



# Cluster SMEs



## รายงานการศึกษา

### เครือข่ายวิสาหกิจ

ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร  
นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์



### สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551



# สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	เครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์	1-9
	<ul style="list-style-type: none"><li>ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์</li><li>ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์</li><li>โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์</li></ul>	1 3 9
บทที่ 2	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์	10-11
บทที่ 3	แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์	12-38
	<ul style="list-style-type: none"><li>รายละเอียดโครงการของเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์</li><li>ตารางโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและกลาง (จังหวัดอุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย สกลนคร นครพนม มุกดาหาร กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม)</li></ul>	14 38

## บทที่ 1

### เครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ

#### จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

#### 1. ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

ภาพรวมผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มจังหวัดเพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนรวมทั้งผู้ประกอบการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งมีข้อสรุปการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด ได้ดังนี้

##### จุดแข็ง (S: Strength) ได้แก่

- ชาวบ้านในท้องถิ่นมีทักษะในการเลือกสีธรรมชาติมาใช้ การย้อมผ้า การทาลวดลายบนผืนผ้า การทอผ้า, การมัดหมี่,
- ชาวบ้านมีฝีมือปักเย็บ และ เทคนิคการฟอกย้อม
- มีภูมิปัญญาหลากหลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
- อุตสาหกรรมต่อเนื่องมีความแข็งแกร่ง เช่นเรื่องการตัดเย็บ
- มีตลาดที่มีความต้องการสินค้าที่มีการออกแบบ มีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง
- ชาวบ้านสามารถผลิตวัตถุดิบ เช่นสามารถผลิตฝ้ายเงินมือเองได้

##### จุดอ่อน (W: Weaknesses)

- วัตถุดิบมีไม่เพียงพอต่อความต้องการตลาด เพราะต้องนำเข้าจากนอกพื้นที่
- มีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ
- รายได้กลุ่มสมาชิกไม่สม่ำเสมอ
- สีของครามไม่สม่ำเสมอ ทำให้ไม่สามารถนำไปเพิ่มมูลค่าในตลาดเฉพาะได้
- อำนาจการต่อรองด้านราคาของวัตถุดิบไม่มาก
- ขาดทักษะการเจรจาขายสินค้า ขาดความรู้เรื่องการตลาด
- ชาวบ้านมีทักษะทางศิลปะมาก แต่ไม่สามารถดึงออกมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้เต็มที่
- เกษตรกรยังขาดความรู้เรื่องการออกแบบลายผ้า ทำให้ขายได้ราคาต่ำ
- มีการรับซื้อสินค้าไม่มีคุณภาพในกลุ่ม เหตุเพราะมีความเกรงใจ

- การวางแผนการผลิต ยังไม่เป็นระบบ ขาดต่อการควบคุม ทำให้มีปัญหาเมื่อมีข้อสงสัยจำนวนมาก
- คนรุ่นใหม่ไม่ได้รับการสืบทอดความรู้การทอ

#### โอกาส (O: Opportunity)

- นำครามสามารถนำไปเป็นส่วนผสมในการทำผลิตภัณฑ์อื่นได้ เช่น เครื่องเคลือบชุดดินเนอร์ (ตลาดญี่ปุ่น)
- ความเป็นที่ชื่นชอบในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น
- จังหวัดส่งเสริมให้ใส่เสื้อผ้าที่ทำจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติทุกวันศุกร์
- จังหวัดส่งเสริมให้ฝ้ายย้อมครามเป็นผ้าประจำจังหวัด
- สีนิลเป็นที่ต้องการของตลาดญี่ปุ่น
- มีตลาดรองรับในต่างประเทศ หากสามารถรักษาความสม่ำเสมอของการย้อมได้
- T: Threats = อุปสรรค ได้แก่
- เสื้อผ้าตัดที่ทำจากฝ้ายย้อมครามมีราคาแพง
- ค่านิยมเกี่ยวกับฝ้ายย้อมครามยังไม่เป็นที่แพร่หลายในตลาดประเทศไทย
- ค่าขนส่ง ราคาขนส่งต่อหน่วยมีราคาแพง
- การแข่งขันในท้องถิ่นยังไม่สูงมากเกินไป

## 2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเครือข่ายวิสาหกิจ ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

### สรุปการวิเคราะห์SWOT เครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติตาม Diamond Model

#### 1) เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Demand Conditions)

##### ■ จุดแข็ง

- ชาวบ้านในท้องถิ่นมีทักษะในการเลือกสีธรรมชาติมาใช้ การย้อมผ้า การทำลวดลายบนผืนผ้า การทอผ้า, การมัดหมี่
- ชาวบ้านมีฝีมือปักเย็บ และ เทคนิคการฟอกย้อม
- มีภูมิปัญญาหลากหลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
- กลุ่มลูกค้ามีสามกลุ่มคือ ในจังหวัดสกลนคร (ประชาชนทั่วไป ข้าราชการ ) (จังหวัดขอให้ใส่ทุกวันศุกร์ ) บริษัทคนกลางรับซื้อเพื่อไปขายต่อเป็นผ้าผืน หรือนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่นเช่นผ้าผืน ผ้าปูโต๊ะ เพื่อส่งออกไปตลาดต่างประเทศ (ญี่ปุ่น ผ้าลินิน) ตลาดเฉพาะ
- อุตสาหกรรมต่อเนื่องมีความแข็งแกร่ง เช่นเรื่องการตัดเย็บ
- ชาวบ้านสามารถผลิตวัตถุดิบ เช่นสามารถผลิตฝ้ายขึ้นมือเองได้

##### ■ จุดอ่อน

- ผลิตไม่ทันกับความต้องการภายในจังหวัด ไม่สามารถจัดส่งได้ในปริมาณมากๆ เพราะมีวัตถุดิบไม่เพียงพอ
- วัตถุดิบมีไม่เพียงพอต่อความต้องการตลาด เพราะต้องนำเข้าจากนอกพื้นที่
- มีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ
- รายได้กลุ่มสมาชิกไม่สม่ำเสมอ
- อำนาจการต่อรองด้านราคาของวัตถุดิบไม่มาก
- ขาดทักษะการเจรจาขายสินค้า ขาดความรู้เรื่องการตลาด
- ชาวบ้านมีทักษะทางศิลปะมาก แต่ไม่สามารถดึงออกมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้เต็มที่
- เกษตรกรยังขาดความรู้เรื่องการออกแบบลายผ้า ทำให้ขายได้ราคาต่ำ
- มีการรับซื้อสินค้าไม่มีคุณภาพในกลุ่ม เหตุเพราะมีความเกรงใจ

■ โอกาส

- จังหวัดขอให้ข้าราชการ และคนในจังหวัดใส่ผ้าเยี่ยมชมเป็นเอกลักษณ์
- จังหวัดปรากฏว่าเริ่มมีการตื่นตัว มีการตั้งตัดจากร้านรับตัดเสื้อผ้ามากขึ้น โดยเฉพาะผู้หญิง
- ผู้มีผู้ซื้อที่มีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและการออกแบบสูง คือ คุณนิสาชล คุณแม่ทีตา และคุณละมุล
  - ฝ่ายเงินมือทำเป็นผ้าเยี่ยมชมจะเป็นตลาดบนในญี่ปุ่น ชิโมโน เครื่องเรือน ชุดรับประทานอาหารค่ำ
  - มีตลาดที่มีความต้องการสินค้าที่มี การออกแบบ มีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง
  - น้ำครามสามารถนำไปเป็นส่วนผสมในการทำผลิตภัณฑ์อื่นได้ เช่น เครื่องเคลือบ ชุดดินเนอร์ (ตลาดญี่ปุ่น)
  - ครามเป็นที่ชื่นชอบในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น
  - จังหวัดส่งเสริมให้ใส่เสื้อผ้าที่ทำจากผ้าเยี่ยมชมสีเขียววันศุกร์
  - จังหวัดส่งเสริมให้ผ้าเยี่ยมชมเป็นผ้าประจำจังหวัด
  - สนิลเป็นที่ต้องการของตลาดญี่ปุ่น
  - มีตลาดรองรับในต่างประเทศ หากสามารถรักษาความสม่ำเสมอของการเยี่ยมชมได้

■ อุปสรรค

- มีปัญหาเรื่องความสม่ำเสมอของสี เนื่องจากไม่สามารถเยี่ยมชมได้ที่ละหลายๆ
- ซึ่งการเยี่ยมชมในแต่ละครั้งให้สีที่ออกมาไม่เท่ากัน
- ลูกค้านต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น มีความพิถีพิถันเพื่อเป็นทางการค้ามาก
  - เสื้อผ้าตัดที่ทำจากผ้าเยี่ยมชมมีราคาแพง
  - ค่าขนส่ง ราคาขนส่งต่อหน่วยมีราคาแพง
  - การแข่งขันในท้องถิ่นยังไม่สูงมากเกินไป

