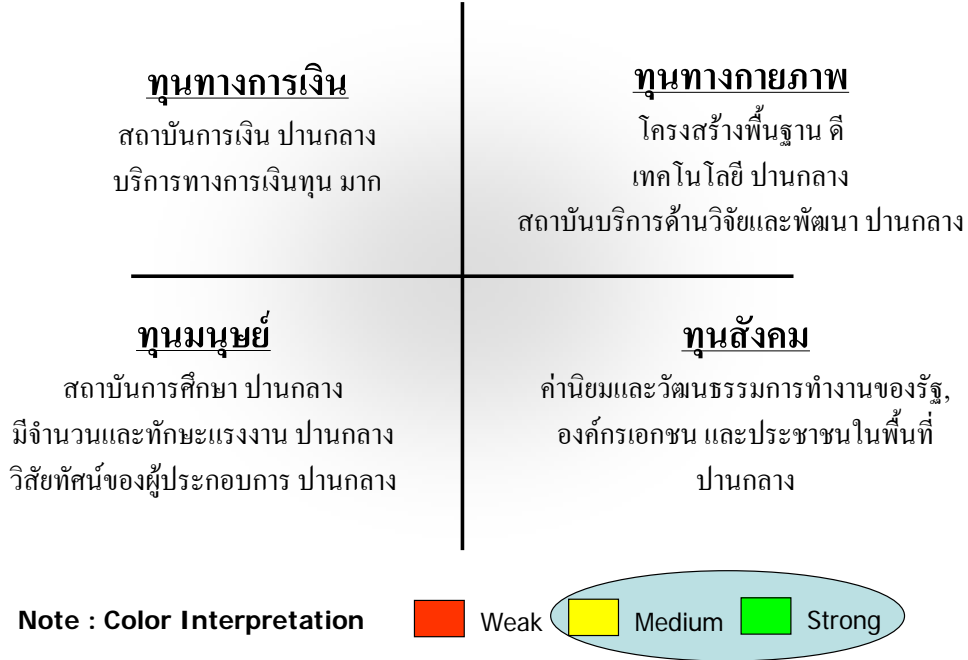


Medium

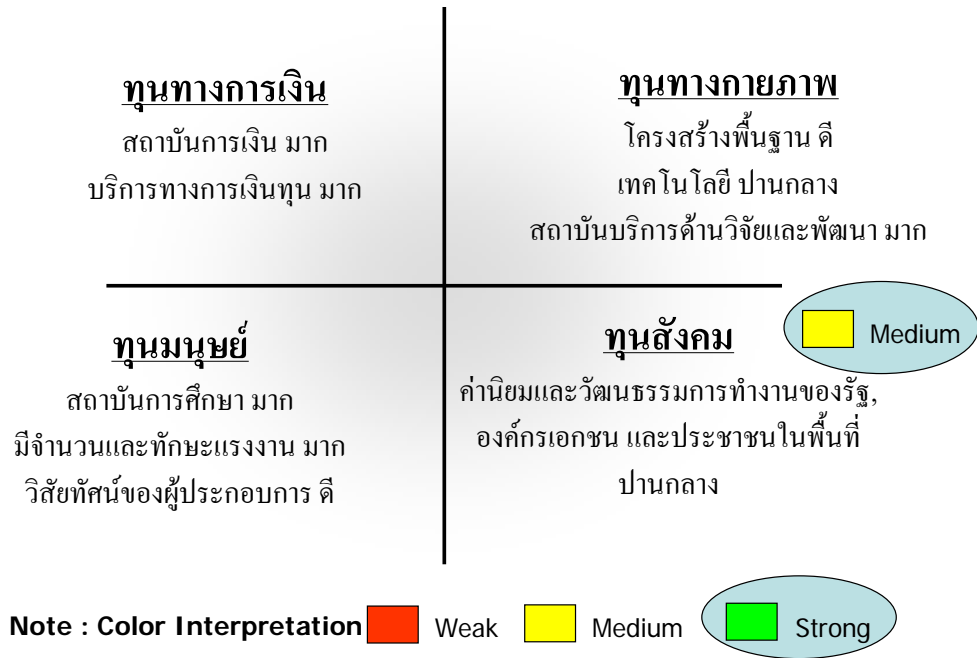


Strong

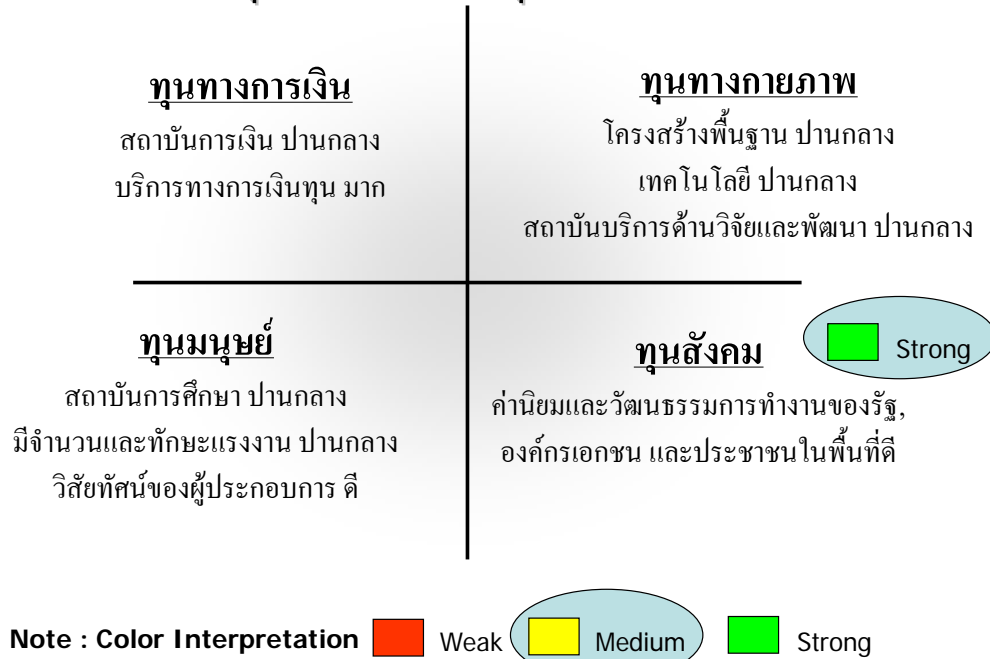
สรุปการประเมินทุน จังหวัดลำพูน



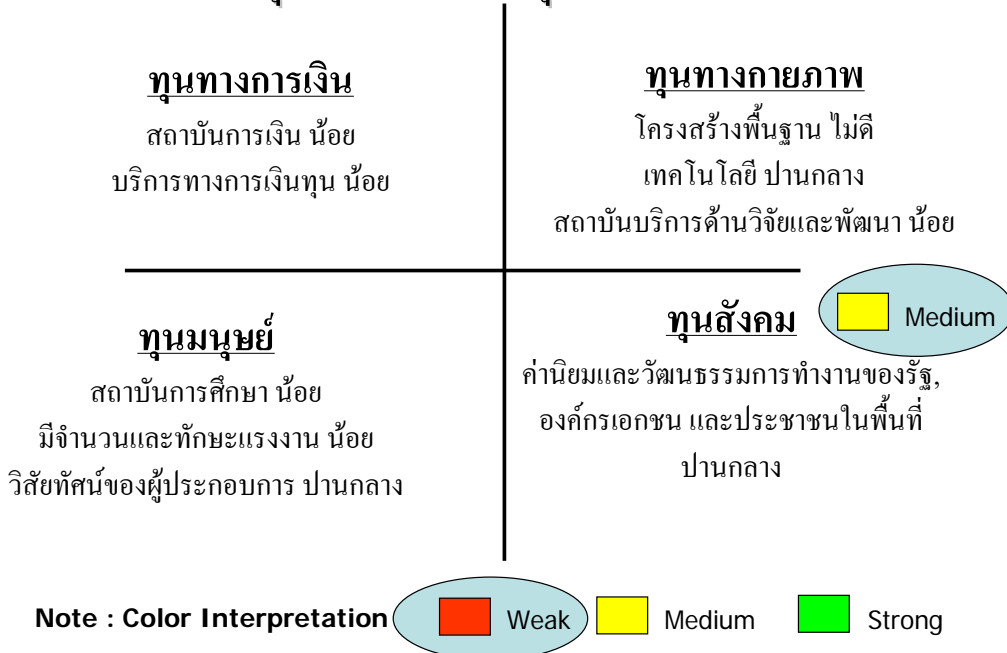
สรุปการประเมินทุน จังหวัดลำปาง



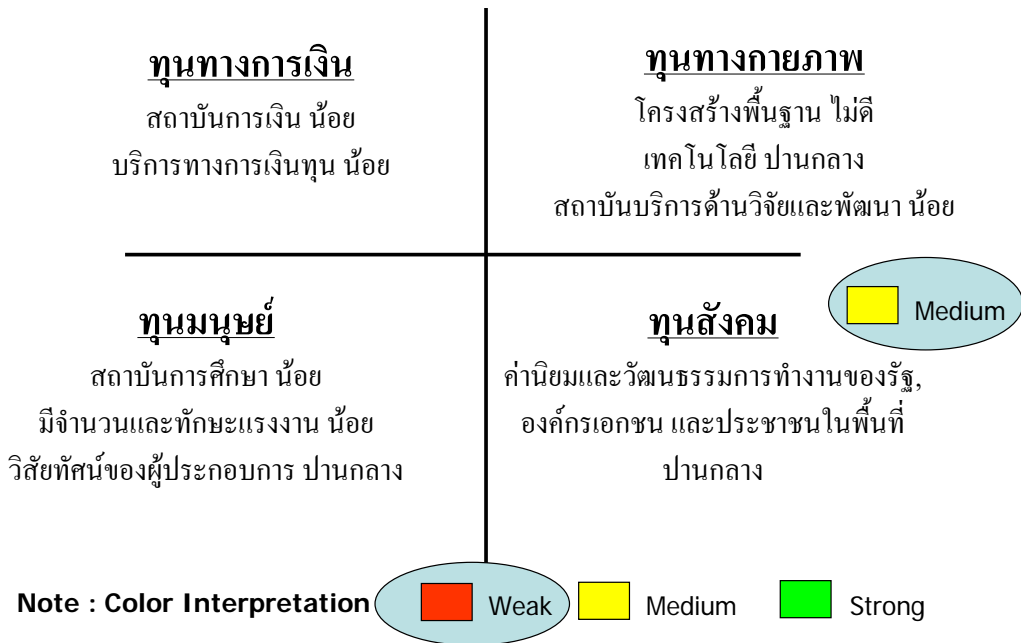
สรุปการประเมินทุน จังหวัดพะเยา



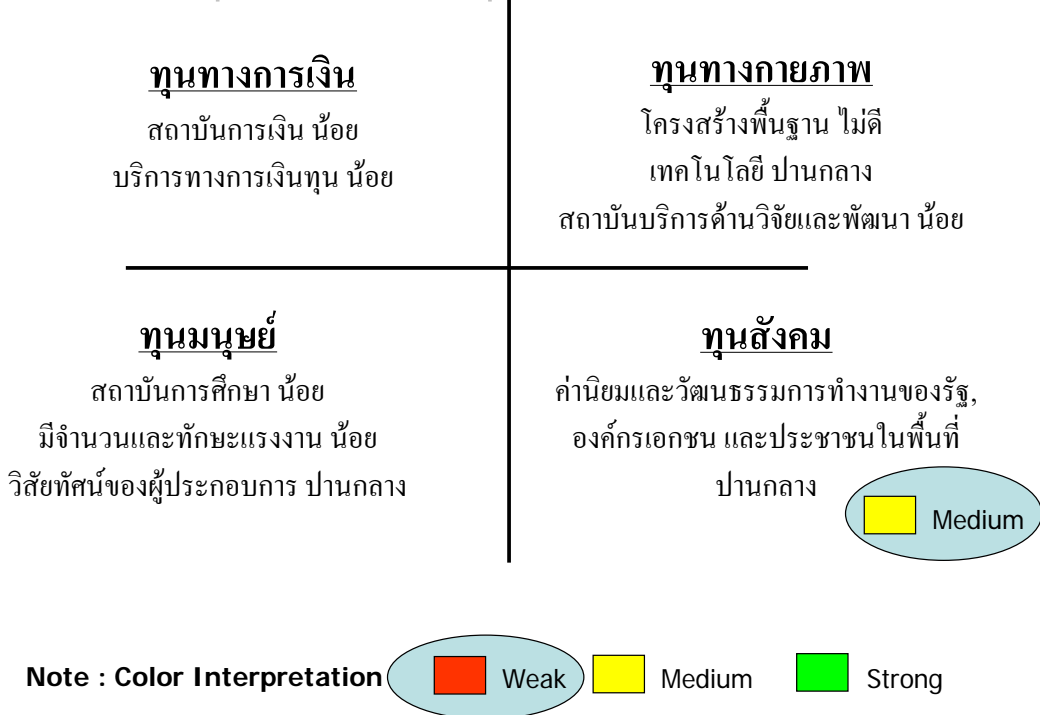
สรุปการประเมินทุน จังหวัดแพร่



สรุปการประเมินทุน จังหวัดน่าน



สรุปการประเมินทุน จังหวัดแม่ฮ่องสอน



5. การประเมินห่วงโซ่คุณค่า

เป็นการนำเอาแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มาใช้ โดยมองกิจกรรมที่เชื่อมโยงต่อเนื่องเป็นห่วงโซ่

การประเมินจำแนกเป็น 2 เครือข่าย ได้แก่

5.1 เครือข่ายวงใน (Internal Network) เป็นเครือข่ายที่แสดงความเข้มแข็งของ SMEs เอง จำแนกได้ 3 หัวข้อได้แก่

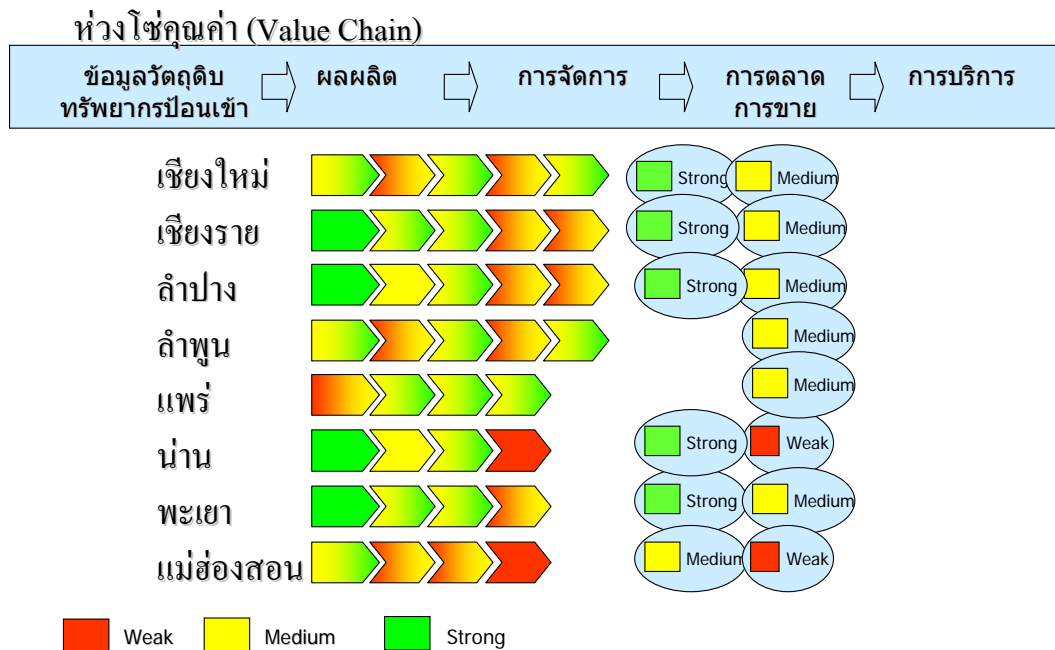
- ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
- แรงขับเคลื่อนแห่งการพัฒนา
- ห่วงโซ่ผู้ความเป็นเลิศของ SMEs

5.2 เครือข่ายวงนอก (External Network) เป็นเครือข่ายวงนอกที่แสดงความช่วยเหลือขององค์กรสนับสนุนภาครัฐและเอกชนที่จะให้การสนับสนุนแก่ SMEs จำแนกได้ 3 หัวข้อได้แก่

- ห่วงโซ่อุปทานระหว่างองค์กร
- เครือข่ายธุรกิจ
- การรวมกลุ่มระดับภูมิภาค

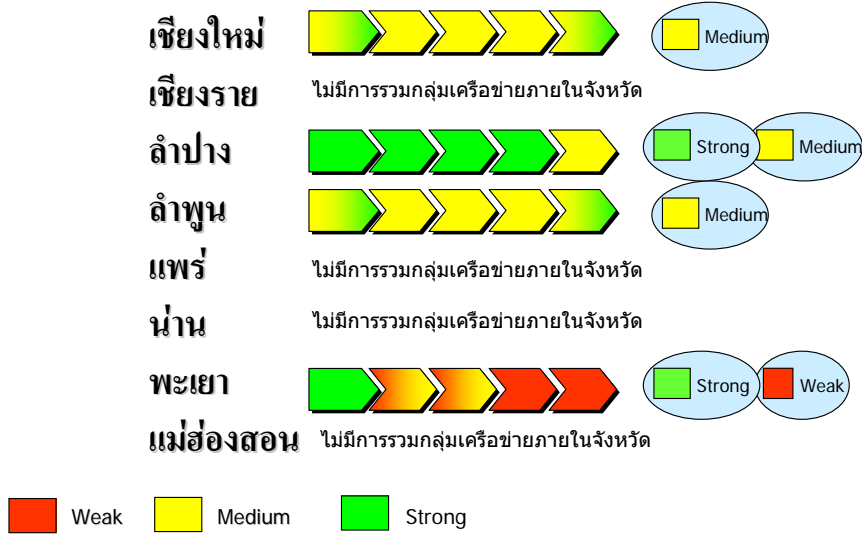
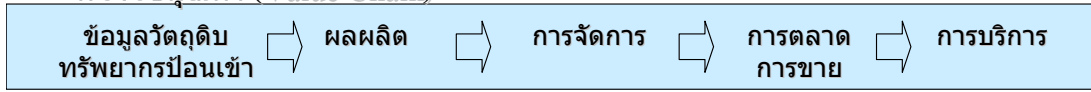
ผลการประเมินโดยให้คนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมิน เครือข่ายภายใน (Track I : SMS) ภาพรวมภูมิภาครายสาขาอุตสาหกรรม

เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาเกษตรกรรม



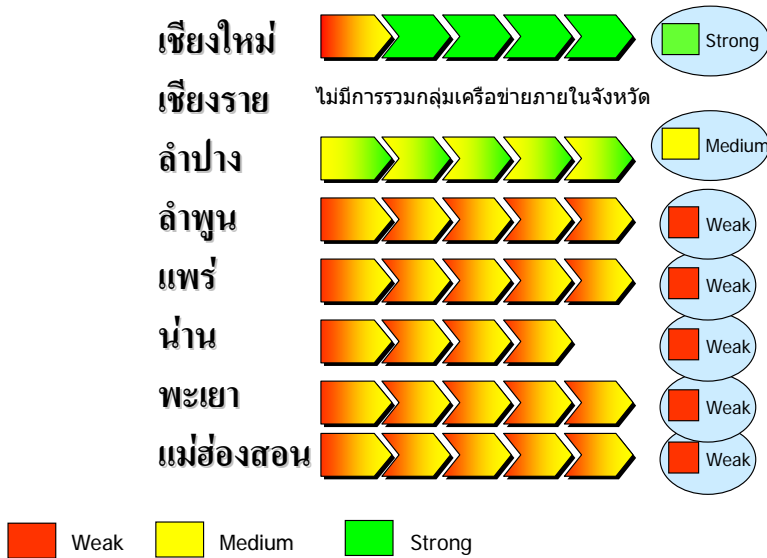
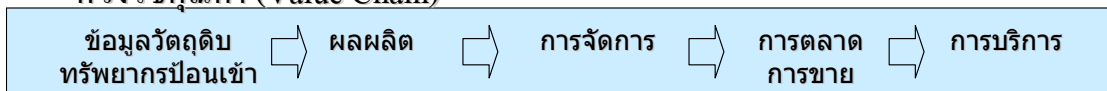
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาอุตสาหกรรมเกษตร

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



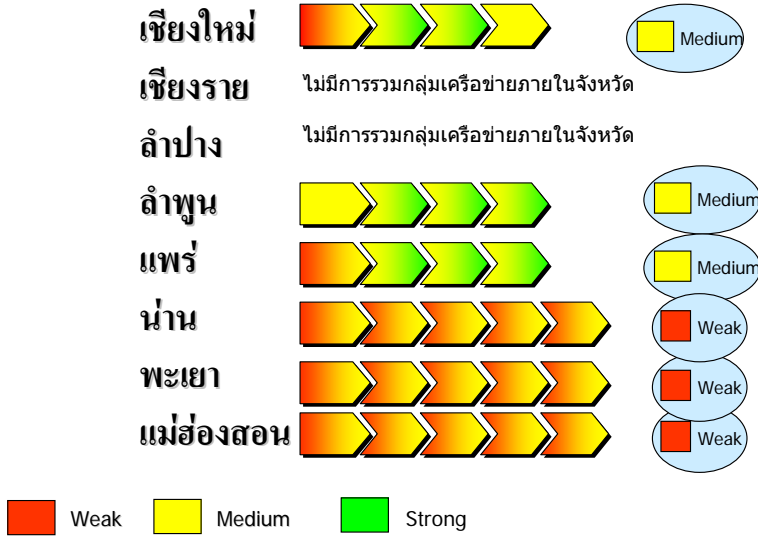
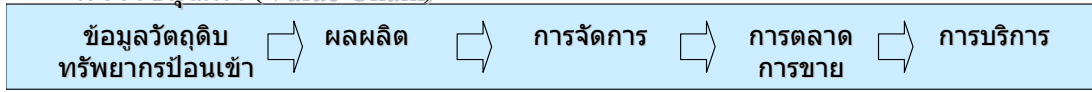
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาหัตถกรรม

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



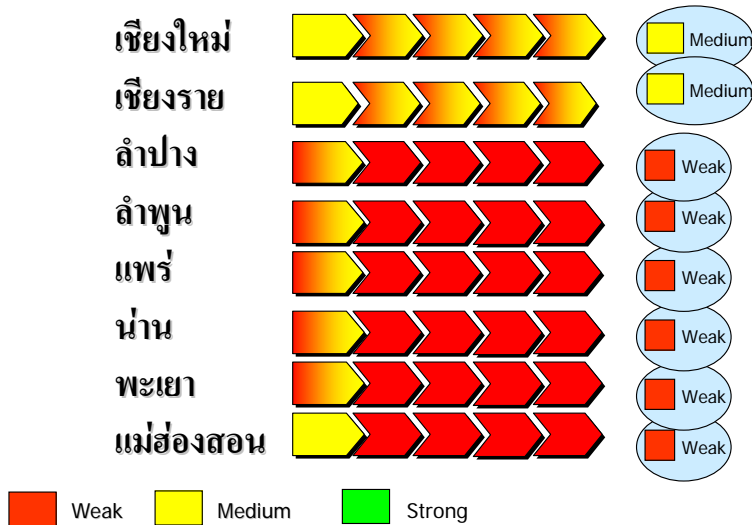
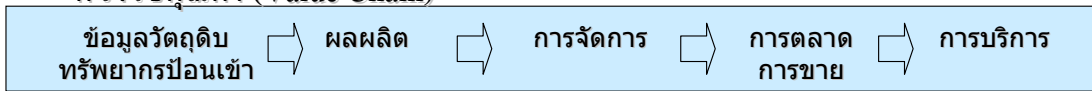
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาแพ้น้*สิ่งทอ

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



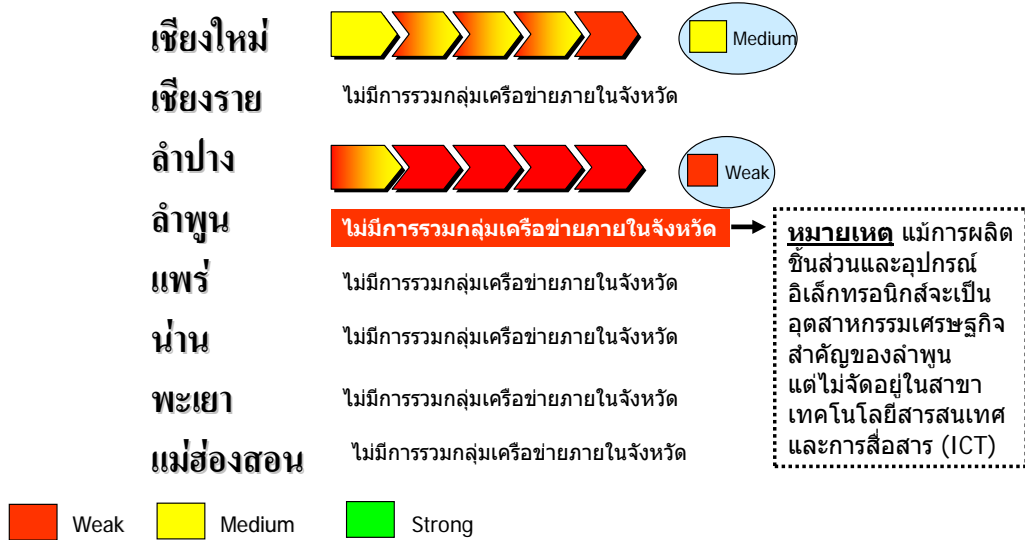
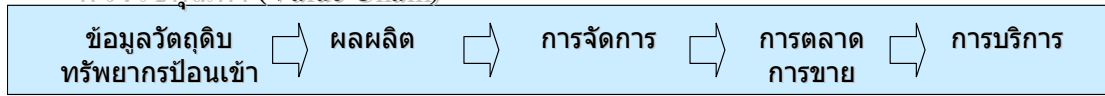
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาท่องเที่ยว

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขา ICT

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

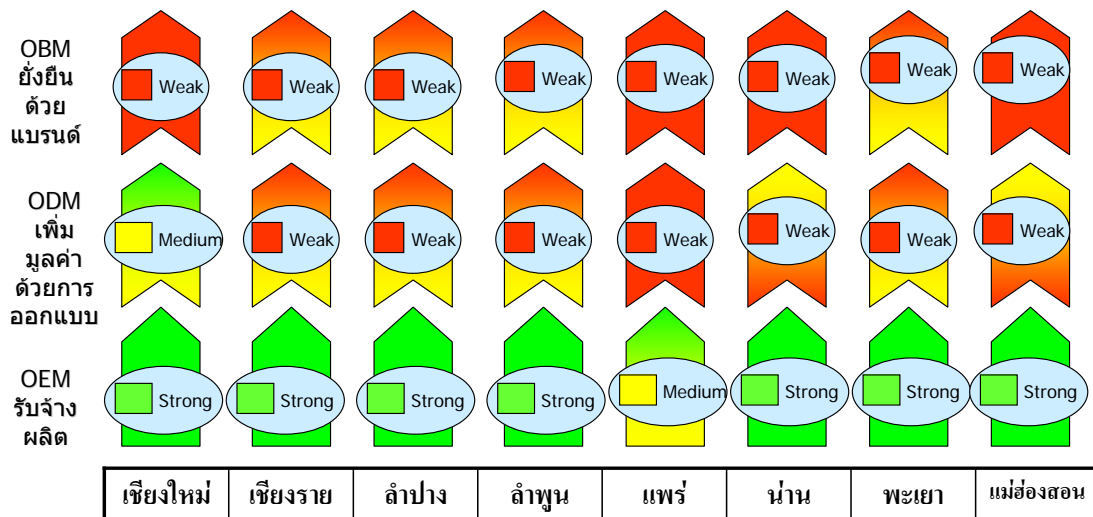


เครือข่ายภายใน (Track I : SMS) Internal Network แรงขับเคลื่อนแห่งการพัฒนา

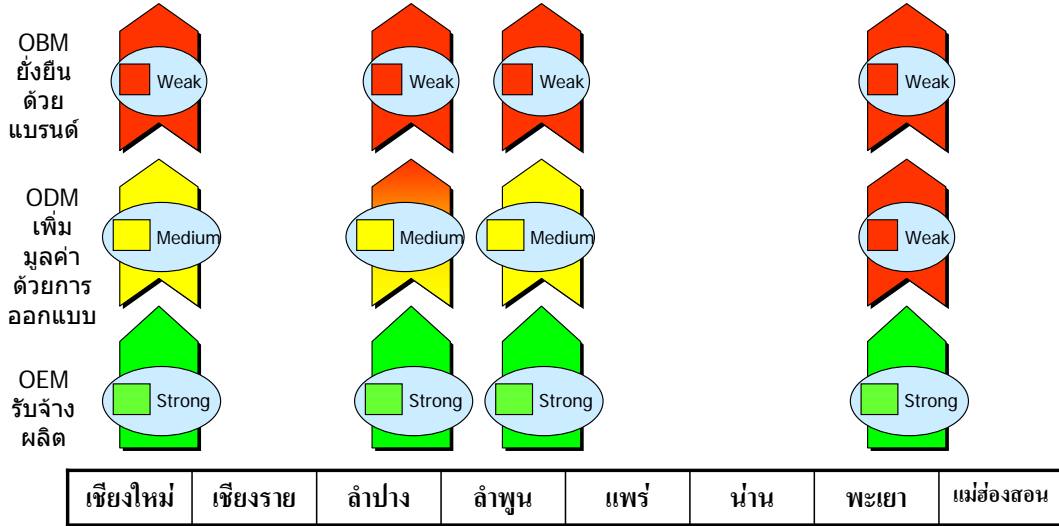
ภาพรวมภูมิภาครายสาขาอุตสาหกรรม

เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาเกษตรกรรม

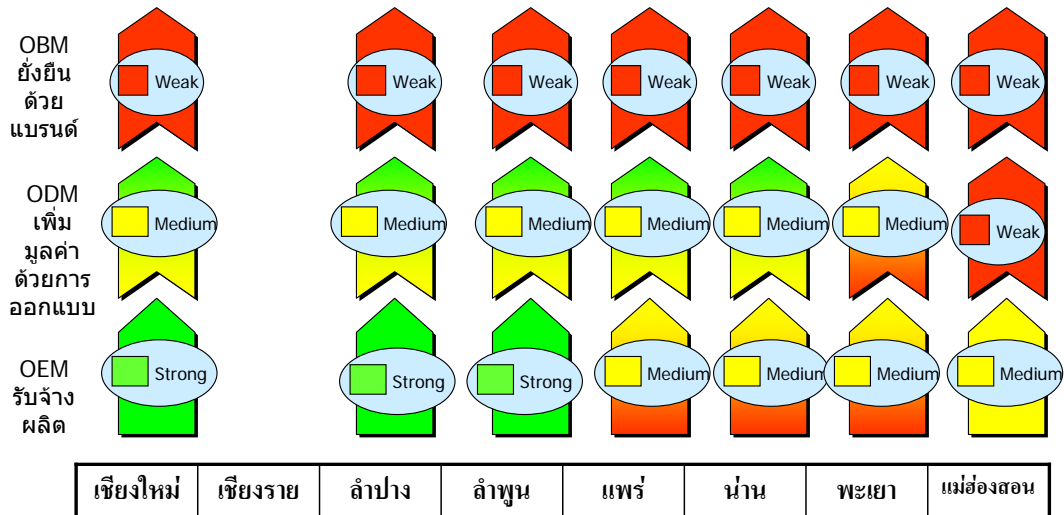
แรงขับเคลื่อนแห่งการพัฒนา



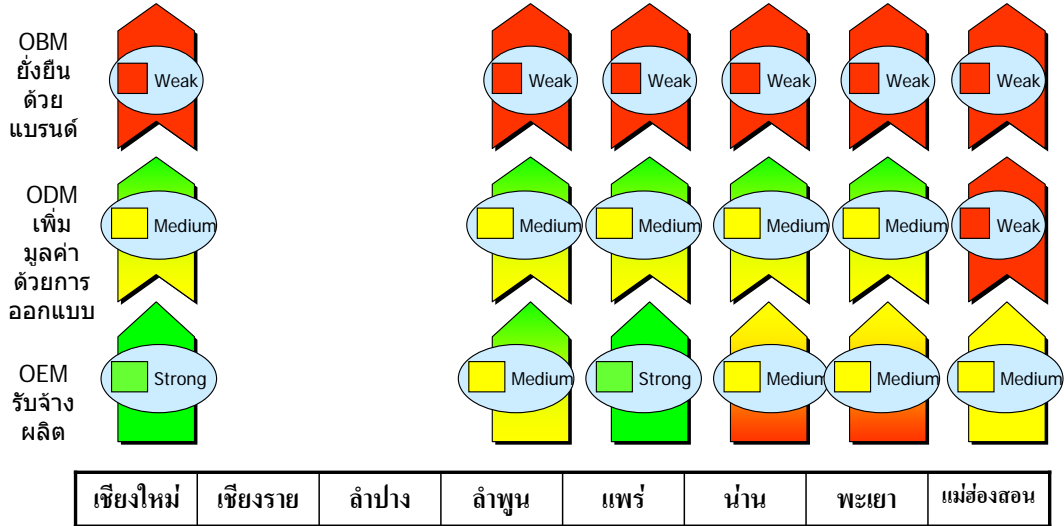
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาอุตสาหกรรมเกษตร
 แรงขับเคลื่อนแห่งการพัฒนา



