



รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร  
EXECUTIVE SUMMARY REPORT  
โครงการสนับสนุนเครือข่าย SME ใน ๑๘ กลุ่มจังหวัด

โดย ศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคมแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

## บทสรุปผู้บริหาร

### โครงการสนับสนุนเครือข่าย SME ใน ๑๘ กลุ่มจังหวัด กิจกรรม Green and Clean Product

โครงการสนับสนุนเครือข่าย SME ใน ๑๘ กลุ่มจังหวัด กิจกรรม Green and Clean Product ได้ดำเนินการแล้วเสร็จในระยะเวลา ๑๐๐ วัน สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ ดังต่อไปนี้

- ๑) เพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs สินค้าเกษตรแปรรูป
- ๒) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑
- ๓) เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และมีโอกาสเข้าสู่การเจรจาธุรกิจหรือมีการขยายการค้าหรือมีการเพิ่มมูลค่าการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียน
- ๔) เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป โดยเน้นคุณภาพสินค้าและเป็นแหล่งผลิตอาหารที่ปลอดภัย นำไปสู่มาตรฐานสินค้าเกษตร

## กิจกรรมการจัดประชาสัมพันธ์เปิดตัวโครงการ รับสมัคร/คัดเลือกผู้ประกอบการ

สำหรับในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์แรก โครงการนี้ได้มีการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์เสริมความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูป ในแนวคิด Green and Clean โดยในกิจกรรมแรกที่ดำเนินการ คือ กิจกรรมการจัดประชาสัมพันธ์เปิดตัวโครงการ เพื่อรับสมัครและคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ โดยการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการจัดสัมมนาเปิดตัวโครงการทำเพื่อรับสมัครผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมโครงการฯ ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ ดำเนินการโดยผ่านช่องทางการสื่อสารอย่างน้อย ๔ ช่อง มีดังนี้ สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ สิ่งตีพิมพ์ และป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ได้เปิดรับสมัคร/คัดเลือกผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มวิสาหกิจชุมชน OTOP เข้าร่วมโครงการฯ มีจำนวนผู้สนใจเข้าร่วมงาน ในวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๕๘ ณ โรงแรมไมด้า ทวาราวดี แกรนด์ นครปฐม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ทั้งนี้ มีผู้สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการจำนวน ๒๕๗ ราย โดยในจังหวัดนครปฐมจำนวน ๖๓ ราย จังหวัดราชบุรี จำนวน ๗๑ ราย จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน ๕๗ ราย และจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน ๖๖ ราย

## กิจกรรมพัฒนาศักยภาพเชิงธุรกิจของเครือข่าย โดยการจัดทำแผนพัฒนาเครือข่าย

แผนยุทธศาสตร์นี้เป็นการบูรณาการทฤษฎีและแนวคิด Cluster กับห่วงโซ่อุตสาหกรรมในพื้นที่ทั้งสี่จังหวัด ได้แก่ นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี และสุพรรณบุรี เพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs สินค้าเกษตรแปรรูป ในการจัดทำแผนได้มีการระดมสมองจากกลุ่มผู้ประกอบการทั้งสี่จังหวัด รวมทั้งได้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการทำแผนพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นแผนที่สามารถจับต้องได้ และสามารถนำไปปฏิบัติการได้ทันทีในปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ ในการดำเนินการเพื่อจัดทำแผนได้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ ทั้งสี่จังหวัด โดยกิจกรรมการสร้างเครือข่ายดังกล่าวสามารถเชิญกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมายมาเข้าอบรมและรับฟังแนวทางการพัฒนาเครือข่ายเป็นจำนวน ๒๕๔ ราย (ที่ได้ตอบแบบสอบถามและร่วมกิจกรรมอย่างครบถ้วนในช่วงแรก) ซึ่งจากการดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาเครือข่ายฯ ทำให้สามารถสร้างฐานข้อมูลสมาชิกกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูปกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยจัดลำดับตามศักยภาพของผู้ประกอบการและสินค้าตามการจำหน่ายเป็น ๓ ระดับ คือ ทองถิ่น ในประเทศ และส่งออก

สำหรับบทสรุปของยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนา Cluster ทวาราวดี ได้แก่ การดำเนินการไปพร้อมๆ กันของทั้ง ๔ ยุทธศาสตร์ ตามรูปที่ ๑ แผนยุทธศาสตร์เพื่อการปฏิบัติในกรอบเวลา ๓ ปี โดยในส่วนของยุทธศาสตร์

แรกการ “เร่ง” (Accelerating) การตระหนักรู้ สร้างชื่อเสียงและการมีส่วนร่วมของสมาชิกใน cluster ทวาราวดี เพื่อให้เกิดการรับรู้ ถือว่าเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อน cluster ทวาราวดี เพื่อให้สามารถสร้างผลกระทบด้าน cluster ได้เช่นเดียวกับ cluster ระดับโลกอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จ (อาทิ cluster ในซิลิคอนวัลเลย์ที่สหรัฐฯ) ในส่วนนี้ความเข้มแข็งที่ได้จะเป็นบทบาทที่สำคัญที่แกนนำผู้ประกอบการใน cluster จะร่วมแรงร่วมใจสร้างขึ้นมา ผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก cluster สำหรับภายในช่องทางการสื่อสารระหว่างสมาชิกถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนแนวคิด และประสบการณ์ เรียนรู้ทั้งโอกาสและข้อผิดพลาดต่างๆ ของสมาชิกด้วยกัน ในขณะที่ช่องทางการสื่อสารภายนอก หรือสื่อสารมวลชนก็จัดได้ว่ามีความสำคัญในการที่จะทำให้ cluster มีเสน่ห์สำหรับผู้ประกอบการอื่นๆ ที่ยังไม่เข้าร่วม ทำให้กลุ่มผู้ซื้อไม่ว่าจะเป็นสถาบันทางการตลาดค้าส่งค้าปลีก รวมไปถึงผู้บริโภคชั้นสุดท้ายให้ความสนใจ ผลกระทบสำหรับยุทธศาสตร์นี้จะเรียกว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่ทั้ง Push และ Pull ด้วย กล่าวคือเป็นการสร้างกระแสให้กับสถาบันการตลาดที่จะเข้ามาร่วมจัดจำหน่ายสินค้าให้ cluster และเป็นการดึงเอาอุปสงค์ของผู้บริโภคที่อยู่ปลายทางออกมา