2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Factor Conditions)

■ จุดแข็ง

- ฝ่ายมีสองประเภทคือฝ่ายเงินมือ และฝ่ายโรงงาน
- ฝ่ายเงินมือเป็นฝ่ายที่มีมูลค่าสูง ทำผลิตภัณฑ์ได้สวยสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงมาก
- บางกลุ่มเริ่มนำเครื่องจักรอย่างง่ายมาใช้เพื่อทำฝ่ายเงินมือ
- มีคนทอผ้าเยี่ยมชมในสกลนครไม่ต่ำกว่า 2,000 คน
- การควบคุมวัตถุดิบ สภาพอากาศภูมิ ความชื้นสัมพัทธ์ที่ดี มีผลต่อการเยี่ยมชม

■ จุดอ่อน

- ผู้ผลิตที่มีภูมิปัญญามีอายุมาก ต้องการให้มีการถ่ายทอดอย่างเป็นระบบ
- ครรมาฯยังเพียงพอปลูกบ้านละ 1 งาน
- ฝ้ายเงินมือ ไม่เพียงพอ ต้องสั่งจากภาคเหนือ
- ฝีมือการทอผ้าเมื่อเทียบกับที่อื่นก็พอกัน หากแต่ที่เป็นจุดอ่อนคือการข้อมคราม
- ไม่มีงานวิจัยเรื่องการออกแบบ
- มีผู้ทำวิจัยเพียงรายเดียว แต่เป็นเรื่องครามเท่านั้น
- คนรุ่นใหม่ไม่ได้รับการสืบทอดความรู้การทอ ค่านิยมเกี่ยวกับผ้าข้อมคราม

ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในตลาดประเทศไทย

■ โอกาส

- ฝ้ายสินค้านั้นเป็นผ้าที่คนญี่ปุ่นถือว่าเป็นของดี กดีสิทธิ์มีราคาแพงมาก ถ้าพัฒนาเรื่องคุณภาพเช่นความสม่ำเสมอของสีข้อม ฝ้ายจะเจาะตลาดใหญ่ได้
- มีเด็กวัยรุ่นสนใจมาฝึกทำผ้าข้อมครามด้วยเช่นกัน โดยได้รับค่าตอบแทนบ้างที่บ้าน แต่ไม่มาก
- เริ่มมีการจัดทำหลักสูตรให้เด็กได้เรียนรู้เรื่องการทอผ้าในโรงเรียนระดับประถมศึกษา และสร้างรายได้เสริมให้กับเด็กที่เข้ามาช่วยงาน
- มีการนำผลิตภัณฑ์ที่ทำฝ้ายไปทำเป็นของตกแต่งบ้าน

■ อุปสรรค

- แต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์เป็นภูมิปัญญาสืบทอดกันมาแต่โบราณ ไม่มีการเปิดเผยวิธีข้อมและวิธีทอผ้า
- สีของน้ำครามไม่สม่ำเสมอทำให้ไม่สามารถนำไปเพิ่มมูลค่าในตลาดเฉพาะได้
- มี "ความไม่พอใจ" เรื่องคุณภาพของผ้า เนื่องจากใส่แล้วสีตก มีปัญหาเนื่องจากล้างฝ้ายไม่สะอาดพอ
- คนหนุ่มสาวไม่สนใจเข้ามาเรียนรู้เรื่องการทอผ้าข้อมคราม สาเหตุหนึ่งคือมือเปื้อน สาเหตุสำคัญคือปัจจุบันวิถีชีวิตของเด็กวัยรุ่นในหมู่บ้านเปลี่ยนไป ขอ บวักตฤนิยม พ่อแม่เองก็ต้องการสนับสนุนลูกให้เรียนสูงๆ มีอาชีพดีๆ
- มีปัญหาเรื่องการเชิญวิทยากร เพราะแต่ละที่จะหวงแหนความรู้กัน
- มีค่ายจากเงินตีตลาดเข้ามา
- ฝ้ายเงินมือราคา 150-200 บาท และ ฝ้ายโรงงาน 115 บาท

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Government, Related and Support Industry)

■ จุดแข็ง

- ครามยังเป็นการค้าขายระหว่างกัน ทุกบ้านที่ทำผ้าย่อมครามมักทำครามเอง หากเหลือก็จะมีการขายต่อ
- มีร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในท้องถิ่น ที่ตัดตามความต้องการของลูกค้า แต่ยังไม่มีการส่งเสริมเท่าที่ควร

■ จุดอ่อน

- การฝึกอบรมที่ภาครัฐเคยจัดให้ไม่ตรงกับความต้องการ
- ฝ้ายท้องถิ่นไม่พอต้องซื้อจากภาคเหนือ ต้องแข่งกับคนเชียงใหม่ที่ซื้อฝ้ายไปทำของตกแต่งบ้าน

■ โอกาส

- มีคนหลายกลุ่มเข้าไปส่งเสริมจนทำให้เกิดความสับสน
- จังหวัดการณรงค์ให้ใส่ผ้าย่อมคราม แต่กระตุ้นในส่วนผ้าลายอื่นๆเท่านั้น
- มีผู้รับซื้อเพื่อการส่งออกต่างประเทศ แต่ยังต้องการแบบ และมาตรฐานสูง คนกลุ่มนี้ต้องใช้ความชำนาญในการดูลายผ้าและตรวจสอบมาตรฐานสูง

4) บริบทของการแข่งขันและ กลยุทธ์ (Firm Strategy, Firm Structure, Rivalry)

■ จุดแข็ง

- มีการจ้างนักออกแบบมืออาชีพ เพื่อออกแบบสินค้าให้นำแนวโน้มของโลก สามารถส่งขายห้างสรรพสินค้าได้
- การแข่งขันยังไม่เข้มข้น เพราะเพิ่งเริ่มมีอุปสงค์มากจากการที่จังหวัดขอให้ใส่ผ้าย่อมครามทุกวันศุกร์
- มีจิตสำนึกสาธารณะสูงนักธุรกิจที่พบมักมีแนวคิดที่คำนึงถึงประชาชนมาก
- มีความพยายามในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากเสื้อ
- มีการออกแบบสีให้ต่างออกไปโดยผสมสีธรรมชาติอื่นๆ
- แขนงนักธุรกิจไม่ต้องการการพัฒนาที่ทำลายวิถีชาวบ้านเดิมๆ
- หอการค้ามีคนรุ่นใหม่ที่ผ่านการศึกษาระดับ MBA มาในสัดส่วนสูงการมีส่วนร่วมต่อเรื่องนี้จึงเป็นไปได้เป็นอย่างดี



■ จุดอ่อน

- ปัญหาเรื่องต้นทุนค่าขนส่ง ต้องรอพ่อค้าคนกลางมารับของ
- ชาวบ้านทั่วไปผลิตเพื่อขายเป็นงานอดิเรก พยายามขายออกให้เร็วไม่ต้องรอ

ไม่มีทิศทาง

■ โอกาส

- มีความพยายามจากสมาชิกหอการค้าที่จะให้ชาวบ้านลองทำลายผ้าใหม่ๆ มีการซื้อ ตำราลายผ้า(Textbook) ให้ชาวบ้านดู