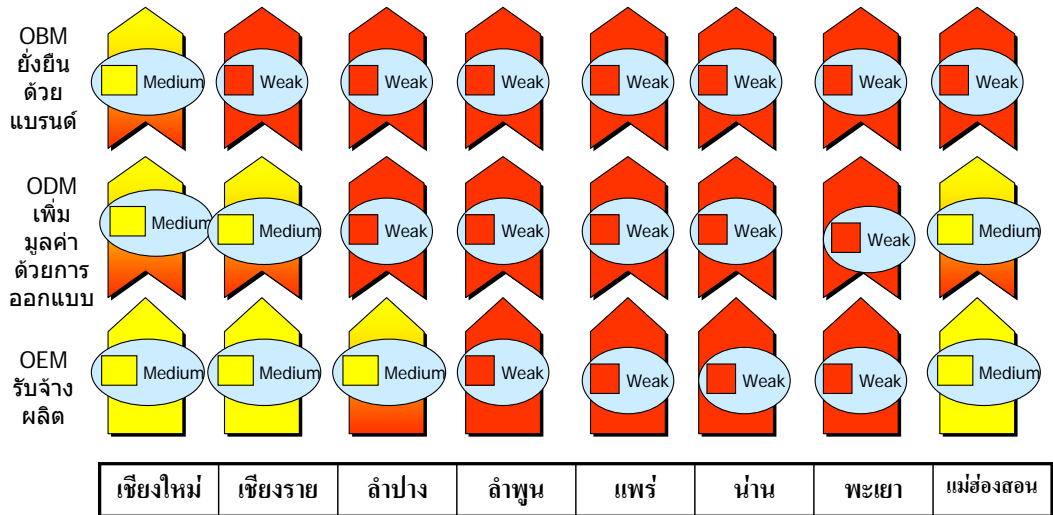
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาหัตถกรรม
 แรงขับเคลื่อนแห่งการพัฒนา



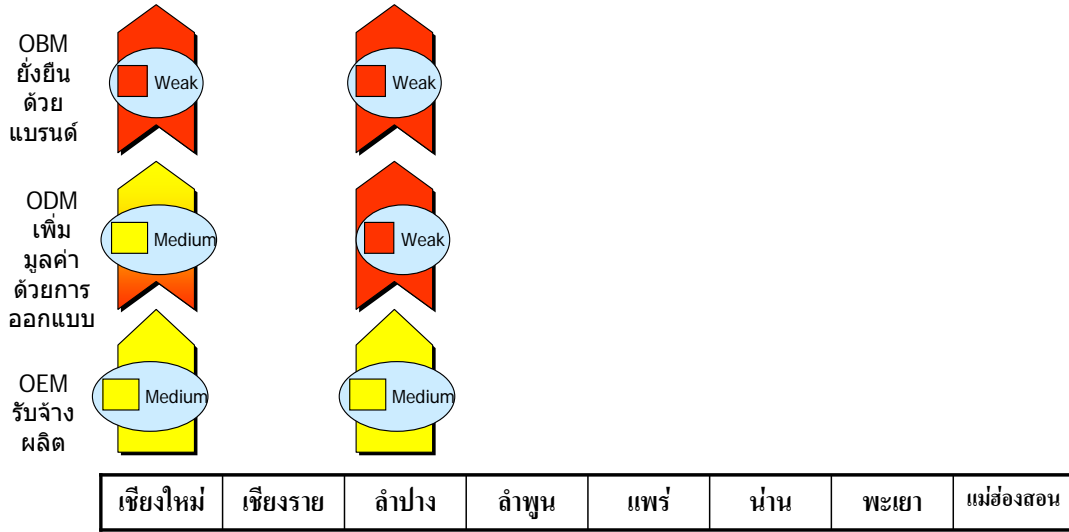
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาแพชั่น*สิ่งทอ
 แรงขับเคลื่อนแห่งการพัฒนา



เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาท่องเที่ยว
 แรงขับเคลื่อนแห่งการพัฒนา



เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขา ICT แรงขับเคลื่อนแห่งการพัฒนา

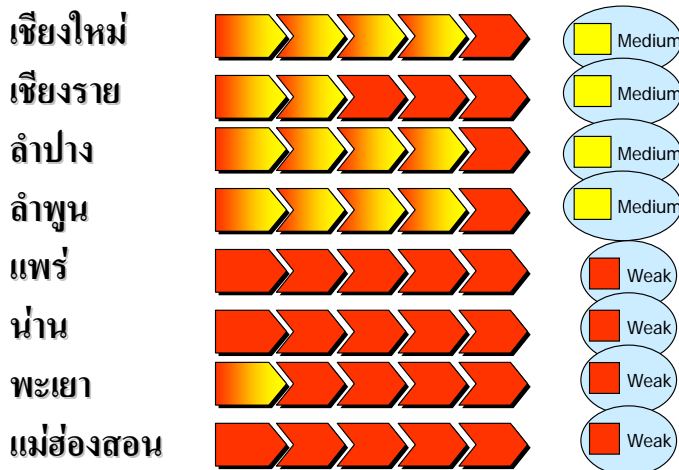
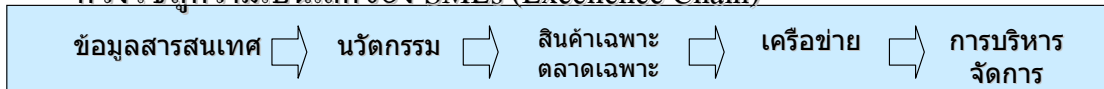


เครือข่ายภายใน (Track I : SMS) Internal Network

ห่วงโซ่สู่ความเป็นเลิศของ SMEs (Excellence Chain) ภาพรวมภูมิภาครายสาขาอุตสาหกรรม

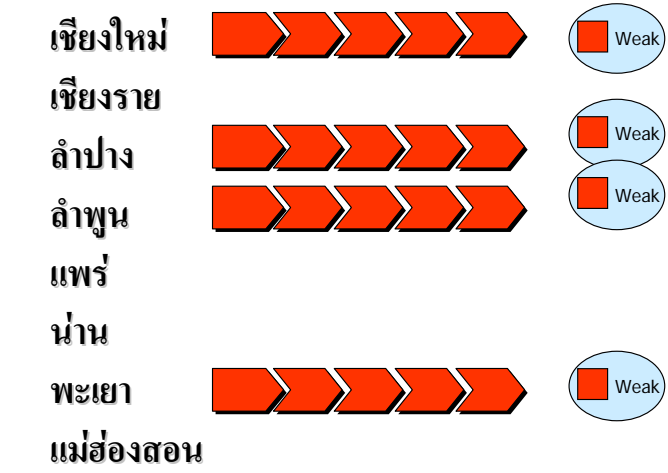
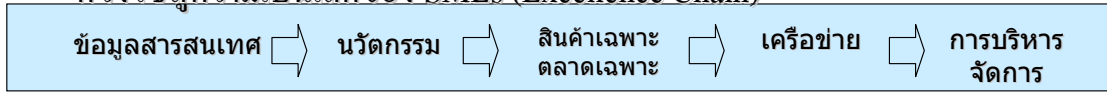
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาเกษตรกรรม

ห่วงโซ่สู่ความเป็นเลิศของ SMEs (Excellence Chain)



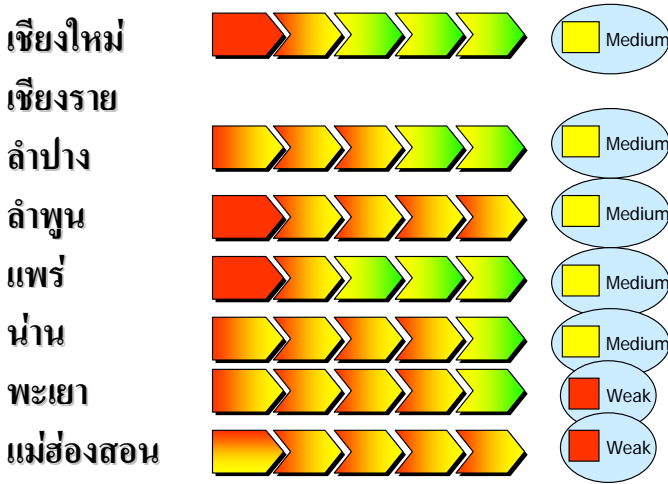
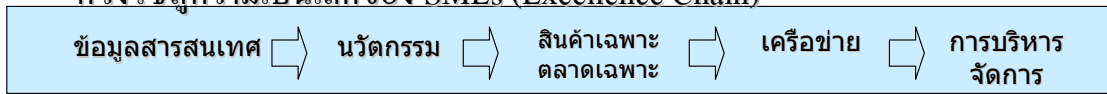
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาอุตสาหกรรมเกษตร

ห่วงโซ่สู่ความเป็นเลิศของ SMEs (Excellence Chain)



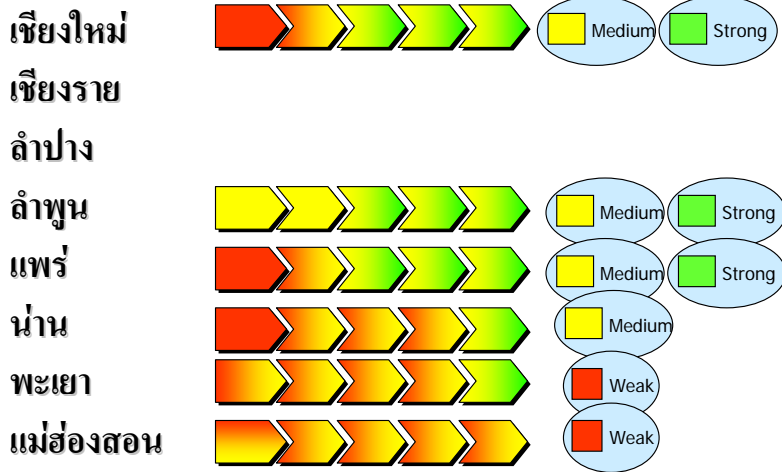
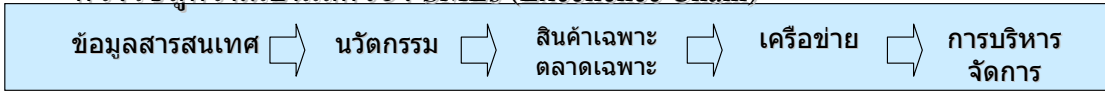
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาหัตถกรรม

ห่วงโซ่สู่ความเป็นเลิศของ SMEs (Excellence Chain)



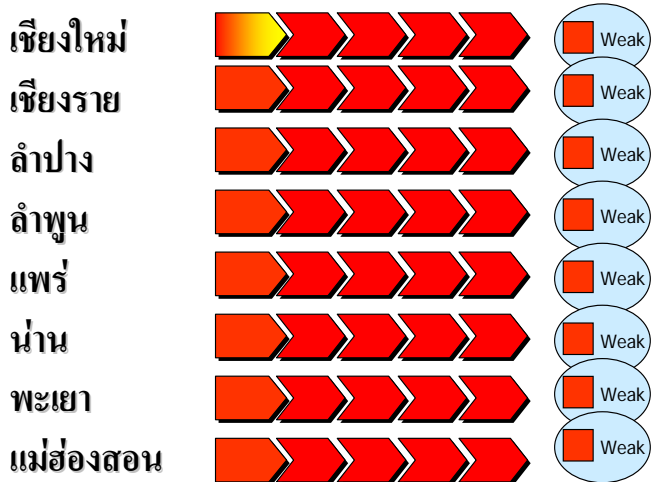
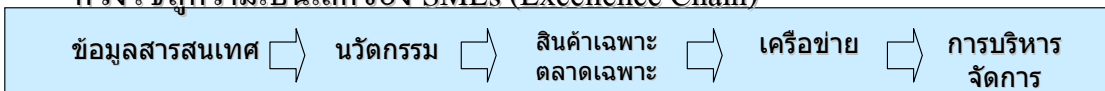
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาสิงทอ

ห่วงโซ่สู่ความเป็นเลิศของ SMEs (Excellence Chain)



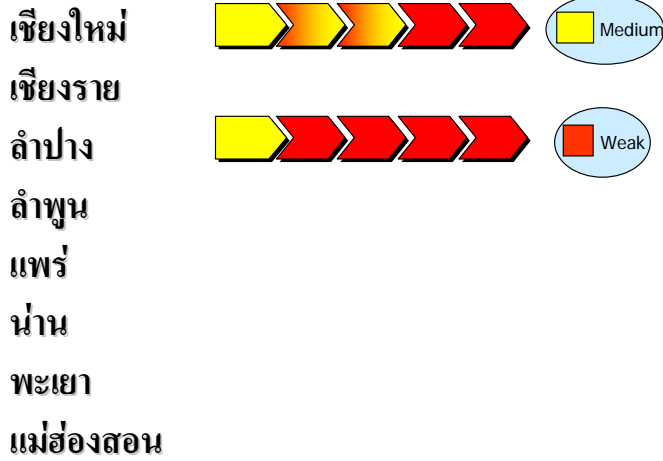
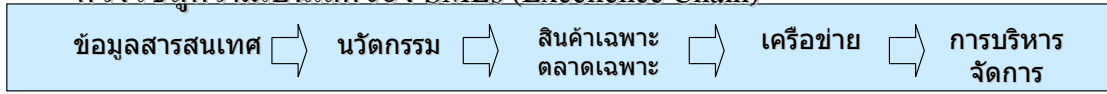
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขาท่องเที่ยว

ห่วงโซ่สู่ความเป็นเลิศของ SMEs (Excellence Chain)



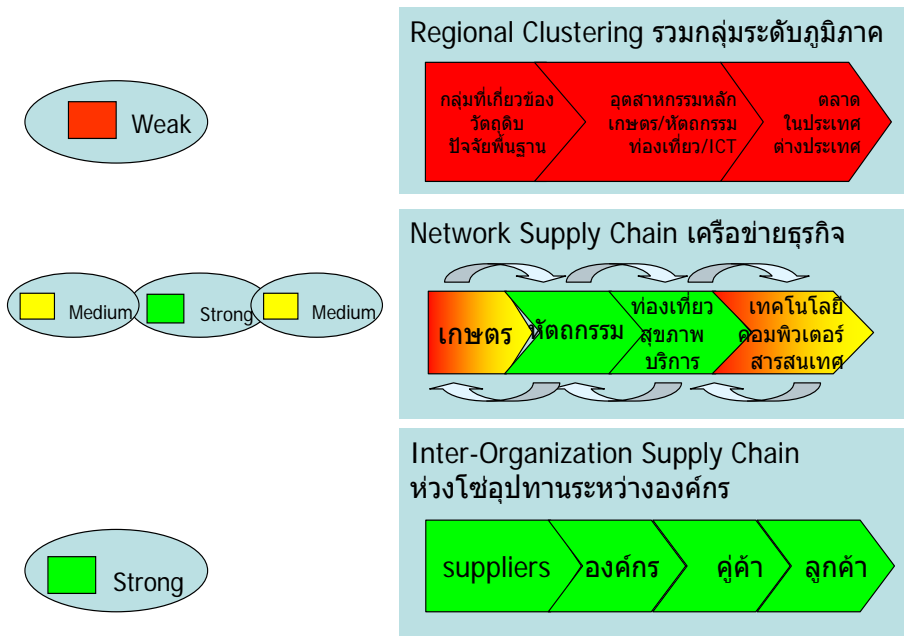
เครือข่ายภายใน (Internal Network) สาขา ICT

ห่วงโซ่สู่ความเป็นเลิศของ SMEs (Excellence Chain)

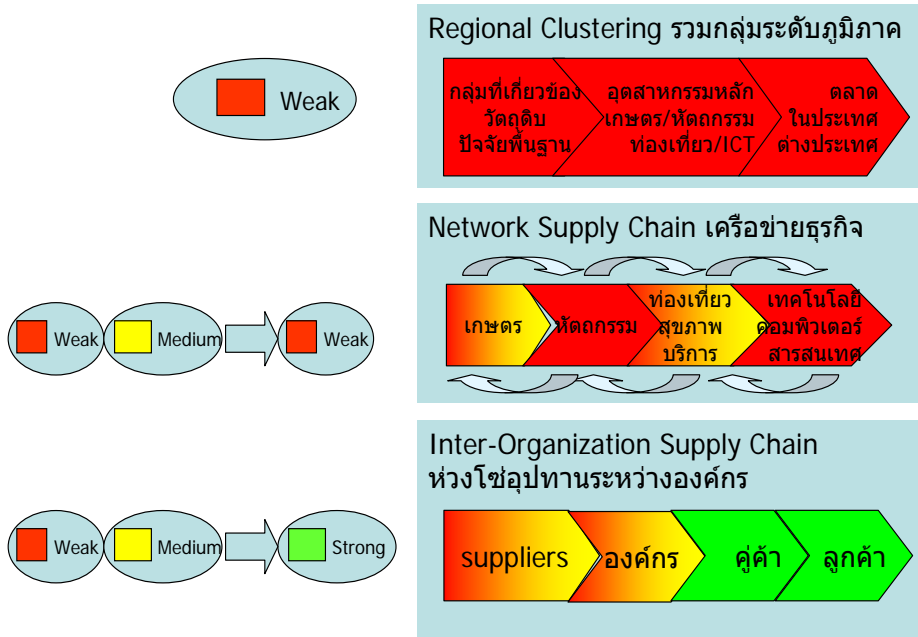


ความสัมพันธ์ 3 เครือข่ายวงนอก รายจังหวัด (Track II : Supporting)

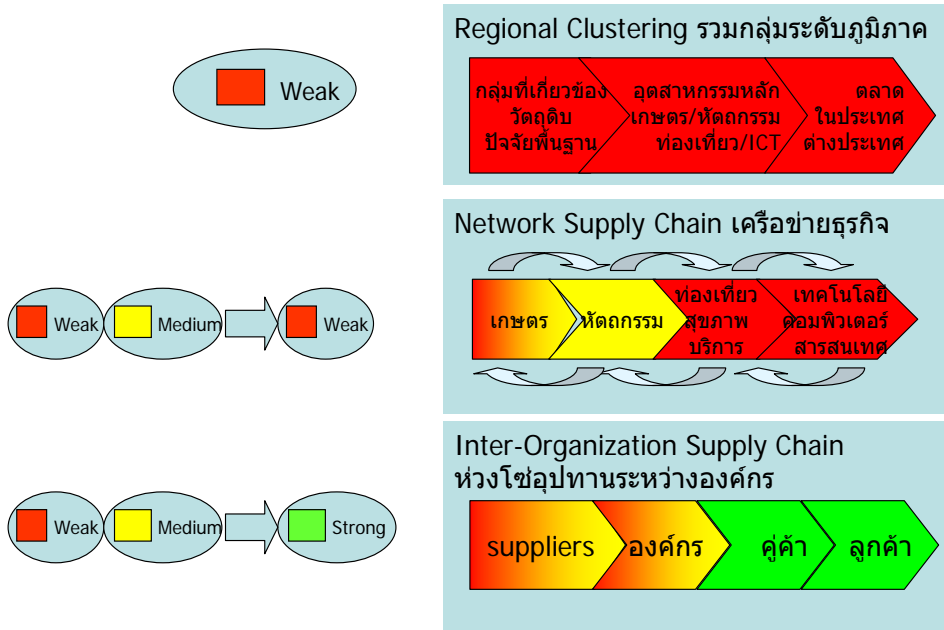
เครือข่ายวงนอกภาครัฐ จังหวัดเชียงใหม่



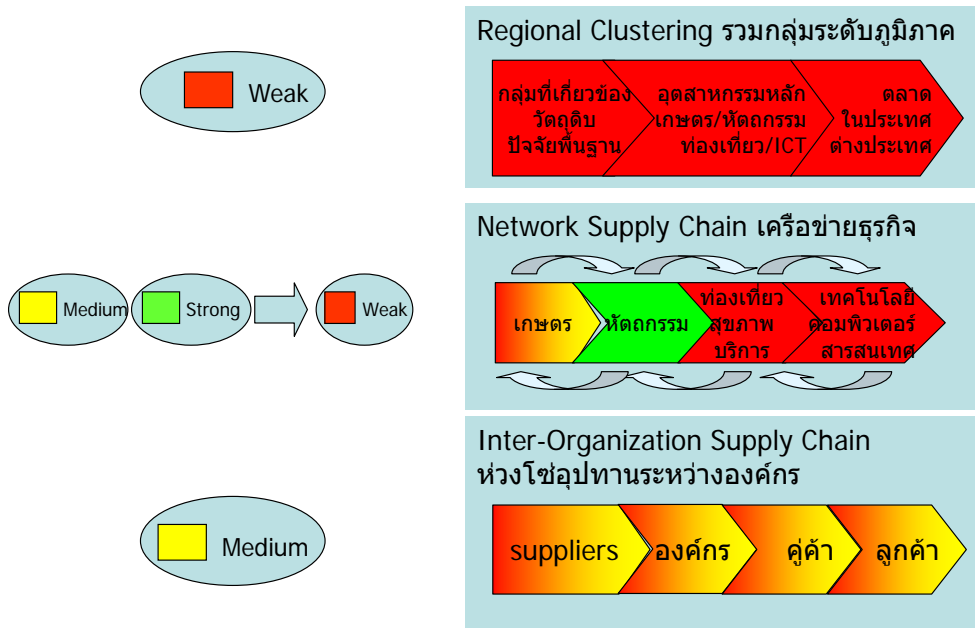
เครือข่ายวงนอกราชรัฐ จังหวัดเชียงราย



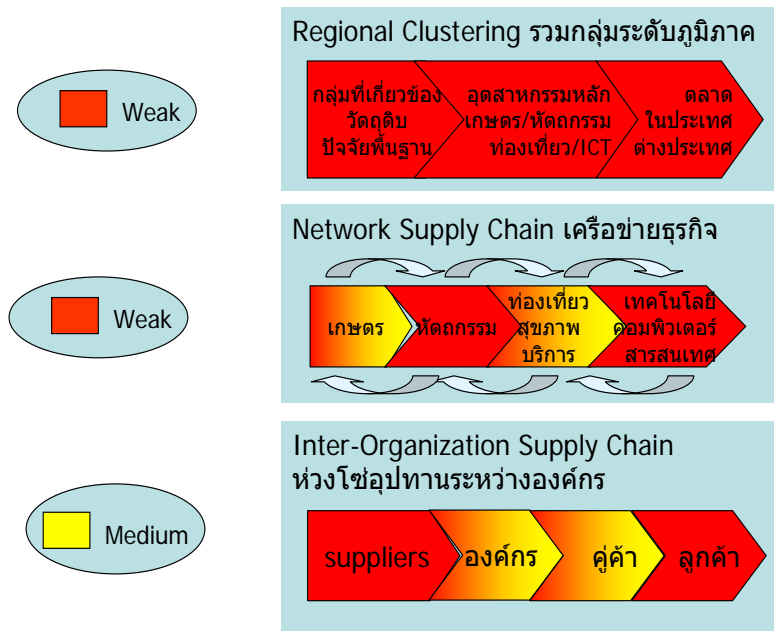
เครือข่ายวงนอกราชรัฐ จังหวัดลำพูน



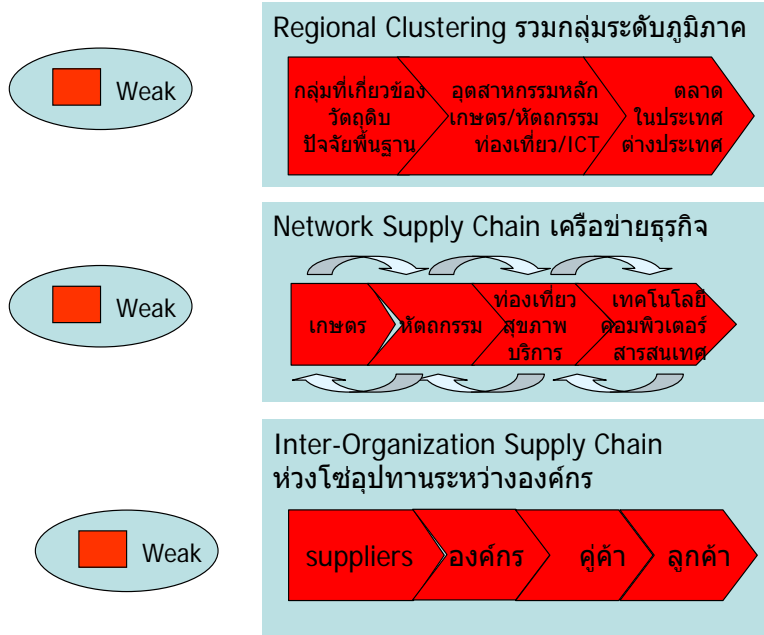
เครือข่ายวงนอกราชรัฐ จังหวัดลำปาง



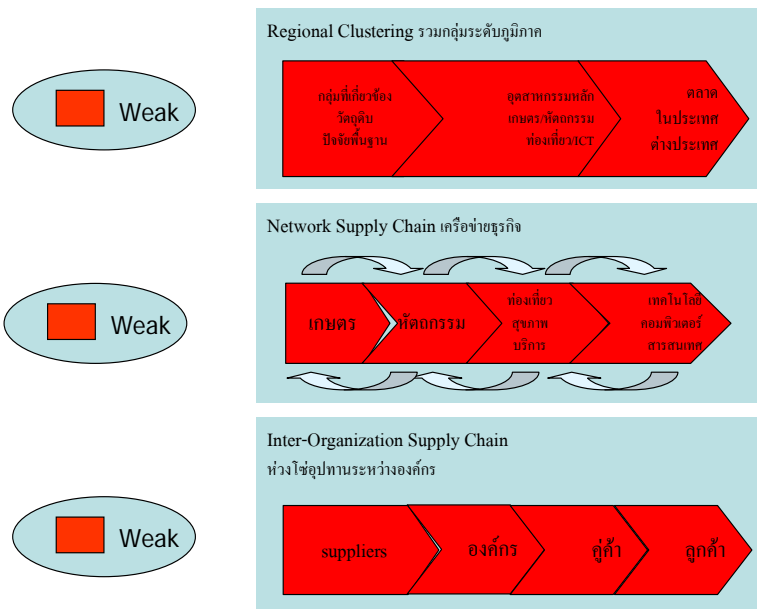
เครือข่ายวงนอกราชรัฐ จังหวัดพะเยา



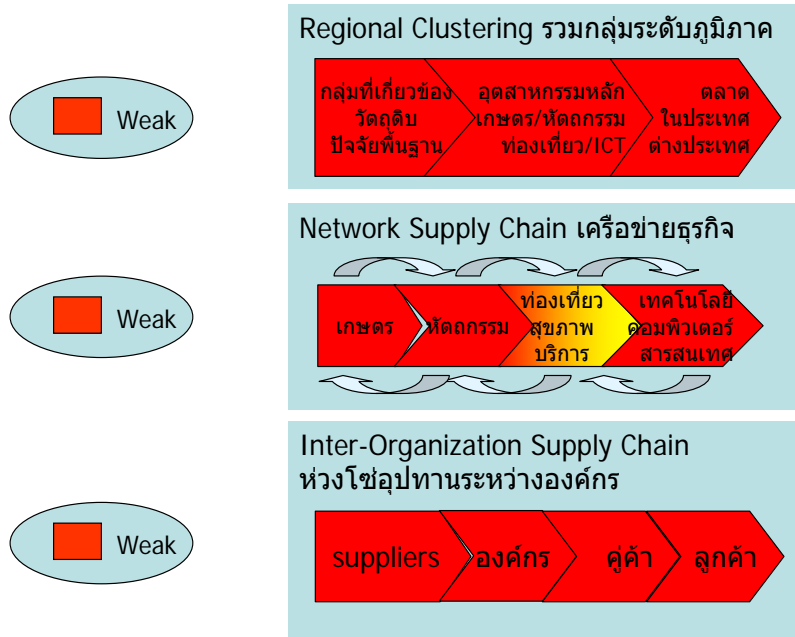
เครือข่ายวงนอกราชรัฐ จังหวัดแพร่



เครือข่ายวงนอกราชรัฐ จังหวัดน่าน



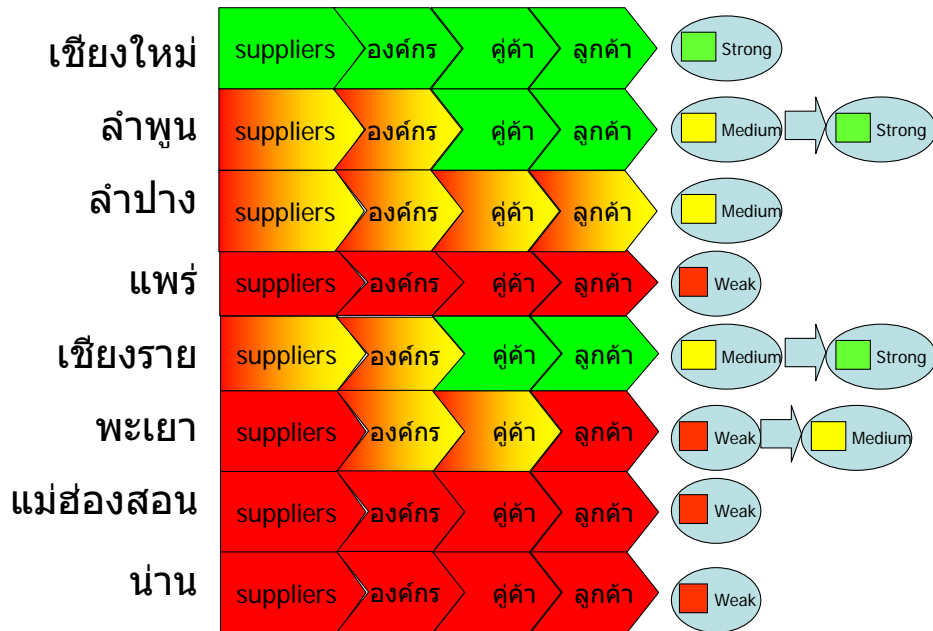
เครือข่ายวงนอกภาครัฐ จังหวัดแม่ฮ่องสอน



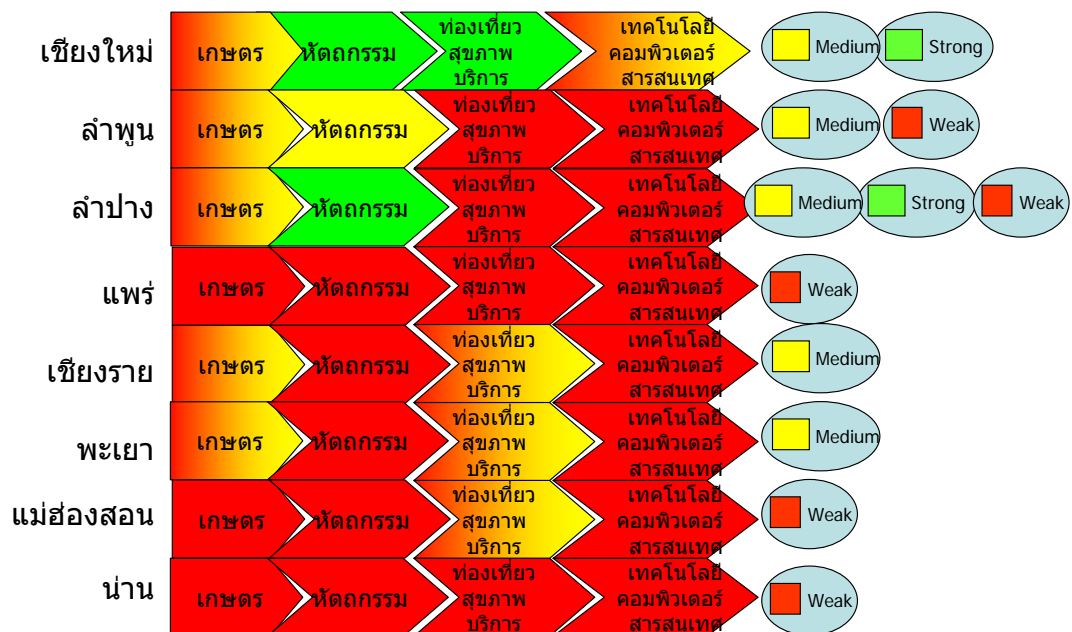
- ประเด็นสำคัญในการปรับเปลี่ยนจุดอ่อนเป็นจุดแข็ง นำสู่การสร้างความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขันให้แก่ SMEs ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัดในอุตสาหกรรมเป้าหมายทั้ง 4 ได้แก่
- โครงสร้างพื้นฐานด้านกายภาพของสังคมยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงการกระจายโครงสร้างพื้นฐานครอบคลุมทั้ง 8 จังหวัดเป็นสิ่งที่จำเป็น
 - การศึกษา ยังมีช่องว่างทางการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาอยู่มากทำให้แรงงานขาดคุณภาพและไม่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม
 - ระบบราชการขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเทียบกับความรวดเร็วฉับไวในการแข่งขันของโลกธุรกิจ
 - ขาดการคิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่อันนำมาซึ่งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะที่เอื้อต่อการผลิตงาน Handmade ที่มีประสิทธิภาพด้านกำลังการผลิต
 - การกระจายเงินทุนภายในประเทศยังขาดประสิทธิภาพ

