



# Cluster SMEs



## รายงานการศึกษา

### เครือข่ายวิสาหกิจไทย

กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์  
สุรินทร์ และกลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี  
ศรีสะเกษ ยโสธรและอำนาจเจริญ

### สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551



# สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	เครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ และ กลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธรและอำนาจเจริญ	1-17
	<ul style="list-style-type: none"><li>■ ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</li><li>■ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</li><li>■ การประเมินศักยภาพและการกำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</li><li>■ โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่</li></ul>	1 7 13 17
บทที่ 2	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ และกลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธรและอำนาจเจริญ	18-19
บทที่ 3	แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ และกลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธรและอำนาจเจริญ	20-72
	<ul style="list-style-type: none"><li>■ แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์</li><li>■ แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธรและอำนาจเจริญ</li><li>■ แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</li><li>■ รายละเอียดโครงการเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</li><li>■ ตารางสรุปแผนงาน/โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) รายพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ยโสธร และอำนาจเจริญ)</li></ul>	21 27 36 39 63

## บทที่ 1

### เครื่องข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ และ กลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธรและอำนาจเจริญ

#### 1. ภาพรวม ของเครื่องข่ายวิสาหกิจ ของกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง

การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในประเทศไทย อาจจะเริ่มต้นโดยคนไทยที่อพยพลงมาจากประเทศจีน การเลี้ยงไหมในสมัยนั้นไม่ทำกันเป็นล่ำเป็นสันเพียงเลี้ยงไหมไว้เพื่อทอเป็นเครื่องนุ่งห่มใช้เองเท่านั้น มาถึงในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมกันทั่วไป โดยเฉพาะภาคอีสาน มีการเลี้ยงไหมมากที่สุด แต่เส้นไหมที่ทำได้นั้นเส้นหยาบไม่สม่ำเสมอ จะนำไปใช้ทอเป็นผ้าอย่างดีไม่ได้ ต้องมีการสั่งซื้อไหมดิบและผ้าไหมชนิดต่างๆ จากต่างประเทศเข้ามาใช้เป็นจำนวนมาก รัชกาลที่ 5 จึงทรงมีพระราชดำริจะบำรุงอุดหนุนการทำไหม เพื่อให้เพียงพอแก่การอุปโภคภายในประเทศไม่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ

ในปี พ.ศ. 2444 – 2445 กระทรวงเกษตรราธิการ จึงได้ให้ คณะผู้เชี่ยวชาญหม่อนไหมชาวญี่ปุ่น ทำการทดลองปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการสาวไหม เพื่อหาความรู้สำหรับการจะปรับปรุงการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในประเทศไทย โดยสร้างเป็นสถานีทดลองปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในพื้นที่ 23,716 ตารางเมตร ที่ตำบลทุ่งศาลาแดง กรุงเทพฯ (สำนักพาณิชย์จังหวัดมุกดาหาร, 2534: 2 –3 และ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, 2547)

ปลายปี พ.ศ. 2546 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งกรมช่างไหมขึ้น ณ ตำบลทุ่งศาลาแดง กรุงเทพฯ กรมช่างไหมได้ดำเนินการส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมดังต่อไปนี้คือ

1. จัดการบำรุงพันธุ์ไหมที่เลี้ยงอยู่ให้ดีขึ้น
2. แนะนำให้ราษฎรทำสวนหม่อน และเลี้ยงไหมตามแบบวิธีการอย่างใหม่
3. ฝึกหัดให้ราษฎรสาวเส้นไหมตามวิธีใหม่ โดยใช้เครื่องสาวไหมชนิดสามัญของญี่ปุ่นที่ใช้หมุนด้วยมือ หรือใช้เท้าเหยียบ
4. แก้ไขเปลี่ยนแปลงเครื่องทอผ้าให้ดีขึ้น และฝึกหัดให้ราษฎรรู้จักวิธีทอผ้าชนิดต่าง ๆ ที่นิยมใช้กันทั่วไป

ในปี พ.ศ. 2544 ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้ประกอบอาชีพด้านการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ประมาณ 193,500 ครัวเรือน มีพื้นที่หม่อนทั้งหมดประมาณ 218,900 ไร่ ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 เป็นเกษตรกรอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะรูปแบบการเลี้ยงไหมจะสามารถจำแนกเป็นรูปแบบการเลี้ยงไหม เพื่อเป็นอาชีพเสริมเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร คือ การเลี้ยงไหมพันธุ์ไทยไหมลูกผสม เพื่อการสาวไหมระดับครัวเรือน และการเลี้ยงไหมเพื่อเป็นอาชีพหลัก คือ การเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ เพื่อผลิตรังไหมสู่ภาคอุตสาหกรรม ผลผลิตเส้นไหมภายในประเทศผลิตได้ทั้งหมดปีละ 1,200 ตัน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544: 4 และศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, 2547)

### **ความต้องการใช้ในประเทศ**

ปัจจุบัน ปริมาณ การผลิต ภายในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ โดยปี พ .ศ. 2546 มีความต้องการใช้เส้นไหม 2,000 ตัน ในขณะที่มีกำลังการผลิตได้เพียง 1,400 ตัน (กรมวิชาการเกษตร, 2547: 11 และศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง , 2547)

### **การนำเข้า**

ในระหว่างปี พ.ศ. 2542 – 2546 การนำเข้าเส้นไหมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น คือ ปี พ .ศ. 2542 นำเข้า 223.50 ตัน และในปี พ.ศ. 2546 นำเข้า 324.90 ตัน ในทางตรงกันข้ามการนำเข้าผ้าไหมกลับลดลง โดยมีการนำเข้าผ้าไหม 335.10 ตัน ในปี พ.ศ. 2542 และลดลงเหลือเพียง 67.88 ตัน ส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศจีน (กรมวิชาการเกษตร, 2547: 12 และศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, 2547)

### **การส่งออก**

จากการส่งออกผ้าไหมมีแนวโน้มลดลงจาก 17.7 ตัน ในปี พ.ศ. 2542 เหลือ 2.2 ตัน สำหรับการส่งออกผ้าไหมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย คือ ในปี พ.ศ. 2542 ส่งออก 145.50 ตัน ในปี พ.ศ. 2546 เพิ่มขึ้นเป็น 148.52 ตัน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะคู่แข่งสำคัญคือ จีนลดการส่งออกเส้นไหม และมุ่งผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปแทนเพิ่มขึ้น (กรมวิชาการเกษตร, 2547:12 , และศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, 2547)

การประกอบอาชีพด้านไหมในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จะเริ่มต้นจาก จังหวัดนครราชสีมา ในปี พ.ศ. 2547 โดยในปีนี้มี การก่อตั้งสาขาห้องไหมขึ้นที่มณฑล นครราชสีมา เรียกว่า กองช่างไหม จังหวัดนครราชสีมา แ ละเกิดโรงเรียนช่างไหมขึ้นที่ตำบลทุ่งศาลาแดง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสั่งสอนกุลบุตรให้รู้จักวิธีการทำไหม ต่อมาแพร่ขยายไป อุบลราชธานี ร้อยเอ็ด สุรินทร์ ชัยภูมิ และศรีสะเกษ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมุกดาหาร , 2534 และศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, 2547)

## 1) แนวโน้มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไหมปี 46-47

จากรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย (2546) กล่าวถึงแนวโน้มของการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมว่ารายได้จากอุตสาหกรรมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของประเทศไทย มีการขยายตัวค่อนข้างสูงในปี 2543-2544 ด้วยอัตราการขยายตัว ร้อยละ 33.1 โดยตลาดส่งออกที่สำคัญส่วนใหญ่จะเป็นประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป อิตาลี สเปน และฝรั่งเศส

จากสัมมนา เรื่องสู่ทางการตลาดผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหมไทย ณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี พบว่าในแต่ละปีสามารถส่งออกได้มูลค่ามากกว่าพันล้านบาท ในปี 2543 มีมูลค่าการส่งออก ถึง 1,473.13 ล้านบาท เพราะผู้บริโภคในตลาดส่งออกที่สำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น นิยมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์มากขึ้น

- ประเทศญี่ปุ่น เป็นตลาดที่นิยมใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลก และเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดของไทย มีมูลค่าการส่งออก 486.7 ล้านบาท
- สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดใหญ่อีกแห่งหนึ่งที่นิยมใช้ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหมจากไทยเป็นอันดับสอง มีมูลค่าการส่งออก 453.53 ล้านบาท
- สหภาพยุโรป เป็นตลาดใหญ่อันดับสามที่นิยมใช้ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหมจากไทยมากเป็นอันดับที่สาม มีมูลค่าการส่งออก 236.96 ล้านบาท

### ตลาดภายในประเทศ

#### ตลาดผู้ผลิต

ในขณะที่ตลาดผู้บริโภคผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหมมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น ในอีกด้านผู้ผลิตกลับประสบปัญหาขายสินค้าได้แต่ไม่ได้ราคา ทำให้ผู้ผลิตเกิดความท้อแท้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ขายไม่ได้ราคา และกรรมวิธียุ่งยาก นี่เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผ้าไหมจากต่างประเทศ กำลังเข้ามาตีตลาดในประเทศ)

## 2) ปัญหาของวิสาหกิจอุตสาหกรรมไหมในแต่ละขั้นตอนดังนี้

### ขั้นตอนการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม พบปัญหาและอุปสรรค ดังนี้

- บางฤดูกาลแห้งแล้งมาก ทำให้ต้น หม่อนตาย ผลิตใบหม่อนได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของหนอนไหม ส่งผลกระทบต่อผลผลิตรังไหมไม่เพียงพอกับความต้องการของโรงงานสาวไหม
- คุณภาพของรังไหมไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากเกษตรกรขาดการจัดการที่ดีในการเลี้ยงไหมและเก็บเกี่ยว

- ปริมาณผลผลิตในแต่ละรุ่นของไหมมีไม่มากพอกับความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมการทอผ้าไหม เนื่องจากคุณลักษณะของผ้าไหมหลากหลายและความต้องการใช้ไหมในการทอผ้าแต่ละชนิดแตกต่างกัน
  - เกิดปัญหาโรคแมลงทำลายหนอนไหม จากการใช้เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความเอาใจใส่ บำรุงรักษาแปลงหม่อน และขาดแคลนอุปกรณ์ในการเลี้ยงไหม
  - เกษตรกรขาดความรู้เกี่ยวกับวิชาการสมัยใหม่ ที่จะนำไปประกอบอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหม
  - ต้นทุนการผลิตรังไหมสูงเนื่องจากราคาวัตถุดิบสูงขึ้น เช่น ไข่ไหม ปุ๋ยเคมี สารเคมี อุปกรณ์สร้างโรงเรือนเลี้ยงไหม และแรงงานในภาคเกษตรกรรมสูงขึ้น
  - ราคาผลผลิตรังไหมในการซื้อขายรังไหม ผันแปรตามคุณภาพของผลผลิตรังไหม ราคาเส้นไหมในตลาดโลก ซึ่งบางครั้งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการประกอบอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของเกษตรกร
  - ต้นทุนในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในบางประเทศ เช่น อินเดีย จีน ลาว เวียดนาม มีราคาต้นทุนที่ต่ำกว่าทั้งทางด้านวัตถุดิบและแรงงาน จึงทำให้เส้นไหมจากประเทศดังกล่าวมีราคาต่ำกว่าในประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อผ้าทอไหม และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไหมในประเทศ ซึ่งมีราคาสูงกว่าประเทศนั้น ๆ
- ขั้นตอนการสาวไหม หรือการผลิตเส้นไหม พบปัญหาหรืออุปสรรค ดังนี้
- ต้นทุนในการใช้เทคนิคการสาวไหมและเครื่องสาวไหมเพิ่มขึ้น ในการพัฒนาอุปกรณ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตเส้นไหมเพิ่มขึ้นในด้านปริมาณและคุณภาพ
  - ต้นทุนในขั้นตอนการย้อมไหมสูงเนื่องจากราคาวัตถุดิบ สารเคมีที่ใช้ในการย้อม และเชื้อเพลิงมีราคาสูงขึ้น
  - กระบวนการย้อมและใช้สารติดสีส่วนใหญ่เป็นสารเคมี และโลหะหนักตกค้าง นอกจาก นี้ระบบการบำบัดน้ำที่เหลือจากการฟอกย้อมยังไม่ถูกสุขลักษณะทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการทำงานและทำลายสภาวะแวดล้อม
  - ผู้ผลิตขาดสภาพคล่องทางด้านเงินทุนหมุนเวียนที่จะนำมาใช้ในการลงทุนเพิ่ม
  - ไม่มีความสอดคล้องกันในการผลิตและบริโภคเส้นไหม บางครั้งการผลิตเส้นไหมมีปริมาณมากเกินความต้องการในการทอผ้าไหม ทำให้มีเส้นไหมค้างในสต็อกจำนวนมาก บางครั้งมีเส้นไหมน้อยกว่าความต้องการในการทอ ทำให้เส้นไหมมีราคาแพง
  - โรงสาวไหมที่ดำเนินการแบบครบวงจรต้องแบกรับภาระในการให้สินเชื่อปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ ในระบบเงินเชื่อแก่เกษตรกรแต่ต้องรับภาระซื้อรังไหมจากเกษตรกรด้วยเงินสด

- มีการลักลอบนำเข้าเส้นไหมนอกระบบ ซึ่งบางครั้งมีคุณภาพต่ำแต่ราคาถูก เมื่อส่งออกไปยังต่างประเทศทำให้เสียภาพลักษณ์ชื่อเสียงของไทย

- มีการลักลอบนำเข้าเส้นไหมจากจีน เวียดนาม ลาวและอินเดีย (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย 2545)

#### ขั้นตอนการทอผ้าไหม พบปัญหาหรืออุปสรรค ดังนี้

- เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการทอผ้าไหมมีราคาแพง ทำให้เกษตรกร หรือผู้ผลิตรายย่อยไม่สามารถลงทุนเพิ่มเติมได้

- ผู้ทอผ้าไหมขาดความรู้ในด้านเทคนิคการซ่อมบำรุงเครื่องจักรที่ใช้ในการทอผ้าไหม

- เส้นไหมที่มีคุณภาพมีราคาสูงเนื่องจากภานำเข้าสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตผ้าไหมสูงขึ้นตามไปด้วย

- เกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อยทอผ้าไหมเป็นอาชีพเสริม ทำให้การทอผ้าไหมใช้เวลานานและคุณภาพไม่คงที่

- รายได้จากการทอผ้าไหมไม่เป็นที่สนใจแก่สมาชิก ให้สามารถดำรงชีพ และพัฒนางานให้เป็นศิลปะชั้นสูงอย่างต่อเนื่อง

- ขาดการสนับสนุนการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมจากภาครัฐ ซึ่งมีการกำหนดขั้นตอนที่ยุงยากจนผู้ส่งออกรายย่อยไม่สามารถดำเนินการได้

#### ขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไหม พบปัญหาหรืออุปสรรค ดังนี้

- ผู้ผลิตขาดความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- ผู้ผลิตขาดความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไหม

#### การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไหม พบปัญหาหรืออุปสรรค ดังนี้

- ผู้ผลิตใหม่ยังขาดความรู้ด้านการทำบัญชี

- ผู้ผลิตใหม่ขาดความรู้เรื่องการออกแบบหีบห่อและบรรจุภัณฑ์

- ผู้ผลิตใหม่ขาดความรู้ด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นอกจากการสรุป ปัญหาและอุปสรรคที่พบในอุตสาหกรรมไหม โดยพิจารณาตามแบบจำลองโครงสร้างไหมแล้ว จากการสำรวจข้อมูลระหว่างเดือน เมษายน ถึงพฤษภาคม 2547 ได้สรุปและแจกแจงปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมไหมจังหวัดนครราชสีมาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การส่งเสริมการตลาด	24%
2. เงินทุน	19%
3. วัตถุดิบ	18%
4. เทคนิคการผลิต	15%
5. ราคาขายผ้าไหมที่ไม่ได้คุ้มทุน	10%

6. ขาดแคลนแรงงาน	5%
7. กระบวนการผลิต	2%
8. ระบบบำบัดน้ำเสีย	1.5%
9. คุณภาพผลิตภัณฑ์	1.5%
10. ข่าวสารจากทางราชการ	1%
11. บรรจุภัณฑ์	1%
12. การจัดการกลุ่ม	1%
13. การแปรรูป	0.5%
14. ภาษีอากร	0.5%