- แบบยังไม่เป็นไปตามความต้องการของตลาด

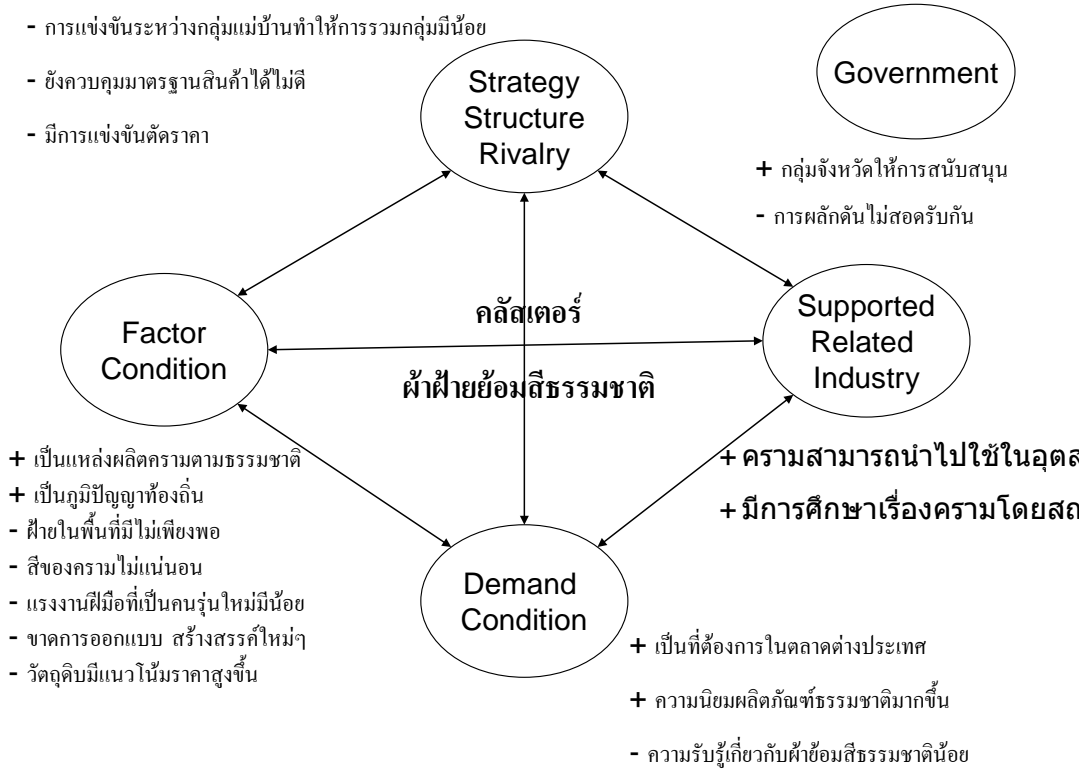
■ อุปสรรค

- การวางแผนการผลิต ยังไม่เป็นระบบ ขาดต่อการควบคุม ทำให้มีปัญหาเมื่อมียอดสั่งซื้อจำนวนมาก

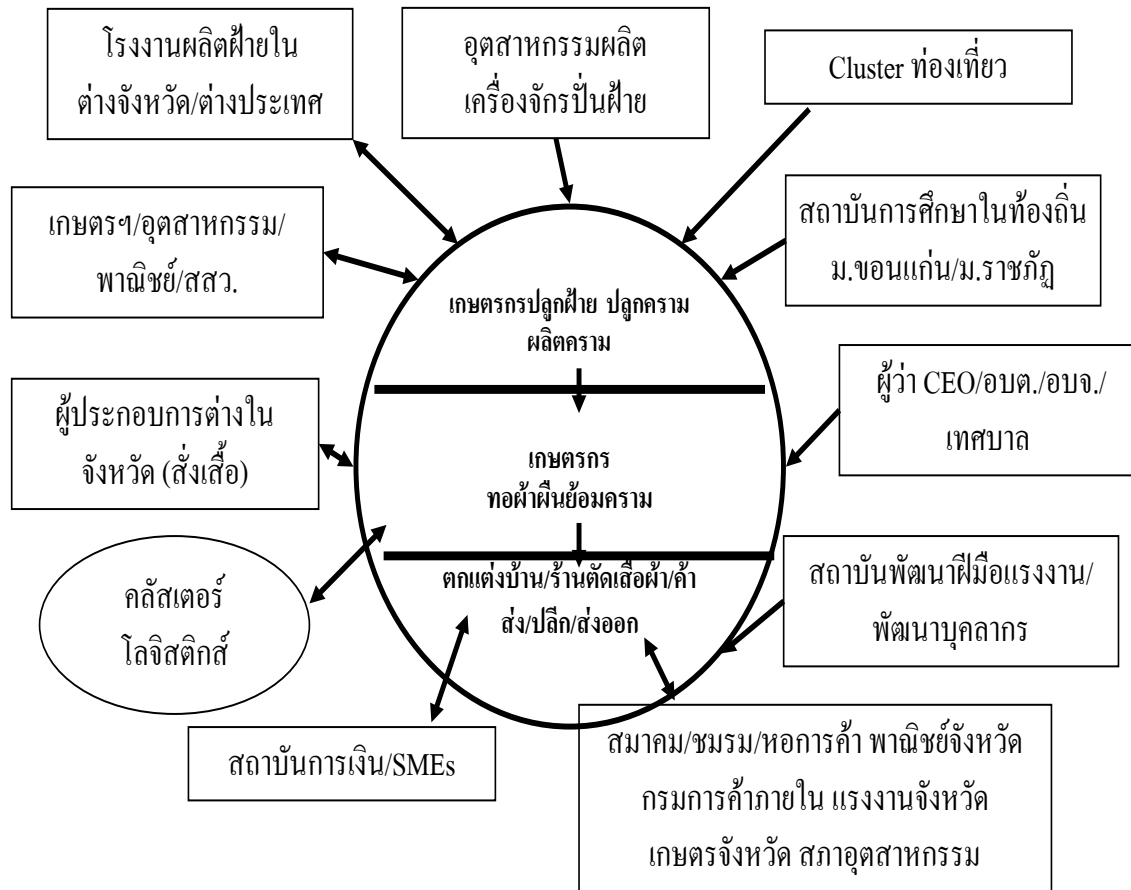
- การแข่งขันในท้องถิ่นยังไม่สูงมากเกินไป
- มีแนวคิดชอบทำแผนระยะสั้น ไม่ใช่ระยะยาว
- มีความพยายามปลอมฝ้ายเทียมเพื่อลดต้นทุน

มีการเสนอว่าฝ้ายย้อมครามเป็นผ้าเพื่อสุขภาพ คนโบราณใส่ฝ้ายย้อมครามไป ทำนา ฝิวไม่เสีย เป็นจุดที่สร้างความแตกต่างได้

### การวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจตามโมเดลรูปเพชร (Diamond Analysis)



3. โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์



## บทที่ 2

### แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

#### 1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด



## 2. แผนภาพเครือข่าย วิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และ ภาพสินธุ์



### บทที่ 3

## แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

#### วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ที่สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของพื้นที่

#### พันธกิจ

สร้างเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) สิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ ที่สอดคล้องกับศักยภาพของกลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์ โดยมุ่งเน้นการทำงานเชิงบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน

#### ประเด็นยุทธศาสตร์

ในการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ คณะที่ปรึกษาได้วิเคราะห์ภายใต้โมเดลรูปเพชร (Diamond model) โดยเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545 – 2549) ยุทธศาสตร์ตามแผนการบริหารงานราชการของกลุ่มจังหวัด และยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

#### เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต

- ประเด็นยุทธศาสตร์: การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน
- ประเด็นยุทธศาสตร์: สร้างศักยภาพการแข่งขันภาคอุตสาหกรรม
- ประเด็นยุทธศาสตร์: การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

#### เงื่อนไขด้านอุปสงค์

- ประเด็นยุทธศาสตร์: การบริการที่ได้มาตรฐาน

#### อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน

- ประเด็นยุทธศาสตร์: การพัฒนาเชื่อมต่อเครือข่ายข้อมูล

#### บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์

- ประเด็นยุทธศาสตร์: การพัฒนาเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

เมื่อนำการทำ SWOT และการเก็บข้อมูลในการออกพื้นที่ มาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อกำหนด กลยุทธ์ในการพัฒนาวิสาหกิจสิ่งทอย้อมครามให้สามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง โดยมุ่งเน้นให้เกิด Value Chain โดยแผนกลยุทธ์จะมุ่งเน้น ส่งเสริมการผลิต การพัฒนา /ปรับปรุงด้านการผลิตและ สิ้นค้า การรวบรวม/ การกระจายด้านผลผลิตและสิ้นค้า (Logistic) การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ต่อการค้า/ การลงทุนและการบริการ (Facilities) ด้านการตลาด โดยมีกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้

#### **กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ**

- กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริม/ยกระดับมาตรฐานการผลิต
- กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา/ปรับปรุงด้านทรัพยากรบุคคล/ ผลผลิต/ สิ้นค้า
- กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับมาตรฐานผ้าย้อมครามและผลิตภัณฑ์
- กลยุทธ์ที่ 4 การตลาด
- กลยุทธ์ที่ 5 โลจิสติกส์

#### **แผนงาน/โครงการภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ**

- กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริม/ยกระดับมาตรฐานการผลิต
  - 1. โครงการงานวิจัยเรื่องกระบวนการผลิตน้ำคราม
  - 2. โครงการวิจัยพัฒนาและทดสอบเทคโนโลยีการผลิต
  - 3. โครงการงานวิจัย/พัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต
  - 4. โครงการศึกษาวิจัยคุณสมบัติต่างๆ ของน้ำคราม
- กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา/ปรับปรุงด้านทรัพยากรบุคคล/ ผลผลิต/ สิ้นค้า
  - 1. โครงการสร้าง/พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ และส่งเสริมการผลิต สิ้นค้าจากสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ
  - 2. โครงการมอบทุนการศึกษาเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าย้อมคราม
  - 3. โครงการศึกษาดูงานต่างถิ่น
  - 4. โครงการฝึกอบรมเรื่องการออกแบบลายผ้า
- กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับมาตรฐานผ้าย้อมครามและผลิตภัณฑ์
  - 1. โครงการจัดมาตรฐานเกี่ยวกับผ้าย้อมคราม
- กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการตลาด
  - 1. โครงการสร้างความรู้ด้านการตลาดให้กับผู้ผลิตผ้าย้อมคราม
  - 2. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด
  - 3. โครงการจัดงานผ้าย้อมครามโลกประจำปี
- กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ โลจิสติกส์
  - 1. โครงการส่งเสริม SMEs ขนส่ง