ความสัมพันธ์ 3 เครือข่ายวงนอก ภาพรวมของภูมิภาคเหนือตอนบน

Inter-Organization Supply Chain (ห่วงโซ่อุปทานระหว่างองค์กร)



Network Supply Chain (เครือข่ายธุรกิจรายจังหวัด)



Regional Clustering

การรวมกลุ่มเชื่อมโยงเครือข่ายอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค



ผลการประเมินความได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนทั้ง (2) การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (3) การประเมินทุน (4) การประเมินห่วงโซ่คุณค่า (1) การประเมิน ตัวแบบเพชร สรุปได้เป็น แผนปฏิบัติการ (Action Plan) รายสาขาอุตสาหกรรม

6. บทสรุปผลการสำรวจข้อจำกัดการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

สรุปปัญหาที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ต้องการให้มีการปรับปรุงแก้ไข

- ด้านผู้ประกอบการ มีปัญหาในเรื่องระบบการจัดการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ การปรับตัวต่อภาวะภายนอกที่มีผลกระทบ การแสวงหาความรู้ข้อมูลและการประยุกต์ใช้ การตลาดเชิงรุก การบริหารการเงิน และการพัฒนาพันธมิตรธุรกิจ การปรับความคิดจากการแข่งขันด้านราคา มาเป็นการพัฒนานวัตกรรมและการพัฒนาตลาดเฉพาะ

- ด้านแรงงานซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าที่สำคัญในทุกๆภาคอุตสาหกรรมนั้น ประสบปัญหาในด้านทัศนคติแรงงานที่ไม่เอื้อต่อการทำงานแบบมีอาชีพและการเติบโตของอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก ทัศนคติดังกล่าวได้แก่ การไม่มีวินัยในการทำงาน การหยุดงานในช่วงเทศกาล เป็นต้น นอกจากนี้ประเด็นเรื่องคุณภาพฝีมือแรงงาน ทักษะและความรู้เชิงลึกในสายงาน การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงาน ทักษะการสื่อสารด้านภาษา ความรับผิดชอบในหน้าที่ ยังเป็นเรื่องที่ควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

- วัตถุดิบในการผลิต ยังมีปัญหาในด้านคุณภาพและความไม่หลากหลายของวัตถุดิบในพื้นที่ และเริ่มประสบภาวะการณ์ขาดแคลนวัตถุดิบในบางอุตสาหกรรม ขาดการแสวงหาแหล่งทดแทน ต้องพึ่งพิงการนำเข้า สำหรับวัตถุดิบใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต้องการการปรับปรุงดูแลและฟื้นฟูทัศนียภาพ

- สถาบันสนับสนุน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีปัญหาในการเข้าถึงบริการของสถาบันการเงิน ในด้านเงื่อนไขการให้สินเชื่อ การติดต่อหรือการรับบริการจากหน่วยงานของภาครัฐก็ยังเป็นประเด็นปัญหาที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเด็นของการขาดความสะดวกในการติดต่อ เนื่องจากการแบ่งส่วนการทำงาน ขาดการบูรณาการที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ

- สถาบันการศึกษาซึ่งมีบทบาทสำคัญในด้านการผลิตบุคลากรและงานวิจัยป้อนให้กับอุตสาหกรรมในพื้นที่ ยังคงมีปัญหาในด้านประสิทธิภาพและความสอดคล้องตามความต้องการของผู้ประกอบการ

- อุตสาหกรรมสนับสนุนสำหรับอุตสาหกรรมหลักในพื้นที่เองยังต้องการการพัฒนาอีกมาก เช่น ธุรกิจด้านลอจิสติกส์ บรรจภัณฑ์ เป็นต้น

บทที่ 4

การแปลงความได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่ลงสู่แผนงานโครงการ

การประเมินความได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนทั้ง (1) การประเมินตัวแบบเพชร (2) การประเมินทุน (3) การประเมิน Network (4) การประเมินความสามารถในการแข่งขันนำสู่การจัดทำกลยุทธ์และแผนงานโครงการ โดยทีมวิจัยด้วยแนวคิดศักยภาพการพัฒนาด้วยการขับเคลื่อน 3 ระยะ

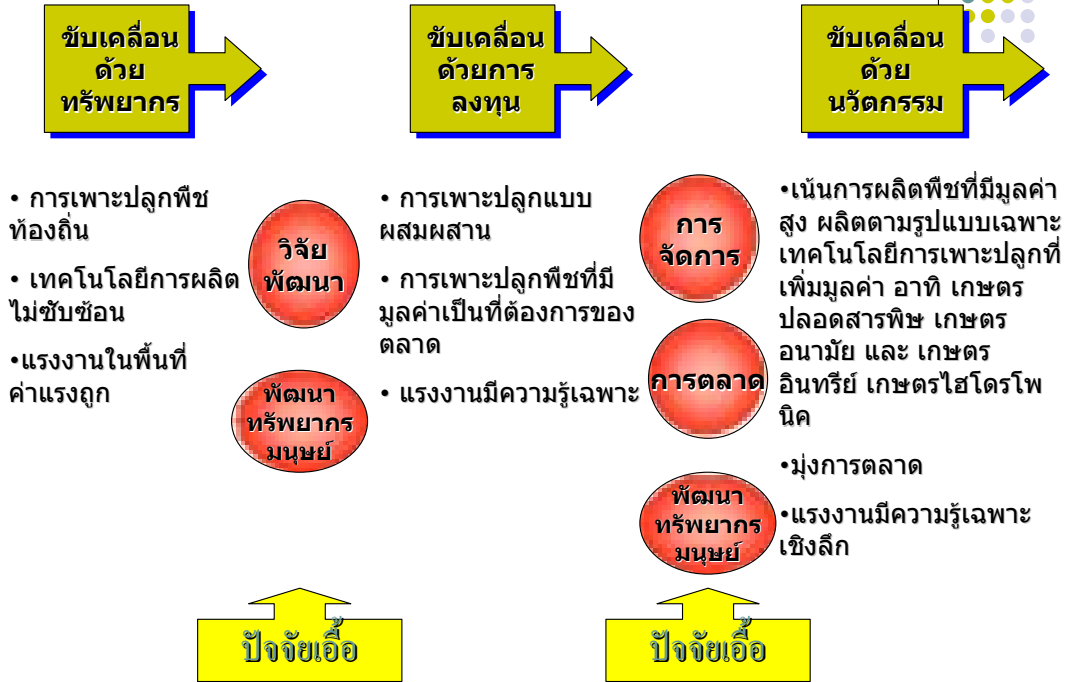
- ขับเคลื่อนด้วยทรัพยากร
- ขับเคลื่อนด้วยการลงทุน
- ขับเคลื่อนนวัตกรรม

จัดทำเป็นแผนงานโครงการ แสดงเป็นรายสาขาอุตสาหกรรม ดังต่อไปนี้

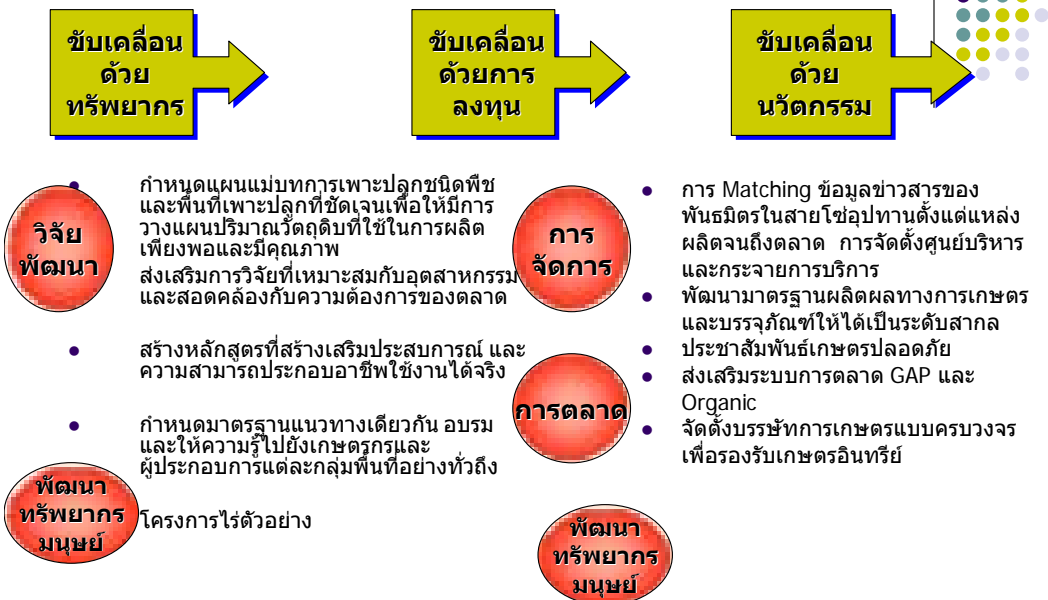
- กลยุทธ์และแผนงานโครงการสาขาเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร
- กลยุทธ์และแผนงานโครงการสาขาหัตถอุตสาหกรรม แฟชั่น สิ่งทอ
- กลยุทธ์และแผนงานโครงการสาขาการท่องเที่ยว
- กลยุทธ์และแผนงานโครงการสาขา ICT

แผนงานโครงการที่นำเสนอ โดยทีมวิจัยใน บทนี้จะนำสู่การบูรณาการโครงการส่งเสริมพัฒนา SMEs ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัดในบทต่อไป

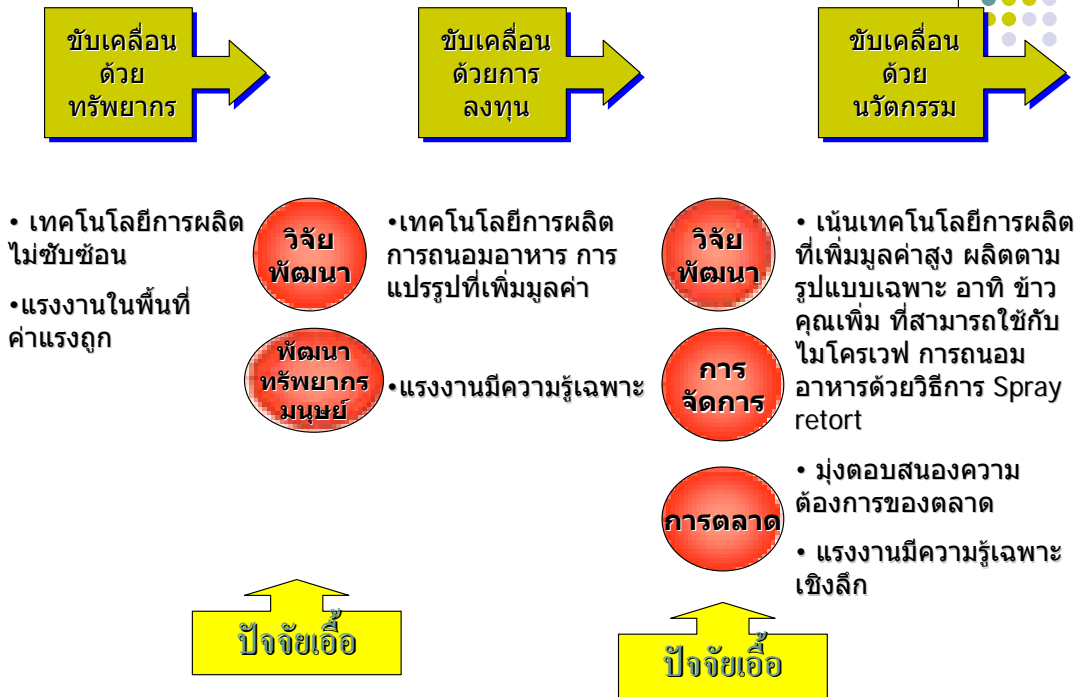
กลยุทธ์เกษตรกรรม



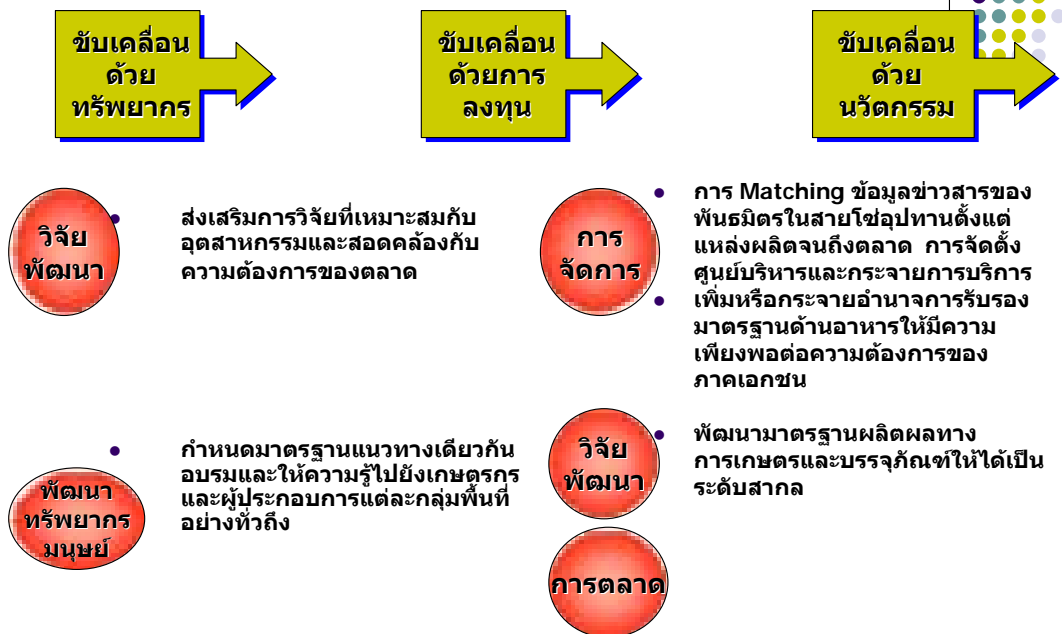
แผนงานโครงการเกษตรกรรม



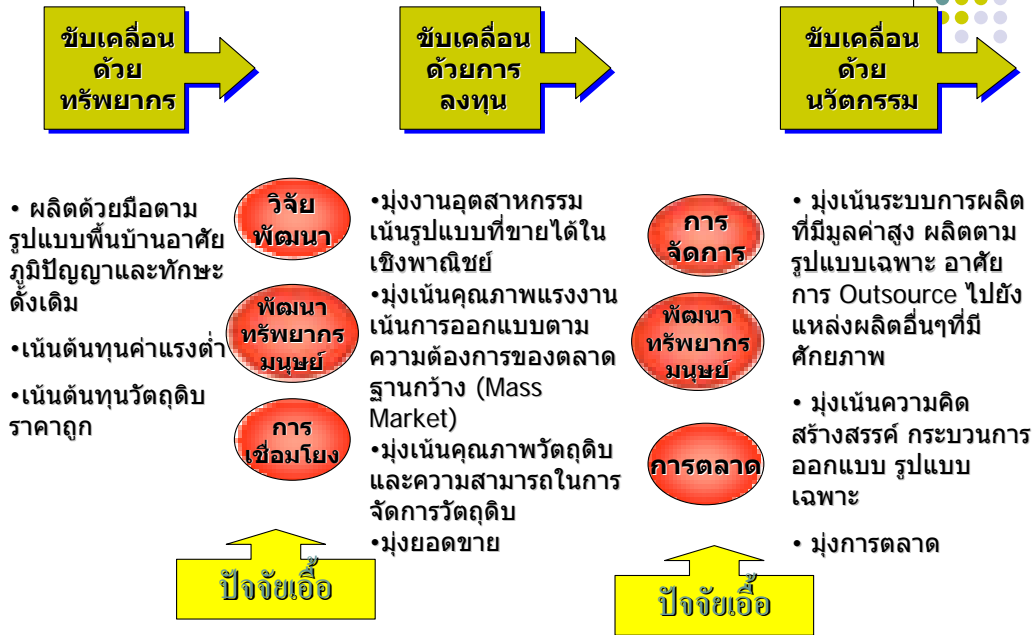
กลยุทธ์อุตสาหกรรมเกษตร



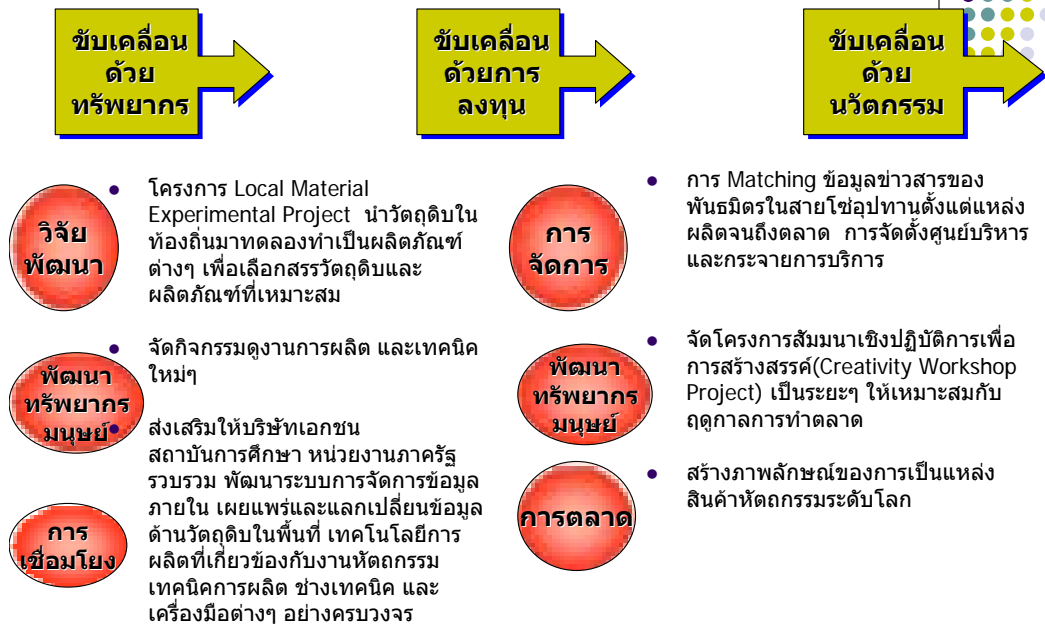
แผนงาน โครงการอุตสาหกรรมเกษตร



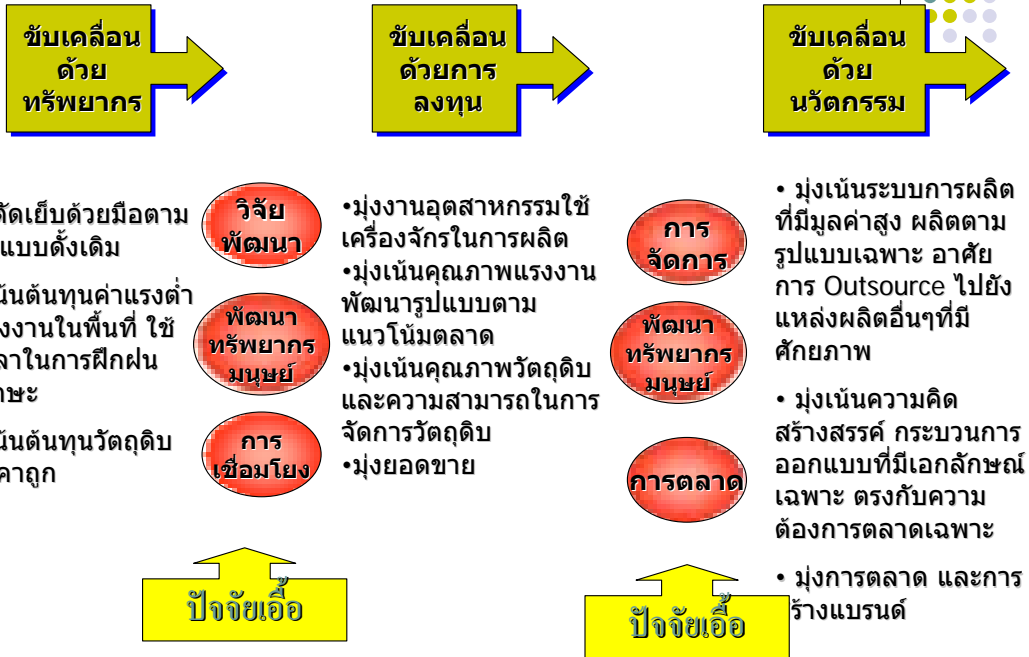
กลยุทธ์หัตถกรรม



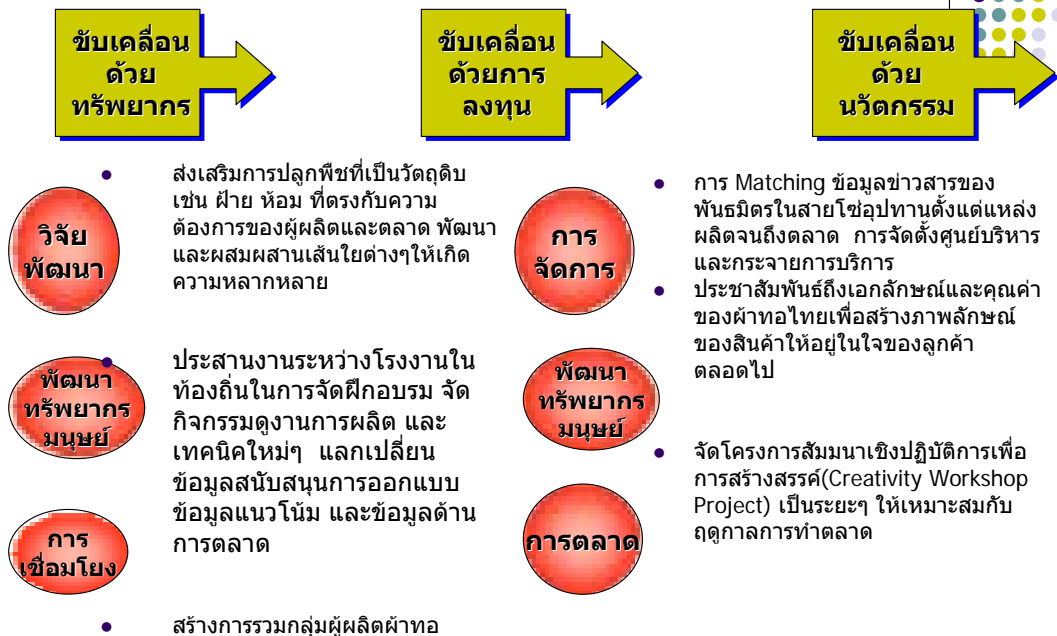
แผนงานโครงการหัตถกรรม



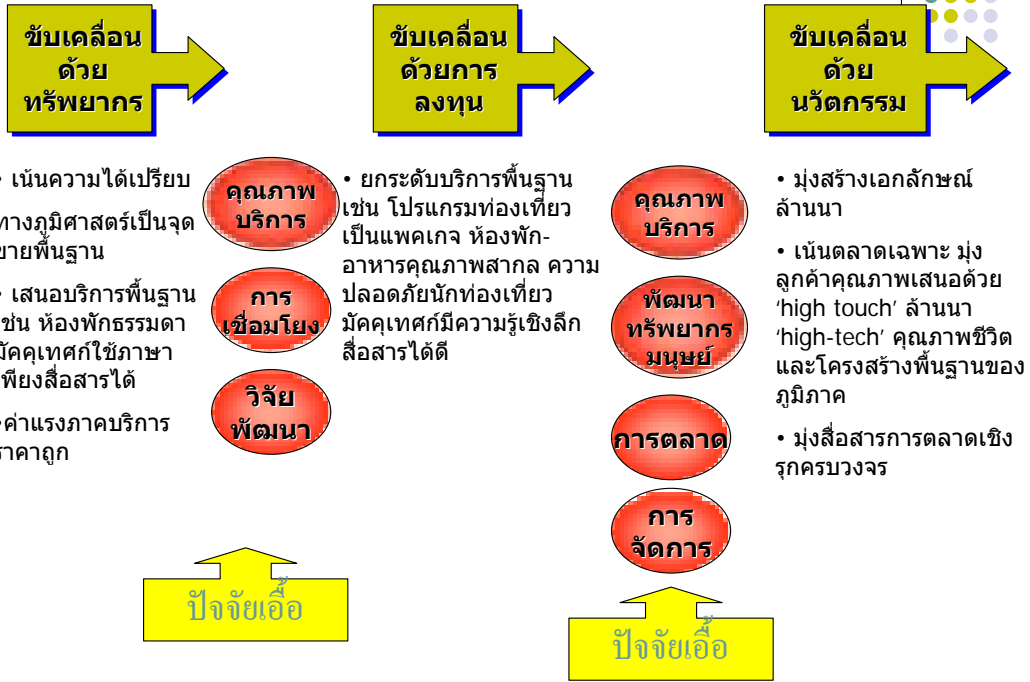
กลยุทธ์สิ่งทอ



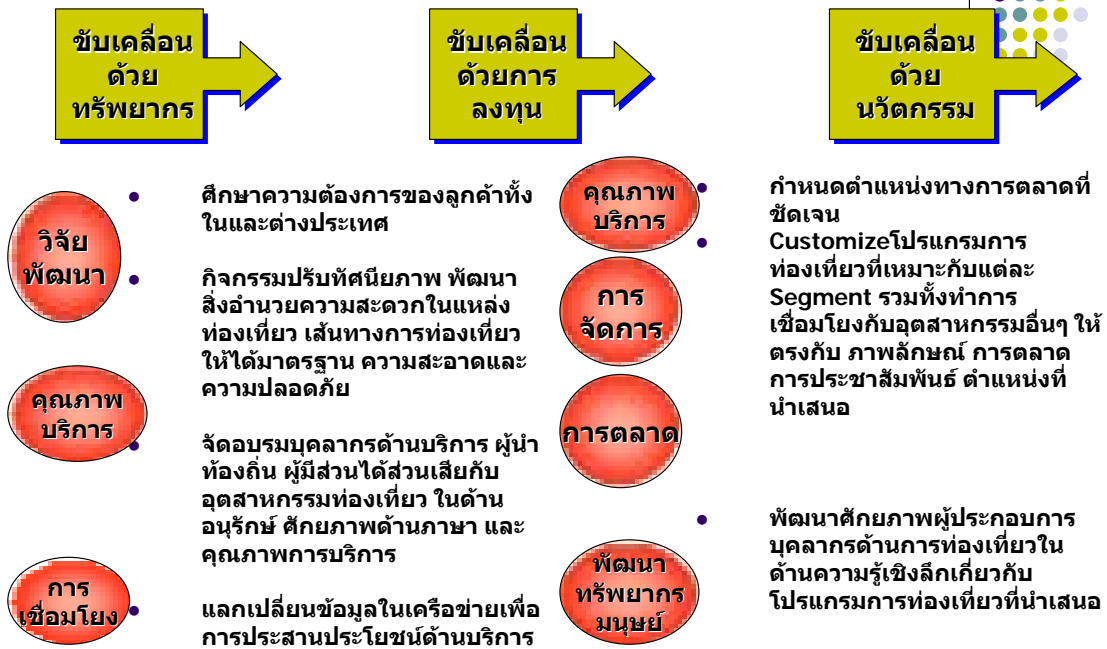
แผนงานโครงการสิ่งทอ



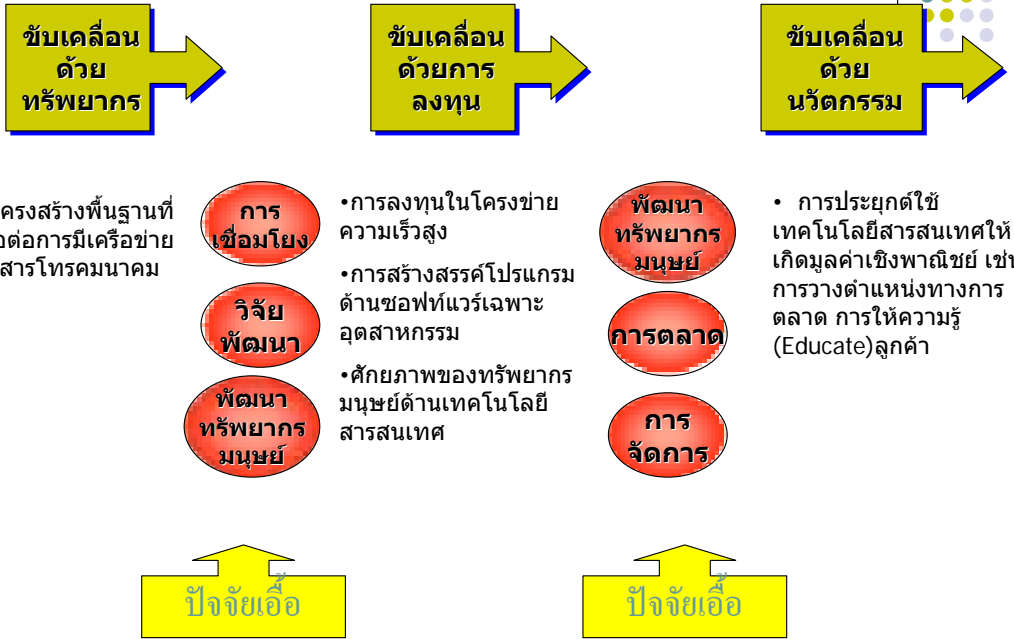
กลยุทธ์ท่องเที่ยว



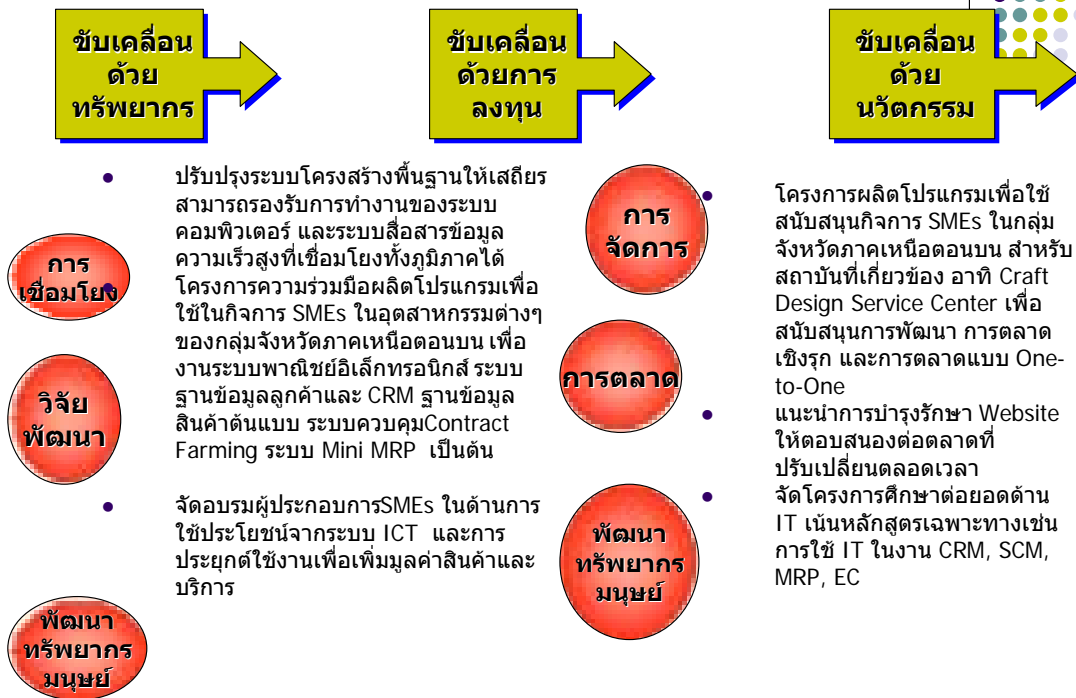
แผนงานโครงการท่องเที่ยว



กลยุทธ์ ICT



แผนงานโครงการ ICT



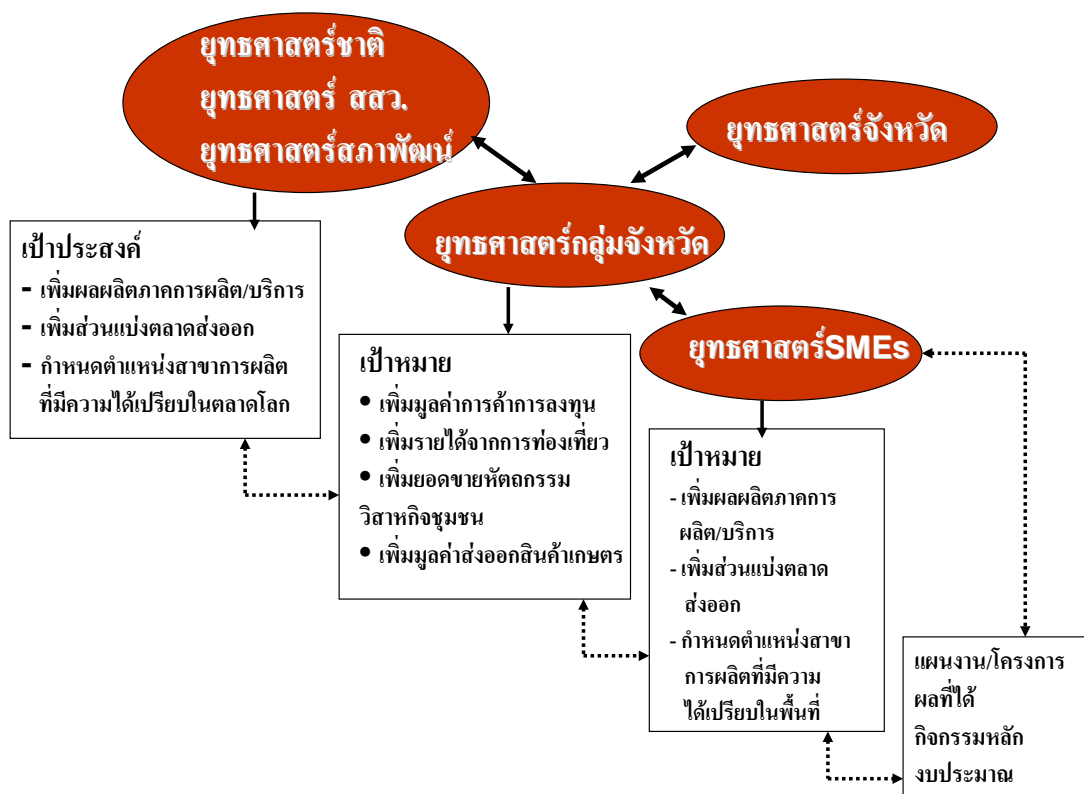
บทที่ 5

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

(พ.ศ. 2545-2549)