ดังนั้นจึงอาจสรุปปัญหาทั่วไปที่ผู้ประกอบการใหม่ในตลาดประสบคือ

1. ปัญหาการตลาด ขอดขายรวมตกต่ำ สูญเสียตลาดต่างประเทศให้แก่ จีน อินโดนีเซียและเวียดนาม
2. ปัญหาการผลิต วัตถุดิบมีราคาแพง แรงงานไม่มีประสิทธิภาพ
3. ปัญหาการเงิน ต้นทุนทางการเงินสูง
4. ปัญหาจากนโยบายของรัฐ ต้นทุนวัตถุดิบในประเทศสูง โดยเฉพาะปิโตรเคมี หากนำเข้าต้องเสียภาษีค่อนข้างสูง
5. ปัญหาการจัดการส่วนใหญ่ยังเป็นลักษณะของธุรกิจครอบครัว



## 2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเครือข่ายวิสาหกิจ อุตสาหกรรมไหม กลุ่ม ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

### 1) เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Condition)

เส้นไหมซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจไหม ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาการขาดแคลนเส้นไหม แม้จะมีการพึ่งพาเส้นไหม และสีย้อม นำเข้าจากต่างประเทศก็ตาม อุตสาหกรรมของต้นน้ำของอุตสาหกรรมไหม ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย ผู้ผลิตเส้นไหม นอกเหนือจากนั้นยังมี ได้แก่ สีย้อมผ้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสีเคมีนำเข้าจากต่างประเทศเช่น สวิตเซอร์แลนด์ และเยอรมนี จะมีเพียงส่วนน้อยที่เป็นสีสังเคราะห์จากธรรมชาติ ซึ่งผู้ประกอบการได้ทำขึ้นเอง ปี พ.ศ. 2546 ที่ผ่านมา ปริมาณการผลิตเส้นไหมภายในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ โดยปี พ.ศ. 2546 มีความต้องการใช้เส้นไหม 2,000 ตัน แยกเป็นเส้นไหมหัตถกรรม หรือเส้นไหมพันธุ์ไทยลูกผสม 1,400 ตัน และเส้นไหมอุตสาหกรรม หรือเส้นไหมพันธุ์ต่างประเทศลูกผสม 600 ตัน ในขณะที่กำลังการผลิต มีจำนวน 1,400 ตัน โดยแยกเป็นเส้นไหม หัตถกรรม 1,080 ตัน และเส้นไหมอุตสาหกรรม 320 ตัน (สถาบันวิจัยหม่อนไหม . 2547, เอกสารวิชาการ 100 ปี หม่อนไหมสายใยแห่งแผ่นดิน สถาบันวิจัยหม่อนไหม กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ) สำหรับปัญหาเส้นไหมขาดแคลนนี้มีพ่อค้าบางกลุ่มลักลอบ เส้นไหม เข้ามาในไทย ทำให้ รัฐบาลสั่งคุมเข้ม “เส้นไหม” ลักลอบ

ศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (2547) ได้สำรวจการผลิตผ้าไหมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบหลัก คือ เส้นไหม ซึ่งมาจาก 3 แหล่ง คือเส้นไหมจากบริษัท จุลไหมไทย จำกัด เส้นไหมนำเข้าจากต่างประเทศสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ ไหมนำเข้าถูกต้องตามกฎหมาย แหล่งนำเข้าที่สำคัญคือ ประเทศจีน และ ไหมเถื่อน (ไหมหนีภาษี) แหล่งนำเข้าใหญ่ คือลาว และเวียดนาม ผู้ประกอบการบางรายเลือกใช้ไหมกลุ่มนี้เนื่องจากมีราคาถูก ส่งผลให้ผ้าไหมที่ทอได้มีราคาถูกตามไปด้วย แต่ไหมหนีภาษีนี้อาจมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ทำให้คุณภาพของผ้าไหมลดต่ำลง ซึ่งอาจเป็นปัญหาในระยะยาว นอกจากนี้ในอุตสาหกรรมต้นน้ำยังมีการขาดแคลนวิศวกร และผู้เชี่ยวชาญที่เป็นคนไทย ทำให้การปฏิบัติงานกับเครื่องจักรที่ทันสมัยและการติดต่อกับต่างประเทศที่ซื้อเครื่องจักรมาสามารถทำได้ไม่คล่องตัวมากนักการขาดแคลนแรงงานดังกล่าว ยังหมายถึงการขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ และมีข้อจำกัดในเรื่องการคิดค้นนวัตกรรม

ยิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างส่วนใหญ่ จะให้เครื่องจักร เช่น เครื่องสาวไหม และเครื่องทอไหม ที่มีการใช้อยู่มาแต่ดั้งเดิม ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการผลิตผ้าไหมเกี่ยวกับความกว้างของหน้าผ้า จะมีเพียงส่วนน้อยที่สั่งซื้อเครื่องจักรมาจาก

ต่างประเทศ เครื่องจักรเหล่านี้มีราคาแพง ดังนั้น การใช้เครื่องจักรดังกล่าวต้องมีการผลิตผ้าไหมจำนวนมากจึงจะคุ้มต่อการลงทุน และโรงงานต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอ ในขณะที่โรงงานขนาดเล็กส่วนใหญ่จะไม่มีเครื่องจักรเฉพาะทาง แต่จะเป็นเครื่องจักรที่ทำได้หลายอย่าง ทำให้คุณภาพสินค้าที่ผลิตออกมานั้น ไม่ตรงกับรายละเอียดปลีกย่อยของผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าต้องการ คุณภาพไม่แน่นอน รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสูง นอกจากนี้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ขาดการพัฒนาเทคโนโลยี และยังต้องพึ่งพาบริการดูแลรักษาพร้อมกับการรับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญจากประเทศผู้ผลิตเครื่องจักรได้ เช่น จีน ที่สามารถผลิตเครื่องจักรสำหรับการสาวไหม และย้อมไหมใช้เองภายในประเทศ

## 2) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

จากรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2546) กล่าวถึงแนวโน้มของการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ว่ารายได้จากการส่งออกอุตสาหกรรมผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหมของประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมาได้มีการส่งออกหลายร้อยล้านบาท และมีการขยายตัวค่อนข้างสูงในปี 2543 – 2544 อัตราการขยายตัวร้อยละ 22.3 และร้อยละ 33.1 ตามลำดับ ถึงแม้ว่าการส่งออกจะมีมูลค่าที่ลดลง ในปี 2545 ร้อยละ 9.8 หรือมีมูลค่า 744.1 ล้านบาท แต่ก็ยังมีมูลค่าส่งออกมากกว่าปีที่ผ่านมา โดยตลาดส่งออกที่สำคัญส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป อิตาลี สเปน และฝรั่งเศส โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าตลาดสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นต่างประสบปัญหาเศรษฐกิจภายใน จึงนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไทยลดลง ร้อยละ 8.9 และ 33.9 ตามลำดับ

ในช่วง 8 เดือนแรกปี 2546 ในขณะที่ตลาดหลักอย่างสหภาพยุโรป กลับมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.3 โดยเฉพาะตลาดอิตาลี สเปน และฝรั่งเศส ซึ่งต่างเป็นเมืองแฟชั่นระดับโลกที่นำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจากไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 87.4 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 17.3 ตามลำดับ นอกจากนี้ตลาด เยอรมนี และสวีเดน ก็ก้าวเข้ามามีบทบาทในฐานะลูกค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นด้วยระดับมูลค่าการส่งออกที่สูงขึ้นในอัตราการขยายตัวร้อยละ 207.3 และร้อยละ 1,207.7 ตามลำดับ

จากการประชุมระดับ รัฐมนตรี เอเปก การประชุมระดับผู้นำ เอเปก และการประชุมคู่ขนานของผู้นำองค์กรธุรกิจภาคเอกชนในเดือนตุลาคม 2546 ทำให้ผ้าไหมของไทยเป็นที่รู้จักของผู้มาเยือน ทั้งในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ใส่ซองที่ระลึกแก่บรรดาผู้เข้าร่วมประชุม นอกจากนี้ การตัดผ้าไหมยกทองสำหรับผู้ นำเอเปก และการจัดงานแสดงแฟชั่น ในงานเลี้ยงรับรองคณะ คู่สมรส ผู้นำเอเปก ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจะมีแนวโน้มที่ดีสำหรับการค้าขายเพื่อการส่งออก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2546)

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าการขยายตัวทางด้าน การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยในปี 2546 ต่อเนื่องถึงปี 2547 น่าจะมีโอกาสเติบโตเฉลี่ยมูลค่า 1,000 ล้านบาทมากยิ่งขึ้นเมื่อภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ในส่วนของการขยายตัวต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยควรจะต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาทั้งด้านการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการออกแบบด้วยดีไซน์ใหม่ๆ ทั้งสี ลวดลาย และรูปแบบให้ทันสมัย และสอดคล้องกับรสนิยมของตลาดโลก รวมถึงความหลากหลายของสินค้าด้วยนอกเหนือจากสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยสินค้าที่คาดว่าจะก้าวเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในอนาคตได้แก่สินค้าตกแต่งบ้าน และสินค้าเครื่องใช้ไม้สอยภายในบ้าน (ศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, 2547)

สำหรับความต้องการในประเทศยังขาดความพึงพอใจ ยกเว้นเสื้อผ้าที่ใช้สวมใส่ในงานเลี้ยงต่างๆ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไหมของภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างให้ความเห็นว่าตลาดในประเทศ ถึงแม้จะมีขนาดใหญ่ (ดังได้กล่าวในข้อข้างต้น) แต่ส่วนมากจะเป็นตลาดสินค้าระดับล่าง โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะเลือกสินค้าที่ราคาเป็นสำคัญ ทำให้สินค้าระดับบนซึ่งมีความต้องการจำกัดอยู่แล้ว (อันเนื่องจากรายได้ต่อหัวของ ประชากรต่ำ) ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม เสื้อผ้าไหมที่ใช้สวมใส่ในงานเลี้ยงต่างๆ อาจเป็นสินค้าที่อาจเรียกได้ว่า ทั้งคนไทยและคนต่างชาติ มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อค่อนข้างมาก ซึ่งถือเป็นโอกาสอันดี หากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไหมของภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเหล่านี้ได้ ก็จะเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมไหมของภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างในระยะยาว

### 3) บริบทและกลยุทธ์การแข่งขัน (Strategy, Structure and Rivalry)

บริบทการแข่งขันที่รุนแรงระดับประเทศ (เฉพาะอุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ) จากการศึกษาพบว่า ตลาดสินค้าระดับล่างของอุตสาหกรรมไหมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาดังรายละเอียดในตารางที่ 2.5 นอกจากนี้เรื่องเกี่ยวกับค่าจ้างแรงงานไทยที่สูงขึ้น ทำให้สินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศไทยต้องเผชิญการแข่งขันกับสินค้านำเข้าจากประเทศจีน และอินเดีย และยังพบอีกว่า สินค้าระดับกลางหรือระดับบนก็มีการแข่งขันสูงเช่นเดียวกัน แม้ว่าอยู่ในระดับที่น้อยกว่าการแข่งขันระดับล่าง เนื่องจากแต่ละตราสินค้าจะมีลักษณะเฉพาะที่สนองความต้องการของลูกค้าที่มีลักษณะแตกต่างกันไป ส่วนการแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศก็จะมีมากเช่นกัน เนื่องจากตราสินค้าจากต่างประเทศได้รับความนิยมมากกว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไหมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสินค้า เพื่อแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศด้านคุณภาพแทน

การแข่งขันทางด้านราคา ก็จะช่วยให้อุตสาหกรรมใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างไปได้ไกลกว่า ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

#### 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

ความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมใหม่ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง นี้มีค่อนข้างจำกัด ความร่วมมือมีเฉพาะในกลุ่มของตน เนื่องจากแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม จะมีการจัดตั้งชมรมเฉพาะขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ของกลุ่มคน อาทิ ชมรมไหมปักธงชัย นครราชสีมา กลุ่มแม่บ้านทอผ้าบ้านเขว้า ชัยภูมิ กลุ่มคัลสเตอร์สิ่งทอชัยภูมิดังนั้นปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ ชมรม หรือกลุ่มต่างๆเหล่านี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวม นอกจากนี้ การที่อุตสาหกรรมต้นน้ำถูกปกป้องโดยภาครัฐ ซึ่งเห็นได้จากการมีภานำเข้าวัตถุดิบในอัตราที่สูงอยู่ หรือในกรณีของจังหวัดชัยภูมิ ที่มีนโยบาย ชัดเจนในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอ แต่ยกเว้นอุตสาหกรรมฟอก / ย้อม (คู่มือส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมสิ่งทอ จังหวัดชัยภูมิ ,2546) ทำให้อุตสาหกรรมปลายน้ำต้องรับภาระการใช้วัตถุดิบราคาสูง และทำให้ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมปลายน้ำสูงขึ้น อนึ่งผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างนี้จะมีประสบการณ์ เงินลงทุน แนวความคิด และทัศนคติการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การเชื่อมโยงกันระหว่างขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ในอุตสาหกรรมนี้มีน้อย ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มมีน้อย และความสัมพันธ์ภายในกลุ่มเองก็มีน้อย ทำให้ไม่สามารถหาข้อตกลงในความร่วมมือกันได้ อันนำไปสู่ความเชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรม มีน้อยลงไป

จากข้อมูลยังพบอีกว่า อุตสาหกรรมใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ยังต้องพึ่งพาเส้นไหมจากต่างประเทศทั้งที่ถูกกฎหมาย และไหมหนีภาษี ซึ่งยากต่อการควบคุมคุณภาพของเส้นไหม นอกจากนี้อุตสาหกรรมใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างยังมีข้อจำกัดในเรื่องเครื่องจักร เช่น เครื่องทอผ้า ทำกำหนดความกว้างของหน้าผ้าได้จำกัด เป็นต้น ทำให้อุตสาหกรรมใหม่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในระดับสูง อุตสาหกรรมการออกแบบก็เป็นอุตสาหกรรม อีกอย่างที่สำคัญ แต่ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีนักออกแบบที่มีชื่อเสียงในระดับชาติน้อยมาก

อุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่งที่ต้องการเชื่อมโยงกันกับอุตสาหกรรมใหม่ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้เกิดความเข้มแข็งในเครือข่ายมากขึ้น คือ อุตสาหกรรมการขนส่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น เป็นสินค้าที่มีปริมาตรและน้ำหนักสูง ตั้งแต่ปลายปี 2547 เป็นต้นมา ธุรกิจขนส่งกำลังประสบปัญหาการค่าน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ประกอบกับในปัจจุบันรัฐบาลมีการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมสิ่งทอ และ เครื่องนุ่งห่มในภาคกลาง แต่รัฐบาลไม่ได้มีการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมใหม่ ทำให้ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมมีน้อย และส่งผล

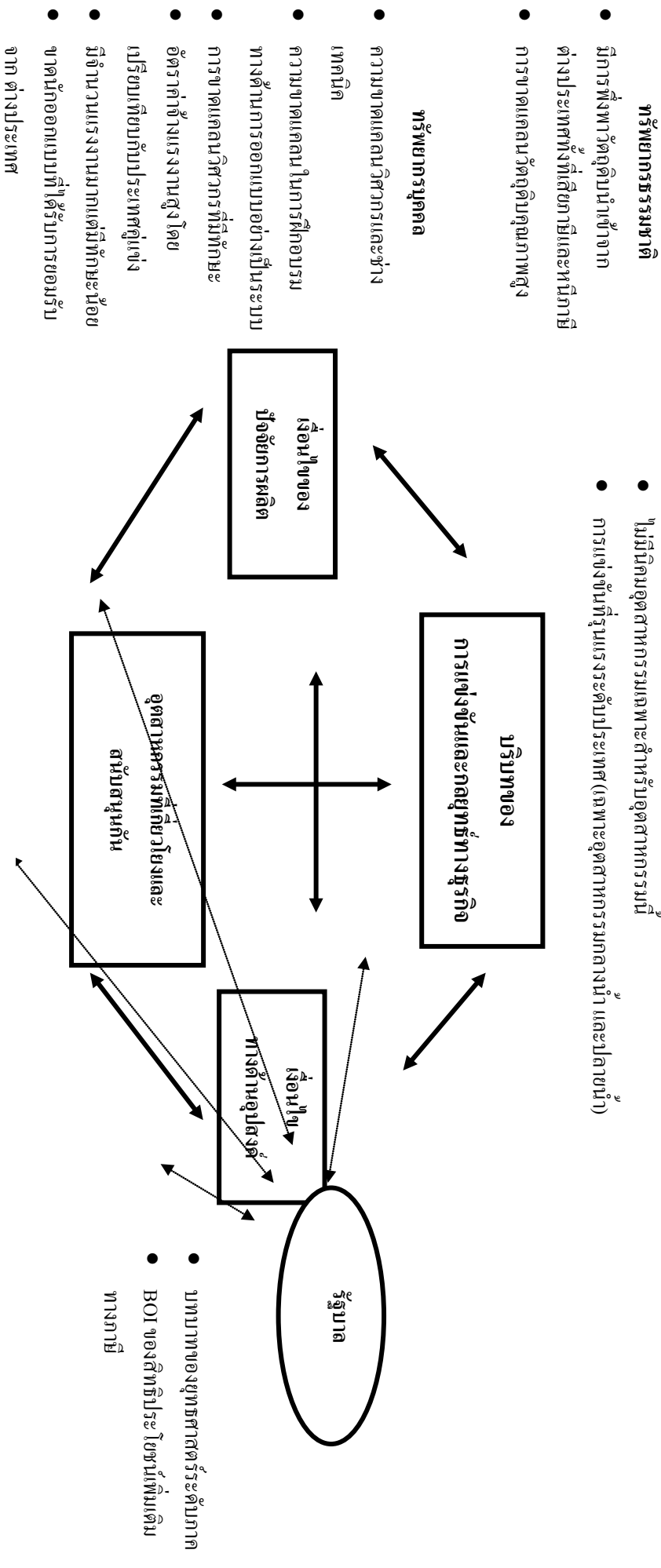
ให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างสามารถรับคำสั่งผลิตสินค้าได้จำนวนจำกัด เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น อินเดีย เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของบริษัทของรัฐบาล (Government Role) โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ระดับภาค การประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) นอกสถานที่ ณ จังหวัดนครพนม เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ ที่ประชุมได้อนุมัติให้มี ยุทธศาสตร์การยกระดับฐานการผลิตหลักของภาคโดยให้กำหนดให้การยกระดับมาตรฐานการผลิตเครื่องสำอางวิสาหกิจใหม่ (Silk Clusing) เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