รายละเอียดโครงการของเครือข่ายวิสาหกิจผ้าฝ้ายอ้อมสีธรรมชาติ  
จังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริม/ยกระดับมาตรฐานการผลิต

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการศึกษาวิจัยคุณสมบัติต่างๆของน้ำคราม
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

น้ำครามเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิตผ้าอ้อมคราม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผ้าอ้อมครามเป็นวัตถุดิบ หรือแม้กระทั่งผ้าอ้อมสีธรรมชาติที่ใช้สีครามธรรมชาติเป็นส่วนประกอบ อนึ่งจากการลงพื้นที่ที่กลุ่มผู้วิจัยได้ฟังเรื่องเล่าจากปราชญ์ชาวบ้านและชาวบ้าน ตลอดจนนักธุรกิจถึงเรื่องเล่าเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้น้ำครามเพื่อประโยชน์ต่างๆ เช่นการใช้ผ้าครามประคบตัวเวลาเจ็บไข้ หรือแม้กระทั่งการใช้ครามสำหรับเป็นปุ๋ยในการปลูกเห็ด ดังนั้นจึงเกิดแนวความคิดที่จะดึงความรู้ทั้งหมดนี้ออกมาจัดระเบียบเป็นองค์ความรู้ใหม่ โดยดึงประสบการณ์เรื่องเล่าจากปราชญ์ชาวบ้าน ออกมาจัดระบบใหม่ ในขณะเดียวกันเนื่องจากเป็นโครงการที่เน้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงเห็นความเป็นไปได้ที่จะรวบรวมองค์ความรู้ดังกล่าว เพื่อให้ผู้สนใจไปทดลองผลิต หรือพัฒนาสินค้าที่ต่อเนื่องจากน้ำครามได้ แล้วต่อยอดเป็นธุรกิจใหม่

5. วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้การประยุกต์ใช้น้ำครามในด้านต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

มีองค์ความรู้การใช้น้ำครามในด้านต่างๆอย่างน้อย 10 องค์ความรู้

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี



- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด

กลุ่มจังหวัดสนุก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
จังหวัด สกลนคร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

9. ระยะเวลาการดำเนินงาน

2 เดือน

10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ สำนักงานจังหวัด พัฒนาชุมชน

11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานจังหวัด  
มหาวิทยาลัย

12. การดำเนินงาน

1. จัดประชุมปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อขององค์ความรู้ หรือสอบถามการใช้ประโยชน์ของ  
ครามในด้านต่างๆที่สำคัญสามด้านได้ แก่ด้านเภสัชกรรม (สรรพคุณทางยา) ด้านการเกษตร  
(ปุย) ด้านสุขภาพและความงาม
2. แต่งตั้งผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้น้ำครามในด้านต่างๆเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
ของจังหวัดเพื่อที่จะเป็นที่ปรึกษาให้ผู้สนใจพัฒนาธุรกิจ
3. ในการเรียนการสอนด้านการพัฒนาแผนธุรกิจในสถาบันการศึกษาให้มีแจกข้อมูลที่  
ได้จากการบอกเล่าประสบการณ์ของปราชญ์ชาวบ้านดังกล่าว เพื่อเป็นการส่งเสริมให้  
ผู้ประกอบการ นักศึกษาที่เข้าอบรมการจัดทำแผนธุรกิจได้ไปต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ  
ตนเอง

13. งบประมาณ

30,000 บาท

## กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา/ปรับปรุงด้านทรัพยากรบุคคล/ผลผลิต/สินค้า

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการสร้าง/พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ และส่งเสริมการผลิตสินค้าจากสิ่งทอ
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล  
การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไดโน้น ควรมีการพัฒนาการรวมตัวของผู้ประกอบการที่มีเป้าหมายเดียวกัน เพื่อยกระดับผลิตภาพ และนวัตกรรม การรวมตัวที่มีเป้าหมายนี้เรียกกันในนาม คลัสเตอร์
5. วัตถุประสงค์  
การมีคลัสเตอร์ผ้าข้อมสี่ธรรมชาติ
6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ
7. ประเด็นยุทธศาสตร์
  1. การขจัดความยากจน
  2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
  3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
  4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
  5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
  6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
  7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
  8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
  9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก
8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด  
กลุ่มจังหวัดสนุก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
จังหวัด สกลนคร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
9. ระยะเวลาการดำเนินงาน  
ระยะสั้น 2 ปี  
ระยะยาว ขออนุมัติเงินทุนจากจังหวัดหรือระดมทุนในหมู่สมาชิก
10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ  
อุตสาหกรรมจังหวัด

## 11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สถาบันการศึกษา  
พัฒนาชุมชน  
มหาวิทยาลัย

## 12. การดำเนินงาน

1. ก่อตั้งคลัสเตอร์ผ้าฝ้ายอ้อมสิรินธรมาติ
2. แต่งตั้ง Cluster Agent โดยกำหนดให้ต้องมีภาวะผู้นำ มีความรู้ในตัวธุรกิจเป็นอย่างดี กำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารคลัสเตอร์ประกอบด้วยตัวแทนจากราชการ สถาบันการศึกษา วิจัย หอการค้า สภาอุตสาหกรรม ชัพพลายเออร์ สถาบันออกแบบ มีสำนักงานเป็นทางการ
3. เมื่อได้แล้วให้เริ่มตั้งเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์
4. จัดให้มีการประชุมร่วมกันทุกเดือน
5. มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภาพ ความแตกต่างผลิตภัณฑ์ ลาย การประยุกต์เพื่อสร้างโอกาสให้คลัสเตอร์

## 13. งบประมาณ

1,000,000 บาท

## กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา/ปรับปรุงด้านทรัพยากรบุคคล/ผลผลิต/สินค้า

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการมอบทุนการศึกษาเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าใยธรรมชาติ
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

การพัฒนาบุคลากรที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อุตสาหกรรม ทำให้เกิดการต่อยอดอุตสาหกรรม ผลักดันคลัสเตอร์ผ้าทอพื้นเมือง ผ้าใยธรรมชาติ ให้ก้าวขึ้นสู่คลัสเตอร์ที่ผลักดันด้วยนวัตกรรม การมีซึ่งบุคลากร ที่มีความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ลายผ้าที่มีความรู้ทั้งในมุมมองของยุโรปและญี่ปุ่นนั้นนับว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากผ้าใยธรรมชาติหรือผ้าใยธรรมชาติที่ทำด้วยมือมีขั้นตอนในการผลิตที่ใช้เวลา ใช้แรงมาก การมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือลายผ้าให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดเฉพาะจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง โอกาสนี้จะเกิดขึ้นได้จากสองช่องทางคืออาศัยภูมิปัญญาของผู้ประกอบการที่เป็นได้ทั้งนักออกแบบและนักธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีน้อยรายที่สามารถยกระดับตนเองสู่ระดับสากลได้ แต่หากต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวมการมีนักออกแบบประจำคลัสเตอร์ที่ช่วยกำหนดแนวโน้มแฟชั่น ที่ตัวคลัสเตอร์เองสามารถกำหนดบทบาทให้เป็นได้ทั้งนักออกแบบ ที่ปรึกษาด้านแนวโน้มแฟชั่น หรือแม้กระทั่งประสานงานพัฒนาในด้านต่างๆจึงนับว่ามีความสำคัญมาก การให้ทุนการศึกษาจึงควรเน้นที่นักออกแบบ

5. วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

มีผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีในภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ 5 คน (หลักสูตรพิเศษ)

มีผู้ผ่านการอบรมจากสถาบันออกแบบแฟชั่นแนวญี่ปุ่น 10 คน และแนวยุโรป 10 คน

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม

- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

**8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด**

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

**9. ระยะเวลาการดำเนินงาน**

5 ปี

**10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ**

กลุ่มจังหวัด

**11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง**

มหาวิทยาลัย

**12. การดำเนินงาน**

1. จัดตั้งกองทุนการศึกษาเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าไหมคราม กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
2. วัตถุประสงค์ของกองทุนคือเพื่อสร้างนักออกแบบลายผ้าและผลิตภัณฑ์อย่างนี้ อย  
ประเภทละ 10 คนภายในระยะเวลา 5 ปีรวม 25 คน
3. ให้ทุนศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีในภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ 5 คน  
(หลักสูตรพิเศษ) และหลักสูตรฝึกอบรมในสถาบันออกแบบแฟชั่นแนวญี่ปุ่น 10 คน แนวยุโรป  
10 คน รายละ 300,000 บาท
4. ทั้งหมดทำสัญญาใช้ทุนโดยให้จังหวัดจ้างงาน หรือจ  
คให้ได้ทำงานใน  
สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นหรือสำนักงานคลัสเตอร์สิ่งทอไหมสิริธรรมชาติกลุ่มสนุก เพื่อ  
ทำงานออกแบบให้กลุ่มจังหวัดเป็นระยะเวลาหนึ่งเท่าของทุนการศึกษาที่ได้