บูรณาการแนวความคิดส่งเสริมพัฒนา SMEs จากภาครัฐ (Top Down)

ความต้องการของพื้นที่ (Bottom Up) และ โครงการจากทีมศึกษา

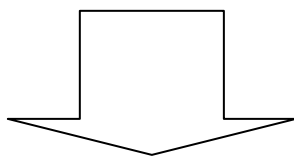


วิสัยทัศน์ SMEs กลุ่มจังหวัดล้านนา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นพลังขับเคลื่อนฐานเศรษฐกิจที่มีอยู่เดิม และสร้างขึ้นใหม่ให้เกิดความยั่งยืนบนฐานของทรัพยากร วัฒนธรรมล้านนาและนวัตกรรมด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

พันธกิจและเป้าประสงค์กลุ่มจังหวัดล้านนา

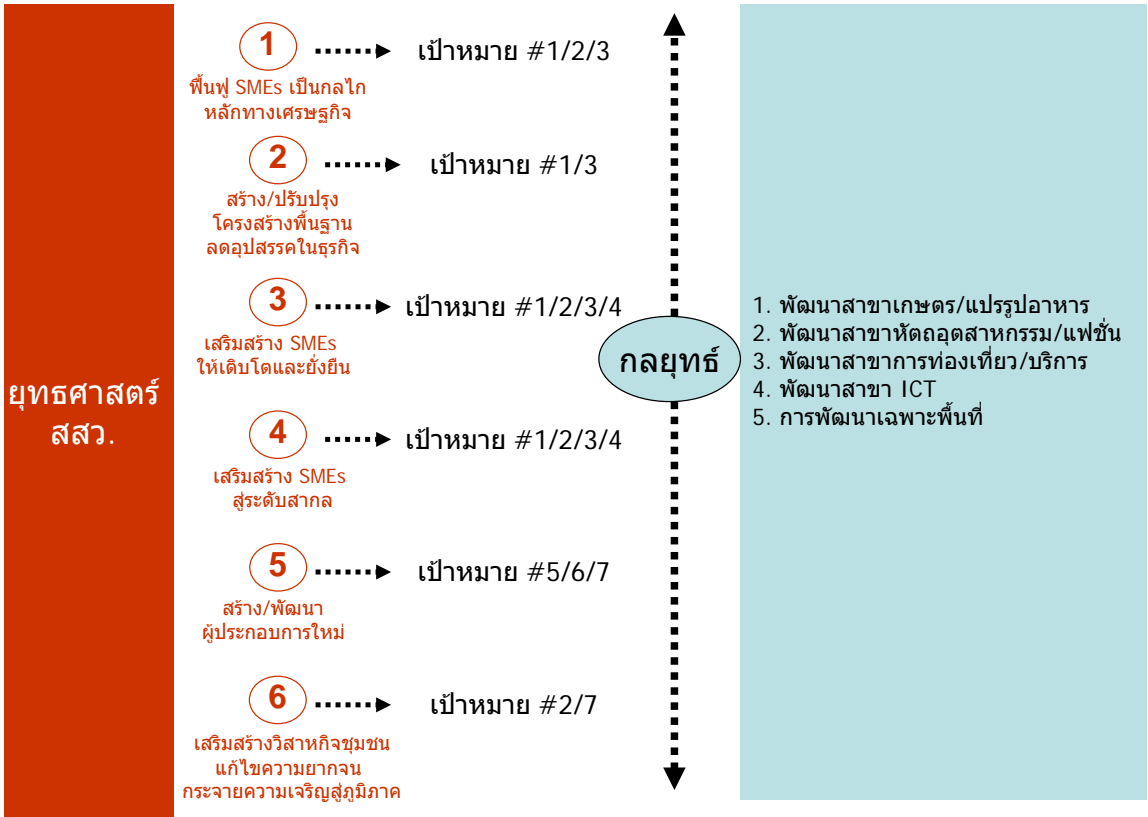
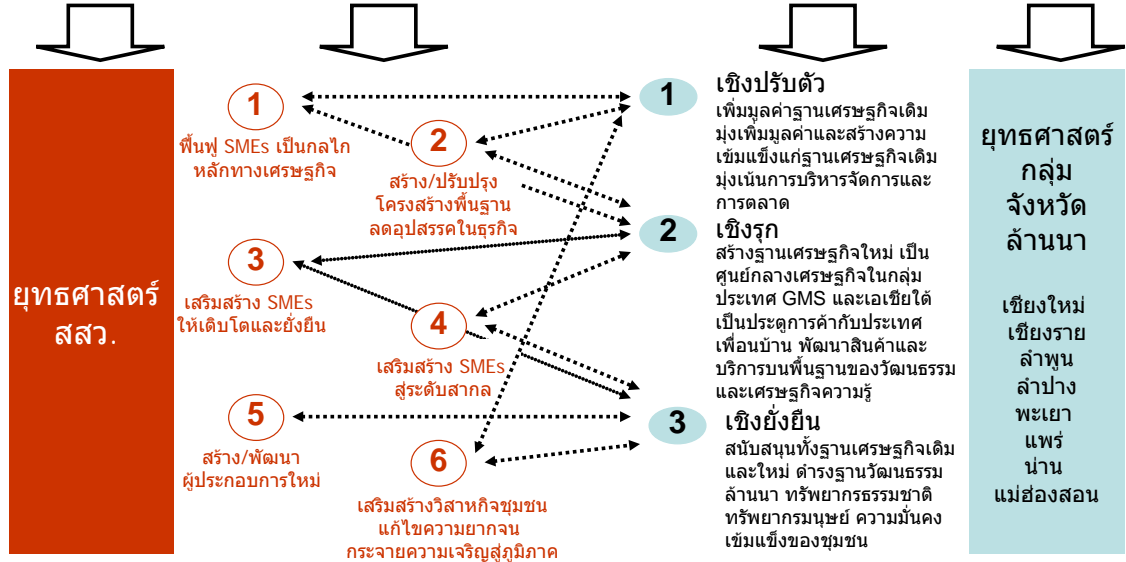
- พันธกิจที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้กับ SMEs ในฐานเศรษฐกิจเดิมและฐานเศรษฐกิจใหม่
เป้าหมายรวม เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้านการค้า การลงทุนและการส่งออก
- พันธกิจที่ 2 สร้างนวัตกรรมและความได้เปรียบการแข่งขันของ SMEs ในสาขาเศรษฐกิจที่ สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ล้านนา
เป้าหมายรวม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในสาขา เกษตร หัตถกรรม ท่องเที่ยว บริการ และอุตสาหกรรม ICT
- พันธกิจที่ 3 ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การค้าและการบริการของ SMEs ด้วยการบริหารจัดการ และเทคโนโลยีสมัยใหม่
เป้าหมายรวม เพื่อเพิ่มผลิตภาพการผลิต การค้าและการบริการของ SMEs ในสาขาเศรษฐกิจหลัก ของภูมิภาค
- พันธกิจที่ 4 สนับสนุนงานค้นคว้าวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้าน ICT
เป้าหมายรวม เพื่อพัฒนาคุณภาพนวัตกรรมด้าน ICT



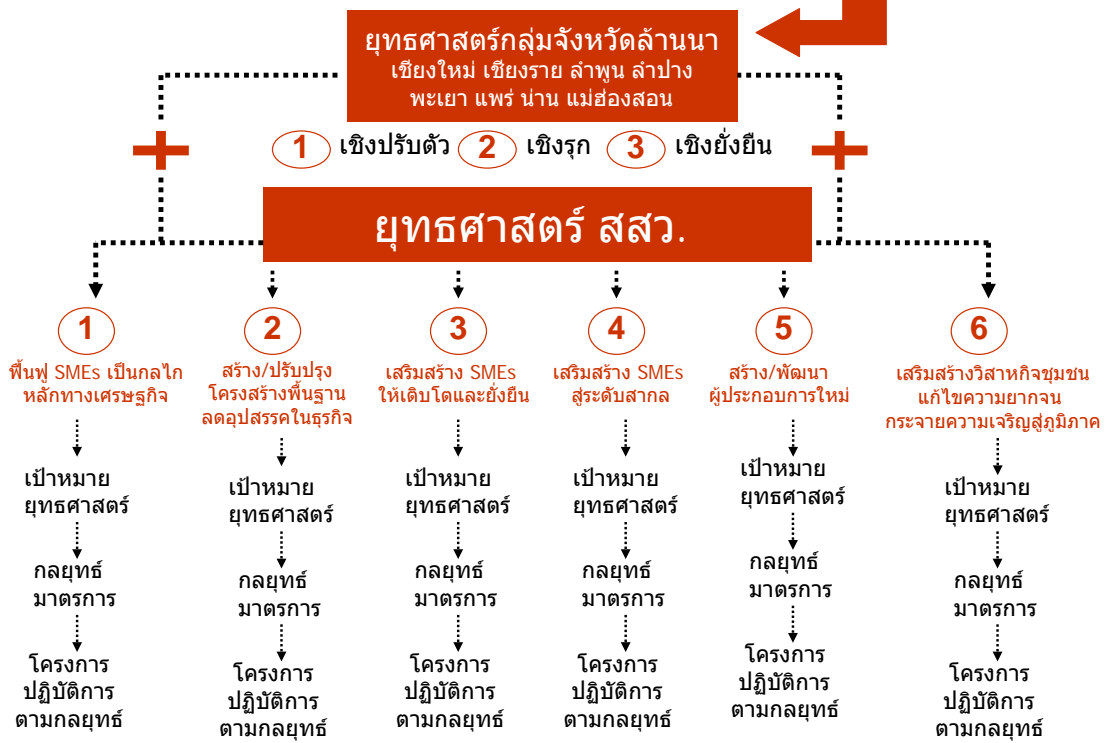
ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ มาตรการ และแผนงาน โครงการ
เพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภูมิภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด

เป้าหมายรวม (เฉลี่ย 10% ของเป้าหมาย สสว. รวมทั้งประเทศ สัดส่วนภาคกลาง 60% ภูมิภาค 40% : เหนือบน เหนือล่าง อีสาน ใต้)

1. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของ SMEs ขยายตัวในอัตราที่เร่งตัวต่อเนื่องจนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในปี พ.ศ. 2549 หรืออัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น 15% ต่อปี
2. การจ้างงานของ SMEs เพิ่มขึ้น 18,000 คน ต่อปี
3. ประสิทธิภาพการผลิต การค้า การบริการของ SMEs ของภาคสูงขึ้น 2% ต่อปี
4. มูลค่าการส่งออก SMEs ของภาคขยายตัวไม่น้อยกว่า 3% ต่อปี
5. จดทะเบียน SMEs เพิ่มขึ้น 5,000 รายในปี 2549
6. ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น 5,000 รายต่อปี
7. กลุ่มอาชีพดำเนินขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็น 650 กลุ่มในปี 2549



วิสัยทัศน์ → พันธกิจ → เป้าหมายรวม



1. ยุทธศาสตร์การฟื้นฟู SMEs ให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจของสังคมและประเทศ

เป้าหมายรวม (เฉลี่ย 10 % ของเป้าหมาย สสว. รวมทั้งประเทศ สัดส่วนภาค กลาง 60 % ภูมิภาค 40% : เหนือบน เหนือล่าง อีสาน ได้)

▪ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) รวม SMEs ขยายตัวในอัตราที่เร่งตัวต่อเนื่องจนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในปี พ.ศ.2549 หรืออัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น 15 % ต่อปี

- การจ้างงานของ SMEs เพิ่มขึ้น 18,000 คน ต่อปี
- ประสิทธิภาพการผลิต การค้า การบริการของ SMEs ของภาคสูงขึ้น 2 % ต่อปี
- มูลค่าการส่งออก SMES ของภาคขยายตัวไม่น้อยกว่า 3 % ต่อปี
- จัดทะเบียน SMEs เพิ่มขึ้น 5,000 รายในปี 2549
- ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น 5,000 รายต่อปี
- กลุ่มอาชีพดำเนินขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็น 650 กลุ่มในปี 2549

มาตรการ

- มาตรการเร่งด่วน คือ การเร่งรัดแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เป็นอุปสรรคของการผลิตและการตลาด การสนับสนุนการเจาะตลาดใหม่ โดยเฉพาะตลาดประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมกิจกรรมที่จะขยายตลาดของอุตสาหกรรมสาขาพื้นฐานของภูมิภาค
- มาตรการระยะกลางและระยะยาว คือการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตบูรณาการเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเข้ากับอุตสาหกรรมสาขาพื้นฐานของภูมิภาค เสริมสร้างโอกาสทางการตลาด เร่งพัฒนาระบบข้อมูลและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการค้า

กลยุทธ์และโครงการ รวม 4 กลยุทธ์ 11 โครงการ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร
 - โครงการสนับสนุนการเงินแก่ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์
 - โครงการสร้างเครือข่ายวิจัยพัฒนาด้านการเกษตรและระบบสารสนเทศการบริหารตลาด (MKIS)
 - โครงการเชื่อมโยงฐานข้อมูล (ตลาด-วัตถุดิบ) ระหว่างผู้ประกอบการ - เกษตรกร และทำเนียบการแปรรูปเกษตร

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
 - โครงการพัฒนากลุ่มลูกค้าเฉพาะตลาด
 - โครงการเพิ่มศักยภาพบุคลากรด้วยองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์
 - โครงการพัฒนาตลาดผ้าทอล้านนา

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
 - โครงการพัฒนากลุ่มลูกค้าเฉพาะตลาด
 - โครงการยกระดับการจัดงานประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้เป็น

งานระดับชาติ

มิตรภาพ

- โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และ
- โครงการพัฒนาตลาดใหม่ “นักท่องเที่ยวอิสระ”

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

- โครงการผสมผสานเทคโนโลยี ยีสารสนเทศกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อใช้

ประโยชน์ในภาคการผลิต

รายละเอียดโครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การฟื้นฟู SMEs ให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจของสังคมและประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการสนับสนุนการเงินแก่ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนการผลิตมาสู่เกษตรอินทรีย์
2. เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนพิเศษสำหรับผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ต้นทุน ลดลง	<ul style="list-style-type: none">• คุณภาพวัตถุดิบ• การสร้างนวัตกรรม• การวางแผน/การออกแบบที่ดี• การใช้ทรัพยากร/ทุนร่วมกัน• การรวมกลุ่ม/สร้างเครือข่ายธุรกิจ• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์	มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อ ยอดสินค้า/บริการใหม่• ยกระดับคุณภาพ/ มาตรฐานสากล• ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเอง และสร้างแบรนด์)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้สินค้าที่ต้นทุนลดลงจากการเลิกใช้สารเคมี แต่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นตอบสนองความต้องการของตลาด ช่วยให้เกษตรกรมีทักษะใหม่เพื่อการเกษตรที่ยั่งยืนทั้งด้านการผลิตและ การแข่งขันในตลาด

กิจกรรม

1. วิเคราะห์ขนาดการลงทุนระดับต่างๆ ในพื้นที่สำหรับการประกอบการผลิตเกษตรอินทรีย์
2. พิจารณาและกำหนดมาตรการสนับสนุนทางการเงินสำหรับผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ซึ่งประกอบด้วยมาตรการเงินทุนกู้ยืมสำหรับเกษตรกร /ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ใหม่ และเกษตรกร /ผู้ประกอบการเดิมที่ยังคงมีหนี้สินค้างกับ ธกส . ที่ต้องการปรับเปลี่ยนจากเกษตรแบบเดิมสู่เกษตรอินทรีย์
3. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานเกษตรจังหวัด ชนาкарเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ชนาคาร์เพื่อการส่งเสริม SMEs สถาบันอุดมศึกษาด้านเทคโนโลยีการเกษตร หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านเกษตร)

งบประมาณ 50 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร
ชื่อโครงการ โครงการสร้างเครือข่ายวิจัยพัฒนาด้านการเกษตรและระบบสารสนเทศ
การบริหารตลาด (MKIS)

วัตถุประสงค์

1. ด้านการผลิต เพื่อให้เกิดเครือข่ายการวิจัยและพัฒนาด้านการเกษตรที่ช่วยส่งเสริมพัฒนา ผลผลิตเกษตรให้มีมาตรฐานคุณภาพดีขึ้น
2. ด้านการตลาด เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศการบริหารการตลาด
3. ด้านการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความหลากหลายและทางเลือกการบริหารจัดการด้านเกษตรอย่างเป็นระบบและทันสมัยสมัยใหม่ทางด้านการเกษตร
4. เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความสามารถในการแข่งขันของฐานเศรษฐกิจเดิมในเชิงรุก

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน	องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none">• เทคโนโลยี• ฐานข้อมูล• สารสนเทศ• การวิจัยและพัฒนา• นวัตกรรม• สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เครือข่ายวิจัยและพัฒนาด้านการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ มีองค์ความรู้ด้านการผลิต การบริหารจัดการ และการตลาดที่เป็นระบบและทันสมัยถ่ายทอดสู่เกษตรกรนำไปแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพสินค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กิจกรรม

1. จัดตั้งคณะดำเนินงานที่เกิดจากการรวมกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเกษตร ทั้งด้านเทคโนโลยีการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายที่จะร่วมมือกัน พัฒนาด้านการเกษตร
2. มีการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนเพื่อการสนับสนุนทั้งทางด้านวิชาการและด้านเงินทุนในการดำเนินโครงการ อาทิ เพื่อสนับสนุนทุนวิจัยแก่คณะผู้วิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการเกษตร
3. ทำการพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ กระจายข่าวสารแก่เกษตรกรสมาชิกโครงการ
4. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของโครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมาเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
สถาบันอุดมศึกษาด้านเทคโนโลยีการเกษตร ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก
สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านเกษตร)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการเชื่อมโยงฐานข้อมูล (ตลาด-วัตถุดิบ) ระหว่างผู้ประกอบการเกษตร - เกษตรกร และทำเนียบกิจการเกี่ยวเนื่องกับการแปรรูปเกษตร

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาเส้นทางสื่อสารข้อมูลแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการผลิตแปรรูปสินค้าเกษตร และผู้กระจายสินค้า เป็นการเชื่อมโยงการผลิตกับการตลาดเข้ากันอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้การผลิตเป็นไปตามความต้องการของตลาด รวมถึงสื่อสารคุณค่าและมาตรฐานของเกษตรและผลิตผลการเกษตรสู่ผู้บริโภค

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน 	ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • ความหลากหลาย • ความคล่องตัว • ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า • โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายและการเชื่อมโยงนำไปสู่การสื่อสารความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ร่วมกันของผู้ผลิตวัตถุดิบและสินค้าเกษตรเพื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างถูกต้อง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กิจกรรม

1. รวมกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเกษตร ทั้งผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้าผู้กระจายสินค้า จัดทำเป็นทำเนียบธุรกิจ และฐานข้อมูลสินค้า ฐานข้อมูลตลาด ซึ่งเป็นระบบข้อมูลเชิงบูรณาการที่ทันสมัย
2. จัดตั้งคณะทำงานกลางเพื่อเชื่อมโยงจับคู่ระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้า ผู้กระจายสินค้าที่มีความต้องการเชิงอุปสงค์-อุปทานตรงกัน
3. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของโครงการ เพื่อขยายเครือข่ายนำไปสู่การผลิตและการตลาดของสาขาเกษตรที่แข็งแกร่งแข่งขันได้

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานเกษตรจังหวัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สถาบันอุดมศึกษาด้านเทคโนโลยีการเกษตร ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านเกษตร)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนากลุ่มลูกค้าเฉพาะตลาด

วัตถุประสงค์

เพื่อนำเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการสาขาหัตถอุตสาหกรรมของภูมิภาคล้านนาซึ่งแตกต่างกันไปใช้เป็นจุดสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน กำหนดหาตำแหน่งในตลาดที่เหมาะสมและพัฒนาสินค้าเฉพาะให้สอดคล้องกับตลาดและลูกค้าเป้าหมาย บริหารจัดการสายสัมพันธ์เพื่อคงรักษาดำเนินงานในตลาดและลูกค้าเป้าหมายตลอดไป

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ความคิดสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none">• องค์ความรู้• ฐานข้อมูล• เทคโนโลยี• ชุมการวิจัยและพัฒนา• การประยุกต์และนวัตกรรม• การบริหารทรัพยากรบุคคล	คงเอกลักษณ์ “ล้านนา”	รวบรวมสร้างองค์ความรู้ด้านล้านนา กระจายสร้างความเข้าใจ ภูมิใจ นำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างสร้างสรรค์ เน้นการถ่ายทอดเชิงประสบการณ์เพื่อสร้างเป็นคุณค่าให้เคลื่อนตาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของผู้ประกอบการ วิเคราะห์ตลาด ลูกค้า คู่แข่ง เพื่อการผลิตสินค้าที่คงเอกลักษณ์ล้านนาซึ่งแตกต่างด้านดีไซน์ ขณะเดียวกันตอบสนองความต้องการลูกค้าเชิงการนำไปใช้ประโยชน์ เป็นสินค้าจากความคิดสร้างสรรค์ภายใต้คุณภาพมาตรฐาน อันจะทำให้สินค้าแข่งขันได้ สร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและคงตำแหน่งในตลาดได้อย่างยั่งยืน

กิจกรรม

1. จัดตั้งคณะทำงานเพื่อกำหนดคุณภาพมาตรฐานของสินค้าหัตถอุตสาหกรรม และกำหนดสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากดีไซน์ที่แตกต่างนอกเหนือไปจากคุณภาพมาตรฐาน
2. ศึกษาส่วนแบ่งตลาดที่เหมาะสมและลูกค้าเป้าหมาย ถ่ายทอดข้อมูลทางการตลาดร่วมกำหนดตำแหน่งเฉพาะในตลาดและลูกค้าเป้าหมาย

3. สร้างประสบการณ์ใหม่ด้านสินค้าสำหรับลูกค้าและตลาดเฉพาะให้แก่ผู้ผลิตสินค้า
หัตถอุตสาหกรรม

4. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์สินค้าสู่ตลาดและลูกค้าเป้าหมาย

5. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการผลิตและการตลาดเป็นไปในทิศทาง
เดียวกันทั้งภูมิภาค

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก หอการค้า สภาอุตสาหกรรม
สมาคมผู้ผลิตผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ศูนย์ออกแบบ สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs
หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านหัตถอุตสาหกรรม)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
ชื่อโครงการ โครงการเพิ่มศักยภาพบุคลากรด้วยองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์
วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และสร้างเสริมศักยภาพฝีมือแรงงานด้านหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดเหนือคู่แข่ง

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้ 	ความคิดสร้างสรรค์	ฐานข้อมูล เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา การประยุกต์และนวัตกรรม การบริหารทรัพยากรบุคคล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้องค์ความรู้ที่เชื่อมโยงข้อมูลการออกแบบ เข้ากับการผลิตและการตลาด ได้บุคลากรรวมถึงเครือข่ายแรงงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะสำหรับการออกแบบและผลิตสินค้าใหม่หรือพัฒนาสินค้าเดิม เพิ่มมูลค่าสินค้าเดิม เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

กิจกรรม

1. ศึกษาแนวโน้ม ความต้องการของตลาดโลกหรือตลาดเป้าหมายเฉพาะในด้านหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น
2. พิจารณาและกำหนดหลักสูตรการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์
3. ถ่ายทอดข้อมูลการตลาดและความรู้ด้านการออกแบบและผลิตอย่างต่อเนื่อง
4. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สถาบันอุดมศึกษา สมาคมผู้ผลิตผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ศูนย์ออกแบบ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านหัตถอุตสาหกรรม)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาตลาดผ้าทอล้านนา

วัตถุประสงค์

รวบรวมเพื่ออนุรักษ์องค์ความรู้ด้านผ้าทอล้านนา พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่คงเทคนิคเอกลักษณ์ ส่งเสริมแรงงานรุ่นใหม่ให้สืบสานภูมิปัญญา สร้างโอกาสและรักษาตำแหน่งทางการตลาด เพื่อให้ผ้าทอล้านนาคงอยู่สืบไป

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none">• เทคโนโลยี• ฐานข้อมูล• สารสนเทศ• การวิจัยและพัฒนา• นวัตกรรม• สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้	คงเอกลักษณ์ “ล้านนา”	รวบรวมสร้างองค์ความรู้ด้าน ล้านนา กระจายสร้างความ เข้าใจ ภูมิใจ นำไปประยุกต์ใช้ ได้อย่างสร้างสรรค์ เน้นการ ถ่ายทอดเชิงประสบการณ์เพื่อ สร้างเป็นคุณค่าให้คล้อยตาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

อนุรักษ์องค์ความรู้คู่สังคml้านนา โดยปรับเข้า กับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปทั้งการผลิต การตลาด การขาย ให้ภูมิภาคมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นจุดขายในตลาดและสนับสนุนผู้ประกอบการผ้าทอล้านนาให้ยั่งยืนต่อไป

กิจกรรม

1. จัดตั้งคณะทำงานเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ด้านผ้าทอล้านนา หรือทำงานเชิงบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. แสวงหาโอกาสของผ้าทอล้านนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลกหรือตลาดเป้าหมายเฉพาะ
3. ส่งเสริมการผลิตทั้งด้านทักษะแรงงาน เทคนิคเทคโนโลยี และการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างทันต่อสถานการณ์
4. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์สินค้าผ้าทอที่มีเอกลักษณ์ให้ตลาดได้รับรู้ความแตกต่าง
5. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการผลิตและการตลาดเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งภูมิภาค

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก กลุ่มมทอผ้าพื้นเมือง สมาคมผู้ผลิตผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ศูนย์ออกแบบ สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านหัตถอุตสาหกรรม)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนากลุ่มลูกค้าเฉพาะตลาด

วัตถุประสงค์

เพื่อนำเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมด้านนารวมถึงบริการเกี่ยวเนื่องและการต้อนรับแบบเจ้าบ้านที่อบอุ่นมาใช้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน กำหนดหาตำแหน่งในตลาดที่เหมาะสมและพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเฉพาะให้สอดคล้องกับตลาดและลูกค้าเป้าหมาย บริหารจัดการสายสัมพันธ์เพื่อคงรักษาตำแหน่งในตลาดและลูกค้าเป้าหมายตลอดไป

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • ความหลากหลาย • ความคล่องตัว • ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า • โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ 	คงเอกลักษณ์ “ล้านนา”	รวบรวมสร้างองค์ความรู้ ด้านล้านนา กระจายสร้าง ความเข้าใจ ภูมิใจ นำไป ประยุกต์ใช้ได้ สร้างสรรค์ เน้นการถ่ายทอด เชิงประสบการณ์เพื่อสร้าง เป็นคุณค่าให้คัล้อยตาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของการท่องเที่ยวและบริการภาคเหนือตอนบน วิเคราะห์ตลาด ลูกค้า คู่แข่ง เพื่อการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการอย่างสมบูรณ์ครบวงจรคงเอกลักษณ์ล้านนาซึ่งแตกต่างด้วยโมติริจิตที่อบอุ่น อันจะทำให้การท่องเที่ยวในภูมิภาคล้านนาเป็นทางเลือกที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

กิจกรรม

1. จัดตั้งคณะทำงานเพื่อกำหนดคุณภาพมาตรฐานของการท่องเที่ยวและบริการ กำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องสไลด์ล้านนาเพื่อสร้างความแตกต่างสร้างมูลค่าเพิ่มที่นอกเหนือไปจากคุณภาพมาตรฐาน
2. ศึกษาส่วนแบ่งตลาดที่เหมาะสมและลูกค้าเป้าหมาย ถ่ายทอดข้อมูลทางการตลาดร่วมกำหนดตำแหน่งเฉพาะในตลาดและลูกค้าเป้าหมาย

