

# รายงานฉบับสมบูรณ์

งานจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ  
ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
รายสาขา/ รายพื้นที่/ รายประเด็น:

---

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
ในพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland)

สรุปภาพรวม  
การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก

## สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร .....	1
1. บทนำ.....	1
1.1 หลักการและเหตุผล.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ .....	1
1.3 แนวคิดการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็ก .....	2
1.4 นิยามของพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland) และการกำหนดพื้นที่ดำเนินการ.....	4
2. กรณีศึกษาด้านแบบที่ดี (Best Practice) ด้านการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก .....	8
2.1 แนวทางการพัฒนา SME ของกรณีศึกษาด้านแบบที่ดีในต่างประเทศ.....	8
2.2 แนวทางการพัฒนา SME ของกรณีศึกษาด้านแบบที่ดีในประเทศ.....	16
3. การศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลและแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเป้าหมาย.....	22
3.1 จังหวัดพิษณุโลก.....	22
3.2 จังหวัดราชบุรี .....	35
3.3 จังหวัดเชียงราย .....	49
3.4 จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	62
4. สรุปกรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย .....	76
4.1 กรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก.....	76
4.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก.....	93
ภาคผนวก การจัดลำดับของเมืองในรายการ ปี พ.ศ. 2600.....	ก-1
บรรณานุกรม.....	ข-1

## บทสรุปผู้บริหาร

ตามที่ทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีความสำคัญต่อประเทศทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ครอบคลุมภาคเกษตร ภาคผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ ด้วยจำนวนที่มีมากถึง 2,736,744 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.73 ของจำนวนวิสาหกิจทั่วประเทศ ก่อให้เกิดมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 5,212,004 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 41.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ รวมถึงมีการจ้างงานจำนวน 10,749,735 คน คิดเป็นร้อยละ 80.44 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2558

หากแต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้วิสาหกิจในแต่ละพื้นที่ มีการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้น การกำหนดแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องทราบข้อมูลสถานการณ์ ประเด็นที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ สภาพปัญหาในแต่ละสาขาธุรกิจและพื้นที่ซึ่งมีการกระจุกตัวของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland) ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดที่ไม่ใช่เมืองใหญ่ หรือชนบทนอกเขตเมือง/นอกเขตเทศบาล จึงได้ทำการศึกษาปัจจัยและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก เพื่อทราบถึงศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ดังกล่าว และจัดทำเป็นยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมิติเชิงพื้นที่การดำเนินธุรกิจ: การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก อันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อไป

### แนวคิดการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็ก

ในการศึกษาการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็กได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและองค์ประกอบในการศึกษา โดยจากการศึกษาพบว่าแนวคิดในการพัฒนา SME ประกอบด้วยปัจจัยหลักในการพัฒนา 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

- 1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service Development)
- 2) ด้านการพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์ (Distribution Channel and Logistics Development)
- 3) ด้านการพัฒนาแรงงาน (Skilled Labour Development)
- 4) ด้านการสนับสนุนทางการเงิน (Fund Raising)
- 5) ด้านการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Communities)
- 6) ด้านนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Development Policy)

### กรอบแนวคิดการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็ก



### นิยามของพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland) และการกำหนดพื้นที่ดำเนินการ

การกำหนดนิยามของพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland) โดยทั่วไป หมายความถึง พื้นที่ซึ่งมีความห่างไกลจากตัวเมืองหลัก และมีความเจริญไม่สูงมาก หากแต่ในการศึกษาข้อมูลในการดำเนินงานครั้งนี้ ได้พิจารณาจากข้อมูลหลักใน 2 ส่วนคือ

- 1) การพิจารณาความห่างไกลจากตัวเมือง คัดเลือกจากข้อมูลผังประเทศไทย พ.ศ. 2600 จัดทำโดยกรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย เพื่อพิจารณาพื้นที่ซึ่งไม่ใช่ตัวเมืองหลัก ซึ่งในผังประเทศไทยได้กำหนดเมืองศูนย์กลางภูมิภาคไว้ 5 เมือง คือ เชียงใหม่ นครราชสีมา ขอนแก่น หาดใหญ่ และภูเก็ต ซึ่งจะพัฒนาขึ้นเป็นเมืองหลักในแต่ละภูมิภาคเพื่อการกระจายความเจริญต่อจากกรุงเทพมหานคร
- 2) การพิจารณาความเจริญของพื้นที่ในระดับจังหวัด พิจารณาจากข้อมูลมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร (Gross Provincial Product: GPP/ Capita) ปี 2557 ซึ่งกำหนดขอบเขตจังหวัดที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 195,995 บาท ซึ่งมีจำนวน 63 จังหวัด

จากนั้นจึงพิจารณาเปรียบเทียบโดยอาศัยเกณฑ์ข้อมูล 2 ส่วน คือ 1) ศักยภาพของ SME ในพื้นที่ คือ ความหนาแน่นของ SME ในพื้นที่, อัตราการขยายตัวของจำนวน SME ในพื้นที่, อัตราการจ้างงานของ SME ในพื้นที่เมืองต่อจำนวนประชากรของจังหวัด และ 2) ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่ คือ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร และโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งในพื้นที่ ซึ่งสามารถคัดเลือก **พื้นที่เป้าหมายการดำเนินงาน ใน 4 พื้นที่ ประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก ราชบุรี เชียงราย และสุราษฎร์ธานี** โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ

- 1) เป็นจังหวัดที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อประชากร น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ
- 2) เป็นเมืองสำคัญลำดับที่ 1 ตามผังประเทศไทย พ.ศ. 2600

- 3) มีศักยภาพพื้นฐานในพื้นที่ซึ่งสามารถสนับสนุนการพัฒนา SME ในพื้นที่ได้ ไม่ว่าจะเป็นความหนาแน่นของ SME ในพื้นที่ อัตราการขยายตัวของ SME ในพื้นที่ อัตราการจ้างงานของ SME ในพื้นที่ รายได้ต่อหัวของประชากรในพื้นที่ รวมไปถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมขนส่งในพื้นที่

### กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) ด้านการพัฒนา SME ในพื้นที่เมืองเล็ก

ก่อนที่จะศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของแต่ละพื้นที่เป้าหมายนั้น ได้มีการศึกษาข้อมูลตัวอย่างจากพื้นที่ต้นแบบทั้งในและต่างประเทศ อาทิ การพัฒนา SME ใน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน แนวทางการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนแนวคิดในการพัฒนา SME ในพื้นที่เมืองเล็ก โดยสามารถสรุปเป็นปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ดังนี้

1. เป้าหมายในการพัฒนา SME ต้องมีความชัดเจน โดยในการพัฒนาพื้นที่ทั้งในและต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จนั้น มีการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาพื้นที่ชัดเจน และสามารถสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนไปพร้อมกันได้โดยสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานทุกระดับ รวมไปถึง SME ในพื้นที่
2. นโยบาย SME ในภาพรวมและในระดับพื้นที่สอดคล้องกับเป้าหมายและนโยบายระดับประเทศ หน่วยงานทุกภาคส่วนมีการออกนโยบายสนับสนุน SME ที่มีความสอดคล้อง เชื่อมโยงกัน ทั้งในระดับพื้นที่และภาพรวมในระดับประเทศ อันจะทำให้ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่สามารถสร้างประโยชน์แก่ SME ในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง
3. กลไกการบริหารจัดการมีความคล่องตัว โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานชัดเจน เป็นการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อดูแล ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา SME ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการดำเนินการทางธุรกิจต่างๆ ต่อ SME ในพื้นที่ โดยมีการนำนโยบายการพัฒนา SME มาดำเนินการในทางปฏิบัติ รวมถึงการทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการ SME สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. มาตรการทางกฎหมายและสิทธิประโยชน์ที่ส่งเสริมการพัฒนาของ SME หน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศ มีการทบทวนและปรับปรุงกฎ ระเบียบต่างๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ สภาพแวดล้อมในแต่ละช่วงเวลา เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ SME ในการดำเนินงานและจัดตั้งธุรกิจ พร้อมทั้งมีหน่วยงานหรือช่องทางติดต่อที่ผู้ประกอบการสามารถหาข้อมูลหรือคำแนะนำในการดำเนินธุรกิจได้โดยสะดวก รวดเร็ว

### การศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลและแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดพิษณุโลก

จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยศักยภาพพื้นฐานเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าการลงทุนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง และมีเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

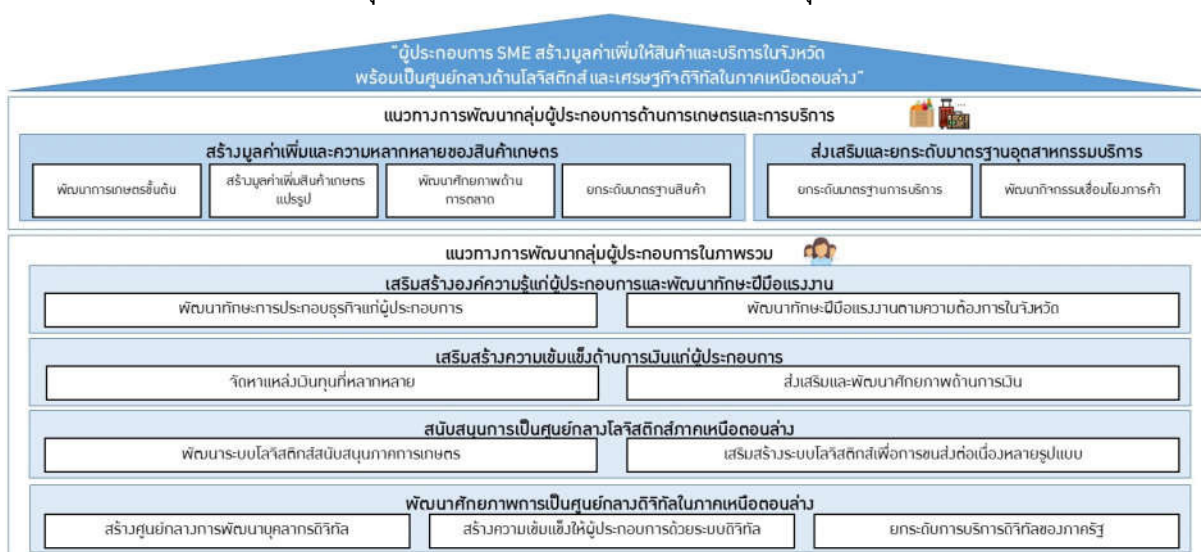
ผ่านจุดตัดเส้นทางเหนือ-ใต้ และเส้นทางตะวันออก-ตะวันตก ผ่านบริเวณสี่แยกอินโดจีน ซึ่งเป็นพื้นที่ทางยุทธศาสตร์ที่สามารถสนับสนุนผู้ประกอบการในจังหวัดและพื้นที่ข้างเคียงให้มีการพัฒนาผ่านโอกาสเหล่านี้ให้เติบโตต่อไปได้

ในการนี้ ได้มีการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานราชการ และภาคเอกชน พบว่า แนวทางการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดพิษณุโลกนั้น เน้นไปที่การพัฒนาด้านสินค้าการเกษตร และการเป็นศูนย์กลางการบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับจังหวัดสุโขทัย เพชรบูรณ์ และประเทศเพื่อนบ้าน รวมไปถึงการเป็นศูนย์กลางด้านการค้า การลงทุน ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง และภาคกลางตอนบนอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีการสำรวจผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าใจถึงสถานการณ์ในจังหวัด ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลกมีความโดดเด่นด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ การได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ การกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ เป็นหลัก

จากการรวบรวมข้อมูลข้างต้น สามารถวิเคราะห์และสรุปเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดพิษณุโลกได้เป็น 6 ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

### ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดพิษณุโลก



#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างมูลค่าเพิ่มและความหลากหลายของสินค้าเกษตร

ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรให้มีความหลากหลาย โดยมีการวางแผนการเพาะปลูกอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรแปรรูปภายในจังหวัด ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ รวมถึงพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการตลาดเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเพิ่มฐานลูกค้า พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานสินค้าเพื่อรองรับตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาการเกษตรขั้นต้น** โดยการบริหารจัดการพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรภายในจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบจากการเพาะปลูกพืชชนิดเดียวกันและทำให้ราคาตกต่ำลง

- 2) **สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรแปรรูป** โดยการยกระดับการแปรรูปสู่การแปรรูปขั้นสูง หรือขั้นอุตสาหกรรม จากการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในกระบวนการผลิต
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** ส่งเสริมแนวทางการขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์
- 4) **ยกระดับมาตรฐานสินค้า** ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

### ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการ

สนับสนุนให้ผู้ประกอบการภาคบริการตระหนักถึงความสำคัญของการขึ้นทะเบียนสถานประกอบการและการได้รับมาตรฐานต่างๆ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมบริการในภาพรวมของจังหวัด พร้อมทั้งส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จากศักยภาพและเอกลักษณ์ภายในพื้นที่ ควบคู่กับการสร้างสรรค์การบริการรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในอนาคตของจังหวัด ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **ยกระดับมาตรฐานการบริการ** เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ที่เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งการยกระดับมาตรฐานโรงแรมและที่พัก และการจัดทำฐานข้อมูลโรงแรมที่มีมาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาศูนย์สุขภาพตามเป้าหมายของการพัฒนาในพื้นที่
- 2) **พัฒนากิจกรรมเชื่อมโยงการค้า** โดยการส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมภายในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และนำผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกิจกรรมมาขายในงาน เช่น การนำเสนออาหารเพื่อสุขภาพในงานกิจกรรมทางด้านการกีฬา เป็นต้น

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ ให้เป็นผู้ประกอบการที่มองการณ์ไกล สามารถสร้างและบริหารธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่มีทักษะและความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทักษะการทำบัญชี รวมถึงการปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการที่ดี
- 2) **พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด** ส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการบริการ เช่น การอบรมทักษะทางด้านการบริการให้แก่พนักงานโรงแรมในพื้นที่ หรือการอบรมความรู้เกี่ยวกับการนวดแผนไทย เป็นต้น

#### ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาทางการเงิน ด้วยการจัดหาและสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบในพื้นที่ พร้อมทั้งพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในเรื่องของการกู้เงินจากธนาคาร เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** สนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบในพื้นที่ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ในการขอกู้เงิน
- 2) **ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาทางด้านการเงินในพื้นที่

#### ยุทธศาสตร์ที่ 5 สนับสนุนการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ภาคเหนือตอนล่าง

จากศักยภาพและตำแหน่งที่ตั้งของจังหวัด การพัฒนาด้านโลจิสติกส์จึงถือเป็นโอกาสสำคัญที่ผู้ประกอบการด้านการขนส่งและของจังหวัดในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าของภาคเหนือตอนล่าง เพื่อส่งออกไปยังภูมิภาคอื่นหรือประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการพัฒนาระบบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาระบบโลจิสติกส์สนับสนุนภาคการเกษตร** ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า เพื่อเป็นแหล่งรวมผลิตภัณฑ์ภาคการเกษตร และสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์อาหารปลอดภัยของภาคเหนือ
- 2) **เสริมสร้างระบบโลจิสติกส์เพื่อการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ** ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาระบบการขนส่ง เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมการผลิต การค้าและบริการภายในพื้นที่ และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละด้านในอนาคต

#### ยุทธศาสตร์ที่ 6 พัฒนาศักยภาพการเป็นศูนย์กลางดิจิทัลในภาคเหนือตอนล่าง

ส่งเสริมผู้ประกอบการและบุคลากรภายในจังหวัดให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาธุรกิจทุกภาคส่วนภายในจังหวัดอย่างเป็นพลวัต และยังสามารถคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของยุทธศาสตร์การพัฒนาในพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างศูนย์กลางการพัฒนาบุคลากรดิจิทัล** ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ทางด้าน ICT ประจำชุมชน พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปเห็นถึงประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งานในการพัฒนาธุรกิจหรือในชีวิตประจำวัน
- 2) **สร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการด้วยระบบดิจิทัล** ส่งเสริมการยกระดับและพัฒนาธุรกิจด้วยการนำเทคโนโลยีหรือระบบสารสนเทศต่างๆ เข้ามาใช้งานในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในแต่ละประเภทธุรกิจ
- 3) **ยกระดับการบริการดิจิทัลของภาครัฐ** พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการติดต่อและดำเนินงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ



ในพื้นที่ ทั้งหน่วยงานภาครัฐกับภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐกับเอกชน ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐกับประชาชนในพื้นที่

### การศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลและแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดราชบุรี

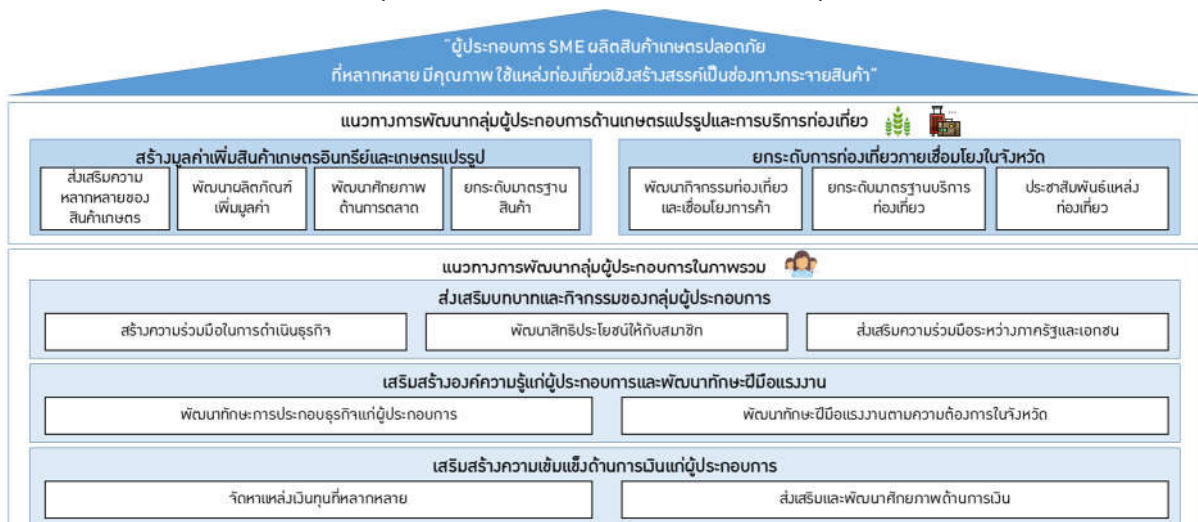
จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ภาคตะวันตกของประเทศไทย ซึ่งถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 โดยศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดอยู่ในภาคการเกษตรเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ จะอาศัยแนวทางการต่อยอดจากภาคการเกษตรด้วยเช่นกัน

ในการนี้ ได้มีการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานราชการ และภาคเอกชน พบว่า แนวทางการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดราชบุรีนั้น เน้นไปที่การพัฒนาด้านสินค้าการเกษตรปลอดภัย และเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งมีความหลากหลาย และอยู่ใกล้กรุงเทพฯ โดยสามารถจะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ เข้ามาในพื้นที่ได้จำนวนมาก และสามารถเชื่อมโยงผลผลิตการเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางการตลาดได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีการสำรวจผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าใจถึงสถานการณ์ในจังหวัด ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดราชบุรีมีความโดดเด่นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้มีความหลากหลาย และทักษะฝีมือแรงงานที่เป็นช่างศิลป์ ช่างฝีมือ เป็นหลัก

จากการรวบรวมข้อมูลข้างต้น สามารถวิเคราะห์และสรุปเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดราชบุรีได้เป็น 5 ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

### ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดราชบุรี



### ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรแปรรูป

ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรให้มีความหลากหลาย โดยการร่วมมือกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ รวมถึงพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการตลาดเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเพิ่มฐานลูกค้า พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานสินค้าเพื่อรองรับตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **ส่งเสริมความหลากหลายของสินค้าเกษตร** เพื่อเพิ่มช่องทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า
- 2) **พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า** ส่งเสริมการต่อยอดห่วงโซ่คุณค่า โดยการยกระดับการแปรรูปสู่ขั้นสูงหรือขั้นอุตสาหกรรม รวมถึงการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในการผลิต
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** ส่งเสริมแนวทางขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์
- 4) **ยกระดับมาตรฐานสินค้า** ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

### ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในจังหวัด

สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวในเมืองมากขึ้น และเชื่อมโยงกับการค้าในพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและเชื่อมโยงการค้า** โดยการส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมภายในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และการนำผลิตภัณฑ์เด่นในพื้นที่มาเชื่อมโยงกับการบริการ เช่น การเสิร์ฟสับปะรด หรือ มะพร้าว น้ำหอม ในโรงแรมภายในจังหวัด
- 2) **ยกระดับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว** เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งการยกระดับมาตรฐานโรงแรมและที่พัก และการจัดทำฐานข้อมูลโรงแรมที่มีมาตรฐาน
- 3) **ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด** ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวอย่างกระจายในทุกอำเภอ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมบทบาทและกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ

ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างหลากหลาย รวมถึงการพัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ** ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับของการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และสนับสนุนการรวมกลุ่มในกลุ่มที่ธุรกิจที่หลากหลาย

- 2) **พัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิก** ร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาความร่วมมือ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้กับกลุ่มสมาชิก
- 3) **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน** ยกกระดับความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการดำเนินการในทิศทางเดียวกัน

#### ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ให้เป็นผู้ประกอบการที่มองการณ์ไกล สามารถสร้างและบริหารธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่มีทักษะและความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทักษะการทำบัญชี รวมถึงการปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการที่ดี
- 2) **พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด** ส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการบริการด้านการโรงแรม เช่น ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของแรงงานต่างด้าว

#### ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

ส่งเสริมและช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาทางการเงิน ด้วยการจัดหาและสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบการในพื้นที่ พร้อมทั้งพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในเรื่องของการกู้เงินจากธนาคาร เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** รวมถึงการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ในการขอกู้เงิน
- 2) **ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### **การศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลและแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเชียงราย**

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยศักยภาพพื้นฐานเป็นเมืองชายแดนที่มีการค้าการลงทุนในพื้นที่ ตลอดจนมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในหลายทาง ไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ทั้งประเทศลาว และเมียนมา อีกทั้งยังเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศอีกหนึ่งพื้นที่ที่สำคัญ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการลงทุนในพื้นที่และสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดได้

ในการนี้ ได้มีการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานราชการ และภาคเอกชน พบว่า แนวทางการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดเชียงรายนั้น เน้นไปที่การพัฒนาด้านสินค้าเกษตรอินทรีย์ ชา/กาแฟ และสมุนไพร รวมถึงการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งมีความหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งทางจังหวัดเชียงรายได้กำหนดแนวทางหลักในการพัฒนาพื้นที่ คือ การส่งเสริมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ สมุนไพร และศิลปวัฒนธรรม (Health Herb Heritage) อีกทั้งยังมีการจัดทำตราสินค้าของจังหวัด หรือ “เชียงรายแบรนด์” (Chiangrai Brand) เพื่อรับรองคุณภาพ มาตรฐานของสินค้าและบริการในจังหวัด ซึ่งนับได้ว่าเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME อีกทางหนึ่งด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังมีการสำรวจผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าใจถึงสถานการณ์ในจังหวัด ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงรายมีความโดดเด่นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้มีความหลากหลาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของจังหวัดเอง เป็นหลัก

จากการรวบรวมข้อมูลข้างต้น สามารถวิเคราะห์และสรุปเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเชียงรายได้เป็น 6 ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

### ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเชียงราย



#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์ การแปรรูปและผลิตภัณฑ์จากชา กาแฟ

มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ภายในจังหวัดในด้านต่างๆ รวมถึงพัฒนาด้านอื่นๆ ที่มีส่วนในการสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าดังกล่าว เช่น ด้านการตลาด และมาตรฐานสินค้า โดยประกอบไปด้วยกลยุทธ์ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

- 1) **ส่งเสริมการปลูกสินค้าเกษตรอินทรีย์** โดยครอบคลุมตั้งแต่การอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการเพาะปลูก ตลอดจนการจัดทำฐานข้อมูล และการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการบริหารจัดการพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

- 2) **สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรแปรรูป** โดยสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่มีอยู่ รวมถึงการพัฒนาความหลากหลายและการแปรรูปสินค้าเพิ่มเติม
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าผ่านทางออนไลน์ โดยการรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูล อบรมการจัดทำช่องทางการจำหน่ายผ่านทางโซเชียลมีเดีย รวมถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคผ่านศูนย์กลางกระจายสินค้าเกษตร และการจัดงานแสดงสินค้าที่รวบรวมสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐานโดยเฉพาะ
- 4) **ยกระดับมาตรฐานสินค้า** มุ่งเน้นการควบคุมคุณภาพของการผลิตสินค้าตั้งแต่การแปรรูป การตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพเพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานเชิงรายแบรนด์

### ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับบริการท่องเที่ยวและสุขภาพ

ส่งเสริมการพัฒนาการบริการด้านการท่องเที่ยวและสุขภาพ โดยเน้นพัฒนารูปแบบและความหลากหลายของการให้บริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้หลากหลาย รวมถึงการควบคุมมาตรฐานการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ โดยประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

- 1) **เพิ่มความหลากหลายของการบริการท่องเที่ยวและสุขภาพ** ส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดจากศักยภาพของผู้ประกอบการ และวัตถุดิบภายในจังหวัดภายในจังหวัด โดยส่งเสริมการต่อยอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า และสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการภายในพื้นที่
- 2) **ยกระดับมาตรฐานการบริการ** มุ่งเน้นการพัฒนาส่งเสริมมาตรฐานของการให้บริการในทุกรูปแบบ ทั้งการบริการด้านสุขภาพ ร้านอาหาร รวมถึงมาตรฐานด้านโรงแรมและที่พัก โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการในการดำเนินการ
- 3) **ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การบริการท่องเที่ยวและการบริการเพื่อสุขภาพ** ส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผ่านการจัดทำระบบฐานข้อมูลสถานบริการที่ได้รับมาตรฐานและเผยแพร่ รวมถึงการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลายภายในจังหวัดและการเดินทางคมนาคมภายในพื้นที่

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมด้านการค้าการลงทุน

เพื่อสอดคล้องกับโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากการได้รับการจัดตั้งเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในอนาคต ซึ่งจะนำมาซึ่งโอกาสทางการค้า และการลงทุนที่เพิ่มขึ้นภายในจังหวัด โดยประกอบไปด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างแรงจูงใจในการลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ** เพื่อเป็นการดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนภายในพื้นที่ รวมถึงเพื่อการวางแผนการเติบโตภายในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการพิจารณาผังเมืองและแนวทางการจัดตั้งพื้นที่การผลิตอย่างเหมาะสม
- 2) **สร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ** เพื่อพัฒนาทักษะ และเพิ่มเติมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ผ่านการเสริมสร้างความรู้ด้านกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ

#### ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุนบทบาทและกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ

เนื่องจากการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ นับว่ามีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึงนับเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และส่งเสริมการทำธุรกิจร่วมกัน ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะครอบคลุมความร่วมมือทั้งในระดับธุรกิจ และในระดับหน่วยงาน โดยประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ** โดยการส่งเสริมการรวมกลุ่มของธุรกิจโดยให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการส่งเสริมการรวมกลุ่มภาคีธุรกิจในทุกกลุ่มธุรกิจภายในพื้นที่
- 2) **พัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการ** มุ่งเน้นการส่งเสริมการรวมกลุ่มของกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสร้างความร่วมมือทางเทคโนโลยี การวิจัย และการพัฒนา เป็นต้น
- 3) **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน** เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมการสร้างตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้า

#### ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ ให้เป็นผู้ประกอบการที่มองการณ์ไกล สามารถสร้างและบริหารธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต ซึ่งจะสามารถดำเนินการตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้ทั้งหมด 2 กลยุทธ์ ได้แก่

- 1) **พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ** โดยการให้คำแนะนำอย่างเหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ เช่น การเพิ่มมูลค่าสินค้า รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจในการบริหารเงินทุน รวมถึงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ SME และการขึ้นทะเบียนนิติบุคคล
- 2) **พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด** โดยมุ่งเน้นการเพิ่มพูนทักษะให้แก่แรงงานในกลุ่มเกษตรอินทรีย์ และแรงงานในภาคบริการ เช่น การท่องเที่ยวและการโรงแรม รวมถึงธุรกิจบริการด้านสุขภาพต่างๆ อย่างเหมาะสม

#### ยุทธศาสตร์ที่ 6 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

เนื่องจากปัจจัยด้านเงินทุน นับเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ แต่การบริหารจัดการด้านเงินทุนในปัจจุบัน ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จึงนำมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** โดยการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงินภายในพื้นที่เพื่อจัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมแก่ผู้ประกอบการ เช่น แหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ และการส่งเสริมความรู้ด้านแหล่งเงินทุนทางเลือกแก่ผู้ประกอบการ
- 2) **ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน** ผ่านการสร้างความเข้าใจในการจัดทำบัญชีและการจัดทำแผนธุรกิจ รวมถึงการจัดให้มีที่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาด้านการเงินในการวางแผนและการบริการเงินทุนแก่ผู้ประกอบการภายในพื้นที่

### การศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลและแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

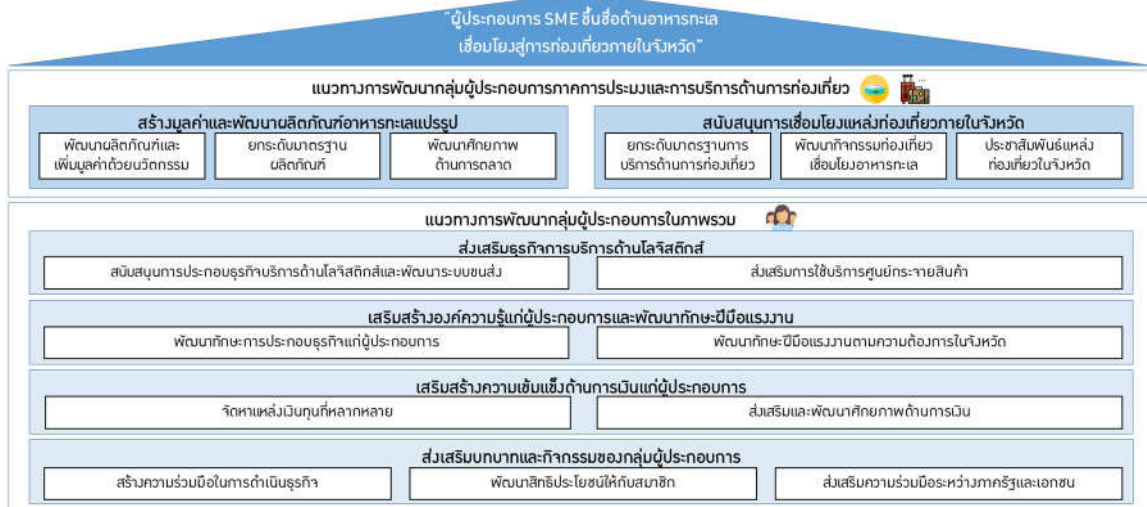
จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย โดยเป็นจังหวัดที่พื้นฐานทางเศรษฐกิจที่อยู่ในเกณฑ์ดี และมีที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เป็นประตูสู่ภาคใต้ โดยมีการคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงได้ทั้งภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และฝั่งอันดามัน อีกทั้งยังมีแนวทางการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการคมนาคมและศูนย์โลจิสติกส์ในพื้นที่ภาคใต้ตอนบนอีกด้วย

ในการนี้ ได้มีการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานราชการ และภาคเอกชน พบว่า แนวทางการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น เน้นไปที่การพัฒนาสินค้าอาหารทะเล ซึ่งมีความโดดเด่นและเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด รวมถึงการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ ทั้งเกาะสมุย และเกาะพะงัน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขาสูง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวจากฝั่งอันดามันเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ยังมีการสำรวจผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าใจถึงสถานการณ์ในจังหวัด ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความโดดเด่นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความหลากหลาย มีแรงงานที่มีทักษะความสามารถ รวมถึงมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งด้วยเช่นกัน

จากการรวบรวมข้อมูลข้างต้น สามารถวิเคราะห์และสรุปเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้เป็น 6 ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

## ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



### ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด/อาหารทะเลแปรรูป

ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเล โดยเน้นความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา/สถาบันวิจัยในพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรม** สนับสนุนการศึกษา วิจัยและนำเสนอนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีส่วนช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด/แปรรูป
- 2) **ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์** ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการภาคการประมงยกระดับผลิตภัณฑ์โดยการสร้างมาตรฐานรับรองระดับสากล
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการภาคการประมงขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์

### ยุทธศาสตร์ที่ 2 สนับสนุนการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด

สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวในเมืองมากขึ้น โดยการส่งเสริมการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจากเกาะ เชื้อน และในเมือง ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและเชื่อมโยงอาหารทะเล** นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ และเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการประมง และร้านอาหารทะเล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 2) **ยกระดับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว** เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งการยกระดับมาตรฐานโรงแรมและที่พัก และการจัดทำฐานข้อมูลโรงแรมที่มีมาตรฐาน
- 3) **ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด** ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างกระจายทั้งเกาะ เชื้อน และในเมืองอย่างสร้างสรรค์



### ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์

พัฒนาประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นให้กับการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่ทำให้การขนส่งสะดวกและรวดเร็วขึ้น ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) สนับสนุนการประกอบธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์และพัฒนาระบบขนส่ง ศึกษาวิธีการใหม่ๆ ในการขนส่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น
- 2) ส่งเสริมการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า สร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า

### ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจให้ผู้ประกอบการดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งเสริมทักษะแรงงานในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่มีทักษะและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และทักษะการทำบัญชี
- 2) พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด ส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการบริการด้านการโรงแรม เช่น ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของแรงงานต่างด้าว

### ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการบริหารจัดการงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงขั้นตอนการดำเนินการกู้เงินต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ในการขอกู้เงิน
- 2) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ยุทธศาสตร์ที่ 6 ส่งเสริมบทบาทและกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ

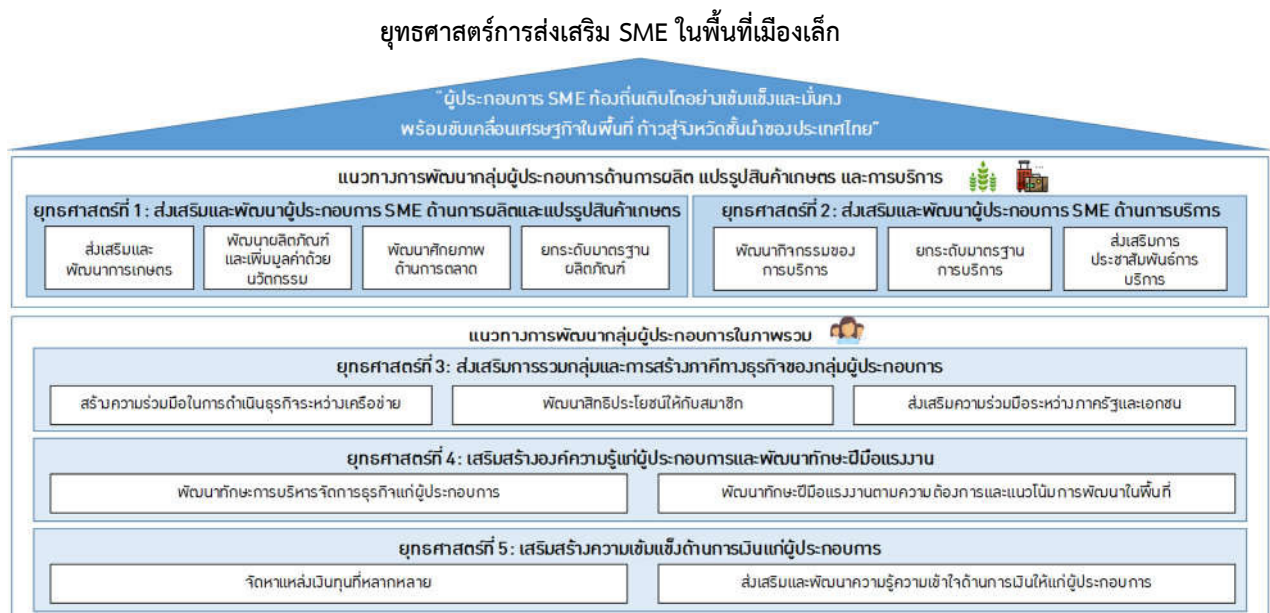
ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างหลากหลาย รวมถึงการพัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และสนับสนุนการรวมกลุ่มในกลุ่มที่ธุรกิจที่หลากหลาย
- 2) พัฒนาลิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิก ร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาความร่วมมือ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้กับกลุ่มสมาชิก

- 3) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ยกกระดับความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการดำเนินการในทิศทางเดียวกัน

### สรุปภาพรวมยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการและแนวทางการพัฒนา SME ในพื้นที่เมืองเล็กทั้ง 4 จังหวัด พบว่า แนวทางและมาตรการในการพัฒนา SME ในพื้นที่เมืองเล็กจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านศักยภาพ โอกาส ทรัพยากรและข้อจำกัดภายในพื้นที่นั้นๆ ในขณะเดียวกัน แนวทางการพัฒนาในบางประเด็น สามารถสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาในภาพรวมได้ โดยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ 1) แนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการด้านการผลิต แปรรูปสินค้าเกษตรและการบริการ และ 2) แนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการในภาพรวม ทั้งนี้ กรอบแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก ประกอบไปด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ด้านการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร

ส่งเสริมการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรให้มีความหลากหลาย โดยมีการวางแผนการเพาะปลูกอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตร อาหารทะเล สมุนไพร รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ภายในจังหวัด ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ รวมถึงพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการตลาดเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเพิ่มฐานลูกค้า พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานสินค้าเพื่อรองรับตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร** โดยการบริหารจัดการพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรภายในจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบจากการที่เกษตรกรนิยมปลูกพืชชนิดเดียวกัน ซึ่งทำให้ราคาสินค้าตกต่ำลง และกลายเป็นสินค้าส่วนเกิน

- 2) **พัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรม** สนับสนุนการพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิม ด้วยการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในกระบวนการผลิต พร้อมทั้งยกระดับการแปรรูปสู่การแปรรูปขั้นสูงหรือขั้นอุตสาหกรรม
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** พัฒนามุมมองและศักยภาพด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและเพิ่มฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมการค้าขายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์
- 4) **ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์** ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

### ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ด้านการบริการ

ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ จากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ ควบคู่กับการสร้างสรรค์การบริการรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในอนาคตของจังหวัด พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการภาคบริการตระหนักถึงความสำคัญของการขึ้นทะเบียนสถานประกอบการและการได้รับมาตรฐานต่างๆ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมบริการในภาพรวมของจังหวัด ตลอดจนการเพิ่มช่องทางด้านการประชาสัมพันธ์ในคนต่างพื้นที่ได้รับทราบ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนากิจกรรมของการบริการ** ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ จากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่
- 2) **ยกระดับมาตรฐานการบริการ** พัฒนาและส่งเสริมความตระหนักของผู้ประกอบการในด้านการบริการ เพื่อเป็นจุดดึงดูดและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลอื่นที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ รวมถึงการสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในอุตสาหกรรมบริการในพื้นที่
- 3) **ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การบริการ** ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจบริการอื่นๆ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการรวมกลุ่มและการสร้างภาคีทางธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ

ส่งเสริมให้เกิดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการให้เป็นเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่เข้มแข็ง ทั้งในรูปแบบของกลุ่มธุรกิจ/อุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายใต้ห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน โดยการพัฒนาและส่งเสริมสิทธิประโยชน์ของการรวมกลุ่ม การช่วยเหลือซึ่งกันและกันการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์และลดช่องว่างระหว่างการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจระหว่างเครือข่าย** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทุกภาคส่วนมีการรวมกลุ่มและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างเพื่อนสมาชิก เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในพื้นที่
- 2) **พัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิก** ส่งเสริมการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่ม หรือ การเปิดเวทีเพื่อรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของผู้ประกอบการในพื้นที่
- 3) **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน** สร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนปัญหาและข้อคิดเห็นระหว่างภาครัฐและเอกชนในประเด็นสำคัญต่างๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมและสร้างความสัมพันธ์ เพื่อลดช่องว่างการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

#### ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ เพื่อปลูกฝังการเป็นผู้ประกอบการที่ดี มองการณ์ไกล สามารถสร้างและบริหารธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการ และทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาทักษะการบริหารจัดการธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่มีทักษะและความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทักษะการทำบัญชี รวมถึงการปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการที่ดี
- 2) **พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและแนวโน้มการพัฒนาในพื้นที่** ส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการบริการ เช่น การอบรมทักษะทางด้านบริการให้แก่พนักงานโรงแรมในพื้นที่ หรือทักษะด้านภาษา เป็นต้น

#### ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาทางการเงิน ด้วยการจัดหาและสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบในพื้นที่ พร้อมทั้งพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในเรื่องของการกู้เงินจากธนาคาร เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** สนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบในพื้นที่ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ในการขอกู้เงิน
- 2) **ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการเงินให้แก่ผู้ประกอบการ** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้ที่ปรึกษาทางการเงินในพื้นที่

## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก

จากการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็กดังรายละเอียดข้างต้นนั้น เป็นเพียงหลักคิด วิธีการ และแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในภาพรวมเท่านั้น หากแต่ในการขับเคลื่อนแผนดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติให้เห็นผลนั้น สามารถสรุปสาระสำคัญในการดำเนินการ 2 ส่วนหลักคือ 1) ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย และ 2) แนวคิดการวางผังเมืองและผังภาค โดยมีรายละเอียดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้นำไปดำเนินการ ดังนี้

### 1) ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

จากภาพรวมยุทธศาสตร์การส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็ก เป็นการสรุปแนวทางในการพัฒนาจากการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเป้าหมายทั้ง 4 จังหวัด โดยเน้นเฉพาะองค์ประกอบหลักที่ทุกจังหวัดต้องการได้รับการพัฒนาร่วมกัน ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน SME ในพื้นที่เมืองเล็กให้ประสบความสำเร็จได้ โดยประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ


- การกำหนดเป้าหมายการพัฒนา SME ควรพัฒนาจากศักยภาพของจังหวัด
- การมีผู้รับผิดชอบในการผลักดัน และขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างชัดเจน
- นโยบายการส่งเสริม SME มีความสอดคล้องกันในทุกระดับ
- มาตรการทางกฎหมายและสิทธิประโยชน์ที่สนับสนุนการพัฒนา SME


### 2) แนวคิดการวางผังเมืองและผังภาค


นอกจากปัจจัยสำคัญในการผลักดันการพัฒนา SME ในจังหวัดเมืองเล็กดังกล่าวข้างต้นแล้ว การวางแผนในระดับภูมิภาคนั้น ยังเป็นอีกปัจจัยสำคัญเช่นกัน เนื่องจากการวางผังเมืองและผังภาคนั้น เป็นการพิจารณาการพัฒนาในเชิงพื้นที่ในภาพรวม บริหารจัดการทรัพยากรในแต่ละพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายการพัฒนาได้อย่างชัดเจน โดยอาศัยการสอดคล้องประสานความร่วมมือของแต่ละพื้นที่ให้เกิดเพื่อให้เกิดผลในองค์รวม อีกทั้งยังสามารถลดความซ้ำซ้อนของการพัฒนาได้ด้วยเช่นกัน

สำหรับแนวคิดการพัฒนาพื้นที่ผ่านการวางผังเมืองและผังภาคนั้น ประกอบไปด้วยแนวทางการพัฒนาใน 3 ส่วน คือ

## แนวคิดการวางผังเมืองและผังภาค

- 

**การบริหารจัดการในเรื่องของการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land-use) และทรัพยากร**  
การวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดินต้องเป็นกระบวนการประเมินศักยภาพและทางเลือกในการพัฒนาและใช้ที่ดินให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและเศรษฐกิจในลักษณะต่างๆ และตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกในสังคมนั้นๆ
- 

**การวางโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) และระบบการคมนาคมจากภาครัฐ**  
การออกแบบและจัดวางโครงสร้างพื้นฐานถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญของภาครัฐ ในการเตรียมการรองรับการพัฒนา/ขยายตัวของเมืองในอนาคต ตลอดจนการดำเนินธุรกิจต่างๆ
- 

**นโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างบูรณาการตามกรอบการพัฒนาในแต่ละพื้นที่**  
การกำหนดบทบาทของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาในเชิงนโยบายที่สนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ จะช่วยสร้างสมดุลของการแข่งขันของผู้ประกอบการในพื้นที่ต่างๆ ทั้งในแง่ของภาคการผลิต การส่งออก การค้า การท่องเที่ยว และการบริการในด้านต่างๆ

- *การบริหารจัดการในเรื่องของการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land-Use) และทรัพยากร*

การพิจารณาในด้านการบริหารจัดการประโยชน์การใช้ที่ดินและทรัพยากรในแต่ละพื้นที่ในองค์รวม เป็นการประเมินศักยภาพของพื้นที่ ร่วมกับเอกลักษณ์ บริบททางสังคม และเศรษฐกิจของพื้นที่ในระดับภูมิภาค แล้วพิจารณาถึงทางเลือกในการพัฒนาพื้นที่ ผ่านการกำหนดผังในการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ให้มีความชัดเจนมากขึ้น

- *การวางโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) และระบบการคมนาคมจากภาครัฐ*

การวางโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค รวมไปถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เพื่อสนับสนุนการขนส่งและการเดินทางในพื้นที่ต่างๆ ที่ได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนานั้น เป็นส่วนหนึ่งในการรองรับการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจพื้นที่ อีกทั้ง เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในพื้นที่ได้อีกด้วย

- *นโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างบูรณาการตามกรอบการพัฒนาในแต่ละพื้นที่*

จากการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาของพื้นที่ และพัฒนาเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละพื้นที่แล้ว การกำหนดบทบาทของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาในเชิงนโยบายที่สนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เป็นองค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่สามารถเป็นกลไกการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่ ดังนั้น การประสานความร่วมมือ กำหนดเป้าหมายการพัฒนาร่วมกันอย่างบูรณาการ พร้อมทั้งร่วมกำหนดนโยบายในการสนับสนุนที่สอดคล้องกันในทุกภาคส่วน จะส่งผลให้การส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่ มีความเติบโตได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

## 1. บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีความสำคัญต่อประเทศทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ครอบคลุม ภาคเกษตร ภาคผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ ด้วยจำนวนที่มีมากถึง 2,736,744 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.73 ของจำนวนวิสาหกิจทั่วประเทศ ก่อให้เกิดมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 5,212,004 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 41.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ รวมถึงมีการจ้างงานจำนวน 10,749,735 คน คิดเป็นร้อยละ 80.44 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2558

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในมิติเชิงพื้นที่ พบว่า พื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงมีการกระจุกตัวของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงมีค่าความหนาแน่นของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Density) หรือจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อประชากร 1,000 คน สูงกว่าจังหวัดอื่นที่อยู่ไกลออกไป และสูงกว่าค่า SME Density ของประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ วิสาหกิจในแต่ละพื้นที่ มีการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและข้อจำกัดที่ต่างต่างกัน ดังนั้น การกำหนดแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องทราบข้อมูลสถานการณ์ ประเด็นที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ สภาพปัญหาในแต่ละสาขา ธุรกิจและพื้นที่ซึ่งมีการกระจุกตัวของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland) ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดที่ไม่ใช่เมืองใหญ่ หรือชนบทนอกเขตเมือง/นอกเขตเทศบาล

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงได้ทำการศึกษาปัจจัยและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก เพื่อทราบถึงศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ดังกล่าว และจัดทำเป็นยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมิติเชิงพื้นที่การดำเนินธุรกิจ: การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก อันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อไป

### 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อศึกษาข้อมูลสถานการณ์ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในพื้นที่เมืองเล็ก
- 2) เพื่อให้ได้ยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในมิติเชิงพื้นที่การดำเนินธุรกิจ: การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก ที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย และแผนปฏิบัติการอันประกอบด้วยตัวอย่างโครงการต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติได้เป็นอย่างดี

- 3) เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยใน  
มิติเชิงพื้นที่การดำเนินธุรกิจ: การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก

### 1.3 แนวคิดการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็ก

ในการศึกษาการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมือง  
เล็ก ได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศ  
และต่างประเทศเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและองค์ประกอบในการศึกษาของโครงการ จากการศึกษาพบว่า  
แนวคิดในการพัฒนา SME ประกอบด้วยปัจจัยหลักในการพัฒนา 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็ก



#### 1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service Development)

มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเอง  
ได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมา  
พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีความหลากหลายและมีมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการ  
ของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในท้องถิ่น รวมไปถึงการสนับสนุน  
ด้านการท่องเที่ยวที่ดึงดูดเงินตราจากทั้งในประเทศและต่างประเทศมาในพื้นที่ และส่งผลให้คนในท้องถิ่น  
มีงานทำและมีรายได้มากขึ้น โดยแนวทางการพัฒนาในเบื้องต้นสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด  
ย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาชีพหลักของประชาชนในพื้นที่ที่เห็น  
ได้อย่างชัดเจน เช่น กิจกรรมการเกษตร เป็นต้น



## 2) **ด้านการพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์ (Distribution Channel and Logistics Development)**

การพัฒนากระบวนการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ที่ดี ส่งผลต่อการพัฒนาระบบอื่นๆ ด้วย เช่น การขนส่งที่ดีทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากพื้นที่เมืองเล็กสู่เมืองใหญ่ ทำให้คนในพื้นที่เมืองเล็กมีรายได้มากขึ้น โดยแนวทางในการพัฒนาสามารถทำได้โดย 1) การพัฒนาและเพิ่มความหลากหลายของช่องทางการจำหน่ายสินค้า ช่วยให้ SME มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น และ 2) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สามารถช่วยพัฒนา SME ในพื้นที่เมืองเล็กให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากการขนส่งและระบบโลจิสติกส์นั้น เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการดำเนินงานของ SME ซึ่งระบบโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่งที่เพียงพอ มีประสิทธิภาพ สะดวกและปลอดภัย ทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่นั้นเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

## 3) **ด้านการพัฒนาแรงงาน (Skilled Labour Development)**

แรงงานเป็นหนึ่งในปัจจัยการผลิต (Factor of Production) ที่สำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องการได้รับการสนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงาน รวมถึงการจ้างแรงงานในพื้นที่ เพื่อลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานจากพื้นที่เมืองเล็กไปสู่เมืองหลักเป็นสำคัญ โดยการสนับสนุนด้านแรงงานนี้ สามารถทำได้โดยส่งเสริมการศึกษา การให้ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ รวมไปถึงการสนับสนุนการทำงานของผู้ด้อยโอกาส

## 4) **ด้านการสนับสนุนทางการเงิน (Fund Raising)**

ปัจจัยทางการเงินถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในทุกๆ ระยะของการดำเนินการ ไม่ว่าจะเป็นระยะแรกเริ่ม ระยะขยายกิจการ และระยะฟื้นฟูกิจการจากปัญหาหรือภัยพิบัติต่างๆ โดยหน่วยงานภาครัฐจะต้องมีแนวทางการสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการที่หลากหลาย มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบการในแต่ละระยะ ซึ่งมีความต้องการ และเงื่อนไขการใช้เงินที่แตกต่างกันไป

## 5) **ด้านการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Communities)**

การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้ผลิตมีอำนาจในการต่อรองกับตลาดมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยกระจายความเสี่ยงในการดำเนินงานที่อาจเกิดกับแค่ผู้ประกอบการเดียวไปยังหลายๆ ผู้ประกอบการ ผ่านการสนับสนุนการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในพื้นที่ห่างไกล ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับมีทั้งช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและช่วยให้มีการเข้าถึงอุปทานหรือแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ มากขึ้น ผู้ประกอบการสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ และเทคนิคใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการ อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้ เนื่องจากสามารถแบ่งการผลิตออกเป็นรายย่อยหลายๆ รายได้ตามความถนัดของแต่ละผู้ประกอบการ

## 6) ด้านนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Development Policy)

แผนพัฒนาจังหวัดเป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทุกมิติในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและความมั่นคง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างโอกาสและอาชีพให้สนองต่อความต้องการของประชาชนในจังหวัด การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็กควรมีการบูรณาการควบคู่กันไปกับแผนพัฒนาจังหวัด เพื่อช่วยให้การพัฒนาสัมฤทธิ์ผลมากขึ้นผ่านการสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วนโดยการจัดทำแผนการพัฒนา SME ที่มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกันในทุกระดับ

### 1.4 นิยามของพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland) และการกำหนดพื้นที่ดำเนินการ

ในเบื้องต้น การกำหนดนิยามของพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland) โดยทั่วไป หมายความว่าถึง พื้นที่ซึ่งมีความห่างไกลจากตัวเมืองหลัก และมีความเจริญไม่สูงมาก หากแต่ในการศึกษาข้อมูลในการดำเนินงานครั้งนี้ จำเป็นต้องมีเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดพื้นที่อย่างชัดเจน เพื่อใช้ในการสรุปขอบเขตของพื้นที่เมืองเล็ก ที่จะใช้ในการคัดเลือกเป็นพื้นที่เป้าหมายการดำเนินการต่อไป

#### แผนภาพที่ 2 การกำหนดนิยามของพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland)

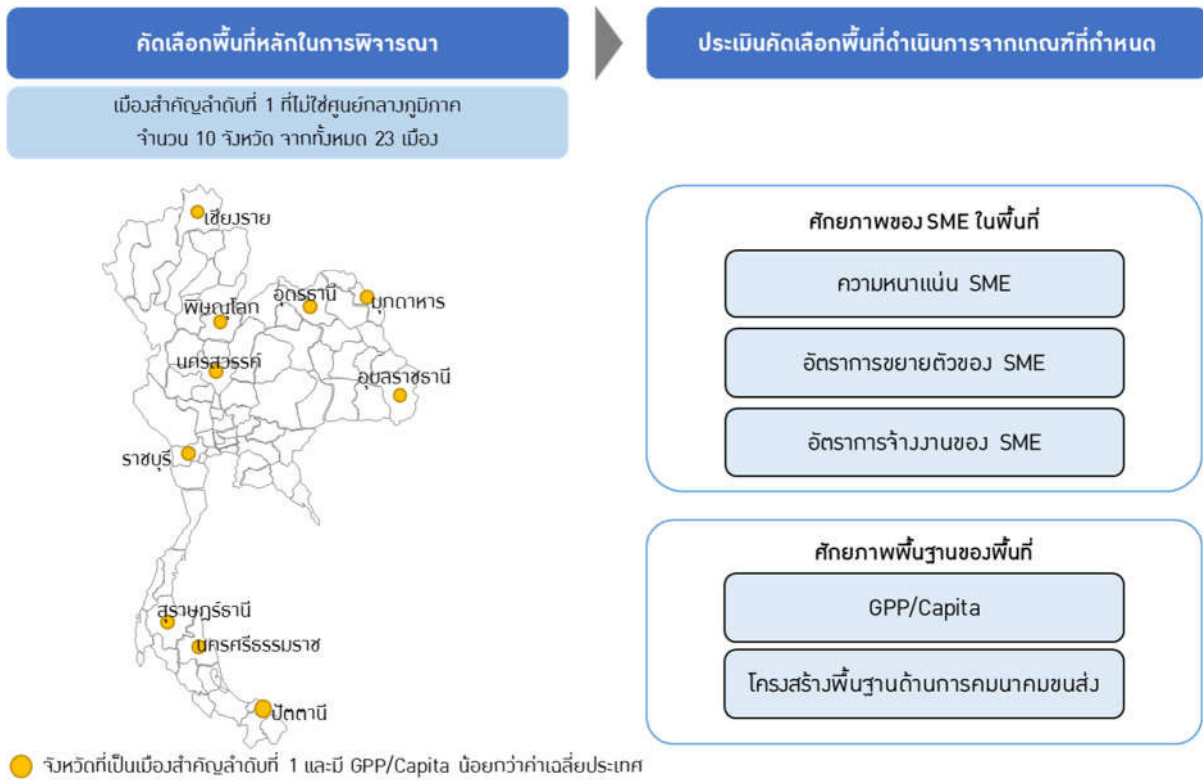


ดังนั้น จากความหมายโดยทั่วไปของพื้นที่เมืองเล็กข้างต้น สามารถเลือกใช้ข้อมูล 2 ชุดในการกำหนดขอบเขตพื้นที่เมืองเล็ก คือ

- 1) การพิจารณาความห่างไกลจากตัวเมือง คัดเลือกจากข้อมูลผังประเทศไทย พ.ศ. 2600 จัดทำโดยกรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย เพื่อพิจารณาพื้นที่ซึ่งไม่ใช่ตัวเมืองหลัก โดยมีขอบเขตพื้นที่ในการพิจารณาเมืองในการคัดเลือกจากเมืองสำคัญลำดับที่ 1 ตามข้อมูลผังประเทศไทย พ.ศ. 2600 (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก)
- 2) การพิจารณาความเจริญของพื้นที่ในระดับจังหวัด พิจารณาจากข้อมูลมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร (Gross Provincial Product: GPP/ Capita) ปี 2557 ซึ่งกำหนดขอบเขตจังหวัดที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 195,995 บาท

จากขอบเขตนิยามพื้นที่เมืองเล็กข้างต้น สามารถกำหนดขอบเขตเบื้องต้น 10 จังหวัดจะเป็นจังหวัดหลักที่นำมาพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ SME ในพื้นที่ และปัจจัยหลักที่สนับสนุนการพัฒนา SME ในพื้นที่ต่อไป

### แผนภาพที่ 3 กรอบแนวทางการกำหนดพื้นที่ดำเนินการ



เมื่อสามารถคัดกรองพื้นที่หลักที่จะนำมาใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลได้แล้ว จึงได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาข้อมูลรายละเอียดเบื้องต้นของพื้นที่หลัก เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบ ทั้งนี้เกณฑ์ในการพิจารณาดังกล่าวประกอบด้วยข้อมูลใน 2 ส่วนหลัก คือ ข้อมูลศักยภาพของ SME ในพื้นที่ และข้อมูลศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) เกณฑ์ข้อมูลศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ พิจารณาจากข้อมูลของพื้นที่ซึ่งเกี่ยวข้องกับ SME เพื่อศึกษาถึงศักยภาพของ SME ในพื้นที่ และความเป็นไปได้ในการเติบโตในอนาคต ซึ่งข้อมูลจะนำมาพิจารณานี้ประกอบด้วย
  - ความหนาแน่นของ SME ในพื้นที่ หมายถึงจำนวน SME ต่อประชากร 1,000 คน ในขอบเขตพื้นที่ที่ศึกษา โดยเป็นข้อมูลที่สะท้อนการกระจายตัวของระบบเศรษฐกิจในพื้นที่ ผ่านการสร้างงาน และการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและผลิตภัณฑ์ในพื้นที่เป็นสำคัญ

- อัตราการขยายตัวของจำนวน SME ในพื้นที่ เปรียบเทียบความแตกต่างของจำนวน SME ของพื้นที่ในแต่ละปี เพื่อประเมินถึงศักยภาพ แนวโน้มการขยายตัวของจำนวน SME ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ได้ต่อไป
  - อัตราการจ้างงานของ SME ในพื้นที่เมืองต่อจำนวนประชากรของจังหวัด เพื่อศึกษาถึงโอกาสในการสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับประชาชนในพื้นที่ ผ่านการจ้างงานของ SME ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ต่อไป เนื่องจากการจ้างงานของ SME จะเน้นไปที่การจ้างแรงงานที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นสำคัญ โดยไม่จำเป็นต้องโยกย้ายถิ่นฐานเพื่อไปทำงานในเขตพื้นที่เมือง ทำให้เกิดการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจในชุมชนมากขึ้นด้วยเช่นกัน
- 2) เกณฑ์ข้อมูลศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่ ข้อมูลสภาพแวดล้อมซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนา SME ในพื้นที่ พิจารณาจากข้อมูลใน 2 ส่วน คือ
- รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร เป็นข้อมูลเบื้องต้นของสถานะทางเศรษฐกิจของพื้นที่ รวมไปถึงความเท่าเทียมในการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่อีกด้วย
  - โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งในพื้นที่ เป็นข้อมูลปัจจัยพื้นฐานที่สนับสนุนโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของพื้นที่ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการขนส่งสินค้า และการบริการต่างๆ ผ่านระบบการคมนาคมหลักของประเทศ 4 ระบบ คือ ระบบขนส่งทางบก ระบบขนส่งทางราง ระบบขนส่งทางอากาศ และระบบการขนส่งทางเรือ

จากข้อมูลเบื้องต้นทั้ง 5 ประเด็นดังกล่าวข้างต้น สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพพื้นฐานในการพัฒนา SME ของแต่ละจังหวัดโดยการจัดลำดับและให้คะแนนตามข้อมูลในแต่ละประเด็น แล้วจึงนำมาสรุปเป็นคะแนนรวมความน่าสนใจของพื้นที่ พบว่า จังหวัดที่มีคะแนนสูงที่สุดใน 4 อันดับแรก คือ จังหวัดพิษณุโลก ราชบุรี เชียงราย และสุราษฎร์ธานี

แผนภาพที่ 4 พื้นที่ 4 จังหวัดเป้าหมายในการดำเนินงาน



กล่าวโดยสรุปคือ พื้นที่เมืองเล็กที่เป้าหมายดำเนินการทั้ง 4 พื้นที่ ประกอบด้วย จังหวัดพิจิตร ราชบุรี เชียงราย และสุราษฎร์ธานี โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ

- 1) เป็นจังหวัดที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อประชากร น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ
- 2) เป็นเมืองสำคัญลำดับที่ 1 ตามผังประเทศไทย พ.ศ. 2600
- 3) มีศักยภาพพื้นฐานในพื้นที่ซึ่งสามารถสนับสนุนการพัฒนา SME ในพื้นที่ได้ ไม่ว่าจะเป็น ความหนาแน่นของ SME ในพื้นที่ อัตราการขยายตัวของ SME ในพื้นที่ อัตราการจ้างงานของ SME ในพื้นที่ รายได้ต่อหัวของประชากรในพื้นที่ รวมไปถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมขนส่งในพื้นที่

## 2. กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) ด้านการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SME) ถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของนานาประเทศ ซึ่งจะช่วยในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เป็นแหล่งรายได้ และการจ้างงานที่สำคัญ เพื่อบรรเทาและลดปัญหาความยากจนของประเทศ ทั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีจุดแข็งในด้านความคล่องตัว ยืดหยุ่น สามารถรับมือและปรับเปลี่ยนไปตามบริบทของสถานการณ์แวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว มากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ ทั้งยังสามารถผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจต่างๆ ย่อมมีอุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินงานและการพัฒนา เช่น ขาดความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านทักษะงานฝีมือและงานบริการ ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ การพัฒนาสินค้าและบริการ โอกาสในการเข้าถึงตลาดและแหล่งเงินทุน รวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย กฎระเบียบตลอดจนข้อบังคับในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ จะตกเป็นหน้าที่ของภาครัฐในการอำนวยความสะดวก ส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่ม SME ภายในประเทศของตน สามารถก้าวข้ามอุปสรรคและข้อจำกัดเหล่านั้นไปได้ รวมถึงลดทอนความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกทั้งในมิติด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ดังนั้น ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็กที่เป็นพื้นที่เป้าหมายนั้น จึงได้ศึกษาตัวอย่างจากพื้นที่ต้นแบบที่ดีทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.1 แนวทางการพัฒนา SME ของกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในต่างประเทศ

จากการทบทวนกรณีศึกษาจาก 5 ประเทศต้นแบบ ประกอบไปด้วย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน มาเลเซีย และเยอรมนี สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของแต่ละประเทศได้ดังต่อไปนี้

#### 2.1.1 แนวทางการพัฒนา SME ในประเทศญี่ปุ่น

ผู้ประกอบการ SME ถือเป็นตัวขับเคลื่อนหลักให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น เมื่อดูจากสัดส่วนของผู้ประกอบการทั้งหมดในปี ค.ศ. 2014 ของญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการ SME ญี่ปุ่นมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 99.7 หรือประมาณ 3,809,00 ล้านราย โดยแนวทางในการพัฒนา SME ของญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญในเรื่องของการพัฒนาผู้ประกอบการเป็นหลัก เพื่อให้การดำเนินการทางธุรกิจไปเป็นอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มหาวิทยาลัยสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Universities) การฝึกอบรมจะเน้นให้ครอบคลุมการดำเนินธุรกิจในด้านต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้ง Technology Center ในระดับท้องถิ่น Patent Center และ Business Incubation Center เพื่อให้ความช่วยเหลือในด้านแหล่งเงินทุนและการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น

ทั้งนี้รัฐบาลญี่ปุ่นยังให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ SME โดยกำหนดให้มีการรวมกลุ่มประเภทสหกรณ์ ซึ่งสมาชิกสหกรณ์จะได้รับความช่วยเหลืออย่างครบวงจรจากกลุ่มสหกรณ์ต่างๆ นอกจากนี้นโยบาย

จากภาครัฐยังถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาของ SME ภายในประเทศ เนื่องจากรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการให้คำปรึกษาและข้อมูลประกอบการดำเนินธุรกิจผ่านหน่วยงานต่างๆ พร้อมทั้งมีมาตรการป้องกันและรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดจากปัจจัยภายนอกต่างๆ ทั้งนี้การสนับสนุน SME ของญี่ปุ่นที่ผ่านมาจะได้รับการปรับเปลี่ยนที่สอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้มการพัฒนา SME ซึ่งประกอบด้วย การสร้างหลักการขั้นพื้นฐาน การออกกฎหมาย นโยบายสนับสนุนทางการเงิน นโยบายส่งเสริมการค้าดำเนินงานของ SME ที่ครอบคลุมในมิติต่างๆ

จากแนวทางการพัฒนาดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการ SME ในญี่ปุ่นสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบและราบรื่น จนสามารถพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจไปสู่การแข่งขันในตลาดโลก และกลายเป็นอุตสาหกรรมใหม่ของญี่ปุ่นในเวลาต่อมา

### 2.1.2 แนวทางการพัฒนา SME ในประเทศเกาหลีใต้

เกาหลีใต้ถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและอัตราการจ้างงานส่วนใหญ่ในประเทศมาจากการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เนื่องจากภาครัฐได้ให้ความสำคัญและจัดตั้งหน่วยงานที่รองรับการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SME มาอย่างต่อเนื่อง ในปี ค.ศ. 2014 ผู้ประกอบการ SME เกาหลีใต้มีส่วนสูงถึงร้อยละ 99.9 โดยเกาหลีมีแนวทางในการพัฒนา SME ที่สำคัญ เช่น การพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งมีนโยบาย Biz-Start-Ups และการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ พร้อมทั้งมีหลักสูตรการศึกษาตั้งแต่ระดับ High School และ SME universities สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน

ทั้งนี้ รัฐบาลเกาหลีใต้ยังให้ความสำคัญและจัดสรรงบประมาณให้แก่กลุ่ม SME ที่ต้องการจะพัฒนาธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเป็นอย่างมาก (จัดสรรเงินทุนเป็นอันดับที่ 2 ของกลุ่ม OECD) รวมทั้งมีสถาบันทางการเงินดูแลและช่วยเหลือกลุ่ม SME และยังได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชนในการปล่อยเงินกู้ จากกรณีการันตีของภาครัฐ (Credit Guarantee Funds)

นอกจากนี้รัฐบาลยังจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมและให้ความช่วยเหลือ SME ที่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ หรือ “Doctor System” ซึ่งเป็นการช่วยเหลือและสนับสนุน SME ในเชิงการแก้ปัญหา และให้ความช่วยเหลืออย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น รวมถึงการอำนวยความสะดวกในแง่ของข้อกำหนดทางกฎหมายและกฎระเบียบในการจัดตั้งธุรกิจ ทั้งนี้ รัฐบาลยังทำการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดและกฎระเบียบผ่านทางเว็บไซต์ออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถศึกษาและรับรู้การเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที ดังนั้นจากการทบทวนแนวทางการพัฒนา SME ของเกาหลีใต้ จะเห็นได้ว่ารัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนา SME ครอบคลุมในทุกระยะของการดำเนินงาน

### 2.1.3 แนวทางการพัฒนา SME ในประเทศไต้หวัน

ไต้หวันถือเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นประเทศที่ประสบผลสำเร็จในด้านการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เนื่องจากภาครัฐได้ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนต่อการสร้างสภาพแวดล้อม

ทางธุรกิจที่เอื้อต่อการลงทุนของ SME มาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2014 จำนวนผู้ประกอบการ SME ของไต้หวัน มีทั้งสิ้น 1,353,049 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.61 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด โดยไต้หวันมีแนวทางในการพัฒนา SME ที่สำคัญ คือ รัฐบาลจะเน้นการพัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง มีการจัดส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าไปให้คำปรึกษาแนะนำด้านการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจ สำหรับด้านการเงินรัฐบาลจะร่วมกับเอกชน ในการสนับสนุนด้านการเงินให้แก่ SME จากการการันตีของภาครัฐ (Credit Guarantee Funds) และรัฐบาลได้แบ่ง การจัดสรรเงินกู้ออกเป็น 24 แบบ ซึ่งจำแนกตามประเภทของธุรกิจและวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งและพัฒนา

นอกจากนี้นโยบายจากภาครัฐยังเน้นการปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายและระเบียบต่างๆ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและมีความเหมาะสมต่อการพัฒนาธุรกิจ SME ซึ่งนำความคิดเห็นมาจากการเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็น จากฝ่ายต่างๆ รวมถึงการจัดตั้ง Incubation Business center แนวคิดในการพัฒนา One Town One Product (OTOP) ในส่วนท้องถิ่น จากที่นโยบายและแนวทางต่างๆ ที่กล่าวไปในข้างต้น

จะเห็นได้ว่า การกำหนดนโยบายส่วนใหญ่จะพิจารณาจากความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการและความต้องการของตลาดเป็นหลัก (Bottom-up policy formulation) หลังจากนั้นจึงออกแบบนโยบายทางการตลาด และการสนับสนุนที่ตอบสนองต่อความต้องการและสถานการณ์ของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม (Top-down implementation approach) นั่นเอง

#### 2.1.4 แนวทางการพัฒนา SME ในประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีความตื่นตัวในการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ซึ่งรัฐบาลมาเลเซียมีบทบาทอย่างมาก ในการผลักดันนโยบายต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้กับ SME ในประเทศ โดยกลุ่ม SME ในประเทศมาเลเซีย นั้น ถือได้ว่ามี การเติบโตและขยายตัวทุกปี และมีบทบาท สำคัญต่อภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศ โดยรัฐบาลมาเลเซียจะให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถของ SME ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ด้วยนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆ รวมถึงส่งเสริมให้มีการจัดตั้ง ตราสินค้าของประเทศมาเลเซีย หรือ National Mark of Malaysian Brand ซึ่งเป็นการยืนยันถึงคุณภาพของสินค้า และบริการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ของ SME ที่อยู่ในส่วนท้องถิ่น

สำหรับด้านแรงงาน หน่วยงานที่ดูแล SME ได้ทำข้อตกลงกับกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อจัดทำหลักสูตร SME-University Internship Programme ผ่านมหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศ เพื่อเป็นการพัฒนาและยกระดับ SME ใน ภาคการผลิตผ่านการเรียนรู้และการฝึกฝนในมหาวิทยาลัย พร้อมทั้งปลูกฝังพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจให้กับ นักศึกษาทั่วไป

นอกจากนี้แนวทางการดำเนินนโยบายของภาครัฐยังเน้นการส่งเสริมและกระตุ้นการแข่งขันของ SME ด้วยการ ให้รางวัลหรือประกาศนียบัตร (Certification / Awards) พร้อมสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการจูงใจ SME ดังนั้นจะเห็น ได้ว่า จากแผนพัฒนา SME Masterplan 2012-2020 รัฐบาลมาเลเซียมีความพยายามในการพัฒนา SME เพื่อให้



บรรลุเป้าหมายในการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี ค.ศ. 2020 โดยเน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนา ควบคู่กับการส่งเสริมการพัฒนาสินค้ามูลค่าสูงในภาคการผลิต เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของมาเลเซียในยุคโลกาภิวัตน์ พร้อมทั้งผลักดันธุรกิจ SME ซึ่งเป็นฐานในการสร้างรายได้ของประชาชนส่วนใหญ่ และเป็นรากฐานเศรษฐกิจประเทศ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาคและระดับโลก

### 2.1.5 แนวทางการพัฒนา SME ในประเทศเยอรมนี

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศเยอรมนีเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ แล้ว ถือว่าอยู่ในระดับที่ดีกว่าประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสำเร็จในการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของเยอรมนี (German Mittelstand) โดยรัฐบาลจะเน้นการอำนวยความสะดวกในด้านการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์ เนื่องจากสถิติข้อมูลยอดขายของ SME พบว่ารายได้จากยอดขายโดยเฉลี่ย มาจากตลาดต่างประเทศมากกว่าร้อยละ 20 ดังนั้นรัฐบาลจึงออกโครงการต่างๆ เพื่อสนับสนุนการลงทุนในตลาดต่างประเทศ เช่น การจับคู่ธุรกิจ การพัฒนาระบบข่าวกรองทางการตลาด การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และการประกันการส่งออก เป็นต้น

ในด้านการเงิน SME ยังได้รับประโยชน์จากระบบความร่วมมือในการขอสินเชื่อจากธนาคาร โดยประเทศเยอรมนี มีระบบ the tried-and-trusted three-pillar system ซึ่งเป็นความร่วมมือของธนาคารเอกชน ธนาคารกฎหมายมหาชน และธนาคารสหกรณ์ในด้านการปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการ SME นอกจากนี้ กระทรวงเศรษฐกิจยังได้ปรับข้อกำหนดเกี่ยวกับความเพียงพอของเงินกองทุนสำหรับการกู้ยืมเงินของธนาคารในรูปแบบถาวร เพื่อสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับกฎระเบียบของสถาบันการเงินในยุโรปที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อการจัดหาเงินทุนของ SME อีกด้วย

สำหรับแนวนโยบายในการสนับสนุน SME ในเชิงพื้นที่ที่กระทรวงเศรษฐกิจและพลังงานได้มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มศักยภาพในการเติบโตและนวัตกรรมในพื้นที่ที่อ่อนแอด้วยมาตรการส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐาน และบริการที่น่าสนใจ โดยนโยบายจะมีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้เพื่อให้ SME ทั้งหมด สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

## 2.1.6 สรุปแนวทางการพัฒนา SME ของกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในต่างประเทศ

จากการทบทวนกรณีศึกษาจาก 5 ประเทศต้นแบบดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปเป้าหมายในการพัฒนา SME กลไกบริหารจัดการ SME และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐทั้ง 6 ประการ ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปประเด็นหลักของการพัฒนา SME ในประเทศกรณีศึกษาที่ดี

ประเด็นหลัก	ประเด็นการพัฒนา ร่วมกันของทั้ง 4 ประเทศ	ประเด็นการพัฒนาเฉพาะของแต่ละประเทศ				
		ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ไต้หวัน	มาเลเซีย	เยอรมนี
เป้าหมายในการพัฒนา SME	- เน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่และการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ	- ผลักดัน SME ให้ส่งออกไปตลาดต่างประเทศ	- ผลักดัน SME ให้ส่งออกไปตลาดต่างประเทศ	- เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง	-	- สร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการภายในประเทศ
กลไกการบริหารจัดการ SME	- มีหน่วยงานหลักและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการดูแล SME ภายในประเทศ	- มีสำนักงานกระจายอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ และสำนักงานในพื้นที่ที่มี SME หนาแน่น - มีมหาวิทยาลัยในเครือข่าย (SME universities)	- มีสำนักงานกระจายอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ - มีโรงเรียนมัธยม (High Schools) - มีมหาวิทยาลัยในเครือข่าย (SME universities)	- เน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและลงทุนใน SME	- มีสำนักงานประจำรัฐทั้ง 11 รัฐ - มี SME-University Internship Programmes	- มีการจัดตั้งสถาบันศึกษาวิจัยสำหรับสนับสนุนการพัฒนาสินค้าของ SME โดยขึ้นตรงกับหน่วยงานหลัก

ตารางที่ 2 สรุปมาตรการสนับสนุน SME ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศกรณีศึกษาที่ดี

