

คำนำ

แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง ปี 2550 – 2554 ฉบับนี้ เป็นความร่วมมือระหว่างสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จุดเด่นของโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ นี้คือ การมีกระบวนการในการดำเนินงานที่เกิดจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแท้จริง โดยขั้นตอนในการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ครั้งนี้ให้ความสำคัญกับการเข้ามามีส่วนร่วมทั้งผู้ดูแลรับผิดชอบในระดับนโยบาย ผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติ ตลอดจนผู้ประกอบการที่แท้จริง โดยมีกลุ่มนักวิชาการรับหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน และเป็นกลไกที่ช่วยในการขับเคลื่อนกระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด กล่าวได้ว่า การจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ครั้งนี้ ได้ผ่านการระดมความคิดจากผู้เกี่ยวข้องจำนวนมากทั้งในหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชน แม้จะมีการดำเนินงานภายใต้ข้อจำกัดในเรื่องของเวลา แต่ทางคณะผู้จัดทำก็มีความตั้งใจที่จะสังเคราะห์ความคิด สรุป และนำเสนอแผนปฏิบัติการฯ เพื่อให้ได้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุงที่สมบูรณ์และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมสูงสุด

คณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผู้อำนวยการจิตรารภรณ์ เตชะชาญ ที่ให้การสนับสนุนในการดำเนินงานครั้งนี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดในการจัดทำรายงานครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการภาคเอกชน หอการค้าจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด สมาคมธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้อง และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐทุกท่าน ที่สละเวลามานำข้อมูลอันมีค่าและร่วมจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ตลอดจนขอขอบพระคุณที่ปรึกษาโครงการ คุณชัชยพร วิเศษมงคล และคุณสมศักดิ์ บำเพ็ญกิจ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินงาน คุณปพน ต้นทเสณีย์ ผู้ประสานงานงานโครงการ และทุกท่านที่มีส่วนร่วมทำให้งานครั้งนี้สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	1
แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง ปี 2550-2554	6
การวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัด	12
แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง ปี 2550-2554	26
- วิสัยทัศน์	26
- พันธกิจ	26
- วัตถุประสงค์	27
- ทิศทาง	27
- ยุทธศาสตร์	27
- กลไกการผลักดันแผนฯ	29
- กลไกการติดตามและประเมินผล	29
- สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง	30
รายละเอียดโครงการย่อยภายใต้แผนฯ	31
ภาคผนวกโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554	43

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการบริหารจัดการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง ปี 2550 – 2554

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ โดยเน้นการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความสมดุลและยั่งยืนมากขึ้น เป้าหมายที่สำคัญประเด็นหนึ่ง คือการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สนับสนุนให้มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น เพิ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ และ บริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กำหนดนโยบาย โดยจัดทำเป็นโครงการบริหารจัดการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด ปี 2550-2554 เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีกรอบและแนวทางการดำเนินการที่สอดคล้องกันเกิดการทำงานในเชิงบูรณาการร่วมกัน และสอดคล้องกับแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2550-2554) ซึ่งการดำเนินโครงการดังกล่าว มีหลักการทำงานบนพื้นฐานของความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด วิเคราะห์ศักยภาพ SMEs ของจังหวัด และกำหนดทิศทาง และยุทธศาสตร์ รวมทั้งโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ของจังหวัด

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในฐานะของหน่วยงานหนึ่งที่มีหน้าที่ด้านการให้บริการวิชาการแก่ชุมชน มีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านการทำแผนพัฒนาต่างๆ ได้ร่วมมือ กับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง ปี 2550-2554 ในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การดำเนินงาน

1. เพื่อให้หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในจังหวัดพัทลุงมีแนวทางการดำเนินการที่สอดคล้องกัน และสอดคล้องกับแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554)
2. เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในภูมิภาค ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ปี 2550-2554 จังหวัดพัทลุง และ โครงการภายใต้แผนที่เหมาะสม สอดคล้องกับความเป็นจริง และ ความต้องการของผู้ประกอบการในพื้นที่
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม และพัฒนา SMEs ในจังหวัดพัทลุง ได้ร่วมกันทำงานในเชิงบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการดำเนินการ

การดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ปี 2550-2554 ของจังหวัดพัทลุงในครั้งนี้ เป็นแผนที่ดำเนินงานโดยยึดหลักการมีส่วนร่วม โดยผู้เกี่ยวข้องกับ SMEs ในระดับพื้นที่เป็นผู้มีส่วนสำคัญในการให้ข้อมูล และกำหนดทิศทางการพัฒนา SMEs ภายในจังหวัด โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) ซึ่งมีการดำเนินงานแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดกรอบแนวทางการดำเนินงาน โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด ซึ่งได้แก่แผนพัฒนาฯ ในระดับต่างๆ แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs ของ สสว. และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดพัทลุง รวมทั้งสถิติข้อมูลพื้นฐานต่างๆ ของจังหวัด

ระยะที่ 2 การศึกษาข้อมูลภาคสนาม

เป็นการศึกษาความต้องการด้านการส่งเสริม SMEs ของผู้เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม โดยมีแนวทางและเป้าหมายการประชุมในแต่ละครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ 1 จัดขึ้นในวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2550 เวลา 08.00 – 17.00 น. ณ ห้องภูเก็ตบอลรูม 1-2 ชั้น 2 โรงแรมภูเก็ตซิตี จ.ภูเก็ต โดยประเด็นการสนทนาเน้นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด และการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ยุทธศาสตร์จังหวัด รวมทั้งการทำ SWOT Analysis เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการจัดทำ (ร่าง) แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

ขั้นที่ 1 ชี้แจงวัตถุประสงค์ ความสำคัญ และความจำเป็นเร่งด่วนในการจัดทำแผนฯ แก่ผู้ร่วมประชุมกลุ่มย่อย

ขั้นที่ 2 ร่วมกันศึกษายุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และมาตรการส่งเสริม SMEs ปี 2550 – 2554 (สสว.) ซึ่งประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างและพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพและความสามารถทางนวัตกรรมของ SMEs ในภาคการผลิต

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมขีดความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการบริการ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม SMEs ในภูมิภาคและท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ

ขั้นที่ 3 ร่วมกันวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด เพื่อคัดเลือกยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีในจังหวัด พิจารณาความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ดังกล่าว

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ศักยภาพ ปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา แนวทางในการพัฒนาหรือส่งเสริม SMEs และ ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยให้ครอบคลุมวิสาหกิจที่มีศักยภาพและส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจภายในจังหวัด และเครือข่ายกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายระหว่างจังหวัด

ขั้นที่ 5 ร่วมกันจัดทำแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง

ครั้งที่ 2 จัดขึ้นในวันที่ 6 - 7 สิงหาคม 2550 เวลา 09.00 – 16.00 น. ณ โรงแรมบีพี สมิทรา บีช รีสอร์ท จังหวัดสงขลา โดยประเด็นในการสนทนาจะเน้นที่การพิจารณารายละเอียดใน(ร่าง)แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง รวมถึงการพิจารณาโครงการต่าง ๆ ว่ามีความถูกต้อง เหมาะสมและครอบคลุมครบถ้วนตามศักยภาพของจังหวัดหรือไม่ อย่างไร

ระยะที่ 3 การประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างทีมผู้ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดทำแผนปฏิบัติการ ร่วมกันพิจารณาและปรับแก้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด โดยพิจารณาตามเกณฑ์ความสอดคล้องของประเด็นยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs และความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ ของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการฯ จำนวน 2 ครั้งคือ ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 15-18 ธันวาคม 2550 และ ครั้งที่ 2 ระหว่างในวันที่ 24 – 27 มกราคม 2551 เวลา 09.00 – 17.30 น. ณ ห้องไม้ โรงแรม เคปราชา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2550-2554 จังหวัดพัทลุง

ผลจากกระบวนการดำเนินงานดังกล่าว ทำให้ได้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของจังหวัดพัทลุง มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1. วิสัยทัศน์

“SMEsจังหวัดพัทลุงเกิดการรวมตัวเป็นเครือข่ายเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง”

2. พันธกิจ มี 4 ประการ ดังนี้

1. วิจัยและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ SMEs แบบเกาะกลุ่มของพัทลุง (ต้นแบบ)
2. พัฒนาและบ่มเพาะผู้ประกอบการทั้งเก่าและใหม่ทั้งภาคการผลิต การค้าและการบริการ โดยเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจเพื่อเพิ่มอำนาจในการแข่งขันตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด
3. จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ของเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา/การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
4. ประชาสัมพันธ์จังหวัดพัทลุงและส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์พัทลุง

3. ยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการฯ ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนเครือข่ายธุรกิจ SMEs และเชื่อมโยงสู่เครือข่ายธุรกิจ SMEs อื่น มีเป้าหมายเพื่อเกิดเครือข่ายในแต่ละกลุ่มธุรกิจ SMEs และสามารถเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง มีโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการฯ รวม 1 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการพึ่งพาตนเองตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการพึ่งพาตนเองทั้งภาคการผลิต การค้าและการบริการโดยยึดหลักการพัฒนาบนพื้นฐานของความพอเพียง มีโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการฯ รวม 3 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริม/สนับสนุนปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริม/สนับสนุนให้เกิดปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างครบวงจรของผู้ประกอบการเพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ และตรงตามความต้องการของตลาด มีโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการฯ รวม 1 โครงการ

4. กลไกการผลักดันแผนสู่การปฏิบัติ

1. ประกาศใช้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับจังหวัด พ.ศ. 2550 – 2554 สร้างความตระหนักให้เห็นความสำคัญและความจำเป็นที่ต้องพัฒนา SMEs อย่างเป็นระบบภายใต้กรอบการดำเนินงานที่เป็นทิศทางเดียวกัน

2. กำหนดให้มีผู้รับผิดชอบในการบริหารแผนไปสู่การปฏิบัติ
3. ประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในการผลักดันแผนไปสู่การปฏิบัติภายในกรอบวงเงินที่ได้รับการจัดสรรจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ/หรืองบประมาณสนับสนุนในระดับจังหวัดจากภาครัฐและเอกชน
4. จัดทำตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงานโครงการ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับ ติดตาม และประเมินผล

5. กลไกในการติดตามและประเมินผล

1. แต่งตั้งคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานแผนงาน / โครงการตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับจังหวัด พ.ศ. 2550 – 2554
2. ติดตามผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงานโครงการ
3. จัดทำรายงานการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานแผนงาน / โครงการตามแผนปฏิบัติการฯ เพื่อเสนอต่อสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง SMEs ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสาธารณชนได้รับทราบ

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2550-2554
จังหวัดพัทลุง

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2550-2554

จังหวัดพัทลุง

สืบเนื่องจากวิสัยทัศน์ของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ที่มุ่งพัฒนาสู่สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบคลุมรอบอุ้น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี ภายใต้แนวปฏิบัติของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนโดยเฉพาะในส่วนของพันธกิจในด้านเศรษฐกิจที่เน้นการเสริมสร้างเศรษฐกิจให้มีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม โดยมุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ มีภูมิคุ้มกันความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์ บนพื้นฐานการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ มีระดับการออมที่พอเพียง มีการปรับโครงสร้างการผลิตและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม ใช้จุดแข็งของความหลากหลายทางชีวภาพและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ควบคู่กับการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ และการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และโลจิสติกส์ พลังงาน กฎกติกา และกลไกสนับสนุนการแข่งขัน และกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ทั้งนี้มีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาไว้ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชน เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายเป็นรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจคุณภาพชีวิต และอนุรักษ์ฟื้นฟู ฟื้นฟู ใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นำไปสู่การพึ่งตนเองและลดปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ
2. เพื่อปรับโครงสร้างการผลิตสู่การเพิ่มคุณค่า (Value Creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิตสูงขึ้น
3. เพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน (Safety Net) และระบบบริหารความเสี่ยงให้กับภาคการเงิน การคลัง พลังงาน ตลาดปัจจัยการผลิต ตลาดแรงงาน และการลงทุน
4. เพื่อสร้างระบบการแข่งขันด้านการค้าและการลงทุนให้เป็นธรรม และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศ รวมทั้งสร้างกลไกในการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาสู่ประชาชนในทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม
5. เพื่อเสริมสร้างความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและคุณค่าความหลากหลาย

ทางชีวภาพ ควบคู่กับการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้เป็นฐานที่มั่นคงของการพัฒนาประเทศ และการดำรงชีวิตของคนไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งสร้างกลไกในการรักษาผลประโยชน์ของชาติอย่างเป็นธรรมและอย่างยั่งยืน

ซึ่งทั้ง 5 วัตถุประสงค์ดังกล่าวนำไปสู่การตอบเป้าหมายหลักในการพัฒนาประเทศทางด้านเศรษฐกิจ และการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ว่า “ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ ให้มีความสมดุลและยั่งยืนโดยให้สัดส่วนภาคเศรษฐกิจในประเทศต่อภาคการค้าระหว่างประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75 ภายในปี 2554 สัดส่วนภาคการผลิตเกษตรและอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15 ภายในปี 2554 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยร้อยละ 3.0-3.5 ต่อปี สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไม่เกินร้อยละ 50 ความยืดหยุ่นการใช้พลังงานเฉลี่ยไม่เกิน 1 : 1 ในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 8 รวมทั้งลดสัดส่วนการใช้พลังงานต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลดการใช้น้ำมันในภาคการขนส่งให้เหลือร้อยละ 30 ของการใช้พลังงานทั้งหมด รายได้ของกลุ่มที่มีรายได้สูงสุดร้อยละ 20 แรกมีสัดส่วนไม่เกิน 10 เท่าของรายได้ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดร้อยละ 20 ภายในปี 2554 และสัดส่วนผลผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 และรักษาความอุดมสมบูรณ์ของฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพโดยให้มีพื้นที่ป่าไม้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 33 และต้องเป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 18 ของพื้นที่ประเทศ รักษาพื้นที่ทำการเกษตรในเขตชลประทานไว้ไม่น้อยกว่า 31,000,000 ไร่ และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการดำรงคุณภาพชีวิตที่ดีและไม่เป็นภัยคุกคามต่อระบบนิเวศ โดยรักษาคุณภาพน้ำในลุ่มน้ำต่างๆ และแหล่งน้ำธรรมชาติให้อยู่ในเกณฑ์พอใช้และดี รวมกันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85 คุณภาพอากาศอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน โดยเฉพาะฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM₁₀) ต้องมีค่าเฉลี่ย 24 ชั่วโมงไม่เกิน 120 มก./ลบ.ม. อัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ต่อประชากรลดลงร้อยละ 5 จากปี 2546 คือไม่เกิน 3.5 ตัน/คนปี ควบคุมอัตราการผลิตขยะในเขตเมืองไม่ให้เป็น 1 กก./คน/วัน และของเสียอันตรายจากชุมชนและอุตสาหกรรมได้รับการจัดการอย่างถูกต้องร้อยละ 80 ของปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมด รวมทั้งให้มีระบบฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพที่สมบูรณ์ระดับประเทศ 1 ระบบ”

จากแนวทางของการพัฒนาประเทศในช่วงของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ดังกล่าวข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศไทยโดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับเรื่องของการพัฒนาเศรษฐกิจนั้นที่เกี่ยวข้องมีอยู่ 3 ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ

1. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ – ยุทธศาสตร์นี้จะให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน เน้นกระบวนการในการพัฒนาชุมชนโดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้การพัฒนาจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูลเป็นสำคัญ
2. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน - ยุทธศาสตร์นี้จะให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการที่ใช้กระบวนการพัฒนาคัลสเตอร์และห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งเครือข่ายชุมชนบนรากฐานของความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย และความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งนี้เน้นการให้การสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิตโดยการระดมทุนไปสู่ภาคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ พัฒนารัฐวิสาหกิจให้มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้การใช้ทรัพยากรเกิดประสิทธิภาพและสวัสดิการสูงสุดแก่ประเทศ และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการพัฒนาแหล่งพลังงานทางเลือกเพื่อลดการพึ่งพิงการนำเข้าพลังงานและประหยัดเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม โดยส่งเสริมการแข่งขันการประกอบธุรกิจในระบบอย่างเสรี เป็นธรรม และป้องกันการผูกขาด กระจายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไปสู่ภูมิภาคอย่างสมดุลและเป็นธรรม ให้ประชาชนเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง และสอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่ เพิ่มประสิทธิภาพและความครอบคลุมของการให้บริการของระบบการเงินฐานรากให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนามาตรฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม – ยุทธศาสตร์นี้จะให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ โดยการปรับแบบแผนการผลิตและพฤติกรรมกรบิโภาคไปสู่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ทั้ง 3 ยุทธศาสตร์จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศในส่วนของพัฒนาชุมชนซึ่งเปรียบเสมือนเป็นรากฐานที่สำคัญของประเทศเป็นหลัก รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจบนฐานของศักยภาพชุมชนตนเองเป็นหลัก ทั้งนี้พิจารณาครอบคลุมในเรื่องของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ด้วย โดยเน้นแนวปฏิบัติของเศรษฐกิจพอเพียง

จากการกำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในเบื้องต้น ทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงได้มีการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) ขึ้น โดยทั้งนี้พิจารณาข้อมูลจากการศึกษาสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการธุรกิจ SMEs ในปัจจุบันเพิ่มเติมด้วย ส่งผลให้ หน่วยงาน สสว. ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมธุรกิจ SMEs ในช่วงพ.ศ. 2550 – 2554 ไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมและสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่เชิงคุณภาพ ที่ใช้ฐานความรู้ คุณธรรม ทักษะฝีมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน ซึ่งหมายถึง การอยู่รอดและเติบโตได้ของธุรกิจ และการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการเดิมในการผลิตสินค้าที่แข่งขันได้ (ด้านการใช้ฐานความรู้ ทักษะฝีมือ และนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจ) ให้เหมาะสมตามระยะการเติบโตของธุรกิจ โดยสร้างคุณค่าและเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดระดับกลาง (Medium-end Market) ขึ้นไป และตลาดเฉพาะ (Niche Market) มากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าเพิ่ม ความแตกต่าง และความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอุตสาหกรรม รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างการผลิตจากผู้รับจ้างผลิต (OEM) ไปเป็นผู้สามารถออกแบบ (ODM) เองได้ และเป็นผู้สร้างตราชื่อ (OBM) ของตัวเองได้ในที่สุด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ และลดผลกระทบที่เกิดจากการแข่งขันกับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ขนาดใหญ่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมภาคบริการในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการสนับสนุนการใช้องค์ความรู้ (Knowledge Intensive) วัฒนธรรมไทย ภูมิปัญญาไทย และเทคโนโลยี โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) ในการสร้างคุณค่าและมูลค่า รวมทั้งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการกับธุรกิจขนาดใหญ่

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายและความเชื่อมโยงธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาค และพัฒนาศักยภาพการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับคุณภาพสินค้าและ

บริการของวิสาหกิจในภูมิภาคและท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และมีบทบาทในการสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจฐานราก

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม เพื่อมุ่งยกระดับผลิตภาพของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้สูงขึ้น และเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น รวมทั้งสนับสนุนการปรับตัวไปสู่กิจการที่ใช้ฐานความรู้ ใช้ทักษะฝีมือ และมีความสามารถในการปรับตัวหรือมีพลวัตสูง

สืบเนื่องจากแผนยุทธศาสตร์ซึ่งเป็นแผนใหญ่ที่แสดงให้เห็นภาพรวมของเป้าหมายในการส่งเสริม SMEs ของประเทศไทย เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด และครอบคลุมทั่วประเทศทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทางหน่วยงาน สสว. จึงได้มีการดำเนินการโครงการบริหารจัดการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด พ.ศ. 2550-2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในจังหวัด เพื่อให้มีกรอบและแนวทางการดำเนินการที่สอดคล้องกัน และสอดคล้องกับแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2550-2554) ตลอดจนเพื่อให้เกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในภูมิภาค ทั้งนี้ในการดำเนินโครงการดังกล่าว ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเข้าร่วมพิจารณากรอบแผนปฏิบัติการและร่วมจัดทำโครงการสำหรับการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นกำหนดยุทธศาสตร์ แนวทาง มาตรการ และโครงการส่งเสริม SMEs ของแต่ละจังหวัด เป็นสำคัญ

การวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดพัทลุง

1. ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดและจังหวัด และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของจังหวัดพัทลุง ดังนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดพัทลุง

พัทลุงเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานครตามเส้นทางสายเอเชีย (ทางหลวงหมายเลข 41) เป็นระยะทางประมาณ 858 กิโลเมตร และ ตามเส้นทางรถไฟระยะทาง ประมาณ 846 กิโลเมตร ความยาวของจังหวัดจากทิศเหนือไปทิศใต้ประมาณ 78 กิโลเมตร และ ความกว้างจากทิศตะวันออกไปทิศตะวันตก ระยะทางประมาณ 53 กิโลเมตร ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช และ อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอควนเนียง อำเภอรัตภูมิ จังหวัดพัทลุง และ อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล ทิศตะวันออก ติดต่อกับทะเลสาบสงขลา ซึ่งเป็นน่านน้ำติดต่อกับอำเภอระโนด อำเภอกระแสดินธุ์ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ทิศตะวันตก ติดต่อกับเทือกเขาบรรทัด ซึ่งเป็นแนวติดต่อกับอำเภอห้วยยอด อำเภอเมือง อำเภอนาโยง อำเภอย่านตาขาว และ อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

สภาพพื้นที่มีลักษณะเป็นภูเขาและที่ราบสูง ทางด้านตะวันตกอันประกอบด้วยเทือกเขาบรรทัด มีระดับสูงจากน้ำทะเลปานกลางประมาณ 50-1,000 เมตร ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้ เช่น สวนยางพารา ส่วนไม้ผลและไม้ยืนต้น ถัดลงมาทางด้านตะวันออกเป็นที่ราบลุ่มที่ดอน มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 0-15 เมตร บริเวณนี้ส่วนใหญ่ปลูกข้าว ยางพารา มะพร้าว พืชผัก และ พืชไร่ชนิดต่างๆ โดยมีอัตราความลาดชัน 1:1,000 จากทิศตะวันตกมาสู่ทิศตะวันออกของจังหวัด

ภูมิอากาศโดยทั่วไปของจังหวัดพัทลุงเป็นแบบมรสุมเขตร้อน คือ อากาศร้อนชื้นและมีฝนตกชุก มีสองฤดู คือ ฤดูร้อนและฤดูฝน ทั้งนี้ได้รับอิทธิพลจากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ปริมาณน้ำฝนโดยเฉลี่ย 1,853.5 มิลลิเมตรต่อปี จำนวนวันฝนตกเฉลี่ย 154 วัน อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 29.3 องศาเซลเซียสในเดือนเมษายน และอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 26.7 องศาเซลเซียสในเดือนธันวาคม อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 28.14 องศาเซลเซียส

จากรายงานสถิติจังหวัดปีพ.ศ.2549 พบว่ามีจำนวนประชากรรวม 503,321 คน (ชาย 247,126 คน และ หญิง 256,195 คน) มีความหนาแน่นของจำนวนประชากรต่อพื้นที่ประมาณ 146.98 คนต่อตารางกิโลเมตร ทั้งนี้พบว่า ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองพัทลุง (ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2549)

1.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดพัทลุง

จากการวิเคราะห์สถานการณ์และข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดพัทลุง พบว่า จุดแข็งที่เด่นชัดของจังหวัดจะเน้นไปที่การพัฒนาภาคเกษตรกรรม ส่วนหนึ่งจากสภาพการจัดสรรพื้นที่ทั้งหมดที่พื้นที่ส่วนใหญ่กระจายทั่วจังหวัดนั้นเป็นพื้นที่เพื่อการเกษตรกรรม โดยพืชเศรษฐกิจที่สำคัญคือ ข้าวและยางพารา ยิ่งไปกว่านั้นในส่วนของ การปศุสัตว์ก็ยังเป็นอีกแหล่งรายได้ที่สำคัญของจังหวัดพัทลุง ส่งผลให้รายได้ส่วนใหญ่จะมาจากภาคเกษตรกรรม ซึ่งจากสภาพพื้นที่และข้อมูลพื้นฐานข้างต้นส่งผลให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดพัทลุงได้ถูกเน้นไปที่ภาคการเกษตร ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “เมืองหลักการเกษตร ก้าวหน้าและยั่งยืน” โดยมีเป้าประสงค์สำคัญ และกลยุทธ์ของการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 1 เป้าประสงค์ ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การพัฒนาจังหวัดพัทลุง

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาขีด ความสามารถ ภาคเกษตรและ อุตสาหกรรม ต่อเนื่อง การเกษตร	1.เพิ่มมูลค่า ผลผลิตทาง การเกษตรและ รายได้ เกษตรกร	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตรโดยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เพิ่มมาตรฐานคุณภาพ และถ่ายทอดเทคโนโลยี - ส่งเสริมการผลิต และแปรรูปสินค้าเกษตรตามระบบความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) โดยพัฒนาระบบมาตรฐานการตรวจสอบรับรองคุณภาพและผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยต่อสารพิษรวมทั้งส่งเสริมระบบเกษตรอินทรีย์ - ส่งเสริมและวางระบบชลประทานที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาและฟื้นฟูสภาพดินเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตร - ส่งเสริมและสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีการเกษตรทั้งจากศูนย์ศึกษาตามพระราชดำริและโครงการตามแนวพระราชดำริ - ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อให้เกิดแนวทางในการนำไปสู่ขบวนการวิสาหกิจชุมชน และสนับสนุนสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งแล้วให้พัฒนาเข้าสู่การลงทุนธุรกิจการเกษตร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน - พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตรในด้านการขนส่ง เก็บรักษา และรวบรวมผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว - พัฒนาระบบสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการพัฒนาทักษะและความรู้ของบุคลากรและยกระดับมาตรฐานแรงงานไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมทั้งบุคลากรระดับพื้นฐานวิชาชีพ เฉพาะและบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
		<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มประสิทธิภาพและมูลค่าผลผลิตของ SMEs และวิสาหกิจชุมชน บนฐานความรู้ทั้งด้านการพัฒนาบุคลากร การบริหารจัดการ การพัฒนานวัตกรรมด้านการผลิตและการตลาด รวมทั้งสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจในทุกระดับ - พัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการเดิม เพื่อให้สามารถปรับตัวและใช้ความรู้ใหม่ ๆ สำหรับการประกอบกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนเข้าถึงแหล่งทุนและบริการต่าง ๆ รวมทั้งสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยการพัฒนาทักษะความรู้ในการประกอบการ และการสนับสนุนด้วยมาตรการทางการเงิน และข้อมูลทางธุรกิจ - พัฒนาระบบการตลาดภายในประเทศเพื่อให้สินค้าไทยเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น รวมทั้งสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภคใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศและเลือกซื้อสินค้าที่มีมาตรฐานและมีความปลอดภัย - พัฒนาและบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งของจังหวัดให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย ความมั่นคง และการใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้น - ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานทางเลือก
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์และ วัฒนธรรมควบคู่ไป กับการจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติ ที่ยั่งยืน</p>	<p>1.ธุรกิจการ ท่องเที่ยวบริการ และการค้าเป็นตัว ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้าง รายได้ และ กระจายรายได้สู่ ชุมชนโดยมีการ แข่งขันอย่างเป็น ธรรมภายใต้การ บริหารจัดการอย่าง ยั่งยืน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนา พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิม และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่การท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยว - พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งในด้านบุคลากร โครงสร้างพื้นฐานและความปลอดภัย

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
	<p>2. ทรัพยากรชายฝั่ง ทรัพยากรประมง ป่าอนุรักษ์ ป่าสงวนแห่งชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ คง ความอุดมสมบูรณ์และมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม โดยการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ท้องถิ่นและเอกชน</p> <p>3. บริหารจัดการน้ำเพื่อป้องกันและแก้ปัญหา น้ำขาดแคลน น้ำท่วม และคุณภาพน้ำ รวมทั้งการแก้ปัญหาคความยากจน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นและเอกชน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน ชุมชน ท้องถิ่น กลุ่มธุรกิจ สถาบันการศึกษาและองค์กร เครือข่ายต่างประเทศ - เพิ่มความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ - การจัดทำผังเมืองระดับจังหวัด - จัดทำฐานข้อมูล และการใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพ - จัดทำระบบการบริหารจัดการลุ่มน้ำแบบบูรณาการ - เพิ่มปริมาณน้ำต้นทุนด้วยการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ แหล่งน้ำ และวางระบบกระจายน้ำให้ทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งการฟื้นฟูประปาผิวดินและบาดาล - จัดให้มีแนวป้องกันตลิ่งในพื้นที่ที่มีปัญหาการกัดเซาะรุนแรง - จัดระบบน้ำเสียในครัวเรือนและชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ - สร้างจิตสำนึกโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาและจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ</p>	<p>1. ให้คนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้เป็นคนที่มีความสามารถในการแข่งขัน และมีคุณธรรม จริยธรรมสูง สังคมฐานความรู้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เร่งรัดปฏิรูปการศึกษา บุคลากรและกระบวนการเรียนการสอนทุกระดับทั้งในและนอกระบบที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และจัดคาราวานเสริมสร้างเด็กเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในแต่ละท้องถิ่น - สร้างภูมิคุ้มกันให้คนในสังคมมีคุณธรรม จริยธรรม เอื้ออาทรมีจิตสำนึก รู้คุณค่าและดำเนินชีวิตตามเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ องค์ความรู้ พื้นที่อนุรักษ์สืบทอดงานศาสนา ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
		<ul style="list-style-type: none"> - สร้างคุณภาพของประชาชนอย่างครบวงจรและคุณภาพโดยพัฒนาหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า คุณภาพบริการ การส่งเสริมสุขภาพ การควบคุมการฟื้นฟูสุขภาพ เสริมสร้างคนไทยแข็งแรงพัฒนาภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย และส่งเสริมกีฬา - สร้างความเข้มแข็งให้สถาบันครอบครัวและชุมชน เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุ นำความรู้และประสบการณ์มาทำประโยชน์เพื่อสังคม สร้างและขยายโอกาสในการเข้าถึงหลักประกันทางสังคมขั้นพื้นฐานตลอดจน สร้างหลักประกันรายได้ในช่วงวัยทำงานอย่างต่อเนื่อง - เพิ่มประสิทธิภาพด้านความมั่นคง เสริมสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปลอดภัยจากยาเสพติดและอบายมุข ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนและหมู่บ้าน - แก้ไขปัญหาแรงงานต่างด้าวที่ทำงานโดยผิดกฎหมาย และสกัดกั้นรวมทั้งจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวที่ผิดกฎหมาย - ส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมให้ทั่วถึง และสนับสนุน พัฒนาองค์กร กลุ่มชุมชน ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมให้สามารถพึ่งตนเองได้