### แผนภูมิสรุป การวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่ (Diamond Model)

#### ระดับความเข้มแข็งของการแข่งขันในอุตสาหกรรม

- ไม่มีนิคมอุตสาหกรรมเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมนี้
- การแข่งขันที่รุนแรงระดับประเทศ (เฉพาะอุตสาหกรรมกลางน้ำ และปลาชน้ำ)



#### โครงสร้างพื้นฐานทางดีนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- เครื่องจักรขาดการพัฒนาและมีการพึ่งพาเครื่องจักรจากต่างประเทศบางส่วน

เครือข่ายวิชาศึกษาใหม่ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกถึงเหนือตอนล่าง

### 3. การประเมินศักยภาพและการกำหนด ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ ควรดำเนินการโดยอาศัยประเด็นจากการวิเคราะห์ สภาพการณ์และปัญหาที่เกิดขึ้น โดยการพัฒนาคควรเริ่มจากการรวมตัวกัน เป็นเครือข่ายโดยอาจ เริ่มจากการรวมตัวกันในระดับพื้นที่ ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด และสูงขึ้นถึงรวมตัวกันใน ระดับภูมิภาค โดยการเชื่อมโยง และการเป็นพันธมิตรทางการค้าร่วมกัน และเมื่อเกิดการรวมตัวได้ แล้วนั้นสิ่งที่ควรดำเนินการต่อคือ การช่วยกันพัฒนา และยกระดับความสามารถทั้งผู้ประกอบการ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างครบวงจร รวมถึงการสร้างตลาดหรือการทำตลาดสู่กลุ่ม ผู้บริโภคที่หลากหลาย ควรมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอนอย่างเป็นระบบ เพื่อการก้าวสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป ประเด็นที่สำคัญของการพัฒนา คือ

#### 1) ด้านวิจัย และพัฒนา

การมุ่งให้ความสำคัญ และการพัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการพัฒนาเครือข่าย ใหม่ จำเป็นต้องมีหน่วยงานหรือศูนย์วิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องโดยตรง ทำหน้าที่ในการส่งเสริม งานด้านองค์ความรู้ ข้อมูลพื้นฐาน งานด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมของเครือข่ายทั้งหมด ซึ่งข้อมูล ดังกล่าวจะเป็นฐานของการพัฒนาที่ดีมากที่สุด

#### 2) ด้านวัตถุดิบ

ด้านวัตถุดิบ ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการต้นน้ำ หรือ ผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ผลิตเส้นไหมหรือวัตถุดิบ เนื่องจากปัจจุบันเส้นไหมเกิดปัญหาขาดแคลน แม้ว่ามีการพึ่งพาเส้นไหม และสีย้อม นำเข้าจากต่างประเทศก็ตาม ศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (2547) ได้สำรวจการผลิตผ้าไหมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง พบว่า ผู้ประกอบการมีการใช้วัตถุดิบหลักที่ใช้คือเส้นไหมซึ่งมาจาก 3 แหล่ง คือ เส้นไหม จากบริษัท จุลไหมไทย จำกัด เส้นไหมนำเข้าจากต่างประเทศ อย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยแหล่ง นำเข้าหลัก คือ ประเทศลาว และเวียดนาม และเส้นไหมนำเข้าจากต่างประเทศอย่างไม่ถูกต้องตาม กฎหมาย หรือไหมเถื่อน (ไหมหนีภาษี) จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรมีการส่งเสริมและส นับสนุน เกษตรกรปลูกหม่อนเลี้ยงไหมขึ้นในพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาการนำเข้าวัตถุดิบ

#### 3) ด้านบุคลากร

ปัจจุบันอุตสาหกรรมไหมไทยประสบปัญหาด้านบุคลากรทั้งขาดแคลนจำนวน และ คุณภาพของแรงงานมาสนับสนุนในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะ ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการฟอกย้อม ขาดแคลนนักออกแบบที่ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ และผู้เชี่ยวชาญที่เป็นคนไทย ทำให้การ ปฏิบัติงานกับเครื่องจักรที่ทันสมัยและการติดต่อกับต่างประเทศที่ซื้อเครื่องจักรมาสามารถทำได้ไม่ คล่องตัว การขาดแคลนแรงงานดังกล่าว ยังหมายถึงการขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ และมี

ข้อจำกัดในเรื่องการคิดค้นนวัตกรรม การเตรียมความพร้อมของบุคลากรนั้น ปัจจุบันมีหลักสูตรหลากหลายที่จัดทำโดยมหาวิทยาลัยของรัฐ ในคณะวิทยาศาสตร์และคณะวิศวกรรมศาสตร์ แต่บุคลากรที่ผลิตออกมา ยังไม่ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมที่เดียว และต้องอาศัยความรู้เฉพาะทาง ดังนั้นจึงควรพัฒนาบุคลากร ด้านทักษะและเทคนิคต่างๆที่จำเป็น เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การเลี้ยงไหม การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนและการฝึกอบรม อีกทั้งควรพัฒนาบุคลากรในทุกระดับ ทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทั้งที่เป็นระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลน จำนวน และคุณภาพของแรงงานมาสนับสนุนในอุตสาหกรรมไหม

#### 4) ด้านเครื่องจักร

ด้านเครื่องจักร พบว่า เครื่องจักรขาดการพัฒนา และพึ่งพาเครื่องจักรจากต่างประเทศสูง โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ส่วนใหญ่จะใช้เครื่องจักร เช่น เครื่องสาวไหม และเครื่องทอไหม ที่มีการใช้ย้อมมาแต่ดั้งเดิม ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการผลิตผ้าไหมเกี่ยวกับความกว้างของหน้าผ้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการ ยังขาดการพัฒนาเทคโนโลยี และต้องพึ่งพา การให้ บริการดูแลรักษา พร้อมคำปรึกษา ของผู้เชี่ยวชาญจากประเทศผู้ผลิตเครื่องจักรด้วย ไม่เหมือนกับจีน ที่สามารถผลิตเครื่องจักรสำหรับการสาวไหม และย้อมไหมใช้เองภายในประเทศได้ ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาเครื่องจักรในอุตสาหกรรมไหมอย่างเร่งด่วน

#### 5) ด้านค่าจ้างแรงงาน

ไทยมีอัตราค่าจ้างแรงงานสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างจีน อินเดีย และเวียดนาม สำหรับการผลิตเสื้อผ้าไหมระดับล่างที่มีการผลิตในปริมาณมาก (Mass production) และการผลิตโดยบริษัทที่รับจ้างผลิต (ORM) ค่าจ้างแรงงานของไทยสูงกว่าจีน และอินเดียเกือบ 2 เท่า และ สูงกว่าเวียดนามประมาณ 3 เท่า ส่วนสินค้าที่อยู่ในตลาดระดับบน แม้ว่าไทยจะมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศชั้นนำอย่าง ฮองกง อิตาลี และญี่ปุ่น แต่ผลิตภัณฑ์ของไทยไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตเหล่านั้นได้ เพราะมีข้อจำกัดทางด้านการออกแบบ และการตลาด

#### 6) ด้านความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมและภายในกลุ่มอุตสาหกรรม

การสร้างและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรม และภายในกลุ่มอุตสาหกรรม ยังมีน้อย ความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรม ไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมี อยู่เฉพาะในกลุ่มของตน อันเป็นผลมาจาก การจัดตั้งชมรมเฉพาะขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ของกลุ่มตน อาทิ ชมรมไหมปักธงชัย นครราชสีมา กลุ่มแม่บ้านทอผ้าบ้านเขว้า ชัยภูมิ กลุ่มคลัสเตอร์สิ่งทอ ชัยภูมิ ดังนั้นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ชมรม หรือกลุ่มต่างๆ เหล่านี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวม นอกจากนี้การที่อุตสาหกรรมต้นน้ำถูกปกป้องโดยภาครัฐ ซึ่งเห็นได้จากการมีภยานำเข้าวัตถุดิบในอัตราที่สูงอยู่



หรือในกรณีของจังหวัดชัยภูมิที่มีนโยบายชัดเจนในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอ แต่ยกเว้น อุตสาหกรรมฟอก/ย้อม (คู่มือส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมสิ่งทอ จังหวัดชัยภูมิ , 2546) ทำให้ อุตสาหกรรมปลายน้ำคือ รับภาระการใช้วัตถุดิบราคาสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรม ปลายน้ำสูงขึ้น

อนึ่ง ผู้ประกอบในกลุ่มอุตสาหกรรม ใหม่ ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างนี้ จะมีประสบการณ์ เงินลงทุน แนวความคิด และทัศนคติการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผล ให้ การเชื่อมโยงกันระหว่างขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ในอุตสาหกรรมมีน้อย ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มมีน้อย และความสัมพันธ์ภายในกลุ่มเองก็มีน้อย ทำให้ไม่สามารถหา ข้อตกลงในความร่วมมือกันได้ ซึ่งนำไปสู่ความเชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรมมีน้อยลงไปอีก

#### 7) ด้านอุปสงค์ของผู้บริโภค

ผู้บริโภคในประเทศมีความต้องการสูง แต่เป็นความต้องการที่ขาดความพิถีพิถัน ยกเว้นเสื้อผ้าที่ใช้สวมใส่ในงานเลี้ยงต่างๆ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมใหม่ของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างให้ความเห็นว่า ตลาดในประเทศ ถึงแม้จะมีขนาดใหญ่ แต่ส่วนมาก จะเป็นตลาดสินค้า ระดับล่าง โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะเลือกสินค้า โดยพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ ทำให้สินค้าระดับบนซึ่งมีความต้องการจำกัดอยู่แล้ว (อันเนื่องจากรายได้ต่อหัวของประชากรต่ำ ) ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม เสื้อผ้าใหม่ที่ใช้สวมใส่ในงานเลี้ยงต่างๆ อาจเป็นสินค้า ที่เรียกได้ว่าทั้งคนไทย และคนต่างชาติ มีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อค่อนข้างมาก ซึ่งถือเป็น โอกาสอันดี หากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเหล่านี้ได้ จะส่งผลดีพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างในระยะยาว

#### 8) การจัดโซนพื้นที่อุตสาหกรรมใหม่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างยังไม่มีนิคมอุตสาหกรรม โดยเฉพาะสำหรับ อุตสาหกรรมใหม่ รัฐบาลมีการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มในภาคกลาง แต่รัฐบาลไม่ได้จัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมใหม่ ทำให้ความร่วมมือระหว่าง กลุ่มอุตสาหกรรมมีน้อย ส่งผลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมใหม่ของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างสามารถรับคำสั่งผลิตสินค้าได้จำนวนจำกัด เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น อินเดีย ซึ่งในการเป็นนิคมอุตสาหกรรมจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถลดหย่อน หรือขอรับสิทธิ ประโยชน์จากหน่วยงานภาครัฐได้

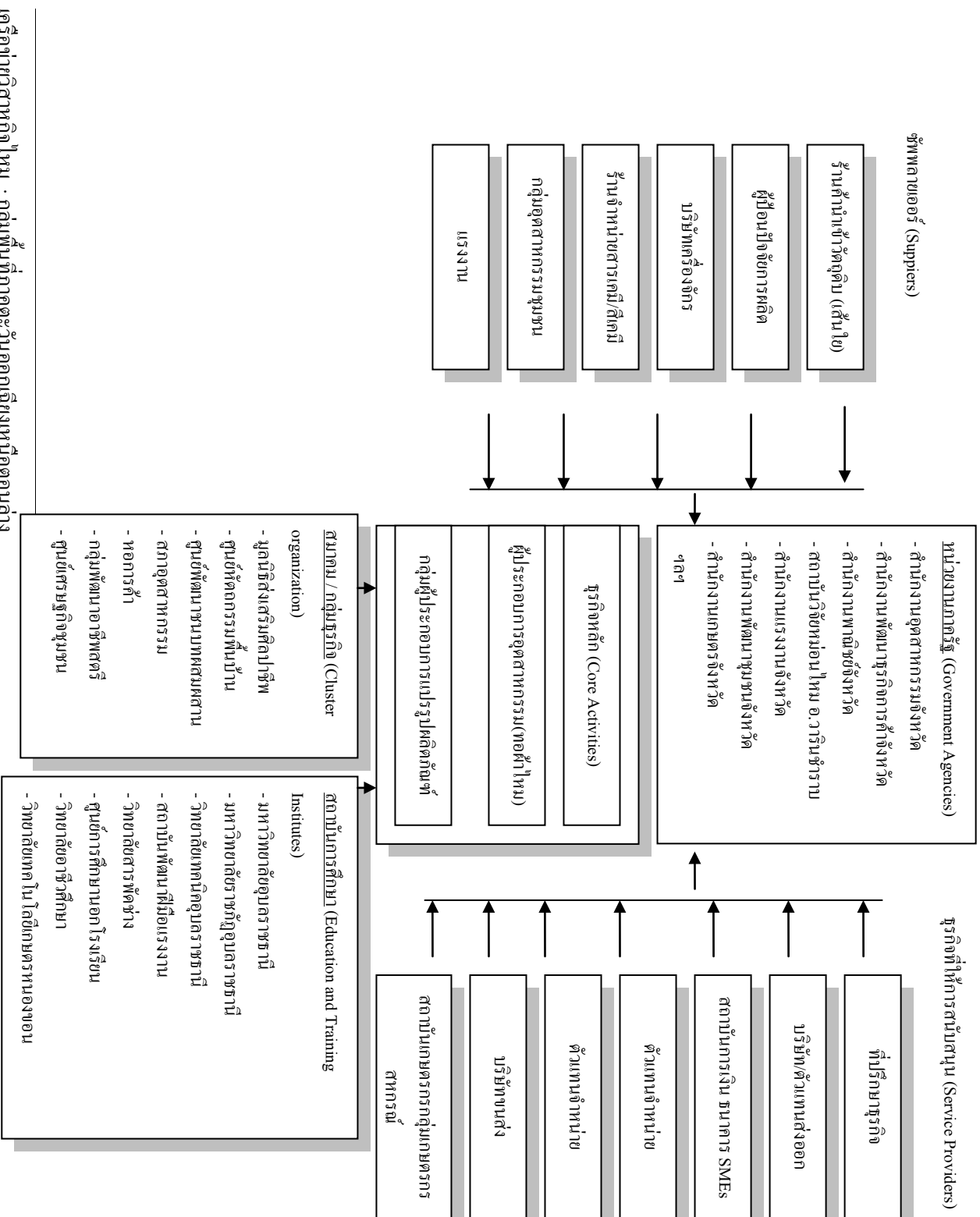
**9) ด้านการแข่งขันที่รุนแรงระดับประเทศ (เฉพาะอุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ)**

ตลาดสินค้าระดับล่างของอุตสาหกรรมใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา และเนื่องจากค่าจ้างแรงงานไทยที่สูงขึ้น ทำให้สินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศไทยเผชิญการแข่งขันกับสินค้านำเข้าจากจีน และอินเดีย นอกจากนี้สินค้าระดับกลาง หรือระดับบนก็มีการแข่งขันสูงเช่นเดียวกัน แม้ว่าอยู่ในระดับที่น้อยกว่าการแข่งขันระดับล่าง เนื่องจากแต่ละตราสินค้าจะมีลักษณะเฉพาะที่สนองความต้องการของลูกค้าที่มีลักษณะแตกต่างกันไป ส่วนการแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศมีมากเช่นกัน เนื่องจากตราสินค้าจากต่างประเทศได้รับความนิยมมากขึ้น ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสินค้าเพื่อแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศแทนการแข่งขันทางด้านราคา จะช่วยให้อุตสาหกรรมใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างไปได้ไกลกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