ประเด็นหลัก	ประเด็นการพัฒนา ร่วมกันของทั้ง 4 ประเทศ	ประเด็นการพัฒนาเฉพาะของแต่ละประเทศ				
		ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ไต้หวัน	มาเลเซีย	เยอรมนี
1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	- ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีทันสมัย และการเพิ่มมูลค่าสินค้า (Value-added) ส่งเสริมเรื่องของการทำวิจัยและการพัฒนา (R&D)	-	-	- เน้นสินค้าอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	- การสร้างและพัฒนาแบรนด์และผลิตภัณฑ์สำหรับบรรจุ (Branding & Packaging)	-
2. ด้านช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์	- พัฒนาช่องทาง E-commerce	- จัดตั้งคลังสินค้า	- จัดตั้ง Shopping Zones	-	-	- สร้างความร่วมมือกับประเทศต่างๆ เพื่อกระจายสินค้า - สนับสนุนการค้าชายแดน
3. ด้านการพัฒนาแรงงาน	- มีการจัดอบรมและกิจกรรมพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน	- มีการจัดอบรมและกิจกรรมพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในส่วนท้องถิ่น - มีหลักสูตรการศึกษาใน SME universities สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน	- มีหลักสูตรการศึกษาตั้งแต่ระดับ High School และ SME universities สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน	- Training Center	- มีหลักสูตรการศึกษาใน SME universities สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน	- เปิดรับแรงงานที่มีทักษะจากต่างประเทศเข้ามาทำงาน

ประเด็นหลัก	ประเด็นการพัฒนา ร่วมกันของทั้ง 4 ประเทศ	ประเด็นการพัฒนาเฉพาะของแต่ละประเทศ				
		ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ไต้หวัน	มาเลเซีย	เยอรมนี
4. ด้านการเงิน		<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีสถาบันทางการเงินดูแลให้ความช่วยเหลือกลุ่ม SME โดยเฉพาะ</li> <li>- มีความร่วมมือจากภาคเอกชนในการปล่อยเงินกู้จากการการันตีของภาครัฐ (Credit Guarantee Funds)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีสถาบันทางการเงินดูแลและช่วยเหลือกลุ่ม SME พร้อมทั้งจัดสรรงบประมาณจากภาครัฐ</li> <li>- มีความร่วมมือจากภาคเอกชนในการปล่อยเงินกู้ จากการการันตีของภาครัฐ (Credit Guarantee Funds)</li> <li>- รัฐบาลเน้นเรื่องของการวิจัยและพัฒนา (จัดสรรเงินทุนเป็นอันดับที่ 2 ของกลุ่ม OECD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลร่วมกับเอกชนเป็นหลักในการสนับสนุนด้านการเงินให้แก่ SME</li> <li>- มีความร่วมมือจากภาคเอกชนในการปล่อยเงินกู้ จากการการันตีของภาครัฐ (Credit Guarantee Funds)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลเป็นหลักในการสนับสนุนด้านการเงินให้แก่ SME</li> <li>- สิทธิประโยชน์ (Incentive) จะแตกต่างกันภายใต้เงื่อนไขต่างๆ เช่น เชื้อชาติ (Bumiputera) เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนด้านการเงินให้กับกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Tech startup)</li> </ul>
5. ด้านการสนับสนุนการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัด Business matching</li> <li>- การจัดสัมมนาและการรวมกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดตั้งสหกรณ์ SME</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดตั้งโครงการต่างๆ เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มระหว่างกลุ่มธุรกิจเดียวกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นงานจัดแสดงสินค้า / Event ในการรวมกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเดียวกันหรือต่างกัน</li> </ul>	-
6. ด้านนโยบายจากภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมกลุ่มคนรุ่นใหม่และผู้หญิงในการเป็นผู้ประกอบการ SME</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่วยเหลือจากส่งผ่านทางธุรกิจจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง</li> <li>- การแข่งขันระหว่าง SME เพื่อชิงรางวัล เช่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incubation Business center</li> <li>- One-Stop Clinic (Doctor System)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incubation Business center</li> <li>- การพัฒนา (One Town One Product: OTOP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการให้รางวัล หรือประกาศนียบัตร (Certification / Awards) พร้อมสิทธิ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การลดเงื่อนไขเอกสารและค่าใช้จ่ายในการติดต่อราชการ</li> <li>- พัฒนabethาบาทการมีส่วนร่วมในการกำหนด</li> </ul>

ประเด็นหลัก	ประเด็นการพัฒนา ร่วมกันของทั้ง 4 ประเทศ	ประเด็นการพัฒนาเฉพาะของแต่ละประเทศ				
		ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ไต้หวัน	มาเลเซีย	เยอรมนี
		Japan Venture Awards เป็นต้น - พยายามพัฒนาสินค้า OVOP (Community-oriented) เพื่อไปสู่ตลาดระดับโลก	- สนับสนุน Family Business	ในส่วนท้องถิ่น หรือ Town Brand - Consultants for SME - SME Yearly Award for most productive SME	ประโยชน์ต่างๆ ใน การยกระดับ SME	นโยบาย SME ของกลุ่ม EU

## 2.2 แนวทางการพัฒนา SME ของกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในประเทศ

จากการศึกษากรณีต้นแบบที่ดีในประเทศมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาเชิงพื้นที่ ทั้งจากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาพื้นที่ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เป้าหมายทั้ง 4 จังหวัดได้ต่อไป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.2.1 แนวคิดการพัฒนา SME ของหน่วยงานภาครัฐ

สำหรับแนวทางการพัฒนา SME เชิงพื้นที่ของหน่วยงานภาครัฐที่น่าสนใจ และส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม ได้สัมภาษณ์ตัวแทนผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐที่มีบทบาทหลักในการพัฒนาพื้นที่ ดังนี้

#### 1. แนวนโยบายการพัฒนาพื้นที่โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่นั้น สศช. มีแนวทางการพัฒนาใน 3 ระดับคือ ระดับภูมิภาค ระดับพื้นที่ และพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษชายแดน โดยเป็นการสนับสนุนในเชิงโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SME ในแต่ละพื้นที่ ได้ใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวต่อไป

สำหรับแนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการในเชิงพื้นที่นั้น เน้นไปที่การส่งเสริมและสร้างความสมดุลในการพัฒนา ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์เกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรม รวมไปถึงศิลปวัฒนธรรมประจำถิ่น

พร้อมกันนี้ การสร้างความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ร่วมกับประชาชน และตัวแทนหน่วยงานภาคเอกชนในพื้นที่อย่างบูรณาการ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของร่วมกัน ยังเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนให้การพัฒนาเชิงพื้นที่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

#### 2. แนวนโยบายการพัฒนาพื้นที่โดยกรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสนับสนุนกิจการของ SME ในพื้นที่ได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งเกิดขึ้นจากการสร้างความต้องการของตลาดในพื้นที่ ผ่านการดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาบริโภค จับจ่าย และใช้บริการในพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่สามารถสร้างรายได้จากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร รวมไปถึงผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าที่ระลึก

สำหรับแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ผ่านการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว นั้น เน้นไปที่การสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยดึงอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือจังหวัดมาเป็นจุดขายเพื่อดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ และสามารถขยายผลในการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในภาคส่วนต่างๆ

ในพื้นที่ต่อไปได้ เช่น การนำจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวมาพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึกประจำพื้นที่ หรือจังหวัด ซึ่งจะ  
สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ กรมการท่องเที่ยวยังมีการสนับสนุนและส่งเสริมทักษะแรงงานในภาคการบริการท่องเที่ยว  
ซึ่งต้องการทักษะด้านภาษาเป็นอย่างมากในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมถึงการสนับสนุนทางการเงิน  
ซึ่งใช้ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยเน้นไปที่การสนับสนุนให้กับผู้ประกอบการในแหล่ง  
ท่องเที่ยวชุมชนเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ดี ประเด็นสำคัญในการเลือกสนับสนุนพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวต่างๆ นั้น กรมการท่องเที่ยวได้  
คัดเลือกจากพื้นที่ซึ่งมีศักยภาพพื้นฐานที่ดี มีอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ชัดเจน และมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นปัจจัย  
สำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืนต่อไปได้

### 3. แนวนโยบายการพัฒนาพื้นที่ในจังหวัดพิษณุโลก

สำหรับการพัฒนาพื้นที่ในจังหวัดพิษณุโลกนั้น มีศักยภาพหลักในด้านการเกษตร ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของ  
ประชาชนในจังหวัด รวมไปถึงการเล็งเห็นโอกาสและจุดแข็งในพื้นที่เชิงยุทธศาสตร์ของจังหวัดที่เป็นตำแหน่งที่ตั้งของ  
จุดตัดเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้ และแนวตะวันออก-ตะวันตก ซึ่งเป็นโอกาสในการเป็นเส้นทางขนส่ง  
สินค้าเชื่อมโยงไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ดังนั้น แนวทางการพัฒนาพื้นที่ในจังหวัดพิษณุโลกจึงเน้นไปที่  
การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และการพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์เป็นสำคัญ

พิษณุโลก เน้นการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าเกษตรแปรรูป เช่น ข้าว มะม่วงน้ำดอกไม้ และการสนับสนุนการ  
ท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 และกลุ่มประเทศในระเบียงเศรษฐกิจหลวงพระบาง  
อินโดจีน เมาะลำโย (Luangprabang-Indochina-Mawlamyine Economic Corridor; LIMEC)<sup>1</sup> ซึ่งผู้ประกอบการ  
SME ในพื้นที่มีโอกาสในการประกอบธุรกิจเพิ่มเติมได้ จากการจัดตั้งระเบียงเศรษฐกิจนี้ขึ้น

ส่วนการสนับสนุนด้านช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์นั้น จำเป็นต้องอาศัยบทบาทของ  
หน่วยงานภาครัฐทั้งจากส่วนกลางและในจังหวัด เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานผลักดันบทบาทของจังหวัดพิษณุโลกให้  
เป็นศูนย์กลางสี่แยกอินโดจีน ซึ่งเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง และศูนย์กลางการกระจายสินค้าของภูมิภาค  
ผ่านการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ โดยเฉพาะรถไฟความเร็วสูงระยะที่ 1

<sup>1</sup> ระเบียงเศรษฐกิจหลวงพระบาง อินโดจีน เมาะลำโย (Luangprabang-Indochina-Mawlamyine Economic Corridor; LIMEC) เป็นระเบียงเศรษฐกิจที่กลุ่มจังหวัด  
ภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย แขวงหลวงพระบาง/แขวงไซยะบูลี สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และรัฐกะเหรี่ยง/รัฐมอญ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์  
ได้ร่วมกันเปิดระเบียงเศรษฐกิจนี้ขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2558 โดยเส้นทางของระเบียงเศรษฐกิจนี้ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ หลายแห่ง เช่น วัดเชียงทอง (หลวงพระบาง) เขื่อนสิริกิติ์  
อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ตลาดริมเมย และพระนอนวัดวินเส่งดอร์ยะ (เมาะ  
ลำโย) ซึ่งเป็นโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทาง หลวงพระบาง-อินโดจีน-เมาะลำโย ผ่านการพัฒนาการเชื่อมโยงเส้นทาง และสร้างกิจกรรมที่มี  
มูลค่าเพิ่ม และเพื่อให้พื้นที่สามารถสร้างประโยชน์จากการพัฒนาเส้นทางยุทธศาสตร์ใหม่ โดยไม่เป็นเพียงทางผ่าน รวมถึงกระจายประโยชน์ในการพัฒนา และเพิ่มรายได้ให้แก่  
ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งการพัฒนาการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว หลวงพระบาง-อินโดจีน-เมาะลำโย (Lao PDR-Indochina-Myanmar Route) จะครอบคลุมทั้งการเชื่อมโยง  
ทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเชื่อมโยงด้านระบบ/กระบวนการทำงานต่างๆ และการเชื่อมโยงระหว่างประชาชนด้วยกัน (โลกการค้า ออนไลน์, 2010)

ทั้งนี้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคม ไม่ว่าจะเป็นระบบการขนส่งมวลชน รวมทั้งระบบการขนส่ง และกระจายสินค้า ต่างก็เป็นโอกาสของผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่ ไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลก เท่านั้น หากแต่ผู้ประกอบการในพื้นที่ใกล้เคียงก็จะได้ประโยชน์จากการพัฒนาพื้นที่นี้ด้วยเช่นกัน

#### **4. แนวนโยบายการพัฒนาพื้นที่ในจังหวัดเชียงราย**

แนวนโยบายการพัฒนาจังหวัดเชียงรายนั้นมีความน่าสนใจในมิติของการพัฒนาเชิงพื้นที่ ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของจังหวัดในเชิงเศรษฐกิจ ผ่านการสร้างคุณค่าและเอกลักษณ์ของพื้นที่เป็นหลัก โดยจังหวัดเชียงรายได้มุ่งเน้นไปที่การสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการต่างๆ ในจังหวัด รวมไปถึงการมีนโยบายการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษใน 3 อำเภอ คือ แม่สาย เชียงแสน และเชียงของ จากหน่วยงานส่วนกลาง ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้จังหวัดเชียงรายมีโอกาสสร้างการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดได้อีกมาก

จังหวัดเชียงรายมีความโดดเด่นในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัด ผ่านการสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงราย (Chiangrai Brand) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ การจดจำ และส่งเสริมผู้ประกอบการ SME/OTOP/วิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงราย ให้พัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการให้ได้คุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ภายใต้การรับรองผ่านตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงราย

รวมถึงการที่จังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่ในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้น ผู้ประกอบการ SME มีโอกาสเป็นอย่างสูงในการลงทุนในพื้นที่ดังกล่าว โดยหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน การนิคมอุตสาหกรรม และกรมสรรพากร เป็นต้น ได้ให้ความร่วมมือในการให้สิทธิพิเศษทางภาษีแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่

นอกจากนี้ สำนักงานจังหวัดเชียงราย ยังได้สร้างความร่วมมือกับสายการบินต่างๆ เพื่อร่วมสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เช่น การอนุญาตให้นักท่องเที่ยวที่นำจักรยานมายังเชียงราย สามารถโหลดจักรยานขึ้นเครื่องบินได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย เป็นต้น

จากปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงรายนี้ เป็นแนวทางการส่งเสริม SME ในจังหวัดให้มีโอกาสพัฒนาธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น

#### **2.2.2 แนวคิดการพัฒนา SME ของหน่วยงานภาคเอกชน**

สำหรับแนวคิดการพัฒนา SME ของหน่วยงานภาคเอกชน จะได้ถอดบทเรียนแนวทางในการประกอบธุรกิจในกลุ่ม SME ให้ประสบผลสำเร็จ ผ่านการพัฒนาทั้งในเชิงพื้นที่ และเชิงธุรกิจ โดยมีรายละเอียดแนวคิดในการพัฒนาดังต่อไปนี้

##### **1. แนวคิดการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยบริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จำกัด**

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดแรกที่มีการพัฒนาจังหวัดโดยวิธีการที่แตกต่างออกไปจากจังหวัดอื่นๆ เนื่องจากจังหวัดบุรีรัมย์มีการนำทีมฟุตบอลอาชีพมาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนจังหวัด ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จำกัด เพื่อสร้างความนิยมในด้านการแข่งขันกีฬาและก่อให้เกิดความเจริญในด้านอื่นๆ ตามมา จากความ



ร่วมมือของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีเป้าหมายร่วมกัน โดยกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองกีฬา เพื่อเพิ่มศักยภาพของจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด มีภาพเป็นเมืองแห่งกีฬาที่มีความชัดเจน และเปลี่ยนภาพลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์จาก “เมืองผ่าน” ให้เป็น “เมืองพัก”

โดยหลักแล้ว บริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ต จำกัด ได้พัฒนาสโมสรฟุตบอลให้มีผลการแข่งขันที่ดี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมเยือน เพื่อชมการแข่งขันของสโมสรในจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้น และเพื่อยกระดับการกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีมาตรฐานทัดเทียมกับนานาชาติ ทางบริษัทฯ ยังได้ลงทุนสร้างสนามไอ-โมบาย สเตเดียม (I-mobile Stadium) และสนามแข่งรถช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต (Chang International Circuit) ภายใต้ความเชื่อที่ว่ายังมีกิจกรรมตลอดทั้งปี จะยิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดมากขึ้น

ในส่วนของหน่วยงานราชการในจังหวัด ยังให้ความร่วมมือและสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานในการพัฒนาจังหวัดเป็นอย่างดี เช่น โครงการขยายสนามบินบุรีรัมย์ให้เป็นสนามบินนานาชาติ โครงการขยายเส้นทางหลวงจากกรุงเทพ-บุรีรัมย์ให้ใหญ่และเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือกันของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาจังหวัด และร่วมมือกันดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ เพื่อผลักดันการพัฒนาไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้สำเร็จ

ทั้งนี้ ปัจจัยหลักสำคัญอีกส่วนหนึ่ง คือสร้างการรับรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัด ผ่านการสื่อสาร ทำความเข้าใจ ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากการพัฒนาอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง พร้อมทั้งชี้แจงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ทำความเข้าใจและร่วมกันกับประชาชนในพื้นที่หาแนวทางการบริหารจัดการผลกระทบดังกล่าว ซึ่งเป็นการสร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อย่างแท้จริง

จากแนวทางการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ข้างต้น ซึ่งเป็นปัจจัยเริ่มต้นที่สนับสนุนการส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดที่ชัดเจน และเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยผู้ประกอบการในจังหวัดมีโอกาสในการทำธุรกิจมากขึ้น และความต้องการของตลาดในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัด จากเดิมประมาณ 880,000 คน ในปี พ.ศ. 2553 เพิ่มขึ้นเป็น 1.4 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2558 ส่งผลให้มูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน

## **2. แนวคิดการพัฒนาธุรกิจในพื้นที่เมืองเล็กของประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย**

มุมมองการพัฒนาธุรกิจของตัวแทนผู้ประกอบการภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดเชียงราย มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจะสามารถสร้างความเชื่อมโยงในการพัฒนาพื้นที่จังหวัดได้อย่างบูรณาการ ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ และการสนับสนุนการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ

สำหรับการสนับสนุน SME ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการนั้น สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย ได้มุ่งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้การพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และมีมาตรฐาน อีกทั้งส่งเสริมให้เข้ารับการรับรองตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงราย เพื่อยกระดับสินค้าของผู้ประกอบการในจังหวัดให้มีคุณภาพ มาตรฐานมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการพัฒนาความหลากหลายและสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพิ่มขึ้น

ด้านของการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดได้ ผ่านการขยายโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ โดยสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย ได้พยายามส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความหลากหลายทางธุรกิจ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกันทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการบริการ โดยร่วมกันสร้างรูปแบบธุรกิจที่เกื้อหนุนกันในพื้นที่ เป็นสำคัญ

นอกจากนี้ การรวมเกษตรกรที่ผลิตสินค้าการเกษตร ร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการเชิงธุรกิจ ยังเป็นอีกประเด็น สำคัญที่ต้องการพัฒนา ซึ่งต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐในการเชื่อมโยงกลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่น กลุ่มผู้ผลิตเครื่องสำอาง อาจมีการจัดกลุ่มผู้ประกอบการตั้งแต่เกษตรกรซึ่งปลูกสินค้าเกษตรต้นน้ำ กลุ่มผู้ผลิต แปรรูปสินค้า และกลุ่มผู้ขายหรือผู้ทำตลาดเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดกลไกความร่วมมือบนพื้นฐานความเข้าใจเดียวกันใน ทุกกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งร่วมกันสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ตรงตามความต้องการของตลาดได้ดี ยิ่งขึ้น

### 3. แนวคิดการพัฒนาธุรกิจในพื้นที่เมืองเล็กของห้างหุ้นส่วนจิวาพรฟู้ด

“กล้วยตากจิวาพร” เป็นผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลก เริ่มจำหน่ายกล้วยตากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 โดย เริ่มจากการเป็นธุรกิจภายในครอบครัว ด้วยการให้ความสำคัญและการเอาใจใส่ในเรื่องของคุณภาพของสินค้า ทำให้ กล้วยตากจิวาพรเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในวงกว้าง จนทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยการผลิต กล้วยตากยังคงยึดมั่นกับภูมิปัญญาดั้งเดิม พร้อมกันกับการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งนี้ ห้างหุ้นส่วนจิวาพรฟู้ด ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐซึ่งมีส่วนช่วยให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การ สนับสนุนให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการตลาด

ห้างหุ้นส่วนจิวาพรฟู้ด ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมอบรมผู้ประกอบการที่ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น ตัวขับเคลื่อน เพื่อค้นหาจุดแข็งของตัวสินค้ามาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในเชิงสร้างสรรค์ และสร้างอัตลักษณ์ของ ตราสินค้าให้มีความเข้มแข็งและมีจุดขาย โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์ โดยจะเน้นให้ผู้ประกอบการค้นพบตัวเอง และความสามารถ ทักษะของตัวเอง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจ อย่างยั่งยืนต่อไป รวมถึง การได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา เพื่อนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้า โดยห้างหุ้นส่วนจำกัดจิวาพรฟู้ด ได้พาราโบลามาช่วยในการผลิตกล้วยตาก ซึ่งช่วยป้องกันไม่ให้เกิดกล้วยเสียหาย ในหน้าฝน และสามารถผลิตกล้วยตากได้ตลอดทั้งปี พร้อมทั้งมีการควบคุมและตรวจวัดมาตรฐานของกระบวนการ ผลิตอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ ห้างหุ้นส่วนจำกัดจิวาพรฟู้ด ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งร่วมมือกับ King power ซึ่งได้นำสินค้า OTOP จากที่ต่างๆ เข้าไปจัดจำหน่ายในสนามบินสุวรรณภูมิ รวมถึงกล้วยตากจิวาพรด้วย ซึ่งมีส่วน สำคัญในการแนะนำสินค้าให้กับชาวต่างชาติ และได้รับการตอบรับและมีการสั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นอย่างดี

ทั้งนี้ หากหน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้กับผู้ประกอบการ SME ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และตลาดมากยิ่งขึ้น จะมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็กซึ่งเข้าถึงโอกาสเหล่านี้ได้ไม่มากนัก สามารถขยายธุรกิจได้ต่อไป

### 2.2.3 สรุปแนวทางการพัฒนา SME ของกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในประเทศ

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และการเข้าร่วมการประชุมรับฟังบรรยายสรุปแนวทางการพัฒนาพื้นที่ จากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ดังรายละเอียดข้างต้น ปัจจัยสำคัญของการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ในแต่ละพื้นที่ ประกอบไปด้วย 3 ประเด็นหลักคือ

1. ผู้นำในพื้นที่ซึ่งมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน โดยนำเอาจุดแข็ง อัตลักษณ์ของพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาจุดขายใหม่มาใช้เป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนา พร้อมทั้งมีความมุ่งมั่นและเข้มแข็งในการดำเนินการ โดยเน้นไปที่การสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่ เช่น การพัฒนาตราสินค้าของจังหวัดเชียงราย หรือการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ Geographical Indication (GI) ในประเทศของกล้วยตากบางกระทุ่ม จะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ได้รับตราสัญลักษณ์หรือการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐได้เป็นอย่างดี
2. การสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการได้นั้น เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ผ่านการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าใหม่ๆ เช่น การขอความร่วมมือกับหน่วยงานเอกชนรายใหญ่ในการวางสินค้า OTOP ในพื้นที่ โดยเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพจากพื้นที่ห่างไกล และมีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าได้ไม่มากนัก
3. นโยบายหรือมาตรการต่างๆ ในการยกเว้นภาษี ลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการ จะเป็นแนวทางสำคัญอีกส่วนหนึ่งในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SME ได้มีเงินทุนเวียนในการดำเนินธุรกิจได้อย่างคล่องตัวมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี ตัวอย่างของกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีจากผู้เชี่ยวชาญทั้งจากภาครัฐและเอกชนนี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการสนับสนุน SME ทั้งในเชิงพื้นที่และการสนับสนุน SME รายบุคคล ที่ประสบผลสำเร็จ ซึ่งมีข้อสังเกตว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเพียงด้านเดียว ไม่อาจส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SME ประสบความสำเร็จได้เสมอไป หากแต่ยังอยู่ที่ตัวผู้ประกอบการเองที่ต้องเข้าใจ และใส่ใจในธุรกิจ ขวนขวายโอกาสในการพัฒนา พร้อมทั้งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดอยู่เสมอ จึงจะทำให้ผู้ประกอบการ SME นั้นประสบความสำเร็จได้ ทั้งนี้ ตัวอย่างดังกล่าวจะสามารถเป็นต้นแบบในการขยายผลการพัฒนา SME ในกลุ่มอื่นๆต่อไปได้

### 3. การศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลและแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเป้าหมาย

#### 3.1 จังหวัดพิษณุโลก

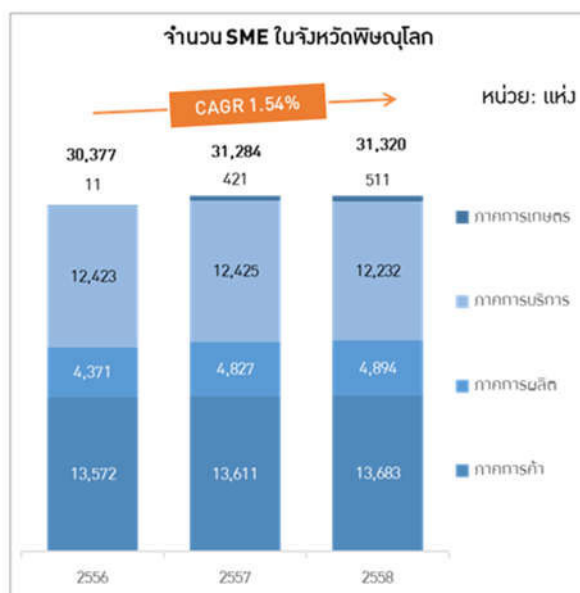
##### 3.1.1 ข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดพิษณุโลก

ในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของ SME ในจังหวัดพิษณุโลก ประกอบไปด้วยการจำแนก SME ตามประเภทธุรกิจ การจ้างงานของ SME นำมาใช้ในการวิเคราะห์หาความสามารถทางการแข่งขันของ SME ในจังหวัดพิษณุโลก เปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังต่อไปนี้

##### 3.1.1.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก

ในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดพิษณุโลกมีจำนวน SME ทั้งสิ้น 31,320 แห่ง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีคือ ร้อยละ 1.54 โดยคำนวณตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ถึงปี พ.ศ. 2558 ในขณะที่อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของ SME ในภาพรวมทั้งประเทศอยู่ที่ร้อยละ 0.92 โดยที่จำนวนวิสาหกิจขนาดย่อม (SEs) มีจำนวน 31,260 แห่ง และวิสาหกิจขนาดกลาง (MEs) มีจำนวน 60 แห่ง

แผนภาพที่ 5 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก



ที่มา: สสว.

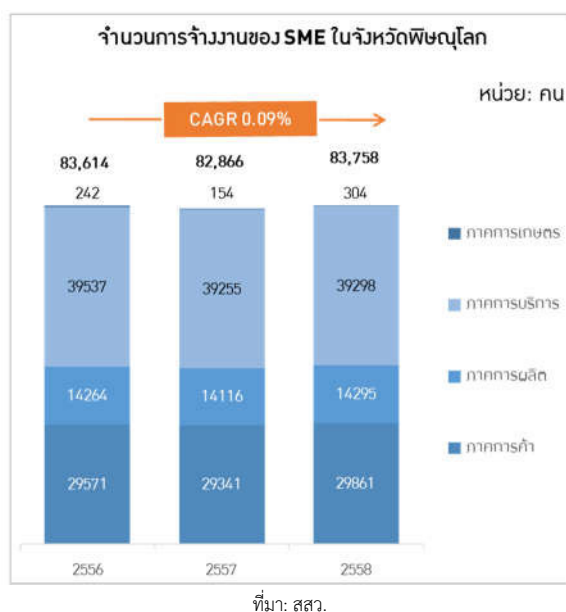
หากจำแนกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลกตามภาคธุรกิจ ภาคการค้ามีสัดส่วนจำนวนมากที่สุดในจังหวัดโดยคิดเป็นร้อยละ 43.7 ของจำนวนทั้งหมด ภาคการบริการมีสัดส่วนต่อจำนวนทั้งหมดเป็นอันดับสองโดยคิดเป็นร้อยละ 39.1 และภาคการผลิตมีสัดส่วนอยู่ในอันดับสามโดยคิดเป็นร้อยละ 15.6 และอันดับสุดท้ายคือภาคการเกษตรซึ่งมีจำนวนคิดเป็นเพียงร้อยละ 1.6 ของจำนวน SME ทั้งจังหวัด

หากพิจารณาจำนวน SME ประกอบกับมูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัด จะเห็นได้ว่ามูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดมีสัดส่วนมากที่สุดในภาคการบริการเป็นอันดับที่ 1 แต่จำนวนผู้ประกอบการ SME ในภาคการค้า มีจำนวนมากที่สุด และในทางกลับกัน มูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดของภาคการค้ามีสัดส่วนเพียงร้อยละ 12.2 ของมูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดในภาพรวมเท่านั้น

### 3.1.1.2 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี พ.ศ. 2558 มีการจ้างงานทั้งสิ้น 83,758 อัตรา โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีคำนวณตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 เท่ากับร้อยละ 0.09 ขณะที่ค่าเฉลี่ยอัตราการเติบโตในภาพรวมของประเทศอยู่ที่ร้อยละ 3.4

แผนภาพที่ 6 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพิษณุโลก



วิสาหกิจขนาดย่อม (SEs) มีการจ้างงาน 79,294 อัตรา ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลาง (MEs) มีการจ้างงาน 4,464 อัตรา หากจำแนกปริมาณการจ้างงานตามภาคธุรกิจ ภาคบริการสร้างการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 46.92 ของการจ้างงานทั้งหมด ภาคการค้ามีจำนวนการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 35.65 การจ้างงานในภาคการผลิตคิดเป็นร้อยละ 17.07 และภาคเกษตรมีการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 0.36

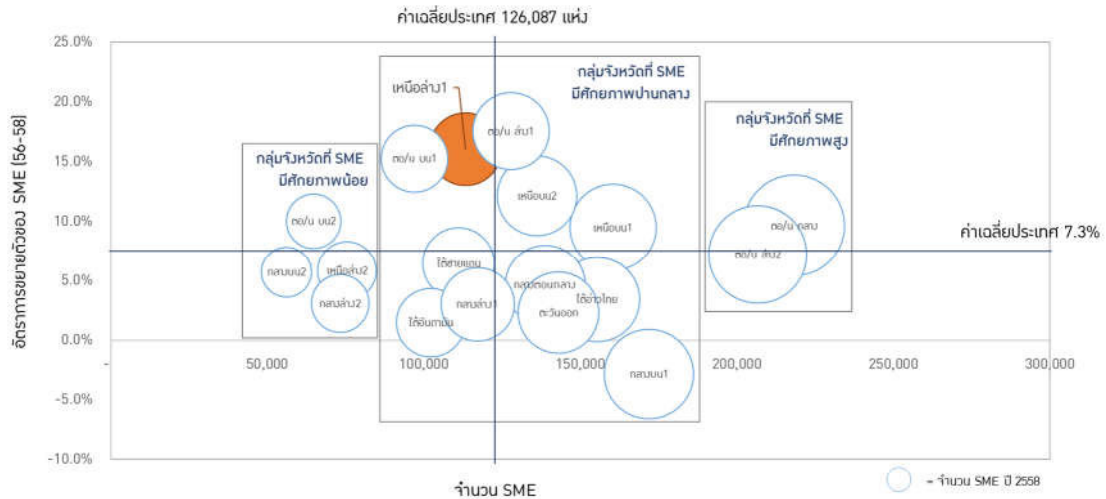
เมื่อเปรียบเทียบจำนวน SME กับการจ้างงานในแต่ละภาคธุรกิจนั้น จะเห็นได้ว่า จำนวน SME และจำนวนการจ้างงานในทุกภาคธุรกิจมีสัดส่วนที่สอดคล้องกันในทุกภาค

### 3.1.1.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของ SME ในจังหวัดพิษณุโลก

จังหวัดพิษณุโลกเป็นหนึ่งในสมาชิกของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งตามการวิเคราะห์โดยใช้กราฟความสัมพันธ์ระหว่างจำนวน SME และอัตราการขยายตัวของ SME ระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ.2558 ของ 18 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ พบว่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง

พ.ศ. 2558 มากกว่าค่าเฉลี่ยการขยายตัวของทั้งประเทศ (ร้อยละ 7.3) แต่จำนวน SME ของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 มีจำนวนน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ (126,087 แห่ง)

แผนภาพที่ 7 การวิเคราะห์ศักยภาพของ SME ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1

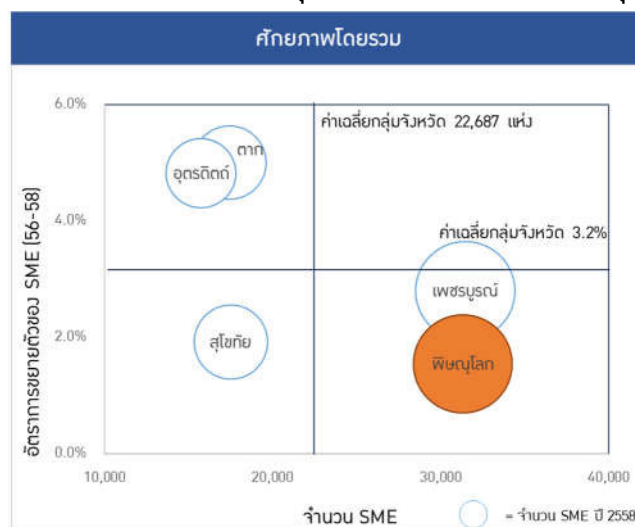


ที่มา: สสว. และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

จากภาพรวมการวิเคราะห์ศักยภาพของ SME ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 จึงแสดงให้เห็นว่า กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 จัดเป็นกลุ่มจังหวัดที่ SME มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง เนื่องจากมีอัตราการเติบโตของจำนวน SME สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ อีกทั้งยังมีจำนวน SME ที่ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของประเทศเช่นกัน

ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับจังหวัดภายในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 8 ศักยภาพโดยรวมของ SME ในจังหวัดพิษณุโลกเปรียบเทียบกับจังหวัดในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1



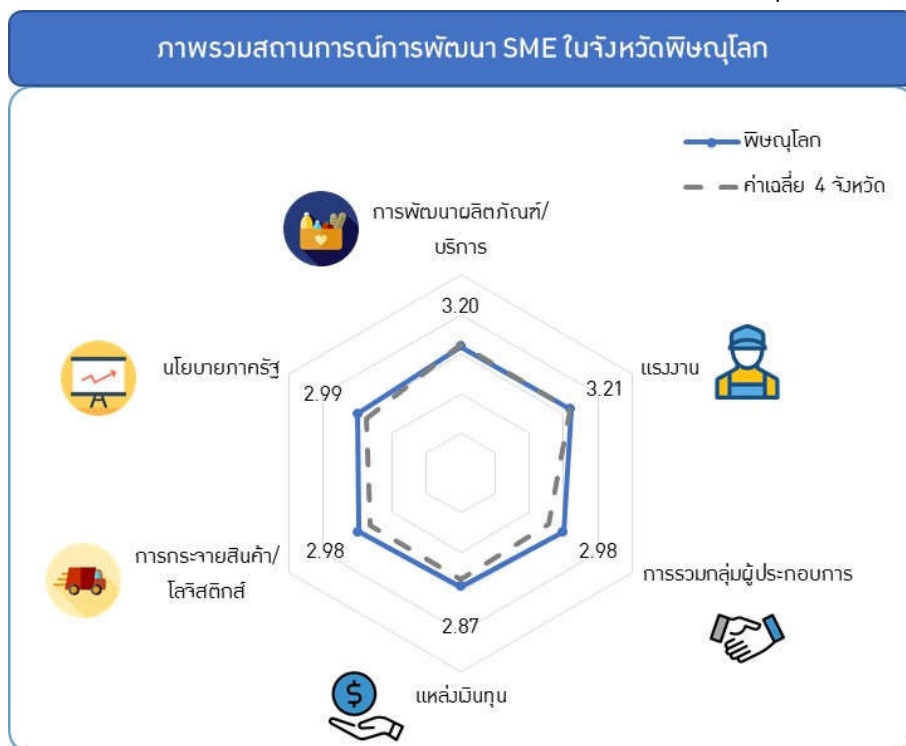
ที่มา: สสว. และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

หากทำการวิเคราะห์เฉพาะจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 โดยภาพรวมจังหวัดพิษณุโลกมีจำนวน SME ที่มากกว่าค่าเฉลี่ยในกลุ่มจังหวัดโดยมีจำนวน SME ใกล้เคียงกับจังหวัดเพชรบูรณ์ แต่ในด้านของอัตราการขยายตัวของ SME จังหวัดพิษณุโลกมีอัตราค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจังหวัด รวมถึงมีอัตราการขยายตัวต่ำที่สุดในกลุ่ม ในขณะที่จังหวัดตากและอุตรดิตถ์กลับมีอัตราการขยายตัวของจำนวน SME สูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจังหวัดค่อนข้างมาก

### 3.1.1.4 สถานการณ์ของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดพิษณุโลก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจสถานการณ์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 159 ราย โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก ทั้งนี้ สามารถสรุปสถานการณ์ที่เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ออกเป็น 6 ด้าน โดยแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 9 ภาพรวมสถานการณ์การพัฒนา SME ในจังหวัดพิษณุโลก



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ของผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลก และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

## 1. สถานการณ์ด้านสินค้า/บริการ และตลาด

ภาพรวมของตลาดในจังหวัดพิษณุโลกมีการแข่งขันสูง เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่มีความหลากหลายค่อนข้างน้อยและมีความคล้ายคลึงกัน เช่น ก๋วยเตี๋ยว หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย เป็นต้น ทั้งนี้ จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการแปรรูปและพัฒนาสินค้า แต่ยังเห็นความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยมีการพยายามพัฒนาสินค้าและบริการด้วยตนเอง ส่งผลให้การพัฒนาสินค้าและบริการยังไม่มีประสิทธิภาพในการแข่งขันกับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่หรือกลุ่มอื่นๆ ในตลาด

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการฐานรากในจังหวัดส่วนใหญ่เป็นภาคการเกษตร จึงยังไม่ค่อยมีแนวคิดในการต่อยอดธุรกิจจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมในพื้นที่ หรือเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรส่วนมากมีลักษณะคล้ายคลึงกัน และขาดจุดเด่นในการดึงดูดผู้บริโภคให้เลือกซื้อ