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี</p>	<p>1. บุคลากรภาครัฐ และประชาชน ในจังหวัดมีความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ ตามกฎหมายเพิ่มขึ้นและประชาชนมีความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรม</p> <p>2. ประชาชนมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ</p> <p>3. หน่วยงานภาครัฐทุกระดับมีการปฏิบัติงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้ทำให้ประชาชนมีความเชื่อถือในกลไกของภาครัฐสูงขึ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างความรู้ ความเข้าใจ ในสิทธิและหน้าที่แก่บุคลากรภาครัฐ ประชาชน และให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีธรรม - มีการพัฒนาระบบราชการและการบริการประชาชน ให้มีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว - กำหนดมาตรการการป้องกันและปราบปรามการทุจริตประพฤติมิชอบในวงราชการในระดับจังหวัด - ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ - ส่งเสริมประชาธิปไตยทุกระดับและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน - จัดทำรายงานการดำเนินงานของจังหวัดต่อสาธารณชนเป็นรายปี เพื่อประเมินผลภาพรวมของจังหวัด - สนับสนุนและกระชับความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศใช้กลไกการประชาสัมพันธ์ของรัฐเกี่ยวกับสิทธิอันพึงมีพึงได้ของประชาชนตามนโยบายรัฐบาลและเป็นแกนในการรับฟังความคิดเห็นและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน - ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันตลอดจนสนับสนุนกลไกขับเคลื่อนและสร้างความรู้ ความเข้าใจถึงสิทธิมนุษยชนอย่างกว้างขวางในทุกระดับ - สนับสนุนและเป็นที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจการคลัง และการบัญชีให้แก่ผู้ว่าราชการจังหวัด CEO

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 5 การขจัดความยากจน</p>	<p>1. เสริมสร้างขบวนการชุมชนเข้มแข็งและเชื่อมโยงประโยชน์จากปัจจัยแวดล้อมโดยชุมชนจะได้รับการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและได้รับโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชนเอง</p> <p>2. ประชาชนยากจนได้รับโอกาสในการเข้าสู่ทุนที่ทำกินและได้รับการพัฒนาความรู้เพื่อเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำแผนแม่บทชุมชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อใช้เป็นแผนหลักในการแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างต่อเนื่อง - พัฒนาองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบอาชีพการเกษตร การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน โดยการใช้ขบวนการวิสาหกิจชุมชน สินค้า OTOP เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน และมีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด - พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตรในระบบชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตร - ส่งเสริมอาชีพนอกภาคเกษตร และภาคอุตสาหกรรม เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ - ยกกระดับกองทุนหมู่บ้านที่มีความพร้อมให้เป็นธนาคารหมู่บ้านและพัฒนา กองทุนชุมชนให้มีความเข้มแข็ง - จัดหาและสร้างโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนและสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกร องค์กร และชุมชน - ขยายโอกาสเข้าสู่ทุนผ่านระบบการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนพร้อมทั้งเสริมสร้างกลไกที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการดำเนินงานให้คนจนมีแหล่งเงินทุนในการผลิตและมีความมั่นคงในอาชีพ - ส่งเสริมขบวนการเรียนรู้ การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจแบบพอเพียง - จัดคาราวานแก้จนที่ให้บริการและคำแนะนำเพื่อสร้างโอกาสและทางเลือกในการประกอบอาชีพและเสริมสร้างทักษะต่างๆ รวมถึงการศึกษาและสาธารณสุข - สร้างระบบคุ้มครองทางสังคมให้ครอบคลุมแรงงานนอกระบบ และแรงงานภาคเกษตร รวมทั้งส่งเสริมการระดมเงินออมเพื่อสวัสดิการของชุมชน

1.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

สำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารจังหวัด กระทรวงมหาดไทย ได้วิเคราะห์สถานการณ์ที่แสดงถึงปัจจัยภายในของจังหวัดในด้านจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) และการวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก ปัจจัยด้านโอกาส (Opportunities) และข้อจำกัด (Threats) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดพัทลุง

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>1. เป็นแหล่งผลิตอาหารโดยเฉพาะผลิตข้าวของภาคใต้ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดพัทลุง</p> <p>2. จังหวัดพัทลุงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน และสถานที่ท่องเที่ยวทางประเพณีและวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว เหล่านี้อยู่ในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด</p> <p>3. เป็นแหล่งวัฒนธรรมและการศึกษา</p> <p>4. เป็นที่ตั้งเชื่อมโยงฝั่งอ่าวไทยกับอันดามัน เพื่อการติดต่อเชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆ</p> <p>5. มีสภาพภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ทะเลน้อย ชายหาดลำปำ เป็นต้น</p> <p>6. มีเส้นทางคมนาคม รถยนต์และรถไฟอำนวยความสะดวกอย่างทั่วถึง</p> <p>7. มีระบบชลประทานที่กระจายอย่างทั่วถึงโดยเฉพาะในส่วนของพื้นที่ภาคการเกษตร</p> <p>8. มีทะเลน้อยซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำแห่งแรกในประเทศไทย</p> <p>9. มีสินค้าศิลปะพื้นบ้านจำนวนมาก</p>	<p>1. ฐานการผลิตทางเศรษฐกิจแคบและกระจุกตัวในบางพื้นที่</p> <p>2. เกษตรกรบางส่วนขาดการพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ทำให้ขาดโอกาสในการเพิ่มมูลค่า</p> <p>3. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบางส่วนเสื่อมโทรม</p> <p>4. ขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญ และมีฝีมือสำหรับการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาด</p> <p>5. ขาดนักลงทุนทั้งภายในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่นที่มีความสนใจจะดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมต่างๆ อุตสาหกรรมที่มีอยู่ในจังหวัดส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขั้นพื้นฐานที่มีขนาดเล็ก</p> <p>6. ไม่มีพื้นที่ติดทะเล</p> <p>7. การประชาสัมพันธ์จังหวัดยังมีน้อยเกินไป</p> <p>8. ภาพลักษณ์และจุดเด่นของจังหวัดนั้นยังไม่มีภาพชัดเจนมากเพียงพอ</p> <p>9. ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเพิ่มคุณค่าผลผลิต</p> <p>10. ขาดระบบการจัดการด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>11. ผลผลิตการเกษตรยังมีจำนวนมากที่ไม่ได้มาตรฐาน</p>

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดพัทลุง (ต่อ)

โอกาส	อุปสรรค
<p>1. จังหวัดพัทลุงมีทรัพยากรธรรมชาติอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุงจึงได้แก่ธรรมชาติ เช่น ถ้ำ น้ำตก ทะเลสาบ การท่องเที่ยวในจังหวัดเป็นการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การคมนาคมภายในจังหวัดมีความคล่องตัว ส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้</p> <p>2. นโยบายของรัฐเอื้อต่อการพัฒนา เช่น นโยบายการค้าเสรี สินค้าปลอดภาษี</p> <p>3. มีตลาดรองรับผลผลิตทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>4. จำนวนแรงงานในจังหวัดพัทลุงมีแนวโน้มสูงขึ้นถ้าสามารถนำแรงงานในภาคเกษตรกรรมมาใช้ในภาคอุตสาหกรรมได้ จะทำให้มีศักยภาพในด้านแรงงานเพื่ออุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น</p> <p>5. การที่อยู่ในพื้นที่ของกลุ่ม AFTA ทำให้ได้รับการลดภาษี</p> <p>6. กระแสความตื่นตัวเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</p> <p>7. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพสามารถทำให้ผลผลิตทางการเกษตรออกนอกฤดูฤดูกาล และราคาสูงขึ้นได้</p> <p>8. กระแสความสนใจในเรื่องสุขภาพและอาหารปลอดสารพิษ</p> <p>9. มีกลุ่มอาชีพและองค์กรประชาชนหลากหลายสามารถจัดตั้งเป็นเครือข่ายทางสังคม</p>	<p>1. ขาดตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตรที่แน่นอนและต่อเนื่อง</p> <p>2. ราคาผลผลิตทางการเกษตรที่ส่งออกขึ้นอยู่กับกลไกราคาของตลาดโลก</p> <p>3. ปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำในการทำการเกษตร</p> <p>4. เกษตรกรขาดการรวมตัวในการจำหน่ายผลผลิต ทำให้เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบจากการใช้เครื่องจักร ตวง วัด</p> <p>5. ปัญหาเรื่องเกษตรกรขาดแคลนความรู้ในด้านการเพิ่มผลผลิต/การตลาด</p> <p>6. ปัญหาต้นทุนในการผลิตสูง ปัจจัยการผลิตมีราคาแพง เป็นอุปสรรคในการประกอบอาชีพการเกษตร</p> <p>7. ปัญหาหนี้สินของเกษตรกร รายได้ภาคการเกษตรต่ำและไม่แน่นอน เงินออมของเกษตรกรน้อย ประกอบกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันสูง ทำให้เกษตรกรมีหนี้สินกันมาก</p> <p>8. ปัญหาด้านการทำลายป่าไม้ ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดความเสียหายต่อของธรรมชาติ</p>

ที่มา: สำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารราชการจังหวัด กระทรวงมหาดไทย

2. สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ในจังหวัดพัทลุง

จากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของการประกอบอาชีพของชาวพัทลุงพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับภาคเกษตรกรรม ทั้งนี้จะเห็นได้จาก ปริมาณพื้นที่ทั้งหมด 2,140,296 ไร่ ในปี 2545 นั้นได้รับการจัดสรรเป็นพื้นที่ทำการเกษตร จำนวน 1,422,894 ไร่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66.48 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด ซึ่งเพิ่มจากปี 2544 จำนวน 55,325 ไร่ ทั้งนี้พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ 1) ข้าว เนื้อที่ปลูกข้าว จำนวน 549,978 ไร่ ผลผลิตปีละ 274,458 ตัน มูลค่า 1,196.36 ล้านบาท เกษตรกรจะกระจายปลูกในพื้นที่ทั่วทั้งจังหวัด โดยแบ่งการปลูกออกเป็น 2 ประเภท ข้าวนาปี และข้าวนาปรัง พันธุ์ข้าวที่นิยมปลูกคือ พันธุ์ข้าวเล็บนก ชัยนาท 1 มาเลย์ สังข์หยด ดอกมะลิ เข้มทอง และเจ็ยง เป็นต้น ทั้งนี้จากปริมาณการผลิตทั้งหมดจะพบว่า ใช้บริโภคภายในจังหวัด 130,976 ตัน ที่เหลือส่งจำหน่ายเพื่อใช้ทำพันธุ์และเลี้ยงสัตว์ โดยตลาดข้าวของพัทลุง ได้แก่ 14 จังหวัดภาคใต้ และตลาดชายแดนมาเลเซีย (ค้าชายแดน) 2) ยางพารา เนื้อที่ปลูก 675,298 ไร่ ผลผลิตปีละ 150,052.28 ตัน มูลค่า 5,251.83 ล้านบาท เกษตรกรปลูกในพื้นที่ทั่วทั้งจังหวัด 3) ไม้ผล เนื้อที่ปลูก 64,771 ไร่ ได้แก่ ลองกอง มังคุด ทุเรียน และเงาะ ผลผลิตปีละ 26,606 ตัน มูลค่า 341.72 ล้านบาท

นอกจากนั้นจากการสนทนากลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวทางการพัฒนาจังหวัดพัทลุงนั้นพบว่า การเลี้ยงสัตว์เป็นอีกอาชีพหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ทั้งนี้การเลี้ยงสัตว์ของเกษตรกรในจังหวัดพัทลุงส่วนใหญ่แล้วเป็นการเลี้ยงรายย่อย และเลี้ยงควบคู่ไปกับการประกอบอาชีพอื่น สัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่

1) สุกร เกษตรกรผู้เลี้ยงมีจำนวน 6,750 ครัวเรือน มีจำนวนสุกรทั้งสิ้น 103,301 ตัว นิยมเลี้ยงกันมากในท้องที่อำเภอเมืองพัทลุง ควนขนุน และป่าบอน เกษตรกรสามารถส่งสุกรออกไปจำหน่ายยังจังหวัดต่าง ๆ ในภาคใต้ ประมาณ 9,000 - 9,500 ตัว/เดือน และใช้บริโภคในจังหวัดพัทลุงประมาณ 5,000 ตัว/เดือน ผลผลิตปีละประมาณ 180,000 ตัว/ปี มูลค่ารวมทั้งสิ้น 540 ล้านบาท

2) โคเนื้อ ในอดีตเกษตรกรมักนิยมเลี้ยงโคพื้นเมืองเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันเริ่มหันมาเลี้ยงโคพันธุ์ และโคลูกผสมกันมากขึ้น นิยมเลี้ยงกันมากที่อำเภอเมือง เขาชัยสน ปากพะยูน ควนขนุน และป่าบอน ณ เดือนมกราคม 2546 มีเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ จำนวน 17,335 ครัวเรือน มีจำนวนโคเนื้อ 77,280 ตัว เป็นโคพื้นเมือง 61,824 ตัว โคพันธุ์แท้และโคลูกผสม 15,456 ตัว ใช้บริโภคในจังหวัดประมาณเดือนละ 350 ตัว และส่งไปขายต่างจังหวัด เช่น สตูล ปัตตานี ประมาณเดือนละ 500 - 600 ตัว ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และจากข้อมูลสถิติผลผลิตพบว่า ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบจำนวนโคเนื้อตั้งแต่ปี 2540 -

2544 พบว่าบางปีเกษตรกรเลี้ยงในปริมาณที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากแรงจูงใจด้านราคา แต่ส่วนใหญ่แล้วมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากปัญหาด้านพื้นที่และค่าพันธุ์ที่มีราคาสูง ผลผลิตปีละประมาณ 12,000 ตัน มูลค่ารวม 180 ล้านบาท

3) โคนม จังหวัดพัทลุง เป็นจังหวัดที่เลี้ยงโคนมมากที่สุดในภาคใต้ มีโรงงานผลิตภัณฑ์นม จำนวน 1 แห่ง มีอัตรากำลังการผลิต 48 ตันต่อวัน ผลิตนมพาสเจอร์ไรส์เป็นถุงสำเร็จรูป จำหน่ายภายในจังหวัดพัทลุงร้อยละ 60 และจำหน่ายต่างจังหวัดร้อยละ 40 เกษตรกรนิยมเลี้ยงโคนมมากที่อำเภอเมืองพัทลุง ควนขนุน เขาชัยสน และป่าพะยอม ณ มกราคม 2546 มีเกษตรกรเลี้ยงโคนม จำนวน 280 ครัวเรือน มีโคนม จำนวน 3,598 ตัว (แม่โครีดนม 1,629 ตัว/แม่โคแห้งนม 417 ตัว/ลูกโค, โคนสาว, โคนรุ่น 1,552 ตัว) มีน้ำนมเฉลี่ย 9.85 กก./ครัวเรือน หรือผลผลิตตกประมาณปีละ 5,840 ตัน มูลค่ารวมทั้งสิ้น 64 ล้านบาท

4) การเลี้ยงสัตว์ปีก ได้แก่ ไก่พื้นเมือง ไก่เนื้อ เป็ดเทศ เป็ดไข่ เกษตรกรเลี้ยงกันทั่วไปทุกอำเภอ/กิ่งอำเภอ ท้องที่ที่เกษตรกรนิยมเลี้ยงกันมาก ได้แก่ ท้องที่อำเภอเมืองพัทลุง ควนขนุน เขาชัยสน และป่าบอน ณ มกราคม 2546 มีเกษตรกรเลี้ยงไก่พื้นเมือง จำนวน 21,423 ครัวเรือน จำนวนไก่พื้นเมือง 605,570 ตัว ไก่เนื้อมีเกษตรกรเลี้ยง จำนวน 332 ครัวเรือน จำนวนไก่เนื้อ 531,892 ตัว เป็ดเทศมีเกษตรกรเลี้ยง จำนวน 5,153 ครัวเรือน จำนวนเป็ดเทศ 111,227 ตัว และเป็ดไข่มีเกษตรกรเลี้ยง จำนวน 3,699 ครัวเรือน จำนวนเป็ดไข่ 74,813 ตัว