ยุทธศาสตร์ต่อมาเป็นเรื่องของการ “เสริม” (Appending) จะเน้นประสิทธิภาพของผู้ประกอบการเกษตรและเกษตรแปรรูปที่เป็นต้นน้ำเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นตัวแทน cluster จะต้องทำหน้าที่สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในต้นน้ำรับทราบและตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับ และเข้าร่วมโครงการ

ต่างๆ ที่มีในยุทธศาสตร์นี้ ทั้งนี้หนึ่งในกลยุทธ์ความสำเร็จของยุทธศาสตร์นี้คือ บทบาทที่สำคัญขององค์กรสนับสนุนที่มีข้อมูลและองค์ความรู้ในเชิงวิชาการและเชิงเทคนิคในการดำเนินงาน เพื่อผลลัพธ์ของการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการต้นน้ำด้วย สำหรับยุทธศาสตร์ที่สามเป็นเรื่องที่ทั้งผู้ประกอบการต้นน้ำและปลายน้ำอาจจะต้องมีบทบาทผลักดันให้โครงการต่างๆ ในยุทธศาสตร์นี้ประสบความสำเร็จ นั่นก็คือการ **“เพิ่ม” (Adding)** โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการเอง ในการจัดจำหน่ายสินค้าออกไปสู่ตลาดท้องถิ่น ตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ ดังนั้นบทบาทที่สำคัญในการร่วมมือกันของผู้ประกอบการที่อาจจะเป็นคู่แข่งกันในอดีตจำเป็นต้องหันหน้าเข้าหากันเพื่อต่อรองกับคู่แข่งในระดับต่างๆ เพื่อให้ภาพรวมของธุรกิจการเกษตรและเกษตรแปรรูปของ cluster ทวาราวดีเกิดมูลค่าสูงที่สุด

สุดท้าย ยุทธศาสตร์ทั้งสามที่กล่าวมาแล้วนั้นจะไม่สามารถประสบความสำเร็จหรือเดินหน้าได้ หากขาดยุทธศาสตร์สุดท้าย คือ เรื่องของการ **“เติม” (Augmenting)** ทักษะทางการตลาด ซึ่งคาดว่าผู้ประกอบการในทุกส่วนอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูปอาจจะมองว่าเป็นเรื่องที่สำคัญสูงที่สุด ในการดำเนินงานของกลยุทธ์นี้ต้องการให้ผู้ประกอบการใน cluster ผนึกกำลังกันเพื่อนำเสนอจุดขายที่แตกต่างของ cluster ทวาราวดี ออกมาสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ การสร้างเรื่องราวสินค้า การมีตราสินค้าที่ผู้บริโภคปลายทางรับรู้ได้จัดเป็นหัวใจสำคัญของยุทธศาสตร์นี้ รวมทั้งช่องทางการทำการตลาดดิจิทัลที่ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในปัจจุบันและอนาคต

รูปที่ ๑ แผนยุทธศาสตร์เพื่อการปฏิบัติในระยะเวลา ๓ ปี

แผนยุทธศาสตร์เพื่อการปฏิบัติในระยะเวลา ๓ ปี (เร่ง-เสริม-เพิ่ม-เติม)

**ยุทธศาสตร์ที่ ๑**

**เร่ง**การตระหนักรู้และการเข้าร่วม cluster ของสมาชิกทั้งในปัจจุบันและอนาคต

- โครงการที่ ๑ การคัดเลือกตัวแทนผู้ประกอบการจากอุตสาหกรรมเครือข่ายต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ
- โครงการที่ ๒ การจัดให้ตัวแทนไปดูงานและพบคู่ค้าในประเทศ
- โครงการที่ ๓ การจัดให้ตัวแทนไปดูงานและพบคู่ค้าต่างประเทศที่มีศักยภาพ
- โครงการที่ ๔ การจัดประชุมรายไตรมาสสำหรับตัวแทนเครือข่ายและสมาชิก การจัดประชุมรายปีสำหรับ cluster
- โครงการที่ ๕ การจัดทำช่องทางการสื่อสารภายในระหว่างสมาชิกใน cluster
- โครงการที่ ๖ พัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรของ cluster ผ่านเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์
- โครงการที่ ๗ การเผยแพร่ข่าวสารความสำเร็จ cluster ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์

**ยุทธศาสตร์ที่ ๒**

**เสริม**ศักยภาพสำหรับกิจกรรมต้นน้ำเพื่อสร้างมูลค่าให้กับผู้ประกอบการในเครือข่าย

- โครงการที่ ๑-๓ จัดอบรมการจัดการการผลิตเชิงปฏิบัติการสำหรับสินค้าเกษตร สินค้าแปรรูปและสินค้าแปรรูป
- โครงการที่ ๒ จัดอบรมแนวทางการทำ Contract Farming สำหรับเกษตรกรและผู้เพาะเลี้ยงสัตว์
- โครงการที่ ๕ การวิจัยทางการตลาดเพื่อสร้างอัตลักษณ์ในสินค้าต้นน้ำ
- โครงการที่ ๖ พัฒนาคือความร่วมมือกับพันธมิตรสนับสนุน จากภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา
- โครงการที่ ๗ การประกวดแผนทวาราวดี SMART AGRI & FARMING
- โครงการที่ ๘ การเผยแพร่ข่าวสารความสำเร็จกรณีศึกษาโครงการในยุทธศาสตร์ผ่านสื่อหลักและสื่อออนไลน์