**13. งบประมาณ**

7,500,000 บาท

## กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา/ปรับปรุงด้านทรัพยากรบุคคล/ผลผลิต/สินค้า

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการศึกษาดูงานต่างถิ่น
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

ในการพัฒนาคลัสเตอร์นั้น องค์ประกอบสำคัญของคลัสเตอร์คือการยกระดับคลัสเตอร์ให้ก้าวสู่การเป็นคลัสเตอร์ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อวิสาหกิจอย่างแท้จริงคือการเรียนรู้จากองค์กร บุคคลที่มีขีดความสามารถสูงกว่า ส่วนการเรียนรู้ดังกล่าวจะเกิดผลเป็นรูปธรรมก็ต่อเมื่อ ได้มีการเปรียบเทียบมาตรฐาน เพื่อกำหนดเป้าหมายการพัฒนาในระยะสั้น ระยะยาว กระบวนการจะเริ่มตั้งแต่การ คัดเลือก Cluster Agent โดยคณะกรรมการ ต้องมองหาผู้ที่มีขีดความสามารถในการพัฒนาคลัสเตอร์ มีนิสัยชอบการออกแบบ หรือมีนิสัยพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีไม่มาก หากแต่ถ้ามีมีกลไกการจัดการความรู้อย่างต่อเนื่อง หรือถ้ามีกลไกนำเอาประสบการณ์การดูงานไปพัฒนาเป็นเป้าหมายการพัฒนาคลัสเตอร์เช่น การออกแบบลาย การลดเวลาการผลิตได้แล้วก็จะเอื้อให้เกิดการยกระดับคลัสเตอร์ และส่งผลให้เกิดแนวคิดใหม่ที่จะทำทำให้มีการขยายตัวของวิสาหกิจมากยิ่งขึ้น ส่วนสถานที่ดูงานควรมีสามประเภทคือในประเทศซึ่งคือกรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น มีการเยี่ยมชมห้องสมุด นิทรรศการ การเดินแบบ ส่วนต่างประเทศไปสถานที่สำคัญคือนิวยอร์ก อิตาลี ญี่ปุ่น วัตถุประสงค์ของขั้นตอนนี้ก็เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการขึ้นน้ำของ Cluster Agent ซึ่งควรเกิดขึ้นทุก 5 ปี ในส่วนของสมาชิกในคลัสเตอร์เองควรมีการส่งเสริมการดูงาน อย่างน้อยก็ตามงาน แสดงสินค้าเช่นที่ Impact เมืองทองธานี โดยไม่จำเป็นต้องเป็นงาน OTOP TO THE WORLD เท่านั้นหากแต่อาจรวมถึงงานแสดงสินค้าตกแต่งบ้านเช่น HOME AND DÉCOR อื่นๆการดูงานในลักษณะหลังนี้ถือว่าสำคัญเพราะเท่ากับว่าสมาชิกในคลัสเตอร์สามารถเปรียบเทียบความก้าวหน้าได้ทั้งตลาด ซึ่งการดูงานประเภทหลังนี้น่าจะมีผลกระทบสูงมาก

5. วัตถุประสงค์
  - 5.1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถของ Cluster Agent
  - 5.2 เพื่อยกระดับขีดความสามารถของคลัสเตอร์

## 6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

6.1 Cluster Agent ที่ผ่านการดูงานในตลาดเฉพาะสามารถถ่ายทอดประสบการณ์นำไปสู่การตั้งเป้าหมายเชิงเปรียบเทียบ (Benchmarking)

6.2 สมาชิกคลัสเตอร์ที่ผ่านการดูงานในงานแสดงสินค้า เริ่มโครงการพัฒนาสินค้าหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการภายในหนึ่งปี

## 7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

## 8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด

กลุ่มจังหวัดสนุก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

จังหวัดสกลนคร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

## 9. ระยะเวลาการดำเนินงาน

2 ปี

## 10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานจังหวัด

## 11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัย

## 12. การดำเนินงาน

1. โครงการนี้เกิดขึ้นเพื่อรองรับการก่อตั้งคลัสเตอร์ผ้าทอข้อมสิริธรรมชาติ ผ้าข้อมคราม มุ่งเน้นที่ยกระดับขีดความสามารถในการออกแบบเป็นหลัก
2. คัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติเป็น Cluster Agent
3. กำหนดสถานที่ดูงานเป้าหมายที่เน้นการให้ความรู้ด้านการออกแบบ การจุกประกายแนวคิดใหม่ๆ อนึ่งต้องรวมกรุงเทพเมืองแฟชั่น อิตาลี ฝรั่งเศสและญี่ปุ่น

4. เมื่อคุณงานต้องมีการจัดการความรู้ ระดมสมองเพื่อนำประโยชน์จากการคุณงานมาใช้ให้มากที่สุด

**13. งบประมาณ**

500,000 บาท



## กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา/ปรับปรุงด้านทรัพยากรบุคคล/ผลผลิต/สินค้า

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการฝึกอบรมเรื่องการออกแบบลายผ้า
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

จากการประเมินจุดแข็งจุดอ่อนของอุตสาหกรรมผลิตผ้าข้อมสี่ธรรมชาติ หรือผ้าข้อมครามพบจุดอ่อนหนึ่งคือขีดความสามารถในการออกแบบลายที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในตลาด โดยเฉพาะตลาดเฉพาะเช่นญี่ปุ่น ยุโรป ซึ่งลูกค้ามีรสนิยมและต้องการสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูง ปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่มีขีดความสามารถในการออกแบบในลักษณะดังกล่าวได้แก่รายแม่ทิง ตา ซึ่งมีผู้ประกอบการรายนี้มีขีดความสามารถในการออกแบบลายเอกลักษณ์สูงมาก เมื่อมีโอกาสได้เจอลูกค้าจากต่างประเทศ ได้มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า จากนั้นสามารถออกแบบลายที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ในขณะที่เดียวกันก็สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ นี่เป็นความสามารถโดยธรรมชาติ จะเห็นว่ากลไกในการสร้างงานที่เหมาะสมกับตลาดเฉพาะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญสองประการคือขีดความสามารถที่มีอยู่แล้วบวกกับโอกาสได้เจอลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าที่มีเอกลักษณ์และมีกำลังซื้อสูง ซึ่งประการหลังนี้มีโอกาสเกิดขึ้นได้หากผู้ประกอบการรายนั้นได้มีโอกาสแสดงสินค้าที่กรุงเทพฯ หรือต่างประเทศ หากแต่เมื่อได้เจอลูกค้าดังกล่าวผู้ประกอบการจะต้องมีขีดความสามารถเพียงพอที่จะพัฒนาลาย หรือสินค้าของตนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจ และการขยายธุรกิจ หรือการสร้างธุรกิจใหม่ในที่สุด โครงการออกแบบลายผ้าเป็นโครงการที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ประการหลังนี้

5. วัตถุประสงค์

ได้ผู้ประกอบการ นักออกแบบที่มีขีดความสามารถในการออกแบบลายผ้าอย่างเป็นระบบ 40 คน

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

มีผู้ประกอบการที่สามารถสร้างสรรค์งานได้อย่างน้อยปีละ 1 Collection เป็นจำนวนอย่างน้อย 20 ราย ภายในหนึ่งปีหลังการอบรม

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้

- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

**8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด**

กลุ่มจังหวัดสนุก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

**9. ระยะเวลาการดำเนินงาน**

2 ปี

**10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ**

อุตสาหกรรมจังหวัด

**11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง**

สำนักงานจังหวัด

มหาวิทยาลัย

**12. การดำเนินงาน**

1. จัดสัมมนาฯ นอกระบบโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญทั้งในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่น เพื่อจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการออกแบบผ้าข้อมลี ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติทุกปีสี่ครั้งต่อปีวนไปตามกลุ่มจังหวัด การอบรมกินเวลาทั้งหมด 6 วัน โดย 3 วันแรกเป็นการเรียนภาคทฤษฎีการออกแบบ พร้อม Workshop ปฏิบัติ จากนั้นเว้นว่างไปหนึ่งสัปดาห์เรียนอีกสามวันเป็นภาคการนำเสนอผลงาน และสะท้อนผลโดยผู้เชี่ยวชาญ