## 2. สถานการณ์ด้านแรงงาน

ภาพรวมของแรงงานในจังหวัดถือว่ามีความเพียงพอต่อความต้องการภายในพื้นที่ และมีอัตราการหมุนเวียนเข้า-ออกของแรงงานอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแรงงานส่วนมากจะจัดอยู่ในกลุ่มแรงงานทั่วไป อาทิ เกษตรกร ชาวสวน รับจ้างทั่วไป การผลิตเพื่อการแปรรูปอย่างง่าย พนักงานบริการในธุรกิจท่องเที่ยวและร้านอาหาร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจพบว่าแรงงานส่วนใหญ่ในจังหวัดเป็นแรงงาน ซึ่งแรงงานฝีมือที่ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะมีจำนวนเพียง 1 ใน 3 ของแรงงานทั้งหมดที่สำรวจ ทั้งนี้ แรงงานในจังหวัดที่ควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาทักษะฝีมือ ได้แก่ แรงงานในด้านการทำเกษตรแปรรูป และแรงงานในด้านการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองต่อทิศทางการพัฒนาภายในจังหวัดในอนาคต

## 3. สถานการณ์ด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดพิษณุโลกเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการค่อนข้างน้อย แต่เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายทั้ง 4 จังหวัด พบว่าผู้ประกอบการในพิษณุโลกตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มสูงที่สุดในกลุ่มจังหวัดเป้าหมาย เนื่องจากได้รับความรู้และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ กลุ่มผู้ประกอบการในจังหวัดมีบทบาทในการแก้ไขและพัฒนาธุรกิจในพื้นที่เป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนมากให้ความร่วมมือต่อการรวมกลุ่มเป็นอย่างดี โดยมีการประชุมและการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีการประสานงานและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเป็นอย่างดี อาทิ โครงการพิษณุโลก 2020 ที่เกิดจากการระดมความคิดในการพัฒนาจังหวัดพิษณุโลกจากความร่วมมือของทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน



#### 4. สถานการณ์ด้านแหล่งเงินทุน

ผู้ประกอบการในพื้นที่เห็นว่า แหล่งเงินทุนและผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อของไทยมีความหลากหลายพอสมควร ซึ่งผู้ประกอบการมีความเห็นว่า การเข้าถึงแหล่งสินเชื่อและเงินทุนของผู้ประกอบการมักประสบปัญหาการใช้ระยะเวลาดำเนินการนาน เนื่องจากสถาบันการเงินส่วนใหญ่มักจะอนุมัติเงินกู้ให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ก่อน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาและขาดความเข้าใจในการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายตามเงื่อนไขของธนาคาร ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือในการขอสินเชื่อลดลง

#### 5. สถานการณ์ด้านช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์

ภาพรวมของระบบคมนาคมภายในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก ถือว่ามีประสิทธิภาพ โดยมีระบบขนส่งมวลชนทั่วไปหลายรูปแบบ เช่น รถตู้ รถบัส และรถแท็กซี่ เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้มีส่วนสนับสนุนธุรกิจในพื้นที่ทั้งการขนส่งสินค้าและขนส่งผู้โดยสารภายในพื้นที่ นอกจากนี้ จังหวัดพิษณุโลกยังมีจุดเด่นในด้านตำแหน่งที่ตั้งที่สามารถเชื่อมไปยังจังหวัดอื่นได้อย่างสะดวก เนื่องจากมีถนนหลักตัดผ่านจังหวัดพิษณุโลกไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ

ในการสำรวจด้านการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้าภายในจังหวัด พบว่า ผู้ประกอบการบางส่วนนิยมใช้บริการของศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่ เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่ามีประสิทธิภาพและช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ภาคการค้าจะนำสินค้ามาจากจังหวัดอื่นมาขายในจังหวัด

#### 6. สถานการณ์ด้านนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการ

ด้านการบริการและนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ภายในพื้นที่ ผู้ประกอบการมีมุมมองที่แตกต่างกันในสองแนวทางหลัก ประกอบด้วย ผู้ประกอบการบางส่วนในจังหวัด เห็นว่า กฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่ออกโดยหน่วยงานภาครัฐ มีส่วนช่วยในการสนับสนุนธุรกิจของแต่ละผู้ประกอบการบางส่วน เนื่องจากนโยบายต่างๆ ในการสนับสนุนผู้ประกอบการตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ ในขณะที่ผู้ประกอบการอีกส่วนยังเห็นว่านโยบายภาครัฐ ควรมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ขึ้น อาทิ นโยบายทางด้านภาษีที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

ในส่วนของการเข้าถึงข้อมูลและบริการจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการเห็นว่า สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการ รวมถึงโครงการต่างๆ จากภาครัฐได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ตาม ภาครัฐควรเพิ่มเติมการให้ความรู้ในเรื่องของการรับรองมาตรฐานและการประชาสัมพันธ์เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางส่วนเห็นว่า โครงการส่วนใหญ่ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐยังไม่มีความต่อเนื่องเท่าที่ควร ส่งผลให้การพัฒนาไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น การพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การจัดอบรมแรงงานทักษะฝีมือ เป็นต้น

### 3.1.1.5 ปัจจัยและปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดพิษณุโลก

ในการรวบรวมข้อมูลปัจจัยและปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลก สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจในจังหวัด และปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### แผนภาพที่ 10 ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจในจังหวัดพิษณุโลก



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ของจังหวัดพิษณุโลก

จากการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดพิษณุโลก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยหลักในการแข่งขันทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการทั้งภาคการค้า ภาคการผลิต และภาคการบริการให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ทั้ง 3 ประเภท เนื่องจากเป็นภาพลักษณ์สำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างความเชื่อมั่นของสินค้าและบริการต่อผู้บริโภค รองลงมา คือ ราคาของสินค้าและบริการ เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่า ราคาถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค อีกทั้งในสถานการณ์ที่ตลาดมีการแข่งขันทางด้านราคาสูง ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาที่เหมาะสม และอันดับสาม คือ การส่งเสริมการขาย ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้สินค้าและบริการของผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาด และยังกระตุ้นให้เกิดการซื้อขาย อีกทั้งยังมีส่วนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย

## แผนภาพที่ 11 ปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดพิษณุโลก



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ของจังหวัดพิษณุโลก

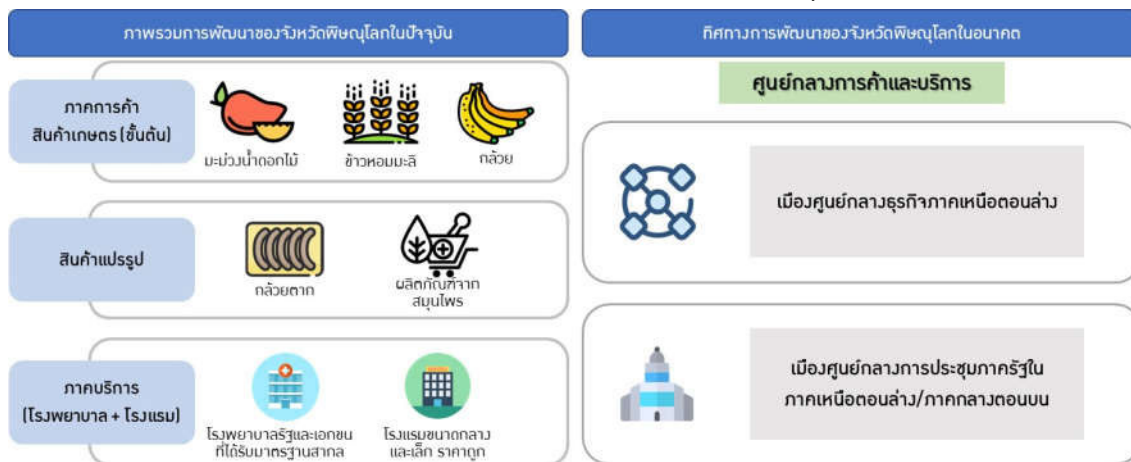
ส่วนปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการในจังหวัดเห็นตรงกันคือ สถานการณ์ของตลาดที่ผู้ประกอบการขาดข้อมูลและความเข้าใจในตลาดของผู้บริโภคในพื้นที่ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถจำหน่ายสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ประกอบกับการมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ยอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเองหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ต้องการเป็นพนักงานหรือแรงงานประจำเกิดขึ้นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทต่างๆ ร่องลงมาคือ มีการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือ เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดจะเข้าไปทำงานในเมืองใหญ่มากกว่าการทำงานในพื้นที่ และปัญหาสำคัญอันดับสามที่ผู้ประกอบการเห็นตรงกัน คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง โดยการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วย แต่ในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มีต้นทุนสูง ซึ่งผู้ประกอบการมีเงินทุนไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

### 3.1.2 สรุปศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดพิษณุโลก

#### 3.1.2.1 ภาพรวมการพัฒนาจังหวัดพิษณุโลก

ภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดพิษณุโลกจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ แนวทางการพัฒนาในปัจจุบัน และทิศทางการพัฒนาในอนาคต โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

### แผนภาพที่ 12 ภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดพิษณุโลก



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

สำหรับภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดพิษณุโลกในปัจจุบันนั้น ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคการเกษตรขั้นต้นและอาหารแปรรูปเป็นหลัก โดยมีการค้าผลิตภัณฑ์เกษตรขั้นต้นที่สำคัญ คือ มะม่วงน้ำดอกไม้ ข้าวหอมมะลิ และกล้วย จากนั้นนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร กล้วยตาก และผลิตภัณฑ์จากกล้วย เป็นต้น ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรที่ทำรายได้หลักให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ กล้วยตากและผลิตภัณฑ์จากกล้วย ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการแต่ละรายมีความคล้ายคลึงกันและขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ จังหวัดพิษณุโลกยังมีสถานประกอบการภาคการบริการทั้งการบริการเชิงสุขภาพที่ประกอบด้วยโรงพยาบาลรัฐและเอกชนที่ได้รับมาตรฐานสากลและการบริการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของทิศทางการพัฒนาในอนาคต ทางจังหวัดพิษณุโลก มีเป้าหมายในการพัฒนาเป็นเมืองศูนย์กลางด้านการค้าและบริการ เพื่อให้จังหวัดพิษณุโลกสามารถรองรับการค้าและบริการที่จะเกิดขึ้นในจังหวัดจากการที่มีธุรกิจขนาดใหญ่มาตั้งสาขา และคลังสินค้าในพื้นที่ รวมถึง การเป็นศูนย์กลางการประชุมของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง และพื้นที่ภาคกลางตอนบนอีกด้วย

#### 3.1.2.2 แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดพิษณุโลก

จากการศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดและการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการในจังหวัด สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดเป็น 2 แนวทางหลัก ประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์การเกษตร และสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านต่างๆ รวมถึงการสร้างเชื่อมโยงไปยังผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

### แผนภาพที่ 13 แนวทางหลักในการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดพิษณุโลก



ที่มา: สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

#### 1. แนวทางการพัฒนาด้านการเกษตรของจังหวัดพิษณุโลก

จากการศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดและการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากสำรวจหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SME และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัด พบว่า มีแนวทางการในการพัฒนาด้านการเกษตร จะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นสำคัญ

โดยในจังหวัดมีแนวทางในการพัฒนาด้านเกษตร โดยการส่งเสริมขั้นตอนการปลูกและบรรจุภัณฑ์ให้มีความปลอดภัย และปราศจากสารเคมี ภายใต้แนวความคิดเกษตรปลอดภัย เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งแนวทางในการพัฒนาด้านนี้มีความร่วมมือของทุกๆ ฝ่ายในพื้นที่ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการยกระดับผู้ประกอบการให้ได้รับมาตรฐานรับรองสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูประดับสากล และการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการใช้ภูมิปัญญาเดิมในท้องถิ่น เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการวางแผนของผู้ประกอบการทั้งด้านการค้า การตลาด และการส่งออก

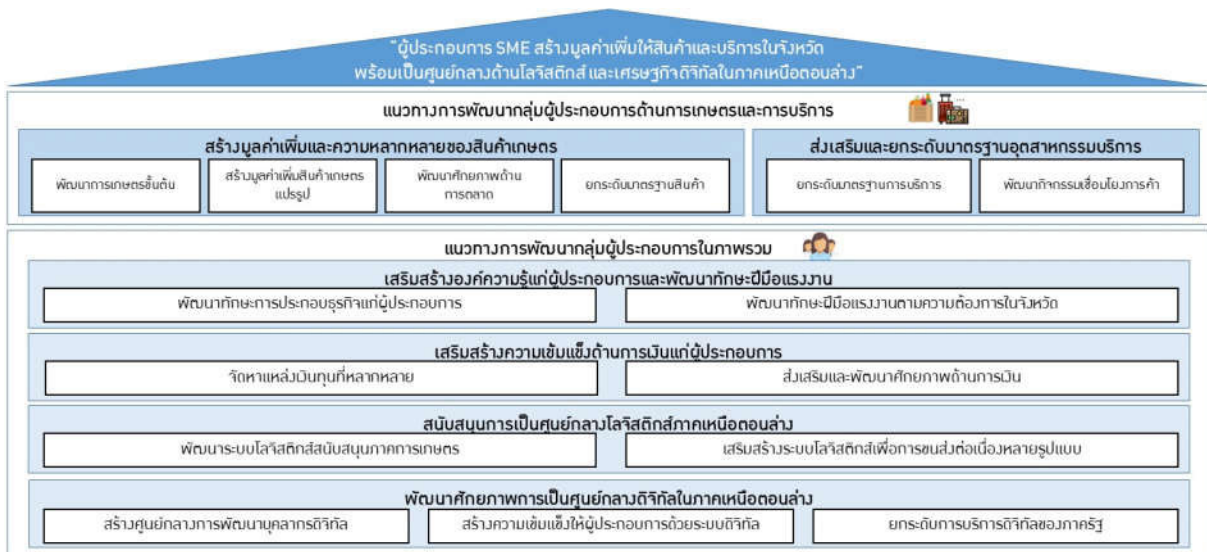
#### 2. แนวทางการพัฒนาด้านการเป็นศูนย์กลางการบริการในด้านต่างๆ ในจังหวัดพิษณุโลก

จากการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดพิษณุโลก และการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME รวมถึงการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่ พบว่า ในพื้นที่ที่มีแนวทางสนับสนุนในการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านต่างๆ ประกอบด้วย การบริการด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่หลากหลาย เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดารามกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และภูเขาดินกับภูหินร่องกล้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางการบริการ ทั้งศูนย์ราชการ และธุรกิจเอกชน โดยเน้นไปที่กลุ่มผู้บริโภคภาคเหนือตอนล่าง และภาคกลางตอนบน ส่วนกลุ่มผู้บริโภคจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมา และลาว เป็นต้น

### 3.1.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดพิษณุโลก

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการและแนวทางการพัฒนา SME ในพื้นที่ พบว่า ในพื้นที่ควรมีการพัฒนาอย่างมีเป้าหมายและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้วิสัยทัศน์ “ผู้ประกอบการ SME สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการในจังหวัด พร้อมเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ และเศรษฐกิจดิจิทัลในภาคเหนือตอนล่าง” ทั้งนี้ จากวิสัยทัศน์ดังกล่าว พัฒนาเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME 6 ยุทธศาสตร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### แผนภาพที่ 14 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดพิษณุโลก



ที่มา: จากการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

#### 3.1.3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างมูลค่าเพิ่มและความหลากหลายของสินค้าเกษตร

ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรให้มีความหลากหลาย โดยมีการวางแผนการเพาะปลูกอย่างเป็นระบบควบคู่กับการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรแปรรูปภายในจังหวัด ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ รวมถึงพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการตลาดเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเพิ่มฐานลูกค้า พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานสินค้าเพื่อรองรับตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาการเกษตรขั้นต้น** โดยการบริหารจัดการพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรภายในจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบจากการเพาะปลูกพืชชนิดเดียวกันและทำให้ราคาตกต่ำลง
- 2) **สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรแปรรูป** โดยการยกระดับการแปรรูปสู่การแปรรูปขั้นสูง หรือขั้นอุตสาหกรรม จากการการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในกระบวนการผลิต
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** ส่งเสริมแนวทางขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์

- 4) **ยกระดับมาตรฐานสินค้า** ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

### 3.1.3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการ

สนับสนุนให้ผู้ประกอบการภาคบริการตระหนักถึงความสำคัญของการขึ้นทะเบียนสถานประกอบการและการได้รับมาตรฐานต่างๆ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมบริการในภาพรวมของจังหวัด พร้อมทั้งส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จากศักยภาพและเอกลักษณ์ภายในพื้นที่ ควบคู่กับการสร้างสรรค์การบริการรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในอนาคตของจังหวัด ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **ยกระดับมาตรฐานการบริการ** เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ที่เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งการยกระดับมาตรฐานโรงแรมและที่พัก และการจัดทำฐานข้อมูลโรงแรมที่มีมาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาศูนย์สุขภาพตามเป้าหมายของการพัฒนาในพื้นที่
- 2) **พัฒนากิจกรรมเชื่อมโยงการค้า** โดยการส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมภายในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และนำผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกิจกรรมมาขายในงาน เช่น การนำเสนออาหารเพื่อสุขภาพในงานกิจกรรมทางด้านการกีฬา เป็นต้น

### 3.1.3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ ให้เป็นผู้ประกอบการที่มองการณ์ไกล สามารถสร้างและบริหารธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่มีทักษะและความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทักษะการทำบัญชี รวมถึงการปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการที่ดี
- 2) **พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด** ส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการบริการ เช่น การอบรมทักษะทางด้านการบริการให้แก่พนักงานโรงแรมในพื้นที่ หรือการอบรมความรู้เกี่ยวกับการนวดแผนไทย เป็นต้น

### 3.1.3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาทางการเงิน ด้วยการจัดหาและสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบในพื้นที่ พร้อมทั้งพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในเรื่องของการกู้เงินจากธนาคาร เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** สนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบการในพื้นที่ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ในการขอกู้เงิน
- 2) **ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาทางด้านการเงินในพื้นที่

### 3.1.3.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 สนับสนุนการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ภาคเหนือตอนล่าง

จากศักยภาพและตำแหน่งที่ตั้งของจังหวัด การพัฒนาด้านโลจิสติกส์จึงถือเป็นโอกาสสำคัญที่ผู้ประกอบการด้านการขนส่งของจังหวัดในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าของภาคเหนือตอนล่าง เพื่อส่งออกไปยังภูมิภาคอื่นหรือประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการพัฒนากระบวนการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาระบบโลจิสติกส์สนับสนุนภาคการเกษตร** ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า เพื่อเป็นแหล่งรวมผลิตภัณฑ์ภาคการเกษตร และสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์อาหารปลอดภัยของภาคเหนือ
- 2) **เสริมสร้างระบบโลจิสติกส์เพื่อการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ** ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาระบบการขนส่ง เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมการผลิต การค้าและบริการภายในพื้นที่ และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละด้านในอนาคต

### 3.1.3.6 ยุทธศาสตร์ที่ 6 พัฒนาศักยภาพการเป็นศูนย์กลางดิจิทัลในภาคเหนือตอนล่าง

ส่งเสริมผู้ประกอบการและบุคลากรภายในจังหวัดให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาธุรกิจทุกภาคส่วนภายในจังหวัดอย่างเป็นพลวัต และยังคงสอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของยุทธศาสตร์การพัฒนาในพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างศูนย์กลางการพัฒนาบุคลากรดิจิทัล** ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ทางด้าน ICT ประจำชุมชน พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปเห็นถึงประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งานในการพัฒนาธุรกิจหรือในชีวิตประจำวัน
- 2) **สร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการด้วยระบบดิจิทัล** ส่งเสริมการยกระดับและพัฒนาธุรกิจด้วยการนำเทคโนโลยีหรือระบบสารสนเทศต่างๆ เข้ามาใช้งานในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในแต่ละประเภทธุรกิจ
- 3) **ยกระดับการบริการดิจิทัลของภาครัฐ** พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการติดต่อและดำเนินงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่ ทั้งหน่วยงานภาครัฐกับภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐกับเอกชน ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐกับประชาชนในพื้นที่



## 3.2 จังหวัดราชบุรี

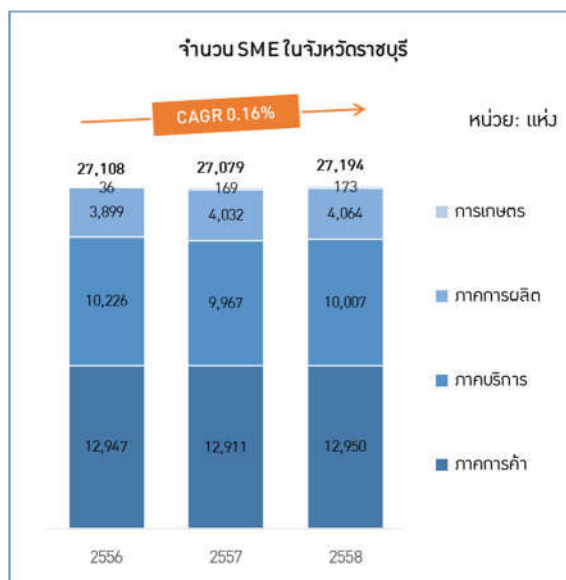
### 3.2.1 ข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดราชบุรี

ในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของ SME ในจังหวัดราชบุรี ประกอบไปด้วยการจำแนก SME ตามประเภทธุรกิจ การจ้างงานของ SME นำมาใช้ในการวิเคราะห์หาความสามารถทางการแข่งขันของ SME ในจังหวัดราชบุรี เปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### 3.2.1.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรี

ในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดราชบุรีมีจำนวน SME ทั้งสิ้น 27,194 แห่ง โดยแบ่งเป็น วิสาหกิจขนาดย่อม (SEs) 27,095 แห่งและวิสาหกิจขนาดกลาง (MEs) 101 แห่ง โดยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) คือร้อยละ 0.1 โดยคำนวณระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2556 - 2558 โดย SME ในจังหวัดราชบุรีมีการเพิ่มขึ้นจากจำนวน 27,108 แห่งในปี พ.ศ. 2556 เป็น 27,194 แห่งในปี พ.ศ. 2558 ในขณะที่อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของ SME ในภาพรวมทั้งประเทศ อยู่ที่ร้อยละ 0.92 ซึ่งประเมินได้เบื้องต้นว่าอัตราการขยายตัวของจำนวน SME ในจังหวัดราชบุรีนี้อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

แผนภาพที่ 15 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรี



ที่มา: สสว.

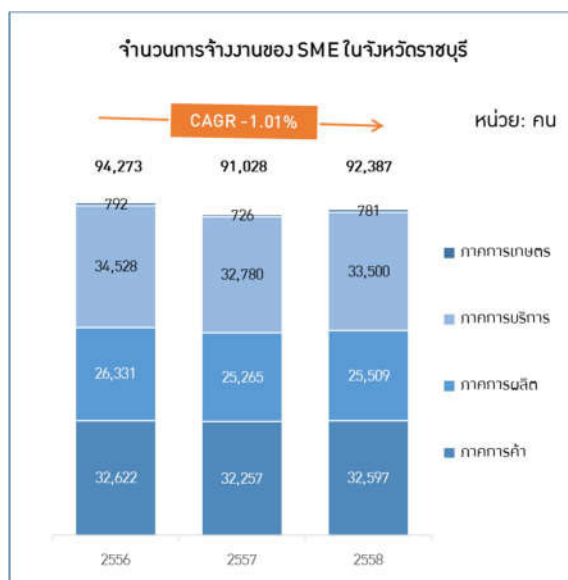
หากจำแนกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรีตามภาคธุรกิจ จะเห็นได้ว่า SME ในภาคการค้ามีจำนวนมากที่สุดโดยมีจำนวนทั้งสิ้น 12,950 แห่ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 47.6 ของจำนวนทั้งหมด รองลงมาคือ ภาคการบริการ 10,007 แห่งหรือคิดเป็นร้อยละ 36.8 ภาคการผลิต 4,064 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14.94 ส่วนภาคการเกษตรมีผู้ประกอบการเพียง 173 แห่งซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.64 เท่านั้น

หากพิจารณาจำนวน SME ประกอบกับมูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัด จะเห็นได้ว่ามูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดราชบุรีมีสัดส่วนมากที่สุดอยู่ในภาคการผลิต แต่จำนวนผู้ประกอบการ SME ในภาคการค้า มีจำนวนมากที่สุดและในทางกลับกัน มูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 8.3 ของมูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดในภาพรวมเท่านั้น

### 3.2.1.2 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรี

ส่วนการพิจารณาถึงข้อมูลจำนวนการจ้างงานของ SME ในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดราชบุรีมีการจ้างงานทั้งสิ้น 92,387 อัตราโดยแบ่งเป็นการจ้างงานโดย SEs จำนวน 85,105 อัตราและ MEs จำนวน 7,282 อัตรา โดยอัตราการจ้างงานของจังหวัดราชบุรีมีอัตราการหดตัวเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 1.01 คำนวณระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึงปี พ.ศ. 2558 ขณะที่ค่าเฉลี่ยอัตราการเติบโตในภาพรวมของประเทศอยู่ที่ร้อยละ 3.4

แผนภาพที่ 16 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรี



ที่มา: สสว.

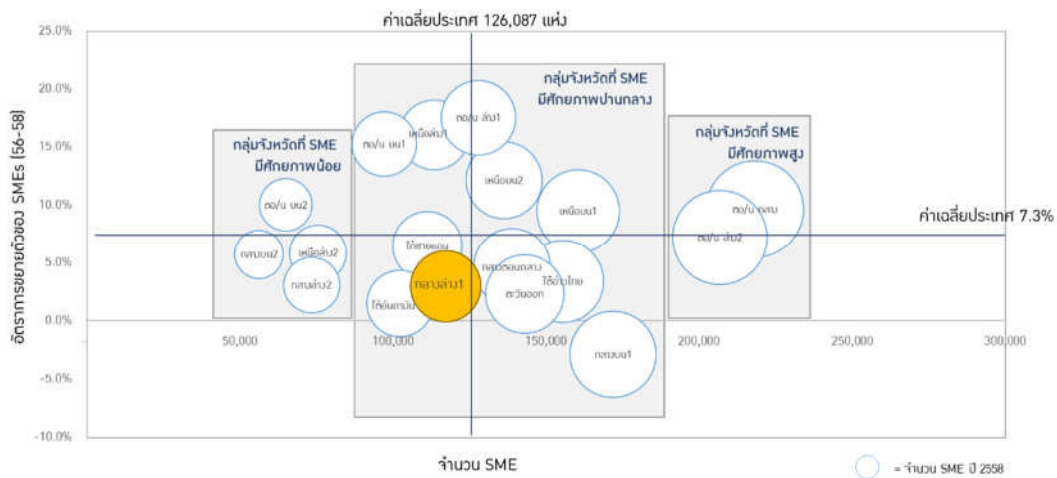
เมื่อจำแนกวิเคราะห์จำนวนการจ้างงานแบ่งตามภาคธุรกิจ พบว่าภาคการบริการ มีจำนวนการจ้างงานมากที่สุดคือ 33,500 อัตรา คิดเป็นร้อยละ 36.26 ของจำนวนการจ้างงานทั้งหมด รองลงมาคือ ภาคการค้า ที่มีการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 35.28 ภาคการผลิต ร้อยละ 27.61 และอันดับสุดท้ายคือภาคเกษตรที่มีจำนวนการจ้างงานเพียง 781 อัตราหรือร้อยละ 0.85 ของจำนวนทั้งหมด

เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวน SME ประกอบกับข้อมูลการจ้างงาน จะเห็นได้ว่า สถานการณ์ของ SME ในภาพรวมของจังหวัดนั้น มีแนวโน้มค่อนข้างคงตัว สังเกตได้จากอัตราการขยายตัวของจำนวน SME ที่คงที่และอัตราการจ้างงานที่ลดลง

### 3.2.1.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของ SME ในจังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรีเป็นหนึ่งในสมาชิกของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ซึ่งตามการวิเคราะห์โดยใช้กราฟความสัมพันธ์ระหว่างจำนวน SME และอัตราการขยายตัวของ SME ระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 ของ 18 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ พบว่ากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 น้อยกว่าค่าเฉลี่ยการขยายตัวของทั้งประเทศ (ร้อยละ 7.3) และจำนวน SME ของกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 1 มีจำนวนน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ (126,087 แห่ง) เช่นกัน

แผนภาพที่ 17 การวิเคราะห์ศักยภาพของ SME ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

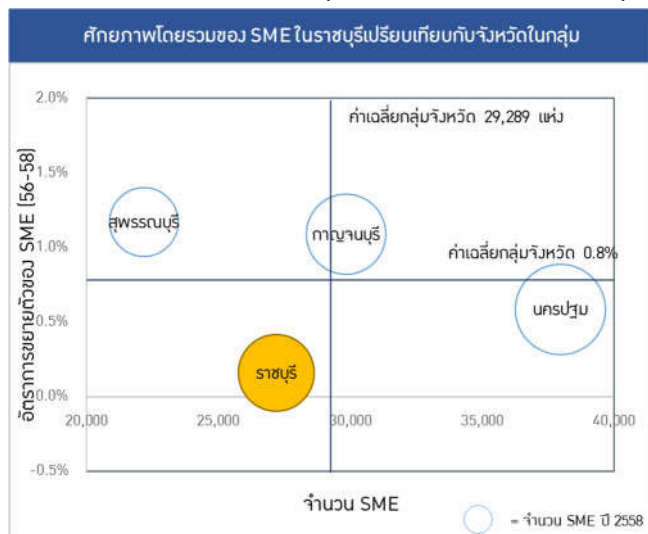


ที่มา: สสว. และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

จากภาพรวมการวิเคราะห์ศักยภาพของ SME ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มภาคกลางตอนล่าง 1 จัดเป็นกลุ่มจังหวัดที่ SME มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ เนื่องจากมีอัตราการเติบโตของจำนวน SME และ จำนวน SME ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัดราชบุรีชัดเจนมากยิ่งขึ้น มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับจังหวัดภายในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 1 ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 18 ศักยภาพโดยรวมของ SME ในจังหวัดราชบุรีเปรียบเทียบกับจังหวัดในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 1



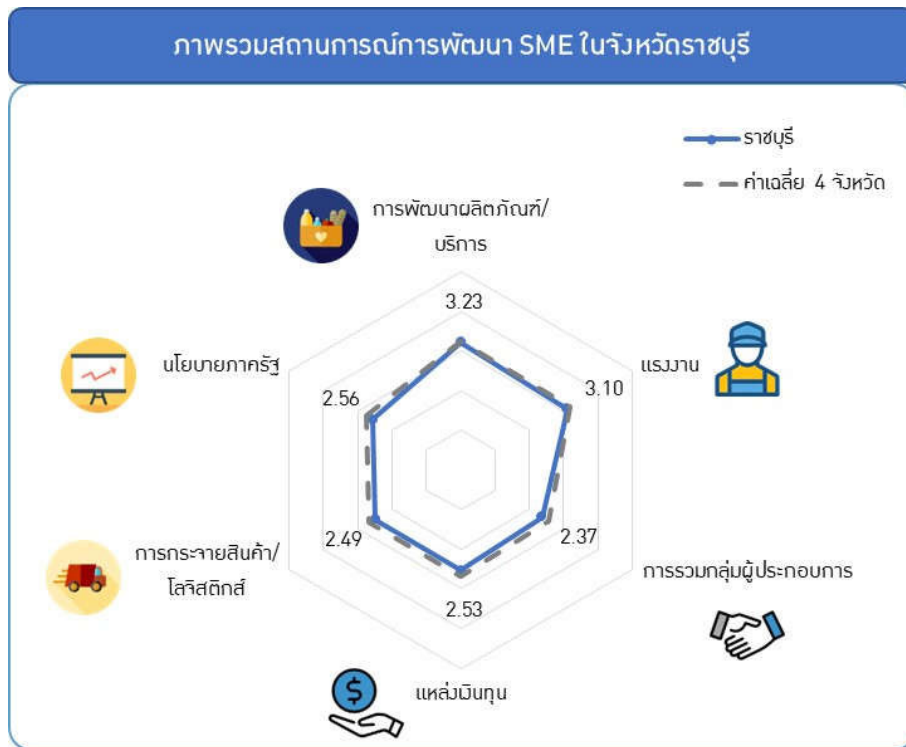
ที่มา: สสว. และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

หากทำการวิเคราะห์เฉพาะจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 โดยภาพรวมจังหวัดราชบุรีมีจำนวน SME ที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในกลุ่มจังหวัดโดยมีจำนวน SME ใกล้เคียงกับจังหวัดกาญจนบุรี แต่ในด้านของอัตราการขยายตัวของ SME จังหวัดราชบุรีมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่มจังหวัด ในขณะที่จังหวัดนครปฐมจะเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงที่สุดในกลุ่ม และจังหวัดสุพรรณบุรีมีอัตราการขยายตัวของจำนวน SME สูงที่สุดในกลุ่ม

3.2.1.4 สถานการณ์ของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดราชบุรี

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจสถานการณ์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดราชบุรี จำนวน 155 ราย โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก สามารถสรุปสถานการณ์ที่เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาธุรกิจ SME ของผู้ประกอบการ ออกเป็น 6 ด้าน โดยแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

### แผนภาพที่ 19 ภาพรวมสถานการณ์การพัฒนา SME ในจังหวัดราชบุรี



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ของผู้ประกอบการในจังหวัดราชบุรี และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

#### 1. สถานการณ์ด้านสินค้า/บริการ และตลาด

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจสถานการณ์ด้านสินค้า บริการ และการตลาดของผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่ สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย สถานการณ์ด้านสินค้าและบริการในพื้นที่ และสถานการณ์ด้านตลาด

สำหรับสถานการณ์ด้านสินค้าและบริการ พบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตรขั้นต้น เช่น มะพร้าว สับปะรด เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์แปรรูปมักจะเป็นเพียงการแปรรูปอย่างง่าย เช่น ข้าว นม ผลไม้อบกรอบ น้ำพริก ไซโป้ และกุนเชียง เป็นต้น รวมถึงผู้ประกอบการฐานรากส่วนใหญ่ในพื้นที่ยังไม่มีหรือนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเท่าที่ควร ดังนั้นสินค้าแปรรูปส่วนใหญ่ จึงมักจะทำการแปรรูปในลักษณะคล้ายกัน ส่งผลให้สินค้าภายในพื้นที่มีความหลากหลายค่อนข้างน้อยและมีผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันภายในท้องตลาดเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ในด้านของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังถือว่าไม่สอดคล้องกับประการเนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่จะใช้บรรจุภัณฑ์เหมือนกัน หรือมีความคล้ายคลึงกัน และยังไม่มีการออกแบบเฉพาะตัว ทำให้ไม่มีจุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์ในการดึงดูดผู้บริโภค

นอกจากนี้ การสำรวจสถานการณ์ด้านตลาด พบว่าภาพรวมของตลาดในจังหวัดมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางด้านราคา เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่า ปัจจัยทางด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ในขณะที่เดียวกันการแข่งขันทางด้านราคากลับส่งผลให้ผลประกอบการของแต่ละกิจการน้อยลงอย่างมาก แต่ผู้ประกอบการเห็นว่าตลาดในจังหวัดราชบุรีมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริการด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการในพื้นที่ถือว่ามีความสามารถในการต่อยอดทางธุรกิจจากโอกาสในพื้นที่ค่อนข้างน้อย

## 2. สถานการณ์ด้านแรงงาน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ประกอบกิจการมาเป็นระยะเวลานานจะมีความต้องการในการต่อยอดหรือพัฒนาธุรกิจ แต่ยังขาดแนวคิดและองค์ความรู้ในการพัฒนากิจการ ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร อีกทั้ง ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในพื้นที่ยังมีความรู้และความเข้าใจในการประกอบธุรกิจค่อนข้างน้อย และขาดทักษะการวางแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทำให้การพัฒนาหรือเริ่มต้นธุรกิจใหม่ยังไม่มีประสิทธิภาพในการแข่งขันกับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่หรือกลุ่มอื่นๆ ในตลาดได้

นอกจากนี้ ภาพรวมของแรงงานในจังหวัดถือว่า จำนวนแรงงานในพื้นที่มีความขาดแคลน และมีการหมุนเวียนเข้า-ออกของแรงงานอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากแรงงานในจังหวัดส่วนใหญ่จะมาจากหลากหลาย รวมถึงแนวโน้มการขาดแคลนด้านแรงงานฝีมือ ที่เริ่มมีอายุมากขึ้นและขาดการถ่ายทอดความรู้/ทักษะให้คนรุ่นใหม่ เช่น กลุ่มงานช่างศิลป์และช่างปั้น เป็นต้น ซึ่งแรงงานในกลุ่มนี้ถือเป็นแรงงานที่เสริมสร้างอัตลักษณ์ความเป็นเมืองแห่งการสร้างสรรค์และศิลปะให้กับจังหวัดราชบุรี จึงควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนแรงงานในด้านนี้ให้มีการเพิ่มจำนวนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับต่อการพัฒนาภายในจังหวัดในอนาคต

## 3. สถานการณ์ด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดราชบุรีเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการค่อนข้างน้อย โดยผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการมีเพียงจำนวนร้อยละ 18 จากจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 155 รายที่ได้ทำการสำรวจ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับประโยชน์หรือยังไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มเท่าที่ควร โดยผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มให้ความเห็นว่า การรวมกลุ่มยังไม่สามารถแก้ปัญหาหรือช่วยพัฒนาธุรกิจภายในจังหวัดได้ รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกันยังมีค่อนข้างน้อย จึงทำให้การรวมกลุ่มเป็นไปได้ค่อนข้างยาก

## 4. สถานการณ์ด้านแหล่งเงินทุน

ผู้ประกอบการในพื้นที่เห็นว่า แหล่งเงินทุนและผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อของไทยยังขาดความหลากหลาย และมีรูปแบบหรือเงื่อนไขไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจต่างๆ เท่าที่ควร รวมถึงการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและสินเชื่อของผู้ประกอบการยังไม่ได้รับการอำนวยความสะดวก หรือได้รับการอนุมัติเงินกู้ในวงเงินที่

จำกัด ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ ซึ่งถือเป็นปัญหาที่สำคัญของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อมภายในพื้นที่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาและขาดความเข้าใจในการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายตามเงื่อนไขของธนาคาร ส่งผลให้ความน่าเชื่อถือในการกู้ยืมเงินลดลง