**ยุทธศาสตร์ที่ ๓**

**เพิ่ม**ช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับท้องถิ่น ในประเทศ และระหว่างประเทศ

- โครงการที่ ๑ การจับคู่ธุรกิจต้นน้ำ-ปลายน้ำภายใน cluster
- โครงการที่ ๒ การจับคู่ธุรกิจ ปลายน้ำภายนอก cluster ทั้งในและนอกประเทศ
- โครงการที่ ๓ บูรณาการทวาราวดีเกษตรและเกษตรแปรรูปกับทวาราวดีภาคบริการ
- โครงการที่ ๔ นิทรรศการแสดงสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปทวาราวดี
- โครงการที่ ๕ การสร้างโอกาสทางธุรกิจผ่านช่องทางการตลาดยุคดิจิทัล
- โครงการที่ ๖ การจัดประกวดแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ทวาราวดีระดับอุดมศึกษาและระดับชาติ
- โครงการที่ ๗ การเผยแพร่ข่าวสารความสำเร็จกรณีศึกษาโครงการในยุทธศาสตร์ผ่านสื่อหลักและสื่อออนไลน์

**ยุทธศาสตร์ที่ ๔**

**เติม**ทักษะและองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันที่ยั่งยืน

- โครงการที่ ๑ การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาตราสินค้าและการสร้าง Story Telling
- โครงการที่ ๒ Workshop การสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่างให้สินค้า
- โครงการที่ ๓ ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ
- โครงการที่ ๔ อบรมการสร้างทักษะจำเป็นสำหรับธุรกิจออนไลน์ เช่น การอบรมการถ่ายรูปสินค้า การสร้างคอนเทนต์เพื่อการบอกต่อ (Viral Marketing)
- โครงการที่ ๕ การประกวดสินค้านวัตกรรมและสินค้าสร้างสรรค์ภายใน cluster
- โครงการที่ ๖ การเผยแพร่ข่าวสารความสำเร็จกรณีศึกษาโครงการในยุทธศาสตร์ผ่านสื่อหลักและสื่อออนไลน์

สำหรับบทบาทขององค์กรสนับสนุนในการร่วมกันผลักดันผู้ประกอบการใน Cluster ทวาราวดีก็เป็นเรื่องที่สำคัญไม่อาจแยกขาดจากกัน ได้แก่ บทบาทของภาครัฐ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และกระทรวงพาณิชย์ บทบาทภาคเอกชน เช่น บริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่เป็นทั้งคู่ค้าและผู้สนับสนุนสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป เอกชนผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ที่อยู่ในพื้นที่ทวาราวดีที่มีศักยภาพในการเป็นคู่ค้าที่มีความสำคัญ และบทบาทของสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และสถาบันศึกษาอื่นๆ ที่ใกล้เคียง ที่จะสนับสนุนให้นิสิต นักศึกษา นักวิชาการในการเข้าร่วมโครงการประกวดต่างๆ โดยใช้กรณีศึกษาของสินค้าและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จใน cluster ทวาราวดีเป็นบทเรียนจากโลกธุรกิจของจริง และที่สำคัญอีกกลุ่ม คือ ภาคชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนที่อยู่ในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของ Cluster ทวาราวดี ที่จะสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกำลังใจให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในท้องถิ่นสามารถเติบโตในระดับจังหวัด สู่ระดับประเทศ และในระดับสากลต่อไป ดังตารางสรุปงบประมาณตามยุทธศาสตร์ทั้งสิ้นระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒



## ตารางที่ ๒ สรุปงบประมาณแผนพัฒนาเครือข่ายฯ

แผนพัฒนา cluster ทหาราวดี (ล้านบาท)	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒	รวม ๓ ปี
ยุทธศาสตร์ “เร่ง” หรือ “Accelerating” (๗ โครงการ)	๙.๐	๘.๕	๘.๕	๒๖.๐
ยุทธศาสตร์ “เสริม” หรือ “Appending” (๘ โครงการ)	๓.๕	๕.๐	๓.๐	๑๑.๕
ยุทธศาสตร์ “เพิ่ม” หรือ “Adding” (๗ โครงการ)	๙.๕	๑๐.๐	๘.๕	๒๘.๐
ยุทธศาสตร์ “เติม” หรือ “Augmenting” (๖ โครงการ)	๓.๕	๗.๐	๕.๕	๑๖.๐
รวมยุทธศาสตร์ (๒๘ โครงการ)	๒๕.๕	๓๐.๕	๒๕.๕	๘๑.๕

ในส่วนต่อไปเพื่อให้ยุทธศาสตร์ที่ได้วางไว้ได้ดำเนินการอย่างประสบความสำเร็จ บทสรุปกิจกรรมต่อไปนี้จะทำให้วัตถุประสงค์ที่เหลือ ได้แก่ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและมีโอกาสเข้าสู่การเจรจาธุรกิจหรือมีการขยายการค้าหรือมีการเพิ่มมูลค่าการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียน และ

ท้ายที่สุดเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป โดยเน้นคุณภาพสินค้าและเป็นแหล่งผลิตอาหารที่ปลอดภัย นำไปสู่มาตรฐานสินค้าเกษตร

### **กิจกรรมพัฒนาศักยภาพเชิงธุรกิจของเครือข่าย**

กิจกรรมที่ได้ดำเนินการในส่วนแรก คือ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ผู้ประกอบการในเบื้องต้นสี่ครั้งในทุกจังหวัดที่เป็นสมาชิกเครือข่าย โดยมีผู้เข้าอบรมไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ในแต่ละครั้งทั้ง ๔ จังหวัดโดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- ๑) เรื่อง “การตลาดยุค AEC เทคโนโลยีสมัยใหม่ และทฤษฎีที่สำคัญของ SMEs ยุคใหม่เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”
- ๒) เรื่อง “การผลิตสินค้าที่สะอาด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม”
- ๓) เรื่อง “การจัดการตามระบบมาตรฐาน HALAL”
- ๔) เรื่อง “การสร้างเครือข่าย และการสร้างทีมงาน (Team-building)”