2. กลุ่มเป้าหมายคือผู้สนใจก่อตั้งธุรกิจใหม่หรือผู้ประกอบการผ้าข้อมลีธรรมชาติ หรือผ้าข้อมครามจำนวน 10 ราย เป็นโครงการในลักษณะของ Train the Trainer โดยผู้ผ่านการสัมภาษณ์หน้าที่ ต้องไปจัดการประชุมสัมภาษณ์เพื่อเผยแพร่ในหมู่สมาชิกต่อไป จัดเป็นการอบรมแบบเข้ม พร้อมปฏิบัติ รวมได้ 40 คนต่อปี

3. นำกลุ่มเดิมมาผ่านการสัมภาษณ์การออกแบบเพื่อตอบปัญหา หรือเพิ่มพูนประสบการณ์อีกครั้งในปีถัดไป รวมเป็นการดำเนินการสองปี จะมีผู้พร้อมเป็น Trainer อีก 40 คนในท้องถิ่น ที่มีขีดความสามารถในการออกแบบอย่างเป็นระบบ และสามารถสร้างงานของตนเองได้

**13. งบประมาณ**

1,600,000 บาท

### กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับมาตรฐานผ้าอ้อมक्रमและผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการจัดมาตรฐานเกี่ยวกับผ้าอ้อมक्रम
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

การตลาดในยุคใหม่ได้หันไปเน้นที่การขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven) มากกว่าการขับเคลื่อนด้วยคุณภาพ (Quality-driven) และหากว่าตามแนวทางการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันแล้วหนึ่งในปัจจัย (Determinants) ของขีดความสามารถในการแข่งขันคือความซับซ้อนของผู้บริโภค (Sophisticated Demand) หรือความรู้ในตัวสินค้า ซึ่งในที่สุดนำไปสู่การเรียกร้องให้คลัสเตอร์ได้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การจัดทำมาตรฐานจึงนับเป็นมาตรการหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภคเรียนรู้คุณภาพ และคุณค่าของสินค้าได้เร็วยิ่งขึ้น และจากการสำรวจผู้ประกอบการหลายรายได้ให้ข้อมูลว่าปัจจุบันมีการปลอมแปลงผสมฝ้ายเทียมกับฝ้ายธรรมชาติ ซึ่งเท่ากับหลอกผู้บริโภค หลายรายเรียกร้องว่าควรมีการกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจนว่าอย่างน้อยมีการใช้ฝ้ายแท้กี่เปอร์เซ็นต์ หรือฝ้ายเทียมกี่เปอร์เซ็นต์ เพื่อให้ผู้ประกอบการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณค่าของสินค้า และทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น แต่มาตรฐานในระดับนี้เป็นมาตรฐานในระดับคุณภาพเท่านั้น หากมองจากประสบการณ์การพัฒนามาตรฐานผ้าพื้นเมืองของ สกว. จะพบว่ามีการตั้งมาตรฐานที่เน้นคุณค่าด้วยเช่นมี การจัดมาตรฐานระดับสูงสุดคือมาตรฐานราชสำนัก มีการจัดมาตรฐานผ้าที่ผลิตด้วยกระบวนการพื้นเมือง ทุกอย่างใช้ภูมิปัญญาอย่างแท้จริงเป็นต้น จึงเห็นควรว่าเมื่อใดที่มีการพัฒนามาตรฐานพื้่นนำมาตรฐานที่เน้นคุณค่าของ สกว. และมาตรฐานที่ผู้ประกอบการในท้องถิ่นเรียกร้องให้มีขึ้น มาประกอบกัน ผู้วิจัยเชื่อว่าน่าจะทำให้เกิดมาตรฐานที่สะท้อนทั้งคุณภาพและคุณค่าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

#### 5. วัตถุประสงค์

พัฒนามาตรฐานผ้าอ้อมक्रम

#### 6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

ได้มาตรฐานผ้าอ้อมक्रम

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด

กลุ่มจังหวัดสนุก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
จังหวัด สกลนคร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

9. ระยะเวลาการดำเนินงาน

1 เดือน

10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัย หน่วยงานต่างๆของรัฐ

สภาอุตสาหกรรม

หอการค้า

องค์กรธุรกิจต่างๆ

12. การดำเนินงาน

1. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนได้แก่จังหวัด สภาอุตสาหกรรม หอการค้า ตัวแทนชุมชน ตัวแทนนักวิชาการเพื่อร่วมกันกำหนดมาตรฐานผ้าย้อมคราม
2. นำเสนอแนวคิดการจัดทำมาตรฐานผ้าทอพื้นเมืองที่เคยจัดทำโดย สกว. เพื่อเป็นแนวทางการระดมสมอง
3. แบ่งกลุ่มให้ผู้เข้าร่วมระดมสมองกำหนดมาตรฐาน

4. นำมาตรฐานแต่ละกลุ่มขึ้นมาเสนอ จากนั้นให้ที่ประชุมลงมติรับหรือไม่รับ  
มาตรฐานอะไร

5. คณะผู้ดำเนินการประชุมจัดทำเอกสารมาตรฐาน ส่งให้กลุ่มจังหวัดประกาศ  
ภาคเอกชน ผู้ประกอบการนำไปประกาศใช้ในกลุ่มของตน

### 13. งบประมาณ

50,000 บาท

## กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนารetail

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการสร้างความรู้ด้านการตลาดให้กับผู้ผลิตผ้าอ้อมคราม
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

การสร้างความรู้ด้านการตลาดให้กับผู้ผลิตผ้าอ้อมคราม เป็นเรื่องสำคัญ หลักฐานเชิงประจักษ์ในเรื่องนี้ปรากฏในจากรายการความสำเร็จที่เกิดขึ้นในคลัสเตอร์เอ็ง ที่เมื่อมีการสัมภาษณ์โดยผู้วิจัย พบว่ามีการใช้การตลาดได้อย่างได้ผล มีกลยุทธ์ที่น่าสนใจ เช่น ในกรณีร้านแม่ทีตา และคุณละมุนที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าในตลาด มีการออกงานแสดงสินค้า และมีการสำรวจเทรนด์สินค้าในตลาด ในกรณีของคุณละมุนมีวิธีการนำเสนอสินค้าอย่างสร้างสรรค์ มีการว่าจ้างนักออกแบบที่จบคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์เพื่อติดตามเทรนด์สินค้า ในส่วนของร้านแม่ทีตา ประสบความสำเร็จจนกระทั่งภาพยนตร์เรื่องทรอยได้ใช้ผ้าครามจากร้านนี้มาแล้ว ร้านแม่ทีตา ได้รับรางวัลผู้ส่งออกดีเด่น หรือ Prime Minister Award ร้านนี้สาขาก็มีชื่อเสียงไม่ด้อยไปกว่ากัน จากประสบการณ์ที่โดดเด่นของผู้ประกอบการในท้องถิ่นเอง จึงน่าที่จะมีการดึงเอาประสบการณ์ของทั้งสามร้านนี้มาเป็นกรณีศึกษา จะทำให้การอบรมมีเนื้อหาที่บูรณาการ สอดคล้องกับอุตสาหกรรมในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ดังนั้นโครงการนี้จึง เริ่มจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งสามคน เพื่อเก็บกรณีศึกษา จากนั้นจัดการอบรมที่เชิญวิทยากรโดยเน้นการใช้กรณีศึกษาดังกล่าวให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้ ซึ่งจะเป็นการต่อยอดได้ชัดเจน เพราะมีต้นแบบ (Role Model) ที่น่าเชื่อถือมากกว่าอุตสาหกรรมใหญ่ๆ หลายอุตสาหกรรม การ มีกรณีศึกษายังเปิดโอกาสให้สถาบันการเรียนการสอนด้านบริหารธุรกิจท้องถิ่นหรือในระดับภูมิภาค สามารถนำกรณีศึกษาไปใช้ในการเรียนการสอน ซึ่งอาจจุดประกายผู้เรียน จนเกิดการพัฒนารetailตามมาในอนาคต นอกจากนี้ในการอบรมการสร้างผู้ประกอบการใหม่ก็จะได้ออกสารที่น่าเชื่อถือ สามารถต่อยอดได้ทันที

5. วัตถุประสงค์

ต้องการรู้การตลาดจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในรูปแบบกรณีศึกษา

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

1. ได้กรณีศึกษาการตลาด ครอบคลุมส่วนประสมการตลาดอย่างน้อย 3 ชุด
2. มีการนำไปเผยแพร่ใช้ในการอบรมผู้ประกอบการใหม่

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด

กลุ่มจังหวัดสนุก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
จังหวัดสกลนคร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

9. ระยะเวลาการดำเนินงาน

5 เดือน

10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

มหาวิทยาลัย

11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

อุตสาหกรรมจังหวัด  
สภาอุตสาหกรรม  
หอการค้า  
สำนักงานจังหวัด

12. การดำเนินงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาวิชาการด้านการตลาดโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัย และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการทำตลาดผ้าไหมครามในตลาดเฉพาะเช่น ร้านแม่ทีตา (คุณประไพพรรณ แดงใจ ) ร้านนิสาชล และบริษัท Lamoon International

2. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งสาม เพื่อพัฒนากรณีศึกษาจำนวน 10 กรณีศึกษา  
ครอบคลุมตั้งแต่กลยุทธ์การตลาด ทั้งหมดได้แก่ การสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ การ  
พัฒนาตราสินค้า กลยุทธ์ราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดหน้าร้าน บรรจุภัณฑ์ การเข้า  
ร่วมงานแสดงสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของแต่ละร้าน การประเมินสิ่งแวดล้อม  
ธุรกิจ

3. ก่อนการสัมภาษณ์เพื่อจัดทำกรณีศึกษา ผู้เชี่ยวชาญต้องประชุมกันเพื่อกำหนด  
กรอบคำถามในลักษณะของ Semi-structured

4. เมื่อถามแล้วให้นำบทสัมภาษณ์มาถอดเทปจัดทำเป็นเอกสารประกอบการบรรยาย

5. จัดโครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การตลาดให้กับผู้เยี่ยมชม โดยเชิญกรรมการ  
ผู้ทรงคุณวุฒิบรรยายจากนั้นให้ผู้เข้าอบรมศึกษากรณีศึกษา ทีละกรณีแล้วนำเสนอแนวคิดเพื่อ  
ปรับปรุงกิจการ

### 13. งบประมาณ

100,000 บาท



## กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการตลาด

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

การพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดนั้นนับเป็นหัวใจของการพัฒนาคลัสเตอร์ เนื่องจากการพัฒนาคลัสเตอร์คือกลยุทธ์ขององค์กร โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการตลาด การพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดโครงการนี้มีความแตกต่างจากโครงการจัดการอบรมในรูปแบบที่เคยทำกันมา คือการที่เชิญผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งบ่อยครั้งอาจไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญจริงมาบรรยาย มาร่วมจัดทำ การประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือบางครั้งเชิญนักวิชาการที่สอนเป็นแต่มีชั่วโมงปฏิบัติ หรืออาจเชิญนักปฏิบัติแต่มีทักษะในการสอนให้เข้าใจน้อย ปัญหาตรงนี้นับเป็นปัญหาที่แม้กระทั่งคนในคลัสเตอร์เองแสดงความอึดอัดออกมาอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดที่เป็นในลักษณะของพนักงานนั้นก็ยาก โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่แม้กระทั่งบุคลากรในสายอาจารย์ด้านการตลาดก็ยังคงขาดแคลนอย่างมาก กลุ่มผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางใหม่ได้แก่การเลือกบุคลากรในคลัสเตอร์ที่เป็นผู้ประกอบการ นั้นเอง รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียในการยกระดับคลัสเตอร์จากข้อเท็จจริงที่ว่า CEO ในบริษัทขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จมักดูแลการตลาดเอง ซึ่งข้อเท็จจริงนี้ก็ปรากฏอย่างชัดเจนในกรณีของคลัสเตอร์ผ้าข้อมคราม เพราะฉะนั้นเจ้าของกิจการจึงควรเป็นกลุ่มเป้าหมาย ส่วนรูปแบบการพัฒนาจะเปลี่ยนเป็นการตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาพากลุ่มคนเหล่านี้ไปลงพื้นที่ที่เป็นตลาด นั่นคืองานแสดงสินค้าสำคัญๆที่มีตัวแทนของบริษัท กลุ่มทอผ้าชั้นนำ ซึ่งการไปงานลักษณะนี้ และหากมีการกำหนดโจทย์เป้าหมายการดูแลตามส่วนประสมการตลาดแล้ว และจากนั้นเมื่อดูงานยังมี การแลกเปลี่ยนเรียนรู้แล้วด้วย น่าจะทำให้การสร้างบุคลากรการตลาดให้เกิดขึ้นจริงมีความเป็นไปได้สูงกว่า และยั่งยืนกว่า

5. วัตถุประสงค์

พัฒนาเจ้าของกิจการผ้าข้อมครามให้เป็นนักการตลาด

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

ความพึงพอใจของเจ้าของกิจการต่อกิจกรรมการเรียนรู้

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด

กลุ่มจังหวัดสนุก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
จังหวัด สกลนคร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

9. ระยะเวลาการดำเนินงาน

3 ปี

10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

อุตสาหกรรมจังหวัด

11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัย

สภาอุตสาหกรรม

หอการค้า

12. การดำเนินงาน

1. เลือกผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการดี 5 อันดับแรกในกลุ่มจังหวัด และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 5 คน Cluster Agent 1 คน บุคลากรจากอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานจังหวัด มหาวิทยาลัย โลจิสติกส์แห่งละ 1 คน
2. เชิญอาจารย์สอนการตลาดจากมหาวิทยาลัยในกรุงเทพฯ และอาจารย์นักวิจัยในท้องถิ่นเป็นอาจารย์ให้คำปรึกษา
3. เชิญทั้งหมดไปดูงานแสดงนิทรรศการ OTOP TO THE WORLD งานนิทรรศการ Bangkok Fashion City หรือนิทรรศการสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นประเภทอื่นๆ และงานนิทรรศการแสดงสินค้าอื่นๆ ที่มีโชว์เสื้อผ้าอย่างน้อยหนึ่งประเภท

4. ในการเข้าชมให้เป็นการชมแบบมีเป้าหมาย ทำแบบสำรวจ โดยให้ตรวจสอบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดส่ง บรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งให้ ทำงานเป็นกลุ่มๆ ละไม่เกิน 3 คน

5. ศึกษาคูงานเป็นเวลาสองวัน จากนั้นให้จัดวันหนึ่งเป็นวันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยมี อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้ความรู้เสริม เลขานุการที่ประสานงาน แชนนลิ่งเว็บไซต์ของจังหวัด

6. นำกลุ่มเดิมมาศึกษานิทรรศการเดิมอีกครั้งในปีต่อไปเป็นเวลา 3 ปีเพื่อดูพัฒนาการ ในตลาด

### 13. งบประมาณ

900,000 บาท (ปีละ 300,000)

## กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการตลาด

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการจัดงานผ้าข้อมครามโลกประจำปี
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

ในการพัฒนาคลัสเตอร์นั้น จุดมุ่งหมายหลักคือการพัฒนาคลัสเตอร์ให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม นวัตกรรมในกรณีของผ้าข้อมครามได้แก่ลายผ้า แบบผ้า การประยุกต์ผ้าครามในด้านต่างๆ การพัฒนานวัตกรรมทำได้หลายแนวทางได้แก่การก่อตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนา ซึ่งกรณีนี้นวัตกรรมอาจ เกิดขึ้นล่าช้าและอาจไม่ทันกับความต้องการ อาจทำให้เกิดระบบกีดกันผู้มีพรสวรรค์ที่อยู่นอกระบบ ปัจจุบันมีแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมหลายอย่างเช่นการจัดการความรู้ การประกวด ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้ผู้ที่อยู่นอกวงการ หรือผู้มีพรสวรรค์ได้ลองสร้างสรรค์ งานได้ด้วยตนเอง เป็นการกระตุ้นการค้นคว้า การทดลอง การสร้างสรรค์ได้ดียิ่ง ดังนั้นควรมีงานที่มีใจเน้นการแสดงสินค้าที่ผ่านการคิดอย่างสำเร็จรูปมาแล้วเท่านั้น หากแต่ควรมีงานที่เน้นที่การผลักดันการพัฒนานวัตกรรมโดยธรรมชาติลักษณะนี้ด้วย หนึ่งเหตุที่นำเสนอเป็นงาน ผ้าข้อมคราม โลกประจำปีก็เพื่อผลักดันให้กลุ่มจังหวัดสนุกเป็นศูนย์กลางความสนใจ เพราะเมื่อกลายเป็นผ้าข้อมครามโลกขึ้นมาย่อมสามารถขอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการค้าต่างประเทศ สถานทูตประชาสัมพันธ์ เป็นการดึงนักท่องเที่ยวที่ในที่สุดอาจนำไปสู่การพัฒนาตลาด ขยายตลาด หรือแม้กระทั่งก่อตั้งธุรกิจ เช่นกับที่เคยเกิดขึ้นกับกรณีของ Jim Thomson มาแล้ว

5. วัตถุประสงค์

พัฒนางานผ้าข้อมคราม โลกที่เน้นการพัฒนานวัตกรรมผ้าข้อมคราม เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

1. มีผลิตภัณฑ์ ลายผ้าใหม่ๆเกิดขึ้นจนสามารถจดความลับทางการค้าได้ปีละ 50 แบบ
2. มีการนำไปผลิตจริงอย่างน้อย 25 %