3. สร้างประสบการณ์ใหม่ด้านสินค้าสำหรับลูกค้าและตลาดเฉพาะให้แก่ผู้ประกอบการ
ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ

4. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์สินค้าสู่ตลาดและลูกค้าเป้าหมาย

5. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการบริการเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งภูมิภาค

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวศูนย์ภาคเหนือ สมาคมโรงแรม
สมาคมมัคคุเทศก์ สมาคม /ชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง สถาบันส่งเสริม
พัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวและบริการ)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
ชื่อโครงการ โครงการยกระดับการจัดงานประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ของจังหวัดให้เป็นงานระดับชาติ

วัตถุประสงค์

รวบรวมเพื่ออนุรักษ์งานประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนนำมาจัดเรียงเป็นข้อมูลเชิงสังคม เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับการจัดงานประเพณีจากงานท้องถิ่นเป็นกิจกรรมระดับจังหวัดและภูมิภาคให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ สร้างเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวต่อไป

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">องค์ความรู้และนวัตกรรมเทคโนโลยีสนับสนุนการต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล	คงเอกลักษณ์ “ล้านนา”	รวบรวมสร้างองค์ความรู้ด้านล้านนา กระจายสร้างความเข้าใจภูมิภาค นำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างสร้างสรรค์ เน้นการถ่ายทอดเชิงประสบการณ์เพื่อสร้างเป็นคุณค่าให้คล้อยตาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

สืบสานประเพณีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของแต่ละท้องถิ่น ขณะเดียวกันเชื่อมโยงงานเทศกาลของ 8 จังหวัดสร้างเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องตลอดปี เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในแต่ละท้องถิ่นของทั้ง 8 จังหวัดต่อไป

กิจกรรม

1. คณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของทั้ง 8 จังหวัดทำการรวบรวมกิจกรรมเชิงประเพณีวัฒนธรรมที่แสดงเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น นำมาบูรณาการและสร้างเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวต่อเนื่องตลอดปี
2. ด้านอุปทาน ทำการรณรงค์ให้คนท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจในงานประเพณี ร่วมมือร่วมใจจัดงานอย่างมีคุณค่า เน้นการให้ความรู้เล่าถึงที่มาของประเพณีเพื่อการอนุรักษ์
3. ด้านอุปสงค์ ทำการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ ควบรวมไปกับโปรแกรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ในแต่ละเทศกาลตามช่วงการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวศูนย์ภาคเหนือ สมาคมโรงแรม
สมาคมมัคคุเทศก์ สมาคม /ชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง สถาบันส่งเสริม
พัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวและบริการ)

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และมิตรภาพ

วัตถุประสงค์

ศึกษารายละเอียดและเสนอแนะแนวทางส่งเสริมเพื่อการพัฒนาบริหารจัดการ
การท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และมิตรภาพในภูมิภาคเหนือตอนบน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์ความรู้และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล	ผลผลิตเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• การวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม• การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี• การเสริมความรู้• การบริหารจัดการที่ดี• การใช้ทรัพยากร/ทุนร่วมกัน• การสร้างมูลค่าเพิ่ม• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

มีการรวบรวมข้อมูลทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเพื่อทราบสถานะการบริหารจัดการ เช่น แหล่งที่ต้องฟื้นฟูบูรณะ จัดสร้างใหม่ หรือปรับปรุงพัฒนา เพื่อเพิ่มจุดขายและทางเลือกในโปรแกรมท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอวัฒนธรรมและมิตรภาพที่น่าประทับใจในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกิดสภาพคล่องทางธุรกิจ

กิจกรรม

1. ศึกษารายละเอียดแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และมิตรภาพภายในภาคเหนือตอนบน โดยจะศึกษาจุดที่น่าสนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังต้องปรับปรุง
2. กำหนดรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและบริการ กำหนดเส้นทางการเดินทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมมากแหล่งและหลากหลาย กระจายรายได้ให้ทั่วถึง

3. ศึกษากิจกรรมที่จำเป็นสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศ
เชิงวัฒนธรรม และมิตรภาพภายในจังหวัดภาคเหนือตอนบน

4. จัดทำแผนแม่บทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงรุกในอนาคตและแผนประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ประช สัมพันธ์จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวศูนย์ภาคเหนือ สมาคมโรงแรม
สมาคมมัคคุเทศก์ สมาคม /ชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง สถาบันส่งเสริม
พัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวและบริการ)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาตลาดใหม่ “นักท่องเที่ยวอิสระ”
วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างตลาดเฉพาะจับคู่จังหวัดเล็กกับกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระที่ต้องการสัมผัส
 ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบล้านนาของเมืองเล็ก

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ตลาดใหม่ ลูกค้าใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • การปรับแต่งหรือสร้างสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองตลาด/ลูกค้าใหม่ • การใช้ ICT, e-commerce • Roadshow รุกตลาดใหม่ • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ 	เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

แสวงหาตลาดใหม่ที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายและเพิ่มขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดขนาดเล็ก เพิ่มทางเลือกแก่การท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน

กิจกรรม

1. ศึกษาตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวอิสระ เพื่อการบริการอย่างสอดคล้องให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและบอกต่อ
2. ประชาสัมพันธ์แหล่งและบริการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรมของภูมิภาคเหนือตอนบน แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น การสื่อสารโดยตรงด้วยการสร้างชุมชนการท่องเที่ยวในระบบอินเทอร์เน็ต จัดทำคู่มือนักท่องเที่ยวเดินทางอิสระ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการผสมผสานเทคโนโลยีสารสนเทศกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

รวบรวมเพื่ออนุรักษ์องค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญาที่ ท้องถิ่น นำมาต่อยอดด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการใช้ประโยชน์ในการผลิต โดยเฉพาะสามสาขาหลักของภูมิภาค ได้แก่ การเกษตร หัตถอุตสาหกรรม และท่องเที่ยวบริการ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกรักภูมิปัญญาท้องถิ่น ถิ่นนา

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์) 	เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตเชิงเกษตร หัตถกรรม บริการท่องเที่ยว ข้อมูลที่รวบรวมเข้าสู่ฐานข้อมูลและวิเคราะห์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศนำมา ใช้ประโยชน์ส่งเสริมการผลิตในสามสาขา สร้างเครือข่ายปฏิสัมพันธ์ทางธุรกิจ เพิ่มมูลค่าวัตถุดิบท้องถิ่น พัฒนาสินค้าใหม่ เพิ่มมูลค่าสินค้าจากภูมิปัญญาโบราณ สร้างเสริมเศรษฐกิจใหม่จากทรัพยากรเดิมของภูมิภาค

- กิจกรรม**
1. บูรณาการกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขาการ เกษตร หัตถกรรม ประเพณี วัฒนธรรมวิถีชีวิตถิ่นนาเพื่อภาคบริการท่องเที่ยว และกลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้าน IT เข้าเป็น ฐานข้อมูลความรู้และผลงาน

2. สนับสนุนความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการนำประโยชน์จากความรู้ไปใช้ในการผลิต

3. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและพัฒนาองค์ความรู้ให้เป็นที่รับทราบแก่บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องในสามสาขาการผลิต ได้แก่ เกษตร หัตถอุตสาหกรรม และท่องเที่ยวบริการ

งบประมาณ 5 ล้านบาท

2. ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

2.1. เป้าหมายรวม (เฉลี่ย 10% ของเป้าหมาย สสว. รวมทั้งประเทศ สัดส่วนภาคกลาง 60% ภูมิภาค 40 % : เหนือบน เหนือล่าง อีสาน ได้)

■ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ของ SMEs ขยายตัวในอัตราที่เร่งตัวต่อเนื่องจนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในปี พ.ศ.2549 หรืออัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น 15 % ต่อปี

- การจ้างงานของ SMEs เพิ่มขึ้น 18,000 คน ต่อปี
- ประสิทธิภาพการผลิต การค้า การบริการของ SMEs ของภาคสูงขึ้น 2 % ต่อปี
- มูลค่าการส่งออก SMEs ของภาคขยายตัวไม่น้อยกว่า 3 % ต่อปี
- จัดทะเบียน SMEs เพิ่มขึ้น 5,000 รายในปี 2549
- ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น 5,000 รายต่อปี
- กลุ่มอาชีพดำเนินขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็น 650 กลุ่มในปี 2549

2.2. มาตรการ

- มาตรการเร่งด่วน คือ
 - ปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบการของ SMEs
 - พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล การผลิต การขนส่ง การตลาด ฯลฯ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน ลดต้นทุน เพิ่มโอกาส
- มาตรการระยะกลางและระยะยาว คือ
 - ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างความเข้มแข็งของ SMEs
 - จัดตั้งสถาบันเฉพาะทางเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน
 - สนับสนุน SMEs เข้าสู่ระบบเพื่อเข้าถึงบริการภาครัฐ
 - จัดตั้งอำนาจความสะดวก โดยเฉพาะด้าน การวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพ การให้บริการเทคโนโลยี การตลาด การเงิน รวมถึงกฎระเบียบที่เอื้อต่อการส่งเสริม SMEs

2.3. กลยุทธ์และโครงการ รวม 5 กลยุทธ์ 19 โครงการ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร
 - โครงการจัดตั้งสำนักรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับภาค
 - โครงการจัดตั้งบริษัทเกษตรครบวงจรเพื่อรองรับเกษตรอินทรีย์
- โครงการจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีชีวภาพภาคเหนือ
 - โครงการพัฒนาช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีการผลิต เก็บรักษาขนส่ง

จนถึงตลาด

- โครงการจับคู่ข้อมูลข่าวสารของพันธมิตรในสายโซ่อุปทานตั้งแต่ผลิต

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

- โครงการจัดตั้งศูนย์ออกแบบและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เซรามิกส์
- โครงการพัฒนาระบบข้อมูลสืบสานภูมิปัญญาล้านนา
- โครงการส่งเสริมการปลูกพืชที่เป็นวัตถุดิบและพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ
- โครงการจับคู่ข้อมูลข่าวสารของพันธมิตรในสายโซ่อุปทานตั้งแต่ผลิต

จนถึงตลาด

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

- โครงการจับคู่ข้อมูลข่าวสารของพันธมิตรในสายโซ่อุปทานตั้งแต่ผลิต
- โครงการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติด้านสาธารณสุขโลก

จนถึงตลาด

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

- โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์สำหรับสนับสนุนอุตสาหกรรม
- โครงการพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบรหัสเปิด (Open Source)
- โครงการให้ความรู้อบรมบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะเพื่อ SMEs
- โครงการศูนย์กลางเครือข่ายข้อมูลกลางของจังหวัดและเชื่อมโยงแต่ละ

หลักในพื้นที่

จังหวัดเพื่อใช้ข้อมูลอย่างบูรณาการ

- โครงการจัดตั้ง Software Excellence Center จังหวัดเชียงใหม่

- กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

- โครงการตลาดกลางสินค้าเกษตร จังหวัดเชียงใหม่
- โครงการจัดตั้งศูนย์แสดงจำหน่ายสินค้าเซรามิกส์ครบวงจร จังหวัดลำปาง
- โครงการก่อสร้างศูนย์สถานีขนถ่ายสินค้า (Truck Terminal) จังหวัดเชียงใหม่

รายละเอียดโครงการ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรค
ในการประกอบธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้งสำนักรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับภาค

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นสถาบันรับรองมาตรฐานคุณภาพเกษตรอินทรีย์บริการผู้ผลิตในระดับพื้นที่

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อ ยอดสินค้า/บริการใหม่• ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล• ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็น ออกแบบเองและสร้างแบรนด์)	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none">• ระบบคุณภาพ• เทคโนโลยี• องค์กรความรู้• ความคิดสร้างสรรค์• การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง)• กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่• ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

มูลค่าผลผลิต ต้านการเกษตรและแปรรูปอาหารสูงขึ้น ได้สินค้าใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงขึ้น

กิจกรรม

1. โครงสร้างองค์กร จัดตั้งในรูปแบบสถาบัน /สำนักงานอิสระภายใต้การกำกับของรัฐหรือสถาบันการศึกษาที่มีองค์ความรู้และผู้ชำนาญการในด้านเกษตรอินทรีย์
2. ขอบเขตการดำเนินงาน
 - ให้บริการตรวจสอบ และออกใบรับรองมาตรฐาน
 - ติดตาม เผยแพร่ ความรู้ และความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เป็นตลาดบริโภคเกษตรอินทรีย์หลักของโลก
3. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หรือ มหาวิทยาลัยแม่โจ้) สำนักงานเกษตร สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 50 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้งบริษัทเกษตรครบวงจรเพื่อรองรับเกษตรกรอินทรีย์

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นแหล่งสนับสนุนให้เกิดธุรกิจเกษตรอินทรีย์ที่สามารถส่งออกสู่ตลาดโลกและเป็นองค์กรที่เชื่อมโยงการค้าเนินงานธุรกิจเกษตรอินทรีย์จากฟาร์มสู่ตลาด

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล• ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์)	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none">• ระบบคุณภาพ• เทคโนโลยี• องค์ความรู้• ความคิดสร้างสรรค์• การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง)• กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่• ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ
ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• ความหลากหลาย• ความคล่องตัว• ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า• โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์	เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

มูลค่าผลผลิตการเกษตรและแปรรูปอาหารสูงขึ้น ผู้ประกอบการมีทักษะใหม่และเกิดปฏิสัมพันธ์ในสาขาเกษตรและแปรรูปอาหารอย่างครบวงจร ได้สินค้าใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงขึ้น

กิจกรรม

1. โครงสร้างองค์กร จัดตั้งในรูปแบบบริษัท โดยการร่วมทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน ดำเนินการบริหารในรูปแบบธุรกิจเอกชน โดยมีคณะกรรมการบริหารเป็นคณะกรรมการกำกับด้ำนนโยบาย

2. ขอบเขตการดำเนินงาน

- ดำเนินการสร้างต้นแบบและส่งเสริมการผลิตที่ได้มาตรฐานสากลสร้างเครือข่ายธุรกิจเพื่อพัฒนาไปสู่กลุ่มธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ที่มีขีดความสามารถตั้งแต่ระดับฟาร์มจนถึงตลาด
- สนับสนุนการสร้าง R&D และเผยแพร่สู่เครือข่ายและสมาชิกของกลุ่มธุรกิจ
- จัดหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานของเครือข่ายและกลุ่มธุรกิจ
- กำกับติดตามและสนับสนุนการดำเนินงานของเครือข่ายและสมาชิกกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานตามที่กำหนด
- รวบรวม พัฒนาองค์ความรู้ และเผยแพร่เกี่ยวกับการดำเนินงานเกษตรอินทรีย์ แก่ผู้สนใจที่จะลงทุน

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs จังหวัด และภาคธุรกิจเอกชน

งบประมาณ 100 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีชีวภาพภาคเหนือ

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นสถาบันวิจัยและพัฒนาผลิตผลทางการเกษตร และให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลการวิจัยต่างๆ แก่ผู้ประกอบการด้านเกษตรและแปรรูปอาหาร รวมถึงผู้ที่สนใจ เพื่อปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ได้เปรียบเทียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • ความหลากหลาย • ความคล่องตัว • ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า • โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ 	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบคุณภาพ • เทคโนโลยี • องค์กรความรู้ • ความคิดสร้างสรรค์ • การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง) • กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ • ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

มูลค่าผลิตผลด้านการเกษตรและแปรรูปอาหารสูงขึ้น ได้สินค้าใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงขึ้น

กิจกรรม

1. โครงสร้างองค์กร จัดตั้งในรูปแบบ /สำนักงานอิสระภายใต้การกำกับของรัฐหรือสถาบันการศึกษาที่มีองค์ความรู้และผู้อำนวยการในด้านเทคโนโลยีชีวภาพ

1. ขอบเขตการดำเนินงาน (1) สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาพืชผักที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับระบบเศรษฐกิจ สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว (2) รวบรวมและตรวจสอบ รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพของพืชผลทางการเกษตร (3) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผลการวิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ ให้เป็นที่รับทราบแก่บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (4) จัดหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา

ระยะเวลาดำเนินการ 2 ปี (พ.ศ. 2547 – 2548)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ จังหวัด เกษตรจังหวัด มหาวิทยาลัย สถาบันส่งเสริมและพัฒนา SMEs

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร
ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีการผลิต การเก็บรักษา ขนส่ง
วัตถุประสงค์

เพื่อช่วยเหลือสนับสนุนเกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการผลิต การเก็บรักษาและการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนทั้งสำหรับผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ผลิตอาหารแปรรูป

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM ตู ODM ตู OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์) 	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบคุณภาพ • เทคโนโลยี • องค์ความรู้ • ความคิดสร้างสรรค์ • การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง) • กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ • ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

มูลค่าผลผลิตด้านการเกษตรและแปรรูปอาหารสูงขึ้น ผู้ประกอบการมีทักษะใหม่และเกิดปฏิสัมพันธ์ในสาขาเกษตรและแปรรูปอาหารอย่างครบวงจร ได้สินค้าใหม่ที่มีคุณภาพมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs สูงยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. ศึกษาและสำรวจปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกรในแต่ละกลุ่มเพื่อศึกษาว่าพื้นที่ใดเหมาะสมและมีความจำเป็นต่อการใช้เทคโนโลยีในการผลิตและดำเนินการ
2. ถ่ายทอดเทคโนโลยีต่างๆ ที่ช่วยสนับสนุนการผลิต เก็บรักษา และการขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยจัดการฝึกอบรมให้แก่ เกษตรกรให้เกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ถูกต้อง
3. ช่วยเหลือและให้คำแนะนำปรึกษา

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สถาบันการศึกษา เกษตรจังหวัด อำเภอ สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs และบริษัทเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 2 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการ จับคู่ข้อมูลข่าวสารของพันธมิตรในสายโซ่อุปทานตั้งแต่ผลิตจนถึงตลาด

วัตถุประสงค์

เพื่อให้เกษตรกรรับทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำเกษตรจากเดิมที่มุ่งตัวสินค้าที่ชำนาญในพื้นที่ไปสู่เกษตรกรที่มุ่งความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อ ยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์) 	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบคุณภาพ • เทคโนโลยี • องค์กรความรู้ • ความคิดสร้างสรรค์ • การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง) • กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ • ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ
ความคิดสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ • ฐานข้อมูล • เทคโนโลยี • การวิจัยและพัฒนา • การประยุกต์และนวัตกรรม • การบริหารทรัพยากรบุคคล 	ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • ความหลากหลาย • ความคล่องตัว • ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า • โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

มูลค่าผลผลิตด้านการเกษตรและแปรรูปอาหารสูงขึ้น ผู้ประกอบการมีทักษะใหม่และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เพื่อการผลิตสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. เชื่อมโยงเกษตรกรผู้เพาะปลูกเข้ากับผู้ผลิตอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปโดยการนำผู้ประกอบการและเกษตรกรมาพบกันหรือทำเกษตรสัญจร เพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือของทั้งสองฝ่าย สามารถผลิตและพยากรณ์แนวโน้มได้อย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. พัฒนาเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกร รวมทั้งข้อมูลทางด้านวัตถุดิบและตลาด โดยรวบรวมจัดระบบข้อมูลข่าวสารที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอย่างครบวงจร
3. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

เกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs บริษัทเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 3 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้งศูนย์ออกแบบ/รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เซรามิกส์

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นแกนนำด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกของภูมิภาคที่ครบวงจร ตั้งแต่ การศึกษาวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ๆ ที่สามารถถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ภาคการผลิตได้แท้จริง รวมถึงการออกแบบวิเคราะห์ทดสอบและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากล เป็นหน่วย ฝึกอบรมและสร้างนักเซรามิกรุ่นใหม่ที่จะเชี่ยวชาญจริงและรวม มุ่งไปถึงเป็นสถาบันทางวิชาการที่ ทันสมัย

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อ ยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเอง และสร้างแบรนด์) 	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบคุณภาพ • เทคโนโลยี • องค์ความรู้ • ความคิดสร้างสรรค์ • การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง) • กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ • ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

มูลค่าผลผลิตด้านหัตถอุตสาหกรรมเซรามิกส์สูงขึ้น ผู้ประกอบการ มีทักษะใหม่และ ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อการผลิตสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. ออกแบบและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ช่วยออกแบบพร้อมอุปกรณ์ในการสร้างผลิตภัณฑ์และแม่พิมพ์แบบรวดเร็วที่มีความเหมาะสมแก่การออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกส์และ ศักยภาพของผู้ประกอบการ

2. วิจัยและพัฒนา core software สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ที่มีคุณสมบัติประกอบด้วย ห้องสมุดชิ้นส่วนรูปแบบเซรามิกส์ มีเครื่องมือที่สามารถรายงานขนาด ปริมาณ น้ำหนักและราคาเบื้องต้น แนะนำขนาดและรูปร่างของกล่องที่จะใช้บรรจุ ตลอดจนสามารถคาดการณ์ความเป็นไปได้ในการผลิตแต่ละรูปแบบที่ออกแบบไว้ มีเครื่องมือสำหรับการนำเสนอรูปแบบที่ออกแบบไว้ให้เสมือนเหมือนจริง

3. ให้บริการตรวจสอบและออกใบรับรองมาตรฐาน

4. ติดตาม เผยแพร่ความรู้ และความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เป็นตลาดบริโภคเกษตรอินทรีย์หลักของโลก

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กระทรวงอุตสาหกรรม จังหวัดและภาคธุรกิจเอกชน สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs
ประสานกับศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาระบบข้อมูลสืบสานภูมิปัญญาล้านนา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาล้านนาเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. เกิดการตระหนักถึงความสำคัญและอนุรักษ์ภูมิปัญญาล้านนา
3. เพื่อให้เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญาล้านนาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
4. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้และบริการด้านภูมิปัญญาล้านนา

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็น ออกแบบเองและสร้างแบรนด์) 	ความคิด สร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ • ฐานข้อมูล • เทคโนโลยี • การวิจัยและพัฒนา • การประยุกต์และนวัตกรรม • การบริหารทรัพยากรบุคคล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านศิลปหัตถกรรมที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ส่งเสริมการผลิตในสาขาหัตถอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม เพิ่มมูลค่าวัตถุดิบท้องถิ่นด้วยภูมิปัญญาล้านนา พัฒนาสินค้าใหม่ สร้างเสริมเศรษฐกิจใหม่จากทรัพยากรเดิมของภูมิภาค

กิจกรรม

1. ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาล้านนา
2. จัดทำฐานข้อมูล โดยจัดทำในรูปแบบของ web site เชื่อมโยงกับหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องเช่น ททท.
3. จัดงานกิจกรรมสืบสานภูมิปัญญาล้านนา นำ เรื่องเล่าเกี่ยวกับที่มาและภูมิปัญญาเก็บบันทึกไว้ด้วยสื่อที่ทันสมัย
4. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์

ระยะเวลาดำเนินการ 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาการ องค์การบริหารส่วนภูมิภาค

งบประมาณ 1 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมการปลูกพืชที่เป็นวัตถุดิบและพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกพืชที่เป็นวัตถุดิบ เช่น ฝ้าย ห้อม ฯลฯ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการและตลาด เพื่อเพียงพอต่อความต้องการ
2. เพื่อสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบให้มีคุณภาพมาตรฐานและเกิดความหลากหลาย เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่อุตสาหกรรม ODM สู่อุตสาหกรรม OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์) 	ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • ความหลากหลาย • ความคล่องตัว • ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า • โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

มูลค่าผลผลิตด้านหัตถอุตสาหกรรมผ้าทอและแฟชั่นสูงขึ้น ผู้ประกอบการมีปฏิสัมพันธ์มีทักษะใหม่และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อการผลิตสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. หน่วยงานที่รับผิดชอบสำรวจและตรวจสอบพื้นที่ที่มีศักยภาพและมีความเหมาะสมในการเพาะปลูกพืชที่เป็นวัตถุดิบสำหรับหัตถกรรมและแฟชั่น
2. ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกพืชที่เป็นวัตถุดิบรวมทั้งแนะนำให้ปรับปรุงโครงสร้างและระบบเพาะปลูกให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ด้วย เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ โดยการส่งผู้เชี่ยวชาญออกไปให้ความรู้ความเข้าใจ ให้คำแนะนำในการบำรุงรักษาและเก็บเกี่ยวผลผลิต
3. รณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรแสดงความจำนงเข้าร่วมโครงการ
4. ประเมินผลโครงการและปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สถาบันการศึกษา เกษตรอำเภอ -จังหวัด สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs ผู้ประกอบการด้านผ้าทอ นักออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่น

งบประมาณ 2 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
ชื่อโครงการ โครงการจับคู่ข้อมูลข่าวสารของพันธมิตรในสายโซ่อุปทานตั้งแต่ผลิตจนถึงตลาด

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมรับทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และปรับเปลี่ยนการออกแบบและผลิตจากเดิมที่มุ่งตัวสินค้าที่จำหน่ายในพื้นที่ไปสู่การออกแบบและผลิตตามความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน	ได้เปรียบเทียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• ความหลากหลาย• ความคล่องตัว• ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า• โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ประกอบการด้านหัตถอุตสาหกรรมผ้าทอและแฟชั่นมีปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประโยชน์ซึ่งกันและกันเพื่อเสริมทักษะใหม่อันซึ่งส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อการผลิตสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น ขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. เชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบ นักออกแบบ ผู้ผลิตสินค้าสำเร็จ และผู้จำหน่ายสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเข้าด้วยกันเพื่อการประสานความร่วมมือของทุกฝ่าย สามารถออกแบบสินค้า จัดทำแผนธุรกิจร่วม เลือกลายผลิตภัณฑ์ร่วม และพยากรณ์แนวโน้มได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วม ในธุรกิจภาคอื่นๆ ของอุตสาหกรรมแฟชั่นและหัตถอุตสาหกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

3. พัฒนาเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ผลิตสินค้าสำเร็จ รวมทั้งข้อมูลทางการออกแบบและตลาด โดยรวบรวมจัดระบบข้อมูลข่าวสารที่สำคัญสำหรับหัตถอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร ถ่ายทอดความรู้ ข่าวสารที่จำเป็นไปยังจุดต่างๆ ในสายโซ่อุปทานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันการศึกษา ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านหัตถกรรมและแฟชั่น)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการจับคู่ข้อมูลข่าวสารของพันธมิตรในสายโซ่อุปทานตั้งแต่ผลิตจนถึงตลาด

วัตถุประสงค์

เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิกทุกกลุ่มในสายโซ่อุปทาน พร้อมเสนอและพัฒนาโปรแกรม/บริการ/สินค้าทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ การสร้างคุณค่าร่วม ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน 	ได้เปรียบเทียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> ความหลากหลาย ความคล่องตัว ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ผลิตและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการมีปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประโยชน์ซึ่งกันและกันเพื่อเสริมทักษะใหม่อันซึ่งส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อการผลิตสินค้า/บริการใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงยิ่งขึ้น

กิจกรรม

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องทั้งการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง ความปลอดภัย ฯลฯ ให้เกิดความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
- การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวรวมถึงบริการและสินค้าให้สอดคล้องกับตลาดและลูกค้าเฉพาะแห่งเฉพาะกลุ่ม
- พัฒนาศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อบรมให้ความรู้เชิงลึกในข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง โปรแกรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมด้านภาษาที่หลากหลายมากขึ้น
- ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล อีกทั้งมีการแลกเปลี่ยนและ/หรือใช้ฐานข้อมูลร่วมอย่างมีบูรณาการ

5. สื่อสารทางการตลาดที่ตรงกับลูกค้าเป้าหมายด้วยหลายวิธี อาทิ ระบบอินเทอร์เน็ต สร้างเครือข่ายการบริการกับบริษัททัวร์และโรงแรม จัดทำหนังสือคู่มือนักท่องเที่ยว จัด event marketing หรือ roadshow แนะนำโปรแกรมเพื่อผู้ประกอบการพบปะนักท่องเที่ยวโดยตรง
ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานททท . ภาคเหนือ สมาคมโรงแรม สมาคมมัคคุเทศก์ สมาคม /ชมรม/
บริษัทเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
ชื่อโครงการ โครงการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติด้านสาธารณูปโภค
วัตถุประสงค์

เพื่อโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการที่สมบูรณ์อันจะเป็นการสร้างจุดขาย ด้วย ศิลปะล้านนาที่มีเอกลักษณ์ เสริมความสามารถในการแข่งขัน และลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม เทคโนโลยีสนับสนุน การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเอง และสร้างแบรนด์) 	ได้เปรียบเทียบ แข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> ความหลากหลาย ความคล่องตัว ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้แหล่งท่องเที่ยวที่มีการปรับปรุงพร้อมให้บริการ และ โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ อีกทั้งสืบสานศิลปะล้านนาในสถาปัตยกรรมสถานเพื่อการท่องเที่ยว

กิจกรรม

1. คณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของทั้ง 8 จังหวัดทำการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวและ โครงสร้างพื้นฐานที่ต้องการปรับปรุง รวมถึงสถานที่ที่จะตกแต่งด้วยเอกลักษณ์ศิลปะล้านนา ขณะเดียวกันเชื่อมโยงเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวและศิลปะล้านนาที่มี ทั้งความเหมือนและความแตกต่าง ในแต่ละจังหวัดตลอดประวัติศาสตร์กว่า 700 ปีของภูมิภาค
2. ด้านอุปทาน ทำการรณรงค์ให้คนท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจในแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้าง พื้นฐานที่พร้อมสมบูรณ์ และสถาปัตยกรรมที่ตกแต่งด้วยศิลปะล้านนา เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว
3. ด้านอุปสงค์ ทำการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้วพร้อม โครงสร้างพื้นฐานที่ครบถ้วนสมบูรณ์ในการบริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ทั้งในและต่างประเทศ

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานททท . ภาคเหนือ สมาคมโรงแรม สมาคมมัคคุเทศก์ สมาคม /ชมรม / บริษัทเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs

งบประมาณ 50 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์สำหรับสนับสนุนอุตสาหกรรมหลักในพื้นที่

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ให้พัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป / กึ่งสำเร็จรูป รวมถึงนวัตกรรมใหม่ที่ตอบสนองรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจในปัจจุบัน อันจะเป็นการเสริมความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการสาขาอื่นๆ ในภูมิภาคต่อไป

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ทดแทน/ลดการนำเข้า	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในประเทศ 	องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการสาขา ICT มีโอกาสพัฒนาสินค้าเพื่อป้อนเข้าสู่ตลาดภายในประเทศ สร้างรายได้แก่นักพัฒนาโปรแกรม เสริมประสบการณ์ก่อนการผลิตโปรแกรมส่งออกสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ขณะเดียวกันผู้ประกอบการสาขาอื่นมีโอกาสซื้อและใช้งาน เทคโนโลยีสารสนเทศที่จัดทำโดยคนไทยเพื่อคนไทยในราคาที่ย่อมเยากว่าการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ เป็นการสร้างความยั่งยืนจากฐานเศรษฐกิจใหม่

กิจกรรม

1. รวมกลุ่มนักพัฒนาโปรแกรมในท้องถิ่นภูมิภาคเหนือตอนบน เพื่อรับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานร่วมภาครัฐและเอกชน ให้ได้มาซึ่งผู้ประกอบการพัฒนาโปรแกรมมืออาชีพและบ่มเพาะนักพัฒนารุ่นใหม่
2. ส่งเสริมการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป / กึ่งสำเร็จรูป โดยดูจากความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ และตอบสนองอย่างถูกต้อง
3. พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ให้สูงยิ่งขึ้นเพื่อเป็นทรัพยากรทางปัญญาและกำลังบุคคลในการนำพายุทธศาสตร์สู่การแข่งขันฐานเศรษฐกิจใหม่