### **5. สถานการณ์ด้านช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์**

ในภาพรวมของระบบคมนาคมภายในพื้นที่จังหวัดราชบุรี ถือว่ามีประสิทธิภาพปานกลาง โดยมีระบบขนส่งผู้โดยสารทั่วไป เช่น รถตู้และรถบัส สำหรับการเดินทางภายในจังหวัดแต่ระบบการขนส่งยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และขาดการประชาสัมพันธ์ถึงวิธีการเดินทางภายในพื้นที่ที่ชัดเจน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่เท่าที่ควร ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปจังหวัดราชบุรี จะไปเพียงสถานที่จุดใดจุดหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางขนส่งผู้โดยสารภายในจังหวัด

ด้านศูนย์กระจายสินค้าภายในจังหวัด พบว่า ผู้ประกอบการ SME ยังไม่นิยมใช้บริการของศูนย์กระจายสินค้า เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าศูนย์กระจายสินค้าภายในจังหวัดยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และไม่มีส่วนในการช่วยลดค่าใช้จ่ายของการขนส่งสินค้า อย่างไรก็ตามในพื้นที่มีศูนย์กระจายสินค้าทางการเกษตร (ขั้นต้น) ที่มีประสิทธิภาพขนาดใหญ่เพียงแห่งเดียว นั่นคือ “ตลาดศรีเมือง” โดยมีภาคเอกชนเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเป็นศูนย์กลางการค้าส่งและค้าปลีกสินค้าเกษตรปลอดภัยของภูมิภาค และมีการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาการผลิตเพื่อทดสอบความสะอาดและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรภายในตลาด โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐบางส่วน อาทิ สำนักวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

### **6. สถานการณ์ด้านนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการ**

ด้านการบริการและนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ภายในพื้นที่ ผู้ประกอบการในจังหวัดราชบุรี เห็นว่า หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่มีส่วนช่วยในการสนับสนุนผู้ประกอบการในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่เห็นว่านโยบายภาครัฐยังไม่ตรงต่อความต้องการของผู้ประกอบการ อาทิ กลุ่มผู้ประกอบการต่อตัวถังรถบัสที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการที่รัฐสนับสนุนการละเว้นภาษีนำเข้ารถโดยสารจากต่างชาติ ทำให้ราคาของรถโดยสารต่างชาติถูกกว่าราคารถโดยสารที่ต่อโดยผู้ประกอบการในประเทศเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเห็นว่า การเข้าถึงบริการต่างๆ จากภาครัฐยังไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกหรือมีการประชาสัมพันธ์ในด้านของข่าวสารข้อมูลเท่าที่ควร อีกทั้ง การจัดอบรมส่วนใหญ่ของภาครัฐยังขาดความต่อเนื่อง และมีความซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงาน เช่น การจัดอบรมแรงงานในด้านการบริการและโรงแรม เป็นต้น ทำให้ผลของการฝึกอบรมต่างๆ ยังไม่ส่งผลในแง่ของการพัฒนาธุรกิจต่างๆ ในพื้นที่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังไม่สามารถเข้าถึงการบริการทางวิชาการของสถาบันการศึกษาหรือสถาบันวิจัยในพื้นที่เท่าที่ควร

### 3.2.1.5 ปัจจัยและปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดราชบุรี

ในการรวบรวมข้อมูลปัจจัยและปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดราชบุรี สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจในจังหวัด และปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัด โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### แผนภาพที่ 20 ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจในจังหวัดราชบุรี



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ของจังหวัดราชบุรี

จากการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดราชบุรี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยหลักในการแข่งขันทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการทั้งภาคการค้า การผลิตและการบริการให้ความสำคัญอันดับแรกคือคุณภาพของสินค้าและบริการ เนื่องจากเป็นภาพลักษณ์สำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างความเชื่อมั่นของสินค้าและบริการต่อผู้บริโภค และเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ รองลงมาคือราคาของสินค้าและบริการ เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่า ราคาถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค อีกทั้งสถานการณ์ในการแข่งขันด้านราคาในตลาดที่มีสูง ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาที่เหมาะสม และอันดับสาม คือ ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ซึ่งถือว่าเป็นหนทางหนึ่งของผู้ประกอบการในการสร้างทางเลือกให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย



## แผนภาพที่ 21 ปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดราชบุรี



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ของจังหวัดราชบุรี

ส่วนปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดที่ผู้ประกอบการเห็นตรงกันคือ สถานการณ์ของตลาดที่มีการชะลอตัวลงอย่างมาก เนื่องจากผลกระทบของภาพรวมเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีการหดตัวลง ทำให้ผลประกอบการของธุรกิจในจังหวัดช่วงที่ผ่านมาลดลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตัวเองหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ต้องการเป็นพนักงานหรือแรงงานประจำเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทต่างๆ โดยเฉพาะการแข่งขันในภาคการค้าและบริการเป็นอย่างมาก รองลงมาคือ มีการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะแรงงานที่มีความสามารถหรือแรงงานฝีมือเฉพาะทาง เช่น ช่างปั้น ช่างศิลป์ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าในอนาคตอาจจะไม่มีแรงงานกลุ่มนี้เหลือเนื่องจากคนรุ่นใหม่ไม่ให้ความสนใจในงานชนิดนี้เท่าที่ควร รวมถึงไม่มีการอบรมหรือสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มรุ่นใหม่ และปัญหาสำคัญลำดับถัดมา คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี หรือได้รับความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้การพัฒนาสินค้าและบริการเป็นไปอย่างล่าช้า และไม่ทันสมัย รวมถึงการมีเงินลงทุนที่ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

### 3.2.2 สรุปศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดราชบุรี

#### 3.2.2.1 ภาพรวมการพัฒนาจังหวัดราชบุรี

ภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดราชบุรีจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ แนวทางการพัฒนาในปัจจุบัน และทิศทางการพัฒนาในอนาคต โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

## แผนภาพที่ 22 ภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดราชบุรี



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

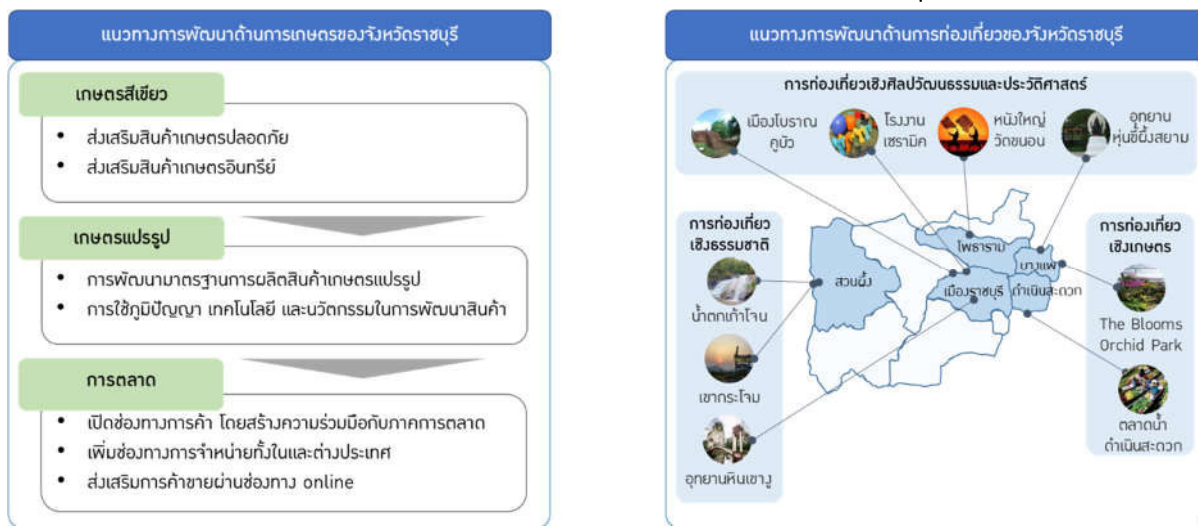
สำหรับภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดราชบุรีในปัจจุบันนั้น ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคการเกษตรและอาหารแปรรูปเป็นหลัก โดยมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรขั้นต้นที่สำคัญ คือ สับปะรดบ้านคา และมะพร้าว จากนั้นนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นหรือมะพร้าวกระป๋อง เป็นต้น ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรที่ทำรายได้หลักให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดราชบุรี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวต่างๆ น้ำพริก และไซเป้ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกันและไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ จังหวัดราชบุรียังมีผลิตภัณฑ์จากงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด เช่น ผ้าทอพื้นเมืองผ้าชิ้นตีนจก เครื่องเคลือบดินเผาและเซรามิก เป็นต้น นอกจากนี้การพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้าภายในจังหวัดราชบุรียังสามารถเชื่อมโยงเข้ากับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว Man-made ที่สำคัญในจังหวัด เช่น แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง และตลาดน้ำต่างๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของทิศทางการพัฒนาในอนาคต ทางจังหวัดราชบุรีมีเป้าหมายในการพัฒนาเป็นเมืองสร้างสรรค์ (Creativity City) ที่มีการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) เพื่อสามารถสร้างสรรค์มูลค่า (Value Creation) ให้กับสินค้าและบริการได้มากกว่าแค่เป็นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) อีกทั้งมีการประยุกต์ร่วมกับการนำศิลปะ และวัฒนธรรมต่างๆ ในจังหวัดราชบุรี อาทิ การส่งเสริมด้านวิจิตรศิลป์ด้วยงานประติมากรรมจากเครื่องปั้นดินเผาหรือเซรามิกในโรงงานเจ้า ฮง ไถ่ การส่งเสริมด้านนาฏศิลป์ วรรณศิลป์ บ้านดิน ธรรมชาติสถานเพื่องานศิลปะ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีทิศทางในการพัฒนาจังหวัดที่ควบคู่ไปกับการเป็นเมืองเกษตรปลอดภัยของภูมิภาค (Smart Farmer City) เพื่อส่งเสริมให้ผลิตผลทางการเกษตรมีคุณภาพปลอดภัยต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่ หันมาปลูกผลิตผลด้านเกษตรอินทรีย์มากขึ้น และลดการใช้สารเคมีในการปลูกผลิตผลทางการเกษตร เพื่อสร้างจุดเด่นและชื่อเสียงที่มากขึ้นให้กับผลิตภัณฑ์ภายในพื้นที่

### 3.2.2.2 แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดและการรวบรวมข้อมูลสามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัด เป็น 2 แนวทางหลัก ประกอบด้วย การส่งเสริมด้านการเกษตร และการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว โดยแต่ละแนวทางมี รายละเอียด ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 23 แนวทางหลักในการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดราชบุรี



ที่มา: สำนักงานจังหวัดราชบุรีและการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

#### 1. แนวทางการพัฒนาด้านการเกษตรของจังหวัดราชบุรี

แนวทางการในการพัฒนาด้านการเกษตร 3 แนวทาง ประกอบด้วย การพัฒนาด้านเกษตรสีเขียว การพัฒนาเกษตรแปรรูป และการพัฒนาด้านการเกษตร โดยแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังนี้

##### แนวทางในการพัฒนาด้านเกษตรสีเขียว

จังหวัดราชบุรีมีแนวทางในการพัฒนาด้านเกษตรสีเขียว โดยการส่งเสริมขั้นตอนการปลูกและบรรจุภัณฑ์ให้มีความปลอดภัย และปราศจากสารเคมี ภายใต้แนวความคิดเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งแนวทางในการพัฒนาด้านนี้มีความร่วมมือของทุกๆ ฝ่ายในพื้นที่ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และมีเป้าหมายเดียวกันในการพัฒนาเป็นเมืองเกษตรสีเขียว

##### แนวทางในการพัฒนาด้านเกษตรแปรรูป

หลังจากที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรให้ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคแล้ว ในพื้นที่มีแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาเกษตรแปรรูป โดยการยกระดับผู้ประกอบการให้ได้รับมาตรฐานรับรองสินค้าเกษตรแปรรูประดับสากล รวมถึงการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการใช้ภูมิปัญญาเดิมในท้องถิ่น เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

### แนวทางในการพัฒนาด้านการตลาด

นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว จังหวัดราชบุรียังเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาตลาดเพื่อรองรับสินค้า โดยการส่งเสริมการเปิดช่องทางการค้า โดยการสร้างความร่วมมือกับภาคการตลาด หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง ส่งเสริมการขยายฐานลูกค้าจากเดิมทั้งในพื้นที่ นอกพื้นที่ และต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

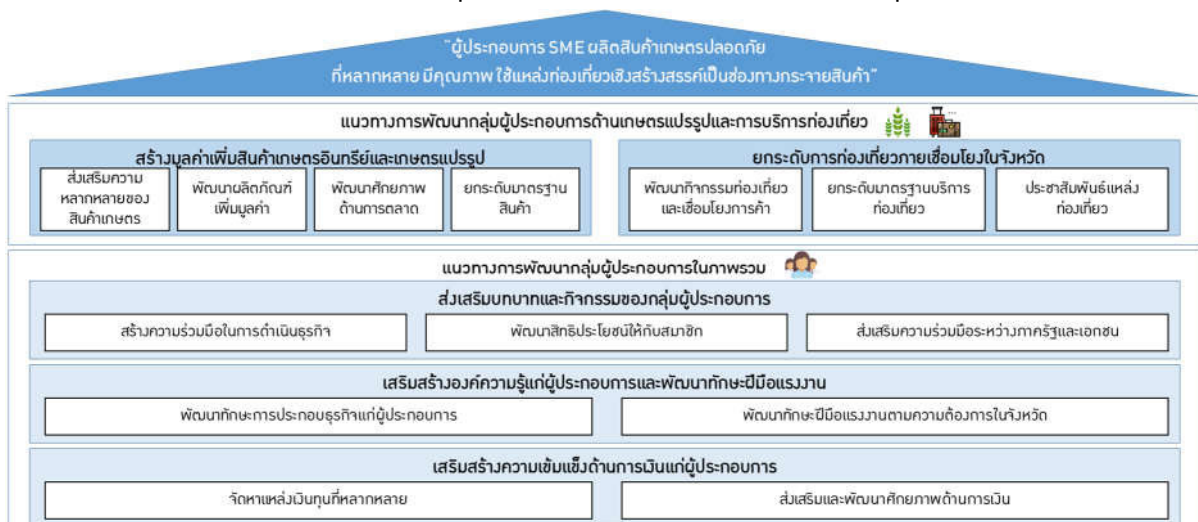
## 2. แนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยจังหวัดเองมีแหล่งท่องเที่ยวหลายรูปแบบและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่แตกต่างกันได้หลายกลุ่ม อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวยังกระจายตัวในหลายๆ อำเภอ ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น เมืองโบราณคูบัว โรงงานเซรามิกส์ หนองใหญ่ที่วัดขนอน อุทยานหุ่นขี้ผึ้งสยาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น น้ำตกแก้งาโจน เขาคระโจม อุทยานเขาหินงู และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น The Blooms Orchid Park ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

### 3.2.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดราชบุรี

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการและแนวทางการพัฒนา SME ในพื้นที่ พบว่า ในพื้นที่ควรมีการพัฒนาอย่างมีเป้าหมายและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้วิสัยทัศน์ “ผู้ประกอบการ SME ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพ และใช้แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นช่องทางการกระจายสินค้า” ทั้งนี้ จากวิสัยทัศน์ดังกล่าว สามารถพัฒนาเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME 5 ยุทธศาสตร์ ตามรายละเอียดดังนี้

### แผนภาพที่ 24 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดราชบุรี



ที่มา: จากการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

### 3.2.3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรแปรรูป

ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรให้มีความหลากหลาย โดยการร่วมมือกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ รวมถึงพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการตลาดเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเพิ่มฐานลูกค้า พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานสินค้าเพื่อรองรับตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **ส่งเสริมความหลากหลายของสินค้าเกษตร** เพื่อเพิ่มช่องทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า
- 2) **พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า** ส่งเสริมการต่อยอดห่วงโซ่คุณค่า โดยการยกระดับการแปรรูปสู่ขั้นสูงหรือขั้นอุตสาหกรรม รวมถึงการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในการผลิต
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** ส่งเสริมแนวทางขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์
- 4) **ยกระดับมาตรฐานสินค้า** ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

### 3.2.3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในจังหวัด

สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวในเมืองมากขึ้น และเชื่อมโยงกับการค้าในพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและเชื่อมโยงการค้า** นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ และเชื่อมโยงกับการค้าต่างๆ เช่น การพัฒนาสินค้าที่ระลึกประจำจังหวัด
- 2) **ยกระดับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว** เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งการยกระดับมาตรฐานโรงแรมและที่พัก และการจัดทำฐานข้อมูลโรงแรมที่มีมาตรฐาน
- 3) **ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด** ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวอย่างกระจายในทุกอำเภอ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ

### 3.2.3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมบทบาทและกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ

ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างหลากหลาย รวมถึงการพัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ** ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับของการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และสนับสนุนการรวมกลุ่มในกลุ่มที่ธุรกิจที่หลากหลาย

- 2) **พัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิก** ร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาความร่วมมือ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้กับกลุ่มสมาชิก
- 3) **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน** ยกกระดับความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการดำเนินการในทิศทางเดียวกัน

#### 3.2.3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ให้เป็นผู้ประกอบการที่มองการณ์ไกล สามารถสร้างและบริหารธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่มีทักษะและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และทักษะการทำบัญชี
- 2) **พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด** ส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการบริการด้านการโรงแรม เช่น ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของแรงงานต่างด้าว

#### 3.2.3.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

ส่งเสริมและช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาทางการเงิน ด้วยการจัดหาและสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบการในพื้นที่ พร้อมทั้งพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในเรื่องของการกู้เงินจากธนาคาร เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** รวมถึงการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ในการขอกู้เงิน
- 2) **ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3.3 จังหวัดเชียงราย

#### 3.3.1 ข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดเชียงราย

ในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของ SME ในจังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยการจำแนก SME ตามประเภทธุรกิจ การจ้างงานของ SME นำมาใช้ในการวิเคราะห์หาความสามารถทางการแข่งขันของ SME ในจังหวัดเชียงราย เปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังต่อไปนี้

##### 3.3.1.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย

ตามรายงานในปี พ.ศ. 2558 จำนวน SME ในจังหวัดเชียงรายมีทั้งสิ้น 50,544 ราย โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม (SEs) จำนวน 50,419 รายและวิสาหกิจขนาดกลาง (MEs) จำนวน 125 ราย ซึ่งจำนวน SME ในจังหวัดเชียงรายมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่อัตราร้อยละ 3.59 โดยคำนวณระหว่างปี พ.ศ. 2556 จนถึงปี พ.ศ. 2558 โดยมีจำนวน SME เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2556 ที่มีจำนวน 30,377 ราย เป็น 50,544 รายในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงกว่าภาพรวมของประเทศ ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 0.92 เท่านั้น

แผนภาพที่ 25 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย



ที่มา: สสว.

หากจำแนกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงรายตามภาคธุรกิจ จะเห็นได้ว่า SME ในภาคการค้ามีจำนวนมากที่สุดโดยมีจำนวนทั้งสิ้น 22,011 แห่ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 43.5 ของจำนวนทั้งหมด รองลงมาคือ ภาคการบริการ 19,069 แห่งหรือคิดเป็นร้อยละ 37.7 ภาคการผลิต 8,413 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.6 ส่วนภาคการเกษตรมีผู้ประกอบการเพียง 1,051 แห่งซึ่งคิดเป็นร้อยละ 2.1 เท่านั้น

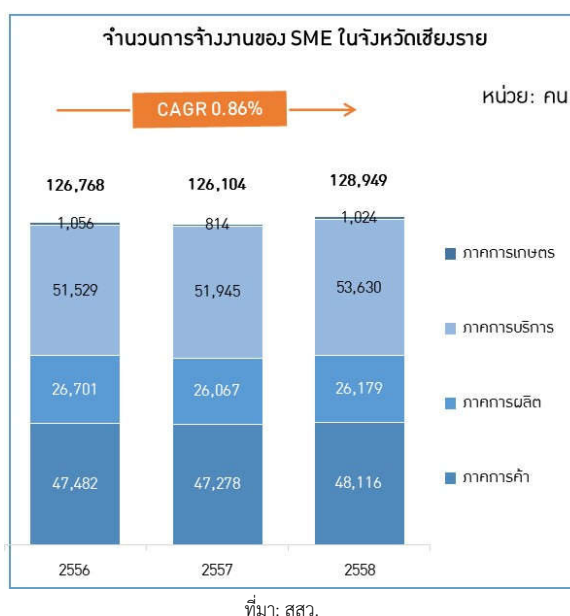
หากพิจารณาจำนวน SME ประกอบกับมูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัด จะเห็นได้ว่ามูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดเชียงรายมีสัดส่วนมากที่สุดอยู่ในภาคการบริการ แต่จำนวนผู้ประกอบการ SME ในภาคการค้า มีจำนวนมาก

ที่สุด และในทางกลับกัน มูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 13.8 ของมูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดในภาพรวมเท่านั้น

### 3.3.1.2 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย

สำหรับจำนวนการจ้างงานของ SME ในจังหวัดเชียงราย มีจำนวนทั้งสิ้น 128,949 อัตรา ในปี พ.ศ. 2558 โดยแบ่งจำนวนการจ้างงานของ SEs มีจำนวน 120,337 อัตรา และการจ้างงานของ MEs จำนวน 8,612 อัตรา และอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของการจ้างงานของ SME ในจังหวัดเชียงราย คำนวณระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึงปี พ.ศ. 2558 มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.86 ซึ่งการจ้างงานมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 126,768 อัตราเป็น 128,949 อัตรา โดยมีค่าอัตราการเติบโตค่อนข้างต่ำกว่าภาพรวมของประเทศซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.4

แผนภาพที่ 26 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย



ในการแยกวิเคราะห์ตามประเภทภาคธุรกิจ การจ้างงานของ SME จังหวัดเชียงรายในภาคการบริการมีการจ้างงานมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 41.6 ของทั้งหมดหรือเท่ากับ 53,630 อัตรา อันดับรองลงมาคือ ภาคการค้า มีร้อยละ 37.3 หรือ 48,116 อัตรา และการจ้างงานในภาคการผลิตคิดเป็นร้อยละ 20.3 หรือ 26,179 อัตรา และอันดับสุดท้ายคือ การจ้างงานในภาคการเกษตรซึ่งมีเพียงร้อยละ 0.8 ของทั้งหมด หรือเท่ากับ 1,024 อัตรา

เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวน SME ประกอบกับข้อมูลการจ้างงาน จะเห็นได้ว่า สถานการณ์ของ SME ในภาพรวมของจังหวัดเชียงราย มีแนวโน้มค่อนข้างคงตัว โดยอัตราการขยายตัวของจำนวน SME มีอัตราส่วนที่สูงขึ้น แต่อัตราการจ้างงานสูงขึ้นไม่มากนัก

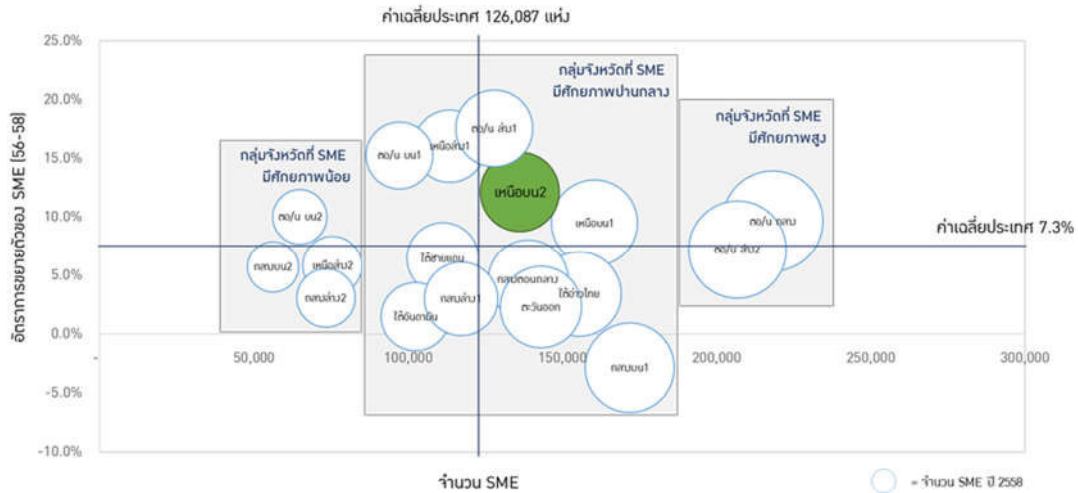
### 3.3.1.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของ SME ในจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงรายเป็นหนึ่งในสมาชิกของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ซึ่งจากการวิเคราะห์โดยใช้กราฟความสัมพันธ์ระหว่างจำนวน SME และอัตราการขยายตัวของ SME ระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 ของ



18 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ พบว่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 มากกว่าค่าเฉลี่ยการขยายตัวของทั้งประเทศ (ร้อยละ 7.3) อีกทั้งจำนวน SME ของกลุ่มภาคเหนือตอนบน 2 มีจำนวนมากกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ (126,087 แห่ง) ด้วยเช่นกัน

แผนภาพที่ 27 การวิเคราะห์ศักยภาพของ SME ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2

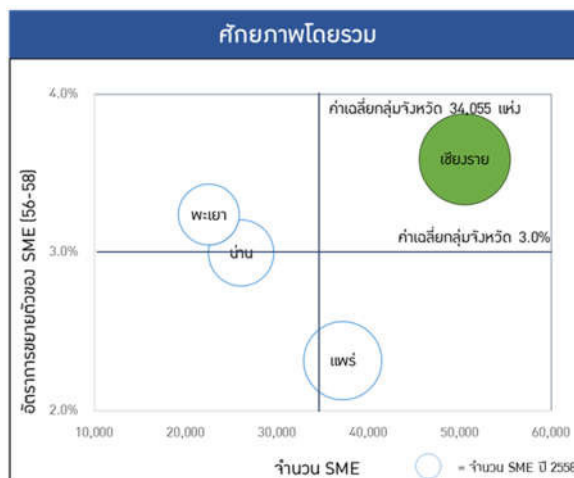


ที่มา: สสว. และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

จากภาพรวมการวิเคราะห์ศักยภาพของ SME ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มภาคเหนือตอนบน 2 จัดเป็นกลุ่มจังหวัดที่ SME มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง เนื่องจากมีอัตราการเติบโตของจำนวน SME สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ อีกทั้งยังมีจำนวน SME ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศด้วย

ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัดเชียงรายที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงวิเคราะห์เปรียบเทียบกับจังหวัดภายในกลุ่มภาคเหนือตอนบน 2 ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 28 ศักยภาพโดยรวมของ SME ในจังหวัดเชียงรายเปรียบเทียบกับจังหวัดในกลุ่มภาคเหนือตอนบน 2



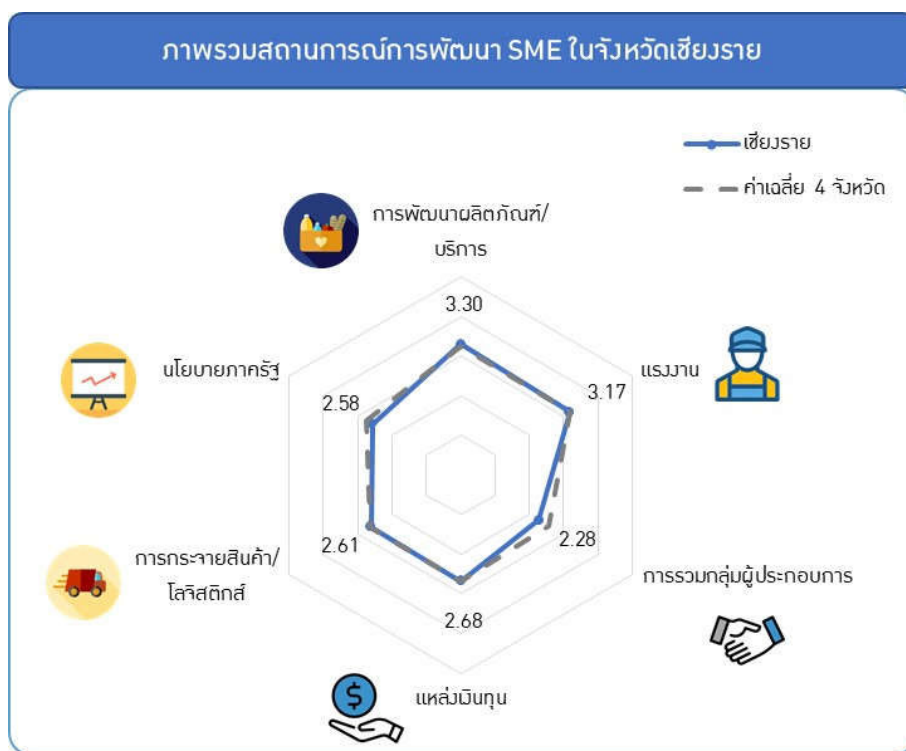
ที่มา: สสว. และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

หากทำการวิเคราะห์เฉพาะจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 โดยภาพรวมจังหวัดเชียงรายมีจำนวน SME และอัตราการขยายตัวของ SME มากกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจังหวัดในทั้งสองมิติ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพการสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดี

### 3.3.1.4 สถานการณ์ของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเชียงราย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการตรวจสอบสถานการณ์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดจำนวน 155 ราย โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก สามารถสรุปสถานการณ์ที่เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาธุรกิจ SME ของผู้ประกอบการออกเป็น 6 ด้าน โดยแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 29 ภาพรวมสถานการณ์การพัฒนา SME ในจังหวัดเชียงราย



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงราย และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

#### 1. สถานการณ์ด้านสินค้า/บริการ และตลาด

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการตรวจสอบสถานการณ์ด้านสินค้า บริการและตลาดของผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย สถานการณ์ด้านสินค้าและบริการในพื้นที่ และสถานการณ์ด้านตลาด พบว่า สถานการณ์ด้านสินค้าและบริการในจังหวัดเชียงรายนั้น ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร เช่น ข้าว ข้าวเหนียวอินทรีย์ ชา กาแฟ และสมุนไพร ส่วนผลิตภัณฑ์แปรรูปมักจะเป็นเพียงการแปรรูปขั้นต้น เช่น ใบชา กาแฟคั่วและบด อาหารสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร รวมถึงผู้ประกอบการในพื้นที่ส่วนใหญ่ใน

พื้นที่ที่ยังไม่มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์  
เท่าที่ควร เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเกษตรกร

นอกจากนี้ การสำรวจสถานการณ์ด้านตลาด พบว่าภาพรวมของตลาดในจังหวัดเชียงรายมีการแข่งขัน  
ค่อนข้างสูง แต่ตลาดในจังหวัดเชียงรายนั้น มีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกระแสนิยมในการหันมาดูแล  
สุขภาพผ่านการเลือกรับประทานอาหารนั้น เป็นที่นิยมมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับทิศทางพัฒนาเศรษฐกิจภายในจังหวัด  
ที่เน้นการส่งเสริมอาหารปลอดภัยจากพืชอินทรีย์ อย่างไรก็ตาม ชาวบ้านและคนทั่วไปในพื้นที่นั้นยังไม่ค่อยตระหนักถึง  
ความสำคัญของการพัฒนาดังกล่าวมากนัก เนื่องจากการเพาะปลูกพืชอินทรีย์นั้นต้องใช้เวลาในการปลูกนาน  
รวมถึงยังมีต้นทุนในการเริ่มค่อนข้างสูง

## 2. สถานการณ์ด้านแรงงาน

แรงงานภายในจังหวัดนั้นนับว่ามีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการในพื้นที่ และมี  
อัตราการหมุนเวียนเข้า-ออก ของแรงงานในระดับปานกลาง โดยมีทักษะและความสามารถที่ตรงต่อความต้องการของ  
ผู้ประกอบการในระดับปานกลาง ซึ่งมักเป็นแรงงานทั่วไปประกอบอาชีพอยู่ในภาคเกษตรและภาคบริการ อย่างไรก็ตาม  
ก็ดี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าค่าจ้างในพื้นที่มีราคาสูงโดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานไทย และกลุ่มแรงงาน  
ด้านการเกษตรในช่วงฤดูเก็บเกี่ยว ซึ่งมีการขึ้นค่าจ้างแรงงานในช่วงเวลาดังกล่าว

## 3. สถานการณ์ด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเชียงรายมีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ  
ค่อนข้างน้อย โดยมีร้อยละ 15 จากจำนวนผู้ประกอบการจำนวน 155 ราย เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่  
ยังไม่เห็นความสำคัญและไม่ได้รับประโยชน์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เท่าที่ควร  
โดยผู้ประกอบการที่มีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการนั้นเห็นว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่มีอยู่  
ในพื้นที่มีประโยชน์ในการสนับสนุนและพัฒนาธุรกิจพอสมควร แต่ยังไม่มีความตื่นตัวในการแก้ไข พัฒนาธุรกิจภายใน  
จังหวัดมากนัก รวมถึงยังไม่มีเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกันที่ชัดเจน

## 4. สถานการณ์ด้านแหล่งเงินทุน

ผู้ประกอบการในพื้นที่เห็นว่า แหล่งเงินทุนและผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อของไทยยังขาดความหลากหลาย  
และมีรูปแบบหรือเงื่อนไขไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจต่างๆ เท่าที่ควร รวมถึงการเข้าถึง  
แหล่งเงินทุนและสินเชื่อของผู้ประกอบการยังไม่ได้รับความสะดวก โดยมีวงเงินกู้ที่จำกัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการ  
ของผู้ประกอบการ ซึ่งนับเป็นปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการ SME รายย่อย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการภายในพื้นที่  
ส่วนใหญ่ยังมีปัญหาในการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เนื่องจากไม่มีการบริหารจัดการที่ดี ส่งผลให้ความน่าเชื่อถือใน  
การกู้ยืมเงินจากธนาคารลดลง

## 5. สถานการณ์ด้านช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์

ในภาพรวมของระบบคมนาคมภายในพื้นที่จังหวัดเชียงรายนับว่ามีประสิทธิภาพ สามารถรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวในภาพรวมได้อย่างเป็นอย่างดี เนื่องจากมีการคมนาคมที่ครอบคลุม โดยประกอบไปด้วย การคมนาคมทางบก ทางอากาศ รวมถึงภายในพื้นที่ยังมีท่าเรือพาณิชย์ใช้ในการติดต่อค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้าน จึงสามารถส่งเสริมการทำธุรกิจและการเข้ามาของนักท่องเที่ยวจากทั้งในและต่างประเทศได้อย่างครอบคลุม

ด้านศูนย์กระจายสินค้าภายในจังหวัด พบว่า ผู้ประกอบการ SME ยังไม่นิยมบริการศูนย์กระจายสินค้า เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าประสิทธิภาพของศูนย์กระจายสินค้ายังไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควร และไม่มีส่วนในการลดรายจ่ายในการขนส่งสินค้า ทั้งนี้ จากการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในภาคการผลิตและบริการจะใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ ทำให้ระบบโลจิสติกส์นั้นไม่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในแง่ของการขนส่งวัตถุดิบมากนัก อย่างไรก็ตามก็ดี จังหวัดเชียงรายนั้นได้ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษและมีโอกาสจากข้อได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ คือ จังหวัดเชียงรายนั้นตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ ซึ่งมีเส้นทางที่เชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ หากแต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่กล้าลงทุนหรือทำการค้ากับชาวต่างชาติ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านภาษา รวมถึงความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ และการเมืองในปัจจุบัน

สำหรับช่องทางการตลาดและกระจายสินค้าของธุรกิจส่วนใหญ่ในจังหวัดยังนิยมการขายผ่านหน้าร้านเป็นหลัก แต่มีผู้ประกอบการที่นำเทคโนโลยีออนไลน์เข้ามาช่วยในกระบวนการกระจายสินค้าเพียงบางส่วนเท่านั้น

## 6. สถานการณ์ด้านนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการ

การบริการและนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ภายในพื้นที่ ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงรายเห็นว่า หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาในพื้นที่มีส่วนในการสนับสนุนการพัฒนาและแก้ปัญหาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อยไม่มากนัก และนโยบายภาครัฐส่วนใหญ่ยังไม่ตรงต่อความต้องการ เช่น กฎหมายและระเบียบต่างๆ ได้แก่กฎหมายแรงงานต่างด้าว การยกเว้นภาษีนำเข้า เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังประสบกับปัญหาในการเข้าถึงบริการต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐ เช่นการจัดอบรมฝีมือที่มักกระจุกตัวอยู่ในบางพื้นที่ และยิ่งขาดความต่อเนื่องทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถนำไปใช้ได้ โดยผู้ประกอบการให้ความเห็นเพิ่มเติมถึงบทบาทภาครัฐว่าภาครัฐควรมีบทบาทในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เพื่อดึงดูดให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่เพิ่มขึ้น

### 3.3.1.5 ปัจจัยและปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเชียงราย

ในการรวบรวมข้อมูลปัจจัยและปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงราย สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจในจังหวัด และปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัด โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

### แผนภาพที่ 30 ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจในจังหวัดเชียงราย



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ของจังหวัดเชียงราย

จากการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยหลักในการแข่งขันทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการทั้งภาคการค้า การผลิตและการบริการให้ความสำคัญอันดับแรกคือราคาของสินค้าและบริการ เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่า ราคาถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าและบริการ เนื่องจากเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ และอันดับสามคือ ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ซึ่งถือว่าเป็นหนทางหนึ่งของผู้ประกอบการในการสร้างทางเลือกให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

### แผนภาพที่ 31 ปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดเชียงราย



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ของจังหวัดเชียงราย

สำหรับปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดที่ผู้ประกอบการ SME ภายในจังหวัดเห็นตรงกันคือ สถานการณ์ของตลาดที่มีการชะลอตัวลงอย่างมาก ซึ่งเป็นผลกระทบของภาพรวมเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีการ

หดตัวลง ประกอบกับภายในจังหวัดมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ริเริ่มดำเนินธุรกิจในช่วงที่ผ่านมาเป็นจำนวนมาก จากการที่คนรุ่นใหม่ไม่ต้องการเป็นพนักงานหรือแรงงานประจำ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันภายในพื้นที่มากขึ้นระหว่างผู้ประกอบการภายในธุรกิจต่างๆ ทั้งในแง่ของการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ด้านราคา รองลงมาคือ มีการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะแรงงานฝีมือที่มีทักษะเฉพาะทาง รวมถึงประสบปัญหาค่าจ้างแรงงานในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวสูง และปัญหาสำคัญลำดับถัดมาคือ แหล่งเงินทุน เนื่องจากในปัจจุบัน สถาบันการเงินมีเงื่อนไขในการอนุมัติเงินกู้ยืมหลายขั้นตอน รวมถึงเงินกู้นี้ยังมีอัตราดอกเบี้ยสูง ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการ SME จำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงเงินกู้ดังกล่าวได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นใหม่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากสถาบันการเงินเท่าที่ควร เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจในการเขียนแผนธุรกิจเพื่อขออนุมัติเงินกู้จากสถาบันการเงิน