### **กิจกรรมเชื่อมโยงตลาดและศึกษาดูงานภายในประเทศ**

ในกิจกรรมถัดไปเป็นการคัดเลือกผู้ประกอบการจำนวน ๑๐๐ ราย โดยมีเกณฑ์คัดเลือก เช่น ลักษณะความเป็นธุรกิจ SMEs ศักยภาพในการผลิตเพื่อการแข่งขันในระดับประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกจะได้

เข้าร่วมกิจกรรมดูงานภายในประเทศ และมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุกโดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ

กิจกรรมดังกล่าวผู้ประกอบการให้ความสนใจกับเนื้อหาในการบรรยายจากวิทยากรที่มีประสบการณ์และมีองค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูป โดยได้เข้าศึกษาดูงานในด้านการสร้างและพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เมื่อวันที่ ๒๗ มกราคม ๒๕๕๙ เวลา ๑๐.๓๐ - ๑๔.๓๐ น. ณ ศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ อ. ปากช่อง จ. นครราชสีมา ได้มีผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมกิจกรรมฯ จำนวนทั้งสิ้น ๑๐๑ ราย ประกอบด้วย จังหวัดนครปฐม ๒๖ ราย จังหวัดราชบุรี ๒๕ ราย จังหวัดกาญจนบุรี ๒๕ ราย และจังหวัดสุพรรณบุรี ๒๕ ราย โดยกิจกรรมทั้งหมดภายในศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ ประกอบด้วย กิจกรรมดูงานการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดอินทรีย์ ๒ กิจกรรมดูงานการผลิตน้ำมันข้าวโพดดิบ กิจกรรมดูงานการผลิตข้าวโพดดิบและกิจกรรมดูงานนวัตกรรมต่างๆ เพื่อการพัฒนา เป็นต้น

### **กิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุก**

ในกิจกรรมต่อมาโครงการฯ ได้จัดอบรมและ Workshop ให้ความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่ให้แก่ธุรกิจ SMEs วิชาหกิจชุมชน และกลุ่ม OTOP สำหรับกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ จำนวน ๑ ครั้ง โดยดำเนินการเมื่อวันอังคารที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๕๙ เวลา ๑๐.๐๐ - ๑๗.๓๐ น. และวันพุธที่ ๒๗ มกราคม ๒๕๕๙ เวลา

๐๘.๐๐ - ๑๐.๐๐ น. ณ ไ้ร่ทองสมบุรณ์ คลับ รีสอร์ท อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา มีผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมกิจกรรมฯ จำนวนทั้งสิ้น ๑๐๑ ราย ประกอบด้วยจังหวัดนครปฐม ๒๖ ราย จังหวัดราชบุรี ๒๕ ราย จังหวัดกาญจนบุรี ๒๕ ราย และจังหวัดสุพรรณบุรี ๒๕ ราย โดยมีเนื้อหาสำหรับการฝึกอบรมและ Workshop ในครั้งนี้จะประกอบด้วย การขยายตลาดด้วย Social Media หรือช่องทางเว็บไซต์ และกลยุทธ์สร้างสินค้าสู่ตลาดใหม่ (Touchable Innovation) การสร้างมูลค่าเพิ่ม/ความแตกต่างและความหลากหลายด้วยนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์เกษตรและเกษตรแปรรูปและอื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีหัวข้อที่น่าสนใจ เช่น มองการตลาดของ SME ไทย/กลุ่มประเทศ AEC+๖ รวมทั้งการสื่อสารประชาสัมพันธ์ นำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนเองสู่ตลาด AEC+๖ การพัฒนาทุนมนุษย์ เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โอกาสและเส้นทางสู่ตลาดต่างประเทศของธุรกิจ SMEs วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม OTOP ไทย และกรณีศึกษาการเจรจาต่อรอง Brand Creation จากอุปสรรคสู่ความสำเร็จของธุรกิจ SMEs วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม OTOP ไทย แผนปฏิบัติการเพื่อขยายตลาดต่างประเทศการขยายธุรกิจตลาดโลกกับ e-Bay E-Commerce Social Network และ Customer Value การเตรียมความพร้อมสู่ตลาด AEC และตลาดสากล และหัวข้อการเรียนรู้อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการตลาด

## กิจกรรมแสดง จำหน่ายสินค้า และจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ภายในประเทศ

กิจกรรมในส่วนต่อไปเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงสินค้า และจัดจำหน่ายในประเทศ (งานแสดงจำหน่ายสินค้าและจับคู่ธุรกิจ กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ภาคกลางตอนล่าง ๑ ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ปี ๒๕๕๙) มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งเป็นสมาชิก เครือข่ายผู้ประกอบการใน cluster ๘๓ ราย ได้แก่ จังหวัดนครปฐม ๒๐ ราย จังหวัดราชบุรี ๒๕ ราย จังหวัดกาญจนบุรี ๒๓ ราย และ จังหวัดสุพรรณบุรี ๑๕ ราย ทั้งนี้วัตถุประสงค์ในกิจกรรมดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

- ๑) เพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs สินค้าเกษตรแปรรูป
- ๒) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
- ๓) เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และมีโอกาสเข้าสู่การเจรจาธุรกิจหรือมีการขยายการค้าหรือมีการเพิ่มมูลค่าการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียน
- ๔) เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป โดยเน้นคุณภาพสินค้าและเป็นแหล่งผลิตอาหารที่ปลอดภัย นำไปสู่มาตรฐานสินค้าเกษตร