อย่างไรก็ตามเมื่อหันกลับมาพิจารณาในส่วนของ การประกอบธุรกิจต่าง ๆ ของจังหวัดพัทลุงนั้นจะพบว่า ในส่วนของกลุ่มอุตสาหกรรม (Sector) ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต และภาคการค้า เช่น โรงงานแปรรูปไม้ยางพารา โรงสีข้าว ร้านค้าส่งและค้าปลีก ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง โรงงานจะตั้งกระจายอยู่ทุกอำเภอ โดยท้องที่ที่โรงงานตั้งอยู่มากที่สุดคือ อำเภอเมืองพัทลุง ควนขนุน เขาชัยสน แต่เมื่อพิจารณาเงินที่ผู้ประกอบการนำมาลงทุน พบว่าการลงทุนในท้องที่อำเภอเมืองพัทลุงมากที่สุด เป็นเงิน 385,181,952 บาท รองลงมาคือ อำเภอป่าบอน เป็นเงิน 274,228,522 บาท และอำเภอควนขนุน เป็นเงิน 137,890,154 บาท ในส่วนของการจ้างงานพบว่า โรงงานเขตอำเภอเมืองพัทลุง มีการจ้างงานมากที่สุด จำนวน 1,317 คน รองลงมาคือ อำเภอป่าบอน จำนวน 414 คน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า ภาคการค้าและการบริการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก เพื่อการบริโภคของประชากรในจังหวัดพัทลุง เช่น ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ร้านค้าวัสดุก่อสร้างและสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ทั้งนี้จังหวัดพัทลุงไม่มีห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ ให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นห้างร้านค้าปลีก ขนาดกลางและขนาดเล็ก จำหน่ายสินค้าประเภทอุปโภค

และบริโภคทั่วไป ด้านการบริการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุงเป็นอีกจังหวัดหนึ่งในกลุ่มพื้นที่เสริมที่พร้อมในด้านบริการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ หรือประวัติศาสตร์ แต่สิ่งอำนวยความสะดวกยังมีน้อยอยู่ มีโรงแรมที่พักนักท่องเที่ยว เช่น ลำปารีสอร์ท มี 68 ห้องพัก ไทยโฮเต็ล 56 ห้องพัก โรงแรมหอฟ้า 94 ห้องพัก ดินาอินน์ 24 ห้องพัก และแกรนด์แมนชั่น 76 ห้องพัก เป็นต้น

สำหรับการส่งเสริมการลงทุนนั้นจะเห็นได้ว่า เส้นทางคมนาคมเพื่อสนับสนุนการลงทุน และการท่องเที่ยวในพัทลุงนั้นได้รับการพัฒนาและมีความสะดวกอย่างมากในปัจจุบันดังจะเห็นได้จากเส้นทางคมนาคมที่ครอบคลุมดังนี้

1) ทางรถยนต์ มีถนนตัดผ่านเกือบกึ่งกลางจากตัวจังหวัด จากทิศเหนือสู่ทิศใต้ คือ ทางหลวงหมายเลข 41 หรือถนนเอเชีย และทิศตะวันตกสู่ทิศตะวันออก คือถนนเพชรเกษม มีทางหลวงจังหวัดเชื่อมถึง 21 สายทาง 25 ตอนควบคุมระยะทางทั้งสิ้นประมาณ 438.939 กิโลเมตร มีรถยนต์โดยสารประจำทางสามารถติดต่อได้ทั่วถึงกันทุกอำเภอ/กิ่งอำเภอ สำหรับการเดินทางระหว่างหมู่บ้านมีเส้นทางหลวงชนบท โยธาธิการและผังเมือง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และเส้นทางของส่วนราชการอื่น ๆ

2) ทางรถไฟ มีเส้นทางรถไฟสายใต้ผ่านจังหวัดพัทลุง ตั้งแต่เขตอำเภอควนขนุน เมืองพัทลุง เขาชัยสน บางแก้ว ป่าบอน และปากพะยูน ระยะทางประมาณ 78 กิโลเมตร มีรถไฟขนส่งผู้โดยสารและสินค้าผ่านทุกวัน ทั้งรถด่วน รถเร็ว รถธรรมดา สามารถเดินทางเชื่อมต่อกับจังหวัดข้างเคียงได้สะดวก

3) ทางน้ำ พื้นที่ของจังหวัดพัทลุงติดต่อกับทะเลสาบสงขลา การคมนาคมที่สำคัญ คือ การเดินทางระหว่างจังหวัดพัทลุงกับจังหวัดสงขลา มีท่าเทียบเรือโดยสาร จำนวน 3 ท่า คือ ท่าเทียบเรือลำปำ ท่าเทียบเรือทะเลน้อย และท่าเทียบเรือปากพะยูน

4) ทางอากาศ จังหวัดพัทลุงไม่มีสนามบินพาณิชย์ การเดินทางทางอากาศจะใช้สนามบินพาณิชย์จังหวัดตรัง (ระยะทาง 62 กิโลเมตร) สนามบินพาณิชย์หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ระยะทาง 109 กิโลเมตร) และสนามบินพาณิชย์นครศรีธรรมราช (ระยะทางประมาณ 120 กิโลเมตร)

การบริหารจัดการระบบชลประทานได้รับการพัฒนาให้สามารถนำแหล่งน้ำที่มีอยู่ตามธรรมชาติในพัทลุงมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่สภาพภูมิประเทศของจังหวัดพัทลุง ด้านทิศตะวันตกติดต่อกับเทือกเขาบรรทัด ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารสายสั้น ๆ ไหลลงสู่ทะเลสาบสงขลาหลายสาย จึงทำให้การพัฒนาแหล่งน้ำธรรมชาติเหล่านี้ให้มีประสิทธิภาพ สามารถนำน้ำมาใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น โดยการก่อสร้างระบบชลประทานขนาดต่าง ๆ ซึ่งจากการดำเนินการพัฒนาในลักษณะ

ดังกล่าวนี้ส่งผลให้ในปัจจุบันมีพื้นที่การเกษตรได้รับประโยชน์ เป็นจำนวนกว่า 750,450 ไร่

จากการศึกษาเป้าประสงค์และกลยุทธ์ของการพัฒนาตามแผนพัฒนาจังหวัดและการประชุมกลุ่มเกี่ยวกับสถานการณ์การพัฒนา SMEs ของจังหวัดพัทลุงที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า จังหวัดพัทลุงกำหนดเป้าหมายการพัฒนาจังหวัดที่ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต การค้า การบริการ และการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้ในการพัฒนาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ครอบคลุมทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆ ที่สำคัญเพื่อรองรับความก้าวหน้าจากการพัฒนา ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่หลากหลาย

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาพบว่า การดำเนินธุรกิจต่าง ๆ นั้นยังเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ และผู้ประกอบการบางส่วนยังขาดความรู้ความสามารถในกระบวนการผลิตและยังคงใช้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมทำให้ภายในกระบวนการไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควร ตลอดจนขาดความรู้ด้านการตลาด การบรรจุภัณฑ์ และการกระจายสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายซึ่งส่งผลให้การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของจังหวัดนั้นไม่มีประสิทธิผลเต็มที่

จากแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับปัจจุบัน (ฉบับที่ 10) ได้ให้ความสำคัญกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้นสังคมอยู่เย็นเป็นสุข ชุมชนเข้มแข็ง เพิ่มศักยภาพชุมชน ปรับโครงสร้างการผลิตสู่การเพิ่มคุณค่า (Value Creation) มีเศรษฐกิจที่มีคุณภาพ รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นฐานในการขับเคลื่อนการพัฒนา ในส่วนของยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุข ให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรรายย่อย ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และ การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของตัวสินค้า

นอกจากนี้ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) คือ การส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายและความเชื่อมโยงธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และพัฒนาศักยภาพการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการของวิสาหกิจในท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และมีบทบาทในการสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจฐานราก รวมถึงมุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมและสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่เชิงคุณภาพ ที่ใช้ฐานความรู้ คุณธรรม ทักษะฝีมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ และประเด็นยุทธศาสตร์

ดังกล่าว ี่แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจในลักษณะของการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยคำนึงถึงการพึ่งตนเองโดยใช้ศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดเป็นสำคัญ ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2550-2554

จังหวัดพัทลุง

จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ข้อมูลสภาพทั่วไป แผนพัฒนาจังหวัดและการวิเคราะห์สถานการณ์ SMEs ของจังหวัดพัทลุง พบว่า ประเด็น (Issue) เร่งด่วนที่ควรได้รับการพัฒนาคือ ประเด็นในเรื่องของการกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวเป็นเครือข่ายหรือกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ของจังหวัดพัทลุงในภาพรวมครั้งนี้ จึงนำเสนอเป็นแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs แบบบูรณาการที่มีประเด็นในเรื่องของการผลักดันให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) แบบเกาะกลุ่มเป็นแกนกลางในการขับเคลื่อน โดยครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรม (Sector) ที่มีศักยภาพภายในจังหวัดเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดพัทลุงได้พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานของความร่วมมือ

1. วิสัยทัศน์

“SMEsจังหวัดพัทลุงเกิดการรวมตัวเป็นเครือข่ายเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง”

2. พันธกิจ

จากวิสัยทัศน์ในการส่งเสริม SMEs โดยใช้ประเด็นการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) แบบเกาะกลุ่มเป็นแกนในการขับเคลื่อนวิสาหกิจ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs นี้ จึงได้กำหนดพันธกิจไว้ดังนี้

2.1 วิจัยและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ SMEs แบบเกาะกลุ่มของพัทลุง (ต้นแบบ)

2.2 พัฒนาและป้อนเพาะผู้ประกอบการทั้งเก่าและใหม่ทั้งภาคการผลิต การค้าและการบริการ โดยเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจเพื่อเพิ่มอำนาจในการแข่งขันตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

2.3 จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ของเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา/การพึ่งตนเองอย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

2.4 ประชาสัมพันธ์จังหวัดพัทลุงและส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์พัทลุง

3. วัตถุประสงค์

- 3.1 เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดพัทลุงมีแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน
- 3.2 เพื่อให้เกิดการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพัทลุง

4. ทิศทางการพัฒนา SMEs

- 4.1 ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่าย SMEs (Cluster)
- 4.2 เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการทั้งภาคการผลิต การค้า และการบริการ
- 4.3 ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในทุกภาคการผลิต การค้า และการบริการ
- 4.4 เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจทั้งในภาคการผลิต การค้า และการบริการตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 4.5 พัฒนาศักยภาพการผลิต การจัดการธุรกิจ โดยใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างคุณค่ายกระดับคุณภาพสินค้า บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัด
- 4.6 ประชาสัมพันธ์จังหวัดพัทลุงและส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์พัทลุง

5. ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- 5.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุนเครือข่ายธุรกิจ SMEs และเชื่อมโยงสู่เครือข่ายธุรกิจ SMEs อื่น

เป้าหมายในยุทธศาสตร์ที่ 1

เกิดเครือข่ายในแต่ละกลุ่มธุรกิจ SMEs และสามารถเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์/แผนงาน โครงการตามยุทธศาสตร์ที่ 1

- (1) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนกลไกในการผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่าย SMEs ภายในจังหวัด

1.1 โครงการพัฒนาเครือข่าย SMEs พัทลุง

5.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการพึ่งพาตนเองตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

เป้าหมายในยุทธศาสตร์ที่ 2

การพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการพึ่งพาตนเองทั้งภาคการผลิต การค้าและการบริการโดยยึดหลักการพัฒนานบนพื้นฐานของความพอเพียง

กลยุทธ์/แผนงาน โครงการตามยุทธศาสตร์ที่ 2

(1) พัฒนาและยกระดับความรู้ ความสามารถของผู้ประกอบการทั้งในภาคการผลิต การค้า และการบริการ โดยมุ่งเน้นการพัฒนานบนพื้นฐานความสามารถในการพึ่งพาตนเอง

1.1 โครงการอบรมเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจในชุมชน

(2) ส่งเสริมและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจอย่างครบวงจรบนพื้นฐานความสามารถในการพึ่งพาตนเอง

2.1 โครงการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิตบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

(3) ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประสบการณ์ของผู้ประกอบการและเครือข่ายวิสาหกิจ

3.1 โครงการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ของผู้ประกอบการและเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

5.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริม/สนับสนุนปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

เป้าหมายในยุทธศาสตร์ที่ 3

การส่งเสริม/สนับสนุนปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างครบวงจรของผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ และตรงตามความต้องการของตลาด

กลยุทธ์/แผนงาน โครงการตามยุทธศาสตร์ที่ 3

(1) สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ/กลุ่มผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ/เครือข่ายผู้ประกอบการ

1.1 โครงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์พัทลุง

การวิเคราะห์ความสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554)

ชื่อโครงการ	ประเด็นยุทธศาสตร์แผนส่งเสริม SMEs					
	1	2	3	4	5	6
	1. โครงการพัฒนาเครือข่าย SMEs พัทลุง					✓
2. โครงการอบรมบ่มเพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจในชุมชน	✓	✓	✓	✓		
3. โครงการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิตบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	✓	✓				
4. โครงการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ของผู้ประกอบการและเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. โครงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์พัทลุง						✓

6. กลไกการผลักดันแผน

1. ประกาศใช้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับจังหวัด พ.ศ. 2550 – 2554 รวมถึง การสร้างความตระหนักให้เห็นความสำคัญและความจำเป็นที่ต้องพัฒนา SMEs อย่างเป็นระบบภายใต้กรอบการดำเนินงานที่เป็นทิศทางเดียวกัน
2. กำหนดให้มีผู้รับผิดชอบในการบริหารแผนไปสู่การปฏิบัติ
3. ประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในการผลักดันแผนไปสู่การปฏิบัติภายในกรอบวงเงินที่ได้รับการจัดสรรจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ/หรืองบประมาณสนับสนุนในระดับจังหวัดจากภาครัฐและเอกชน
4. จัดทำตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงานโครงการ เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการกำกับ ติดตาม และประเมินผล

7. กลไกในการติดตามและประเมินผล

1. แต่งตั้งคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานแผนงาน / โครงการตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับจังหวัด พ.ศ. 2550 – 2554
2. ติดตามผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนงานโครงการ
3. จัดทำรายงานการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานแผนงาน / โครงการตาม

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับจังหวัด พ.ศ. 2550 – 2554 เพื่อ
เสนอต่อสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง SMEs ทั้ง
ภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสาธารณชนได้รับทราบ

**8. สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพ.ศ. 2550 – 2554
จังหวัดพัทลุง** มีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 3 ยุทธศาสตร์ 5 โครงการ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจ SMEs และเชื่อมโยงสู่เครือข่ายธุรกิจ
SMEs อื่น

โครงการ

(1) โครงการพัฒนาเครือข่าย SMEs พัทลุง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการพึ่งพาตนเองตามแนวคิด
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

โครงการ

(2) โครงการอบรมเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจในชุมชน

(3) โครงการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิตบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

(4) โครงการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ของผู้ประกอบการและเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อการพึ่งพา
ตนเองอย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริม/สนับสนุนปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

โครงการ

(5) โครงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์พัทลุง

รายละเอียดแต่ละโครงการดังต่อไปนี้

โครงการพัฒนาเครือข่าย SMEs พัทลุง

1. หลักการและเหตุผล

ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากให้มีศักยภาพ และความพร้อมต่อการพัฒนานั้นจำเป็นต้องสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่คนหรือกลุ่มคนให้มีความพร้อมในคนหรือกลุ่มคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือเครือข่ายย่อมจะสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งภาคการผลิต การค้าและภาคบริการ ซึ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจในพื้นที่จังหวัดต่อไป

ดังนั้นความจำเป็นในการพัฒนากลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดพัทลุงจึงเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้เพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ประกอบการในทุกภาคได้ดำเนินธุรกิจอย่างเข้มแข็งต่อไป

2. หน่วยงานร่วมดำเนินการ

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด เกษตรและสหกรณ์จังหวัด หอการค้าจังหวัด พาณิชยจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานสำนักงานท้องถิ่นจังหวัด และสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของจังหวัด

3. วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนารูปแบบเครือข่าย SMEs ที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัด โดยจำแนกตามมิติของภาคการผลิต การค้าและการบริการ

4. ผลผลิต/ผลลัพธ์/ตัวชี้วัด

1. รูปแบบการพัฒนาเครือข่าย SMEs ที่เหมาะสมกับบริบทสังคมและเศรษฐกิจของจังหวัดพัทลุง

2. การรวมกลุ่ม SMEs ในภาคธุรกิจต่างๆ

5. เป้าหมายของโครงการ

1. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งของผู้ประกอบการในภาคต่าง ๆ ของจังหวัดทั้งนี้ มุ่งเน้นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมบริการให้บริการ การซ่อมบำรุงยานยนต์ เครื่องจักร กลุ่มปศุสัตว์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์

2. การขยายผลการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มเครือข่ายในภาคเดียวกัน และระหว่างภาคธุรกิจ

6. แนวทางการดำเนินงาน

1. วิจัยและพัฒนารูปแบบการพัฒนาเครือข่าย SMEs ที่เหมาะสมกับบริบทสังคมและเศรษฐกิจของจังหวัดพัทลุง จำแนกตามภาคการผลิต การค้าและการบริการ
2. แสวงหาเครือข่าย SMEs ต้นแบบจำแนกตามรายภาคธุรกิจ
3. คัดเลือกเครือข่าย SMEs ต้นแบบจำแนกตามรายภาคธุรกิจเพื่อนำร่อง
4. ติดตาม ประเมินผลเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงเครือข่าย SMEs
5. วิเคราะห์/สังเคราะห์ และสรุปผลเพื่อขยายผลเครือข่าย SMEs ในภาคเดียวกันและระหว่างภาคธุรกิจต่อไป

7. แผนการปฏิบัติงาน (รายไตรมาส)

กิจกรรม	ระยะเวลา	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. วิจัยและพัฒนารูปแบบเครือข่าย SMEs จำแนกรายภาคธุรกิจ		✓	✓	✓									
2. แสวงหาและคัดเลือกต้นแบบเครือข่าย SMEs ที่เหมาะสม				✓	✓	✓							
3. นำร่องเครือข่ายต้นแบบ						✓	✓	✓	✓				
4. การติดตามและประเมินผลเพื่อพัฒนา/ปรับปรุง									✓	✓	✓	✓	
5. สรุปเพื่อขยายผล												✓	✓

8. พื้นที่ดำเนินการ

จังหวัดเป็นผู้กำหนดพื้นที่เป้าหมายการดำเนินงานตามความเหมาะสม/จำเป็น

9. ระยะเวลาดำเนินการ

โครงการนี้ เป็นโครงการระยะยาว ใช้เวลา 3 ปี

10. งบประมาณ จำนวน 6,000,000 บาท

11. แผนงบประมาณ

ระยะเวลา	รายไตรมาส				รวม
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	
ปีที่ 1	500,000	500,000	500,000	500,000	2,000,000
ปีที่ 2	200,000	800,000	800,000	200,000	2,000,000
ปีที่ 3	500,000	500,000	500,000	500,000	2,000,000

โครงการอบรมบ่มเพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจในชุมชน

1. หลักการและเหตุผล

จากการสำรวจเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชาวพัทลุงพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับภาคเกษตรกรรม ทั้งในส่วนของการปลูกข้าว ยางพารา ตลอดจนการทำปศุสัตว์ ประมง เป็นต้น ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจโดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการดำเนินธุรกิจในระบบครอบครัวไม่มีความเป็นระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนและเหมาะสมมากนัก ดังนั้นเพื่อให้จังหวัดพัทลุงมีทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจนและสามารถแข่งขันกับกลไกตลาดที่เปลี่ยนแปลงได้ จึงควรมีโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจในชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เติบโตและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

2. หน่วยงานร่วมดำเนินการ

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพัทลุง สำนักงานพาณิชย์จังหวัด หอการค้าจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เกษตรจังหวัด

3. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้รับการบ่มเพาะให้มีความรู้ ความสามารถในด้านการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

4. ผลผลิต/ผลลัพธ์/ตัวชี้วัด

1. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการบ่มเพาะมีไม่น้อยกว่า 30 คน
2. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะโดยรวม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

5. เป้าหมายของโครงการ

1. ผู้ประกอบการได้รับความรู้ และมีความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารและจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญในการบ่มเพาะและพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริหารและจัดการวิสาหกิจชุมชนและพร้อมให้การสนับสนุน

6. แนวทางการดำเนินงาน

แบ่งออกเป็น 2 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 อบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ

วัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเพื่อส่งเสริม และเติมเต็มองค์ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องการ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1. สำรวจความต้องการบ่มเพาะของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพัทลุง

2. จัดประชุมระดมความคิดเพื่อหาประเด็นสำคัญที่ต้องการ
3. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการ
4. จัดอบรมตามหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น
5. ประเมินและติดตามผลผลการดำเนินงาน

ระยะที่ 2 บ่มเพาะ ปรึกษาต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์หลักเพื่อให้คำปรึกษาและเป็นพี่เลี้ยงให้กับผู้ประกอบการในการนำเอาองค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานต่อไป โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1. ให้ผู้ผ่านการอบรมแสดงความต้องการในการขอเข้ารับคำปรึกษาในแต่ละประเด็นที่ผู้ประกอบการยังมีความจำเป็นต้องได้รับคำปรึกษาเพิ่มเติม
2. รวบรวมหัวข้อประเด็นที่ผู้ประกอบการมีความต้องการขอเข้ารับการศึกษาแนะนำเพิ่มเติม เพื่อนำมาดำเนินการจัดหาที่ปรึกษาและกำหนดตารางเวลาในการขอเข้ารับการศึกษาแนะนำ
3. ขั้นตอนการเตรียมทีมที่ปรึกษาและการเตรียมงานก่อนให้คำปรึกษา
 - 3.1 รวบรวมรายชื่อที่ปรึกษาและการติดต่อเชิญชวน
 - 3.2 กำหนดให้ที่ปรึกษารออกแบบฟอร์มประวัติและรายละเอียดเกี่ยวกับประสบการณ์
 - 3.3 ทำหนังสือเรียนเชิญเป็นที่ปรึกษาในโครงการ
4. จัดทำตารางการให้คำปรึกษาในแต่ละประเด็นหัวข้อ
5. จัดเตรียมเอกสารตารางนัดหมายแยกตามวันที่ และหัวข้อเรื่องที่จะให้คำปรึกษาแนะนำ
6. ติดต่อประสานงาน และยืนยันเกี่ยวกับกำหนดการให้คำปรึกษาแนะนำกับที่ปรึกษา และผู้ประกอบการ
7. จัดเตรียมเอกสารต่างๆ ทะเบียนการปฏิบัติงานของที่ปรึกษา และทะเบียนการเข้ารับคำปรึกษาแนะนำของผู้ประกอบการ
8. ที่ปรึกษาเขียนรายงานผลการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการทุกราย รวมทั้งการให้ที่ปรึกษาและผู้ประกอบการลงทะเบียนการปฏิบัติการให้คำปรึกษาให้เรียบร้อย
9. การสรุปและประเมินผล รวบรวมรายงานการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการทุกราย ในทุกวัน และจัดทำรายงานสรุปผลการให้คำปรึกษาแนะนำ

หมายเหตุ: การให้คำปรึกษาแนะนำอาจจะใช้วิธีการให้คำปรึกษาแนะนำเป็นกลุ่ม หรือ การให้คำแนะนำเป็นรายบุคคลผสมกันแล้วแต่กรณี โดยคำนึงถึงความจำเป็นและความเหมาะสมเป็นหลัก

7. แผนการปฏิบัติงาน (รายไตรมาส)

กิจกรรม	ระยะเวลา	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ระยะที่ 1 การอบรมให้ความรู้													
1. สำรวจความต้องการ		✓				✓				✓			
2. ระดมความคิดเพื่อกำหนดเนื้อหาสาระ		✓				✓				✓			
3. พัฒนาผู้ประกอบการ			✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓
4. ประเมินผลเป็นระยะ					✓				✓				✓
ระยะที่ 2 บ่มเพาะต่อเนื่อง													
1. รวบรวมเนื้อหาสาระที่ต้องการพัฒนา				✓				✓					
2. คัดสรรทีมที่ปรึกษา				✓				✓					
3. พัฒนาผู้ประกอบการ					✓	✓	✓		✓	✓	✓		
4. ติดตามและประเมินผลเป็นระยะ							✓				✓		

8. พื้นที่ดำเนินการ

จังหวัดเป็นผู้กำหนดพื้นที่เป้าหมายการดำเนินงานตามความเหมาะสม/จำเป็น

9. ระยะเวลาดำเนินการ

โครงการนี้ เป็นโครงการระยะยาว ใช้เวลา 3 ปี

10. งบประมาณ จำนวน 3,000,000 บาท

11. แผนงบประมาณ

งบประมาณ	ระยะเวลา	รายไตรมาส				รวม
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	
ปีที่ 1		250,000	250,000	250,000	250,000	1,000,000
ปีที่ 2		250,000	250,000	250,000	250,000	1,000,000
ปีที่ 3		250,000	250,000	250,000	250,000	1,000,000

โครงการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิตบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

1. หลักการและเหตุผล

สิ่งที่สำคัญในภาคการผลิต คือ ความสามารถของผู้ผลิตและผู้ประกอบการในการยกระดับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลหรือเหนือมาตรฐานสากล รวมทั้งความสามารถในการบริหารจัดการและความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิตและผู้ประกอบการให้ทำหน้าที่ของตนให้ดียิ่งขึ้นโดยยึดหลักความซื่อสัตย์สุจริตเป็นที่ตั้ง ก็จะทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพัทลุงมีคุณภาพ และมีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2. หน่วยงานร่วมดำเนินการ

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพัทลุง สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน สำนักงานจังหวัด เกษตรและสหกรณ์จังหวัด หอการค้าจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน สำนักงานท้องถิ่นจังหวัด และสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

3. วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มทักษะทางด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ และด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

4. ผลผลิต/ผลลัพธ์/ตัวชี้วัด

1. จำนวนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มและเครือข่ายวิสาหกิจเข้าร่วมโครงการพัฒนาขีดความสามารถในเรื่องการผลิต การตลาดและการบริหารจัดการบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงอย่างน้อย ร้อยละ 70 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด

2. ผู้ประกอบการร้อยละ 80 ได้รับความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ

5. เป้าหมายของโครงการ

1. ผู้ประกอบการได้รับความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงได้แลกเปลี่ยนทักษะและประสบการณ์ ร่วมกันเกี่ยวกับการผลิต การบริหารจัดการ และการตลาดบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

2. ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองได้

6. แนวทางการดำเนินงาน

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันวางแผนการดำเนินงานโครงการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งด้านการผลิต การบริหารจัดการ และการตลาดบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดฝึกอบรมผู้ประกอบการตามแผนงานที่กำหนดไว้

7. แผนการปฏิบัติงาน (รายไตรมาส)

กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. จัดทำแผนพัฒนาผู้ประกอบการทั้งด้านการผลิต การบริหารจัดการและด้านการตลาด	✓				✓				✓			
2. พัฒนาผู้ประกอบการตามแผนงานที่กำหนดไว้		✓	✓			✓	✓			✓	✓	
3. ติดตาม/ประเมินผลการดำเนินงานเป็นระยะๆ				✓				✓				✓

8. พื้นที่ดำเนินการ

จังหวัดเป็นผู้กำหนดพื้นที่เป้าหมายการดำเนินงานตามความเหมาะสม/จำเป็น

9. ระยะเวลาดำเนินการ

โครงการนี้ เป็นโครงการระยะยาว ใช้เวลา 3 ปี

10. งบประมาณ จำนวน 3,000,000 บาท

11. แผนงบประมาณ

ระยะเวลา	รายไตรมาส				รวม
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	
ปีที่ 1	250,000	250,000	250,000	250,000	1,000,000
ปีที่ 2	250,000	250,000	250,000	250,000	1,000,000
ปีที่ 3	250,000	250,000	250,000	250,000	1,000,000

โครงการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ของผู้ประกอบการและเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อการพึ่งพาตนเอง อย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

1. หลักการและเหตุผล

จังหวัดพัทลุง เป็นจังหวัดที่มีวัตถุดิบผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมากมายและมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย ทั้งในเรื่องยางพารา ปาล์มน้ำมัน อาหารทะเลแปรรูป ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนั้นยังเป็นรายย่อยที่มีการกระจายตัวกันซึ่งส่งผลให้อำนาจในการต่อรองในเรื่องของการจัดจำหน่ายและควบคุมราคาขายนั้นเป็นไปได้ยาก ดังนั้นในแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจของพัทลุงในปัจจุบันนี้ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน หากได้มีการประสานให้เกิดการรวมกลุ่ม เพื่อร่วมมือกำหนดทิศทางเป้าหมายของการพัฒนา แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกัน จะเป็นพื้นฐานในการพัฒนาอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้ด้วยศักยภาพของพัทลุงนั้นจะเห็นได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบันทั้งในการดำเนินธุรกิจและการดำรงชีวิตมีการสอดคล้องอย่างมากกับแนวคิดตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความพอประมาณ อยู่อย่างพอเพียง แต่อย่างไรก็ตามตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนั้นจะให้ความสำคัญกับการนำเอาความรู้ วิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน และดำเนินการทุกขั้นตอนอย่างรอบคอบและระมัดระวังโดยเน้นการพัฒนาบนพื้นฐานของศักยภาพชุมชนเป็นหลักเพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2. หน่วยงานร่วมดำเนินการ

สำนักงานจังหวัด สำนักงานท้องถิ่นจังหวัด เกษตรและสหกรณ์จังหวัด สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพัทลุง สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน หอการค้าจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด และศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค

3. วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาศูนย์การเรียนรู้สำหรับผู้ประกอบการและเครือข่ายวิสาหกิจแบบครบวงจรเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

4. ผลผลิต/ผลลัพธ์/ตัวชี้วัด

1. ศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพึ่งพาตนเองเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2. จำนวนผู้ประกอบการ / เครือข่ายวิสาหกิจที่เข้าศึกษาศูนย์การเรียนรู้จำนวนไม่น้อยกว่า 100 คนต่อปี

5. เป้าหมายของโครงการ

1. ผู้ประกอบการ / เครือข่ายวิสาหกิจได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

2. ผู้ประกอบการ / เครือข่ายวิสาหกิจสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของตน/กลุ่มเครือข่ายฯ ต่อไป

6. แนวทางการดำเนินงาน

1. กำหนดพื้นที่เพื่อจัดเป็นศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนโดยจำแนกเป็นโซน (Zoning)

2. คัดสรรผู้ประกอบการ / กลุ่มวิสาหกิจที่ประสบความสำเร็จมาให้ความรู้

3. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์

4. ศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประสบการณ์ภายในศูนย์การเรียนรู้

5. ติดตาม/ประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนา/ปรับปรุง

7. แผนการปฏิบัติงาน (รายไตรมาส)

กิจกรรม	ระยะเวลา	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. กำหนดพื้นที่เพื่อพัฒนาศูนย์การเรียนรู้		✓	✓	✓	✓								
2. คัดเลือกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาให้ความรู้						✓							
3. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. ติดตาม/ประเมินผลเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุง							✓			✓			✓

8. พื้นที่ดำเนินการ

จังหวัดเป็นผู้กำหนดพื้นที่เป้าหมายการดำเนินงานตามความเหมาะสม/จำเป็น

9. ระยะเวลาดำเนินการ

โครงการนี้ เป็นโครงการระยะยาว ใช้เวลา 3 ปี

10. งบประมาณ จำนวน 10,000,000 บาท

11. แผนงบประมาณ

ระยะเวลา งบประมาณ	รายไตรมาส				รวม
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	
ปีที่ 1	1,000,000	2,000,000	1,000,000	1,000,000	5,000,000
ปีที่ 2	500,000	1,000,000	500,000	500,000	2,500,000
ปีที่ 3	500,000	500,000	1,000,000	500,000	2,500,000

โครงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์พืชมูลง

1. หลักการและเหตุผล

จังหวัดพืชมูลง มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งป่า ภูเขา แม่น้ำและทะเล อีกทั้งภูมิอากาศก็เอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรม การทำปศุสัตว์ และอุตสาหกรรม การเกษตร จึงทำให้พืชมูลงมีวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมากมายหลายประเภทที่เป็นที่รู้จักและยอมรับ แต่ไม่มีการสร้างตราสินค้าที่ชัดเจนและต่อเนื่องให้กับสินค้าดังกล่าว ด้วยเหตุนี้จึงควรที่จะวางแผนการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง ภายใต้ตราสินค้าโดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ว่า เป็นวัตถุดิบ/ อาหาร/ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลอดภัยและรสชาติดี ซึ่งการส่งเสริมการตลาด จะเป็นกิจกรรมที่สามารถให้ข้อมูลและสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคได้

2. หน่วยงานร่วมดำเนินการ

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ตำบล สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพืชมูลง และเครือข่ายวิสาหกิจ

3. วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างตราสินค้าและภาพลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์
2. เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

4. ผลผลิต/ผลลัพธ์/ตัวชี้วัด

1. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการสร้างตราสินค้าจำนวนไม่น้อยกว่า 5 รายต่อปี
2. รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

5. เป้าหมายของโครงการ

ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนา และสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วไป สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ส่งผลทำให้สามารถขยายผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มมากขึ้น

6. แนวทางการดำเนินงาน

1. วิจัยและพัฒนาทางการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าและภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง
2. วิจัยทางการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
3. ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในวงกว้าง เช่น จัดนิทรรศการ RoadShow ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยประสานงานขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
4. ติดตามและประเมินผลต่อเนื่องเป็นระยะ

7. แผนการปฏิบัติงาน (รายไตรมาส)

กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1. วิจัยเพื่อสร้างตราสินค้า	✓	✓						
2. วิจัยทางการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	✓						
3. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง			✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ติดตามและประเมินผล				✓		✓		✓

8. พื้นที่ดำเนินการ

จังหวัดเป็นผู้กำหนดพื้นที่เป้าหมายการดำเนินงานตามความเหมาะสม/จำเป็น

9. ระยะเวลาดำเนินการ

โครงการนี้ เป็นโครงการต่อเนื่อง ใช้เวลา 2 ปี

10. งบประมาณ จำนวน 10,000,000 บาท

11. แผนงบประมาณ

ระยะเวลา งบประมาณ	รายไตรมาส				รวม
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	
ปีที่ 1	1,000,000	1,500,000	1,500,000	1,000,000	5,000,000
ปีที่ 2	1,000,000	1,500,000	1,500,000	1,000,000	5,000,000

ภาคผนวก

โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง ปี 2550-2554

1. หลักการและเหตุผล

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความสมดุลและยั่งยืนมากขึ้น โดยเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาประเทศทางด้านเศรษฐกิจให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งพัฒนาให้เป็นฐานที่ใหญ่ขึ้นของระบบเศรษฐกิจ สนับสนุนให้มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น โดยมีการกำหนดเป้าหมายให้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ผลิตและให้บริการโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 จากสัดส่วนร้อยละ 39.4 ในปี 2548 ซึ่งหมายความว่าในการดำเนินงานจัดสรรงบประมาณต่างๆของภาครัฐจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริม SMEs เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนั้นในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มาตรา 38 ได้มีการกำหนดภารกิจของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งในส่วนกลาง และในภูมิภาค ตามความเหมาะสม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงเป็นหน่วยงานหลักที่จะต้องดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ในปี 2550 รวมทั้งยังให้มีนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยจัดทำเป็นโครงการบริหารจัดการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด ปี 2550-2554 เพื่อประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในจังหวัด เพื่อให้มีกรอบและแนวทางการดำเนินการที่สอดคล้องกัน และสอดคล้องกับแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2550-2554) ตลอดจนเพื่อให้เกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในภูมิภาค ทั้งนี้ในการดำเนินโครงการดังกล่าว ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเข้าร่วมพิจารณากรอบแผนปฏิบัติการและร่วมจัดทำโครงการสำหรับการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นกำหนดยุทธศาสตร์ แนวทาง มาตรการ และโครงการส่งเสริม SMEs ของแต่ละจังหวัดเป็นสำคัญ

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ด้านการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย มีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีศักยภาพ และประสบการณ์ในการจัดทำแผนปฏิบัติการ จึงสนใจร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ใน

การจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง ปี 2550-2554 ครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

2.1 เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในพื้นที่ภูมิภาค (75 จังหวัด) มีกรอบและแนวทางการดำเนินการที่สอดคล้องกัน และสอดคล้องกับแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554)

2.2 เพื่อให้เกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในภูมิภาค ทั้งนี้ครอบคลุมทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

3. กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ

ผู้แทนจากส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาและองค์กรหรือสมาคมทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม ทั้งในส่วนภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

4.1 จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง ปี 2550-2554 โดยการทบทวน ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ที่ได้มีการจัดทำไว้แล้วของ หน่วยงานต่างๆ เช่น ยุทธศาสตร์ของจังหวัด แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา จำแนกตาม พื้นที่ แผนงานและโครงการของหน่วยราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

4.2 จัดทำรายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- (1) รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุม
- (2) กำหนดการประชุม
- (3) ผลการประชุมและการสนทนากลุ่มรายจังหวัด

4.3 ดำเนินการประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม และพัฒนา SMEs ใน จังหวัด ที่รับผิดชอบ โดยร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูล สถานการณ์ และยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs จังหวัดที่สอดคล้องกับแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2550-2554) เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดฯ ทิศทางการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดฯ ยุทธศาสตร์และเป้าหมายในการส่งเสริม SMEs แผนงาน และโครงการ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ และจัดทำรายงานพร้อมนำเสนอแผนปฏิบัติการ

ส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด จำนวน 50 ชุด และสำเนาข้อมูลในรูปแบบ CD-ROM จำนวน 10 แผ่น โดยมีเนื้อหาและรายละเอียด ดังนี้

- (1) แนวคิด และวิธีการดำเนินงานเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด
- (2) รายงานการประชุมและการสนทนากลุ่มร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดที่รับผิดชอบทุกครั้ง โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - (2.1) รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุม
 - (2.2) กำหนดการประชุม
 - (2.3) ผลการประชุมและการสนทนากลุ่มรายจังหวัด
- (3) รายงานแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554 (ภาคตะวันตก, ภาคกลาง, ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และภาคใต้ฝั่งอันดามัน) โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - (3.1) ข้อมูลสถานการณ์ ยุทธศาสตร์ และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs รายจังหวัด
 - (3.2) วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554
 - (3.3) ทิศทางการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554
 - (3.4) ยุทธศาสตร์ของการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554
 - (3.5) เป้าหมายแต่ละยุทธศาสตร์
 - (3.6) แผนงาน
 - (3.7) โครงการภายใต้แต่ละแผนงาน
 - (3.8) กลไกการผลักดันแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554
 - (3.9) กลไกการติดตามและประเมินผล
 - (3.10) รายละเอียดของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550 รายจังหวัด ประกอบด้วย 1) หลักการและเหตุผล 2) วัตถุประสงค์ของโครงการ 3) เป้าหมายของโครงการ 4) ผลผลิต/ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ 5) แนวทางการดำเนินงาน 6) ค่าใช้จ่าย 7) พื้นที่ดำเนินการ 8) ระยะเวลาดำเนินการ 9) หน่วยงานหลักและหน่วยงานร่วม 10) แผนการดำเนินงาน 11) แผนงบประมาณ

หมายเหตุ : หลังจากที่ได้มีการส่งมอบแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554 และมีการตรวจรับจาก สสว. เรียบร้อยแล้ว ผู้รับจ้างจะดำเนินการต่อถึงสิ้นปี 2550 ในภารกิจต่อเนื่อง ดังนี้

(1) การนำเสนอแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดต่อคณะกรรมการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดที่จะจัดตั้งขึ้น

(2) ร่วมกับคณะกรรมการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด ในการสนับสนุนข้อมูลเพื่อการพิจารณาแผนปฏิบัติการ การวิเคราะห์และพิจารณารายละเอียดโครงการ

(3) ปรับปรุงแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554 ตามความเห็นและมติของคณะกรรมการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด

5. แนวคิดพื้นฐานในการดำเนินงาน

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด ปี 2550-2554 ในครั้งนี้มีกรอบแนวการดำเนินงานโดยมีแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องของการวางแผน แนวคิดเกี่ยวกับแผน ทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์กับการวางแผน แนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดในการจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผน

1.1 ความหมาย/คำจำกัดความ

ในปัจจุบันมีผู้ให้ความหมายของการวางแผนดังนี้

สุภาพร พิศาลบุตร ได้สรุปความหมายของการวางแผนจากแนวคิดของ คาสต์ และโรเซนวิก คูนต์ และโอดอนเนลล์ ร็อบบิ้นส์ และฮิกส์ (2543: 6-7 อ้างจาก Kast and Rosenzweig. 1970: 435 ; Koontz and O'Donnell. 1968: 81 ; Robbins. 1997: 130 ; Hicks. 1981: 248) ไว้ว่า การวางแผน หมายถึง วิธีการตัดสินใจล่วงหน้าเพื่ออนาคตขององค์การซึ่งเป็นหน้าที่ของการจัดการในทางเลือกว่า จะให้ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร มีขั้นตอนดำเนินงาน การใช้ทรัพยากรการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการ โดยการวางแผนจะประกอบไปด้วยส่วนประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ต่าง ๆ และการกำหนดแนวทางการกระทำ หรือแผนงานต่าง ๆ ที่จะนำมาปฏิบัติเพื่อที่จะให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์เหล่านั้น นอกจากนี้การวางแผนยังเป็นการตอบคำถามที่สำคัญ 3 ประการ คือ ปัจจุบันอยู่ที่ไหน อนาคตต้องการจะไปที่ใด และทำอย่างไรจึงจะไปถึง ดังนั้น การวางแผนจึงประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญคือ การกำหนดวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ขององค์การที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต อีกส่วนหนึ่งคือ การกำหนดแนวทาง

ปฏิบัติ หรือแผนการทำงานต่าง ๆ ที่ใช้เป็นทางเลือกเพื่อนำมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์เหล่านั้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2540) ได้ให้ความหมายของการวางแผนในลักษณะที่เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลหรือองค์การทำการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับงานบางอย่างที่จะกระทำในอนาคต ทั้งนี้กระบวนการดังกล่าวจะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ที่เป็นชุดกิจกรรมที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งบางขั้นตอนอาจเป็นเรื่องที่ต้องทำทันทีเพื่อที่จะให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการ

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การวางแผนมีความหมายใน 2 ระดับคือ

1. ความหมายในระดับบุคคลเป็นงานที่ผู้บริหารแต่ละคนต้องปฏิบัติโดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ การสนใจและสื่อความ การวัดผลงาน และการพัฒนาบุคคล
2. ความหมายในระดับองค์กรมีขอบเขตของงานกว้างขึ้นโดยเน้นการมองภาพรวมของการบริหารองค์กรทั้งหมด คือ กระบวนการบริหารที่ต่อเนื่องครอบคลุมถึงทุกกิจกรรมของงาน และมุ่งสู่อนาคต

1.2 ประโยชน์ของการวางแผน

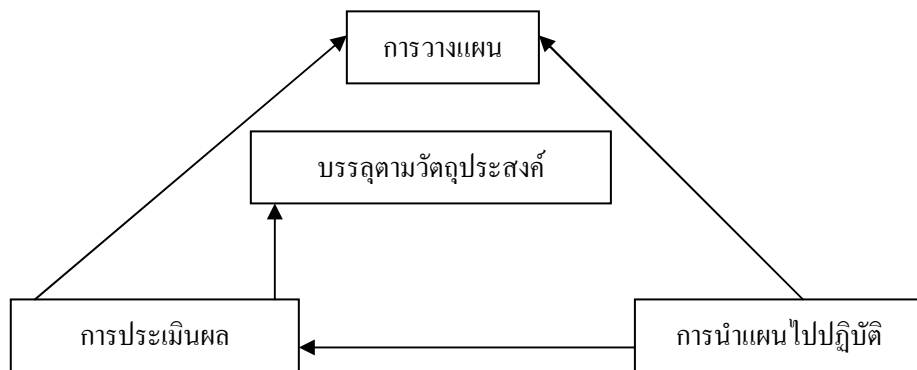
W.W Simmons (ธงชัย สันติวงษ์. 2534 : 2-3) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวางแผนไว้ 5 ประการคือ

1. เพื่อให้ผู้บริหารตระหนักถึงความรับผิดชอบได้ดีขึ้น
2. ช่วยให้การควบคุมสามารถกระทำได้โดยอาศัยการวัดผลสำเร็จตามแผนงานที่ทำไป
3. แผนงานใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการสื่อความให้ทุกฝ่ายทราบถึงทิศทางขององค์กร และให้ฝ่ายต่าง ๆ ประสานการทำงานเป็นทีมโดยอาศัยแผนเป็นเครื่องมือ
4. แผนงานที่ใช้ดำเนินงานอยู่สามารถใช้ตรวจสอบความถูกต้องของนโยบายปัจจุบัน โดยจะสามารถเช็คสอดดูได้จากผลการปฏิบัติตามแผน เพื่อจะได้มีการปรับแก้แผนและเป้าหมายระยะยาวให้ถูกต้อง
5. การวางแผนช่วยขยายขอบเขตการคิดของผู้บริหาร และช่วยให้ผู้บริหารคล่องตัวในการแก้ไขปัญหา หรือยกระดับผลงานได้ดีขึ้น เพราะสามารถเพิ่มทัศนวิสัยของการคิดให้กว้างและไกล และสามารถคิดคล่องแคล่ว ปรับตัวได้ดีขึ้น

อย่างไรก็ดี ประโยชน์ต่อการบริหารภายในองค์กรนั้น ธงชัย สันติวงศ์ ระบุไว้ว่า ประโยชน์ 3 ประการที่องค์กรจะได้รับจากการวางแผนก็คือ กระบวนการวางแผนเป็นเครื่องกำหนดทิศทางขององค์กร เพื่อใช้วัดความสำเร็จ และใช้สำหรับประสานกำลังความพยายามภายในองค์กร

1.3 กระบวนการวางแผน

กระบวนการวางแผน (Planning Process) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนพื้นฐาน ได้แก่ การวางแผน (Planning) การนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) และการประเมินผล (Evaluation) เพื่อทดสอบว่าการวางแผนกับการนำแผนไปปฏิบัติตรงกันหรือไม่ ถ้าตรงกันแสดงว่าบรรลุวัตถุประสงค์ (End of Plan) แต่ถ้าไม่บรรลุวัตถุประสงค์แสดงว่าจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนใหม่เป็นวงจรของการทำแผนดังรูปที่ 1.1



รูปที่ 1 วงจรของการวางแผน

อย่างไรก็ตามพบว่า การวางแผนนั้นมีหลายทฤษฎีที่แบ่งขั้นตอนของการวางแผนออกไปมากกว่า 3 ขั้นตอน แต่กล่าวโดยสรุปแล้วจะอยู่ในกรอบของขั้นตอนพื้นฐาน 3 ขั้นตอนด้วยกันคือ (สุภาพร พิศาลบุตร, 2543 : 54-56)

1. ขั้นตอนของการวางแผน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของทุกระดับหน่วยงานในทุกองค์การเป็นการเตรียมกำหนดหลักเกณฑ์การทำงาน โดยขั้นตอนในการวางแผนนั้นจะมีการดำเนินงานดังนี้