### 3.3.2 สรุปศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเชียงราย

#### 3.3.2.1 ภาพรวมการพัฒนาจังหวัดเชียงราย

ภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดเชียงรายจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ แนวทางการพัฒนาในปัจจุบัน และทิศทางการพัฒนาในอนาคต โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 32 ภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดเชียงราย



ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

สำหรับภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดเชียงรายในปัจจุบันนั้น ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคการเกษตร อาหารแปรรูป สมุนไพร และการให้บริการเป็นหลัก โดยมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรขั้นต้นที่สำคัญ ข้าวเหนียวเขี้ยว วุ้น สับปะรด ชา และกาแฟ จากนั้นนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น กาแฟคั่วและบด ใบชาอบแห้ง ผลไม้อบแห้ง เป็นต้น ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรที่ทำรายได้หลักให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปประเภทชา กาแฟ นอกจากนี้จังหวัดเชียงรายยังมีผลิตภัณฑ์ประเภทงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด เช่น ผ้าทอมือ ภาพวาดต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้การพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้าภายในจังหวัดเชียงรายยังสามารถเชื่อมโยงเข้ากับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ รวมถึงอาหารเกษตรปลอดภัย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของทิศทางในการพัฒนาในอนาคต ทางจังหวัดเชียงรายมีเป้าหมายในพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองสุขภาพ (Health City) ที่มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้เป็นเมืองอาหารปลอดภัยโดยใช้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ซึ่งเพาะปลูกภายในพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยรวมถึงกระแสนิยมที่ในปัจจุบัน คนทุกเพศทุกวัยหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีทิศทางในการพัฒนาจังหวัดเป็นเมืองสมุนไพร (Herb City) โดยเน้นใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่สามารถหาได้จากภายในจังหวัด โดยการส่งเสริมการพัฒนาและแปรรูปสมุนไพร รวมถึงเครื่องสำอางซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษาภายในพื้นที่ในการวิจัยและพัฒนาเป็นอย่างดี ซึ่งนอกเหนือจากการพัฒนาเป็นเมืองสุขภาพและเมืองสมุนไพรแล้ว ทิศทางการพัฒนาจังหวัดของเชียงรายนั้ยังรวมถึงการพัฒนาให้เป็นเมืองวัฒนธรรม (Heritage City) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีภายในท้องถิ่นควบคู่กันไปอีกด้วย

### 3.3.2.2 แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดเชียงราย

จากข้อมูลสถานการณ์ผู้ประกอบการในจังหวัด สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดเป็น 2 แนวทางหลัก ประกอบด้วย การเกษตรแปรรูปครบวงจรและการยกระดับการท่องเที่ยวโดยวางเป้าหมายเชื่อมโยงสินค้าทางเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 33 แนวทางหลักในการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย



ที่มา: สำนักงานจังหวัดเชียงราย และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

## 1. แนวทางการพัฒนาฐานการเกษตรของจังหวัดเชียงราย

แนวทางการพัฒนาฐานการเกษตรสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเด็น ประกอบด้วย การพัฒนาฐานผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร การพัฒนาชาและกาแฟ และการพัฒนาสมุนไพร โดยแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

### แนวทางในการพัฒนาด้านสินค้าเกษตร

จากการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการและการวิเคราะห์ พบว่า นโยบายของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมนั้น เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านการเพิ่มปริมาณผลผลิตภายในพื้นที่ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรปลอดภัยและสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายในพื้นที่ โดยการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการทำเกษตรอินทรีย์อย่างถูกวิธี เพื่อสอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดซึ่งมีความนิยมในการหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ นโยบายของจังหวัดยังมุ่งเน้นการพัฒนาการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรที่มีชื่อเสียงของจังหวัด เช่น ข้าว ลำไย ลิ้นจี่ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าดังกล่าว รวมถึงสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการยกระดับการผลิต และศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่ เช่น การส่งเสริมศักยภาพแก่ผู้ประกอบการให้สามารถต่อยอดห่วงโซ่มูลค่าการค้าผลิตสินค้า เป็นต้น

### แนวทางในการพัฒนาสินค้าชา/กาแฟ

จากการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการและการวิเคราะห์ พบว่า ภาพรวมของนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการของจังหวัดเชียงรายในการสนับสนุนการผลิตชา กาแฟภายในพื้นที่นั้น มุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตและมูลค่าสินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย รวมถึงมีคุณภาพ เพื่อการขอรับรองมาตรฐานสินค้าในระดับสากล และแสดงถึงคุณภาพของสินค้าตลอดกระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังส่งเสริมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย และหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสินค้าภายในปัจจุบัน โดยจากทั้งสองแนวทางข้างต้นนั้น ยังนับเป็นรากฐานที่ดีของนโยบายการส่งเสริมการวางแผนการค้า เพื่อสร้างโอกาสในการส่งออกสินค้าไปขายยังตลาดใหม่ๆ ภายในประเทศ รวมถึงตลาดต่างประเทศอีกด้วย

### แนวทางในการพัฒนาสมุนไพร

นอกเหนือจากแนวทางในการพัฒนาสินค้าเกษตร และแนวทางในการพัฒนาสินค้าชา กาแฟ นโยบายของจังหวัดเชียงรายในภาพรวมนั้นยังมุ่งเน้นการสนับสนุนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสมุนไพร โดยสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพ รวมถึงพัฒนาวิธีการปลูกสมุนไพรในท้องถิ่นที่สำคัญและมีสรรพคุณที่โดดเด่น และนอกจากขายผลิตสินค้าสมุนไพรขั้นต้นแล้วนั้น ยังมุ่งส่งเสริมการแปรรูปสมุนไพรของผู้ประกอบการ ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น รวมถึงสามารถสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ โดยพัฒนาเพื่อใช้เป็นเครื่องอุปโภคบริโภค โดยในการส่งเสริมดังกล่าวนี้ ยังครอบคลุมถึงการสนับสนุนการยกระดับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐานมากขึ้น เพื่อให้สินค้าสมุนไพรนั้น สามารถเข้าถึงตลาดได้อย่างกว้างขวาง

## **2. แนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย**

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ พบว่า จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

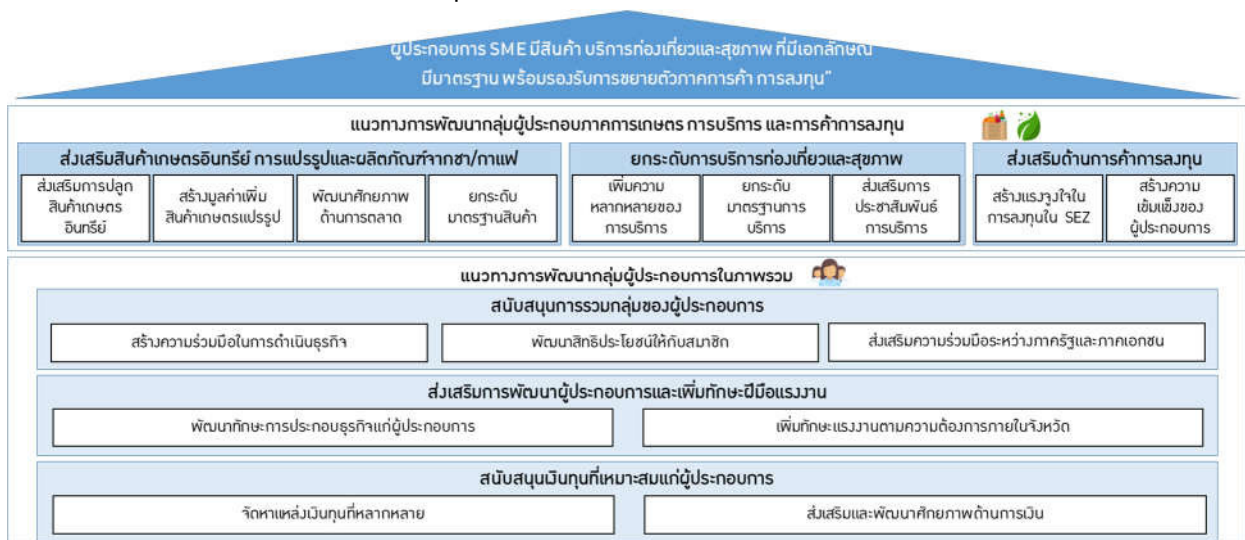


และศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรมล้านนาที่มีชื่อเสียง โดยภายในจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่แตกต่างกันได้มากมาย รวมถึงมีการกระจายตัวอยู่ในหลายพื้นที่ภายในจังหวัด โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่น ได้แก่ วัดพระแก้ว วัดร่องขุ่น พิพิธภัณฑ์บ้านดำ พระตำหนักดอยตุง เป็นต้น ศูนย์สุขภาพและการพักผ่อนที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ไร่เจริญตะวัน น้ำพุร้อน นอกจากนี้ ภายในจังหวัดยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ไร่บุญรอด ไร่ชาฉุยฟง ภูชี้ฟ้า และดอยผาตั้ง

### 3.3.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเชียงราย

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการและแนวทางการพัฒนา SME ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย พบว่า ในการพัฒนาพื้นที่ควรมีการพัฒนาอย่างมีเป้าหมายและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้วิสัยทัศน์ “ผู้ประกอบการ SME มีสินค้า บริการท่องเที่ยวและสุขภาพ ที่มีเอกลักษณ์ มีมาตรฐาน พร้อมรองรับการขยายตัวภาคการค้า การลงทุน” ทั้งนี้ จากวิสัยทัศน์ดังกล่าว พัฒนาเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ใน 6 ยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แผนภาพที่ 34 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเชียงราย



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

#### 3.3.3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์ การแปรรูปและผลิตภัณฑ์จากชา กาแฟ

มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ภายในจังหวัดในด้านต่างๆ รวมถึงพัฒนาด้านอื่นๆ ที่มีส่วนในการสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าดังกล่าว เช่น ด้านการตลาด และมาตรฐานสินค้า โดยประกอบไปด้วยกลยุทธ์ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

- 1) **ส่งเสริมการปลูกสินค้าเกษตรอินทรีย์** โดยครอบคลุมตั้งแต่การอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการเพาะปลูก ตลอดจนการจัดทำฐานข้อมูล และการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการบริหารจัดการพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์
- 2) **สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรแปรรูป** โดยสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่มีอยู่ รวมถึงการพัฒนาความหลากหลายและการแปรรูปสินค้าเพิ่มเติม
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าผ่านทางออนไลน์ โดยการรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูล อบรมการจัดทำช่องทางจำหน่ายผ่านทางโซเชียลมีเดีย รวมถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคผ่านศูนย์กลางกระจายสินค้าเกษตร และการจัดงานแสดงสินค้าที่รวบรวมสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐานโดยเฉพาะ
- 4) **ยกระดับมาตรฐานสินค้า** มุ่งเน้นการควบคุมคุณภาพของการผลิตสินค้าตั้งแต่การแปรรูป การตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพเพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานเชิงรายแบรนด์

### 3.3.3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับบริการท่องเที่ยวและสุขภาพ

ส่งเสริมการพัฒนาการบริการด้านการท่องเที่ยวและสุขภาพ โดยเน้นพัฒนารูปแบบและความหลากหลายของการให้บริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้หลากหลาย รวมถึง การควบคุมมาตรฐานการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ โดยประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

- 1) **เพิ่มความหลากหลายของการบริการท่องเที่ยวและสุขภาพ** ส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดจากศักยภาพของผู้ประกอบการ และวัตถุดิบภายในจังหวัดภายในจังหวัด โดยส่งเสริมการต่อยอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า และสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการภายในพื้นที่
- 2) **ยกระดับมาตรฐานการบริการ** มุ่งเน้นการพัฒนาส่งเสริมมาตรฐานของการให้บริการในทุกรูปแบบ ทั้งการบริการด้านสุขภาพ ร้านอาหาร รวมถึงมาตรฐานด้านโรงแรมและที่พัก โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการในการดำเนินการ
- 3) **ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การบริการท่องเที่ยวและบริการเพื่อสุขภาพ** ส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผ่านการจัดทำระบบฐานข้อมูลสถานบริการที่ได้รับมาตรฐานและเผยแพร่ รวมถึงการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลายภายในจังหวัดและการเดินทางคมนาคมภายในพื้นที่

### 3.3.3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมด้านการค้าการลงทุน

เพื่อสอดคล้องกับโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากการได้รับการจัดตั้งเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในอนาคต ซึ่งจะนำมาซึ่งโอกาสทางการค้า และการลงทุนที่เพิ่มขึ้นภายในจังหวัด โดยประกอบไปด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างแรงจูงใจในการลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ** เพื่อเป็นการดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนภายในพื้นที่ รวมถึงเพื่อการวางแผนการเติบโตภายในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการพิจารณาผังเมืองและแนวทางการจัดตั้งพื้นที่การผลิตอย่างเหมาะสม
- 2) **สร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ** เพื่อพัฒนาทักษะ และเพิ่มเติมองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ผ่านการเสริมสร้างความรู้ด้านกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ

### 3.3.3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุนบทบาทและกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ

เนื่องจากการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ นับว่ามีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึงนับเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และส่งเสริมการทำธุรกิจร่วมกัน ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะครอบคลุมความร่วมมือทั้งในระดับธุรกิจ และในระดับหน่วยงาน โดยประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ** โดยการส่งเสริมการรวมกลุ่มของธุรกิจโดยให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการส่งเสริมการรวมกลุ่มภาคีธุรกิจในทุกกลุ่มธุรกิจภายในพื้นที่
- 2) **พัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการ** มุ่งเน้นการส่งเสริมการรวมกลุ่มของกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสร้างความร่วมมือทางเทคโนโลยี การวิจัย และการพัฒนา เป็นต้น
- 3) **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน** เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมการสร้างตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้า

### 3.3.3.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ ให้เป็นผู้ประกอบการที่มองการณ์ไกล สามารถสร้างและบริหารธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต ซึ่งจะสามารถดำเนินการตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้ทั้งหมด 2 กลยุทธ์ ได้แก่

- 1) **พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ** โดยการให้คำแนะนำอย่างเหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ เช่น การเพิ่มมูลค่าสินค้า รวมถึงการสร้างความรู้ ความเข้าใจในการบริหารเงินทุน รวมถึงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ SME และการขึ้นทะเบียนนิติบุคคล
- 2) **พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด** โดยมุ่งเน้นการเพิ่มพูนทักษะให้แก่แรงงานในกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ และแรงงานในภาคบริการ เช่น การท่องเที่ยวและการโรงแรม รวมถึงธุรกิจบริการด้านสุขภาพต่างๆ อย่างเหมาะสม

### 3.3.3.6 ยุทธศาสตร์ที่ 6 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

เนื่องจากปัจจัยด้านเงินทุน นับเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ แต่การบริหารจัดการด้านเงินทุนในปัจจุบัน ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จึงนำมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** โดยการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงินภายในพื้นที่เพื่อจัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมแก่ผู้ประกอบการ เช่น แหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ และการส่งเสริมความรู้ด้านแหล่งเงินทุนทางเลือกแก่ผู้ประกอบการ
- 2) **ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน** ผ่านการสร้างความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีและการจัดทำแผนธุรกิจ รวมถึงการจัดให้มีพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาด้านการเงินในการวางแผนและการบริการเงินทุนแก่ผู้ประกอบการภายในพื้นที่

## 3.4 จังหวัดสุราษฎร์ธานี

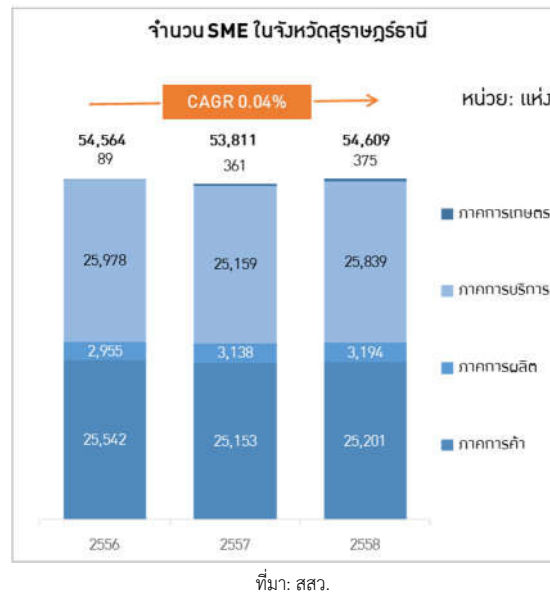
### 3.4.1 ข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบไปด้วย การจำแนก SME ตามประเภทธุรกิจ การจ้างงานของ SME นำมาใช้ในการวิเคราะห์หาความสามารถทางการแข่งขันของ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### 3.4.1.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตามรายงานในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมี SME จำนวนทั้งสิ้น 54,609 แห่ง โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม (SEs) 54,431 แห่งและ วิสาหกิจขนาดกลาง (MEs) 178 แห่ง โดยอัตราเฉลี่ยการเติบโตต่อปีที่ร้อยละ 0.04 คำนวณระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตต่อปีในภาพรวมของประเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.92 นั้น จังหวัดสุราษฎร์ธานียังมีอัตราการเติบโตที่ต่ำกว่าภาพรวมของประเทศ และมีอัตราที่อยู่ในระดับต่ำ

แผนภาพที่ 35 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



เมื่อพิจารณารายละเอียดโดยจำแนก SME ตามภาคธุรกิจ SME ในภาคการบริการมีจำนวนมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 47.32 ของจำนวน SME ทั้งหมด มีจำนวน 25,839 แห่ง รองลงมาคือภาคการค้า 25,201 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.15 ภาคการผลิตจำนวน 3,194 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.85 และอันดับสุดท้ายคือ ภาคการเกษตร จำนวนเพียง 375 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.69 เท่านั้น

หากพิจารณาจำนวน SME ประกอบกับมูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัด จะเห็นได้ว่ามูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสัดส่วนมากที่สุดอยู่ในภาคการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนผู้ประกอบการ SME ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด รวมไปถึงภาคธุรกิจอื่นๆ ก็มีสัดส่วนจำนวน SME ในจังหวัดที่สอดคล้องกับมูลค่า GPP ต่อคนของจังหวัดเช่นกัน

#### 3.4.1.2 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในปี พ.ศ. 2558 ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการจ้างงานทั้งสิ้น 215,483 คน โดยแบ่งเป็นการจ้างงานของ SEs มีจำนวน 201,925 คนและ MEs มีการจ้างงานจำนวน 13,558 คน ซึ่งเมื่อคำนวณอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของการจ้างงานของ SME ในจังหวัดระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึงปี พ.ศ. 2558 มีค่าเท่ากับร้อยละ -1.15 ซึ่งการจ้างงานมีจำนวนลดลงจาก 220,504 อัตราเป็น 215,483 อัตรา

แผนภาพที่ 36 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

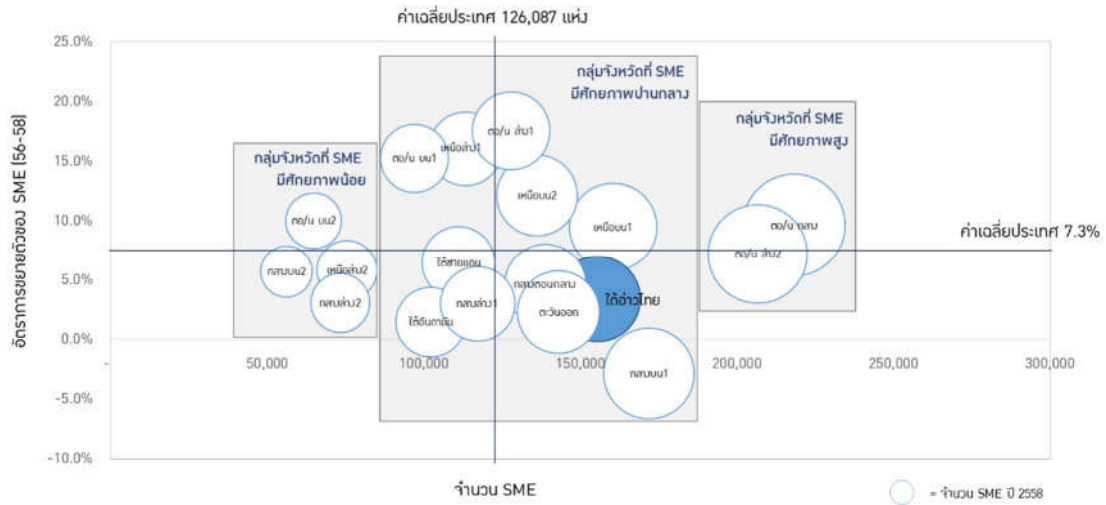


ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของธุรกิจ ผู้ประกอบการ SME ในภาคบริการมีจำนวนแรงงานมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 63.57 ของจำนวนแรงงานใน SME ทั้งหมด รองลงมาคือ ภาคการค้า ที่มีแรงงานคิดเป็นร้อยละ 27.68 ภาคการผลิต ร้อยละ 7.86 และภาคที่มีจำนวนแรงงานน้อยที่สุดคือภาคการเกษตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.89 เท่านั้น จะเห็นได้ว่า สถานการณ์การจ้างงานของ SME ในภาพรวมของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีแนวโน้มไม่คงที่ และมีการหดตัวในทุกภาคธุรกิจ ทั้งนี้ภาคการค้ามีอัตราการหดตัวมากที่สุดถึงร้อยละ 2.15 รองลงมาคือภาคการผลิต มีการหดตัวร้อยละ 1.7 ส่วนภาคการเกษตร และภาคบริการมีอัตราการหดตัวร้อยละ 1.18 และ ร้อยละ 0.62 ตามลำดับ

#### 3.4.1.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นหนึ่งในสมาชิกของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ซึ่งตามการวิเคราะห์โดยใช้กราฟความสัมพันธ์ระหว่างจำนวน SME และอัตราการขยายตัวของ SME ระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 ของ 18 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ พบว่ากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยการขยายตัวของทั้งประเทศ (ร้อยละ 7.3) แต่มีจำนวน SME ของกลุ่มภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย มีจำนวนมากกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ (126,087 แห่ง)

แผนภาพที่ 37 การวิเคราะห์ศักยภาพของ SME ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

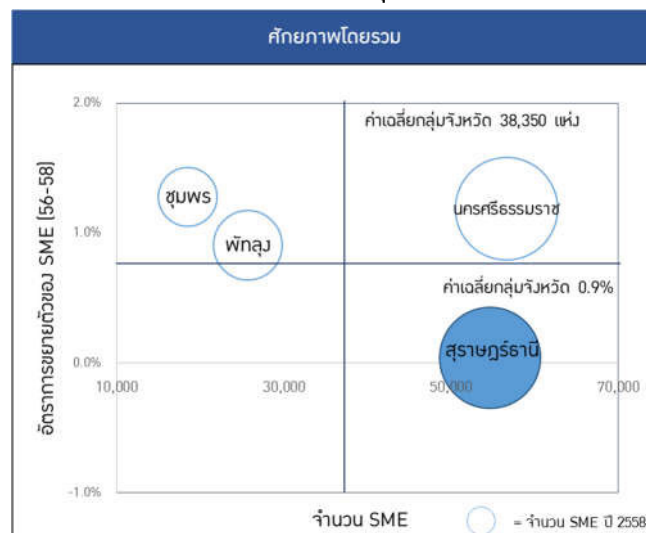


ที่มา: สสว. และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

จากภาพรวมการวิเคราะห์ศักยภาพของ SME ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย แสดงให้เห็นว่า กลุ่มภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จัดเป็นกลุ่มจังหวัดที่ SME มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ เนื่องจากมีอัตราการเติบโตของจำนวน SME สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ แต่มีจำนวน SME ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีชัดเจนมากยิ่งขึ้น มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับจังหวัดภายในกลุ่มภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 38 ศักยภาพโดยรวมของ SME ในจังหวัดราชบุรีเปรียบเทียบกับจังหวัดในกลุ่มภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย



ที่มา: สสว. และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

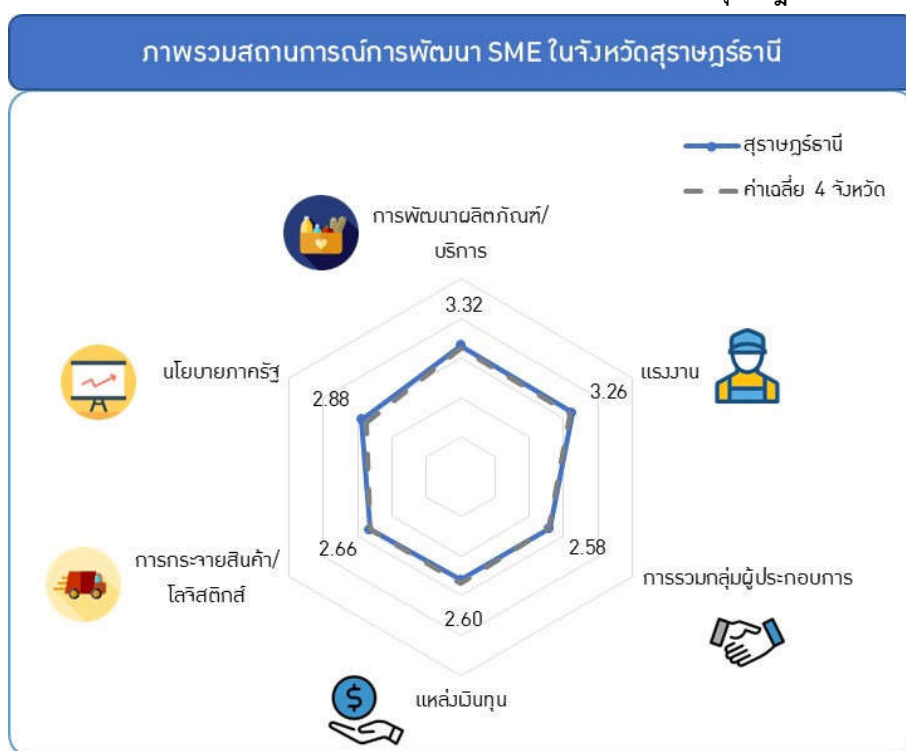
หากทำการวิเคราะห์เฉพาะจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย โดยภาพรวมจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีจำนวน SME ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในกลุ่มจังหวัด แต่อัตราการขยายตัวของ SME จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย

ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ขณะที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงที่สุดในกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านจำนวนของผู้ประกอบการ SME และด้านอัตราการขยายตัว

### 3.4.1.4 สถานการณ์ของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจสถานการณ์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก สามารถสรุปสถานการณ์ที่เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ออกเป็น 6 ด้าน โดยแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 39 ภาพรวมสถานการณ์การพัฒนา SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

#### 1. สถานการณ์ด้านสินค้า/บริการ และตลาด

สถานการณ์ด้านสินค้า บริการ และการตลาดของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัด พบว่า ภาพรวมของตลาดในจังหวัดมีการแข่งขันสูง พบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตรและการประมงขั้นต้น รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปมักมีลักษณะคล้ายกัน และมีความหลากหลายน้อย และไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยผลิตภัณฑ์แปรรูปส่วนใหญ่ของจังหวัด ได้แก่ เครื่องเรือนจากไม้ ไม้อัด น้ำมันปาล์ม และอาหารทะเลแปรรูปจำพวกกุ้งแห้ง เป็นต้น เนื่องจากการใช้ความรู้และเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ยังมีไม่มากเท่าที่ควร ทำให้การแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่านั้นยังมีไม่เต็มที่ อย่างไรก็ตาม แม้ระหว่างกิจการนั้นพบว่าการแข่งขันในธุรกิจไม่มากนัก และมีอัตราการเติบโตไม่สูงนัก และผู้ประกอบการก็ยังมีพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการใหม่ๆ เสมอ



## 2. สถานการณ์ด้านแรงงาน

ภาพรวมของแรงงานภายในจังหวัดมีเพียงพอต่อความต้องการภายในพื้นที่ และมีอัตราการหมุนเวียนเข้า-ออกตลาดแรงงานค่อนข้างต่ำ โดยแรงงานส่วนใหญ่ในจังหวัดนั้น มีทักษะความสามารถที่ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการในระดับปานกลาง ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว แรงงานจะมีการกระจุกตัวอยู่ที่ภาคเกษตรและภาคการบริการ ได้แก่ เกษตรกร ชาวสวน และอาชีพรับจ้างโดยทั่วไป โดยอัตราค่าจ้างของแรงงานภายในจังหวัดนั้น อยู่ในระดับที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแรงงานในปัจจุบันนั้นจะสามารถตอบสนองต่อลักษณะงานภายในพื้นที่นั้น แต่จากการสำรวจแรงงานในจังหวัดส่วนใหญ่แล้ว เป็นแรงงานที่ยังขาดทักษะฝีมือเฉพาะทาง โดยจากการสำรวจ พบว่ามีแรงงานเพียง 1 ใน 3 เท่านั้นที่ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะฝีมือ และในปัจจุบันพบว่ามีภาคการเกษตรของจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น ยังขาดแคลนแรงงาน จึงจำเป็นต้องอาศัยแรงงานต่างด้าวเพื่อช่วยในการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร

## 3. ด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ SME รายย่อยในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น มีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค่อนข้างน้อย โดยจากการสำรวจนั้นพบว่าผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการมีจำนวนเพียงร้อยละ 4 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมดเท่านั้น เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ยังไม่เห็นความสำคัญและไม่ได้รับประโยชน์ในการเข้าร่วมกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ เนื่องจากเกรงว่าจะเกิดการแบ่งปันผลประโยชน์กัน

ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มนั้น ส่วนมากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพารา และน้ำมันปาล์ม ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งอยู่แล้ว และมีความเห็นว่าการรวมกลุ่มมีประโยชน์ในการสนับสนุนการค้าเงินธุรกิจ และก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่นั้น นับว่ายังมีบทบาทในการแก้ไขและพัฒนาธุรกิจภายในจังหวัดไม่มากนัก อีกทั้งยังมองว่าผู้ประกอบการรายอื่นนั้น เป็นคู่แข่งในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ไม่เกิดการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจ สำหรับความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและภาครัฐนั้น นับว่ายังไม่เกิดความร่วมมือกันมากนัก ในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทแก่หน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากผู้ประกอบการเกรงว่าจะเกิดการตรวจสอบ และมีการเรียกเก็บภาษีย้อนหลัง

## 4. ด้านแหล่งเงินทุน

ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเท่าที่ควร อีกทั้งวงเงินกู้ที่ได้รับไม่เพียงพอต่อความต้องการในการประกอบธุรกิจ รวมถึงโครงการช่วยเหลือด้านเงินทุนจากภาครัฐนั้น ยังไม่ตอบสนองต่อผู้ประกอบการรายเล็ก ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการนั้น ได้แก่ การขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายตามเงื่อนไข เนื่องจากขาดการบริหารจัดการทางการเงินที่ดี ส่งผลต่อความเชื่อถือในการกู้ยืมเงิน

## 5. ด้านช่องทางการกระจายสินค้าและระบบโลจิสติกส์

ในด้านของระบบคมนาคมภายในจังหวัดนั้น สามารถสนับสนุนการเข้ามาของนักท่องเที่ยวในภาพรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากภายในจังหวัดนั้น มีการคมนาคมที่ครอบคลุมหลากหลายรูปแบบ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ จึงสามารถอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง รวมถึงมีส่วนช่วยให้ธุรกิจมีการเติบโต และยังสามารถขนส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนสถานการณ์ในการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า พบว่าผู้ประกอบการนั้นยังไม่มีใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า เนื่องจากเห็นว่ายังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และไม่มีส่วนในการลดต้นทุนการขนส่งสินค้าแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามพื้นที่บริเวณจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้นเป็นศูนย์กลางของภาคใต้ตอนบน ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ – ใต้ จึงทำให้ภาคเอกชนรายใหญ่บางกลุ่มนั้นเริ่มมีการจัดตั้งคลังสินค้าขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวในอนาคต

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในพื้นที่ยังสามารถควบคุมต้นทุนในการขนส่งวัตถุดิบได้พอสมควร เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทั้งภาคการค้า การผลิต และการบริการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ สำหรับช่องทางการจำหน่ายสินค้า ยังพบว่าช่องทางการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจส่วนใหญ่ในจังหวัดยังนิยมการขายในรูปแบบเดิมคือการขายผ่านหน้าร้าน ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีจำพวกร้านค้าออนไลน์ เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจเท่าที่ควร

## 6. ด้านนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในพื้นที่นั้นเห็นว่านโยบายภาครัฐต่างๆ โดยเฉพาะมาตรการด้านภาษีและมาตรการด้านสินเชื่อ มีประสิทธิภาพและมีส่วนช่วยในการสนับสนุนผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก แต่นโยบายด้านการส่งเสริม SME ยังขาดการบูรณาการและความต่อเนื่อง ในขณะที่กฎหมายและระเบียบต่างๆ มีส่วนในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการได้ในระดับปานกลาง เนื่องจากยังมีข้อจำกัดบางประการ เช่น กฎหมายแรงงานต่างด้าว และการยกเว้นภาษีนำเข้าต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้นเป็นหน่วยงานที่มีส่วนช่วยเป็นอย่างมากในการสนับสนุนผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแก้ไขปัญหาต่างๆ ของผู้ประกอบการ

ในส่วนของการเข้าถึงข้อมูลและบริการจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการเห็นว่า ยังประสบปัญหาในการเข้าถึงข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ การบริการต่างๆ รวมถึงโครงการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งนี้ ปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบนั้น ได้แก่ การจัดอบรมของภาครัฐยังขาดความต่อเนื่องรวมถึงยังมีความซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงาน เนื่องจากขอบเขตของการดูแลจัดให้มีหลักสูตรการอบรมนั้นยังไม่ชัดเจน ส่งผลให้การพัฒนาความสามารถของผู้เข้าอบรมนั้นยังไม่ตรงตามความต้องการ รวมถึงหน่วยงานภาคเอกชนและภาครัฐนั้น ยังไม่มีการกำหนดเป้าหมายหรือแนวทางการพัฒนาจังหวัดร่วมกันอย่างชัดเจน

### 3.4.1.5 ปัจจัยและปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในการรวบรวมข้อมูลปัจจัยและปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจในจังหวัด และปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัด โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### แผนภาพที่ 40 ปัจจัยสำคัญในการแข่งขันด้านธุรกิจในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยหลักในการแข่งขันทางธุรกิจที่ทางผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ โดยนับเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งภาคการค้า ภาคการผลิต และภาคการบริการ เนื่องจากเป็นภาพลักษณ์สำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าและการบริการให้แก่ผู้บริโภค รองลงมา ได้แก่ ราคาของสินค้าและบริการ เนื่องจากนับเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค อีกทั้งการแข่งขันภายในตลาดด้านราคานั้นค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องจัดวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคา และอันดับที่สาม ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้าและบริการ เนื่องจากการสร้างทางเลือกให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในหลายกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสิ่งที่เหมาะสมกับตนเองได้

#### แผนภาพที่ 41 ปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ที่มา: ผลการสำรวจสถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สำหรับปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าสถานการณ์ของตลาดในปัจจุบันเป็นปัจจัยสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจากสถานการณ์ตลาดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น มีการชะลอตัวลงอย่างมาก และยังมีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีผู้ประกอบการเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก รongลงมาคือปัญหาด้านแหล่งเงินทุน โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนในกิจการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงสถาบันการเงินในพื้นที่นั้น มีข้อจำกัดในการอนุมัติเงินกู้ ทำให้การเข้าถึงเงินทุนนั้นเป็นสิ่งที่ยาก และปัญหาถัดไป ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการเกษตร รวมถึงแรงงานที่มีความสามารถเฉพาะทางและแรงงานฝีมือ แม้จะมีอัตราค่าจ้างหมุนเวียนเข้า-ออกของแรงงานไม่สูงมากนักก็ตาม

### 3.4.2 สรุปศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

#### 3.4.2.1 ภาพรวมการพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ แนวทางการพัฒนาในปัจจุบัน และทิศทางการพัฒนาในอนาคต โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 42 ภาพรวมการพัฒนาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

ภาพรวมการพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับการพัฒนาและแปรรูปอาหารทะเลเป็นหลัก โดยมีผลิตภัณฑ์อาหารทะเลในขั้นต้นที่สำคัญ ได้แก่ กุ้ง หอยนางรม และปูทะเล จากนั้นนำมาแปรรูป โดยผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่ทำรายได้หลักให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลตากแห้ง และผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง ซึ่งทางผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ อยู่เสมอ แต่ไม่ค่อยมีการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์มากเท่าที่ควร เนื่องจากขาดองค์ความรู้และเทคโนโลยีในการพัฒนา โดยโอกาสในการพัฒนาสำหรับภาคประมงของจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น ได้แก่ การพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการค้าอาหารทะเล (Seafood City) รวมถึงเป็นแหล่งรวมร้านอาหารทะเล และตลาดสดอาหารทะเลทั้งปลีกและส่ง



### แนวทางในการพัฒนาสินค้าเกษตร

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรในพื้นที่ เน้นส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและการเกษตรแปรรูปในรูปแบบต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์จากผลไม้ เช่น เงาะ ทุเรียน มังคุด และลองกอง และผลิตภัณฑ์จากยางพาราและปาล์มน้ำมัน รวมถึงการยกระดับรูปแบบสินค้าเกษตรและบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สวยงาม และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และการส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ เพื่อการยอมรับในระดับสากล

นอกเหนือจากแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว การวางแผนด้านการตลาดก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยในพื้นที่จะให้ความสำคัญในการวางแผนการค้า การขยายกิจการ และการวางแผนเพื่อการส่งออก เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการภาคการเกษตรเป็นหลัก