ในกิจกรรมแสดง จำหน่ายสินค้า และจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ได้จัดขึ้นในวันที่ ๓๑ มกราคม - ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ เวลา ๑๐.๐๐ - ๒๒.๐๐ น. ณ อาคารจักรพันธ์เพ็ญศิริ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ผลการเจรจากิจกรรม  
การจับคู่ธุรกิจ Business Matching ปรากฏว่ามีผู้แทนจำหน่าย  
ในตลาดอาเซียนที่ดำเนินการจับคู่ธุรกิจ ดังนี้

๑) บริษัท ธนาวิวัฒน์อุตสาหกรรม จำกัด เลือกเจรจาธุรกิจ  
กับผู้ประกอบการ ๔ ราย ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเนื้อมัน
- บริษัท สยามบานาน่า จำกัด
- บริษัท สวิฟท์ จำกัด
- วิสาหกิจชุมชนแก้วเจ้าจอม

๒) บริษัท เศรษฐอินเตอร์เทรด จำกัด เลือกเจรจาธุรกิจกับ  
ผู้ประกอบการ ๕ ราย ได้แก่

- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลไม้สดและผลผลิตแปรรูป  
บ้านดอนทอง
- วิสาหกิจชุมชนสนามจันทร์
- วิสาหกิจชุมชนแก้วเจ้าจอม
- บริษัท เวอร์จิ้น เอฟ แอนด์ บี จำกัด
- บริษัท เอิร์ธไลฟ์ จำกัด

๓) ศูนย์กระจายสินค้าเมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่า เลือก  
เจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการ ๕ ราย ได้แก่

- บริษัท ประเสริฐสมบัติค้าข้าวและโลจิสติกส์  
จำกัด
- บริษัท เซนต์บิวตี้คอสเมติก จำกัด
- วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านบึงลาดสวย
- ผลิตภัณฑ์สะเดาไทย

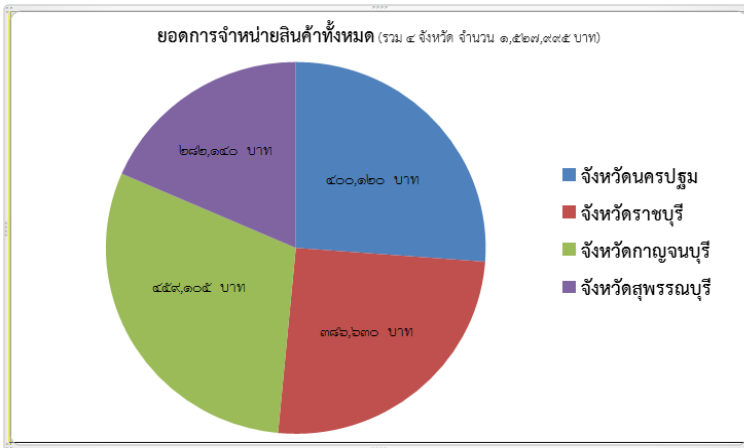
- วิชาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติสบูโปรตีน  
ไหมบ้านหนองสาหร่าย

๔) บริษัท ตลาดลาว จำกัด (ประเทศลาว) เลือกลงเจรจา  
ธุรกิจกับผู้ประกอบการ ๕ ราย ได้แก่

- วิชาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติสบูโปรตีน  
ไหมบ้านหนองสาหร่าย
- ผลิตภัณฑ์สะเดาไทย
- บริษัท ทีพีแอส เอิร์บแอนด์เฮลท์ จำกัด
- ORIENTAL MOTIFS
- กลุ่มแม่บ้านหนองอ้อ

ผลจากกิจกรรมแสดง จำหน่ายสินค้า และจับคู่ธุรกิจ  
(Business Matching) ดังกล่าวปรากฏว่า การจำหน่ายสินค้าของ  
ผู้ประกอบการ ทั้ง ๔ จังหวัด สามารถจำหน่ายสินค้าในงานได้  
เป็นอย่างดี โดยมียอดขายตลอดการจัดกิจกรรมอยู่ที่ ๑,๕๒๗,๙๙๕  
บาท

## แผนภูมิยอดรวมการจำหน่ายสินค้าทั้งหมดของทั้ง ๔ จังหวัด



### กิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุก โดยการจัดอบรมเตรียมพร้อมก่อนไปเจรจาธุรกิจ

ในส่วนต่อไปโครงการได้จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุก โดยการจัดอบรมเตรียมพร้อมก่อนไปเจรจาธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ คือ

- ๑) เพื่อการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ที่จะไปจำหน่ายสินค้า เจริญธุรกิจ ในต่างประเทศ แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑
- ๒) เพื่อถ่ายทอดความรู้ ในด้านพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ๆ แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑



ขั้นตอนการดำเนินการโครงการได้ร่วมกับคณะกรรมการคัดเลือกผู้ประกอบการตามเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด เพื่อจัดกิจกรรมแสดงสินค้า จำหน่ายสินค้า และไปเจรจาหาคู่ค้าในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ราย โดยเมื่อได้ดำเนินการคัดเลือกผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว ได้มีการจัดฝึกอบรมเตรียมความพร้อมก่อนไปเจรจาธุรกิจให้กับผู้ที่จะไปจำหน่ายสินค้า เจริญธุรกิจ ในต่างประเทศ แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ โดยในวันที่ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ เวลา ๙.๐๐ - ๑๖.๓๐ น. ณ ห้องเจดีย์ ๑ โรงแรมไมด้า ทวาราวดี แกรนด์ นครปฐม อ. เมือง จ. นครปฐม ได้มีผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้าร่วมการจัดอบรมเตรียมความพร้อมก่อนไปเจรจาธุรกิจในต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น ๓๐ ราย ประกอบด้วย จังหวัดนครปฐม ๘ ราย จังหวัดราชบุรี ๘ ราย จังหวัดกาญจนบุรี ๗ ราย และจังหวัดสุพรรณบุรี ๗ ราย โดยมีวิทยากรที่มีประสบการณ์และคุณวุฒิ ทำการอบรมในหัวข้อต่อไปนี้