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา สำนักงานส่งเสริมพัฒนา SMEs บริษัทเอกชน โดยประสาน
กับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์
และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีแบบรหัสเปิด (Open Source)

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างเครือข่ายนักพัฒนาโปรแกรมและสร้างระบบงานสารสนเทศด้วยเทคโนโลยีแบบรหัสเปิดที่มีมาตรฐานความเป็นสากล ใช้งานได้สะดวก ต้นทุนต่ำ สนับสนุนและตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการท้องถิ่นในเขตภาคเหนือตอนบน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ทดแทน/ลดการนำเข้า	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในประเทศ 	องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ICT ในฐานะพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนรากฐานเดิมและใหม่ เร่งส่งเสริมนักพัฒนาซอฟต์แวร์ท้องถิ่น ให้มีความรู้และประสบการณ์ ผลงานที่สร้างขึ้นยังส่งประโยชน์สู่ SMEs ในภูมิภาคเดียวกัน เป็นการสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้เทคโนโลยี เปิดโอกาสสู่การจัดซื้อผลิตภัณฑ์และบริการด้านเทคโนโลยีจากผู้ให้บริการภายในท้องถิ่น /ภายในประเทศ นักพัฒนาซอฟต์แวร์สามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้น เพิ่มการยอมรับและรายได้ก่อนพัฒนาไปสู่การผลิตเพื่อส่งออกและผลักดันประเทศก้าวสู่ตำแหน่งทางการตลาดใหม่ด้าน ICT ของประเทศ

กิจกรรม

1. รวมกลุ่มนักพัฒนาโปรแกรมแบบรหัสเปิดในท้องถิ่นเพื่อรับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานร่วมภาครัฐและเอกชน ให้ได้มาซึ่งผู้ประกอบการพัฒนาโปรแกรมมืออาชีพและบ่มเพาะนักพัฒนารุ่นใหม่
2. ส่งเสริมการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป/กึ่งสำเร็จรูปด้วยเทคโนโลยีแบบรหัสเปิด โดยดูจากความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ และตอบสนองอย่างถูกต้อง

3. พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ให้สูงขึ้นเพื่อเป็นทรัพยากรทางปัญญาและกำลังบุคคล
ในการนำพาทักษะสู่การแข่งขันฐานเศรษฐกิจใหม่

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs บริษัทเอกชน สำนักงานพัฒนา
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์
แห่งชาติ (NECTEC) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการให้ความรู้อบรมบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะเพื่อ SMEs

วัตถุประสงค์

เพื่อเปิดโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเพื่อชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจให้สามารถก้าวทันกระแสโลกและการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ต

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ความคิดสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ • ฐานข้อมูล • เทคโนโลยี • การวิจัยและพัฒนา • การประยุกต์และนวัตกรรม • การบริหารทรัพยากรบุคคล 	องค์กรความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดทักษะใหม่ในด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเข้าถึงแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ตให้เห็นถึงสภาพการเคลื่อนไหวของตลาดและการแข่งขัน นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสร้างโอกาสด้านการตลาดและการขายต่อไป

กิจกรรม

1. จัดหาระบบคอมพิวเตอร์และการสื่อสารข้อมูลโดยอาจบูรณาการกับโครงการอินเทอร์เน็ตตำบลและ/หรือสำนักงานส่งเสริมพัฒนา SMEs หน่วยร่วมดำเนินงานต่างๆ
2. จัดฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต
3. เผยแพร่ความรู้สู่ผู้ประกอบการให้ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นและสื่อสารข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมและเท่าทันสถานการณ์

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด อบต. อบจ. สำนักงานส่งเสริมพัฒนา SMEs บริษัทเอกชน โดยประสานกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT
ชื่อโครงการ โครงการศูนย์กลางเครือข่ายข้อมูลกลางของจังหวัดและเชื่อมโยงแต่ละจังหวัดเพื่อใช้ข้อมูลอย่างบูรณาการ

วัตถุประสงค์

เพื่อรวบรวมและกระจายนำข้อมูลไปต่อยอดใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมพื้นฐานของภูมิภาค

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน	องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none">• เทคโนโลยี• ฐานข้อมูล• สารสนเทศ• การวิจัยและพัฒนา• นวัตกรรม• สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการบูรณาการของฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันเป็นระบบเครือข่ายทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ด้านข่าวสารซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ใช้ประโยชน์เพื่อการสนับสนุนผู้ประกอบการในสาขาต่างๆ สร้างเสริมจุดแข็งซึ่งกันและกันในภูมิภาคนำไปสู่การปรับตัวอย่างสอดคล้องกับสถานการณ์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างมีทิศทาง

กิจกรรม

1. รวบรวมและสร้างฐานข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ การศึกษา และเอกชนซึ่งเป็นข้อมูลสำหรับสนับสนุนผู้ประกอบการสาขาต่างๆ ทั้งด้านผลิต บริหารจัดการ ตลาดและอาชีพจังหวัด
2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อถ่ายทอดสู่ผู้ประกอบการเป็นการ เสริมสร้างความสามารถการแข่งขันก้าวทันต่อสถานการณ์
3. จัดตั้งคณะทำงานเพื่อบริการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ของภูมิภาคและแปรข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่เผยแพร่แก่ชุมชนได้ง่ายและเหมาะสม

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs หน่วยงานของภาคเอกชน

งบประมาณ 1 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT
ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้ง Software Excellence Center จังหวัดเชียงใหม่
วัตถุประสงค์

เพื่อผลักดันธุรกิจซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์และบริการ เป็นสะพานเชื่อมระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาองค์ความรู้และทรัพยากรบุคคลร่วมกันในฐานะฐานเศรษฐกิจใหม่ โดยมีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางเพื่อบริการภูมิภาคเหนือตอนบนด้านข่าวสาร ความรู้ การส่งเสริมทางการตลาดในประเทศและการส่งออก

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ความคิดสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ • ฐานข้อมูล • เทคโนโลยี • การวิจัยและพัฒนา • การประยุกต์และนวัตกรรม • การบริหารทรัพยากรบุคคล 	องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดองค์ความรู้ ทรัพยากรบุคคล และผลงานการประดิษฐ์ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์และบริการให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ สร้างเสริมจุดแข็งซึ่งกันและกันในภูมิภาคนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในโลกเศรษฐกิจใหม่

กิจกรรม

1. จัดตั้งคณะทำงานและสำนักงาน ประกอบด้วย ศูนย์ฝึกอบรม ศูนย์วิจัยพัฒนา ศูนย์ปฏิบัติงาน ศูนย์ทดสอบ ศูนย์ตรวจสอบคุณภาพ ระบบสื่อสารสารสนเทศ
2. สร้างเครือข่ายกับนักพัฒนาโปรแกรมเพื่อนบ้านต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างโอกาสการตลาด
3. บริการด้านซอฟต์แวร์แก่ SMEs ทุกสาขาในภูมิภาคเหนือตอนบน

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs บริษัทเอกชน โดยประสานกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ร่วมกับ เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software Park Thailand) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะพื้นที่

ชื่อโครงการ โครงการตลาดกลางสินค้าเกษตร จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายสินค้าเกษตร
2. เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้าเกษตร
3. เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดสินค้าเกษตร
4. เพื่อเป็นกลไกของรัฐในการกำกับดูแลด้านการผลิตและราคาของสินค้าเกษตร

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบ โครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน	ต้นทุนลดลง	<ul style="list-style-type: none">• คุณภาพวัตถุดิบ• การสร้างนวัตกรรม• การวางแผน/การออกแบบที่ดี• การใช้ทรัพยากร/ทุนร่วมกัน• การรวมกลุ่ม/สร้างเครือข่ายธุรกิจ• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ผลิตและผู้ประกอบการด้านเกษตรและแปรรูปอาหารเกิดการเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์สร้างเครือข่ายธุรกิจ สามารถลดต้นทุน เกิดสภาพคล่อง

กิจกรรม (การให้บริการในตลาดกลาง)

1. การค้าส่ง เป็นบริการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย พบปะเจรจาตกลงทางธุรกิจ
2. การค้าปลีก โดยให้เช่าพื้นที่แก่ผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ค้าทั่วไป เพื่อวางจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ค้า รายย่อย ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคทั่วไป
3. การบริการคลังสินค้า ให้เช่าคลังสินค้าทั้งคลังทั่วไปและคลังห้องเย็นเก็บสินค้ารอการจำหน่ายหรือรอการขนส่ง

4. การบริการร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์การเกษตรจาก SMEs และผู้ประกอบการตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และสินค้าพื้นเมืองเพื่อเป็นศูนย์กลางในการขายส่งขายปลีก

5. การบริการข้อมูลข่าวสารการตลาด ทั้งเชิงปริมาณและราคาที่มีการซื้อขายกันในตลาดแต่ละวันเพื่อเผยแพร่ให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องรับทราบและใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

ระยะเวลาดำเนินการ งานก่อสร้าง 1 ปี (พ.ศ. 2546) งานบริหาร พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จังหวัด และภาคเอกชน

งบประมาณ 300 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะพื้นที่
ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้งศูนย์แสดง/จำหน่ายสินค้าเซรามิกส์แบบครบวงจร
วัตถุประสงค์

เพื่ออำนวยความสะดวกและให้ข้อมูลแก่นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เป็นนักธุรกิจรวมถึงผู้ซื้อสินค้าในการชมตัวอย่างผลิตภัณฑ์ อีกทั้งเป็นเวทีกลางในการพบปะระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อเพื่อปฏิสัมพันธ์ด้านความต้องการของตลาดเพื่อการผลิตอย่างสอดคล้อง

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน 	ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • ความหลากหลาย • ความคล่องตัว • ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า • โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ผลิตและผู้ประกอบการด้านหัตถอุตสาหกรรมเซรามิกส์เกิดการเชื่อมโยงสร้างเครือข่ายธุรกิจเพื่อการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้น สำหรับตลาดที่กว้างขยายขึ้น เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น

กิจกรรม (การให้บริการในศูนย์)

1. การค้าส่ง เป็นบริการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ซื้อและผู้ขายพบปะเจรจาตกลงทางธุรกิจ
2. การค้าปลีก โดยให้เช่าพื้นที่แก่ผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ค้าทั่วไป เพื่อวางจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ค้า รายย่อย ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคทั่วไป
3. การบริการคลังสินค้า ให้เช่าคลังสินค้าเพื่อใช้เก็บสินค้ารอการจำหน่ายหรือรอการขนส่ง
4. การบริการร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นศูนย์กลางในการขายส่งขายปลีก
5. การบริการข้อมูลข่าวสารการตลาด ทั้งเชิงรูปแบบดิจิทัล โน้มน้าวและราคาที่มีการซื้อขายกันในตลาดแต่ละวันเพื่อ เผยแพร่ให้ผู้ผลิตและผู้เกี่ยวข้องรับทราบและใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

ระยะเวลาดำเนินการ งานก่อสร้าง 1 ปี (พ.ศ. 2547) งานบริหาร พ.ศ. 2548 เป็นต้นไป
หน่วยงานที่รับผิดชอบ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก จังหวัด และภาคเอกชน
งบประมาณ 200 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะพื้นที่
ชื่อโครงการ โครงการก่อสร้างศูนย์สถานีขนถ่ายสินค้า (Truck Terminal) จังหวัด
เชียงใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อลดอุปสรรคด้านการคมนาคมและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจโดยการเชื่อมโยงการขนส่ง
บริหารการขนถ่ายสินค้า จัดระเบียบการจราจร กำหนดเส้นทางและเวลาการเดินทางอย่างมี
ประสิทธิภาพเพื่อควบคุมการขนส่งอย่างตรงเวลา

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ต้นทุนลดลง	<ul style="list-style-type: none">• คุณภาพวัตถุดิบ• การสร้างนวัตกรรม• การวางแผน/การออกแบบที่ดี• การใช้ทรัพยากร/ทุนร่วมกัน• การรวมกลุ่ม/สร้างเครือข่ายธุรกิจ• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์	สภาพคล่อง	<ul style="list-style-type: none">• การบริหารจัดการทุน• ความสามารถทักษะการใช้เงิน• คุณภาพและทักษะการขาย• ประสิทธิภาพการประสานงาน• การมอบ/กระจายอำนาจแก่บุคคล• ความยืดหยุ่น/คล่องตัวของแรงงาน• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการเชื่อมโยงการขนถ่ายสินค้าโดยมีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง ผู้ผลิตและผู้ประกอบการ
ทุกสาขาอุตสาหกรรมในภูมิภาคเหนือตอนบนเกิดสภาพคล่องในการขนถ่ายสินค้า เป็นการเพิ่ม
มาตรฐานและโอกาสการค้าในธุรกิจ ลดต้นทุนทั้งด้านเวลาและค่าใช้จ่ายการขนถ่ายสินค้า

กิจกรรม

1. ก่อสร้างศูนย์สถานีขนถ่ายสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก อาที่ ลานจอดรถ จุดและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า สำนักงาน บริการคลังสินค้า ปั้มน้ำมัน ร้าน
อุปกรณ์อะไหล่และบริการซ่อมเครื่องยนต์ ธนาคาร ร้านอาหาร สถานีอนามัย หอพักสำหรับ
เจ้าหน้าที่

2. จัดโครงสร้างองค์กรเพื่อให้บุคลากรได้บริหารศูนย์สถานีขนถ่ายสินค้าและอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้านระบบขนส่งสินค้า เชื่อมโยงกับ 7 จังหวัดและอำเภอต่างๆ

3. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการศูนย์สถานี ขนถ่ายสินค้าจังหวัดเชียงใหม่เป็นทางเลือกการขนส่งทางบกให้แก่ผู้ประกอบการ

ระยะเวลาดำเนินการ งานก่อสร้าง 1 ปี (พ.ศ. 2547) งานบริหาร พ.ศ. 2548 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด กรมการขนส่งทางบก บริษัทเอกชนให้บริการด้านการขนส่งสินค้า

งบประมาณ 200 ล้านบาท

3. ยุทธศาสตร์ การเสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมายรวม (เฉลี่ย 10 % ของเป้าหมาย สสว. รวมทั้งประเทศ สัดส่วนภาคกลาง 60 % ภูมิภาค 40% : เหนือบน เหนือล่าง อีสาน ได้)

■ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) รวม SMEs ขยายตัวในอัตราที่เร่งตัวต่อเนื่องจนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในปี พ.ศ.2549 หรืออัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น 15 % ต่อปี

- การจ้างงานของ SMEs เพิ่มขึ้น 18,000 คน ต่อปี
- ประสิทธิภาพการผลิต การค้า การบริการของ SMEs ของภาคสูงขึ้น 2 % ต่อปี
- มูลค่าการส่งออก SMES ของภาคขยายตัวไม่น้อยกว่า 3 % ต่อปี
- จดทะเบียน SMEs เพิ่มขึ้น 5,000 รายในปี 2549
- ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น 5,000 รายต่อปี
- กลุ่มอาชีพดำเนินขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็น 650 กลุ่มในปี 2549

มาตรการ

■ มาตรการเร่งด่วน คือ การยกระดับความรู้ ความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านการบริหารจัดการที่ดี ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มและการรับช่วงการผลิต เชื่อมโยง SMEs กับ วิสาหกิจขนาดใหญ่ สร้างกลไกถ่ายทอด ICT ขยายโอกาส SMEs ในการเข้าถึงและประโยชน์จาก เทคโนโลยีสารสนเทศที่ก้าวหน้าและเหมาะสม

■ มาตรการระยะกลางและระยะยาว คือ ส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) สร้างสรรค์นวัตกรรม สร้างเครือข่ายการเชื่อมโยง ส่งเสริมการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการสู่ มาตรฐานสากล ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและทันสมัยที่พัฒนามาจากองค์ความรู้ ภายในประเทศ การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และ สถาบันการศึกษาให้มีการทำงาน และใช้ทรัพยากรร่วมกัน

กลยุทธ์และโครงการ รวม 4 กลยุทธ์ 15 โครงการ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร
 - โครงการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์นำร่อง
 - โครงการไร่ตัวอย่าง
 - โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการเกษตร

- โครงการส่งเสริมมาตรฐานโรงงานอุตสาหกรรม
- โครงการจัดทำสวนเกษตรไบชา แม่ฮ่องสอน
- โครงการพัฒนาฝีมือแรงงานเข้าสู่เกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
 - โครงการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าแฟชั่นและหัตถอุตสาหกรรม
 - โครงการเสริมสร้างนวัตกรรมนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาทดลองทำผลิตภัณฑ์
 - โครงการสร้างการรวมกลุ่มผู้ผลิตผ้าล้านนา
 - โครงการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเซรามิกส์ลำปางให้มีพลวัต

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
 - โครงการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวงล้านนาและสุโขทัย
 - โครงการศึกษาเพื่อหาตำแหน่งในตลาดท่องเที่ยวทั้งใน -ต่างประเทศ เพื่อสร้าง “ล้านนาแบรนด์” และเผยแพร่ในทิศทางเดียวกัน
 - โครงการยกระดับทัวร์ป่าและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT
 - โครงการพัฒนาองค์ความรู้แก่บุคลากรเพื่ออุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในภูมิภาคและอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
 - โครงการศึกษาต่อยอดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในหลักสูตรเฉพาะทาง

รายละเอียดโครงการ
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์นำร่อง

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้าง ความเข้าใจและให้ความรู้แก่เกษตรกรและผู้สนใจในการดำเนินการเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้องและได้มาตรฐาน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none">• ระบบคุณภาพ• เทคโนโลยี• องค์ความรู้• ความคิดสร้างสรรค์• การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง)• กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่• ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ	ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• ความหลากหลาย• ความคล่องตัว• ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า• โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ทักษะใหม่ ได้สินค้าใหม่ในมาตรฐานใหม่มีมูลค่าเพิ่มตรงตามความต้องการของตลาด เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กิจกรรม

1. กำหนดพื้นที่ศูนย์สาธิตเกษตรอินทรีย์ครบวงจร และเชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ
2. สนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อทำการผลิตและการสร้างเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
3. ฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการของระบบเกษตรอินทรีย์ ความต้องการของตลาด เงื่อนไขด้านมาตรฐานการรับรองคุณภาพ รวมทั้งด้านการบริหารจัดการธุรกิจ
4. สนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่ม โดยการกำกับ ติดตาม และช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น
5. จัดหาแหล่งทุนสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่ม โดยให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ จัดทำโปรแกรมสินเชื่อพิเศษ
6. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประสานกับภาคธุรกิจเอกชน

งบประมาณ 30 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการไร่ตัวอย่าง

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการผลิตเพื่อให้เกษตรกรได้รับความรู้เกิด
การยอมรับและนำไปปฏิบัติตามเสมือนเป็นการศึกษานำร่องก่อนส่งเสริมการผลิตจริงในพืชสาย
พันธุ์ต่างๆ ที่ตลาดต้องการ ผู้การเติบโตของอุตสาหกรรมเกษตรในภูมิภาคเหนือตอนบน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
องค์ ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้ 	ได้เปรียบเทียบ แข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • ความหลากหลาย • ความคล่องตัว • ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า • โครงสร้างพื้นฐานที่ สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดความรู้และทักษะใหม่นำไปสู่ทางเลือกการผลิตผลผลิตใหม่หรือผลผลิตเชิงมูลค่าเพิ่ม
ที่เป็นที่ต้องการของตลาดและแข่งขันได้ เพิ่มรายได้แก่เกษตรกร

กิจกรรม

1. สร้าง “โรงเรียนเกษตรกร” เป็นจุดถ่ายทอดเทคโนโลยีและพัฒนาเกษตรกรวิทยากร
2. มุ่งเน้นกิจกรรมการส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการผลิตสู่เกษตรกร โดยใช้

กระบวนการรูปแบบต่างๆ ได้แก่ (1) การนำร่อง เป็นการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้นำทำกิจกรรม
การเกษตรเป็นตัวอย่างแก่เกษตรกรรายอื่นๆ ได้ศึกษาดู งานเกิดกระบวนการเรียนรู้และนำไปขยาย
ผลในการปฏิบัติอย่างสอดคล้องกับสภาพพื้นที่และทรัพยากร (2) การเร่งรัดส่งเสริมการผลิตตาม
เป้าหมาย เช่น เพื่อการส่งออก หรือเพื่อทดแทนการนำเข้า มีการสนับสนุนปัจจัยการผลิตตามความ
เหมาะสม

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จังหวัด และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการเกษตร

วัตถุประสงค์

1. สำหรับเกษตรกร ส่งเสริมให้เกิดการผลิตที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อและรับประกันการซื้อผลผลิตป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมเพื่อแปรรูป
2. สำหรับผู้ผลิตอาหารแปรรูปจะมีวัตถุดิบที่ได้คุณภาพส่งผลให้ได้สินค้าสำเร็จมีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน 	ประสิทธิภาพการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> • มุ่งบริหารจัดการทรัพยากรบุคลากร เงินทุน วัตถุดิบ เครื่องมืออย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการเชื่อมโยงการผลิตวัตถุดิบเข้ากับภาคอุตสาหกรรม ส่งเสริมให้เกษตรกรได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานร่วมกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม มีการร่วมทุนกันอยู่ าวจริงจังสร้างความเชื่อมั่นให้ทั้งสองฝ่าย คือฝ่ายโรงงานมั่นใจว่าจะได้สินค้าอย่างเพียงพอ เกษตรกรมั่นใจว่าจะขายสินค้าได้ สามารถดำเนินกิจการในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

กิจกรรม

1. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องประสานเพื่อทราบถึงประเภทของผลผลิตที่เป็นที่ต้องการโรงงานอุตสาหกรรม
2. จัดตั้งกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพในการผลิตวัตถุดิบป้อนโรงงานตามผลการประสานงานข้อ 1 จากนั้นพัฒนาศักยภาพเกษตรกรให้สอดคล้องกับการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ
3. จัดทำสัญญาข้อตกลงในการเพาะปลูกและจัดส่งวัตถุดิบให้กับโรงงาน โดย มีคณะทำงานกลางที่จะให้คำแนะนำช่วยเหลือและประสานงานให้ทั้งสองฝ่ายดำเนินการต่อกันอย่างยุติธรรม

4. ช่วยเหลือเกษตรกรด้านเทคโนโลยีการผลิตและสนับสนุนทรัพยากรการผลิตตามความเหมาะสมเพื่อเพิ่มผลผลิตตามข้อกำหนดของโรงงานทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ

5. ติดตามการทำงานร่วมระหว่างเกษตรกรและโรงงานอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อทราบถึงสถานการณ์และแนวโน้มตลาด เพื่อสามารถปรับตัววางแผนและดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดตลอดเวลา

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานเกษตร ศูนย์ส่งเสริม อุตสาหกรรม สถาบันส่งเสริม SMEs หอการค้า และสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการผลิตและแปรรูปอาหาร) และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 3 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมมาตรฐานโรงงานอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์

เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตสาขาเกษตรและแปรรูปอาหารของภูมิภาคเหนือตอนบน ให้มีคุณภาพระดับสากลเพิ่มภาพลักษณ์แก่ผู้ผลิต เพิ่มความมั่นใจแก่ผู้บริโภค เพิ่มโอกาสในตลาด

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบคุณภาพ • เทคโนโลยี • องค์กรความรู้ • ความคิดสร้างสรรค์ • การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง) • กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ • ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ 	ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> • ความหลากหลาย • ความคล่องตัว • ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า • โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการพัฒนาคูณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพชีวิตของแรงงาน และสภาพแวดล้อม ได้ระบบการทำงานที่มีมาตรฐาน ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ได้ความมั่นใจจากลูกค้าและลูกค้า

กิจกรรม

1. สร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ โดยแสดงถึงประโยชน์ที่ดีกว่าในการปรับปรุงโรงงานเข้าสู่มาตรฐานอุตสาหกรรม
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือประสานงานเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ อาทิ การตรวจสอบ การขึ้นทะเบียนโรงงาน จัดทะเบียนเครื่องจักร การบริการสารสนเทศด้านบริหารพัฒนาอุตสาหกรรม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย สุขอนามัย เชื่อมโยงโรงงานเข้ากับผู้ผลิต เครื่องจักร ผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยโรงงาน รวมถึงผู้ประกอบการให้บริการกำจัดของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม
3. จัดอบรมความรู้ด้านมาตรฐานการผลิตและโรงงานแก่ผู้จัดการฝ่ายโรงงาน เพื่อการควบคุมตรวจสอบให้เป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐาน
4. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์โครงการเพื่อแสดงให้เห็นถึงความมีมาตรฐานของโรงงานอุตสาหกรรม

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547-2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด กรม โรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบัน
รับรองมาตรฐานอาหาร ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการ
เกษตรและแปรรูปอาหาร)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการจัดทำสวนเกษตรไบชา แม่ฮ่องสอน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับพื้นที่ป่าที่ถูกทำลายหรือเสื่อมโทรมแล้วให้มากขึ้น
2. เพื่อเพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์จากที่ดินที่เสื่อมสภาพไปแล้วรวมถึงลดปัญหาการเสื่อมโทรมของดินและสภาวะแวดล้อมอันเนื่องจากการใช้ปุ๋ยและยาฆ่าแมลง
3. เพื่อเพิ่มที่ดินทำกินส่งเสริมให้ประชากรในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีที่ประกอบอาชีพเป็นหลักแหล่ง
4. เพื่อเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัด

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์) 	ผลผลิตเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • การวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม • การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี • การเสริมความรู้ • การบริหารจัดการที่ดี • การใช้ทรัพยากร/ทุนร่วมกัน • การสร้างมูลค่าเพิ่ม • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้สินค้าใหม่ที่ตลาดดี องค์กร เป็นสินค้าที่สามารถต่อยอดไปสู่สินค้าอื่น ขยายการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสาขาเกษตรสู่ภาคการท่องเที่ยว เป็นการใช้ประโยชน์จากที่ดินเสื่อมโทรมและเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการอาหารและท่องเที่ยวในขณะเดียวกัน

กิจกรรม

1. ศึกษาความเหมาะสม ออกแบบเบื้องต้น และปรับสภาพที่ดิน
2. ดำเนินการปลูกไบชาและก่อสร้างโรงงานแปรรูปไบชาและผลผลิตจากขมสิ่งก่อสร้างอื่น
3. วางรากฐานองค์ความรู้ด้านการตลาดต่างประเทศ และการผลิตเพื่อส่งออก
4. รณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ งานก่อสร้าง 1 ปี (พ.ศ. 2547) งานบริหาร พ.ศ. 2548 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จังหวัด และภาคเอกชน

งบประมาณ

200 ล้านบาท สำหรับพื้นที่ 2,000 ไร่เพื่อการปลูกชา โรงงานแปรรูปไบชา และผลผลิตอื่นๆ จากชา โรงงานสร้างเครื่องจักรกล/ซ่อมบำรุงเครื่องจักรกล เขตร้านค้า สำนักงาน ที่พักอาศัย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาฝีมือแรงงานเข้าสู่เกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตแรงงานทักษะฝีมือ สร้างทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพป้อนสู่ภาคเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เป็นการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารโดยรวมของภูมิภาค

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
แรงงาน ทักษะ	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ใหม่ • ทักษะคิดและค่านิยมการจ้างงาน • ทักษะคิดและค่านิยมการทำงานเชิงรุก มุ่งการแข่งขันสร้างมาตรฐานการทำงานใหม่ • การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี • การมีจิตใจบริการ มุ่งลูกค้า 	ประสิทธิภาพ การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> • มุ่งบริหารจัดการทรัพยากร บุคลากร เงินทุน วัสดุดิบ เครื่องมืออย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้แรงงานที่มีทักษะคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น

กิจกรรม

1. ประชาสัมพันธ์โครงการและรับสมัครแรงงานระดับอำเภอไปสู่ระดับจังหวัด
2. ฝึกอบรมในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติงาน
3. ทดสอบความรู้ที่ผ่านการอบรมเพื่อรับใบประกาศ
4. จัดหาแหล่งงานให้กับแรงงานที่ได้รับการอบรม

ระยะเวลาการดำเนินการ ปี 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา กรมแรงงาน สถาบันส่งเสริม SMEs ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคเอกชน (ผู้ประกอบการด้านเกษตรและแปรรูปอาหาร)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าแฟชั่นและหัตถอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมสร้างการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจเอกชนและผู้เกี่ยวข้องทั้งระบบ เป็น การยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่นภาคเหนือตอนบน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่าย ธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบ โครงสร้างเชิงธุรกิจที่ เกื้อหนุนกัน	ประสิทธิภาพ การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> • มุ่งบริหารจัดการทรัพยากร บุคลากร เงินทุน วัตถุดิบ เครื่องมืออย่างมี ประสิทธิภาพสูงสุด • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้าสำเร็จ และผู้กระจายสินค้า รวมถึงผู้ที่
เกี่ยวเนื่องทั้งภาครัฐและเอกชนในสาขาหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น ในการทำงานร่วมกันอย่าง
สอดคล้องประสานนำไปสู่สภาพคล่องเอื้อต่อการความคิดสร้างสรรค์ พัฒนานวัตกรรม พัฒนาสินค้าใหม่
เพิ่มมูลค่าสินค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กิจกรรม

1. เตรียมความพร้อมเบื้องต้นของโครงการ
2. สำรวจ วินิจฉัยภาพรวมของธุรกิจ การสร้างความร่วมมือกับผู้ที่เกี่ยวข้อง
3. พัฒนาวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ร่วมกัน
4. บริหารและดำเนินการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันศึกษาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถาบันส่งเสริม SMEs
สมาคมผู้ผลิตผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

งบประมาณ 20 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
ชื่อโครงการ โครงการเสริมสร้างนวัตกรรมนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาทดลองทำผลิตภัณฑ์
วัตถุประสงค์

เพื่อนำวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการนำไปผลิตสินค้า ส่งเสริม
 การคิดค้นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้ท้องถิ่น

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ทดแทน/ลด การนำเข้า	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในประเทศ 	มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่าลดการสั่งซื้อจากแหล่งภายในหรือนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ สร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบท้องถิ่น ได้สินค้าใหม่ ได้นวัตกรรม เพิ่มรายได้สร้างโอกาสทางธุรกิจ

กิจกรรม

1. ศึกษารายละเอียดของทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าของท้องถิ่น
2. ส่งเสริมการร่วมมือระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบท้องถิ่นกับผู้ประกอบการผลิตสินค้า
3. สนับสนุนให้นักออกแบบผลิตภัณฑ์นำวัตถุดิบของท้องถิ่นไปใช้ในการผลิตสินค้า
4. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมโครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs นักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่น สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านหัตถอุตสาหกรรม)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการสร้างการรวมกลุ่มผู้ผลิตผ้าล้านนา

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมสร้างการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจเอกชนและผู้เกี่ยวข้องในการผลิตและจำหน่าย เป็นการยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของผ้าล้านนา สินค้าภูมิปัญญาภาคเหนือตอนบน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน	ประสิทธิภาพการผลิต	<ul style="list-style-type: none">• มุ่งบริหารจัดการทรัพยากร บุคลากร เงินทุน วัตถุดิบ เครื่องมืออย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ทอผ้า ผู้ผลิตสินค้าสำเร็จ และผู้กระจายสินค้าผ้าทอล้านนา รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการ ทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องประสานนำไปสู่สภาพคล่องเอื้อต่อการความคิดสร้างสรรค์ พัฒนานวัตกรรม พัฒนาสินค้าใหม่ เพิ่มมูลค่าสินค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กิจกรรม

1. ศึกษาสถานการณ์กลุ่มผ้าล้านนา ผ้าพื้นเมือง เช่น ผ้าฝ้ายทอมือ ฝ้ายก ผ้าลายน้ำไหล ผ้ามือห้อม ฝ้ายก

2. รวบรวมเพื่ออนุรักษ์องค์ความรู้ด้านผ้าทอล้านนา

3. ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่จะช่วยส่งเสริมการผลิตและการตลาด เสริมภาพลักษณ์

ในสินค้าภูมิปัญญา

4. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก สถาบันส่งเสริม SMEs สมาคมผู้ผลิตผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ กลุ่มผ้าทอล้านนา