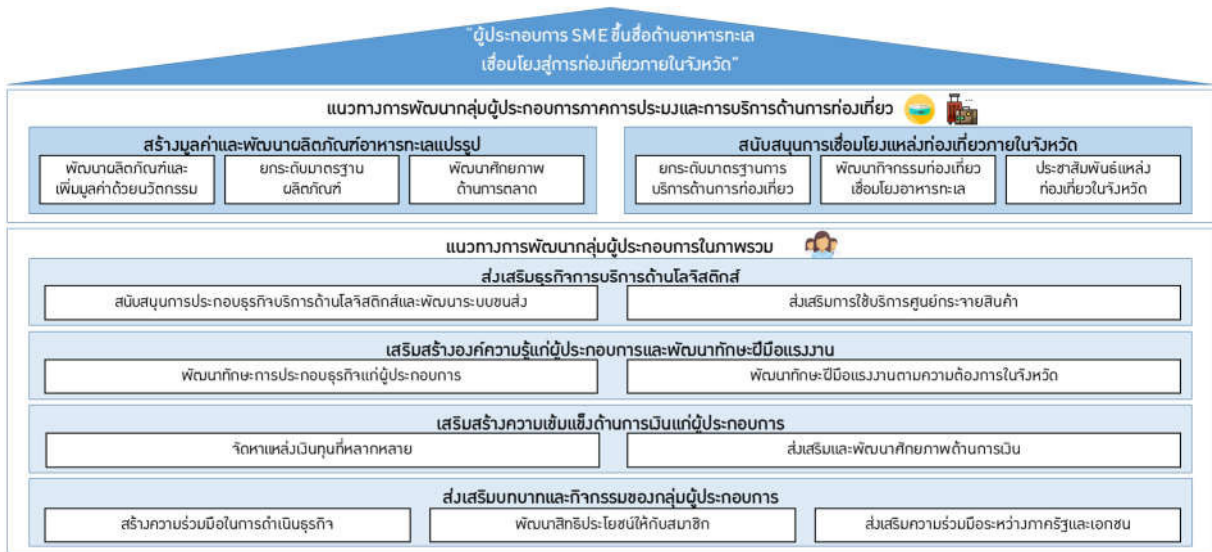
## **2. แนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี**

จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นหนึ่งในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนบน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญในการพัฒนาจังหวัด ซึ่งในจังหวัดเองมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น วัดบรมธาตุไชยา สวนโมกขพลาราม แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น เขื่อนรัชชประภา และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เช่น ชายหาด และหมู่เกาะต่างๆ นอกจากนี้ จังหวัดยังเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวในการมารับประทานอาหารทะเล ซึ่งการส่งเสริมและพัฒนาตลาดอาหารทะเล (Seafood Market) หรือแหล่งรวมสถานที่จัดจำหน่ายอาหารทะเลเป็นนโยบายใหม่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

### **3.4.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี**

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการและแนวทางการพัฒนา SME ในพื้นที่ พบว่า ในพื้นที่ควรมีการพัฒนาอย่างมีเป้าหมายและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้วิสัยทัศน์ “ผู้ประกอบการ SME ขึ้นชื่อด้านอาหารทะเล เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวภายในจังหวัด” ทั้งนี้ จากวิสัยทัศน์ดังกล่าว พัฒนาเป็น ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ใน 6 ยุทธศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แผนภาพที่ 44 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ที่มา: จากการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

3.4.3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด/อาหารทะเลแปรรูป

ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเล โดยเน้นความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา/สถาบันวิจัยในพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรม** สนับสนุนการศึกษา วิจัยและนำเสนอนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีส่วนช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด/แปรรูป
- 2) **ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์** ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการภาคการประมงยกระดับผลิตภัณฑ์โดยการสร้างมาตรฐานรับรองระดับสากล
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการภาคการประมงขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์

3.4.3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 สนับสนุนการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด

สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวในเมืองมากขึ้น โดยการส่งเสริมการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจากเกาะ เชื้อน และในเมือง ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและเชื่อมโยงอาหารทะเล** นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ และเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการประมง และร้านอาหารทะเล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 2) **ยกระดับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว** เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งการยกระดับมาตรฐานโรงแรมและที่พัก และการจัดทำฐานข้อมูลโรงแรมที่มีมาตรฐาน

- 3) ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างกระจาย ทั้งเกาะ เชื้อน และในเมืองอย่างสร้างสรรค์

#### 3.4.3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์

พัฒนาประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นให้กับการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่ทำให้การขนส่งสะดวกและรวดเร็วขึ้น ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) สนับสนุนการประกอบธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์และพัฒนาระบบขนส่ง ศึกษาวิธีการใหม่ๆ ในการขนส่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น
- 2) ส่งเสริมการให้บริการศูนย์กระจายสินค้า สร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า

#### 3.4.3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจให้ผู้ประกอบการดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งเสริมทักษะแรงงานในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่มีทักษะและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และทักษะการทำบัญชี
- 2) พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด ส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการบริการด้านการโรงแรม เช่น ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของแรงงานต่างด้าว

#### 3.4.3.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการบริหารจัดการงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงขั้นตอนการดำเนินการกู้เงินต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ในการขอู้เงิน
- 2) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 3.4.3.6 ยุทธศาสตร์ที่ 6 ส่งเสริมบทบาทและกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ

ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างหลากหลาย รวมถึงการพัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้



- 1) **สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ** ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และสนับสนุนการรวมกลุ่มในกลุ่มที่ธุรกิจที่หลากหลาย
- 2) **พัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิก** ร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาความร่วมมือ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้กับกลุ่มสมาชิก
- 3) **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน** ยกกระดับความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการดำเนินการในทิศทางเดียวกัน

จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล และแผนยุทธศาสตร์ในพื้นที่เป้าหมายทั้ง 4 พื้นที่ตั้งรายละเอียดข้างต้น เป็นการวิเคราะห์และเสนอแนะกรอบยุทธศาสตร์ที่เป็นประเด็นการพัฒนาเฉพาะสำหรับแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีบริบทแวดล้อมที่แตกต่างกัน โดยในเบื้องต้น สังเกตได้ว่า ลักษณะประเด็นปัญหาและแนวทางการพัฒนา มีลักษณะที่ใกล้เคียง สามารถสรุปเป็นประเด็นหลักได้ตามกลุ่มสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักทางเศรษฐกิจของจังหวัด รวมถึงปัจจัยสนับสนุน ซึ่งเป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่ได้ทุกกลุ่มธุรกิจ และทุกพื้นที่ด้วยเช่นกัน

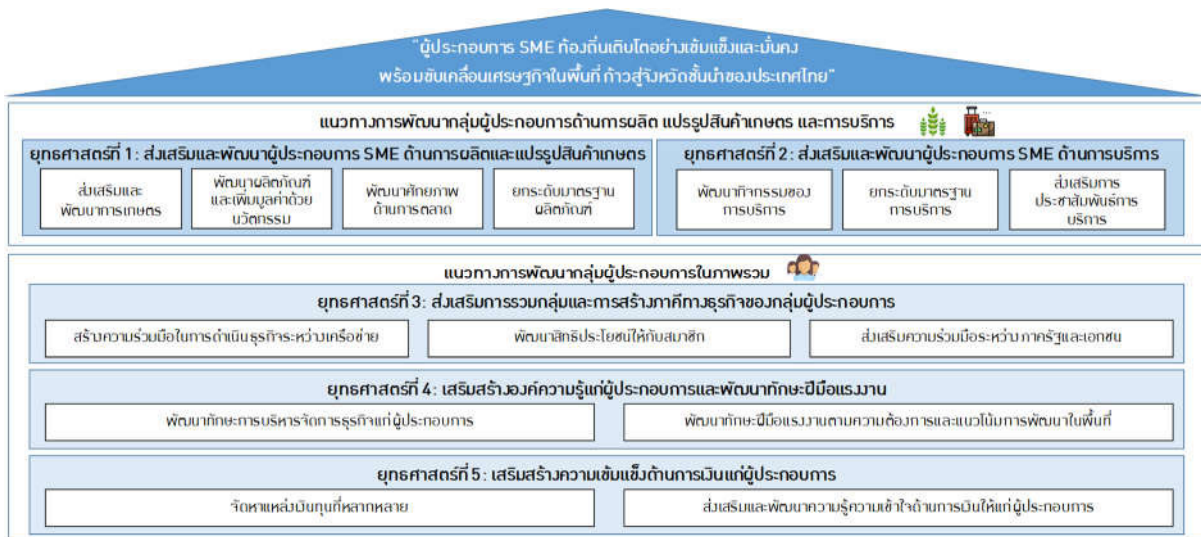
ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดดังกล่าว จะถูกนำไปสรุปเป็นกรอบแนวทางการส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็กในหัวข้อถัดไป

## 4. สรุปกรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

### 4.1 กรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการและแนวทางการพัฒนา SME ในพื้นที่เมืองเล็กทั้ง 4 จังหวัด พบว่า แนวทางและมาตรการในการพัฒนา SME ในพื้นที่เมืองรองจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านศักยภาพ โอกาส ทรัพยากรและข้อจำกัดภายในพื้นที่นั้นๆ โดยแบ่งแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ แนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเป้าหมายหลักของจังหวัด และแนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการในภาพรวม ภายใต้วิสัยทัศน์ “ผู้ประกอบการ SME ท้องถิ่นเติบโตอย่างเข้มแข็งและมั่นคง พร้อมขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ ก้าวสู่จังหวัดชั้นนำของประเทศไทย” ทั้งนี้ กรอบแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก ประกอบไปด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แผนภาพที่ 45 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก



ที่มา: จากการวิเคราะห์ของทีปปรึกษา

#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ด้านการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร

ส่งเสริมการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรให้มีความหลากหลาย โดยมีการวางแผนการเพาะปลูกอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตร อาหารทะเล สมุนไพร รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ภายในจังหวัด ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ รวมถึงพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการตลาดเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเพิ่มฐานลูกค้า พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานสินค้าเพื่อรองรับตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร** โดยการบริหารจัดการพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรภายในจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบจากการที่เกษตรกรนิยมปลูกพืชชนิดเดียวกัน ซึ่งทำให้ราคาสินค้าตกต่ำลง และกลายเป็นสินค้าส่วนเกิน

- 2) **พัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรม** สนับสนุนการพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิม ด้วยการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในกระบวนการผลิต พร้อมทั้งยกระดับการแปรรูปสู่การแปรรูปขั้นสูงหรือขั้นอุตสาหกรรม
- 3) **พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด** พัฒนามุมมองและศักยภาพด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและเพิ่มฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมการค้าขายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์
- 4) **ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์** ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ได้รับมาตรฐานระดับสากล เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

#### ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ด้านการบริการ

ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ จากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ ควบคู่กับการสร้างสรรค์บริการรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในอนาคตของจังหวัด พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการภาคบริการตระหนักถึงความสำคัญของการขึ้นทะเบียนสถานประกอบการและการได้รับมาตรฐานต่างๆ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมบริการในภาพรวมของจังหวัด ตลอดจนการเพิ่มช่องทางด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนในพื้นที่อื่นๆ ได้รับรู้ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนากิจกรรมของการบริการ** ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ จากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่
- 2) **ยกระดับมาตรฐานการบริการ** พัฒนาและส่งเสริมความตระหนักของผู้ประกอบการในด้านการบริการ เพื่อเป็นจุดดึงดูดและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลอื่นที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ รวมถึงการสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในอุตสาหกรรมบริการในพื้นที่
- 3) **ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การบริการ** ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจบริการอื่นๆ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ

#### ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการรวมกลุ่มและการสร้างภาคีทางธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ

ส่งเสริมให้เกิดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการให้เป็นเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่เข้มแข็ง ทั้งในรูปแบบของกลุ่มธุรกิจ/อุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายใต้ห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน โดยการพัฒนาและส่งเสริมสิทธิประโยชน์ของการรวมกลุ่ม การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์และลดช่องว่างระหว่างการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจระหว่างเครือข่าย** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทุกภาคส่วนมีการรวมกลุ่มและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างเพื่อนสมาชิก เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในพื้นที่
- 2) **พัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิก** ส่งเสริมการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่ม หรือการเปิดเวทีเพื่อรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของผู้ประกอบการในพื้นที่
- 3) **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน** สร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนปัญหาและข้อคิดเห็นระหว่างภาครัฐและเอกชนในประเด็นสำคัญต่างๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมและสร้างความสัมพันธ์ เพื่อลดช่องว่างการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

#### ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการภายในพื้นที่ เพื่อปลูกฝังการเป็นผู้ประกอบการที่ดี มองการณ์ไกล สามารถสร้างและบริหารธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **พัฒนาทักษะการบริหารจัดการธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่มีทักษะและความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทักษะการทำบัญชี รวมถึงการปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการที่ดี
- 2) **พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการและแนวโน้มการพัฒนาในพื้นที่** ส่งเสริมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะด้านการบริการ เช่น การอบรมทักษะทางด้านการบริการให้แก่พนักงานโรงแรมในพื้นที่ หรือทักษะด้านภาษา เป็นต้น

#### ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ

ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาทางการเงิน ด้วยการจัดหาและสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบในพื้นที่ พร้อมทั้งพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในเรื่องของการกู้เงินจากธนาคาร เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** สนับสนุนแหล่งเงินทุนที่ตรงต่อความต้องการและสถานการณ์ของผู้ประกอบในพื้นที่ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารที่ต้องใช้ในการขอกู้เงิน
- 2) **ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการเงินให้แก่ผู้ประกอบการ** ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้ที่ปรึกษาทางด้านการเงินในพื้นที่

#### 4.1.1 ภาพรวมแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก

จากกรอบประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็กในแต่ละประเด็นข้างต้น ได้กำหนดกลยุทธ์ที่รองรับต่อเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน และยกวางแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME พร้อมทั้งระบุถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

##### 4.1.1.1 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ด้านการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### 1. ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร มีแนวทางการพัฒนา 4 โครงการ ดังนี้

##### 1.1 โครงการส่งเสริมการเพาะปลูกสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ (Key product) ในพื้นที่

**รายละเอียดเบื้องต้น:** สนับสนุนการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรที่มีคุณภาพดีและมีศักยภาพในการแข่งขันกับพื้นที่อื่น และคัดเลือกผลผลิตที่โดดเด่นเพื่อสนับสนุนให้มีการส่งออก รวมถึงการเป็นผลผลิตขั้นต้นเพื่อนำไปต่อยอดหรือพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ ต่อไป

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** เกษตรจังหวัด, พาณิชยจังหวัด

##### 1.2 โครงการส่งเสริมและพัฒนาสิทธิประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการที่ทำการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์

**รายละเอียดเบื้องต้น:** จัดอบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ ถึงความสำคัญและประโยชน์ของการปลูกพืชแบบอินทรีย์ รวมถึงเผยแพร่ข้อมูลแนวทางการเพาะปลูกที่ได้รับมาตรฐาน โดยพัฒนาสิทธิประโยชน์เฉพาะบางประการให้แก่ผู้ประกอบการที่ทำการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ เช่น สร้างช่องทางพิเศษสำหรับการโปรโมทสินค้า หรือการให้สิทธิพิเศษต่างๆ เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** เกษตรจังหวัด

##### 1.3 โครงการให้ความรู้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการพื้นที่เพาะปลูกแบบบูรณาการ (Planning & Zoning)

**รายละเอียดเบื้องต้น:** เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เช่น การจัด zoning แยกสัดส่วนระหว่างผลผลิตสำหรับการค้าขายขั้นต้น และผลผลิตเพื่อการนำไปแปรรูป เพื่อเป็นการรักษาสมดุลของธุรกิจระหว่างการผลิตและการตลาด รวมถึงการหมุนเวียนของสินค้าและการบริหารทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: เกษตรจังหวัด

1.4 โครงการรวบรวมและปรับปรุงฐานข้อมูลผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน

รายละเอียดเบื้องต้น: นำฐานข้อมูลผู้ประกอบการด้านเกษตรและเกษตรอินทรีย์ที่มีอยู่มาพัฒนาและอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัย พร้อมทั้งเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แนะนำหรือลักษณะเด่นของผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้บริโภค

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรม โดยมีแนวทางในการพัฒนา 4 โครงการ ดังนี้

2.1 โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร

รายละเอียดเบื้องต้น: สร้างความร่วมมือกับสถาบันวิจัย/การศึกษาในพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปชนิดใหม่จากสินค้าเกษตรกรรมที่มีศักยภาพภายในจังหวัด โดยเพิ่มการใช้ข้อมูลและความรู้เชิงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น เช่น การใช้สมุนไพรหว่านทดแทนน้ำตาลในการบริโภคคาแฟ การพัฒนาสินค้าสปา สินค้าเพื่อสุขภาพ เครื่องสำอาง จากสมุนไพรในพื้นที่ รวมถึงการแปรรูปอาหารทะเลแช่แข็งให้คงความสดใหม่เพื่อการส่งออก เป็นต้น

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: พัฒนาการจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, สถาบันวิจัย/การศึกษาในพื้นที่, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

2.2 โครงการพัฒนาสินค้าประจำจังหวัด (Product Champion) โดยใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมในการต่อยอดจากสินค้าที่มีอยู่ในพื้นที่

รายละเอียดเบื้องต้น: คัดเลือกสินค้าที่มีศักยภาพของจังหวัด และร่วมมือกับสถาบันวิจัย/การศึกษาในพื้นที่ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปชนิดใหม่ จากวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพภายในจังหวัด เช่น อาหารสุขภาพ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เครื่องใช้จากผ้าทอ เป็นต้น

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: พัฒนาการจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, สถาบันวิจัย/สถาบันการศึกษาในพื้นที่, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

2.3 โครงการ Matching Core Product เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ จากวัตถุดิบที่มีศักยภาพในพื้นที่

- รายละเอียดเบื้องต้น:** สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการแต่ละประเภททั้งในและนอกพื้นที่ เพื่อสร้างสินค้าใหม่ ผ่านการร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ
- หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พัฒนาการจังหวัด, อุตสาหกรรมจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

#### 2.4 โครงการต่อยอดองค์ความรู้จากฐานข้อมูลการผลิตสินค้า OTOP

- รายละเอียดเบื้องต้น:** รวบรวม จัดกลุ่ม และจำแนกลักษณะของภูมิปัญญาการผลิตสินค้า OTOP จากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาชุมชน ([www.otoptoday.com](http://www.otoptoday.com)) พร้อมทั้งเผยแพร่องค์ความรู้ดังกล่าว ผ่านช่องทางต่างๆทั้งในเว็บไซต์ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจ/ผู้ผลิต นำไปพัฒนาต่อยอดสินค้าต่อไป
- หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พัฒนาการจังหวัด, กรมการพัฒนาชุมชน

### 3. พัฒนาศักยภาพด้านการตลาด โดยมีแนวทางในการพัฒนา 5 โครงการ ดังนี้

#### 3.1 โครงการรวบรวมข้อมูล (Digital Content) เกี่ยวกับสินค้าและบริการของจังหวัดผ่านสื่อออนไลน์

- รายละเอียดเบื้องต้น:** รวบรวมข้อมูลการเกษตร, OTOP, สินค้าทั่วไป ภายในจังหวัด และนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ รวมถึงการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เด่น หรือของดีประจำเดือน ซึ่งควรมีการหมุนเวียนการโปรโมทสินค้าใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ ผ่านเว็บไซต์ของพาณิชย์จังหวัด
- หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พาณิชย์จังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

#### 3.2 โครงการอบรมการจัดทำช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

- รายละเอียดเบื้องต้น:** การพัฒนาผู้ประกอบการให้ใช้ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เด่น ซึ่งจะเพิ่มทางเลือกในการซื้อผลิตภัณฑ์ รวมถึงสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มเติม พร้อมทั้งวิเคราะห์และศึกษาพฤติกรรมกลุ่มลูกค้าของผลิตภัณฑ์ เพื่อเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและสามารถพัฒนาแนวทางการทำการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พัฒนาการจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### 3.3 โครงการจัด Roadshow สินค้าทางการเกษตรและเกษตรแปรรูปของจังหวัด

**รายละเอียดเบื้องต้น:** สนับสนุนการเดินทางเพื่อจำหน่ายสินค้าของจังหวัด ในพื้นที่อำเภอต่างๆในจังหวัด รวมถึงหัวเมืองในจังหวัดใกล้เคียง โดยมีการสับเปลี่ยนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพให้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมนี้อย่างทั่วถึง

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** กระทรวงพาณิชย์, กรมพัฒนาชุมชน, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

### 3.4 โครงการจัดแสดง (Festival) สินค้าและอาหารที่เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด

**รายละเอียดเบื้องต้น:** งานจัดแสดงสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด เช่น Creative Food from Green Farmers Theme งานทางด้านสุขภาพ/อาหารพื้นบ้าน/ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิม) งานเทศกาล Seafood market เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พาณิชย์จังหวัด, เกษตรจังหวัด, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

### 3.5 โครงการเชื่อมโยงความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์ตลาด

**รายละเอียดเบื้องต้น:** สนับสนุนให้กรมพัฒนาชุมชนรวบรวมยอดขายและคัดเลือกสินค้าดีเด่น ส่งให้กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ เพื่อนำไปปรับปรุงข้อมูลสินค้าที่มีคุณภาพ/มาตรฐานในเว็บไซต์ thaitrade.com ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการต่อยอดช่องทางการตลาด พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพื่อใช้ในการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มต่อไป

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** กระทรวงพาณิชย์, กรมการพัฒนาชุมชน, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



#### 4. ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางในการพัฒนา 4 โครงการ ดังนี้

##### 4.1 โครงการอบรมเกี่ยวกับพื้นฐานมาตรฐานสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป รวมถึงขั้นตอนที่ จำเป็นในการขอรับรองมาตรฐานสินค้าในการผลิตและจัดจำหน่าย

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ส่งเสริมให้เกษตรกรเห็นความสำคัญของมาตรฐานการเพาะปลูก เช่น  
สินค้าเกษตรปลอดภัย (ผัก, ผลไม้) สินค้าเกษตรอินทรีย์ (ข้าว, กัญชง)  
เป็นต้น และมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปรวมถึงขั้นตอนที่  
จำเป็นในการขอรับรองมาตรฐานสินค้าในการผลิตและจัดจำหน่าย  
เช่น มาตรฐาน Q, มาตรฐาน GAP, มาตรฐาน GMP

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** เกษตรจังหวัด

##### 4.2 โครงการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเพื่อการส่งออก

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ส่งเสริมให้เกษตรกรหรือผู้ประกอบการภาคการเกษตรที่มีศักยภาพ  
ส่งออกสินค้าเกษตรไปยังประเทศอื่นๆ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า และ  
สร้างตลาดพืชผลทางการเกษตรของประเทศไทยในระดับสากล โดย  
สนับสนุนทางด้านข้อมูลที่เป็น เช่น มาตรฐานการส่งออก/  
การรับรองสินค้าทางการเกษตรของแต่ละประเทศ เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** เกษตรจังหวัด

##### 4.3 โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความทันสมัยตอบสนองต่อ ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ปรับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สามารถรักษาคุณภาพ  
ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีภาพลักษณ์ที่ดี และตรงกับความต้องการของ  
กลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พาณิชย์จังหวัด, อุตสาหกรรมจังหวัด, สถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่,  
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

##### 4.4 โครงการสนับสนุนผู้ประกอบการให้ตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ประชาสัมพันธ์ และคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเข้าร่วม  
โครงการคูปอง OSMEP Voucher ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อยกระดับ  
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของจังหวัด โดยการนำ OSMEP Voucher ไปใช้  
บริการตรวจวิเคราะห์มาตรฐานผลิตภัณฑ์กับบริษัท ห้องปฏิบัติการ  
กลาง (ประเทศไทย) จำกัด หรือ Central Lab Thai

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** อุตสาหกรรมจังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด  
ย่อม

4.1.1.2 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ด้านการบริการ  
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. **พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวและเพิ่มความหลากหลายของการบริการ** โดยมีแนวทางในการพัฒนา  
3 โครงการ ดังนี้

1.1 **โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงภายในจังหวัดและ/หรือกลุ่มจังหวัด**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดหรือกลุ่มจังหวัดให้มีความหลากหลาย โดยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในประเภทเดียวกัน และสร้างเรื่องราวเชื่อมโยง (storyline) จากการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว โรงแรม และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อทำเป็นเส้นทางท่องเที่ยว เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงศิลปะและสร้างสรรค์ เพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในพื้นที่มากยิ่งขึ้น และช่วยให้มีการกระจายตัวของเศรษฐกิจไปยังพื้นที่ในอำเภออื่นๆ ภายในจังหวัด

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

1.2 **โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (จักรยาน, วิ่ง trail) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้เข้ามาในจังหวัดเพิ่มขึ้น หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการเกษตร ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และมีประสบการณ์ร่วม รวมถึงการสร้างพื้นที่/ฐานการผลิตให้กลายเป็นสถานที่พบปะระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, เกษตรจังหวัด

1.3 **โครงการพัฒนารูปแบบและต่อยอดการบริการ ที่เกี่ยวเนื่องกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในจังหวัด**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ส่งเสริมการให้บริการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ภายในพื้นที่ เช่น การเสิร์ฟสับปะรด หรือมะพร้าว ในโรงแรมภายในจังหวัด

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พาณิชย์จังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

## 2. ยกระดับมาตรฐานการบริการ โดยมีแนวทางในการพัฒนา 5 โครงการ ดังนี้

### 2.1 โครงการจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานด้านโรงแรมและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานด้านการบริการและมาตรฐานโรงแรมและที่พัก เช่น การอบรมพนักงานโรงแรม ทักษะด้านการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การให้ข้อมูลทั่วไปแหล่งท่องเที่ยว และมาตรฐานห้องพัก เป็นต้น พร้อมนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ และการบำบัดน้ำเสีย ให้กับผู้ประกอบการด้านการบริการ

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, กระทรวงมหาดไทย

### 2.2 โครงการจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหาร

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ให้มีการดำเนินงานที่ถูกต้อง สุขลักษณะ มีมาตรฐานทั้งในด้านการจัดการพื้นที่ภายในร้าน การประกอบอาหาร เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** กระทรวงมหาดไทย, สาธารณสุขจังหวัด, พาณิชยจังหวัด

### 2.3 โครงการอบรมเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

**รายละเอียดเบื้องต้น:** คัดเลือกชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้กับชุมชน เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการสร้างรายได้ จากการศึกษาดูงานของหน่วยงานภายนอกพื้นที่ หรือการพัฒนาให้เป็นพื้นที่การเรียนรู้จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, พัฒนาการจังหวัด

### 2.4 โครงการยกระดับและคัดเลือกสถานประกอบการดีเด่นภาคการบริการประจำจังหวัด

**รายละเอียดเบื้องต้น:** คัดเลือกสถานประกอบการภาคการบริการที่ได้รับมาตรฐานดีเลิศในการบริการประจำจังหวัด และส่งเสริมผ่านช่องทางการโปรโมทต่างๆ เพื่อเป็นต้นแบบให้กับผู้ประกอบการในภาคบริการรายอื่น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** กระทรวงมหาดไทย, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

### 2.5 โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูล (Database) โรงแรมที่ได้รับมาตรฐานในจังหวัด

**รายละเอียดเบื้องต้น:** จัดทำฐานข้อมูลโรงแรมที่ขึ้นทะเบียนโรงแรมอย่างถูกต้อง มีมาตรฐาน พร้อมทั้งเผยแพร่ให้ข้อมูลเบื้องต้นด้านราคา ขนาดห้อง ทำเลที่ตั้ง แก่

นักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก โดยการต่อยอดจากฐานข้อมูลเดิมของกระทรวงมหาดไทย

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** กระทรวงมหาดไทย, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

### 3. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การบริการ โดยมีแนวทางในการพัฒนา 3 โครงการ ดังนี้

#### 3.1 โครงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดผ่านสื่อออนไลน์

**รายละเอียดเบื้องต้น:** จัดทำสื่อมัลติมีเดีย เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น การส่งเสริมการถ่ายทำสารคดีท่องเที่ยวในพื้นที่ การรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวจากบล็อกเกอร์ชื่อดัง เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

#### 3.2 โครงการจัดทำ Application สำหรับบริการนักท่องเที่ยวแบบครบวงจร

**รายละเอียดเบื้องต้น:** Application ออนไลน์ เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แผนการเดินทางโดยระบบคมนาคมภายในพื้นที่ พร้อมทั้งมีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวออนไลน์ในกรณีฉุกเฉินต่างๆ เช่น หลงทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

#### 3.3 โครงการพัฒนาสินค้าที่ระลึกประจำจังหวัด

**รายละเอียดเบื้องต้น:** คัดเลือกสินค้าที่เป็นจุดเด่นของจังหวัด (Product Champion) หรือเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด มาพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึกประจำจังหวัด เช่น ผลิตภัณฑ์จากเครื่องปั้นดินเผาที่มีลวดลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของแต่ละอำเภอ หรือของที่ระลึกที่มีลวดลายเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, อุตุสาหกรรมจังหวัด, พัฒนาการจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

4.1.1.3 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการรวมกลุ่มและการสร้างภาคีทางธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. **สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจระหว่างเครือข่าย** โดยมีแนวทางในการพัฒนา 2 โครงการ ดังนี้

1.1 **ประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ในการรวมกลุ่มทางธุรกิจ**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในจังหวัดตระหนักถึงประโยชน์ที่รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ และเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับกลุ่มผู้ประกอบการ

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** หอการค้าจังหวัด, สภาอุตสาหกรรมจังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.2 **สนับสนุนการรวมกลุ่มผู้ประกอบการและสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** สนับสนุนการรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่กลุ่มธุรกิจ/อุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อกันและกัน รวมถึงการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจเดียวกัน เพื่อลดจำนวนพ่อค้าคนกลาง และลดขั้นตอนในการจัดจำหน่าย รวมถึงเพื่อกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการชั้นต้น รวมถึงการรวมกลุ่มที่มีความหลากหลายของประเภทธุรกิจ เพื่อเปิดโอกาสในการสร้างความร่วมมือ และเชื่อมโยงธุรกิจในพื้นที่

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** หอการค้าจังหวัด, สภาอุตสาหกรรมจังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. **พัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิก** โดยมีแนวทางหลักในการพัฒนา ดังนี้

2.1 **รับฟังความต้องการและพัฒนาสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิกแต่ละกลุ่ม**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** จัดการประชุมเพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจแต่ละประเภทในจังหวัด และร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาความร่วมมือ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้กับสมาชิกในกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นสิทธิประโยชน์ด้านการค้า ระหว่างสมาชิกในจังหวัด/จังหวัดอื่นๆ หรือสิทธิประโยชน์ด้านการเงิน จากความร่วมมือกับธนาคารต่างๆ เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** หอการค้า, สภาอุตสาหกรรม, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### 3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

#### 3.1 พัฒนากลไกการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน

**รายละเอียดเบื้องต้น:** พัฒนาช่องทางการติดต่อ และการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้าใจในการพัฒนาจังหวัดในทิศทางเดียวกัน และร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในจังหวัดได้อย่างรวดเร็วขึ้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** หอการค้าจังหวัด, สภาอุตสาหกรรมจังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

#### 4.1.1.4 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

##### 1. พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ โดยมีแนวทางในการพัฒนา 4 โครงการ ดังนี้

###### 1.1 โครงการพี่เลี้ยงธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการใหม่

**รายละเอียดเบื้องต้น:** คัดเลือกผู้ประกอบการใหม่ เพื่อเข้าร่วมโครงการพี่เลี้ยงธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจตลอด Value Chain ทั้งด้านการวิจัยพัฒนาสินค้า การบริหารจัดการกระบวนการผลิต การขนส่ง การศึกษาและกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด รวมถึงการบริหารจัดการด้านการเงิน เพื่อให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** สภาอุตสาหกรรมจังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

###### 1.2 โครงการจัดอบรมการบริหารกิจการและการขยายกิจการอย่างไม่มีหนี้สินให้แก่ผู้ประกอบการที่สนใจ

**รายละเอียดเบื้องต้น:** เน้นกลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการขยายกิจการแต่ติดปัญหาเรื่องขาดความเข้าใจในการบริหารจัดการงบประมาณ และไม่กล้าขยายกิจการ โดยเป็นพี่เลี้ยง (Mentor) ตั้งแต่เริ่มกู้เงินและให้คำปรึกษาการวางแผนผ่อนเงินเป็นงวด

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พาณิชย์จังหวัด, สถาบันการเงินในพื้นที่, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

###### 1.3 โครงการสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ SME สำหรับเกษตรกรยุคใหม่

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ให้ความรู้ ประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรเข้าใจถึงการเป็นผู้ประกอบการ SME รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ เพื่อให้มีผู้ประกอบการ SME

ในภาคการเกษตรมากขึ้น พร้อมทั้งให้ความรู้ด้านการวางแผนด้านการจัดการต้นทุนการผลิต และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง รวมถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ์

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** แรงงานจังหวัด, เกษตรจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### 1.4 โครงการยกระดับผู้ประกอบการรายย่อยสู่การเป็นนิติบุคคล

**รายละเอียดเบื้องต้น:** สร้างเสริมความรู้ความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการ SME รายย่อยให้จดทะเบียนนิติบุคคลมากขึ้น ทั้งด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี และการสนับสนุนทางการเงิน

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** พาณิชย์จังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

## 2. พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามความต้องการในจังหวัด โดยมีแนวทางในการพัฒนา 2 โครงการ ดังนี้

### 2.1 โครงการส่งเสริมการพัฒนาทักษะเฉพาะด้านตามแนวโน้มและทิศทางในอนาคตของแต่ละพื้นที่

**รายละเอียดเบื้องต้น:** พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานเฉพาะทางที่ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักภายในจังหวัด เช่น แรงงานภาคบริการ (สปา นวด บริการด้านสุขภาพ), แรงงานช่างศิลป์ เป็นต้น

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** แรงงานจังหวัด, พัฒนาการจังหวัด, สถาบันการศึกษาในพื้นที่, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

### 2.2 โครงการจัดหลักสูตรฝึกอบรมพนักงานทั่วไป ในแต่ละประเภทของกลุ่มธุรกิจ

**รายละเอียดเบื้องต้น:** เน้นการฝึกทักษะฝีมือในกลุ่มแรงงานด้านเกษตรอินทรีย์/เกษตรแปรรูป และกลุ่มงานบริการทั้งด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของจังหวัด โดยการจัดอบรมและอัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกงานในพื้นที่ เพื่อให้แรงงานสามารถเข้าถึงการอบรมได้อย่างทั่วถึง

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** เกษตรจังหวัด, แรงงานจังหวัด, สาธารณสุขจังหวัด, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำจังหวัด

4.1.1.5 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ  
ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. **จัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย** โดยมีแนวทางในการพัฒนา 2 โครงการ ดังนี้

1.1 **โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาทางการเงินในการเริ่มต้นกิจการ หมุนเวียนทางธุรกิจ หรือต้องการเงินกู้เพื่อขยายกิจการ**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** สสว. สร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อสนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการจะต้องขึ้นทะเบียน SME กับทาง สสว. และให้ สสว. ทำหน้าที่เป็นผู้ให้การรับรอง โดยคัดกรองจากข้อกำหนดหรือเกณฑ์ต่างๆ ตามที่ สสว. กำหนด

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** สถาบันการเงิน, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.2 **โครงการส่งเสริมความรู้เรื่องแหล่งเงินทุนทางเลือกให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่หรือผู้ประกอบการที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินต่างๆ**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** ประชาสัมพันธ์แหล่งเงินทุนทางเลือกที่มีในปัจจุบัน ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านการประมง พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทางเลือกดังกล่าวให้แก่ผู้ประกอบการ (คำนึงถึงผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจหลักของจังหวัดก่อน)

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** สถาบันการเงิน, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. **ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการเงินให้แก่ผู้ประกอบการ** โดยมีแนวทางในการพัฒนา 2 โครงการ ดังนี้

2.1 **โครงการอบรมด้านการวางแผนทางการเงินจากสถาบันการเงินในพื้นที่ สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ**

**รายละเอียดเบื้องต้น:** สร้างความเข้าใจในเรื่องของการกู้ยืมเงิน/เงื่อนไขและรูปแบบของเงินกู้/สินเชื่อต่างๆ พร้อมทั้งอบรมขั้นตอน แนวคิด วิธีการวางแผนการเงินให้แก่ผู้ประกอบการ

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** สถาบันการเงิน, สถาบันการศึกษา, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



## 2.2 โครงการจัดการประเมินศักยภาพทางการเงินของผู้ประกอบการ และบริการที่เลี้ยง/ที่ปรึกษาทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ

**รายละเอียดเบื้องต้น:** คัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาทางการเงิน แต่ยังมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเข้าร่วมโครงการ โดยให้สถาบันการเงินในจังหวัดเป็นที่เลี้ยงในการวางแผน และการบริหารด้านการเงินให้กับผู้ประกอบการ

**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** สถาบันการเงิน, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### 4.1.2 โครงการสำคัญในการส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก

จากยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการในภาพรวมการส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็กที่ได้กล่าวถึงข้างต้น สามารถสรุปเป็นโครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในแต่ละพื้นที่ จากความต้องการและโอกาสในการพัฒนาของพื้นที่เมืองเล็กในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีความต้องการใกล้เคียงกัน ประกอบไปด้วยประเด็นการพัฒนาใน 2 ส่วนหลัก คือ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และ 2) การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการประกอบธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ** สถานการณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็กโดยทั่วไป ยังคงมีการผลิตและค้าขายสินค้าแปรรูปขั้นต้น โดยอาศัยองค์ความรู้ที่สืบทอดกันมาในอดีต ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเหมือน หรือใกล้เคียงกันในแต่ละพื้นที่ แต่ยังมีขาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่น การสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือการแปรรูปขั้นสูงโดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วย ส่วนรูปแบบการบริการ ส่วนใหญ่จะมีการกระจายตัวของธุรกิจ แบบต่างคนต่างทำ ขาดความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ประกอบการ รวมถึงการเชื่อมโยงกันกับกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ซึ่งสามารถขยายโอกาสในการเปิดตลาด หรือสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการได้ ดังนั้น แนวทางหลักในการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็กที่สำคัญ ประกอบไปด้วย 2 แนวทาง หลัก ดังนี้

1.1 **พัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่า สำหรับผู้ประกอบการด้านการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตร** ซึ่งแนวคิดหลักคือ การนำสินค้าเกษตร หรือสินค้าหลักที่มีในพื้นที่มาเป็นวัตถุดิบหลักในการแปรรูป สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมเข้ามาช่วยสนับสนุนต่อยอดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น และเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด หรือของพื้นที่มากขึ้น ซึ่งอาจพัฒนาขึ้นเป็นสินค้าที่ระลึกประจำจังหวัดได้