- เรื่อง “การกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ และการจัดทำ Price list”
- เรื่อง “การจัด Display หน้าร้าน”
- เรื่อง “การเรียนรู้พฤติกรรมกรรมการบริโภคของประเทศที่จะไปจำหน่ายสินค้า”

- เรื่อง “การจัดอบรมภาษาอังกฤษสำหรับการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ”
- เรื่อง “การเตรียมผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดต่างประเทศ”
- ชี้แจงรายละเอียดการเตรียมความพร้อมสำหรับการเดินทางไปจัดงานแสดงสินค้า ณ ประเทศฟิลิปปินส์
- เรื่อง “การคำนวณ Minimum Order”

จากกิจกรรมข้างต้นโครงการฯ ได้ดำเนินกิจกรรมการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกทำให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการเข้าถึงสำหรับลูกค้าต่างชาติได้อย่างดี โดยเฉพาะผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่สามารถเน้นคุณภาพสินค้าและเป็นแหล่งผลิตอาหารที่ปลอดภัย นำไปสู่มาตรฐานสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ในระดับโลก

## **กิจกรรมแสดง จำหน่ายสินค้า และจับคู่ธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ AEC+๖**

กิจกรรมสุดท้ายกิจกรรมแสดง จำหน่ายสินค้า และจับคู่ธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ AEC+๖ เป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้นด้วยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ โดยการจัดแสดง จำหน่ายสินค้า และการจับคู่

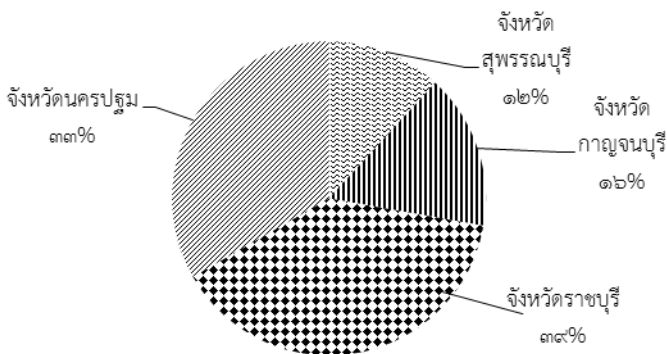
ธุรกิจ在不同ประเทศ (AEC+๖) (จำนวน ๓๐ ราย) ประกอบไปด้วย จังหวัดนครปฐม ๘ ราย จังหวัดราชบุรี ๘ ราย จังหวัดกาญจนบุรี ๗ ราย และจังหวัดสุพรรณบุรี ๗ ราย โดยกิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเปิดโอกาสช่องทางการตลาดใหม่แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ และเพื่อส่งเสริมการขยาย ธุรกิจ และเปิดตลาดเชิงรุกแก่ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่กลุ่ม จังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในต่างประเทศ (AEC+๖)

โครงการฯ ได้นำผู้ประกอบการจำนวน ๓๐ รายที่ได้ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดเข้าร่วมกิจกรรมแสดง จำหน่าย สินค้า และจับคู่ธุรกิจ ภายในงาน Thailand OTOP Expo ๒๐๑๖ ระหว่างวันที่ ๒๗ - ๒๙ เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ ณ ลานแสดง สินค้า ห้างสรรพสินค้า Central Plaza Market Market ย่าน Bonifacio Global City, Taguig City กรุงมะนิลา ประเทศ ฟิลิปปินส์ ผลการจำหน่ายสินค้าและเจรจาธุรกิจสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ประกอบการทั้ง ๓๐ ราย สามารถสร้างยอดจำหน่ายตัวอย่าง สินค้าได้ทั้งสิ้น ๔๑๐,๘๙๓ บาท และมีผลการเจรจาธุรกิจกับบริษัท ต่างชาติทั้งสิ้น ๑๖ ราย ประกอบด้วย บริษัทจำกัด ซองเดอร์ไทย ออร์การ์นิคฟู้ดส์ จำนวน ๓ ราย หจก. แม่ละมาย ๑ ราย บริษัท ซี.เค. อินดัสทรี (๒๐๐๐) จำกัด ๒ ราย กลุ่มสตรีอาสาพัฒนา เกษตรกรทุ่งสมอ ๒ ราย บริษัท สยามบานาน่า จำกัด ๒ ราย ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเนียนนา ๑ ราย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มะขามทอง ๑ ราย กลุ่มกระเป่าหนังคั้งน้ำวน ราชบุรี ๒ ราย หมวก กัญยูวี ๑ ราย ดังมีรายละเอียดสัดส่วนยอดจำหน่ายสินค้าดังต่อไปนี้

### ยอดจำหน่ายตัวอย่างสินค้า (บาท)

จังหวัดสุพรรณบุรี	๔๘,๖๔๗.๐๐
จังหวัดกาญจนบุรี	๖๕,๕๑๐.๐๐
จังหวัดราชบุรี	๑๕๙,๙๒๗.๐๐
จังหวัดนครปฐม	๑๓๖,๘๐๙.๐๐
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>๔๑๐,๘๙๓.๐๐</b>

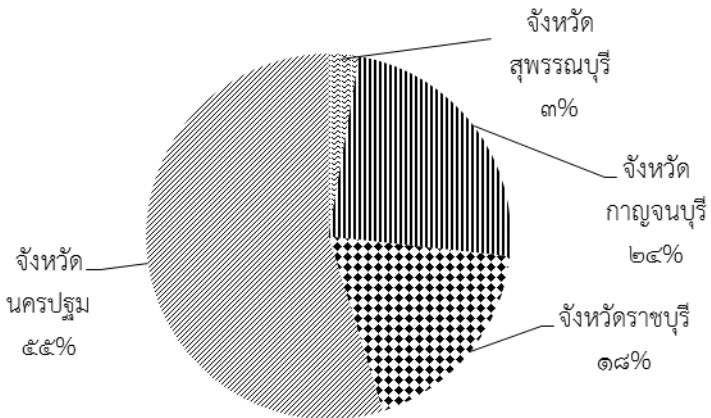
### สัดส่วนยอดจำหน่ายตัวอย่างสินค้าในแต่ละจังหวัด