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเซรามิกส์ล้ำปางให้มีพลวัต
วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มและสร้างรายได้เปรียบด้านความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ด้วยการประสานงานของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม และเป็นจุดศูนย์กลางข้อมูลแหล่งวัตถุดิบ-ผู้ผลิต-ผู้จำหน่าย-ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมเซรามิกส์เพื่อเพิ่มอำนาจความสะดวกและนำมาใช้ประโยชน์ในธุรกิจ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน 	ความคิดสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ • ฐานข้อมูล • เทคโนโลยี • การวิจัยและพัฒนา • การประยุกต์และนวัตกรรม • การบริหารทรัพยากรบุคคล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้าเซรามิกส์ และผู้กระจายสินค้า รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องประสานนำไปสู่สภาพคล่องเอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ พัฒนานวัตกรรม พัฒนาสินค้าใหม่ เพิ่มมูลค่าสินค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกิจกรรม

1. ศึกษาห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมเซรามิกส์รวมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม เพื่อประโยชน์ในการพัฒนากลุ่มธุรกิจ (Cluster Development) และจัดทำฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเซรามิกส์และธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน

2. ศึกษาแหล่งวัตถุดิบและการใช้ต้นทุนทรัพยากรในประเทศ วจจรผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเซรามิกส์และสู่ทางการผลิตสินค้าใหม่ มาตรการการกีดกันการค้าที่ไม่ใช่ภายในประเทศคู่ค้าความเป็นไปได้ของมาตรการของรัฐและผลกระทบต่ออุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาองค์ความรู้แบบเจาะลึกและแสวงหาช่องทางสำหรับอุตสาหกรรมในอนาคต

3. จัดการณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ ระยะยาว 5 ปี (2547-2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าส่งออก จังหวัด สถาบันส่งเสริม SMEs และภาคธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 20 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวงล้านนาและสุโขทัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในเชิงศึกษาประวัติศาสตร์ล้านนา-สุโขทัย
2. เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยววงล้านนา-สุโขทัย
3. เพื่อส่งเสริมและเพิ่มแนวทางการท่องเที่ยวแนวใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่• ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล• ปรับจาก OEM ผู้ ODM ผู้ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็น ออกแบบเองและสร้างแบรนด์)	ผลผลิตเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• การวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม• การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี• การเสริมความรู้• การบริหารจัดการที่ดี• การใช้ทรัพยากร/ทุนร่วมกัน• การสร้างมูลค่าเพิ่ม• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดความเจริญก้าวหน้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจำนวนที่เพิ่มขึ้น เกิดการจ้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรม

1. ศึกษาสำรวจรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเนื่องเชื่อมโยงของประวัติศาสตร์ล้านนาและสุโขทัย
2. จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องประสานระหว่างสองประวัติศาสตร์เข้าด้วยกันเป็นจุดขายใหม่ที่เชื่อมโยงสองภูมิภาคของประเทศเข้าด้วยกัน
3. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้วยความร่วมมือจาก ททท . และหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

งบประมาณ 50 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
ชื่อโครงการ โครงการศึกษาเพื่อหาตำแหน่งในตลาดท่องเที่ยวทั้งใน -ต่างประเทศ เพื่อสร้าง “ล้านนาแบรนด์” และเผยแพร่ในทิศทางเดียวกัน

วัตถุประสงค์

สร้างภาพลักษณ์ของภู มิภาคเหนือตอนบนด้านบริการท่องเที่ยว มุ่งเน้นสร้างทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก โปรแกรม สินค้าการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเอกลักษณ์เชิงประเพณีวัฒนธรรม ล้านนาที่สืบทอดมากกว่า 700 ปี เป็นจุดแตกต่างในการแข่งขัน และใช้ตราสัญลักษณ์ “ล้านนา แบรินด์” (Lanna Brand) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM คู่ ODM คู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเอง และสร้างแบรนด์) 	คงเอกลักษณ์ “ล้านนา”	รวบรวมสร้างองค์ความรู้ด้าน ล้านนา กระจายสร้างความเข้าใจ ภูมิใจ นำไปประยุกต์ใช้ได้อย่าง สร้างสรรค์ เน้นการถ่ายทอดเชิง ประสบการณ์เพื่อสร้างเป็นคุณค่า ให้คล้อยตาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ มีคุณภาพและมาตรฐานทั่วทั้งภูมิภาค ภายใต้ตราสัญลักษณ์ “ล้านนาแบรนด์” เหมือนกัน มีแนวทางในการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศอย่างมีทิศทางเดียวกัน เป็นการเพิ่มมูลค่าในตลาดท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมล้านนาที่มีเอกลักษณ์

กิจกรรม

1. ทำการวิจัยจัดกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาด
2. กำหนดแนวทางในการสื่อสารทางการตลาดที่สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม
3. กำหนดคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว รับประกันด้วยตราสัญลักษณ์ “ล้านนาแบรนด์”
4. คัดเลือกและเชิญชวนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการเข้าร่วมโครงการ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างต่างประเทศ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สนง.ททท. ภาคเหนือ จังหวัด ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการบริการท่องเที่ยว

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
ชื่อโครงการ โครงการยกระดับทัวร์ป่าและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่
วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ตอบสนองความต้องการแก่ตลาดและลูกค้าเฉพาะ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของภูมิภาคให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มตามรสนิยม

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเอง และสร้างแบรนด์) 	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบคุณภาพ • เทคโนโลยี • องค์กรความรู้ • ความคิดสร้างสรรค์ • การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง) • กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ • ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้สินค้าและบริการท่องเที่ยวใหม่ที่มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น เพิ่มมูลค่าทรัพยากรธรรมชาติในภูมิภาค เพื่ มทางเลือกในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม เพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

กิจกรรม

1. ทำการสำรวจและควบคุมพื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับจัดโปรแกรมทัวร์ป่า และ/หรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันรักษาสภาพแวดล้อมของธรรมชาติ
2. จัดอบรมแก่ผู้บริการท่องเที่ยวและผู้นำหมู่บ้าน เพื่อบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
3. จัดทำแผนที่เส้นทางและคู่มือนักท่องเที่ยวเดินป่าอย่างปลอดภัย มีการวางแผนช่วยเหลือกรณีฉุกเฉินโดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมป่าไม้
4. ทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทัวร์ป่ามาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นใหม่ โดยนำเสนอผ่านทาง website ด้วยความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน

ระยะเวลาดำเนินการ 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานทททภาคเหนือ จังหวัด ภาครัฐและบริษัทเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการบริการท่องเที่ยว

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาองค์ความรู้แก่บุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในภูมิภาคและอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

วัตถุประสงค์

เพื่อการสร้างองค์ความรู้และบุคลากร พัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของเศรษฐกิจความรู้และเศรษฐกิจใหม่สนองต่อความต้องการของภูมิภาคและส่งเสริมให้ภูมิภาคเหนือตอนบนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ICT ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้ 	แรงงานทักษะ	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ความรู้ใหม่ • ทักษะคิดและค่านิยมการจ้างงาน • ทักษะคิดและค่านิยมการทำงานเชิงรุก มุ่งการแข่งขันสร้างมาตรฐานการทำงานใหม่ • การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี • การมีจิตใจบริการ มุ่งลูกค้า

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

องค์ความรู้และบุคลากรที่มีความชำนาญป้อนเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ สินค้าและบริการในนวัตกรรมใหม่เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการสาขาอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งในภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้านในสภาพแวดล้อมของเศรษฐกิจใหม่

กิจกรรม

1. เชิงอุปทาน อบรมบ่มเพาะนักพัฒนาซอฟต์แวร์ภายใต้หลักสูตรที่หลากหลายและครอบคลุมทุกสาขาอุตสาหกรรมในภูมิภาค
2. เชิงอุปสงค์ อบรมฝึกทักษะผู้ใช้โปรแกรม เพื่อสร้างและตอบสนองความต้องการของตลาดในการนำ ICT ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. จัดการประชุมพบปะระหว่างผู้ประกอบการ นักวิจัยพัฒนา และผู้ใช้งานโปรแกรม เพื่อรับทราบความต้องการและปัญหา เพื่อการสร้างสรรค์ซอฟต์แวร์เฉพาะทางหรือตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ

4. เผยแพร่ผลงานของนักพัฒนา โปรแกรมภูมิภาคเหนือตอนบนสู่ประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อสร้างการยอมรับและโอกาสทางการตลาดต่อไป

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs บริษัทเอกชน สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT
ชื่อโครงการ โครงการศึกษาต่อยอดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในหลักสูตรเฉพาะทาง
วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ให้พัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป / กิ่งสำเร็จรูป รวมถึงนวัตกรรมใหม่ที่ตอบสนองรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจในปัจจุบันและเฉพาะสาขาอุตสาหกรรม อันจะเป็นการเสริมความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการสาขาอื่นๆ ในภูมิภาคต่อไป

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
ทดแทน/ลด การนำเข้า	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในประเทศ 	องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการสาขา ICT มีโอกาสพัฒนาสินค้าเฉพาะทางเฉพาะสาขาอุตสาหกรรม เพิ่มทักษะ ประสิทธิภาพและสร้างรายได้แก่นักพัฒนาโปรแกรม ขณะเดียวกันผู้ประกอบการอุตสาหกรรม สาขาต่างๆ มีโอกาสซื้อและใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศที่ จัดทำโดยคนไทยเพื่อคนไทยในราคาที่ย่อมเยากว่าการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ สร้างความยั่งยืนจากฐานเศรษฐกิจใหม่

กิจกรรม

1. รวมกลุ่มนักพัฒนาโปรแกรมในท้องถิ่นภูมิภาคเหนือตอนบน เพื่อรับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานร่วมภาครัฐและเอกชน ให้ได้มาซึ่งผู้ประกอบการพัฒนา โปรแกรมมีอาชีพและ บ่มเพาะนักพัฒนารุ่นใหม่
2. ส่งเสริมการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป / กิ่งสำเร็จรูป โดยดูจากความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ และตอบสนองอย่างถูกต้อง
3. พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ให้สูงยิ่งขึ้นเพื่อเป็นทรัพยากรทางปัญญาและกำลังบุคคลในการ นำพายุภูมิภาคสู่การแข่งขันฐานเศรษฐกิจใหม่

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs บริษัทเอกชน สำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ แห่งชาติ (NECTEC) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

งบประมาณ 5 ล้านบาท

4. ยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออก SMEs ผู้ระดับสากล

เป้าหมายรวม (เฉลี่ย 10 % ของเป้าหมาย สสว. รวมทั้งประเทศ สัดส่วนภาคกลาง 60 % ภูมิภาค 40% : เหนือบน เหนือล่าง อีสาน ได้)

■ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) รวม SMEs ขยายตัวในอัตราที่เร่งตัวต่อเนื่องจนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในปี พ.ศ.2549 หรืออัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น 15 % ต่อปี

- การจ้างงานของ SMEs เพิ่มขึ้น 18,000 คน ต่อปี
- ประสิทธิภาพการผลิต การค้า การบริการของ SMEs ของภาคสูงขึ้น 2 % ต่อปี
- มูลค่าการส่งออก SMES ของภาคขยายตัวไม่น้อยกว่า 3 % ต่อปี
- จดทะเบียน SMEs เพิ่มขึ้น 5,000 รายในปี 2549
- ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น 5,000 รายต่อปี
- กลุ่มอาชีพดำเนินขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็น 650 กลุ่มในปี 2549

มาตรการ

■ มาตรการเร่งด่วน คือ ส่งเสริมผลักดันสินค้าใหม่ภายใต้คุณภาพ มาตรฐานสากลเพื่อลดอุปสรรคเพิ่มโอกาสในการส่งออก พัฒนาระบบการตลาดการค้าระหว่าง ประเทศ เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในการบริหารงาน การผลิต การตลาดสมัยใหม่และเป็นสากล

■ มาตรการระยะกลางและระยะยาว คือ สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและ สิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานด้านการผลิตและการตลาด ยกกระดับอุตสาหกรรมให้มีมาตรฐาน เพิ่ม ขีดความสามารถการบริหารจัดการให้ทันสมัยมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ส่งเสริมพัฒนาตรา ยี่ห้อ และภาพลักษณ์สินค้าและบริการจากล้านนาภูมิภาคเหนือตอนบนเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและ บริการ

กลยุทธ์และโครงการ รวม 4 กลยุทธ์ 12 โครงการ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร
 - โครงการบริหารจัดการลำไยเพื่อส่งเสริมให้เป็นผลไม้ระดับโลก
 - โครงการยกระดับมาตรฐานการผลิต
 - โครงการส่งเสริม Inter Trader สำหรับอุตสาหกรรมอาหารระหว่างประเทศ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
- โครงการส่งเสริม Inter Trader สำหรับหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น
ระหว่างประเทศ
- โครงการ “กระแสนิยมล้านนา”
- โครงการยกระดับงานเซรามิกส์สู่ระดับชาติและนานาชาติ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
- โครงการล้านนาสปา
- โครงการ Long Stay Home Stay
- โครงการบริการทางการแพทย์ร่วมแพทย์แผนไทย
- โครงการส่งเสริม Inter Trader สำหรับการท่องเที่ยวและบริการระหว่างประเทศ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT
- โครงการส่งเสริม Inter Trader สำหรับอุตสาหกรรม ICT ระหว่างประเทศ
- โครงการจัดทำและบริหาร Website เพื่อประโยชน์การตลาด

รายละเอียดโครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออก SMEs ผู้ระดับสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการบริหารจัดการลำไยเพื่อส่งเสริมให้เป็นผลไม้ระดับโลก

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมเกษตรกรและผู้ประกอบการลำไยให้มีการบริหารจัดการตั้งแต่การผลิตจนถึงการตลาดอย่างมีคุณภาพมาตรฐาน ยกกระดับสร้างตำแหน่งใหม่ให้ลำไยเป็นผลไม้ระดับโลกในตลาดต่างประเทศ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรมเทคโนโลยีสนับสนุนการต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากลปรับจาก OEM สู่ออม ODM สู่ออม OBM (จากรับจ้างผลิตเป็น ออกแบบเองและสร้างแบรนด์)	เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์การสร้างคุณค่าร่วมทักษะกลยุทธ์ระบบ โครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ตำแหน่งทางการตลาดและภาพลักษณ์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตลำไยสดและแปรรูปสูงขึ้น เกษตรกร ผู้ประกอบ การ และผู้เกี่ยวข้องในการกระจายสินค้าเชื่อมโยงเกิดปฏิสัมพันธ์อย่างครบวงจร ได้สินค้าใหม่ที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการปลูก แปรรูป และขายลำไยสายพันธุ์ต่างๆ จากทุกแหล่งปลูก
2. ทำการศึกษาจัดกลุ่มปัญหาและอุปสรรคเพื่อกำหนดวิธีแก้ไขปัญหาและบริหารจัดการ
3. ทำการศึกษาเพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของลำไยในฐานะผลไม้ระดับโลก
4. กำหนดแนวทางในการสื่อสารทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ
5. กำหนดคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและรับประกันด้วยตราสัญลักษณ์ “ลำไยล้านนาผลไม้โลก”
6. คัดเลือกและเชิญชวนผู้ปลูกและผู้ประกอบการแปรรูปลำไยเข้าร่วมโครงการเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 10 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการยกระดับมาตรฐานการผลิต

วัตถุประสงค์

เพื่อยกระดับผลผลิตเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับสากล เพิ่มภาพลักษณ์ เพิ่มความมั่นใจแก่ผู้บริโภค เพิ่มโอกาสในตลาด

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none">• ระบบคุณภาพ• เทคโนโลยี• องค์ความรู้• ความคิดสร้างสรรค์• การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง)• กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่• ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ	ได้เปรียบเทียบ แข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• ความหลากหลาย• ความคล่องตัว• ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า• โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ลดอุปสรรคการกีดกันทางการค้าด้วยสินค้าคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดและลูกค้า ทั้งภายในและต่างประเทศ สามารถขยายสู่ตลาดที่กว้างขึ้น เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของ SMEs ให้สูงขึ้น

กิจกรรม

1. สร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ โดยแสดงถึงประโยชน์ที่ดีกว่าและความจำเป็นในการปรับปรุงการผลิตภายใต้เกณฑ์มาตรฐานและตราประทับคุณภาพ
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือประสานงานเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ อาทิ การให้ความรู้ การตรวจสอบรับรองคุณภาพ การบริการข้อมูลข่าวสาร เชื่อมโยงโรงงานเข้ากับผู้ให้บริการเทคโนโลยีการผลิต ผู้ให้บริการทดสอบรับรองผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
3. จัดอบรมความรู้ด้านคุณภาพมาตรฐานการผลิตแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อการควบคุมตรวจสอบให้เป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐาน
4. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมีคุณภาพมาตรฐานของผลผลิตภาคเกษตรของภูมิภาคเหนือตอนบน สร้างความเชื่อมั่นแก่ตลาดและลูกค้า

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547-2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบัน
รับรองมาตรฐานอาหาร ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการ
เกษตรและแปรรูปอาหาร)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร
ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริม Inter Trader สำหรับอุตสาหกรรมอาหารระหว่างประเทศ

วัตถุประสงค์

เพื่อสนับสนุนและสร้างนักธุรกิจผู้ส่งออกอุตสาหกรรมอาหาร ผลักดันกิจกรรมการตลาดและการขาย ให้มีอัตราการขยายตัวขยายสู่ตลาดที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบ โครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน	ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• ความหลากหลาย• ความคล่องตัว• ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า• โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้ส่งออก ถึงผู้กระจายสินค้ารายใหญ่ -เล็กในตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าสู่ตลาดให้กว้างและหลากหลายยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. จัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างนักธุรกิจส่งออกให้มี

ประสิทธิภาพ

2. จัดทำทำเนียบผู้ผลิตอาหารและนักธุรกิจส่งออกด้านอาหาร เผยแพร่เพื่อสร้างการ

เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

3. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือ กรมการค้าต่างประเทศ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการส่งออก

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริม Inter Trader สำหรับหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่นระหว่างประเทศ

วัตถุประสงค์

เพื่อสนับสนุนและสร้างนักธุรกิจผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมและแฟชั่น ผลักดันกิจกรรมการตลาดและการขาย ให้มีอัตราการขยายตัวขยายสู่ตลาดที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน	ได้เปรียบเทียบแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• ความหลากหลาย• ความคล่องตัว• ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า• โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้ส่งออก ถึงผู้กระจายสินค้ารายใหญ่ -เล็กในตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าสู่ตลาดให้กว้างและหลากหลายยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. จัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมสร้างนักธุรกิจส่งออกให้มีประสิทธิภาพ
2. จัดทำทำเนียบผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมแฟชั่นและนักธุรกิจส่งออกด้านหัตถกรรมแฟชั่น เผยแพร่เพื่อสร้างการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย
3. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือ กรมการค้าต่างประเทศ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการส่งออก

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการ “กระแสนิยมล้านนา”

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษานำวัฒนธรรมและฐานเศรษฐกิจเดิมที่มีเอกลักษณ์มาต่อยอดในธุรกิจ
หัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น เสมือนเป็นตราสัญลักษณ์ของภูมิภาคสร้างอัตลักษณ์ในตลาดสากล

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่• ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล• ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเอง และสร้างแบรนด์)	คง เอกลักษณ์ “ล้านนา”	รวบรวมสร้างองค์ความรู้ด้าน ล้านนา กระจายสร้างความเข้าใจ ภูมิใจ นำไปประยุกต์ใช้ได้อย่าง สร้างสรรค์ เน้นการถ่ายทอดเชิง ประสบการณ์เพื่อสร้างเป็น คุณค่าให้คล้อยตาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เพิ่มมูลค่าในสินค้าด้วยวัฒนธรรม เกิดการออกแบบและผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ใช้เป็น
จุดขายเพื่อเข้าสู่ตลาดและแข่งขันได้

กิจกรรม

1. ศึกษาค้นคว้า วิจัย และรวบรวมองค์ความรู้ เกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมในแนวล้านนา
2. เผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมในแนวล้านนา ที่สามารถนำไปต่อยอดใช้ใน
ในเชิงธุรกิจ ทั้งด้านการออกแบบ การผลิต การเล่าเรื่องราว การเพิ่มคุณค่าและความรู้สึกเชิง
วัฒนธรรม
3. พัฒนาลูกค้าต้นแบบ ผลิตสื่อและสร้างแนวโน้มแฟชั่นล้านนาสไตล์ในต่างประเทศ

ระยะเวลาดำเนินการ 2 ปี (พ.ศ. 2547 – 2548)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ศูนย์ CDSC) สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออก
สินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

งบประมาณ 35 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการยกระดับงานเซรามิกส์สู่ระดับชาติและนานาชาติ

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันโดยการทำความเข้าใจกับสภาพตลาดและรสนิยมของผู้บริโภคอันจะทำให้เกิดการออกแบบและผลิตอย่างมีศักยภาพยืดหยุ่นสอดคล้องต่อตลาดและลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องให้มีความหลากหลายทั้งด้านคุณภาพ รูปแบบ คงเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีมูลค่าเพิ่ม สร้างตำแหน่งเฉพาะในตลาดและเติบโตอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกระดับคุณภาพ/ มาตรฐานสากล	ความคิด สร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้• ฐานข้อมูล• เทคโนโลยี• การวิจัยและพัฒนา• การประยุกต์และนวัตกรรม• การบริหารทรัพยากรบุคคล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ทักษะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการออกแบบสินค้า ได้สินค้าใหม่ได้มูลค่าเพิ่ม ได้ขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่ม

กิจกรรม

1. พัฒนาบุคลากรทุกระดับทั้งในภาควิชาการและภาคอุตสาหกรรม ให้เกิดความเข้าใจและเข้าใจการแข่งขัน สภาพตลาด และรสนิยมของผู้บริโภค เพื่อการออกแบบและผลิตอย่างสอดคล้องต่อเนื่อง
2. พัฒนาระบบมาตรฐานวัตถุดิบ ส่งเสริมนวัตกรรมองค์ความรู้ในการออกแบบยกระดับเทคโนโลยีการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำให้มีคุณภาพเป็นสากลและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตอบสนองต่อความต้องการของตลาด
3. สร้างศักยภาพในการส่งออกสำหรับ SMEs และพัฒนาสมรรถนะขององค์กรของรัฐที่สนับสนุนการส่งออกเพื่อแสวงหาช่องทางของอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนในอนาคต

4. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ ระยะเวลา 5 ปี (2547-2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สถาบันการศึกษา ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา กรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก จังหวัดและภาคธุรกิจเอกชน

งบประมาณ 20 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการล้านนาสปา

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน รวมถึงการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสปาในรูปแบบของล้านนา

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม เทคโนโลยีสนับสนุน การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกระดับคุณภาพ/ มาตรฐานสากล <ul style="list-style-type: none"> ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็น ออกแบบเองและสร้างแบรนด์) 	คง เอกลักษณ์ “ล้านนา”	รวบรวมสร้างองค์ความรู้ด้าน ล้านนา กระจายสร้างความ เข้าใจ ภูมิใจ นำไป ประยุกต์ใช้ได้ สร้างสรรค์ เน้นการถ่ายทอด เชิงประสบการณ์เพื่อสร้าง เป็นคุณค่าให้คล้อยตาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้สินค้าและบริการใหม่ในภาคการท่องเที่ยว เป็นสินค้าและบริการที่เพิ่มมูลค่าด้วยภูมิปัญญาล้านนาที่มีเอกลักษณ์ เป็นจุดขายที่แตกต่าง ส่งเสริมการทำงานและสร้างรายได้จากการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นสำหรับสปา เกิดการเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตและการบริการ

กิจกรรม

1. ศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสปา
2. จัดทำ ล้านนาสปา เป็นต้นแบบเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมกระจายทั่วภูมิภาคภายใต้คุณภาพมาตรฐานที่เท่าเทียมเสมอกัน
3. เร่งพัฒนาบุคลากรทางการบริการสปา ล้านนาและบริการที่เกี่ยวข้อง
4. จัดทำโปรแกรมบริการด้านการบริการสปา ล้านนา ร่วมกับ โปรแกรมการท่องเที่ยวอื่นๆ
5. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ **โครงการ** เป็นจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาค

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวภาคเหนือ สมาคมสปาเชียงใหม่และภาคเหนือ สถาบันส่งเสริม SMEs ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการท่องเที่ยว

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการ Long Stay Home Stay

วัตถุประสงค์

1. เพื่อก่อให้เกิดรายได้มากขึ้นจากการที่นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวยาวนานขึ้น
2. เพื่อสร้างบรรยากาศอบอุ่นทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมล้านนา
3. เพื่อเป็นการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบบอกรับ ซึ่งสร้างความน่าเชื่อถือกว่า เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ชนิดอื่น และต้นทุนต่ำ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเอง และสร้างแบรนด์) 	<p>คง</p> <p>เอกลักษณ์</p> <p>“ล้านนา”</p>	<p>รวบรวมสร้างองค์ความรู้</p> <p>ด้านล้านนา กระจายสร้าง</p> <p>ความเข้าใจ ภูมิใจ นำไป</p> <p>ประยุกต์ใช้ได้</p> <p>สร้างสรรค์ เน้นการ</p> <p>ถ่ายทอดเชิงประสบการณ์</p> <p>เพื่อสร้างเป็นคุณค่าให้</p> <p>เคลื่อนตาม</p>

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการเดิมให้มากขึ้น สร้างรายได้มากขึ้น สร้างทางเลือกในสินค้าและบริการการท่องเที่ยวมากขึ้น และยังทำให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของวัฒนธรรมล้านนาก่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่งดงามนี้ไว้

กิจกรรม

1. เตรียมความพร้อมในส่วนขององค์ประกอบพื้นฐานประกอบด้วย ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร การขนส่ง การติดต่อสื่อสาร ซึ่งทุกปัจจัยต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. จัดฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการและคนในท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ถูกต้องเหมาะสม
3. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวลักษณะนี้เป็นที่รู้จักแก่ทั้งชาวไทยและ

ต่างประเทศ อาทิ Roadshow หรือ Website

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547-2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวภาคเหนือ ศูนย์ส่งเสริมการส่งออก สภา บันส่งเสริม SMEs สมาคมโรงแรม สมาคมมัคคุเทศก์ หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการบริการทางการแพทย์รวมแพทย์แผนไทย

วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มสินค้าและบริการทางเลือกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรด้านการแพทย์รวมแพทย์แผนไทยในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่• ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล• ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์)	เครือข่าย ธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบ• โครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้สินค้าและบริการใหม่ในภาคการท่องเที่ยวและบริการ เป็นสินค้าและบริการที่เพิ่มมูลค่าด้วยภูมิปัญญาไทยที่มีเอกลักษณ์ เป็นจุดขายที่แตกต่าง ส่งเสริมการจ้างงานและสร้างรายได้ด้วยการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น (เครื่องเทศสมุนไพรเพื่อการบำบัดรักษา) เกิดการเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตและการบริการ

กิจกรรม

1. ศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. จัดทำมาตรฐานการบริการทางการแพทย์รวมแพทย์แผนไทยเป็นต้นแบบเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมกระจายทั่วภูมิภาคภายใต้คุณภาพมาตรฐานที่เท่าเทียมเสมอกัน
3. เร่งพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์และบริการที่เกี่ยวข้อง
4. จัดทำโปรแกรมบริการด้านการแพทย์และสุขภาพร่วมกับโปรแกรมการท่องเที่ยวอื่นๆ
5. จัดการณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงสร้างเป็นจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาค

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวภาคเหนือ โรงพยาบาล ชมรม /สมาคมแพทย์แผนไทย สมาคมสปาเชียงใหม่และภาคเหนือ สถาบันส่งเสริม SMEs ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการท่องเที่ยว

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริม Inter Trader สำหรับการท่องเที่ยวและบริการระหว่างประเทศ

วัตถุประสงค์

เพื่อสนับสนุนและสร้างนักธุรกิจผู้นำเสนอสินค้าบริการด้านท่องเที่ยว ผลักดันกิจกรรมการตลาดและการขาย ให้มีอัตราการขยายตัวขยายสู่ตลาดที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน	ได้เปรียบการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• ความหลากหลาย• ความคล่องตัว• ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า• โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการสินค้าและบริการท่องเที่ยว ถึงตัวกลางธุรกิจท่องเที่ยวรายใหญ่-รายเล็กในตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าสู่ตลาดให้กว้างและหลากหลายยิ่งขึ้น

กิจกรรม

1. จัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างนักธุรกิจส่งออกให้มี

ประสิทธิภาพ

2. จัดทำทำเนียบผู้ประกอบการด้านบริการท่องเที่ยวและนักการตลาด -การขายสินค้าบริการด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศ เผยแพร่เพื่อสร้างการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย
3. จัดการณรงก์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวภาคเหนือ ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือ กรมการค้าต่างประเทศ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวและบริการ

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริม Inter Trader สำหรับอุตสาหกรรม ICT ระหว่างประเทศ

วัตถุประสงค์

เพื่อสนับสนุนและสร้างนักธุรกิจผู้ส่งออกสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
ผลักดันกิจกรรมการตลาดและการขาย ให้มีอัตราการขยายตัวขยายสู่ตลาดที่กว้างขวางยิ่งขึ้น

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่าย ธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบ โครงสร้างเชิงธุรกิจที่ เกื้อหนุนกัน	ได้เปรียบการ แข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• ความหลากหลาย• ความคล่องตัว• ถูกกว่า เร็วกว่า ดีกว่า• โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้ส่งออก ถึงผู้กระจายสินค้ารายใหญ่ -เล็กใน
ตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าสู่ตลาดให้กว้างและหลากหลายยิ่งขึ้น ภูมิใจ
ผู้การลงทุน-ร่วมทุนในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

กิจกรรม

1. จัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างนักธุรกิจส่งออกให้มี

ประสิทธิภาพ

2. จัดทำทำเนียบผู้ผลิตสินค้าบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนักธุรกิจส่งออก
โปรแกรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ เผยแพร่เพื่อสร้างการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

3. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือ กรมการค้าต่างประเทศ ภาครัฐและเอกชนที่
เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการจัดทำและบริหาร Website เพื่อประโยชน์การตลาด

วัตถุประสงค์

เพื่อเสริมทักษะความรู้ของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือด้านการตลาดเชิงรุกแก่กิจการอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
แรงงาน ทักษะ	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้ใหม่• ทักษะคิดและค่านิยมการทำงาน• ทักษะคิดและค่านิยมการทำงานเชิงรุก มุ่งการแข่งขันสร้างมาตรฐานการทำงานใหม่• การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี• การมีจิตใจบริการ มุ่งลูกค้า	องค์กรความรู้	<ul style="list-style-type: none">• เทคโนโลยี• ฐานข้อมูล• สารสนเทศ• การวิจัยและพัฒนา• นวัตกรรม• สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการได้ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ Website ในฐานะเครื่องมือทางการตลาดและการขายเชิงรุก ที่มีประสิทธิภาพแต่ต้นทุนต่ำ เมื่อเทียบกับวิธีการทำตลาดและการขายอื่น รวมถึงการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงแหล่งข้อมูลและลูกค้าทั่วโลก

กิจกรรม

1. จัดฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต
2. เชื่อมโยงผู้ประกอบการและผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และแหล่งแรงงานที่มีทักษะฝีมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดซื้อจัดหาจัดจ้าง
3. เผยแพร่ความรู้สู่ผู้ประกอบการถึงประโยชน์ของการมี Website และการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นและสื่อสารข้อมูลความเคลื่อนไหวของตลาดได้อย่างเท่าทันสถานการณ์

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา สถาบันส่งเสริมพัฒนา SMEs บริษัทเอกชน โดยประสานกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

งบประมาณ 5 ล้านบาท

5. ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

เป้าหมายรวม (เฉลี่ย 10 % ของเป้าหมาย สสว. รวมทั้งประเทศ สัดส่วนภาคกลาง 60 % ภูมิภาค 40% : เหนือบน เหนือล่าง อีสาน ได้)

■ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) รวม SMEs ขยายตัวในอัตราที่เร่งตัวต่อเนื่องจนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในปี พ.ศ.2549 หรืออัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น 15 % ต่อปี

- การจ้างงานของ SMEs เพิ่มขึ้น 18,000 คน ต่อปี
- ประสิทธิภาพการผลิต การค้า การบริการของ SMEs ของภาคสูงขึ้น 2 % ต่อปี
- มูลค่าการส่งออก SMES ของภาคขยายตัวไม่น้อยกว่า 3 % ต่อปี
- จดทะเบียน SMEs เพิ่มขึ้น 5,000 รายในปี 2549
- ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น 5,000 รายต่อปี
- กลุ่มอาชีพดำเนินขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็น 650 กลุ่มในปี 2549

มาตรการ

■ มาตรการเร่งด่วน คือ การฝึกอบรมให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างฐานความรู้เป็นผู้ประกอบการใหม่ พัฒนาและเร่งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกการสนับสนุนด้านการเงินเพื่อสร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจ

■ มาตรการระยะกลางและระยะยาว คือ การสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับกลุ่มวิสาหกิจอัจฉริยะที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่และกลุ่มผู้ประกอบการใหม่

กลยุทธ์และโครงการ รวม 3 กลยุทธ์ 6 โครงการ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
 - โครงการพัฒนาฝีมือแรงงานเข้าสู่หัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น
 - โครงการพัฒนาSMEs รับช่วงผลิตต่อจากโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

■ กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

- โครงการอบรมบุคลากรด้านบริการ ผู้นำท้องถิ่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านภาษา ด้านคุณภาพบริการ
- โครงการสนับสนุนในเกิดนักลงทุนใหม่เพื่อเพิ่มกิจการที่เกี่ยวข้องกับการ
ท่องเที่ยวที่สะดวกและครบวงจรยิ่งขึ้น

■ กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

- โครงการอบรมและเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่
- โครงการพัฒนาฝีมือแรงงานเข้าสู่อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ

รายละเอียดโครงการ
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาฝีมือแรงงานเข้าสู่หัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น
วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตแรงงานทักษะฝีมือ สร้างทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพป้อนสู่ภาค
หัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น เป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมและแฟชั่นโดยรวมของภูมิภาค

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
แรงงาน ทักษะ	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้ใหม่• ทักษะคิดและค่านิยมการทำงาน• ทักษะคิดและค่านิยมการทำงานเชิงรุก มุ่งการแข่งขันสร้างมาตรฐานการทำงานใหม่• การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี• การมีจิตใจบริการ มุ่งลูกค้า	ประสิทธิภาพ การผลิต	<ul style="list-style-type: none">• มุ่งบริหารจัดการทรัพยากร บุคลากร• เงินทุน วัตถุดิบ• เครื่องมืออย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้แรงงานที่มีทักษะคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น

กิจกรรม

1. ประชาสัมพันธ์โครงการและรับสมัครแรงงานระดับอำเภอไปสู่ระดับจังหวัด
2. ฝึกอบรมในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติงาน
3. ทดสอบความรู้ที่ผ่านการอบรมเพื่อรับใบประกาศ
4. จัดหาแหล่งงานให้กับแรงงานที่ได้รับการอบรม

ระยะเวลาการดำเนินการ ปี 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา กรมแรงงาน สถาบันส่งเสริม SMEs ศูนย์ส่งเสริม
อุตสาหกรรม ภาคเอกชน (ผู้ประกอบการด้านหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
ชื่อโครงการ โครงการพัฒนา SMEs รับช่วงผลิตต่อจากโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่
วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการเสริมสร้างและเชื่อมโยงสายโซ่อุปทานให้มีความเข้มแข็งเพื่อประสิทธิภาพโดยรวมของหัตถอุตสาหกรรมของภูมิภาคเหนือตอนบน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน	ประสิทธิภาพการผลิต	<ul style="list-style-type: none">• มุ่งบริหารจัดการทรัพยากร บุคลากร เงินทุน วัตถุดิบ เครื่องมืออย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และผู้ประกอบการ SMEs เพื่อรับช่วงต่อการผลิต เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต เพิ่มทักษะแก่ SMEs กระจายรายได้และสร้างความเข้มแข็งในสายโซ่อุตสาหกรรม

กิจกรรม

1. ศึกษาสำรวจความต้องการของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในการส่งต่อช่วงผลิต
2. ศึกษาสำรวจความสามารถของ SMEs ในการรับช่วงผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่
3. จับคู่ช่วงผลิตระหว่างโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และ SMEs
4. ฝึกอบรมส่งเสริมทักษะการผลิตแก่ SMEs เพื่อรับช่วงต่อการผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้
5. ประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อขยายเครือข่ายและการเชื่อมโยงในอุตสาหกรรม

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันส่งเสริม SMEs สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ หอการค้าและสภาอุตสาหกรรมผู้ประกอบการด้านหัตถอุตสาหกรรมและแฟชั่น

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
ชื่อโครงการ โครงการอบรมบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้นำท้องถิ่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านภาษา ด้านคุณภาพบริการ

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างทักษะในการบริหารจัดการและบริการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • เทคโนโลยี • ฐานข้อมูล • สารสนเทศ • การวิจัยและพัฒนา • นวัตกรรม • สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้ 	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบคุณภาพ • เทคโนโลยี • องค์ความรู้ • ความคิดสร้างสรรค์ • การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง) • กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ • ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ให้บริการ ผู้นำท้องถิ่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้ความรู้ ทักษะ แนวทางการบริหารจัดการ เพื่อการบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพิ่มจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว รักษาแหล่งรายได้ของชุมชนอย่างยั่งยืน

กิจกรรม

1. จัดหลักสูตรฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติให้สอดคล้องกับบทบาทในการบริหารจัดการและบริการการท่องเที่ยว ครอบคลุม บุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
2. จัดทำทำเนียบผู้นำท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และข้อมูลผู้ประกอบการด้านบริการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับการตลาดการขาย สร้างเป็นเครือข่ายธุรกิจ
3. จัดการรณรงค์และประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานรับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวภาคเหนือ ภาคเอกชนและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการสนับสนุนในเกิดนักลงทุนใหม่เพื่อเพิ่มกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สะดวกและครบวงจรยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อยกระดับบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่สะดวกและครบวงจรยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดขนาดเล็ก (พะเยา แพร่ น่าน แม่ฮ่องสอน) หรืออำเภอขนาดใหญ่ ให้ครบวงจร เช่น และเชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน 	มาตรฐานใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบคุณภาพ • เทคโนโลยี • องค์กรความรู้ • ความคิดสร้างสรรค์ • การวิจัยและพัฒนา (ต่อเนื่อง) • กลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ • ทุนบุคลากรและแรงงานทักษะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้สินค้าใหม่ บริการใหม่ เสริมธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดขนาดเล็กหรืออำเภอขนาดใหญ่ ให้ครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น สร้างผู้ประกอบการใหม่ มีการจ้างงานเพิ่ม เสริมความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดขนาดเล็ก

กิจกรรม

ส่งเสริม สนับสนุน เปิดโอกาสทั้งด้านความรู้และเงินทุน รวมถึงอบรมหลักสูตรแผนธุรกิจ แก่ผู้สนใจลงทุนและผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เช่น สถานที่พัก เกสต์เฮาส์ในจังหวัดขนาดเล็ก หรืออำเภอขนาดใหญ่ บริการศูนย์ธุรกิจบริการ นักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ระลึก ฯลฯและรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวภาคเหนือ สถาบันส่งเสริม SMEs

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการอบรมและเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่ด้าน ICT เป็นกำลังสู่การยกระดับภูมิภาคเข้าสู่ฐานเศรษฐกิจใหม่บนพื้นฐานความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
แรงงาน ทักษะ	<ul style="list-style-type: none">• องค์ความรู้ใหม่• ทำสนคดีและค่านิยมการจ้างงาน• ทำสนคดีและค่านิยมการทำงาน• เชิงรุก มุ่งการแข่งขันสร้างมาตรฐานการทำงานใหม่• การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี• การมีจิตให้บริการ มุ่งลูกค้า	องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none">• เทคโนโลยี• ฐานข้อมูล• สารสนเทศ• การวิจัยและพัฒนา• นวัตกรรม• สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ผู้ประกอบการใหม่ เกิดการลงทุน การจ้างงานเพิ่ม เพื่อผลิตสินค้าใหม่และบริการใหม่ด้าน ICT

กิจกรรม

ส่งเสริม สนับสนุน เปิดโอกาสทั้งด้านความรู้และเงินทุน รวมถึงอบรมหลักสูตรแผนธุรกิจ แก่ผู้สนใจลงทุนและผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจด้าน ICT

ระยะเวลาการดำเนินการ ปี 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา สำนักงานส่งเสริม SMEs ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเอกชน (ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาฝีมือแรงงานเข้าสู่อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ

วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตแรงงานทักษะฝีมือ สร้างทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพป้อนสู่ภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมของภูมิภาค

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
แรงงานทักษะ	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้ใหม่• ทักษะคิดและค่านิยมการจ้างงาน• ทักษะคิดและค่านิยมการทำงานเชิงรุก มุ่งการแข่งขันสร้างมาตรฐานการทำงานใหม่• การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี• การมีจิตใจบริการ มุ่งลูกค้า	ประสิทธิภาพการผลิต	<ul style="list-style-type: none">• มุ่งบริหารจัดการทรัพยากร บุคลากร เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมืออย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้แรงงานที่มีทักษะคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น

กิจกรรม

1. ประชาสัมพันธ์โครงการและรับสมัครแรงงานระดับอำเภอไปสู่ระดับจังหวัด
2. ฝึกอบรมในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติงาน
3. ทดสอบความรู้ที่ผ่านการอบรมเพื่อรับใบประกาศ
4. จัดหาแหล่งงานให้กับแรงงานที่ได้รับการอบรม

ระยะเวลาการดำเนินการ ปี 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สถาบันอุดมศึกษา กรมแรงงาน สถาบันส่งเสริม SMEs ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคเอกชน (ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ)

งบประมาณ 5 ล้านบาท

6. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการแก้ไขปัญหาความยากจนและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

เป้าหมายรวม (เฉลี่ย 10 % ของเป้าหมาย สสว. รวมทั้งประเทศ สัดส่วนภาคกลาง 60 % ภูมิภาค 40% : เหนือบน เหนือล่าง อีสาน ได้)

■ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) รวม SMEs ขยายตัวในอัตราที่เร่งตัวต่อเนื่องจากมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในปี พ.ศ.2549 หรืออัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น 15 % ต่อปี

- การจ้างงานของ SMEs เพิ่มขึ้น 18,000 คน ต่อปี
- ประสิทธิภาพการผลิต การค้า การบริการของ SMEs ของภาคสูงขึ้น 2 % ต่อปี
- มูลค่าการส่งออก SMES ของภาคขยายตัวไม่น้อยกว่า 3 % ต่อปี
- จดทะเบียน SMEs เพิ่มขึ้น 5,000 รายในปี 2549
- ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น 5,000 รายต่อปี
- กลุ่มอาชีพดำเนินขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็น 650 กลุ่ม ในปี 2549

มาตรการ

■ มาตรการเร่งด่วน คือ การส่งเสริมให้เกิดการผลิตระดับครัวเรือนและชุมชน เพื่อให้เกิดกิจกรรมรับช่วงการผลิตที่เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ ยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าของชุมชนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและเทคโนโลยีพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

■ มาตรการระยะกลางและระยะยาว คือ การสร้างความเข้มแข็งและสร้างเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนเพิ่มความรู้และทักษะผู้ประกอบการให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์และโครงการ รวม 5 กลยุทธ์ 7 โครงการ

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร
 - โครงการเพิ่มมูลค่าผลผลิตเน้นอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารในครัวเรือน
 - ความร่วมมือด้านเกษตรกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม
 - โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมครัวเรือน
 - การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ
 - โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน (เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น)

- กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT
 - โครงการส่งเสริมชุมชนหมู่บ้านเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศและแหล่งความรู้

- กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (มุ่งส่งเสริมการค้าชายแดน)
 - การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนแม่สาย (เชียงราย) และชายแดนห้วยโก๋น (น่าน)

รายละเอียดโครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ในการแก้ไขปัญหาความยากจนและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร

ชื่อโครงการ โครงการเพิ่มมูลค่าผลผลิตเน้นอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารในครัวเรือน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการให้เกษตรกรแปรรูปผลผลิตการเกษตรที่มีมากจนล้นตลาดทำให้เกิดมูลค่าที่สูงขึ้น
2. เพื่อเป็นการสร้างรายได้ของคนในชุมชน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวพันกัน	มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none">• องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม• เทคโนโลยีสนับสนุน• การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล• ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อการผลิตอย่างเพิ่มมูลค่า ได้สินค้าใหม่ ทักษะใหม่ สร้างรายได้และความเข้มแข็งของชุมชน

กิจกรรม

1. รวบรวมกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร/อาหารแปรรูประดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ
2. เชื่อมโยงภาคการศึกษาและภาคการค้าเอกชน เพื่อให้คว ามรู้แก่ชุมชนหมู่บ้าน ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์โรงงานขนาดเล็ก-ขนาดกลาง
3. สร้างเครือข่ายข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยนและสนับสนุนระหว่างชุมชน ด้านวัตถุดิบ ฝีมือแรงงานการผลิต และการกระจายสินค้า
4. ส่งเสริมให้เกิดการผลิตที่ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด
5. ส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อให้ผลผลิตจำหน่ายออกไปสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชน

ระยะเวลาดำเนินการ ปี 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมเกษตร และแปรรูปอาหาร
(มุ่งส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดน)

ชื่อโครงการ ความร่วมมือด้านเกษตรกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

วัตถุประสงค์

พัฒนาความร่วมมือและความช่วยเหลือด้านเกษตรเชิงวิชาการ การผลิต และการตลาด เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลประสบการณ์ และสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างภาคเหนือตอนบนกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน	ส่งออกมากขึ้น	<ul style="list-style-type: none">• สร้างช่องทางจัดจำหน่าย• การมีพันธมิตรเครือข่ายธุรกิจ• Roadshow รุกตลาดใหม่• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดปฏิสัมพันธ์ความร่วมมือระดับภูมิภาคในกลุ่มเกษตรกร นักวิชาการเกษตร นักธุรกิจเกษตรและแปรรูปอาหาร เพื่อส่งเสริมการผลิต พัฒนาช่องทางการตลาดและความสัมพันธ์ทางการลงทุน การผลิตและการค้าระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน

กิจกรรม

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลด้านการเกษตรและตลาดสินค้าเกษตรของ 6 ประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ได้แก่ จีน เมียนมาร์ สปป. ลาว เวียดนาม กัมพูชา และไทย
2. สนับสนุนความร่วมมือ การช่วยเหลือ และการแลกเปลี่ยนด้านวิชาการและพัฒนาเกษตรเป็นแนวทางพัฒนาโครงการร่วมกัน
3. ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการผลิตที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการรับช่วงต่อการผลิตเพื่อการถนอมและแปรรูปอาหาร
4. ส่งเสริมความร่วมมือทางการตลาดและการขายซึ่งกันและกัน

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานส่งเสริมการเกษตรภาคเหนือ ธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตร ธนาคารเพื่อการส่งเสริม SMEs สถาบันอุดมศึกษา ด้าน
เทคโนโลยีการเกษตร หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านเกษตร)

งบประมาณ 50 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมครัวเรือน

วัตถุประสงค์

เพื่อยกระดับความสามารถในการผลิตระดับ ครัวเรือนและชุมชนที่มีความพร้อมในฝีมือแรงงาน ภูมิปัญญาในท้องถิ่นและวัตถุดิบมาผลิตเป็นสินค้าเชิงหัตถกรรม จำหน่ายเองหรือป้อนสู่โรงงานขนาดเล็ก-กลาง สร้างรายได้ของคนในชุมชน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน 	มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ • ยกระดับคุณภาพ/มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ ODM สู่ OBM (จากรับจ้างผลิตเป็นออกแบบเองและสร้างแบรนด์)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อการผลิตอย่างเพิ่มมูลค่า ได้สินค้าใหม่ สร้างรายได้และความเข้มแข็งของชุมชน

กิจกรรม

1. รวบรวมกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ เช่น กลุ่มผ้าทอ กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น
2. เชื่อมโยงภาคการศึกษาและภาคการค้าเอกชน เพื่อให้ความรู้แก่ชุมชนหมู่บ้านด้านการผลิต เช่น ผลิตป้อนสู่โรงงานขนาดเล็ก-ขนาดกลาง
3. สร้างเครือข่ายข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยนและสนับสนุนระหว่างชุมชน ด้านวัตถุดิบ ฝีมือแรงงาน การผลิต และการกระจายสินค้า
4. ส่งเสริมให้เกิดการผลิตที่ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด
5. ส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อให้ผลผลิตจำหน่ายออกไปสร้างรายได้เข้าชุมชน

ระยะเวลาดำเนินการ ปี 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ จังหวัด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาท่องเที่ยวและบริการ

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น
วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างทางเลือกด้าน โปรแกรมท่องเที่ยวที่ต่อยอดมาจากวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น
ด้านที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นเจ้าของบริหารจัดการ
เผยแพร่ อนุรักษ์ สร้างรายได้ให้ชุมชน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่าย ธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้าง เชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน 	มูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> • องค์กรความรู้ใหม่และนวัตกรรม • เทคโนโลยีสนับสนุน • การต่อยอดสินค้า/บริการใหม่ ยกระดับคุณภาพ/ มาตรฐานสากล • ปรับจาก OEM สู่ออม ODM สู่ออม OBM (จากรับจ้างผลิตเป็น ออกแบบเองและสร้างแบรนด์)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดปฏิสัมพันธ์การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมที่
สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเป็น โปรแกรมท่องเที่ยว สร้างและกระจายรายได้ ทำให้ความเป็นอยู่และ
คุณภาพชีวิตชุมชนดีขึ้น

กิจกรรม

1. สำรวจรวบรวมข้อมูลและคัดเลือกชุมชนหมู่บ้านที่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือประเพณีวิถี
ชีวิตที่จะนำมาต่อยอดด้านการท่องเที่ยวได้
2. เสนอแนวคิดสำหรับรูปแบบการพัฒนาหมู่บ้านต่อผู้นำชุมชน
3. จัดตั้งชุมชนนำร่อง เพื่อเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วม
4. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการและเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการธุรกิจที่
องเที่ยว
เพื่อเพิ่มเป็น โปรแกรมท่องเที่ยวทางเลือก

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ สนง.ททท.ภาคเหนือร่วมกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวและบริการ (มุ่งส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดน)

ชื่อโครงการ การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

วัตถุประสงค์

เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาค 6 ประเทศลุ่มน้ำโขง ได้แก่ จีน เวียดนาม สปป. ลาว เวียดนาม กัมพูชา และไทย อันจะส่งประโยชน์โดยตรงต่อภาคเหนือตอนบนด้านประสิทธิภาพในการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้น โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ชูเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนาและเชิงอนุรักษ์

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์ • การสร้างคุณค่าร่วม • ทักษะกลยุทธ์ระบบ โครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน	ตลาดใหม่ ลูกค้าใหม่	<ul style="list-style-type: none"> • การปรับแต่งหรือสร้างสินค้าใหม่ เพื่อตอบสนองตลาด/ลูกค้าใหม่ • การใช้ ICT, e-commerce • Roadshow รุกตลาดใหม่ • สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์ • ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการลงทุนเพื่อการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ครบวงจร เกิดปฏิสัมพันธ์ความร่วมมือระดับภูมิภาคในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวและขยายโอกาสรวมถึงช่องทางการตลาดร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน

กิจกรรม

พัฒนาองค์ประกอบสำคัญด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคและสิ่งบริการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
2. ระบบคมนาคมและขยายเครือข่ายเชื่อมโยงถึงกันทุกจังหวัดภาคเหนือตอนบน และ 6 ประเทศ

3. ระบบการบริการข้อมูลที่เชื่อมโยงกันในระดับภูมิภาคเหนือตอนบนและประเทศเพื่อนบ้าน
4. บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
5. ระบบการรักษาความปลอดภัยและระเบียบวิธีการเข้าเมือง
6. เขตพื้นที่พิเศษเพื่อการค้า อาทิ ด้านการค้าชายแดน พื้นที่ขายของขวัญของที่ระลึกปลอดภัยแต่ละจังหวัด
7. ธรรมนูญด้านความร่วมมือและประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ททท. จังหวัด สภาคมน โรงแรม สภาคมนมัคคุเทศก์ หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม (ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ)

งบประมาณ 50 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : กลยุทธ์การพัฒนาสาขา ICT

ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมชุมชนหมู่บ้านเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศและแหล่งความรู้
วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนในระดับท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
เปิดโลกทัศน์และประยุกต์ใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
องค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none">• เทคโนโลยี• ฐานข้อมูล• สารสนเทศ• การวิจัยและพัฒนา• นวัตกรรม• สร้างเครือข่ายและต่อยอดความรู้	ความคิด สร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none">• องค์ความรู้• ฐานข้อมูล• เทคโนโลยี• การวิจัยและพัฒนา• การประยุกต์และนวัตกรรม• การบริหารทรัพยากรบุคคล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ชุมชนได้ข้อมูลข่าวสาร ได้ความรู้ นำไปสู่การพัฒนาด้านผลิตสินค้าและบริการที่
สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

กิจกรรม

1. จัดหาระบบคอมพิวเตอร์และการสื่อสารข้อมูลโดยอาจบูรณาการ กับโครงการ
อินเทอร์เน็ตตำบลและ/หรือสำนักงานส่งเสริมพัฒนา SMEs หน่วยร่วมดำเนินงานต่างๆ
2. จัดฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต
3. จัดให้มีแหล่งรวบรวมความรู้ เช่น ห้องสมุดในหมู่บ้าน
4. เผยแพร่ความรู้สู่ผู้ประกอบการให้ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อ อีสืบค้นและสื่อสารข้อมูล
ได้อย่างเท่าเทียมและเท่าทันสถานการณ์

ระยะเวลาดำเนินการ พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด อบต. อบจ. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา
วิสาหกิจชุมชน

งบประมาณ 5 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : กลยุทธ์โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (มุ่งส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดน)

ชื่อโครงการ การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนแม่สาย (เชียงราย) และชายแดนห้วยโก๋น (น่าน)

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมพื้นที่ชายแดนที่มีศักยภาพเชิงเศรษฐกิจการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว รวมทั้งมีระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม การสื่อสารโทรคมนาคม การขนส่ง พัฒนาไปสู่การเป็นฐานการผลิตสินค้าโดยอาศัยวัตถุดิบและแรงงานจากพื้นที่โดยรอบ เพื่อจำหน่ายในตลาดที่ขยายออกไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเดียวกัน

ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	ตัวชี้วัด	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ
เครือข่ายธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none">• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์• การสร้างคุณค่าร่วม• ทักษะกลยุทธ์ระบบโครงสร้างเชิงธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน	ส่งออกมากขึ้น	<ul style="list-style-type: none">• สร้างช่องทางจัดจำหน่าย• การมีพันธมิตรเครือข่ายธุรกิจ• Roadshow รุกตลาดใหม่• สายโซ่อุปทานที่สมบูรณ์• ห่วงโซ่คุณค่าที่สมบูรณ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดการลงทุนเพื่อการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ครบวงจร เกิดปฏิสัมพันธ์ความร่วมมือระดับภูมิภาคในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวและขยายโอกาสรวมถึงช่องทางการตลาดร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน

กิจกรรม

1. จัดตั้งคณะกรรมการเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อดำเนินการกำหนดกรอบแนวทางการดำเนินงาน อาทิ จัดทำข้อตกลงการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีเขตแดนติดต่อกับเขตเศรษฐกิจพิเศษ รวมถึงข้อตกลงระหว่างประเทศเพื่อการส่งเสริมความร่วมมือในเขตเศรษฐกิจพิเศษที่จะส่งผลประโยชน์ร่วมกันในอนุภูมิภาคผู้นำโขง

2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการผลิต การค้า การบริการ การกระจายจำหน่ายสินค้าอย่างครบวงจร และกำหนดสิ่งจูงใจที่เป็นมาตรการทางการ พาณิชย์และการคลัง ได้แก่ ความสะดวกในการจดทะเบียน ออกใบอนุญาต การตรวจสอบมาตรฐาน การบริการด้านการเงิน การลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีอากร รวมถึงสิทธิพิเศษต่างๆ เพื่อจูงใจนักลงทุน

3. มาตรการด้านความร่วมมือและประชาสัมพันธ์โครงการ

ระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2547 – 2551)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

จังหวัด กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หอการค้าสภาอุตสาหกรรม และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

งบประมาณ 50 ล้านบาท

บทที่ 6

ข้อเสนอกลไกการบริหารดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ

แนวคิด

การบริหารจัดการเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการแปลงแผนปฏิบัติการลงสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กลไกการบริหารดำเนินงานขึ้นอยู่กับ การออกแบบโครงสร้างองค์กรที่จะต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่วางไว้

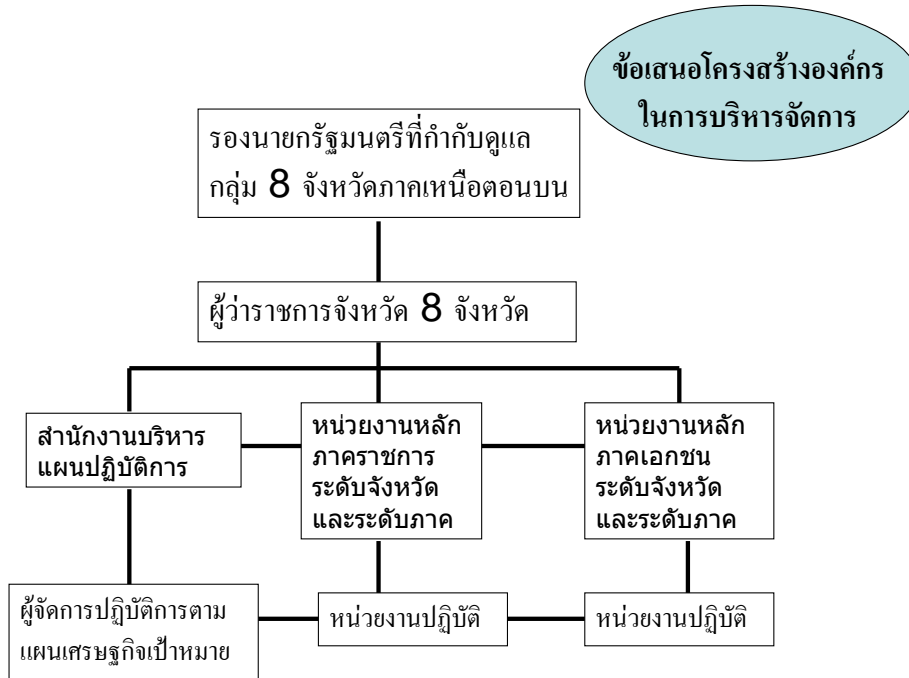
จุดเน้นกลไกการบริหารดำเนินงาน

การบริหารดำเนินงานจะมีจุดเน้นใน 5 ประเด็นดังนี้

1. มุ่งที่ภารกิจที่ต้องดำเนินงาน ได้แก่ แผนปฏิบัติการที่ครอบคลุมสาขาเศรษฐกิจ เป้าหมาย
2. มีการเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องเป็นการทำงานตาม กระบวนการที่มุ่งไปสู่ผลลัพธ์สุดท้าย
3. เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้ เสีย เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน
4. มีการกระจายอำนาจลงสู่ผู้ปฏิบัติงานในระดับล่าง
5. มีความคล่องตัวและยืดหยุ่นในการทำงานและตัดสินใจ
6. มีการใช้ทรัพยากรที่อยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

รูปแบบโครงสร้างองค์กร

รูปแบบโครงสร้างองค์กรที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และจุดเน้นกลไกการบริหารดำเนินงานจะเป็นรูปแบบเมตริกซ์ มีการจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนคือสำนักงานบริหารแผนปฏิบัติการเข้ามาประสานงานกับหน่วยงานหลักและมีผู้จัดการแผนปฏิบัติการรายสาขาเศรษฐกิจเป้าหมาย เข้ามาประสานงานกับเจ้าหน้าที่ในระดับฝ่ายปฏิบัติการดังกล่าว

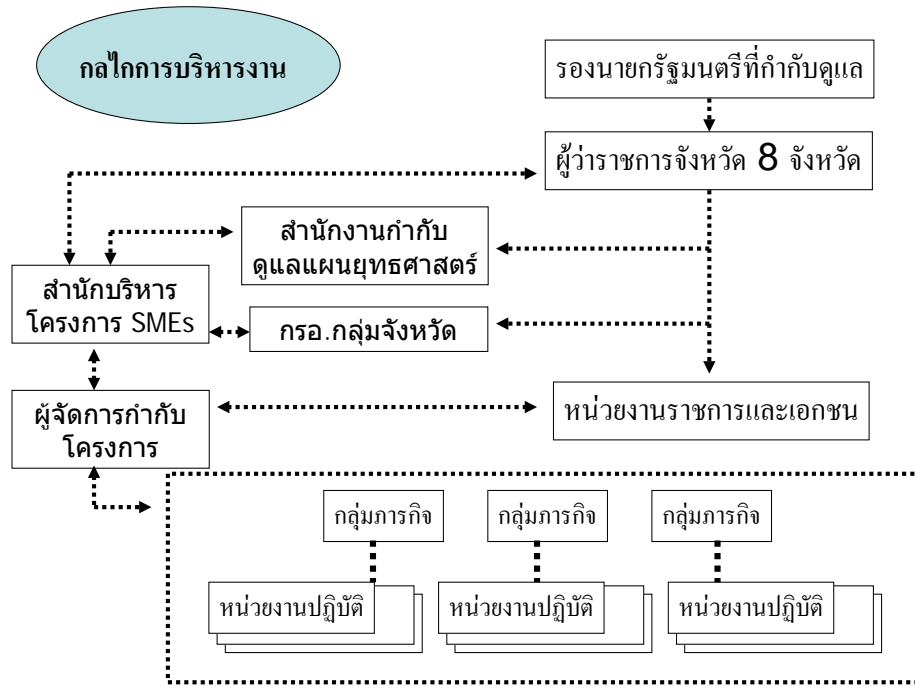


ภารกิจ

ภารกิจของสำนักงานบริหารแผนปฏิบัติการแสดงเป็นห่วงโซ่ได้ดังนี้



กลไกการบริหารจัดการ กลไกการบริหารดำเนินงาน ได้แสดงไว้ในแผนภูมิดังต่อไปนี้



หน้าที่การบริหารดำเนินงาน

■ ผู้จัดการสำนักงานบริหารแผนปฏิบัติการ

- ประสานงานระดับนโยบายกับผู้ว่าราชการจังหวัด สำนักงานกำกับดูแลแผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด กรอ.กลุ่มจังหวัดและผู้จัดการกำกับโครงการ
- จัดทำกรอบและจัดลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการและโครงการ
- กำกับดูแลความคืบหน้าของแผนปฏิบัติการและโครงการ
- อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้จัดการกำกับโครงการในการแปลงแผนลงสู่ปฏิบัติ

■ ผู้จัดการกำกับโครงการ

- กำหนดและดูแลกระบวนการ รวบรวม ประมวลข้อมูล รายงานและตารางการทำงาน
- ประสานแผนปฏิบัติการกับหน่วยงานระดับปฏิบัติการ
- กำกับดูแล ติดตามความคืบหน้า ผลของแผนปฏิบัติการและโครงการ
- บริหารกลไก การประสานงานและการติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานต่างๆ
- แก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น
- ควบคุมภาพรวม กรอบของแผนปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย
- ประสานและบริหารทรัพยากรสนับสนุนแผนปฏิบัติการให้เป็นไปโดยราบรื่น เช่น

การประสานแหล่งเงินทุน งบประมาณ

Cluster **SMEs**