**10) ด้านการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐบางพื้นที่ยังขาดความต่อเนื่อง และจริงจัง**

หน่วยงานภาครัฐ จะต้อง สร้างนโยบายสนับสนุนที่ชัดเจน และเป็นนโยบายแบบบูรณาการทั้งด้านการวางแผนและการปฏิบัติ ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐในแต่ละจังหวัดของกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างได้ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมใหม่ คือ ได้กำหนดการยกระดับมาตรฐานการผลิตเครื่องช่้ายวิสาหกิจใหม่ (Silk Clusing) เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้การบริหารงานสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์ภาค กลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ต่า งก็ได้กำหนดโครงการต่างๆของคนที่เกี่ยวกับผ้าไหม เช่น งานแฟชั่นใหม่ การส่งเสริมในกระบวนการผลิตตามขั้นตอนต่างๆ แต่การส่งเสริมดังกล่าวยังขาดความเชื่อมโยงกัน จะเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ และจะดำเนินงานเฉพาะในเขตพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง ดังนั้นในการที่จะเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการการดำเนินงานร่วมกัน

#### 4. โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่



เครือข่ายวิสาหกิจใหม่ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

## บทที่ 2

### แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ และกลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธรและอำนาจเจริญ

#### 1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด



## 2. แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง



### บทที่ 3

## แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และ สุรินทร์ และกลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธรและอำนาจเจริญ

#### หลักการและเหตุผล

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ในปัจจุบันมีการศึกษาเพื่อจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ของจังหวัดนครราชสีมา โดยนโยบายการสนับสนุนจากจังหวัดนครราชสีมา ที่มีการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด โดยมีหน่วยงานหลักที่ดำเนินการ คือ อุตสาหกรรมจังหวัด และศูนย์พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ตั้งอยู่ ณ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผลจากการจัดตั้งดังกล่าวทำให้เกิดการตื่นตัวของผู้ประกอบการในระดังหนึ่ง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงควรให้การสนับสนุนต่อไปอย่างต่อเนื่อง และสำหรับในพื้นที่อื่น ได้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการใหม่อยู่บ้างในทุกจังหวัด แต่การรวมตัวมีลักษณะแบบหลวมๆ ดังนั้นในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจใหม่นี้ น่าจะมีโอกาสความเป็นได้ในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถให้สูงขึ้น

ประกอบกับในปัจจุบันทุกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีแผนยุทธศาสตร์ในการผลักดันอาชีพเกี่ยวกับผ้าไหม ประกอบกับมีหน่วยงานและมีปราชญ์ท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญ และมี ความชำนาญ โดยตรงเรื่องไหมอยู่จำนวนมาก ส่วนด้านสถานการณ์แนวโน้มทางการตลาดของผ้าไหมก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และที่สำคัญผ้าไหมของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างในหลายแห่งผลิตเป็นผ้าไหมที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นปักธงชัย บ้านเขว้า และที่จังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยความสวยงามของฝีมือการทอ การออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างก็ต้องหันมาผนึกกำลังเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและสถานการณ์การแข่งขันของตลาดไหมในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน และเวียดนาม ซึ่งมีการผลิตผ้าไหมที่มีราคาถูก และเป็นประเทศที่มีการผลิตวัตถุดิบหรือเส้นไหมเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในการที่จะเริ่มต้นเคลื่อนไหวกการพัฒนาสิ่งที่ผู้ประกอบการควรหันมาให้ความสำคัญ คือ การพัฒนาร่วมกันในลักษณะของเครือข่าย เพราะจะทำให้เกิดความเข้มแข็งและแข็งแกร่งทัดเทียมและสู้กับผ้าไหมในแหล่งผลิตอื่นๆ ได้ และเป็นการพัฒนาอย่างมีทิศทางและยั่งยืน

## แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์

### วิสัยทัศน์

การรวมกลุ่มเพื่อได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดสากล และมีความเข้มแข็งความมั่นคง  
ในระยะยาว

### พันธกิจ

- พัฒนาส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีการพัฒนาเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ้าไหมให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน ปัจจุบันพัฒนาเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ้าไหมยังอยู่ในระดับเริ่มต้น หากต้องการให้ผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเหล่านี้มีความสามารถในการปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจ จะต้องส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเหล่านี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเสริมให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความรู้ ความสามารถและทักษะในการประกอบการเพิ่มขึ้น เพื่อให้การรวมกลุ่มเติบโตอย่างยั่งยืนและยืนยาว
- พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด การสร้างตราสินค้า และการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สูงขึ้น สืบเนื่องจากผ้าไหมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างยังมีตลาดที่จำหน่ายอยู่จำกัด ตลอดจนตราสินค้าของผ้าไหมยังไม่แพร่หลายในต่างประเทศ การพัฒนาการตลาด และการสร้างตราสินค้าถึงเป็นงานเร่งด่วน โดยจะต้องสร้างให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ้าไหม โดยเฉพาะ กลุ่มที่มีจุดหมายเพื่อการส่งออกได้พัฒนาการตลาด และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และมีความพร้อมที่จะทำการผลิต และการบริการ เพื่อแข่งขันในตลาดภายในประเทศ และระดับโลก
- การเสริมสร้าง และพัฒนางานวิจัย (R&D) การพัฒนานวัตกรรม สืบเนื่องจากปริมาณเส้นไหมในปีปัจจุบันมีเพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ เส้นไหมที่มีอยู่ก็ยังมีคุณภาพ ไม่สม่ำเสมอ ตลอดจนสินค้าก็มีรูปแบบคล้ายๆ กัน ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ้าไหมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเสริมสร้างและพัฒนางานวิจัย(R&D) การพัฒนานวัตกรรม โดยให้มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาวิสาหกิจ และการทำให้งานนวัตกรรมมีคุณค่าในเชิงพาณิชย์มากขึ้น

## เป้าประสงค์

1. ส่งเสริมการเชื่อมโยงของวิสาหกิจ ทั้งการเชื่อมโยงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับวิสาหกิจขนาดใหญ่และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ โดยการเพิ่มผลผลิต การสร้างประสิทธิภาพในการปรับปรุงการบริหารจัดการของวิสาหกิจ เสริมสร้างและพัฒนางาน ค้นคว้าและพัฒนา (R&D) เพื่อให้เกิดนวัตกรรมและเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
3. เสริมสร้างความสามารถ ประสิทธิภาพ และคุณภาพชีวิตของทรัพยากรบุคคลในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. เสริมสร้างขีดความสามารถด้านการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการตลาดโดยให้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจำนวนร้อยละ 5 % ในปี ที่เริ่มส่งเสริม
5. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ โดยการเพิ่มผลผลิต เสริมสร้างและพัฒนางานค้นคว้าและพัฒนา (R&D) เพื่อให้เกิดนวัตกรรม และเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ โดยให้เกิดเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมอย่างน้อยปีละ 1 ชิ้นงาน
6. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product :GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ขยายตัวในอัตราเร่งต่อเนื่อง มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 5 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ในปี 2549
7. การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง เพิ่มขึ้น 1,000 คนต่อปี
8. เพิ่มผลิตภาพของแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ให้สูงขึ้นในอัตราที่สอดคล้องกับอัตราการเพิ่มผลิตภาพของภาคเครื่องใช้วิสาหกิจที่กำหนดไว้ร้อยละ 2.5 ต่อปี ของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9
9. การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ได้ร้อยละ 1.5ต่อปี
10. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการส่งเสริมโดยการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเข้าสู่ระบบ ด้วยการจดทะเบียนในสัดส่วนกว่าร้อยละ 10 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในปี 2549 (จากฐานเดิม 100 ราย)
11. จำนวนผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น 30 รายต่อปี
12. มีกลุ่มอาชีพที่สามารถดำเนินการขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปีเป็น 30 กลุ่มในปี 2549



13. กลุ่มเป้าหมายของการเสริมสร้างและยกระดับขีดความสามารถโดยกลุ่มวิสาหกิจ  
ผ้าไหม เป็นกลุ่มวิสาหกิจส่งออกที่มีศักยภาพอยู่แล้ว จะยกระดับขีดความสามารถให้มีศักยภาพสูงขึ้น  
และมุ่งสู่การผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

### **ยุทธศาสตร์**

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การพัฒนาตลาดเชิงรุก และการแสวงหากลุ่มลูกค้ารายใหม่ที่มีกำลังซื้อสูง

#### **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อขยายตลาดลูกค้าเป้าหมายให้เพิ่มมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ
2. เพื่อให้สินค้าของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ในพื้นที่เป็นที่รู้จักและยอมรับแก่คนทั่วไป

**กลยุทธ์** การพัฒนาตลาดเชิงรุกสู่ลูกค้าเป้าหมาย

#### **มาตรการเร่งด่วน**

ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ  
หนังสือพิมพ์ ใบบลิว และ Internet เพื่อการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก

#### **โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการการวิจัยเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคผู้บริโภคนิสัย ผลิตภัณฑ์ใหม่  
โดยกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง
2. โครงการส่งเสริมการตลาดของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่

#### **มาตรการระยะกลาง และระยะยาว**

การสนับสนุนงานด้านการตลาดของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ โดยร่วมมือกับทุกภาค  
ส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา

#### **โครงการ/แผนงาน**

เชื่อมโยงที่สำคัญที่จังหวัดทุกจังหวัดในกลุ่มควรเร่งดำเนินการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มขีด  
ความสามารถในการแข่งขันในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านอุปสงค์  
(Demand Factor) ดังนี้

1. โครงการการจัดตั้งศูนย์วิจัย และพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ครบวงจรระดับกลุ่ม  
จังหวัด
2. โครงการการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบ และควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของ  
ระลึกและของฝากระดับจังหวัด

## ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการออกแบบสินค้าและตราสินค้าของเครือข่าย

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในทางการผลิตของผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่
2. เพื่อยกระดับสินค้าผ้าไหมของเครือข่ายวิสาหกิจ

**กลยุทธ์** การเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และการยกระดับสินค้าผ้าไหมให้มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตามที่ตลาดทั้งใน และต่างประเทศต้องการ

### มาตรการเร่งด่วน

การพัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ

### โครงการ/แผนงาน

ซึ่งในการดำเนินการอาจดำเนินการในลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจของกลุ่มจังหวัด หรือเริ่มดำเนินการในจังหวัดที่มีความพร้อมก่อน เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาในพื้นที่อื่น ต่อไป

1. โครงการกา รสร้างตราสินค้าผ้าไหมระดับจังหวัด กลุ่มจังหวัด หรือ /และ ระดับภูมิภาค

### มาตรการระยะยาว

การศึกษาวิจัยและพัฒนา (R& D) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านผ้า และการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

### โครงการ/แผนงาน

ซึ่งในการดำเนินการอาจดำเนินการในลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจของกลุ่มจังหวัด หรือเริ่มดำเนินการในจังหวัดที่มีความพร้อมก่อน เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาในพื้นที่อื่น ต่อไป

1. โครงการการจัดการพัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำของเครือข่ายวิสาหกิจไหมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
2. โครงการการจัดประกวดแฟชั่นใหม่กับวัยทำงาน /วัยรุ่นชิงถ้วยพระราชทานจาก สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาทักษะการผลิตขั้นสูงในระดับสากล

#### วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่มีทักษะในด้านการผลิตในระดับที่สูงขึ้น และสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในพื้นที่อื่นหรือในต่างประเทศได้

**กลยุทธ์** การพัฒนาทักษะการผลิตในระดับสูง และมีประสิทธิภาพ

#### มาตรการระยะเร่งด่วน

จัดฝึกอบรม และศึกษาดูงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการเพิ่มทักษะ ศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

#### โครงการ/ แผนงาน

1. โครงการจัดอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) อย่างไรให้ตรงใจลูกค้า
2. โครงการการฝึกอบรมทักษะการผสมสีที่หลากหลายเพื่อเป็นการส่งเสริมและ

ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่

#### มาตรการระยะกลางและยาว

จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา และพัฒนาผู้ประกอบการด้านธุรกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

#### โครงการ/ แผนงาน

ดำเนินโครงการต่อเนื่องจากมาตรการเร่งด่วน ได้แก่

1. โครงการจัดอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) อย่างไรให้ตรงใจลูกค้า
2. โครงการการฝึกอบรมทักษะการผสมสีที่หลากหลายเพื่อเป็นการส่งเสริม และ

ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการให้เข้าสู่แหล่งเงินทุน.

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ขยายกิจการออกไปมากขึ้น
2. เพื่อเป็นการสนับสนุนเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่
3. เพื่อเพิ่มความสามารถในทางการบริหารจัดการให้แก่ผู้ประกอบการในเครือข่าย

**กลยุทธ์** การพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการให้แก่ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ สนับสนุนเงินทุน และการเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับสถาบันการเงิน

**มาตรการเร่งด่วน**

ส่งเสริม และสนับสนุนสถาบันการเงินให้ขยายสินเชื่อกับผู้ประกอบการรายใหม่

**โครงการ / แผนงาน**

1. โครงการผู้ประกอบการฝ่าใหม่กับการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

**มาตรการระยะกลาง และยาว**

การให้พัฒนาด้านบุคลากรทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในเรื่องเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี และการค้าเชิงระบบ

**โครงการ / แผนงาน**

1. โครงการผู้ประกอบการฝ่าใหม่กับการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ าท

(ต่อเนื่องจากโครงการในมาตรการเร่งด่วน)

**แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร และ  
อำนาจเจริญ**

**วิสัยทัศน์**

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางพัฒนาการแข่งขันเครือข่ายวิสาหกิจผ้าไหมแบบครบ  
วงจรมีเครือข่ายธุรกิจที่เข้มแข็ง เพิ่มศักยภาพการแข่งขันสู่ตลาดโลก

**พันธกิจ**

1. ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
ตอนล่างมีการพัฒนาเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ้าไหมให้  
เติบโตได้อย่างยั่งยืน
2. พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดการสร้างมาตรฐานตราสินค้าและการเพิ่มขีด  
ความสามารถทางการแข่งขันให้สูงขึ้น
3. เสริมสร้าง ความร่วมมือในการผลิต สนับสนุนปัจจัยการผลิต และการจัด ส่ง  
ผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดจำหน่ายได้เพียงพอและเหมาะสมกับฤดูกาล
4. พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต ผู้ประกอบการทอผ้าไหม ตัดเย็บ  
เสื้อผ้า และสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในจังหวัดอุบลราชธานี

**เป้าประสงค์**

1. ส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเครือข่ายวิสาหกิจ  
ผ้าไหมในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการส่งออกสำหรับเครือข่ายวิสาหกิจผ้าไหม
3. มีเครือข่ายฐานข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต ผู้ประกอบการทอผ้าไหม ตัดเย็บเสื้อผ้า  
และสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในจังหวัดอุบลราชธานี
4. สนับสนุน และผลักดันให้ผู้ประกอบการมีการปรับปรุง พัฒนา กระบวนการบริหาร  
จัดการเครือข่ายวิสาหกิจผ้าไหมอย่างยั่งยืน

## ยุทธศาสตร์

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** สนับสนุนการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพการแข่งขันในเครือข่ายวิสาหกิจผ้าไหม

### วัตถุประสงค์

เพื่อให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจไหมของกลุ่มจังหวัด

**กลยุทธ์ที่ 1** สร้างความตระหนัก และความสำคัญในการรวมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจผ้าไหมจังหวัดอุบลราชธานี

### มาตรการเร่งด่วน

การเร่งสร้าง ความตระหนักด้านความ รู้เกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของเครือข่ายวิสาหกิจไหมให้แก่ผู้ประกอบการทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ

### โครงการ /แผนงาน

1. โครงการส่งเสริมการตลาดของเครือข่ายวิสาหกิจไหม

### มาตรการระยะยาว

การพัฒนา การมีส่วนร่วมในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง โดยอาศัยการบริหารงานแบบเครือข่าย

### โครงการ /แผนงาน

1. โครงการส่งเสริมการตลาดของเครือข่ายวิสาหกิจไหม

**กลยุทธ์ที่ 2** การระดมการมีส่วนร่วมในการจัดทำระบบฐานข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยการผลิต ผู้ประกอบการทอผ้าไหม ตัดเย็บเสื้อผ้า และสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในจังหวัดอุบลราชธานี และสนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์จากระบบฐานข้อมูลร่วมกัน

### มาตรการเร่งด่วน

รวบรวมข้อมูลและทำการวิจัยเกี่ยวกับผ้าไหมในกลุ่มจังหวัด

### โครงการ/แผนงาน

1. โครงการการจัดตั้งศูนย์วิจัย และพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจไหมครบวงจรระดับกลุ่มจังหวัด