### ยอดสั่งซื้อสินค้า (บาท)

จังหวัดสุพรรณบุรี	๓๐๐,๐๐๐
จังหวัดกาญจนบุรี	๒,๗๐๐,๐๐๐
จังหวัดราชบุรี	๒,๐๗๐,๐๐๐
จังหวัดนครปฐม	๖,๑๕๐,๐๐๐
<b>รวม</b>	<b>๑๑,๒๒๐,๐๐๐</b>

### สัดส่วนยอดสั่งซื้อสินค้าในแต่ละจังหวัด



## ผลลัพธ์โครงการตามตัวชี้วัดและเป้าหมายหลัก

โครงการสนับสนุนเครือข่าย SME ใน ๑๘ กลุ่มจังหวัด กิจกรรม “Green and Clean Product” ของกลุ่มจังหวัด ภาคกลางตอนล่าง ๑ มีการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์เสริมความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูปในแนวคิด Green and Clean โดยแผนยุทธศาสตร์นี้เป็นการบูรณาการทฤษฎีและแนวคิด Cluster กับห่วงโซ่อุตสาหกรรมในพื้นที่ทั้งสี่จังหวัด ได้แก่ นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี และสุพรรณบุรี เพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs สินค้าเกษตรแปรรูปในการจัดทำแผนได้มีการระดมสมองจากกลุ่มผู้ประกอบการทั้งสี่จังหวัด รวมทั้งได้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการทำแผนพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นแผนที่สามารถจับต้องได้และสามารถนำไปปฏิบัติการได้ทันทีในปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ ซึ่งเป็นไปตามตัวชี้วัดเรื่องการมีแผนพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการเกษตรและเกษตรแปรรูปของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ จำนวน ๑ แผน

การดำเนินการเพื่อจัดทำแผนได้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ ทั้งสี่จังหวัด โดยกิจกรรมการสร้างเครือข่ายดังกล่าว

สามารถเชิญกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมายมาเข้าอบรมและรับฟัง  
แนวทางการพัฒนาเครือข่ายเป็นจำนวน ๒๕๔ ราย (ที่ได้ตอบ  
แบบสอบถามและร่วมกิจกรรมอย่างครบถ้วนในช่วงแรก) ซึ่งเป็นไป  
ตามตัวชี้วัดเรื่องผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนา  
เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันไม่น้อยกว่า ๒๕๐ ราย

โครงการฯ ได้มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้  
ผู้ประกอบการในเบื้องต้น ๔ ครั้งในทุกจังหวัดที่เป็นสมาชิก  
เครือข่าย เพื่อเพิ่มศักยภาพเชิงธุรกิจของเครือข่าย โดยมีผู้เข้าอบรม  
ไม่น้อยกว่า ๕๐ รายในแต่ละครั้ง จากนั้นเป็นการคัดเลือก  
ผู้ประกอบการจำนวน ๑๐๐ รายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมดูงาน  
ภายในประเทศ และมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุกโดยการจัด  
อบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสนใจกับเนื้อหา  
ในการบรรยายจากวิทยากรที่มีประสบการณ์และมีองค์ความรู้  
ทางด้านบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูป  
กิจกรรมในส่วนต่อไปเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงสินค้าและ  
จัดจำหน่ายในประเทศ (งานแสดงสินค้าและจับคู่ธุรกิจ SMEs กลุ่ม  
จังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑) มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งเป็นสมาชิก  
เครือข่ายผู้ประกอบการใน Cluster จำนวน ๘๓ ราย ซึ่งเป็นไปตาม  
ตัวชี้วัดเรื่อง ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการได้สร้างโอกาสทาง  
การตลาดเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย นอกจากนี้ในงานนี้  
ผู้ประกอบการหลายรายสามารถจับคู่ธุรกิจได้อย่างประสบ  
ความสำเร็จในงานนี้จำนวน ๑๙ ราย ซึ่งเป็นไปตามตัวชี้วัดว่า  
ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการได้คู่ค้าทางธุรกิจไม่น้อยกว่า ๕ ราย

และในงานนี้เองมียอดจัดจำหน่ายตัวอย่างสินค้าของผู้ประกอบการ  
ทั้ง ๔ จังหวัดจำนวน ๑,๕๒๗,๙๙๕ บาท ตลอดการจัดกิจกรรม

สุดท้ายของกิจกรรมจากกลุ่มผู้ประกอบการในเครือข่ายที่  
เข้าร่วมโครงการ มี ๓๐ รายที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมกิจกรรม  
การเตรียมความพร้อมก่อนไปเจรจาธุรกิจต่างประเทศ และกิจกรรม  
การส่งเสริมการตลาดเชิงรุกและพัฒนาตลาดไปยังกลุ่มตลาด  
ต่างประเทศที่น่าสนใจ ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการดำเนินการ  
ในส่วนนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ยกระดับขีดความสามารถในการ  
แข่งขันทางธุรกิจ และมีโอกาสเข้าสู่การเจรจาธุรกิจหรือมีการขยาย  
การค้าหรือมีการเพิ่มมูลค่าการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่ง  
โครงการได้จัดให้ไปแสดงและจัดจำหน่ายสินค้าที่ประเทศฟิลิปปินส์  
การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือก  
ทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการ  
เข้าถึงสำหรับลูกค้าต่างชาติได้อย่างดี โดยเฉพาะผู้ประกอบการ  
อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่สามารถเน้นคุณภาพสินค้าและ  
เป็นแหล่งผลิตอาหารที่ปลอดภัย นำไปสู่มาตรฐานสินค้าเกษตรที่มี  
ศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ในระดับโลกผู้ประกอบการ  
จำนวน ๓๐ รายที่ได้ เข้าร่วมกิจกรรมแสดง จำหน่ายสินค้า และ  
จับคู่ธุรกิจที่กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ ได้ทดสอบตลาดและ  
จำหน่ายตัวอย่างสินค้ามูลค่า ๔๑๐,๘๙๓ บาท เกิดคู่ค้าในการ  
เจรจาธุรกิจจำนวน ๒๙ คู่ ซึ่งเป็นไปตามตัวชี้วัดว่าผู้ประกอบการ