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
  - 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
  - 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม
  - 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
  - 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก
8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด
- กลุ่มจังหวัดสนุก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
  - จังหวัด สกลนคร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
9. ระยะเวลาการดำเนินงาน
- ทุกปี
10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ
- สำนักงานจังหวัด
11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- มหาวิทยาลัย
  - การท่องเที่ยว
  - กระทรวงต่างประเทศ
12. การดำเนินงาน
1. กำหนดให้งานผ้า ย้อมคราม โลกเป็นหนึ่งในกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของคลัสเตอร์ผ้าย้อมคราม
  2. ก่อนการจัดงานผ้าย้อมครามให้สอบถามแนวโน้มของแฟชั่นในโลกจากผู้ประกอบการที่ผลิตส่งทอเพื่อการส่งออก โดยสอบถามว่าสินค้าที่มีการสั่งซื้อมีลักษณะสิรูปแบบโดยรวมอย่างไร ทั้งนี้อาจสอบถามข้อมูล จากร้านแม่ที่ตาและบริษัท Lamoon International
  3. กำหนดให้มีการจัดงานในช่วง Summer ของต่างประเทศที่เป็นฤดูการท่องเที่ยวของยุโรป อเมริกา โดยประสานงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ประกาศลงในปฏิทินท่องเที่ยว
  4. ทำหนังสือแจ้งไปทุกกลุ่ม ทุกโรงเรียน สถาบันออกแบบแฟชั่น ในกรุงเทพฯ ผู้ประกอบการ เพื่อเชิญชวนให้ส่งแบบเสื้อผ้า หรือผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมครามที่เป็นการออกแบบใหม่ โดยทำเป็นคอลเล็กชั่น ชิงรางวัลเกียรติยศ เป็นลักษณะของประกาศเกียรติคุณ
13. งบประมาณ
- 2,000,000 บาท

## กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนากิจการค้า

1. กลุ่มจังหวัด มุกดาหาร นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์
2. จังหวัด สกลนคร
3. ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริม SMEs ขนส่ง
4. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

จากการศึกษาของกลุ่มผู้วิจัยพบว่าปัจจุบันระบบลอจิสติกส์ของผ้าพื้นเมือง เป็นในลักษณะที่ว่าพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการค้าสินค้าพื้นเมืองจะสั่งสินค้านำ และจะติดต่อกลับมาเพื่อรวบรวมสินค้าไปทีเดียว เพื่อความคุ้มค่า ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการด้านลอจิสติกส์โดยตรงในท้องถิ่นก็มีบทบาทไม่มาก คือรับส่งสินค้าเฉพาะรายใหญ่เท่านั้น และรับส่งสินค้าทั่วไป การบริหารจัดการผู้ประกอบการทั้งฝั่งผ้าพื้นเมืองและฝั่งลอจิสติกส์ยังขาดการพัฒนาสายโซ่คุณค่าร่วมกัน โครงการพัฒนาผู้ประกอบการลอจิสติกส์นี้จึงเป็นโครงการที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อพัฒนาสายโซ่คุณค่าร่วมกันในหมู่ของผู้ประกอบการ โดยควรทำเป็นโครงการร่วมกันเพื่อพัฒนาทีละด้าน โดยในครั้งแรกเป็นการจัดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยสร้างความสะดวกให้ผู้ประกอบการ และเป็นการลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ หนึ่งจะเป็นโครงการที่นำเอาตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย Federal Express และ TNT มาต่อยอดพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ของผ้าข้อมคราม ต่อมาเป็นการพัฒนาโครงสร้างราคาที่ชัดเจนที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการผ้าพื้นเมือง สามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น รวมทั้งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคลัสเตอร์ในระยะยาว

5. วัตถุประสงค์

พัฒนาสายโซ่คุณค่าระหว่างผู้ประกอบการผ้าข้อมครามและผู้ประกอบการลอจิสติกส์

6. ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของโครงการ

1. ได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ
2. ได้โครงสร้างราคาลอจิสติกส์สำหรับผ้าพื้นเมือง

7. ประเด็นยุทธศาสตร์

- 1. การขจัดความยากจน
- 2. การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
- 4. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- 6. การพัฒนากฎหมายและส่งเสริมการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
- 7. การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม

- 8. การรักษาความมั่นคงของรัฐ
- 9. การรองรับความเปลี่ยนแปลงและพลวัตโลก

**8. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด**

การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน

**9. ระยะเวลาการดำเนินงาน**

1 ปี

**10. หน่วยงานที่รับผิดชอบ**

ขนส่งจังหวัด

**11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อุตสาหกรรมจังหวัด**

หอการค้า

สมาคมขนส่ง

สภาอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัย

**12. การดำเนินงาน**

1. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้ประกอบการลอจิสติกส์กับผู้ประกอบการค้าพื้นเมือง สินค้าพื้นเมืองเพื่อพัฒนาสายโซ่คุณค่าร่วมกัน โจทย์คือผู้ประกอบการสินค้าพื้นเมืองฝ่ายผู้ประกอบการจะมีส่วนช่วยสร้างคุณค่าแก่ผู้ประกอบการลอจิสติกส์ได้อย่างไร

2. ให้นั้นปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่ช่วยให้การขนส่งสินค้าเป็นไปโดยสะดวก จัดเก็บ ส่งมอบปลอดภัย ทั้งนี้ให้เริ่มต้นจากการตัดแปลงบรรจุภัณฑ์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย Federal Express หรือ TNT เพื่อหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าพื้นเมืองต่างๆ

3. ปรึกษาหารือการพัฒนาจุดกระจายสินค้าของสินค้าพื้นเมืองอย่างเป็นทางการ ในแง่ของความเป็นไปได้

4. จัดประชุมระหว่างผู้ประกอบการลอจิสติกส์เพื่อกำหนดโครงสร้างราคาที่ชัดเจนเพื่อใช้เป็นราคาเป็นกลไกในการตัดสินใจการผลิตของกลุ่มผลิตพื้นเมือง ซึ่งจะทำให้การตัดสินใจผลิตไม่ว่าจะผลิตครั้งละมากๆ หรือผลิตครั้งละน้อยๆ

**13. งบประมาณ**

100,000 บาท

7. ตารางโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและกลาง  
(จังหวัดอุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย สกลนคร นครพนม มุกดาหาร กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม)

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ
1. การพัฒนาการผลิต	กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริม/ยกระดับมาตรฐานการผลิต	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการงานวิจัยเรื่องกระบวนการผลิตน้ำตาล (โครงการระยะยาว)</li> <li>2. โครงการวิจัยพัฒนาและทดสอบเทคโนโลยีการผลิต (โครงการระยะยาว)</li> <li>3. โครงการงานวิจัย/พัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต (โครงการระยะยาว)</li> <li>4. โครงการศึกษาวิจัยคุณสมบัติต่างๆ ของน้ำตาล (โครงการระยะยาว)</li> </ol>
2. การพัฒนาเชื่อมต่อเครือข่ายข้อมูล	กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา/ปรับปรุงด้านทรัพยากรบุคคล/ ผลิตภัณฑ์สินค้า	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการสร้าง/พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ และส่งเสริมการผลิตสินค้าจากสิ่งทอเชื่อมโยงธรรมชาติ (โครงการระยะสั้น)</li> <li>2. โครงการมอบทุนการศึกษาเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าเชื่อมโยงธรรมชาติ (โครงการระยะยาว)</li> <li>3. โครงการศึกษาดูงานต่างถิ่น (โครงการระยะสั้น)</li> <li>4. โครงการฝึกอบรมเรื่องการออกแบบลายผ้า (โครงการระยะสั้น)</li> </ol>
3. การพัฒนาเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการด้านคุณภาพการผลิตและการบริการที่ได้มาตรฐาน	กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับมาตรฐานผ้าเชื่อมโยงธรรมชาติและผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการจัดมาตรฐานเกี่ยวกับผ้าเชื่อมโยงธรรมชาติ (โครงการระยะสั้น)</li> </ol>
4. สร้างศักยภาพการแข่งขันภาคอุตสาหกรรม	กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาตลาด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการสร้างความรู้ด้านการตลาดให้กับผู้ผลิตผ้าเชื่อมโยงธรรมชาติ (โครงการระยะยาว)</li> <li>2. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด (โครงการระยะยาว)</li> <li>3. โครงการจัดงานผ้าเชื่อมโยงธรรมชาติประจำปี (โครงการระยะสั้น)</li> </ol>
	กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการโลจิสติกส์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการส่งเสริม SMEs ขนส่ง (โครงการระยะยาว)</li> </ol>

เครือข่ายวิสาหกิจผ้าเชื่อมโยงธรรมชาติ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือบนและกลาง



# Cluster **SMEs**