**มาตรการระยะยาว**

จัดทำศูนย์ข้อมูลด้านเครื่องใช้พลาสติกใหม่

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาเครื่องใช้พลาสติกใหม่ครบวงจรระดับกลุ่มจังหวัด (ดำเนินโครงการต่อเนื่องจากโครงการในมาตรการเร่งด่วน)
2. โครงการการวิจัยเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การสนับสนุน ส่งเสริมการกำหนดมาตรฐานและตราผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัด  
อุบลราชธานี

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้วิสาหกิจไหมมีมาตรฐานทำให้เป็นที่น่าเชื่อถือของลูกค้าทั้งในและ  
ต่างประเทศ
2. เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ไหมมีตราสินค้า เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้า และเป็น  
การสร้าง Branding ให้กับสินค้า

**กลยุทธ์ที่ 1** สนับสนุนการจัดทำมาตรฐาน และระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการตรวจสอบ  
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และตราสินค้ามาตรฐานของจังหวัดอุบลราชธานี

**มาตรการเร่งด่วน**

ส่งเสริมให้หน่วยงานต่างๆศึกษาข้อมูลด้านกฎระเบียบ กฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อสร้าง  
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการประกวดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมระดับจังหวัด กลุ่มจังหวัด และระดับประเทศ

**มาตรการระยะกลางและยาว**

จัดตั้งศูนย์ตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบ และควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก  
และของฝากระดับจังหวัด

**กลยุทธ์ที่ 2** การสนับสนุนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นเอกลักษณ์และมีข้อมูล  
รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

**มาตรการเร่งด่วน**

กระตุ้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเอง

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมระดับจังหวัด ภูมิภาค และประเทศ

**มาตรการระยะกลางและยาว**

จัดตั้งศูนย์ออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในกลุ่มจังหวัด

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมระดับจังหวัด ภูมิภาค และประเทศ  
(ดำเนินโครงการต่อเนื่องจาก โครงการมาตรการเร่งด่วน)



**กลยุทธ์ที่ 3** จัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของฝากของจังหวัด

**มาตรการเร่งด่วน**

สร้างแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการในการควบคุม มาตรฐานผลิตภัณฑ์

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการการสร้างตราสินค้าผ้าไหมระดับจังหวัด กลุ่มจังหวัดหรือ /และระดับ

ภูมิภาค

**มาตรการระยะกลางและยาว**

พัฒนาสินค้าให้สร้างแบรนด์เป็นของกลุ่มของตนเอง

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการการสร้างตราสินค้าผ้าไหมระดับจังหวัด กลุ่มจังหวัดหรือ /และระดับ

ภูมิภาค (โครงการต่อเนื่องจากมาตรการเร่งด่วน)

2. โครงการการจัดการพัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำของเครือข่ายวิสาหกิจไหมภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การสนับสนุน ส่งเสริมความสามารถผู้ประกอบการ การวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจผ้าไหม

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจไหม
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการในวิสาหกิจไหมได้มีการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ เช่น การบริหารจัดการ การตลาด และการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

**กลยุทธ์ที่ 1** จัดโครงการฝึกทักษะและฝีมือการผลิตเส้นไหม การออกแบบลวดลายผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

**มาตรการเร่งด่วน**

ส่งเสริมการฝึกอบรม ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์จากไหม

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการอบรมให้ความรู้แก่ผู้สนใจการผลิตเส้นไหม และผลิตภัณฑ์จากไหม

**มาตรการระยะกลางและยาว**

พัฒนาผู้ประกอบการทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำให้มีศักยภาพทางการแข่งขันสูงขึ้น

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการจัดอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) อย่างเป็นรูปธรรม

**กลยุทธ์ที่ 2** การศึกษาดูงานแหล่งทอผ้า ตัดเย็บ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

**มาตรการเร่งด่วน**

กระตุ้นให้เกิดการศึกษาดูงานในแหล่งที่ประสบความสำเร็จด้านไหม

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการศึกษาดูงานผลิตภัณฑ์จากไหมในต่างประเทศ

**มาตรการระยะกลางและยาว**

พัฒนาผลิตภัณฑ์จากไหมเพื่อเป็นศูนย์กลางการศึกษาดูงานในประเทศ

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการศึกษาดูงานผลิตภัณฑ์จากไหมในต่างประเทศ (ดำเนินโครงการต่อเนื่องจากมาตรการเร่งด่วน)

**กลยุทธ์ที่ 3** การสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม  
**มาตรการเร่งด่วน**

สร้างความตระหนักให้กับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจโดยอาศัยกระบวนการวิจัย โดยเฉพาะด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

**โครงการ /แผนงาน**

1. โครงการการฝึกอบรมทักษะการผสมสีที่หลากหลาย เพื่อเป็นการส่งเสริม และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจไหม

2. โครงการผู้ประกอบการผ้าไหมกับการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ  
**มาตรการระยะกลางและยาว**

การพัฒนา และฝึกทักษะเกี่ยวกับงานไหมให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านไหม

**โครงการ /แผนงาน**

1. โครงการการฝึกอบรมทักษะการผสมสีที่หลากหลาย เพื่อเป็นการส่งเสริม และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจไหม

2. โครงการผู้ประกอบการผ้าไหมกับการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ (ดำเนินโครงการต่อเนื่องจากโครงการมาตรการเร่งด่วน)

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** เพิ่มแรงจูงใจและความมั่นใจให้ผู้ประกอบการในเรื่องราคาและการตลาด

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดแรงจูงใจการพัฒนาตนเองและพัฒนาสินค้า
2. เพื่อให้ได้ระบบข้อมูลสารสนเทศของวิสาหกิจใหม่
3. เพื่อให้เกิดการขายตลาดสินค้าใหม่ออกสู่เวทีการค้าโลก

**กลยุทธ์ที่ 1** การจัดแสดงสินค้าและประกวดสินค้าจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

**มาตรการเร่งด่วน**

ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในทุกส่วนของจังหวัด

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการจัดการประกวดผ้าไหมในงานไหมของจังหวัด และกลุ่มจังหวัด

**มาตรการระยะกลาง และยาว**

จัดงานประเพณีงานแสดงผ้าไหมในระดับจังหวัด และกลุ่มจังหวัด

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการจัดการประกวดผ้าไหมในงานไหมของจังหวัด และกลุ่มจังหวัด (ดำเนิน

โครงการต่อเนื่องจากโครงการในมาตรการเร่งด่วน)

**กลยุทธ์ที่ 2** การจัดทำข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ได้รับความนิยม ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับประเทศ วิธีการประเมินผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และตราผลิตภัณฑ์ของจังหวัด

**มาตรการเร่งด่วน**

รวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในทุกส่วนพื้นที่ของจังหวัด และกลุ่มจังหวัด

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการแสดงผลงานผ้าไหมของดีในจังหวัด

**มาตรการระยะกลางและยาว**

1. จัดตั้งศูนย์แสดงผ้าไหมที่ได้รับมาตรฐานในจังหวัด และกลุ่มจังหวัด
2. จัดงานประเพณีในกลุ่มจังหวัดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตนเอง

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการการจัดประกวดแฟชั่นใหม่กับวัยทำงาน /วัยรุ่นชิงถ้วยพระราชทานจาก

สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ

**กลยุทธ์ที่ 3** การจัดอบรมด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการทั้งในด้านการรักษาตลาดเดิม ขยายตลาด และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคสินค้า

**มาตรการเร่งด่วน**

ให้คำปรึกษาและแนะนำด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจ

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในต่างประเทศ

**มาตรการระยะกลางและยาว**

สร้างความร่วมมือด้านการตลาดในระดับประเทศ และต่างประเทศเพื่อรักษาตลาดสินค้า เดิม และขยายตัวใหม่

**โครงการ/แผนงาน**

1. โครงการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในต่างประเทศ (ดำเนินโครงการต่อเนื่องจาก โครงการในมาตรการเร่งด่วน)

## แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

### หลักการและเหตุผล

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ในปัจจุบันมีการศึกษาเพื่อจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ของจังหวัดนครราชสีมา โดยนโยบายการสนับสนุนจากจังหวัดนครราชสีมา ที่มีการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด โดยมีหน่วยงานหลักที่ดำเนินการ คือ อุตสาหกรรมจังหวัดและศูนย์พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ตั้งอยู่ ณ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผลจากการจัดตั้งดังกล่าวทำให้เกิดการตื่นตัวของผู้ประกอบการในระดังหนึ่ง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงควรให้การสนับสนุนต่อไปอย่างต่อเนื่อง และสำหรับในพื้นที่อื่นได้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการใหม่อยู่บ้างในทุกจังหวัด แต่การรวมตัวมีลักษณะแบบหลวมๆ ดังนั้นในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจใหม่นี้ น่าจะมีโอกาสความเป็นได้ในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถให้สูงขึ้น

ประกอบกับในปัจจุบันทุกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีแผนยุทธศาสตร์ในการผลักดันอาชีพเกี่ยว กับผ้าไหม ประกอบกับมีหน่วยงานและมีปราชญ์ท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญและมีความชำนาญโดยตรงเรื่องไหมอยู่จำนวนมาก ส่วนด้านสถานการณ์แนวโน้มทางการตลาดของผ้าไหมก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และที่สำคัญผ้าไหมของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างในหลายแห่งผลิตเป็นผ้าไหมที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นปักธงชัย บ้านเขว้า และที่จังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยความสวยงามของฝีมือการทอ การออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างก็ต้องหันมาพินิจก่า ถึงเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและสถานการณ์การแข่งขันของตลาดไหมในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน และเวียดนาม ซึ่งมีการผลิตผ้าไหมที่มีราคาถูก และเป็นประเทศที่มีการผลิตวัตถุดิบหรือเส้นไหมเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในการที่จะเริ่มต้นเคลื่อนไหวกการพัฒนาสิ่งที่ผู้ประกอบการควรหันมาให้ความสำคัญ คือ การพัฒนาร่วมกัน ในลักษณะของเครือข่ายเพราะจะทำให้เกิดความเข้มแข็งและแข็งแกร่งทัดเทียมและสู้กับผ้าไหมในแหล่งผลิตอื่นๆ ได้ และเป็นการพัฒนาอย่างมีทิศทางและยั่งยืน

## ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจใหม่

ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ ควรดำเนินการโดยอาศัยประเด็นจากการวิเคราะห์สภาพการณ์และปัญหาที่เกิดขึ้น โดยการพัฒนาควรเริ่มจากการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายโดยอาจเริ่มจากการรวมตัวกันในระดับพื้นที่ ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัดและสูงขึ้นถึงรวมตัวกันในระดับภูมิภาค โดยการเชื่อมโยงและการเป็นพันธมิตรทางการค้าร่วมกัน และเมื่อเกิดการรวมตัวได้แล้วนั้นสิ่งที่ควรดำเนินการต่อคือ การช่วยกันพัฒนาและยกระดับความสามารถทั้งผู้ประกอบการ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างครบวงจร รวมถึงการสร้างตลาดหรือการทำการตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย ควรมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอนอย่างเป็นระบบ เพื่อการก้าวสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป ประเด็นที่สำคัญของการพัฒนา คือ

1. การมุ่งให้ความสำคัญและการพัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการพัฒนาเครือข่ายใหม่ โดยจำเป็นต้องมีหน่วยงานหรือศูนย์วิจัย และพัฒนาที่เกี่ยวข้องโดยตรง ทำหน้าที่ในการส่งเสริมงานด้านองค์ความรู้ ข้อมูลพื้นฐาน งานด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมของเครือข่ายทั้งหมด ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นฐานของการพัฒนาที่ดีมากที่สุด
2. จากนั้นก็ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการต้นน้ำหรือผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ผลิตเส้นไหมหรือวัตถุดิบ เนื่องจากปัจจุบันเส้นไหมเกิดปัญหาขาดแคลน แม้ว่ามีภารกิจพินิจเส้นไหม และสีย้อม นำเข้าจากต่างประเทศ ศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (2547) ได้สำรวจการผลิตผ้าไหมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ผู้ประกอบการมีการใช้วัตถุดิบหลักที่ใช้คือเส้นไหมซึ่งมาจาก 3 แหล่ง คือเส้นไหมจากบริษัท จุลไหมไทย จำกัด เส้นไหมนำเข้าจากต่างประเทศ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ ไหมนำเข้าถูกต้องตามกฎหมาย และไหมเถื่อน (ไหมหนีภาษี) แหล่งนำเข้าใหญ่คือ ประเทศลาว และเวียดนาม จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรปลูกหม่อนเลี้ยงไหมขึ้นในพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาการนำเข้าวัตถุดิบ
3. การพัฒนาบุคลากรในทุกระดับ ทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทั้งที่เป็นระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนจำนวนและคุณภาพของ แรงงานมาสนับสนุนในอุตสาหกรรมไหม
4. มุ่งการสร้างและส่งเสริม ความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมและภายในกลุ่มอุตสาหกรรม ความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมไหม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง นี้มีค่อนข้างจำกัด เฉพาะในกลุ่มของตน เนื่องจากแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมก็จะมีการจัดตั้งชมรม เฉพาะขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ของกลุ่มคนอาทิ ชมรมใหม่ ปักธงชัย นครราชสีมา กลุ่มแม่บ้านทอผ้าบ้านเขว้า ชัยภูมิ กลุ่มคัลสเตอร์สิ่งทอชัยภูมิ ดังนั้นปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือชมรม หรือกลุ่มต่างๆเหล่านี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยรวม นอกจากนี้การที่อุตสาหกรรมต้นน้ำถูกปกป้องโดยภาครัฐ ซึ่งเห็นได้จากการมีภาษีนำเข้า

วัตถุดิบในอัตราที่สูงอยู่ หรือในกรณีของจังหวัดชัยภูมิ ที่มีนโยบายชัดเจนในการสนับสนุน อุตสาหกรรมสิ่งทอ แต่ยกเว้นอุตสาหกรรมฟอก /ย้อม (คู่มือส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรม สิ่งทอ จังหวัดชัยภูมิ ,2546) ทำให้อุตสาหกรรมปลายน้ำต้องรับภาระการใช้วัตถุดิบราคาสูงและทำให้ ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมปลายน้ำสูงขึ้น

5. มุ่งการพัฒนางานด้านการตลาด คือ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์ ปัจจุบัน ผู้บริโภคในประเทศมีความต้องการสูง แต่ เป็นความต้องการที่ขาดความพิถีพิถัน ยกเว้นเสื้อผ้าที่ใช้สวมใส่ในงานเลี้ยงต่างๆ ผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมไหมของภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างให้ความเห็นว่าตลาดในประเทศ ถึงแม้ จะมีขนาดใหญ่(ดังได้กล่าวในข้อข้างต้น) แต่ส่วนมากจะเป็นตลาดสินค้าระดับล่าง โดยผู้บริโภคใน กลุ่มนี้จะเลือกสินค้าที่ราคาเป็นสำคัญ ทำให้สินค้าระดับบนซึ่งมีความต้องการจำกัดอยู่แล้ว (อันเนื่องจากรายได้ต่อหัวของประชากรต่ำ) ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม เสื้อผ้าไหม ที่ใช้สวมใส่ในงานเลี้ยงต่างๆ อาทิ เป็นสินค้าที่อาจเรียกได้ว่า ทั้งคนไทยและคนต่างชาติ มีความ พิถีพิถันในการเลือกซื้อค่อนข้างมาก ซึ่งถือเป็นโอกาสอันดี หากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ไหมของภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เหล่านี้ได้ ก็จะเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมไหม ของภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างในระยะ ยาว

6. การสร้างนโยบายสนับสนุนที่ชัดเจนของหน่วยงานภาครัฐและเป็นนโยบายแบบ บูรณาการทั้งในทางการวางแผนและการปฏิบัติ ปัจจุบันการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงาน ภาครัฐบางพื้นที่ยังขาดความต่อเนื่องและจริงจัง ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐ ในแต่ละจังหวัดของกลุ่ม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างได้ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมไหม คือ ได้ กำหนดการ ยกกระดับมาตรฐานการผลิตเครื่องช่้ายวิสาหกิจไหม (Silk Clusing) เป็น หนึ่งในยุทธศาสตร์ในการ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้การบริหาร งาน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์ภาค กลุ่มจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ต่างก็ได้กำหนดโครงการต่างๆของตนเกี่ยวกับผ้าไหม เช่น งานแฟชั่นไหม การส่งเสริมใน กระบวนการผลิตตามขั้นตอนต่างๆ แต่การส่งเสริมดังกล่าวยังขาดความเชื่อมโยงกัน จะเป็นลักษณะ ต่างคนต่างทำ และจะดำเนินงานเฉพาะในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบของตนเอง ดังนั้นในการที่จะเพิ่มขีด ความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการ การดำเนินงานร่วมกัน

ดังนั้นในการพัฒนาเครื่องช่้ายวิสาหกิจไหม ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล ่าง ในครั้งนี้ จึงได้จัดทำโครงการสนับสนุนจำนวน 10 โครงการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



## รายละเอียดโครงการเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

โครงการที่	การจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ครบวงจรระดับกลุ่มจังหวัด
องค์กรที่เสนอโครงการ	เครือข่ายวิสาหกิจใหม่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และกลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ
ผู้รับผิดชอบโครงการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุลและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนังคศิลา และเครือข่ายอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
ตำแหน่ง	หน่วยงานภาครัฐ

### หลักการและเหตุผล

จากการศึกษาของคณะผู้วิจัยพบว่าการสร้างคลัสเตอร์ใหม่ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างนั้น พบว่า มีสิ่งที่จะต้องเร่งแก้ไขและดำเนินการอยู่ 2 ประการ คือ ต้องทำให้เกิดสอง I ขึ้นคือ นวัตกรรม (Innovation) ซึ่งการจะเกิดเป็นนวัตกรรมในอุตสาหกรรมใหม่ได้นั้น ต้องเกิดการลงทุน (Investments) ลงแรงและการศึกษาค้นคว้าวิจัยอย่างจริงจังจึงจะทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ มาพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ให้เจริญก้าวหน้าต่อไปอย่างยั่งยืน ซึ่งโครงการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ เพื่อเป็นศูนย์กลางทางการวิจัยที่รับผิดชอบศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับอุตสาหกรรมใหม่ครบวงจรตั้งแต่การปลูกโบหม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหม การทอไหม และการตัดเย็บแปรรูปสินค้าต่างๆ ที่เกิดจากไหม จนถึงเรื่องการทำตลาดในอุตสาหกรรมใหม่ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ในช่วงแรกควรได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดศูนย์วิจัยและพัฒนาขึ้น โดยจัดหาหน่วยงาน และบุคลากร ผู้รับผิดชอบและบริหารศูนย์ฯ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีสถานที่พร้อมในการจัดตั้งศูนย์ฯ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนิน การ ส่วนการอุดหนุนทุนควรอุดหนุนในระยะเวลา 4 ปี เพื่อให้ศูนย์เข้มแข็งสามารถยืนอยู่ได้ด้วยตนเอง โดยการจัดหารายได้เลี้ยงตัวเอง จากการนำเสนองานวิจัยแก่ผู้ประกอบการที่สนใจนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากงานวิจัย เพื่อนำมาพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าของตนให้พัฒนาอย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์

1. การจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ครบวงจร
2. เป็นแหล่งสนับสนุนทุนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่
3. เป็นแหล่งรวบรวมผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่
4. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคลัสเตอร์ใหม่อย่างยั่งยืน

### กลุ่มเป้าหมาย

นักวิจัยและคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาในกลุ่ม 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

### พื้นที่ดำเนินงาน

ศูนย์วิจัยตั้งอยู่ ณ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดอุบลราชธานี

### ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ใช้ระยะเวลา 1 ปีในการเริ่มศึกษาเพื่อจัดตั้งศูนย์ฯ และดำเนินการบริหารจัดการให้ก่อกำเนิดงานวิจัยและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

### กิจกรรมการดำเนินงาน

1. การประชุมจัดหาหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลศูนย์ฯ พร้อมศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์วิจัยฯ ในสองพื้นที่ดำเนินการ คือ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดอุบลราชธานี
2. การจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่
3. การดำเนินการบริหารงานภายในเช่น การจัดหาพนักงานธุรการ 1 คน นักวิชาการ 1 คน และผู้อำนวยการศูนย์ฯ
4. การประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้ส่วนราชการ สถาบันอุดมศึกษา และผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมใหม่ได้รับทราบ โดยต้องมีข้อกำหนดในเรื่องของงานวิจัยและนวัตกรรมอย่างชัดเจน คือ ต้องเป็นงานวิจัยและพัฒนาตามความต้องการและความจำเป็นของเครือข่ายใหม่ และเป็นงานวิจัยที่ต้องทำร่วมกันกับผู้ประกอบการ
5. จัดทำวิจัยและพัฒนาคุณภาพผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม และการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจไหมในทุกด้าน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำทั้งที่เป็นงานวิจัยสนับสนุนและแก้ไขปัญหา นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง
6. สรุปผลการวิจัยเสนอต่อหน่วยงานที่สนับสนุนและผู้ประกอบการ

### งบประมาณโครงการ

เงินทุนสนับสนุนศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ ปีแรกจำนวน 2,000,000 บาท/ปี และงบประมาณต่อเนื่อง ปีละ 500,000 บาท เป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและการทำงานวิจัยและพัฒนา โดยศูนย์วิจัยอาจจะทำการเชื่อมโยงเครือข่ายกับสำนักงานส่งเสริมการวิจัย (สกว.) สำนักงานอุดมศึกษา (สกอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และหน่วยงานการวิจัยของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา หรือมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

### การประเมินผล

วัตถุประสงค์	วิธีการวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
- การเกิดงานวิจัยใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมใหม่	- ผู้ประกอบการนำงานวิจัยไปพัฒนากิจการของตน	คณะกรรมการกลาง

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ขึ้น เพื่อเกิดนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมใหม่
2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดนักวิจัยที่มีความสนใจเรื่องผ้าไหมเพิ่มมากขึ้น
3. ทำให้เกิดความก้าวหน้าในอุตสาหกรรมใหม่ และการเติบโตอย่างยั่งยืน

**โครงการที่ 2**                      การวิจัยเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำมันพืชใหม่  
โดยกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

**องค์กรที่เสนอโครงการ**    ผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจใหม่

**ผู้รับผิดชอบโครงการ**      มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ร่วมกับมหาวิทยาลัยเครือข่ายในภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**ตำแหน่ง**                        หน่วยงานภาครัฐ

### **หลักการและเหตุผล**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ จำนวนมากทั้งในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ปัญหาด้านการตลาดหรือปัญหาเกี่ยวกับผู้บริโภค เนื่องจากในปัจจุบันตลาดผู้บริโภคสินค้าใหม่มีความหลากหลายและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ปัญหาที่พบคือ ผู้ประกอบการไม่มีข้อมูล หรือไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง เนื่องจากปัจจุบันมีงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าใหม่น้อยมากในพื้นที่ ทำให้ผู้ประกอบการเองไม่ชัดเจนในการที่จะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงทำให้สินค้าในบางส่วนผลิตมาเป็นแบบเดิมๆ ไม่สามารถเจาะกลุ่มตลาดในแต่ละระดับได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นการศึกษาที่จะศึกษาวิจัยกลุ่มตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่จึงจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ โดยการดำเนินการศึกษาวิจัยจะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ครบวงจร

### **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตลาดเป้าหมายผลิตภัณฑ์ใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
2. เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

### **กลุ่มเป้าหมาย**

นักวิชาการในพื้นที่ และผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจใหม่

### **พื้นที่ดำเนินงาน**

8 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

### ระยะเวลาดำเนินโครงการ

6 เดือน

### กิจกรรมการดำเนินงาน

1. นำเสนอโครงการวิจัยและการพิจารณาโครงการที่เหมาะสมเพื่อจัดงบประมาณสนับสนุน
2. ดำเนินการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่
3. นำเสนอผลงานวิจัยสู่สาธารณชนและนำมาสู่การปฏิบัติและแก้ไขปัญหาจริง

### งบประมาณโครงการ

งบประมาณโครงการวิจัย จำนวน 1,000,000 บาท

### การประเมินผล

วัตถุประสงค์	วิธีการวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	ได้ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละกลุ่มตลาด	คณะกรรมการ

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการนำไปประยุกต์ใช้กับการประกอบการได้
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำผลของการวิจัยได้สนับสนุนและส่งเสริมต่อไป

**โครงการที่ 3**                      การส่งเสริมการตลาดของเครือข่ายวิสาหกิจไหมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
ตอนล่าง

**องค์การที่นำเสนอโครงการ** มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และเครือข่ายอุดมศึกษาในภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**ผู้รับผิดชอบโครงการ** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และเครือข่าย  
อุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ร่วมกับหอการค้าจังหวัด  
อุตสาหกรรมจังหวัด ชมรมและสมาคมผ้าไหม

**ตำแหน่ง**                              หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

**หลักการและเหตุผล**

ปัจจุบันสถานการณ์เกี่ยวกับผู้ประกอบการผ้าไหมและจำนวนผ้าไหมทั้งในระดับจังหวัด  
ภูมิภาค และระดับประเทศไทยรวมถึงต่างประเทศ เช่น จีน เวียดนาม มีการผลิตผ้าไหมจำนวนมาก  
เป็นผลให้ภาวะการแข่งขันมีสูงมากขึ้น ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเองก็  
เช่นกัน มีพื้นที่ที่มีการผลิตผ้าไหมอยู่ในทุกจังหวัด ทั้งนี้เนื่องจากการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ  
โดยเฉพาะเมื่อมีนโยบายเรื่องสินค้า OTOP ทำให้มีกลุ่มวิสาหกิจจำนวนมากหันมาให้ความสำคัญ  
และผลิตผ้าไหม และในการผลิตดังกล่าวโดยมากจะมีลักษณะเป็นเพียงผู้ประกอบการกลางน้ำ คือ  
ซื้อเส้นไหมจากผู้ประกอบการรายใหญ่ และจากประเทศเพื่อนบ้าน นำมาทอและส่งขาย และสินค้า  
ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน ประกอบกับการนำเรื่องของราคามาแข่งขันกันมากกว่าเรื่อง  
ของคุณภาพ ดังนั้น ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีลักษณะที่จำกัด ดังนั้นจึงควรมีแผนงานหรือนโยบาย  
ในการส่งเสริมด้านการตลาดเข้ามาเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและช่วยยกระดับขีดความสามารถใน  
การแข่งขันให้สูงขึ้นอีกด้วย โดยในการส่งเสริมการตลาดควรคำนึงถึงส่วนผสมทางการตลาด 4  
ประการ คือ สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. เพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผ้าไหมเพิ่มขึ้น
3. เพื่อเป็นการขยายตลาดผ้าไหมให้กว้างมากขึ้น

**กลุ่มเป้าหมาย**

ผู้ประกอบการผ้าไหมใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 8 จังหวัด (นครราชสีมา  
ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

## พื้นที่ดำเนินงาน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ) โดยแบ่งดำเนินการเป็น 3 ระดับ คือ ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด และระดับภูมิภาค

## ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

ระยะเวลา 3 ปีและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยในปีแรกจะเป็นการดำเนินการเรื่องของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั้งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหม และการตลาดเชิงรุกสู่กลุ่มเป้าหมาย และในปีต่อไปจะเป็นการส่งเสริมงานด้านการปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย และการราคาควบคู่กันไป

## กิจกรรมการดำเนินงาน

1. ดำเนินกิจกรรมการพัฒนาสินค้าและ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและสินค้าแปรรูปจากผ้าไหม โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยตลาดและผู้บริโภคมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนา โดยในกิจกรรมจะต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้ในหลักวิชาการและการลงสู่การปฏิบัติจริง พร้อมการศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ

2. ดำเนินกิจกรรมการทำ การตลาดเชิงรุกสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยในกิจกรรมจะมีการจัดงานนิทรรศการ แฟชั่นโชว์และเทศกาลไหมในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จากนั้นจะทำกร Road Show สู่ 4 ภาคของประเทศไทย คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และภูเก็ตและในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น และยุโรป เป็นต้น โดยลักษณะของการตลาดเชิงรุกจะไม่ใช่การจัดขึ้นเพื่อขายสินค้าเท่านั้น แต่เป็นการทำขึ้นโดยวัตถุประสงค์สำคัญ คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างชื่อและตราสินค้า และการหารายได้ควบคู่กันไปด้วย

3. พัฒนางานด้านการค้าผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ E-commerce โดยจัดการอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่ให้มีความรู้และมีความสามารถในการดำเนินการการค้าผ่านระบบ E-commerce ได้

## งบประมาณโครงการ

จำนวนงบประมาณที่ต้องการสนับสนุน 2,000,000 บาทต่อปีอย่างต่อเนื่อง

### การประเมินผลโครงการ

วัตถุประสงค์	วิธีการวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
มีตลาดเพิ่มมากขึ้น	ยอดขายเพิ่มขึ้น	คณะกรรมการกลาง

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมผ้าไหมมียอดขายเพิ่มขึ้น
2. ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมผ้าไหมได้ลูกค้าที่มีกำลังในการซื้อเพิ่มขึ้น



**โครงการที่ 4** การสร้างตราสินค้าผ้าไหมในระดับจังหวัด กลุ่มจังหวัด หรือและระดับภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**องค์กรที่เสนอ** มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาและมหาวิทยาลัยเครือข่าย

**ชื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ** เครือข่ายวิสาหกิจไหม ศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจ อุตสาหกรรมจังหวัด เครือข่ายอุคมสี กษาในจังหวัดต่างๆของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**ตำแหน่ง** หน่วยงานภาครัฐ

#### หลักการและเหตุผล

การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า คือ การสร้างตราสินค้า (Branding) หรือยี่ห้อ ให้เป็นที่รู้จัก และสร้างการยอมรับให้กับผู้บริโภค จะสามารถช่วยให้สินค้าผ้าไหมเป็นที่รู้จักและ ได้รับการยอมรับในตัวสินค้ามากขึ้น ซึ่งจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการในวิสาหกิจไหมที่ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดของไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศ คือ การต้องสร้างตราสินค้า โดยตราสินค้านี้ดังกล่าวอาจทำได้ทั้งในระดับพื้นที่ ระดับจังหวัด กลุ่มจังหวัด และ /หรือในระดับภูมิภาคร่วมกัน เพราะในการที่จะสร้างตราสินค้าใช้ร่วมกัน สิ่งสำคัญประการหนึ่งของผู้ที่มาเข้าร่วมใช้ตราสินค้า คือ คุณภาพของสินค้า ซึ่งก็จะเป็นการช่วยยกระดับทั้งในด้านการผลิตให้มีคุณภาพและการยกระดับตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภคอีกด้วย ทำให้สามารถไปแข่งขันกันกับผ้าไหมในพื้นที่อื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการสร้างตราสินค้าผ้าไหม
2. เพื่อให้ได้ตราสินค้าผ้าไหมของเครือข่ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
3. เพื่อเป็นการขยายตัวสินค้าผ้าไหมเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

#### กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการค้าผ้าไหมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อานาจเจริญ)

## พื้นที่ดำเนินงาน

8 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

## ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลา 1 ปี

## กิจกรรมการดำเนินงาน

1. ศึกษาความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการสร้าง トラสินค้า ทั้งในระดับพื้นที่ จังหวัด กลุ่มจังหวัด และระดับภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ทั้งนี้เพื่อหาจุดที่เหมาะสมและจะเป็นได้มากที่สุด
2. ประชุมร่วมเสนอความคิดเห็นร่วมกันของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ในทุกระดับ ตามข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1
3. ประชุมเชิงปฏิบัติการการสร้าง トラสินค้าใหม่ โดยจะต้องทำการอบรมให้ความรู้ เรื่องของ “ผ้าไหมกับการสร้าง トラสินค้า เพื่อมุ่งสู่การเป็นสินค้าระดับนานาชาติ ” และทำการสร้าง และทำข้อตกลงร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างการยอมรับในการนำ トラสินค้ามาใช้ โดยอาศัย กระบวนการมีส่วนร่วม
4. จัดโครงการประกวด トラสัญลักษณ์ของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ โดยแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับเยาวชนถึงผู้ที่เริ่มต้นทำงานวัยทำงาน และกลุ่มมืออาชีพ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างการยอมรับใน トラสินค้าออกไปสู่สาธารณชน และจัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์ トラสัญลักษณ์ของเครือข่ายอีกด้วย
5. นำเสนอ トラสินค้าและสร้างการยอมรับ トラสินค้า ให้กับผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจ
6. ประเมินผลโครงการการดำเนินงาน

## งบประมาณโครงการ

จำนวนงบประมาณที่ต้องการสนับสนุน 1,000,000 บาท

## การประเมินผล

วัตถุประสงค์	วิธีวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
สร้างตราสินค้า เพิ่มยอดขาย	ได้ตราสินค้าของแต่ละกลุ่ม สินค้าเป็นที่รู้จัก	คณะกรรมการกลาง

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดตราสินค้าผ้าไหมในอุตสาหกรรมผ้าไหม
2. ผู้ประกอบ SMEs ในอุตสาหกรรมผ้าไหมเห็นช่องทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเพิ่มมากขึ้น
3. ตราสินค้าจะได้เป็นที่รู้จักและยอมรับแก่ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

**โครงการที่ 5**                      การ พัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**องค์กรที่เสนอ**                      ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**ชื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ**      สถาบันหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา เครือข่าย  
วิสาหกิจใหม่ ศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจ อุตสาหกรรมจังหวัด เครือข่าย  
อุดมศึกษาในจังหวัดต่างๆของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**ตำแหน่ง หน่วยงานภาครัฐ**

### **หลักการและเหตุผล**

การขาดแคลนอุตสาหกรรมต้นน้ำหรือการขาดแคลนเส้นไหมเป็นปัญหาใหญ่ที่สำคัญของผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เนื่องจากผู้เลี้ยงไหมมีจำนวนน้อยลงมาก ผู้ที่เลี้ยงไหมส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ทำในระดับชุมชน เป็นการเลี้ยงเพื่อทอและไม่ได้เลี้ยงเพื่อขายเส้นไหม วัตถุประสงค์ที่เป็นเส้นไหมส่วนใหญ่ในพื้นที่ได้ส่วนหนึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น เวียดนาม และจีนเป็นต้น อีกส่วนหนึ่งนำมาจากไร่ก้านจูล์ จังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากการขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังของทางภาครัฐ ทั้งในระดับนโยบายและงบประมาณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของการประกันราคาเส้นไหม และความรู้ด้านการเลี้ยงไหม เนื่องจากการเลี้ยงไหมต้องอาศัยเทคนิคและความเอาใจใส่ในการเลี้ยงที่สูงมาก ประกอบกับเรื่องของพันธุ์ไหมที่นำมาเลี้ยง

ถึงแม้ว่าในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเองมีการเลี้ยงไหมอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท คือไหมขาวและไหมเหลืองแต่เนื่องไหมขาวมีราคาค่อนข้างถูก ดังนั้นภา รสนับสนุนให้เกษตรกรทำการเลี้ยงไหมควรมุ่งสนับสนุนไปที่ไหมเหลืองที่มีราคาดีกว่า ในการสนับสนุนดังกล่าวควรให้มีการพัฒนาทั้งในด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง การเงินหรือเงินทุน การดูแลเรื่องของราคาและการตลาดอย่างครบวงจร เพื่อให้เกษตรกรได้มั่นใจการเข้ามาลงทุนและลงแรง ทั้งนี้เพื่อเป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลนเส้นไหมบางส่วนและเพื่อเป็นการช่วยแก้ปัญหาความยากจนของคนในชุมชนควบคู่ไปด้วย

### **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้มีปริมาณเส้นไหมเพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ความชำนาญให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม
3. เพื่อให้มีผู้ประกอบการต้นน้ำหรือ ผู้เลี้ยงไหมเพิ่มขึ้น และเข้ามาเชื่อมโยงกัน

เครือข่ายวิสาหกิจใหม่

## กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการค้าผ้าไหมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

## พื้นที่ดำเนินงาน

8 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

## ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลา 1 ปีและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 5 ปี

## กิจกรรมการดำเนินงาน

1. ศึกษาความเป็นไปได้และความเหมาะสม ส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงไหมในพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
2. ประชุมร่วมเสนอความคิดเห็นร่วมกันของเครือข่ายวิสาหกิจไหมในทุกระดับ ตามข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1
3. จัดอบรมให้ความรู้เรื่องของ “การประกอบอาชีพและเทคนิคการเลี้ยงไหมที่มีคุณภาพ” ให้แก่ผู้ที่สนใจในทุกระดับ
4. การจัดอบรมเรื่อง “พันธุ์ไหมที่ตลาดต้องการ”
5. การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “เทคนิคการสาวไหมที่ได้คุณภาพ”
6. แบ่งกลุ่มผู้ที่สนใจตามพื้นที่ต่างๆ เพื่อส่งเจ้าหน้าที่ลงไปส่งเสริมในพื้นที่อย่างจริงจัง โดยอาจแบ่งเป็นโซน
7. ติดตาม ให้คำปรึกษาและประเมินผลโครงการการดำเนินงาน

## งบประมาณโครงการ

จำนวนงบประมาณที่ต้องการสนับสนุน 1,000,000 บาทต่อปี

## การประเมินผล

วัตถุประสงค์	วิธีวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
1. เพื่อให้มีปริมาณเส้นไหมเพิ่มมากขึ้น 2. เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ความชำนาญให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม 3. เพื่อให้มีผู้ประกอบการต้นน้ำหรือผู้เลี้ยงไหมเพิ่มขึ้น และเข้ามาเชื่อมโยงกันในเครือข่ายวิสาหกิจไหม	มีจำนวนวัตถุดิบหรือเส้นไหมเพิ่มขึ้นในพื้นที่	คณะกรรมการกลาง

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ลดปัญหาการขาดแคลนและการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศ
2. เกษตรกรมีรายได้และอาชีพที่ดีมากขึ้น

**โครงการที่ 6**                      การจัดประกวดแฟชั่นผ้าไหมกับวัยทำงาน /วัยรุ่นซึ่งด้วยพระราชทานจากสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ

**องค์กรที่เสนอโครงการ**    อุตสาหกรรมจังหวัด

**ผู้รับผิดชอบโครงการ**      อุตสาหกรรมจังหวัด และเครือข่ายวิสาหกิจไหม

**ตำแหน่ง**                        หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

### **หลักการและเหตุผล**

การจัดการประกวดแฟชั่นผ้าไหมสำหรับผู้บริโภควัยทำงาน /วัยรุ่น เพื่อเป็นการสนับสนุนให้นักศึกษาหรือคนรุ่นใหม่ประกวดออกแบบและตัดเย็บผ้าไหม ในชุดทำงาน ชุดราตรี และชุดวัยรุ่น เป็นการช่วยส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมผ้าไหมของไทยให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักกันอย่างแพร่หลาย และผ้าไหมยังเป็นผ้าที่มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์

### **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้คนรุ่นใหม่ในวัยทำงานและวัยรุ่นได้เห็นคุณค่าและความสวยงามของผ้าไหม
2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สินค้าผ้าไหมของเครือข่ายวิสาหกิจ
3. เพื่อให้การออกแบบชุดจากผ้าไหมมีความหลากหลาย ไม่ล้าสมัยสามารถสวมใส่ได้

ทุกเพศทุกวัย

### **กลุ่มเป้าหมาย**

กลุ่มผู้บริโภคในวัยทำงานและวัยรุ่น

### **พื้นที่ดำเนินงาน**

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ ) โดยอาจดำเนินการเป็นระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด หรือระดับภูมิภาค

### **ระยะเวลาดำเนินโครงการ**

ใช้ระยะเวลา 1 ปี และจัดให้ช่วงวันแม่ 12 สิงหาคมของทุกปี เป็นช่วงประกาศผล

### กิจกรรมการดำเนินงาน

1. จัดประชุมวางแผนประกวดการออกแบบและตัดเย็บ
2. ดำเนินการขอถ้วยพระราชทานจากสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ
3. จัดหาพื้นที่ในการประกวด
4. ประกาศรับสมัครนักออกแบบและตัดเย็บผ้าไหม
5. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนที่สนใจการประกวดรับทราบและเข้าชมการประกวด
6. ตัดสินการประกวดในช่วงก่อนวันแม่ และทำการประกาศผลในวันแม่ ของทุกปี โดยการจัดงานต้องทำให้เป็นงานระดับนานาชาติ เพื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งตลาดผู้บริโภคในและต่างประเทศ
7. จัดงานแสดงแฟชั่นจากการประกวด โดย Road Show ทั่วประเทศทุกภาคของประเทศไทย
8. สรุปและประเมินผลการดำเนินงาน

### งบประมาณโครงการ

งบประมาณ จำนวน ปีละ 3,000,000 บาท

### การประเมินผล

วัตถุประสงค์	วิธีการวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
การค้นหานัก ออกแบบและตัดเย็บผ้าไหมที่เป็นนักศึกษาหรือคนรุ่นใหม่และผู้สนใจทั่วไป	ได้นักศึกษาหรือคนรุ่นใหม่ที่เป็นนักออกแบบและตัดเย็บผ้าไหมที่สวยงามและมีคุณภาพและนักออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าผ้าไหม	คณะกรรมการผู้ดำเนินงานจัดการประกวดการออกแบบและการตัดเย็บผ้าไหม

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้นักออกแบบที่มีฝีมือดีและมีคุณภาพ
2. ทำให้นักศึกษาและคนรุ่นใหม่ได้ใช้ความคิดที่หลากหลายในการออกแบบและตัดเย็บผ้าไหม
3. ทำให้คนทั่วไปได้รู้ถึงคุณค่าและความงามของผ้าไหม
4. ได้ชุดผ้าไหมที่มีรูปแบบที่ทันสมัยสวมใส่ได้ทุกเพศทุกวัย



โครงการที่ 7	จัดอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) อย่างไรจึงตรงใจลูกค้า
องค์กรที่เสนอโครงการ	ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่
ผู้รับผิดชอบโครงการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาและเครือข่ายอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตำแหน่ง	หน่วยงานภาครัฐ

### หลักการและเหตุผล

บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ทำให้สินค้าน่าสนใจมากขึ้นในสายตาของผู้บริโภค นอกจากจะเป็นการช่วยป้องกันความเสียหายอันที่จะเกิดกับสินค้าที่จะเกิดขึ้นระหว่างการเดินทางไปยังผู้บริโภค ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการจัดอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้มีความแปลกใหม่ทำให้ลูกค้าสนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมผ้าไหมเพื่อสามารถพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูดีมีมาตรฐานในสายตาลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาในปัจจุบันพบว่า บรรจุภัณฑ์ของสินค้าผ้าไหมโดยทั่วไป คือ การใส่ถุงพลาสติกใส และถุงกระดาษ ซึ่งไม่ได้เป็นที่พอใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า และผู้ประกอบการจำนวนมากในพื้นที่ก็ไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากนัก แต่อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดของสินค้าจึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ประกอบการในเครือข่ายเห็นความสำคัญและมีความรู้เกี่ยวกับ บรรจุภัณฑ์ มากขึ้น

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ เห็นความสำคัญและมีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าผ้าไหม และทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของตนเอง
2. เพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีแบบใหม่ๆ ที่ตรงใจกับตลาด

### กลุ่มเป้าหมาย

นักวิชาการและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องในกลุ่ม 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

## พื้นที่ดำเนินงาน

8 จังหวัด คือ นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร  
อำนาจเจริญ

## ระยะเวลาดำเนินโครงการ

1 ปี

## กิจกรรมการดำเนินงาน

1. จัดการอบรมเรื่อง “บรรจุภัณฑ์กับการยกระดับสินค้าผ้าไหมของภูมิภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง”
2. ศึกษาดูงานเรื่อง บรรจุภัณฑ์ในประเทศญี่ปุ่น ให้กับผู้ประกอบการในเครือข่าย  
วิสาหกิจไหม
3. จัดทีมที่ปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาของบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการในระดับพื้นที่  
จังหวัด กลุ่มจังหวัดและ/หรือระดับภูมิภาค
4. จัดการส่งเสริมและกระตุ้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์
5. ประเมินผลโครงการ

## งบประมาณโครงการ

งบประมาณจำนวน 2,000,000 บาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายในโครงการและในการศึกษา ดูงาน  
งบประมาณส่วนหนึ่งจะต้องมาจากผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจเอง

## การประเมินผล

วัตถุประสงค์	วิธีการวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
การอบรมเพื่อให้เกิดบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ	ได้บรรจุภัณฑ์ที่ใหม่ๆ จำนวนไม่ น้อยกว่า 20 แบบ	คณะกรรมการกลาง

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจไหมมีความรู้และสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่  
น่าสนใจแบบใหม่ๆ
2. เกิดการพัฒนาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของเครือข่ายวิสาหกิจไหมและบรรจุภัณฑ์ที่  
ออกแบบได้ตรงกับความต้องการของตลาด และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าผ้าไหมได้

**โครงการที่ 8** ฝึกอบรมทักษะการผสมสีที่หลากหลายเพื่อเป็นการส่งเสริมและยกระดับ  
ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจไหม

**องค์กรที่เสนอโครงการ** ผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจไหม

**ผู้รับผิดชอบโครงการ** สถาบันหม่อนไหม สถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการเครือข่าย  
วิสาหกิจไหม

**ตำแหน่ง** หน่วยงานภาครัฐ

#### **หลักการและเหตุผล**

การผสมสีให้ผ้าไหมเกิดความหลากหลายและแปลกตาจะเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้สินค้าผ้าไหมเกิดความใหม่และมีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่หรือแต่ละผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบัน คือ การลอกเลียนแบบสินค้า ทำให้มีสินค้าที่ เหมือนกันในตลาดมาก และทำให้สินค้าผ้าไหมขายยาก และทำให้เกิดการตัดราคาหรือลดราคาผ้าไหม ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการให้ความรู้และการเพิ่มศักยภาพการผลิตผ้าไหมของผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจไหมในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และทำให้อกับผู้ประกอบการให้มี ฝีมือและแนวความคิดใหม่ๆ ในการทอผ้า เพื่อให้ผ้าไหมมีสีสันและรูปแบบแฟชั่นที่หลากหลายให้มีความทันสมัยตามแฟชั่น ในปัจจุบัน และเป็นที่ยอมรับในตลาดมากขึ้น จึงควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มทักษะให้กับผู้ประกอบการทั้งในระดับวิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลาง

#### **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อพัฒนาฝีมือและศักยภาพให้กับผู้ประกอบการที่ผลิตผ้าไหม
2. เพื่อให้ได้รูปแบบผ้าไหมที่มีสีสันและรูปแบบที่หลากหลายเป็นที่ต้องการของตลาด

#### **กลุ่มเป้าหมาย**

ผู้ประกอบการที่ผลิตผ้าไหมในกลุ่ม 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

#### **พื้นที่ดำเนินงาน**

จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดอุบลราชธานี

## ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ระยะเวลา 6 เดือน

## กิจกรรมการดำเนินงาน

1. จัดทำโครงการ ประชุมและวางแผนการดำเนินงานร่วมกันของหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
2. ประชาสัมพันธ์โครงการและทำการรับสมัครผู้สนใจเข้าร่วม
3. จัดการอบรมเรื่อง “สี ลวดลาย กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้ตรงกับลูกค้า”
4. ฝึกปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตในพื้นที่ต่างๆ ทั่วภูมิภาค พร้อมให้คำปรึกษาในการผลิต
5. จัดการประเมินผลโครงการ

## งบประมาณโครงการ

งบประมาณ 500,000 บาท

## การประเมินผล

วัตถุประสงค์	วิธีการวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
พัฒนาฝีมือและทักษะให้กับผู้ประกอบการผลิตผ้าไหม	ได้ผ้าไหมที่มีสีสันที่หลากหลาย เป็นที่ต้องการของตลาด	คณะกรรมการที่จัดการฝึกอบรม

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการผลิตผ้าไหมสามารถผสมสีของผ้าได้หลากหลาย ทำให้สามารถเจาะกลุ่มตลาดใหม่ๆ ได้

**โครงการที่ 9** “ผู้ประกอบการผ้าไหมกับการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ”

**องค์กรที่เสนอโครงการ** ผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจไหม

**ผู้รับผิดชอบโครงการ** มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และเครือข่ายอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

**ตำแหน่ง** หน่วยงานภาครัฐ

#### **หลักการและเหตุผล**

เนื่องจากผู้ประกอบการในเครือข่ายผ้าไหมในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีความหลากหลาย ทั้งในระดับกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อมและผู้ประกอบการขนาดกลาง และปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คือ เรื่องของการขาดความรู้ในเชิงบริหารจัดการ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม หรืออาจเทียบได้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมกลุ่มกันประกอบการ กลุ่มในลักษณะเช่นนี้มีอยู่จำนวนมากในภูมิภาค ดังนั้นเพื่อเป็นการยกฐานของเครือข่ายวิสาหกิจในระดับภูมิภาคจึงควรหันมาให้ความสนใจในเรื่องของการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ และเป็นการกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ที่มีคุณภาพ รวมถึงการส่งเสริมและกระตุ้นเรื่องของงบการลงทุนร่วมกับสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุน

#### **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจยกระดับตนเองสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับนานาชาติหรือในเวทีการค้าเสรี
2. เพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมผ้าไหมมีความเข้มแข็งทางการตลาด และสามารถเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายหรือแหล่งเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

#### **กลุ่มเป้าหมาย**

ผู้ประกอบการที่ผลิตผ้าไหมในกลุ่ม 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

#### **พื้นที่ดำเนินงาน**

จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดอุบลราชธานี

ระยะเวลาดำเนินโครงการ 1 ปี

**กิจกรรมการดำเนินงาน**

1. จัดทำโครงการและวางแผนการดำเนินงานตลาดโครงการร่วมกันของทุกภาคส่วน
2. จัดกิจกรรมการอบรมในเรื่องเกี่ยวกับ ผู้ประกอบการสินค้าผ้าไหมกับความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการ การตลาด บัญชี และการเงินให้กับผู้ประกอบการเดิมทั้งในระดับวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลาง
3. จัดกิจกรรมการศึกษาดูงานการบริหารจัดการ การทำการค้าเสรี การตลาด การเงิน และบัญชีของผู้ประกอบการในทุกระดับ
4. จัดทีมที่ปรึกษาเรื่อง การบริหารจัดการ การตลาด การเงินและการบัญชีแก่ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ทุกระดับ
5. จัดกิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการใหม่ในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่
6. จัดกิจกรรมผู้ประกอบการใหม่พบสถาบันการเงิน
7. ประเมินผลโครงการ

**งบประมาณโครงการ**

งบประมาณ 500,000 บาท

**การประเมินผล**

วัตถุประสงค์	วิธีการวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
พัฒนาและส่งเสริมความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ้าไหม	1. ผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจใหม่มีความรู้ในการบริหารจัดการ การทำการค้าเสรี การตลาด การเงินและบัญชีที่เป็นระบบ 2. เกิดผู้ประกอบการใหม่อย่างน้อยปี ละไม่น้อยกว่า 3 ราย	คณะกรรมการที่จัดการฝึกอบรม

**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ยกระดับความสามารถของผู้ประกอบในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ในด้านการบริหารจัดการ การค้าเสรี การตลาด การเงินและการบัญชี
2. การตลาดของอุตสาหกรรมผ้าไหมสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างแท้จริง

<b>โครงการที่ 10</b>	จัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของฝากระดับจังหวัด
<b>องค์กรที่เสนอโครงการ</b>	ผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
<b>ผู้รับผิดชอบโครงการ</b>	สถาบันหม่อนไหมและสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่
<b>ตำแหน่ง</b>	หน่วยงานภาครัฐ

#### หลักการและเหตุผล

เนื่องจากสินค้าผ้าไหมเป็นงานหัตถกรรมหรืองานฝีมือ ดังนั้นปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน คือ ความหลากหลายของลักษณะของสินค้าผ้าไหม ผู้ประกอบการผ้าไหมส่วนใหญ่สามารถแบ่งออกได้ 2 ลักษณะ คือ ผู้ประกอบการที่เน้นการผลิตงานจากงานฝีมือ และผู้ประกอบการที่เน้นปริมาณการผลิตมุ่งตอบสนองตลาด คือ ผู้ที่มีการนำเทคโนโลยีการผลิตเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะบอกได้ว่าสินค้าแบบใด คือ สินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้นจึงเป็นความสำคัญที่จะต้องมีการมาควบคุมมาตรฐานสินค้าผ้าไหมให้เกิดคุณภาพและได้มาตรฐาน อันจะทำให้เกิดการยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
2. เพื่อให้สินค้าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและได้มาตรฐาน อันจะทำให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

#### กลุ่มเป้าหมาย

นักวิชาการและนักวิจัยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม 8 จังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ)

#### พื้นที่ดำเนินงาน

จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดนครราชสีมา

#### ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ใช้ระยะเวลา 6 เดือนในการจัดตั้ง และหลังจากนั้นจะดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

### กิจกรรมการดำเนินงาน

1. จัดทำโครงการเพื่อนำเสนอ พร้อมทั้งวางแผนการดำเนินงานตลอดจนกิจกรรมร่วมกันของหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน
2. สรรหานักวิชาการและผู้มีความชำนาญโดยตรงในการทำหน้าที่ในการตรวจสอบและควบคุม
3. กำหนดมาตรฐานและตัวชี้วัดมาตรฐานของสินค้าโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อเป็นการสร้างการยอมรับในมาตรฐานในขั้นต้นของทุกฝ่ายร่วมกัน
4. ประกาศเรื่องขอมา มาตรฐานสินค้าผ้าไหมออกสู่ผู้ประกอบการและสาธารณชน พร้อมทำการรณรงค์เรื่องขอมาตรฐานสินค้า อันจะเป็นการยกระดับสินค้าสู่ความเป็นสากล
5. นำเดินการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหม
6. มอบตรามาตรฐานสินค้าแก่ผู้ประกอบการที่ผ่านมาตรฐาน
7. ประเมินผลโครงการ

### งบประมาณโครงการ

งบประมาณ จำนวน 2,000,000 บาทในปีแรก และจำนวน 500,000 บาทในปีต่อไป

### การประเมินผล

วัตถุประสงค์	วิธีการวัดความสำเร็จ	ผู้ประเมิน
เพื่อควมามีมาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์	ยอดขายของสินค้า	คณะกรรมการกลาง

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและมีมาตรฐานมากขึ้นและมียอดขายที่สูงเป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้า ทำให้มีกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี



ตารางสรุปแผนงาน/โครงการการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง  
(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ยโสธร และอำนาจเจริญ)

โครงการ	องค์กรผู้รับผิดชอบ	แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	พื้นที่ดำเนินการ	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)
1. โครงการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมครบวงจรระดับกลุ่มจังหวัด	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุลและ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล อีสานร่วมกับ มหาวิทยาลัยศรีอยุธยา ในภาคตะวันออกเฉียง เหนือตอนล่าง	<b>แนวคิดโครงการ</b> เพื่อเป็นศูนย์กลางทางวิจัยที่ รับผิดชอบศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมไหมครบวงจร ตั้งแต่การปลูกไหมก่อน การเลี้ยง ไหม การสาวไหม การทอผ้าไหม และการตัดเย็บแปรรูปสินค้า ต่างๆที่เกิดจากไหม <b>วัตถุประสงค์</b> 1. การจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนา ไหมครบวงจร 2. เป็นแหล่งสนับสนุนการ วิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนา อุตสาหกรรมไหม 3. เป็นแหล่งรวบรวม ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนา อุตสาหกรรมไหม	นักวิจัยและ คณาจารย์ สถาบันอุดมศึกษา ในกลุ่ม 8 จังหวัด	ศูนย์วิจัยตั้งจังหวัด นครราชสีมาและจังหวัด อุบลราชธานี	1 ปี	ปีแรก 2,000,000 /ปี และ งบประมาณ ต่อเนื่องปีละ 500,000 บาท

เครือข่ายวิสาหกิจไหม : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

โครงการ	องค์กรผู้รับผิดชอบ	แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	พื้นที่ดำเนินการ	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)
<p>2. การวิจัยเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รีไซเคิลสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง</p>	<p>มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีอยุธยา ในภาคตะวันออกศึกษาเหนือตอนล่าง</p>	<p><b>แนวคิดโครงการ</b></p> <p>4. เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างยั่งยืน</p>	<p>นักวิชาการในพื้นที่และผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจใหม่</p>	<p>8 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>6 เดือน</p>	<p>10,000,000 บาท</p>
		<p><b>วัตถุประสงค์</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานพฤติกรรมของตลาดกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>2. เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาด</li> </ol>				

เครือข่ายวิสาหกิจใหม่ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

<p><b>โครงการ</b></p>	<p><b>องค์กรผู้รับผิดชอบ</b></p>	<p><b>แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ</b></p>	<p><b>กลุ่มเป้าหมาย</b></p>	<p><b>พื้นที่ดำเนินการ</b></p>	<p><b>ระยะเวลา</b></p>	<p><b>งบประมาณ (บาท)</b></p>
<p>3. การส่งเสริมการตลาดของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>คณะวิทยาศาสตร์ราชภัฏนครราชสีมาและเครือข่ายอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ร่วมกับหอการค้าจังหวัดอุตรดิตถ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</p>	<p><b>แนวคิดโครงการ</b> ปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงของผู้ผลิตและการประกอบการผลิตใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันสูงขึ้น</p> <p><b>วัตถุประสงค์</b> 1. เพื่อการประชาสัมพันธ์ถึงธุรกิจกลุ่มเป้าหมาย 2. เพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผ้าไหมเพิ่มขึ้น 3. เพื่อเป็นการขยายตลาดผ้าไหมให้กว้างมากขึ้น</p>	<p>ผู้ประกอบการผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>8 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>3 ปี</p>	<p>2,000,000</p>

เครือข่ายวิสาหกิจใหม่ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

<p><b>โครงการ</b></p>	<p><b>องค์กรผู้รับผิดชอบ</b></p>	<p><b>แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ</b></p>	<p><b>กลุ่มเป้าหมาย</b></p>	<p><b>พื้นที่ดำเนินการ</b></p>	<p><b>ระยะเวลา</b></p>	<p><b>งบประมาณ (บาท)</b></p>
<p>4. การสร้างตราสินค้าผ้าไหมในระดับภูมิภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>ศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษา อุตสาหกรรมจังหวัด และผู้ประกอบการผลิต เตอร์ไหม</p>	<p><b>แนวคิดโครงการ</b>                      การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า คือ การสร้างตราสินค้าหรือชื่อเป็นที่รู้จักและสร้างการยอมรับให้กับผู้บริโภค จะช่วยให้ผ้าไหมเป็นที่รับรู้และได้รับการยอมรับในตัวสินค้ามากขึ้น  <b>วัตถุประสงค์</b>                      1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการสร้างตราสินค้าผ้าไหม                      2. เพื่อให้ได้ตราสินค้าผ้าไหม และเครือข่ายภาค                      ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง                      3. เพื่อเป็นการขยายตัวสินค้าไหมสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ</p>	<p>ผู้ประกอบการผ้าไหมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>8 จังหวัด ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>1 ปี</p>	<p>1,000,000</p>

เครือข่ายวิสาหกิจไหม : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

โครงการ	องค์กรผู้รับผิดชอบ	แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	พื้นที่ดำเนินการ	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)
<p>5. การพัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำของเครือข่ายวิสาหกิจใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</p>	<p>สถาบันหมอนไหมเฉลิมพระเกียรติจังหวัดนครราชสีมาอุตสาหกรรมจังหวัดเครือข่ายวิสาหกิจศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจและเครือข่ายอุดมศึกษา</p>	<p><b>แนวคิดโครงการ</b> การพัฒนาและอุตสาหกรรมต้นน้ำหรือการพัฒนาและต้นน้ำใหม่เป็นปัญหาใหญ่ที่สำคัญเนื่องจากจำนวนผู้เลี้ยงไหมมีจำนวนน้อยลงมาก เพราะการขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังของทางรัฐทั้งในระดับนโยบายและงบประมาณ เนื่องจากการเลี้ยงไหมต้องใช้เทคนิคและการเอาใจใส่ที่สูงมาก</p> <p><b>วัตถุประสงค์</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อให้มีปริมาณเส้นไหมเพิ่มมากขึ้น</li> <li>2. เพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ความชำนาญให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม</li> <li>3. เพื่อให้มีผู้ประกอบการต้นน้ำหรือผู้เลี้ยงไหมเพิ่มขึ้น</li> </ol>	<p>ผู้ประกอบการค้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>8 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>1 ปี (ดำเนินการต่อเนื่อง 5 ปี)</p>	<p>1,000,000</p>

เครือข่ายวิสาหกิจใหม่ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

<p><b>โครงการ</b></p>	<p><b>องค์กรผู้รับผิดชอบ</b></p>	<p><b>แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ</b></p>	<p><b>กลุ่มเป้าหมาย</b></p>	<p><b>พื้นที่ดำเนินการ</b></p>	<p><b>ระยะเวลา</b></p>	<p><b>งบประมาณ (บาท)</b></p>
<p>6. การจัดประกวดแข่งขันผ้าไหม ก๊วยซำทำงาน/วัยรุ่นหญิงด้วย พระราชทานสมเด็จพระนางเจ้า พระบรมราชินีนาถ</p>	<p>อุตสาหกรรมจังหวัด และเครือข่ายวิสาหกิจ ไหมไทย</p>	<p><b>แนวคิดโครงการ</b> เพื่อสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่ ประกวดออกแบบและตัดเย็บผ้า ไหมและช่วยส่งเสริมสินค้า หัตถกรรมของไทยให้เป็นที่ยอมรับ และรู้จักกันแพร่หลาย <b>วัตถุประสงค์โครงการ</b> 1. เพื่อให้คนรุ่นใหม่และวัย ทำงานเห็นคุณค่าและความ สวยงามของผ้าไหม 2. เพื่อเป็นการส่งเสริมทาง การตลาด 3. เพื่อให้การออกแบบชุดผ้า ไหมมีความหลากหลาย</p>	<p>กลุ่มผู้บริโภคในวัย ทำงานและวัยรุ่น</p>	<p>8 จังหวัด ภาค ตะวันออกและถึงเหนือ ตอนล่าง</p>	<p>1 ปี จัดในช่วง วันที่ 12 สิงหาคมของ ทุกปีเป็นช่วง ประกาศผล</p>	<p>3,000,000</p>

เครือข่ายวิสาหกิจไหม : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

โครงการ	องค์กรผู้รับผิดชอบ	แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	พื้นที่ดำเนินการ	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)
7. โครงการจัดอบรมออกแบบบรรจุภัณฑ์ อย่างเป็นทางการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และเครือข่ายมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	<p><b>แนวคิดโครงการ</b></p> <p>การออกแบบสินค้าใหม่จะเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และยังสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้</p> <p><b>วัตถุประสงค์</b></p> <p>1. เพื่อให้ผู้ประกอบการเครือข่ายได้มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์</p> <p>2. เพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีแบบใหม่ๆ ให้ตรงใจตลาด</p>	ผู้ประกอบการค้าใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	8 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	1 ปี	2,000,000

เครือข่ายวิทยาลัยใหม่ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

โครงการ	องค์กรผู้รับผิดชอบ	แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	พื้นที่ดำเนินการ	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)
<p>8. โครงการฝึกอบรมทักษะการผสมสีที่หลากหลายเพื่อเป็นการส่งเสริมการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจใหม่ไทย</p>	<p>สถาบันหมอนไหม สถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการในเครือข่าย</p>	<p><b>แนวคิดโครงการ</b>                      เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการและช่วยให้ผู้ประกอบการมีแนวคิดผู้ประกอบการที่แนวคิดใหม่ๆ ในการทอผ้า สีเส้นและรูปแบบแฟชั่นที่ทันสมัย  <b>วัตถุประสงค์</b>                      1. เพื่อพัฒนาฝีมือและศักยภาพให้กับผู้ประกอบการที่ผลิตผ้าไหม                      2. เพื่อให้ได้รูปแบบผ้าไหมที่มีสีสันและรูปแบบที่หลากหลายตรงตามความต้องการของตลาด</p>	<p>ผู้ประกอบการผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>จังหวัดนครราชสีมาและอุบลราชธานี</p>	<p>6 เดือน</p>	<p>500,000</p>

เครือข่ายวิสาหกิจไหม : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง



<p><b>โครงการ</b></p>	<p><b>องค์กรผู้รับผิดชอบ</b></p>	<p><b>แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ</b></p>	<p><b>กลุ่มเป้าหมาย</b></p>	<p><b>พื้นที่ดำเนินการ</b></p>	<p><b>ระยะเวลา</b></p>	<p><b>งบประมาณ (บาท)</b></p>
<p>9. ผู้ประกอบการค้าใหม่กับการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และเครือข่ายมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p><b>แนวคิดโครงการ</b> ผู้ประกอบการในเครือข่ายใหม่ในพื้นที่เป้าหมายมีปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินหรือการประกอบธุรกิจ เพราะส่วนใหญ่ยังไม่เป็นผู้ประกอบการขนาดไม่ใหญ่มาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้ความรู้ในด้านนี้</p> <p><b>วัตถุประสงค์</b> 1. เพื่อเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจระดับตนเองผู้การเป็นผู้ประกอบการระดับเวทีโลก 2. เพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมค้าใหม่มีความเข้มแข็งทางการตลาด</p>	<p>ผู้ประกอบการค้าใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p>จังหวัดนครราชสีมาและอุบลราชธานี</p>	<p>1 ปี</p>	<p>500,000</p>

เครือข่ายวิสาหกิจใหม่ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

โครงการ	องค์กรผู้รับผิดชอบ	แนวคิดและวัตถุประสงค์โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	พื้นที่ดำเนินการ	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)
<p>10. การจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานการผลิตของโรงสีและของฝาก</p>	<p>สถาบันหมอนไหม และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และเครือข่ายมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง</p>	<p><b>แนวคิดโครงการ</b> แนวโน้มนตลาดในปัจจุบันและอนาคต ผู้บริโภคมีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้า ประกอบยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการให้ควมสนใจในการผลิตสินค้าสำหรับตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยว เป็นอีกกลุ่มตลาดหนึ่ง</p> <p><b>วัตถุประสงค์</b> 1. เพื่อให้มีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานการผลิตสินค้าใหม่ 2. เพื่อให้สินค้าผ้าไหมมีคุณภาพและได้มาตรฐาน ทำให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p>	<p>นักวิชาการและนักวิจัยมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าในพื้นที่</p>	<p>นครราชสีมา อุบลราชธานี</p>	<p>6 เดือน</p>	<p>2,000,000 บาทในปี แรกและจำนวน 500,000บาท ในปีต่อไป</p>

เครือข่ายวิทยาลัยใหม่ : กลุ่มพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

# Cluster **SMEs**