ที่เข้าร่วมโครงการได้คู่ค้าทางธุรกิจไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยมียอดสั่งซื้อเป็นเงินจำนวน ๑๑,๒๒๐,๐๐๐ บาท

ท้ายที่สุดนี้เมื่อรวมยอดจำหน่ายสินค้าจากกิจกรรมแสดง และจัดจำหน่ายสินค้า และกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ SMEs ในประเทศ และยอดจำหน่ายตัวอย่างสินค้าและยอดสั่งซื้อสินค้าที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมแสดงและจัดจำหน่ายสินค้าที่ประเทศฟิลิปปินส์ทั้งสิ้น ๑๓,๑๕๘,๘๘๘ บาท ซึ่งเป็นไปตามตัวชี้วัดว่าผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ไม่น้อยกว่า ๑๒ ล้าน บาท ทั้งนี้จากบทสรุปการดำเนินโครงการสนับสนุนเครือข่าย SME ใน ๑๘ กลุ่มจังหวัดกิจกรรม “Green and Clean Product” ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ ถือว่ามีตัวชี้วัดและผลลัพธ์โครงการที่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายหลักที่วางไว้ โดยเฉพาะการสร้างจุดเริ่มต้นของเครือข่ายทวาราวดี ที่มีจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูปจากอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำทั้งสิ้น ๒๕๔ รายได้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพและเปิดโอกาสทางธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นไปตามตัวชี้วัดเรื่องเครือข่ายที่ได้รับการพัฒนาที่มีความเข้มแข็ง ไม่น้อยกว่า ๑ เครือข่าย

## ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการดำเนินการโครงการ

ในการดำเนินโครงการนี้ แม้การทำงานจะได้รับความร่วมมือและความเต็มใจในการร่วมดำเนินการจากทุกฝ่าย โดยเฉพาะทีมผู้รับผิดชอบโครงการทุกท่าน รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการในเครือข่ายจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ ที่มีความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด โดยสรุปข้อจำกัดได้แก่

- ๑) ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการ กระบวนการสื่อสารยังมีข้อจำกัด เช่น การเน้นการเผยแพร่ข่าวสารเฉพาะสื่อภาครัฐ เช่น กรมประชาสัมพันธ์
- ๒) กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เครือข่ายยังไม่สามารถดำเนินการได้เต็มที่ เนื่องจากมีระยะเวลาจำกัด
- ๓) เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละรายมีภูมิหลังการศึกษาและประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันออกไป จึงอาจไม่เหมาะสมกับเนื้อหาในการจัดอบรมในเชิงปฏิบัติการที่มีหัวข้ออบรมที่เฉพาะเจาะจงเกินไป
- ๔) ช่วงระยะเวลาในการเตรียมกิจกรรมแสดงสินค้ามีจำกัด
- ๕) จำนวนการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศมีเพียงครั้งเดียว ทำให้การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาจไม่สัมฤทธิ์ผล
- ๖) ข้อจำกัดในการพัฒนาต่อยอด Cluster Development Agents ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ Cluster ที่มีบทบาทเป็น

ผู้นำให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในการพัฒนา Cluster  
อย่างยั่งยืน

จากข้อจำกัดดังกล่าวทำให้สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะ  
ที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในกลุ่ม  
จังหวัด สำหรับโครงการในอนาคตต่อไปได้ ดังนี้

- ๑) การสร้างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ  
เช่น อาจจะต้องใช้สื่อท้องถิ่นเพิ่มเติม หรือสื่อทางด้าน  
อินเทอร์เน็ตสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการที่เป็น  
บุคลากรสมัยใหม่
- ๒) กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เครือข่าย ควรกำหนด  
ระยะเวลาให้เพียงพอกับการเก็บข้อมูลเชิงลึก และควรมี  
งบประมาณเพิ่มเติมเพื่อความพร้อมในการเก็บข้อมูล
- ๓) การจัดอบรมในเชิงปฏิบัติการ โครงการควรกำหนด  
กลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการที่มีความสนใจใกล้เคียงกัน  
และอาจมีการประเมินกลุ่มผู้เข้าอบรมถึงภูมิหลังการศึกษา  
และประเภทอุตสาหกรรมที่มีความใกล้เคียงกันมากกว่านี้
- ๔) การเพิ่มช่วงระยะเวลาในการเตรียมกิจกรรมแสดงสินค้า  
อย่างน้อยประมาณหกเดือนขึ้นไป จะทำให้สามารถหา  
พื้นที่ที่มีศักยภาพได้ สามารถวางแผนสื่อสารให้กับ  
กลุ่มผู้ประกอบการได้อย่างสัมฤทธิ์ผลมากขึ้น
- ๕) ควรมีการจัดกิจกรรมดังกล่าวอย่างน้อยในและต่างประเทศ  
ไม่ต่ำกว่า ๓ ครั้ง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเก็บเกี่ยว  
ประสบการณ์และสามารถเชื่อมโยงธุรกิจกับผู้ประกอบการ  
ในอุตสาหกรรมเดียวกันได้มากขึ้น

๖) สำหรับข้อเสนอแนะในส่วนสุดท้าย คือ การสร้างระบบการดำเนินงานเพื่อพัฒนาต่อยอดจากเม็ดเงินลงทุนในส่วนแรก ทำการสร้างและพัฒนา Cluster Development Agents ที่จะทำหน้าที่เป็นกลไกในการผลักดันผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ให้เข้าร่วมโครงการในระยะยาวและยั่งยืนภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัดอย่างใกล้ชิด