- 1.1 กำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
- 1.2 ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่โดยละเอียด
- 1.3 ดำเนินการวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

2. ขั้นตอนของการนำแผนไปปฏิบัติ เมื่อวางแผนเสร็จแล้วก็ต้องจัดให้มีการปฏิบัติงานตามแผน โดยมีวิธีการดังนี้

- 2.1 จัดให้มีการอำนวยการ สั่งการและแบ่งงานเป็นสัดส่วนตามแผนงานที่วางไว้
- 2.2 แจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับแผนงานเข้าใจอย่างกระจ่างชัดเจน
- 2.3 กำหนดวิธีการประสานงาน
- 2.4 กำหนดวิธีการตรวจสอบและควบคุมงาน
- 2.5 ตรวจสอบและประเมินผลงานเป็นระยะ

3. ขั้นการประเมินผล เป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดการวินิจฉัยเกี่ยวกับลักษณะและคุณภาพของแผนงานและโครงการ โดยการใช้ข้อมูลเป็นเครื่องสนับสนุน เป็นการเปรียบเทียบผลของการทำงานที่ได้รับกับวัตถุประสงค์ของแผนงานที่กำหนดและการประเมินค่าของวิธีการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการดำเนินงาน

สำหรับในส่วนของการดำเนินการในครั้งนี้นั้นจะครอบคลุมในส่วนของขั้นตอนที่ 1 ขั้นของการวางแผนเป็นหลัก โดยทั้งนี้จะเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนปฏิบัติการของกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนกำหนดบุคคล/หน่วยงานผู้รับผิดชอบเพื่อส่วนหนึ่งจะได้เห็นภาพการขับเคลื่อนของการนำแผนไปปฏิบัติได้ในลำดับต่อไป

2. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องแผน

ในการวางแผนมีการกำหนดเป้าหมายในการจัดทำแผนซึ่งหมายถึง วิธีของการกระทำที่มีการกำหนดไว้ล่วงหน้าแล้ว โดยเฉพาะในส่วนของการกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานออกมาอย่างชัดเจนเพื่อเป็นมูลฐานสำหรับการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้ประสานกันไปเป็นอย่างดีทั้งนี้แผนที่ดีนั้นจะเป็นจะต้องประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการคือ (1) จะต้องเกี่ยวข้องกับอนาคต (2) จะต้องเกี่ยวข้องกับการกระทำ และ (3) จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องขององค์กร (อนันต์ เกตุวงศ์. 2534 : 4, สุภาพร พิศาลบุตร. 2543 : 8) กล่าวโดยสรุปจะเห็นว่า แผน คือ ข้อกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อนไปสู่การดำเนินการในอนาคต ทั้งนี้แผนอาจเป็นเรื่องของบุคคลหรือขององค์กรก็ได้ เมื่อมีแผนแล้วผู้ปฏิบัติก็จะสามารถใช้แผนเป็นแนวทางในการทำงานได้ โดยอาศัยทรัพยากรทางการบริหารคือ ต้องมีคน มีเงิน มีวัสดุอุปกรณ์ และมีระบบการบริหารจัดการที่ดีด้วย

นอกจากนี้แผนยังมีความหมายครอบคลุมถึง การรวมโครงการหลาย ๆ โครงการที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเข้าด้วยกัน ทั้งนี้อาจเป็นโครงการที่มีลักษณะงานเหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้ ทั้งนี้ในส่วนของคำว่า โครงการ นั้นจะหมายความถึง กลุ่มของกิจกรรม ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน เนื่องจากแต่ละกิจกรรมนั้น ๆ จะมีวัตถุประสงค์ของตนเอง ดังนั้น

เมื่อทำให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดแล้วย่อมส่งผลโดยตรงให้วัตถุประสงค์ของโครงการนั้นบรรลุผลสำเร็จตามไปด้วย โดยปกติโครงการจะมีลักษณะพิเศษและทำครั้งเดียวเสร็จ และเมื่อทำเสร็จแล้วก็เลิกโครงการนั้นไปเพราะเป็นไปตามวัตถุประสงค์แล้ว อย่างไรก็ตามในเชิงปฏิบัติจะพบว่า ปัญหาบางเรื่องยังไม่หมดไปหรือแม้จะทำเสร็จแล้วบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการแล้วแต่ก็ยังต้องทำอีกเพราะมีความต้องการต่อเนื่องที่ต้องการโครงการลักษณะเดิมอีก อันเป็นเหตุให้เลิกโครงการนั้นไม่ได้ ในกรณีเช่นนี้จะต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงการนั้นไปเป็นองค์การถาวรเพื่อทำหน้าที่นั้นตลอดไป และลักษณะงานของโครงการที่ถือเป็นงานพิเศษก็จะกลายเป็นงานประจำไป

2.1 โครงสร้างและระดับของแผน

เดวิด ไอ คลีแลนด์ และวิลเลียม อาร์ คิง (อนันต์ เกตุวงศ์, 2534 : 51-52; อ้างอิงจาก David I Cleland and William R King. Strategic Planning and Policy. 1978. pp. 57-65) ได้ทำการแบ่งแผนออกเป็น 4 ระดับคือ

1. แผนภารกิจ (Mission Plan) เป็นแผนระดับสูงสุดขององค์การซึ่งจะระบุวัตถุประสงค์หลักขององค์การไว้อย่างกว้าง ๆ และระบุนโยบายขององค์การไว้ อันจะเป็นแนวทางหรือหลักการของแผนในระดับต่ำ ๆ ลงไป บางครั้งเรียกว่า แผนกลยุทธ์ (Strategic Plan)

2. แผนพัฒนาขององค์การ (Corporate Development Plan) แผนระดับนี้จะกำหนดกิจกรรมที่สำคัญและจำเป็นใหม่ ๆ และกำหนดแนวทางที่จะนำองค์การไปสู่ความก้าวหน้าตามแผนกลยุทธ์ ทั้งนี้แผนนี้จะต้องทราบความต้องการของสิ่งแวดล้อมเพื่อองค์การจะได้จัดทำและจัดบริการให้ได้อย่างสอดคล้องกันในอนาคต

3. แผนระดับปฏิบัติการ (Operational Plan) แผนนี้ทำหน้าที่เหมือนแผนพัฒนาขององค์การคือ สนับสนุนแผนกลยุทธ์ แผนระดับนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องของการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในปัจจุบันและเป็นกรอบหรือแนวทางเพื่อการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตามในส่วนของการวางแผนในระดับนี้ส่วนใหญ่จะยึดวัตถุประสงค์ นโยบาย แนวปฏิบัติ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ รวมทั้งงบประมาณจากส่วนบน

4. แผนโครงการ (Project Plan) โครงการเป็นแผนระดับล่างสุดที่มีความจำเพาะ คือที่ขึ้นเพื่อกระทำงานแต่ละเรื่องแต่ละอย่าง และเป็นพื้นฐานรองรับงานทุกด้าน จึงมีอยู่ในทุกระดับขององค์การ ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการเป็นแผนระดับพื้นฐานและเป็นตัวบ่งชี้สำคัญของความสำเร็จของงานขององค์การ ดังนั้นโครงการจึงมีระยะเวลาปฏิบัติการทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว ทั้งนี้ยังเป็นแผนที่ต้องใช้ทรัพยากรทางการบริหารทุกอย่าง มีตารางการทำงานที่ชัดเจน

3. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์กับการวางแผน

ทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์เป็นผลการศึกษาปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อแรงกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอกร่างกาย รวมทั้งจากสภาพแวดล้อมของบุคคลเพื่อใช้อธิบายและทำนายพฤติกรรมของคนและกลุ่มในสถานการณ์ต่าง ๆ ทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์ที่สำคัญและมีการนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนงานโดยส่วนใหญ่ได้แก่ (สุภาพร พิศาลบุตร, 2543 : 34-36)

1. ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ มาสโลว์ได้กล่าวถึงแรงจูงใจที่กระตุ้นให้คนทำสิ่งต่าง ๆ ว่าเป็นไปตามลำดับขั้นของความต้อการตั้งแต่ ความต้องการทางร่างกายเพื่อการมีชีวิตอยู่ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการเป็นที่รักของคนอื่นในสังคม ความต้องการได้รับการยกย่องจากสังคม และความต้องการทำในสิ่งที่ตนพึงพอใจสูงสุด

2. ทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงาน แมคเกรเกอร์ได้เสนอประเด็นสำคัญของทฤษฎี X ซึ่งมีการสรุปว่า ธรรมชาติของบุคคลไม่ได้ตั้งใจจะหลีกเลี่ยงการทำงาน การทำให้เกิดพันธะผูกพันกับเป้าประสงค์ขององค์กรจะเป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน บุคคลทั่วไปมีความคิดสร้างสรรค์และใฝ่หาความรับผิดชอบในงาน เพียงแต่ว่าไม่ค่อยจะได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานมากนัก

3.1 การประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์ในการวางแผนงาน

1. การจูงใจให้เกิดการยอมรับการวางแผนในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับผู้กำหนดนโยบายไปจนถึงระดับผู้ปฏิบัติและผู้ได้รับผลประโยชน์ ดังนั้น การวางแผนจึงต้องให้การยอมรับและให้เกียรติผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งด้านความคิด ทั้งนี้การทำตามทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงานของแมคเกรเกอร์นั้นได้ให้แนวคิดว่าการทำให้เกิดความผูกพันมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในแผนงานนั้นจะทำให้รู้สึกเสมือนเป็นพันธสัญญา (Commitment) ของผู้เกี่ยวข้องในการมีส่วนร่วมทำให้แผนงานบรรลุความสำเร็จ ในทางกลับกันกระบวนการในการวางแผนงานก็ต้องกระทำในลักษณะที่จูงใจกระตุ้นความรู้สึกผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความพึงพอใจที่จะร่วมในกระบวนการ ด้วยการยอมรับฟังความคิดเห็น การเข้าใจในประโยชน์ของความคิดที่ฟังจะได้รับ และคุณค่าตลอดจนความเป็นไปได้ในการปฏิบัติจริง

2. การจูงใจให้เกิดการระดมความคิดสร้างสรรค์ และความเข้าใจที่เป็นอย่างเดียวกันในกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง การวางแผนงานจะต้องมีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติทั้งทำได้จริงและได้ผลจริง ตั้งแต่กระบวนการที่จะนำบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมากเข้ามาร่วมคิด ร่วมตัดสินใจในเรื่องเดียวกัน ไปจนถึงการที่จะทำให้แผนงานมีความเป็นไปได้เมื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง ทั้งนี้ต้องอาศัยการจูงใจผู้ที่เกี่ยวข้องให้ร่วมกันทำงาน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในลักษณะที่เป็นกลุ่มที่มีพลังสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบร่วมกัน สร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ด้วยเทคนิคการ

“ระดมสมอง” รวมทั้งต้องมีการติดต่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจที่เป็นอย่างเดียวกันในผู้ปฏิบัติงาน ในกระบวนการวางแผนงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกระดับ

4. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงจากประชาธิปไตยแบบตัวแทน เป็นประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะภายใต้รัฐธรรมนูญใหม่ที่กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วมที่อยู่ในหลายๆ มาตรา จำเป็นต้องเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของการทำงาน จากเดิมที่ผู้มีอำนาจจะโดยการแต่งตั้งหรือได้รับ ฉันทานุมัติจากประชาชนให้ไปทำการบริหาร ไม่ว่าจะในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศหรือในองค์กร ต่าง ๆ ซึ่งแต่เดิมถือว่าได้รับฉันทานุมัติหรือโอนอำนาจไปให้ตัดสินใจอะไรก็ได้โดยเชื่อว่าจะสามารถ ตัดสินได้อย่างถูกต้องชอบธรรม ได้เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการที่จะตัดสินใจได้แล้วแต่ หากมี ผลกระทบต่อประชาชนต่อสิ่งแวดล้อม ต่อสิทธิของบุคคล ของชุมชน จะต้องคำนึงถึงและจะต้อง ปรีกษาหารือก่อนเป็นสำคัญ ทั้งนี้หลักของการมีส่วนร่วมในความหมายของการบริหารจัดการจะมีความ เชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับ “การตัดสินใจ” นั่นคือ การมีส่วนร่วมนั้น ๆ ได้จัดทำขึ้นหรือวาง ระบบขึ้น ไม่ใช่เพียงเพื่อจะได้จัดทำให้มีแล้วเท่านั้น แต่การมีส่วนร่วมนั้น ๆ ได้นำไปสู่การพิจารณา ตัดสินใจ หากสมเหตุสมผล มีความชอบธรรมก็นำไปปฏิบัติ หากผู้มีอำนาจคิดว่าไม่เหมาะสมก็ จะต้องอธิบายได้โดยมีมาตรฐานแห่งความชอบธรรมในการตัดสินใจนั้น ๆ ที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับ

4.1 ระดับของการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน/ประชาชน

การทำงานแบบมีส่วนร่วมนั้นไม่ว่าจะเป็นระดับครอบครัว ระดับโรงเรียน ระดับชุมชน ระดับองค์กร หรือระดับประเทศนั้นว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการทัศน์ปัจจุบัน เพราะจะช่วยให้ผู้มีส่วนร่วม เกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของ (Ownership) และจะทำให้ผู้มีส่วนร่วมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น ยินยอมปฏิบัติตาม (Compliance) และรวมถึงตกลงยอมรับ (Commitment) ได้อย่างสมัครใจ เต็ม ใจ และสบายใจ (ศ.นพ.วันชัย วัฒนศัพท์. <http://suthep.ricr.ac.th/mgnt37.doc>. ค้นหามือเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2550) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในเชิงปฏิบัติจะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมของ ภาคเอกชน/ประชาชนนั้นมีหลายระดับซึ่งมีวิธีปฏิบัติที่แตกต่างกันไป ดังที่หน่วยงาน International Association for Public Participation (IAP2) ซึ่งเป็นสถาบันนานาชาติได้ทำการศึกษาและกำหนด ระดับการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน/ประชาชนไว้ 5 ระดับ (รูปที่ 2) ตั้งแต่ระดับการเข้ามามีส่วนร่วม ที่น้อยที่สุด ถึงระดับการเข้ามามีส่วนร่วมที่มากขึ้นในระดับที่ 5 มีรายละเอียด ดังนี้ (http://www.opdc.go.th/special.php?spc_id=3&content_id=301. ค้นหามือเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2550)

ระดับที่ 1 (To Inform) เป็นระดับที่ภาคเอกชน/ประชาชน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนน้อยสุด ทั้งนี้จะเป็นลักษณะของการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของภาครัฐ โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง ทันสมัย และภาคเอกชน/ประชาชนเข้าถึงได้เท่านั้น

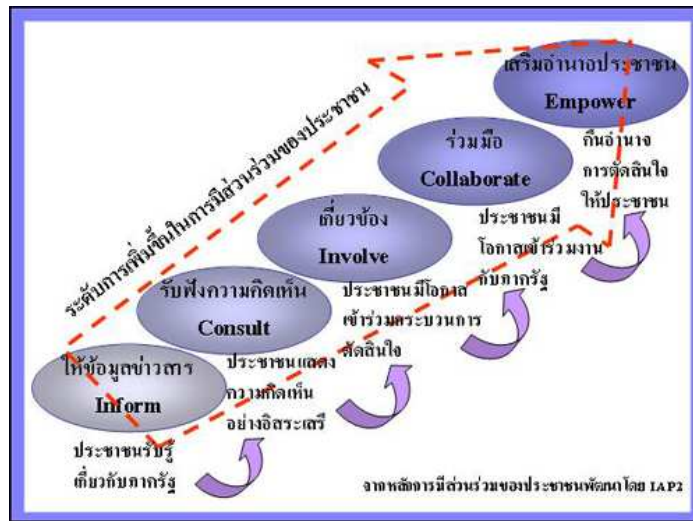
ระดับที่ 2 (To Consult) เป็นการเปิดให้ภาคเอกชน/ประชาชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการ/การปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐ อย่างอิสระและเป็นระบบ โดยหน่วยงานภาครัฐจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็น การปรึกษาหารือ ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และนำข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น ประเด็นที่ภาคเอกชน/ประชาชนเป็นห่วงไปเป็นแนวทางการปรับปรุงนโยบาย การตัดสินใจ และพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานในหน่วยงาน

ระดับที่ 3 (To Involve) เป็นระดับที่หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ภาคเอกชน/ประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการกำหนดนโยบาย การวางแผนงานโครงการ และวิธีการทำงาน โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่จัดระบบ อำนวยความสะดวก ยอมรับการเสนอแนะและการตัดสินใจร่วมกับภาคเอกชน/ประชาชน

ระดับที่ 4 (To Collaborate) การที่หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ภาคเอกชน/ประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมมีบทบาทเป็นหุ้นส่วนหรือภาคีในการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ

ระดับที่ 5 (To Empower) การเสริมอำนาจภาคเอกชน/ประชาชน เป็นระดับที่เปิดโอกาสให้ภาคเอกชน/ประชาชนมีบทบาทเต็มในการตัดสินใจ การบริหารงาน และการดำเนินกิจกรรมใด ๆ เพื่อเข้ามาทดแทนการดำเนินงานที่หน่วยงานภาครัฐดำเนินการหรือปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่ง ระดับการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน/ประชาชน ในระดับสูงสุดนี้เน้นให้ภาคเอกชน/ประชาชนเป็นเจ้าของดำเนินการกิจและภาครัฐมีหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนเท่านั้น

สำหรับในส่วนของ การดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับจังหวัด ประจำปี 2550-2554 ครั้งนี้นั้น คณะผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ตั้งแต่ระดับ 2 (To Consult) ขึ้นไป ทั้งนี้เน้นการให้ภาคเอกชน/ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับจังหวัดของตนเอง ทั้งนี้ ในส่วนของแผนปฏิบัติการฯ ที่เกิดขึ้นอาจนำไปสู่การเข้ามามีส่วนร่วมของภาคเอกชน/ประชาชนใน ระดับของการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการ (To Collaborate) ในลักษณะของการเข้ามาเป็นภาคีในเชิงปฏิบัติและบริหารจัดการก็เป็นได้



รูปที่ 2 ระดับการมีส่วนร่วม

5. แนวคิดเกี่ยวกับแผนปฏิบัติการและขั้นตอนในการจัดทำแผนปฏิบัติการ

แผนปฏิบัติการคือ เครื่องค้ำประกันว่าเป้าหมายในการทำงานในแต่ละปีมีโอกาสบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้เพื่อยืนยันว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้นั้นมีความเป็นไปได้ เพราะมีแผนงานรองรับที่ชัดเจน และถ้าแผนปฏิบัติการดำเนินการได้สำเร็จก็จะส่งผลต่อความสำเร็จของเป้าหมายที่กำหนดไว้เช่นกัน แผนปฏิบัติการซึ่งเป็นผลของการแปลงความคิดในการจะทำการสิ่งต่างๆที่อยู่ในหัวคนทำงานให้ออกมาอยู่ในกระดาษหรือไฟล์คอมพิวเตอร์ที่ผ่านกระบวนการในการกลั่นกรองแล้วว่ามีความเป็นไปได้ และสอดคล้องกับเป้าหมายในการทำงานที่กำหนดไว้

5.1 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนปฏิบัติการ

- เพื่อให้มั่นใจว่ามีแนวทางในการสร้างความสำเร็จให้กับเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้
- เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการทำงานไว้ล่วงหน้า
- เพื่อลดความขัดแย้งในการทำงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน
- เพื่อลดความผิดพลาดและลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน
- เพื่อจัดลำดับความสำคัญและเร่งด่วนของการทำงานไว้ล่วงหน้า
- เพื่อใช้ในการมอบหมายงานให้กับผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะทุกคนจะทราบว่าใครจะต้องทำอะไร เมื่อไหร่ อย่างไร
- เพื่อใช้ในการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายประจำปี
- เพื่อให้แผนที่วางไว้มีความเป็นไปได้และใกล้เคียงกับการที่จะปฏิบัติจริงให้มากที่สุด

5.2 ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการ

5.2.1. วิเคราะห์ความจำเป็นของการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan Needs)

ความจำเป็นในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีของแต่ละหน่วยงาน มาจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

○ แผนปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ประจำปีขององค์กร

โดยทั่วไปการกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กรมักจะมีการจัดทำแผนงาน/โครงการรองรับ และแผนงานเหล่านี้ก็จะถูกส่งไปเป็นแผนปฏิบัติการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนการออกสินค้าใหม่ มักจะเป็นแผนปฏิบัติการของฝ่ายการตลาดและฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แผนการจัดทำระบบติดตามการจัดส่งสินค้าโดยใช้ไอที มักจะเป็นแผนปฏิบัติการขององค์กรที่รับผิดชอบโดยหน่วยงานไอที

○ เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร

แผนปฏิบัติการบางอย่างไม่ได้มาจากแผนขององค์กร แต่เกิดจากเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร เช่น แผนปฏิบัติการของฝ่ายทรัพยากรบุคคลเรื่องการพัฒนาทักษะด้านภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อาจเกิดจากเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กรเรื่องการขยายตลาดหรือเปิดสาขาในต่างประเทศ

○ เป้าหมายประจำปีของหน่วยงานอื่น

แหล่งที่มาที่สำคัญที่จำเป็นต้องจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีคือ การขอการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในการทำงานของปีนั้น ๆ ได้ เช่น ฝ่ายขายต้องการให้ฝ่ายไอทีสนับสนุนเรื่องการจัดทำระบบฐานข้อมูลของลูกค้า ดังนั้น แผนปฏิบัติการด้านการจัดทำระบบฐานข้อมูลของลูกค้าของฝ่ายขาย จึงกลายมาเป็นที่มาของแผนปฏิบัติการประจำปีของฝ่ายไอที

○ เป้าหมายของหน่วยงานตัวเอง

คนส่วนใหญ่จะคุ้นเคยกับการจัดทำแผนปฏิบัติการขึ้นมารองรับเป้าหมายการทำงานประจำปีของหน่วยงานตัวเองที่ได้รับมาหรือกำหนดขึ้นมา

5.2.2. จัดลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ

เนื่องจากในบางปีมีแผนปฏิบัติการที่ต้องทำจำนวนมาก ดังนั้น จึงควรวิเคราะห์เพื่อจัดลำดับความสำคัญของแผนเสียก่อน ถ้ามีข้อจำกัดเรื่องเวลา จะได้ทราบว่าควรจะทำแผนไหนก่อนหลัง และจะช่วยเป็นข้อมูลให้กับเราในการปรับเพิ่ม/ลดงบประมาณของแต่ละแผนงานได้อีกด้วย

5.2.3. รูปแบบการนำเสนอแผนปฏิบัติการ

โดยทั่วไปในการจัดทำแผนปฏิบัติการได้มีการกำหนดหัวข้อที่ควรจะมีในแผนปฏิบัติการ ดังนี้

- **ชื่อแผนปฏิบัติการ** เนื่องจากแต่ละปีมีแผนงาน/โครงการจำนวนมาก ดังนั้น การตั้งชื่อแผนปฏิบัติการต้องมีความชัดเจนและที่สำคัญควรจะต้องตั้งชื่อโดยอาศัยแนวคิดทางการตลาดเข้ามาด้วย เพราะจะช่วยให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องสามารถจดจำแผนปฏิบัตินั้นได้ดียิ่งขึ้นเป็นการสร้างแบรนด์เนมของแผนปฏิบัตินั้น ๆ
- **ขั้นตอนหลัก** ในแผนปฏิบัติการควรที่จะกำหนดขั้นตอน/กระบวนการหลัก ๆ ไว้ให้ชัดเจนโดยเริ่มจากกระบวนการแรกจนถึงกระบวนการสุดท้ายก่อน เช่น ขั้นตอนแรกจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ขั้นตอนที่สองประชุมเชิงปฏิบัติการ ขั้นตอนที่สามให้เก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนที่สี่...ห้า.... ฯลฯ
- **กิจกรรม/โครงการ** เมื่อเราได้ขั้นตอนหรือกระบวนการหลักแล้วให้กำหนดกิจกรรมย่อย ๆ ของแต่ละขั้นตอนว่ามีอะไรบ้าง เช่น ขั้นตอนการฝึกอบรม จะมีกิจกรรมย่อย ๆ ต่าง ๆ อาจจะเป็นการกำหนดหลักสูตรฝึกอบรม การติดต่อวิทยากร แจกกำหนดการฝึกอบรมให้หน่วยงานต่าง ๆ รับทราบ เป็นต้น
- **วิธีการหรือแนวทางในการปฏิบัติ** เพื่อป้องกันปัญหาในการนำกิจกรรมไปปฏิบัติควรที่จะระบุแนวทางในการปฏิบัติตามกิจกรรมนั้นๆด้วย เช่น ประชาสัมพันธ์โดยใช้การติดประกาศ การใช้อีเมล ส่งตามสาย และมีการติดตามผลทุกสัปดาห์ เป็นต้น
- **กำหนดวันเวลาสถานที่** ให้ระบุว่ากิจกรรมแต่ละข้อนั้นจะทำเมื่อไหร่ ถ้าระบุวันเวลาและสถานที่ได้จะดีมาก ทั้งนี้เพื่อจะสามารถดูภาพรวมของแผนปฏิบัติการได้ว่ามีกิจกรรมไหนบ้างที่สามารถทำไปพร้อมกันได้ กิจกรรมไหนบ้างที่ต้องรอให้กิจกรรมอื่นเสร็จก่อนจึงจะดำเนินการได้
- **ความเสี่ยงของขั้นตอนหรือกิจกรรม** เพื่อให้แผนปฏิบัติการเป็นแผนที่คำนึงถึงการปฏิบัติจริง ๆ จึงควรมีส่วนที่เราเรียกว่าการวิเคราะห์ความเสี่ยงหรือปัญหาอุปสรรคของขั้นตอนหรือกิจกรรมนั้น ๆ ด้วยว่ามีอะไรบ้าง เช่น ความเสี่ยงของกิจกรรมการจัดฝึกอบรมคือหน่วยงานต่าง ๆ งานเยอะไม่สามารถส่งคนเข้ามารับการฝึกอบรมพร้อมกันได้ครั้งละมาก ๆ
- **แผนปฏิบัติการรองรับ/แผนปฏิบัติการสำรอง** ให้นำเอาความเสี่ยงหรือปัญหาอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นมาวิเคราะห์หาทางป้องกันแก้ไข ผ่อนหนักให้เป็นเบา เพื่อป้องกันหรือลด

ผลที่จะเข้ามากระทบต่อแผนปฏิบัติการโดยรวม เช่น อาจจะต้องแบ่งการฝึกอบรมออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ หรืออาจจะเริ่มกำหนดการฝึกอบรมให้เร็วขึ้นและทยอยฝึกอบรมทั้งปี

- **งบประมาณ** ควรจะมีการวิเคราะห์และกำหนดงบประมาณจากทุกกิจกรรม ทั้งนี้ เพื่อให้แผนปฏิบัติการมีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น เพราะถ้าเราประมาณการงบประมาณน้อยมากเท่าไร โอกาสที่งบประมาณโดยรวมจะผิดพลาดก็ย่อมมีน้อยลง

- **ผู้รับผิดชอบ** ควรจะมีการกำหนดตำแหน่งหรือชื่อบุคคลผู้รับผิดชอบแผนปฏิบัติการหลัก (Action Plan Leader/Owner) ไว้หนึ่งคน และในแต่ละกิจกรรมควรที่จะกำหนดผู้รับผิดชอบให้ชัดเจนเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อจะได้พิจารณาได้ว่าใครรับผิดชอบมากน้อยเกินไป น้อยเกินไป คนที่รับผิดชอบมีความเหมาะสมกับกิจกรรมนั้น ๆ หรือไม่

6. กระบวนการในการดำเนินงาน

6.1 สสำรวจ รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล สถานการณ์ ยุทธศาสตร์ และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs และ OTOP ในจังหวัด โดยทบทวนยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ที่ได้มีการจัดทำไว้แล้วของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ยุทธศาสตร์ของจังหวัด แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา จำแนกตามพื้นที่ แผนงานและโครงการของหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

6.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการประชุมเชิงปฏิบัติการการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด

6.3 จัดการประชุม ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ องค์กรเอกชน กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มการเงินการธนาคาร และนักวิชาการ ในจังหวัด โดยให้มีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) อย่างน้อยอีก 1 ครั้ง ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP ในพื้นที่ โดยร่วมกันพิจารณาทบทวน ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม SMEs และกำหนดเป็นแผนงาน โครงการส่งเสริม SMEs ที่เหมาะสมกับจังหวัด

6.5 จัดทำรายงานและแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัด ปี 2550-2554

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพัทลุงปี 2550-2554 มีการดำเนินการรวบรวมข้อมูลดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ การสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษารวบรวมข้อมูลสถิติสำคัญที่หน่วยงาน/องค์กรภาครัฐ และเอกชนในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งส่วนกลางและในพื้นที่ ได้มีการจัดเก็บและรวบรวมไว้แล้วเกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละอุตสาหกรรมเป้าหมาย เช่น มูลค่าผลผลิตมวลรวมระดับจังหวัด (GPP) ประเภทธุรกิจแยกตามภาคการผลิต การค้า และบริการ การเงิน ปริมาณสินเชื่อในระบบ การตลาด การขนส่ง การรวมกลุ่ม จำนวนประชากรวัยแรงงาน จำนวนการจ้างงาน จำนวนและประเภทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น

ข้อมูลทุติยภูมิของพื้นที่ที่หน่วยงานต่างๆ ได้รวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ข้อมูล สถิติที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงาน องค์กรของภาครัฐบาลและภาคเอกชน เช่น ข้อมูลสถิติรายจังหวัด ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นโยบายการพัฒนาประเทศ แผนยุทธศาสตร์จังหวัด นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และข้อมูลจากองค์กรภายในพื้นที่ เช่น สภาหอการค้าของจังหวัด

8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง

8.2 แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง

8.3 โครงการภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs จังหวัดพัทลุง อันประกอบด้วย โครงการนำร่อง โครงการระยะสั้น และโครงการระยะยาวของการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เหมาะสม สอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการของพื้นที่ และผู้รับผิดชอบโครงการ

8.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม และพัฒนา SMEs ในจังหวัด มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

9. ระยะเวลาดำเนินการ 3 เดือน

10. แผนการปฏิบัติงาน

กิจกรรม	ช่วงเวลาในการดำเนินงาน		
	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3
(1) ประชุมกรรมการเพื่อวางแผนการดำเนินงาน	/		
(2) ศึกษาข้อมูล แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs ของ สสว. และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด	/		
(3) จัดเตรียมข้อมูล และประสานงานวิทยากร	/		
(4) ประชุมทีมวิทยากรเพื่อชี้แจงเป้าหมายและซักซ้อมความเข้าใจก่อนประชุมรายจังหวัด	/		
(5) เป็นวิทยากรและผู้ดำเนินรายการในการประชุม และสนทนากลุ่ม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัด	/		
(6) จัดทำรายงานผลการประชุม/สนทนากลุ่มแต่ละครั้งและสรุปข้อมูลเพื่อนำเสนอ สสว.		/	
(7) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพิจารณาแผนฯ		/	
(8) ปรับปรุงแก้ไขและจัดทำรายงานแผนปฏิบัติการ ส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดปี 2550-2554 (ฉบับสมบูรณ์) เสนอ สสว. เพื่อพิจารณา			/
(9) จัดทำรายงานแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ระดับจังหวัดตามที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขตาม (8) เสนอต่อ สสว.			