1.2 **พัฒนารูปแบบกิจกรรมการบริการ สำหรับผู้ประกอบการด้านการบริการ** โดยการต่อยอดและเชื่อมโยงการบริการที่เป็นจุดเด่นของจังหวัด เข้ากับธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ซึ่งการบริการทั่วไปที่มีกระจายอยู่ในพื้นที่เมืองเล็ก คือการบริการท่องเที่ยว หากแต่แหล่งท่องเที่ยว และการบริการไม่โดดเด่นเท่ากับพื้นที่เมืองหลัก ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายมีความคาดหวังที่แตกต่างออกไป ดังนั้น แนวทางในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการบริการในรูปแบบ

ต่างๆ สร้างความเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว หรือเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น สร้างความหลากหลายในการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สามารถช่วยส่งเสริมธุรกิจของ SME ในพื้นที่เมืองเล็กได้ เช่น การนำผลิตภัณฑ์อาหาร/ สมุนไพรในจังหวัด มาจัดเป็นอาหาร หรือของใช้ในโรงแรม เป็นต้น

**2. การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการประกอบธุรกิจ** ปัจจัยด้านองค์ความรู้เชิงธุรกิจและทักษะแรงงาน รวมถึงปัจจัยด้านการเงิน เป็นส่วนประกอบหลักที่ส่งเสริม SME ให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งเป็นการพัฒนาในภาพรวมสามารถนำไปปรับใช้กับผู้ประกอบการ SME ในทุกประเภทธุรกิจและทุกพื้นที่ โดยปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็กมีความต้องการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐมากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ ทั้งนี้ แนวทางการสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านการพัฒนาองค์ความรู้เชิงธุรกิจ และทักษะแรงงาน และการสนับสนุนด้านการเงิน มีรายละเอียดดังนี้

**2.1 การพัฒนาองค์ความรู้เชิงธุรกิจและทักษะแรงงาน** จากสถานการณ์ของผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็ก พบว่าผู้ประกอบการส่วนมากเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งมีความสามารถในการค้าขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการ เป็นอย่างดี แต่มีผู้ประกอบการบางส่วนเท่านั้นที่สามารถวางแผนธุรกิจ กำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้า กำหนดตำแหน่งทางการตลาด รวมไปถึงการวางแผนทางการเงิน และการลงทุนได้ ดังนั้น การให้องค์ความรู้ หลักคิดในการดำเนินธุรกิจ จึงควรเป็นแนวทางหลักสำคัญที่ต้องดำเนินการในการสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยมีตัวอย่างโครงการสำคัญ ดังนี้

- **พี่เลี้ยงธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการใหม่** เป็นการคัดเลือกผู้ประกอบการใหม่เข้าร่วมโครงการโดยเน้นการให้ความรู้ ถ่ายทอดทักษะ แนวคิดในการประกอบธุรกิจ โดยมีผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจเป็นพี่เลี้ยงในการดำเนินงาน
- **ยกระดับผู้ประกอบการรายย่อยสู่การเป็นนิติบุคคล** สนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SME รายย่อย ที่ยังไม่จดทะเบียนนิติบุคคล ให้มีการดำเนินการจดทะเบียน ผ่านการชี้แจง ให้ความรู้ ถึงประโยชน์ และข้อได้เปรียบที่จะได้รับเมื่อมีการจดทะเบียนนิติบุคคล

นอกจากนี้ การสนับสนุนทักษะแรงงานยังเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่เป็นความต้องการของผู้ประกอบการ SME ซึ่งหากพิจารณาถึงความต้องการในแต่ละพื้นที่แล้ว จะมีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบงาน หรือการผลิตสินค้าที่มีในแต่ละพื้นที่ หากแต่ทักษะที่ผู้ประกอบการในหลายพื้นที่มีความต้องการที่ตรงกันคือ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการ หรือแรงงานในพื้นที่มีศักยภาพในการติดต่อธุรกิจ รวมทั้งการให้บริการเพิ่มมากขึ้น

2.2 เสริมสร้างความเข้มแข็งทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการเงิน เป็นประเด็นหลักสำคัญของผู้ประกอบการทุกพื้นที่ ในทุกกลุ่มธุรกิจ ซึ่งปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็ก คือ ผู้ประกอบการขาดความเข้าใจในการบริหารจัดการ รวมถึงการวางแผนด้านการเงิน ดังนั้น โครงการสำคัญที่ควรต้องส่งเสริมให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็กในภาพรวมคือ

- การอบรมด้านการวางแผนทางการเงินจากสถาบันการเงิน โดยสร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงินในพื้นที่ ในการร่วมจัดอบรม ให้ความรู้ในการวางแผนทางการเงิน สร้างความเข้าใจในด้านการกู้ยืมเงิน รูปแบบของสินเชื่อ เงินกู้ต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการในการบริหารจัดการด้านการเงิน
- จัดการประเมินศักยภาพทางการเงินของผู้ประกอบการ และบริการพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ สำหรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพแต่ยังประสบปัญหาทางการเงิน ควรต้องมีการให้บริการพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาทางการเงินให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อช่วยวางแผนและบริหารจัดการธุรกิจและการเงินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี แนวทางการดำเนินงานตามโครงการสำคัญในการส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็กดังกล่าวข้างต้น เป็นเพียงกรอบแนวทางหลักเท่านั้น หากแต่การนำโครงการสำคัญดังกล่าวไปปฏิบัติในแต่ละพื้นที่ จำเป็นต้องพิจารณาถึงบริบทแวดล้อม และปรับใช้ให้มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบการในพื้นที่มากยิ่งขึ้น

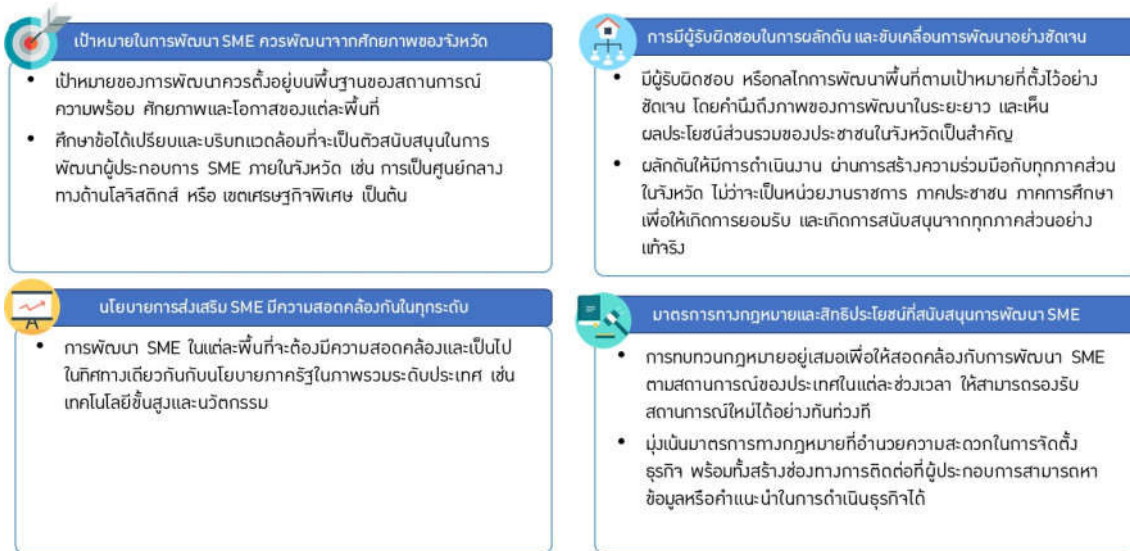
#### 4.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการส่งเสริม SME ในพื้นที่เมืองเล็ก

จากการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็กดังรายละเอียดข้างต้นนั้น เป็นเพียงแนวคิด วิธีการ และแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในภาพรวมเท่านั้น หากแต่ในการขับเคลื่อนแผนดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติให้เห็นผลนั้น สามารถสรุปสาระสำคัญในการดำเนินการ 2 ส่วนหลักคือ 1) ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย และ 2) แนวคิดการวางผังเมืองและผังภาค โดยมีรายละเอียดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้นำไปดำเนินการ ดังนี้

##### 4.2.1 ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

จากภาพรวมยุทธศาสตร์การส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เมืองเล็ก เป็นการสรุปแนวทางในการพัฒนาจากการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเป้าหมายทั้ง 4 จังหวัด โดยเน้นเฉพาะองค์ประกอบหลักที่ทุกจังหวัดต้องการได้รับการพัฒนาร่วมกัน ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน SME ในพื้นที่เมืองเล็กให้เป็นผลสำเร็จได้ โดยประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ

## แผนภาพที่ 46 ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย



ที่มา: จากการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

### 1. การกำหนดเป้าหมายการพัฒนา SME ควรพัฒนาจากศักยภาพของจังหวัด

ลักษณะพื้นฐาน จุดเด่น หรืออัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน เช่น สินค้าหลักของจังหวัดราชบุรี คือ โอ่งมังกร ไข่โป๊ สินค้าหลักของสุราษฎร์ธานี คืออาหารทะเล ส่วนเชียงรายและพิษณุโลกเน้นสินค้าเกษตร คือ ชา กาแฟ และมะม่วงน้ำดอกไม้ ตามลำดับ อีกทั้งการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในจังหวัดมีลักษณะการดำเนินธุรกิจ และบริบทแวดล้อมที่แตกต่างกันไป เช่น เขตเศรษฐกิจพิเศษที่เป็นนโยบายส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่จังหวัดเชียงราย หรือ นโยบายการสนับสนุนให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ จะเป็นการสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ทั้งจังหวัดเชียงราย และพิษณุโลกได้เป็นอย่างมาก ขณะที่จังหวัดราชบุรีมีข้อได้เปรียบในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งมีจุดแข็งด้านศิลปวัฒนธรรมที่เด่นชัด ส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านการบริการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมในราชบุรีเป็นกลุ่มผู้ประกอบการหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดังนั้น ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสนับสนุนผู้ประกอบการแต่ละจังหวัดนั้น จะต้องมีการนำกรอบแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในภาพรวมมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับบริบทหลักของแต่ละจังหวัด อาทิ ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งมียุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุนผู้ประกอบการด้านการค้าเพิ่มขึ้นมาจากกรอบยุทธศาสตร์ในภาพรวม รวมไปถึง แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดที่จังหวัดเชียงรายได้มีการพัฒนาตราสินค้าของจังหวัดขึ้น ซึ่งเป็นสถานะการพัฒนาที่มีความโดดเด่นกว่าจังหวัดอื่น จึงต้องมีการปรับแนวทางการพัฒนาให้มีการต่อยอดจากสถานะการพัฒนาที่เชียงรายมีอยู่แล้ว เช่น การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนามาตรฐานการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามเกณฑ์การพิจารณาตราสินค้า เชียงรายแบรนด์ เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการขยายจำนวนผู้ประกอบการที่มีคุณภาพมาตรฐาน ซึ่งเป็นการสร้างการจดจำ และความเชื่อมั่นให้กลุ่มลูกค้าได้อีกด้วย

กล่าวโดยสรุป คือ การนำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในภาพรวมไปใช้ต่อยอดการดำเนินงานในพื้นที่อื่นเพิ่มเติม จำเป็นต้องกำหนดอัตลักษณ์ หรือจุดเด่นของจังหวัดนั้นๆ ให้มีความชัดเจนก่อน พร้อมทั้งพิจารณาบริบทแวดล้อมในจังหวัดเป็นปัจจัยสนับสนุน แล้วจึงนำกรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME มาปรับให้มีความเหมาะสมกับอัตลักษณ์และบริบทต่างๆ ต่อไป

## **2. การมีผู้รับผิดชอบในการผลักดัน และขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างชัดเจน**

เจ้าภาพที่รับผิดชอบและผลักดันการดำเนินงานในแต่ละด้านอย่างจริงจัง สามารถดำเนินงานได้จริง โดยหน่วยงาน/บุคคลที่จะเข้ามารับผิดชอบในบทบาทดังกล่าวนี้ จะต้องสามารถมองภาพการพัฒนาได้ในระยะยาว มองเห็นผลประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนในจังหวัดเป็นสำคัญ แล้วจึงผลักดันให้มีการดำเนินงาน ผ่านการสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ ภาคประชาชน ภาคการศึกษา เพื่อให้เกิดการยอมรับ และเกิดการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ ผู้รับผิดชอบการขับเคลื่อนการพัฒนา ยังจะต้องพัฒนาความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานอย่างแท้จริง ในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ การดำเนินงานร่วมกันระหว่างกระทรวง ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค รวมถึงการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น การดำเนินงานร่วมกันระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงพาณิชย์ โดยกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่ศึกษาตลาดในภาพรวม ทั้งในด้านปริมาณ และลักษณะความต้องการของกลุ่มลูกค้า แล้วจึงเชื่อมโยง ประสานข้อมูลไปยังกรมการพัฒนาชุมชน และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อให้มีการวางแผนการพัฒนาสินค้าในแต่ละพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่อไป ซึ่งหากหน่วยงานทุกภาคส่วนในพื้นที่มีความร่วมมือกันในการผลักดันนโยบายต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม ลดความซ้ำซ้อนของโครงการ กิจกรรมในพื้นที่ พัฒนากิจกรรมใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ พร้อมทั้งกระจายโอกาสให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ต่างๆ อย่างทั่วถึง จะเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการในพื้นที่เมืองเล็กให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งต่อไป

## **3. นโยบายการส่งเสริม SME มีความสอดคล้องกันในทุกระดับ**

การพัฒนา SME ในแต่ละพื้นที่อาศัยนโยบายภาครัฐเป็นปัจจัยหนึ่งในการสนับสนุนและขับเคลื่อนการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นแผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนารายอุตสาหกรรม หรือนโยบายการพัฒนาในระดับประเทศ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกระดับได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาในทิศทางเดียวกัน

นอกจากนี้ ทั้งยังสามารถช่วยพื้นที่ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาในเรื่องเดียวกัน สามารถแลกเปลี่ยนแนวคิด และสร้างความร่วมมือกันในการพัฒนา ขับเคลื่อนแผนการดำเนินงานในแต่ละพื้นที่ได้ต่อไป อันจะนำมาซึ่งประโยชน์ของการพัฒนาในภาพรวม โดยการลดความซ้ำซ้อน และสร้างความต่อเนื่องของการดำเนินงาน ได้อีกด้วย

#### 4. มาตรการทางกฎหมายและสิทธิประโยชน์ที่สนับสนุนการพัฒนา SME

มาตรการทางกฎหมายและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่สนับสนุนการพัฒนา SME เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถส่งเสริมการเติบโตทางธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ได้เช่นกัน หากแต่มาตรการทางกฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับต่างๆ อาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนของสถานการณ์และสภาพเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน จนกลายเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานของ SME

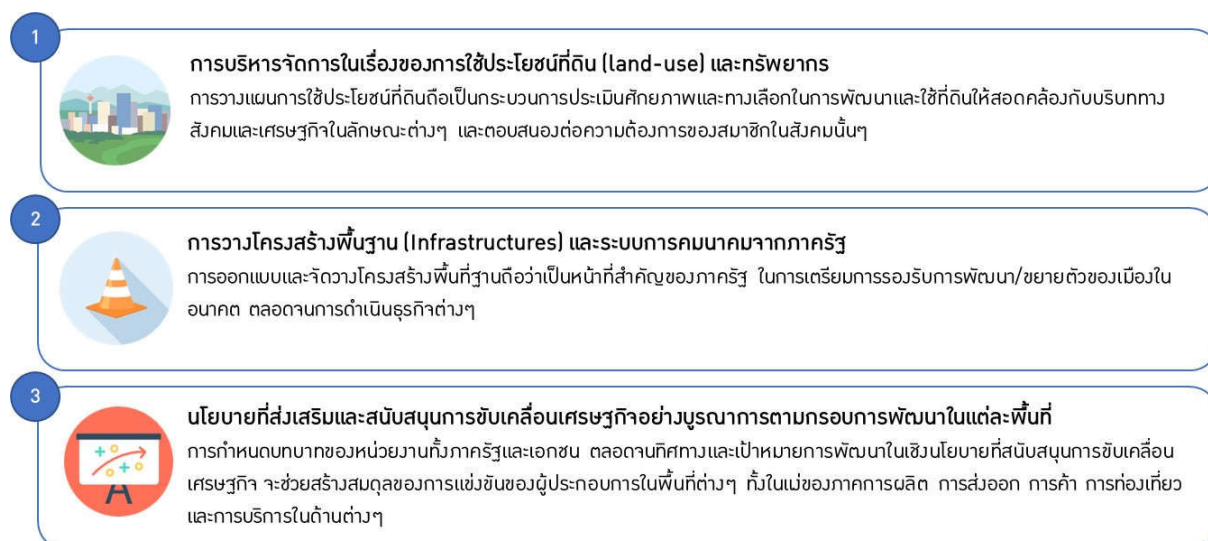
ดังนั้น การทบทวนกฎหมายอยู่เสมอเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนา SME ตามสถานการณ์ของประเทศในแต่ละช่วงเวลา ให้สามารถรองรับสถานการณ์ใหม่ได้อย่างทันทั่วถึงที่จะสามารถช่วยสนับสนุนการประกอบกิจการของ SME ได้ต่อไปในระยะยาว

##### 4.2.2 แนวคิดการวางผังเมืองและผังภาค

นอกจากปัจจัยสำคัญในการผลักดันการพัฒนา SME ในจังหวัดเมืองเล็กดังกล่าวข้างต้นแล้ว การวางแผนในระดับภูมิภาคนั้น ยังเป็นอีกปัจจัยสำคัญเช่นกัน เนื่องจากการวางผังเมืองและผังภาคนั้น เป็นการพิจารณาการพัฒนาในเชิงพื้นที่ในภาพรวม บริหารจัดการทรัพยากรในแต่ละพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายการพัฒนาได้อย่างชัดเจน โดยอาศัยการสอดคล้องประสานความร่วมมือของแต่ละพื้นที่ให้เกิดเพื่อให้เกิดผลในองค์รวม อีกทั้งยังสามารถลดความซ้ำซ้อนของการพัฒนาได้ด้วยเช่นกัน

สำหรับแนวคิดการพัฒนาพื้นที่ผ่านการวางผังเมืองและผังภาคนั้น ประกอบไปด้วยแนวทางการพัฒนาใน 3 ส่วน คือ

##### แผนภาพที่ 47 แนวคิดการวางผังเมืองและผังภาค



ที่มา: จากการวิเคราะห์ของทีปปรึกษา

### **1. การบริหารจัดการในเรื่องของการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land-Use) และทรัพยากร**

การพิจารณาในด้านการบริหารจัดการประโยชน์การใช้ที่ดินและทรัพยากรในแต่ละพื้นที่ในองค์รวม เป็นการประเมินศักยภาพของพื้นที่ ร่วมกับเอกลักษณ์ บริบททางสังคม และเศรษฐกิจของพื้นที่ในระดับภูมิภาค แล้วจึงพิจารณาถึงทางเลือกในการพัฒนาพื้นที่ ผ่านการกำหนดผังในการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ให้มีความชัดเจนมากขึ้น

### **2. การวางโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) และระบบการคมนาคมจากภาครัฐ**

การวางโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค รวมไปถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เพื่อสนับสนุนการขนส่งและการเดินทางในพื้นที่ต่างๆ ที่ได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนานั้น เป็นส่วนหนึ่งในการรองรับการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจพื้นที่ อีกทั้ง เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในพื้นที่ได้อีกด้วย

### **3. นโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างบูรณาการตามกรอบการพัฒนาในแต่ละพื้นที่**

จากการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาของพื้นที่ และพัฒนาเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละพื้นที่แล้ว การกำหนดบทบาทของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาในเชิงนโยบายที่สนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เป็นองค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่สามารถเป็นกลไกการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่ได้ ดังนั้น การประสานความร่วมมือ กำหนดเป้าหมายการพัฒนาร่วมกันอย่างบูรณาการ พร้อมทั้งร่วมกำหนดนโยบายในการสนับสนุนที่สอดคล้องกันในทุกภาคส่วน จะส่งผลให้การส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่ มีความเติบโตได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

## ภาคผนวก การจัดลำดับของเมืองในรายภาค ปี พ.ศ. 2600

จากการศึกษาข้อมูลการจัดลำดับของเมืองในรายภาค ปี พ.ศ. 2600 ของกรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ซึ่งได้มีการจัดลำดับเมืองสำคัญของประเทศไทยไว้ 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดดังตาราง

ตารางภาคผนวก 1 การจัดลำดับเมืองจำแนกรายภูมิภาค

ลำดับเมือง	กทม. และ ปริมณฑล	กลาง	ตะวันออก	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
ลำดับเมืองที่ 1 (*หมายเหตุ: เมืองศูนย์กลาง ภูมิภาค)	-นครปฐม	-สระบุรี -หัวหิน -ราชบุรี	-พัทธยา -ชลบุรี -ฉะเชิงเทรา -ระยอง	-เชียงใหม่* -พิษณุโลก -เชียงราย -นครสวรรค์	-นครราชสีมา* -ขอนแก่น* -อุดรธานี -อุบลราชธานี -มุกดาหาร	-หาดใหญ่* -ภูเก็ต* -สุราษฎร์ธานี -นครศรีธรรมราช -สงขลา -ปัตตานี
ลำดับเมืองที่ 2	-นนทบุรี -คลองหลวง -ปากเกร็ด -สมุทรปราการ -สมุทรสาคร -รังสิต -ท่าโขลง -สามพราน -บางปู -ปทุมธานี -บางเสาธง	-นครศรีอยุธยา -ลพบุรี -ชะอำ -สุพรรณบุรี -กาญจนบุรี -เพชรบุรี -สมุทรสงคราม	-แหลมฉบัง -มาบตาพุด -ตราด -นครนายก -ปราจีนบุรี -จันทบุรี -บ้านฉาง -เจ้าพระยาสุร- ศักดิ์ (อ่าวอุดม) -อรัญประเทศ	-ลำปาง -สุโขทัยธานี -อุดรดิตถ์ -แม่ฮ่องสอน -อุทัยธานี -เพชรบูรณ์ -แม่สอด -พะเยา -ตาก -ลำพูน -แม่สาย	-หนองคาย -สกลนคร -มหาสารคาม -นครพนม -บุรีรัมย์ -สุรินทร์ -ร้อยเอ็ด -เลย -ปากช่อง	-เกาะสมุย -ตรัง -ยะลา -นราธิวาส -ระนอง -ป่าตอง -กระบี่ -พังงา -ชุมพร -สุโขทัย -ป่าตอง
ลำดับเมืองที่ 3	-ลำโพงเหนือ -บางพลี -อ้อมน้อย -ธัญบุรี -บางเมือง -ลำโพงใต้ -บางบัวทอง -อ้อมใหญ่ -ลาดหลุม -ด่านสำโรง -พระประแดง -คูคต -ศาลายา -กำแพงแสน	-ประจวบคีรีขันธ์ -อ่างทอง -ชัยนาท -อโยธยา -สิงห์บุรี -พระพุทธบาท -หนองแค -สองพี่น้อง -อินทร์บุรี -แก่งคอย -ม่วงเหล็ก -ลูกแล -ลำน้ำราษี -บ้านหมี่	-แสนสุข -บ้านสวน -บ้านปลวกแดง -บ้านบึง -ศรีราชา -สระแก้ว -ห้วยใหญ่ -บางวัว -องครักษ์ -บ้านแพ -บางพระ -แหลมงอบ -อ่างศิลา -เมืองเก่า	-แพร่ -หล่มสัก -น่าน -กำแพงเพชร -เวียงเชียงของ -เวียงเชียงแสน -เขลางค์นคร (ชมพู) -บ้านกาด -สวรรคโลก -แม่ใจ -ห้างฉัตร -ตะพานหิน -ข้างเฝือก	-กาฬสินธุ์ -หนองบัวลำภู -ยโสธร -ชัยภูมิ -ศรีสะเกษ -ชุมแพ -อุบล -นางรอง -อำนาจเจริญ -วารินชำราบ -เมืองพล -พิบูลมังสาหาร -บ้านไผ่ -หนองบัว	-พัทลุง -สตูล -เบตง -คลองแห -เหนือคลอง -ทุ่งสง -กันตัง -เทพกระษัตรี -คอหงส์ -ควนลัง -ปากพนัง -ตะกั่วป่า -ปากน้ำชุมพร -บ่อทอง



งานจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา/รายพื้นที่/รายประเด็น:  
การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland)

ลำดับเมือง	กทม. และ ปริมณฑล	กลาง	ตะวันออก	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
	-แพรक्षा -นครชัยศรี -ธรรมศาลายา -บางป่อ -สนั่นรักษ์ -บางกรวย -กระทุ่มแบน	-บ้านโป่ง -ท่าผา -ท่ายาง -ปราณบุรี -วิหารแดง -จอมบึง -สามชุก -โคกสำโรง -ปากท่อ -โพธาราม -ท่าเรือพระแท่น -เสนา	-นาจอมเทียน -เมืองแกลง -คลองตำหรุ -วัฒนานคร -พนัสนิคม -สุนทรภู่ -ขลุง	-พิจิตร -สันกำแพง -แม่จัน -ตากลี -เวียงฝาง -ศรีสำโรง -แม่ริม -หนองบัว -ยางน่อง -เมืองพาน -เกาะคา -เด่นชัย -วังทอง -วิเชียรบุรี -ชุมแสง -บางมูลนาก	-บัวใหญ่ -ท่าบ่อ -ธาตุพนม -โชคชัย -กันทรลักษณ์ -สูงเนิน -กลางดง -ประโคนชัย -สีคิ้ว -ลำปลายมาศ -สว่างแดนดิน -น้ำพอง -พังโคน	-ท้ายเหมือง -สะเดา -บ้านพรุ -บ้านส้อง -กำแพง -อ่าวลึกใต้ -หนองจิก -คลองท่อมใต้ -กระบี่ -กะเปอร์ -ปะทิว -แฉ่ง -ปะนาระ -หลังสวน -ท่าข้าม -นาสาร
ลำดับเมืองที่ 4	เมืองที่เหลือทั้งสิ้น 921 แห่ง					

## บรรณานุกรม

- 2014 White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan สามารถเข้าถึงได้จาก  
[http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/download/2014hakusho\\_eng.pdf](http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/download/2014hakusho_eng.pdf)
- 2015 White Paper on Small and Medium Enterprises in Taiwan สามารถเข้าถึงได้จาก  
<http://www.moeasmea.gov.tw/lp.asp?ctNode=307&CtUnit=36&BaseDSD=7&mp=2>
- Africa Economic Analysis. Entrepreneurship as an economic force in rural development สามารถ  
เข้าถึงได้จาก [http://www.africaeconomicanalysis.org/articles/gen/rural\\_entrepreneurship](http://www.africaeconomicanalysis.org/articles/gen/rural_entrepreneurship)
- Area Development and Policy. Urban-rural integration drives regional economic growth in  
Chongqing, Western China สามารถเข้าถึงได้จาก  
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23792949.2016.1151758>
- Chapter 5: SME Development in Taiwan สามารถเข้าถึงได้จาก  
<https://nccur.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.119/33937/13/93303913.pdf>
- EU Rural Review. Rural Entrepreneurship สามารถเข้าถึงได้จาก <http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/fms/pdf/ED5808AC-994A-47AD-928F-0D3088716910.pdf>
- Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. Future of the German Mittelstand Action  
Programme สามารถเข้าถึงได้จาก  
<http://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/aktionsprogramm-zukunft-mittelstand.html>
- Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. The German Mittelstand as a model for success  
สามารถเข้าถึงได้จาก <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Dossier/sme-policy.html>
- Florian Langenscheidt and Bernd Venohr. Best of German Mittelstand – The world market leaders  
สามารถเข้าถึงได้จาก  
[https://www.researchgate.net/publication/283086094\\_Best\\_of\\_German\\_Mittelstand\\_-\\_The\\_world\\_market\\_leaders](https://www.researchgate.net/publication/283086094_Best_of_German_Mittelstand_-_The_world_market_leaders)

Hae-Joon Jung and Je-Hun Ryu. Sustaining a Korean Traditional Rural Landscape in the Context of Cultural Landscape สามารถเข้าถึงได้จาก [www.mdpi.com/2071-1050/7/8/11213/pdf](http://www.mdpi.com/2071-1050/7/8/11213/pdf)

Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn. Overview – SMEs in Germany สามารถเข้าถึงได้จาก <http://en.ifm-bonn.org/>

Japan Finance Corporation Annual Report 2016 สามารถเข้าถึงได้จาก <https://www.jfc.go.jp/n/english/annualreport.html>

Japan's Policy on Small and Medium Enterprises (SMEs) and Micro Enterprises 2013 [http://www.chusho.meti.go.jp/sme\\_english/outline/04/20131007.pdf](http://www.chusho.meti.go.jp/sme_english/outline/04/20131007.pdf)

Malaysia, SME MASTERPLAN 2012-2020 สามารถเข้าถึงได้จาก <http://smeam.org/en/smemasterplan2012-2020>

Ministry of Economy, Transport and Innovation Free and Hanseatic City of Hamburg. Urban-rural relationships in metropolitan areas of influence สามารถเข้าถึงได้จาก [http://www.metropolregionnuernberg.de/fileadmin/metropolregion\\_nuernberg\\_2011/07\\_service/03\\_publicationen\\_und\\_berichte/03\\_publication\\_themen/METREX\\_Broschuere\\_URMA\\_FINAL.pdf](http://www.metropolregionnuernberg.de/fileadmin/metropolregion_nuernberg_2011/07_service/03_publicationen_und_berichte/03_publication_themen/METREX_Broschuere_URMA_FINAL.pdf)

OECD Economic Surveys KOREA, JUNE 2014 สามารถเข้าถึงได้จาก [https://www.oecd.org/eco/surveys/Overview\\_Korea\\_2014.pdf](https://www.oecd.org/eco/surveys/Overview_Korea_2014.pdf)

OECD. Fostering entrepreneurship in rural areas สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.oecd.org/site/cfecpr/42203059.pdf>

PEST Analysis เครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในภาคธุรกิจ สามารถเข้าถึงได้จาก <http://incquity.com/articles/pest-analysis>

Small and Medium Business Administration: Korean SMEs สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.smba.go.kr/site/eng/main.do>

SME Annual report, SME corp. Malaysia สามารถเข้าถึงได้จาก <https://www.smeCorp.gov.my/index.php/en/resources/2015-12-21-11-07-06/sme-annual-report>

SME Corporation Malaysia สามารถเข้าถึงได้จาก <https://www.smeCorp.gov.my/index.php/en/>

SME Policies of Korea, Small and Medium Business Administration (SMBA), 2010 สามารถเข้าถึงได้จาก  
<http://www.oecdKorea.org/Download/Governance/Manager/General/File/201007/Dr.Jae%20Hoon%20Lee.ppt.pdf>

SME Support, Japan สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.smrj.go.jp/english/index.html>

Taiwan: Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs สามารถเข้าถึงได้จาก  
<http://www.moeasmea.gov.tw/mp.asp?mp=2>

University of Maryland Extension. Maryland Rural Enterprise Development Center สามารถเข้าถึงได้จาก  
<http://aese.psu.edu/nercd/economic-development/presentations-and-conference-proceedings/webinar-series2010-11/powerpoint-maryland-rural-enterprise-development-center>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรมการท่องเที่ยว. สถิตินักท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงได้จาก  
<http://tourism2.tourism.go.th/home/listcontent/11/221/276>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560 สามารถเข้าถึงได้จาก  
[http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12  
(พ.ศ. 2560 - 2564) สามารถเข้าถึงได้จาก <http://planning.dld.go.th/th/index.php/th/plan-menu/337-12-2560-2564>

กระทรวงคมนาคม. นโยบาย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านคมนาคมขนส่งของประเทศไทย สามารถเข้าถึงได้จาก  
[https://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user\\_upload/pdf/Dinner\\_Talk\\_TCEB.pdf](https://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user_upload/pdf/Dinner_Talk_TCEB.pdf)

กระทรวงพาณิชย์. ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ.2559-2564 สามารถเข้าถึงได้จาก  
[http://www.moc.go.th/images/981/MOC\\_Stg.2559-2564.pdf](http://www.moc.go.th/images/981/MOC_Stg.2559-2564.pdf)

กระทรวงมหาดไทย. กรมการปกครอง. ศูนย์ข้อมูลอำเภอ สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.amphoe.com>

กระทรวงมหาดไทย. กรมโยธาธิการและผังเมือง. โครงการจัดทำผังเมืองรวมจังหวัดพิษณุโลก สามารถเข้าถึงได้จาก  
<http://www.phitsanulokcharter.com/>

กระทรวงมหาดไทย. กรมโยธาธิการและผังเมือง. ผังประเทศไทย พ.ศ. 2600 สามารถเข้าถึงได้จาก

<https://goo.gl/igmg3>

กระทรวงอุตสาหกรรม. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2559 – 2564 สามารถเข้าถึงได้จาก

<https://goo.gl/2mzxpt>

การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro Yamane สามารถเข้าถึงได้จาก

<http://hpe4.anamai.moph.go.th/Surveillance/data/yamane.pdf>

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) สามารถเข้าถึงได้จาก

<http://www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquater/upload/การวิเคราะห์%20SWOT.pdf>

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) รายสาขาอุตสาหกรรม สามารถเข้าถึงได้จาก

[http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT\\_Analysisของอุตสาหกรรมรายสาขา.pdf](http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT_Analysisของอุตสาหกรรมรายสาขา.pdf)

การวิเคราะห์แผนงานองค์กรด้วย PEST สามารถเข้าถึงได้จาก

<http://www.nstda.or.th/blog/index.php/archives/2269>

เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.crsez.com/th/home>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ สามารถเข้าถึงได้จาก

[http://www.boi.go.th/upload/content/BOI-book\\_2015-special\\_economic\\_zone\\_42195.pdf](http://www.boi.go.th/upload/content/BOI-book_2015-special_economic_zone_42195.pdf)

สำนักงานจังหวัดเชียงราย. ข้อมูลแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย (พ.ศ.2561-2564) สามารถเข้าถึงได้จาก

[http://www.chiangrai.net/cpwp/?wpfb\\_dl=318](http://www.chiangrai.net/cpwp/?wpfb_dl=318)

สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก. แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2558-2561) สามารถเข้าถึงได้จาก

[http://www.phitsanulok.go.th/gphitsanulok/index.php?option=com\\_mamboboard&Itemid=75&func=showcat&catid=159](http://www.phitsanulok.go.th/gphitsanulok/index.php?option=com_mamboboard&Itemid=75&func=showcat&catid=159)

สำนักงานจังหวัดราชบุรี. ข้อมูลทั่วไปจังหวัดราชบุรี สามารถเข้าถึงได้จาก

<http://123.242.157.9/hdetail.php?QNo=3&QSt=A&QGroup=0>

สำนักงานจังหวัดราชบุรี. ยุทธศาสตร์จังหวัดราชบุรี สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.ratchaburi.go.th/plan-2551/index.html>

สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. แผนพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี (พ.ศ. 2557 – 2560) สามารถเข้าถึงได้จาก

<https://goo.gl/k2f2H9>

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย. เชียงรายแบรนด์ สามารถเข้าถึงได้จาก <http://chiangraibrand.com/>

สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 สามารถเข้าถึงได้จาก <https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjDoaXAKePSAhUSSi8KHbQ7D1QQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ratchakitcha.soc.go.th%2FDATA%2FPDF%2F2559%2FA%2F115%2F1.PDF&usq=AFQjCNHlrdF9tn6-wN5iWSmQDq9csZYkbw&sig2=7siX3kOEBAfUAODO1wpXSA>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). รายงานสถานการณ์ SMEs ปี 2559 สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2559>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564) สามารถเข้าถึงได้จาก <http://sme.go.th/th/images/data/it/download/2016/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%8F%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%AA%E0%B8%A7/SME%204.0%20Final.pdf>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. ประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามเพศ ภาค และจังหวัด พ.ศ. 2549 – 2558 สามารถเข้าถึงได้จาก [http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/00000\\_Whole\\_Kingdom/1.1.1.xls](http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/00000_Whole_Kingdom/1.1.1.xls)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร จำแนกตามภาคและจังหวัด พ.ศ. 2548 - 2557 สามารถเข้าถึงได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries15.html>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. รายได้ต่อหัวของประชากร จำแนกตามภาคและจังหวัด พ.ศ. 2548 - 2557 สามารถเข้าถึงได้จาก [http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/00000\\_Whole\\_Kingdom/E111114-48-57.xls](http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/00000_Whole_Kingdom/E111114-48-57.xls)

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย. รายงานความเคลื่อนไหวการลงทุนอุตสาหกรรม เดือนธันวาคม 2559 สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.industry.go.th/chiangrai/index.php/activityreport/2560/22502-2559-11/file>

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก. รายงานความเคลื่อนไหวการลงทุนอุตสาหกรรม เดือนธันวาคม 2559  
สามารถเข้าถึงได้จาก

<http://www.industry.go.th/phitsanulok/index.php/activityreport/092915112559>

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดราชบุรี. รายงานความเคลื่อนไหวการลงทุนอุตสาหกรรม เดือนธันวาคม 2559 สามารถ  
เข้าถึงได้จาก <http://www.industry.go.th/ratchaburi/index.php/activityreport/2559/2559-12>

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี. รายงานวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี  
กรกฎาคม – ธันวาคม 2559 สามารถเข้าถึงได้จาก

<http://www.industry.go.th/suratthani/index.php/activityreport/6>

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย. แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (พ.ศ.2561-2564)  
สามารถเข้าถึงได้จาก <https://drive.google.com/file/d/0Bw0uKlAnXKKnSXZ4UUlsZmhsR0E/view>

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2. แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (พ.ศ.2558-  
2561) สามารถเข้าถึงได้จาก <http://osm-northern2.go.th/wp-content/uploads/2016/06/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%9958%E0%B8%96%E0%B8%B6%E0%B8%8761.pdf>

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1. แผนพัฒนาจังหวัดกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1  
สามารถเข้าถึงได้จาก <http://www.osmnorth-s1.moi.go.th>

สุวิทย์ เมษินทรีย์. แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 สามารถเข้าถึงได้จาก

[http://planning2.mju.ac.th/goverment/20111119104835\\_planning/Doc\\_25590823143652\\_358135.pdf](http://planning2.mju.ac.th/goverment/20111119104835_planning/Doc_25590823143652_358135.pdf)



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม

