



ISSN 0125-8516
<http://e-journal.dip.go.th>

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 57 ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2558

วี.เอส.คราฟท์ จ.ปทุมธานี
ศิลปะจากทองเหลืองฝีมือคนไทย

แดงแอนด์เนือง จ.หนองคาย
โอท็อปจิบไว้น้ำขนส่ง

OTOP ราชบุรี
ภูมิปัญญาไทย ถ้าวไกลสู่สากล

ดงบัง จ.ปราจีนบุรี
หมู่บ้านสมุนไพรบวญจ

บิ๊วะ จากโอท็อปบ้านนอก
กลายเป็นโอท็อปไฮโซ

ศูนย์กระจายสินค้าเซรามิก กสอ.
ช่องทางเสริมตลาดโอท็อปลำปาง

เพิ่มขีดความสามารถ
OTOP

ISSN 0125851-6



หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน)

158 ถนนทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000

โทรศัพท์ (053) 245 361-2, 243 494, 242 226

โทรสาร (053) 248 315

e-mail: ipc1@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

(พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ตาก)

292 ถนนเลี้ยวเมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านกล้วย

อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000

โทรศัพท์ (055) 282 957-9 โทรสาร (055) 283 021

e-mail: ipc2@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี

ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี)

200 ม.8 ถนนเลี้ยวเมือง ต.ท่าหลวง

อ.เมือง จ.พิจิตร 66000 โทรศัพท์ (056) 613 161-5

โทรสาร (056) 613 559 e-mail: ipc3@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา

นครปฐม นนทบุรี ราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม

เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)

117 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ต.ดอนก่ายาน

อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000

โทรศัพท์ (035) 441 027, 441 029, 441 031

โทรสาร (035) 441 030

e-mail: ipc8@dip.go.th

หน่วยงานส่วนกลาง

(กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ

นนทบุรี ปทุมธานี ถนนพระรามที่ 6 ราชเทวี กรุงเทพฯ

10400

โทรศัพท์ 0 2202 4422-3 โทรสาร 0 2354 3152

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

(สงขลา ตรัง พัทลุง สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)

165 ถนนกาญจนวนิช ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904

e-mail: ipc11@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

(อุดรธานี หนองบัวลำภู หนองคาย เลย)

399 ม.11 ถนนมิตรภาพ ต.โนนสูง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41330

โทรศัพท์ (042) 207 232-6, 207-238 โทรสาร (042) 207 241

e-mail: ipc4@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

(ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด

มุกดาหาร สกลนคร)

86 ถนนมิตรภาพ ต.สำราญ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000

โทรศัพท์ (043) 379 296-9 โทรสาร (043) 379 302

e-mail: ipc5@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

(อุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ)

222 หมู่ที่ 24 ถนนคลังอาวุธ ต.ขามใหญ่ อ.เมือง

จ.อุบลราชธานี 34000

โทรศัพท์ (045) 313 772, (045) 313 945,

(045) 314 216, (045) 314 217

โทรสาร (045) 312 378, (045) 312 493

e-mail: ipc7@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6

(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์)

333 ถนนมิตรภาพ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา 30170

โทรศัพท์ (044) 419 622 โทรสาร (044) 419 089

e-mail: ipc6@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

(ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี สระบุรี

ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)

67 ม.1 ถนนสุขุมวิท ต.เสม็ด อ. เมือง จ.ชลบุรี 20000

โทรศัพท์ (038) 261-203, 273-702, 784 654-5

โทรสาร (038) 273 701

e-mail: ipc9@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

(นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)

131 ม.2 ถนนเทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000

โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449

e-mail: cre-pic10@dip.go.th

Contents

ฉบับเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2558



05 Article

ตามรอยเท้าพ่อ



13 Show case

หมู่บ้านถวาย จ.เชียงใหม่ ไอทอปท่องเที่ยวแห่งแรกของไทย



10 Interview

นิสกร จีงเจริญธรรม ส่งเสริมนวัตกรรมพาสินค้า OTOP สู่อสากล

24 Idea SMEs

วี.เอส.คราฟท์ ธุรกิจของตกแต่งบ้านจากทองเหลืองเปิดใจถึงอย่างก้าวที่ยั่งยืนและมีคุณภาพจากกลุ่มคัลส์เตอร์นวัตศิลป์บางกอก



08 Knowledge

ยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการ OTOP-SMEs พร้อมรับมือการแข่งขันในตลาดอาเซียน

15 Smart SMEs

แต่งแผนเมือง จ.หนองคาย
ไอทอป 5 ดาวยาวนาน 8 ปี
ขนส่งฉับไวเอาใจลูกค้าทั่วประเทศ

18 Opportunity

‘ดงบัง’ จ.ปราจีนบุรี หมู่บ้านสมุนไพรครบวงจร

20 Otop Focus

OTOP ราชบุรี ภูมิปัญญาไทย ก้าวไกลสู่สากล

27 Product Design

29 News

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจับมือกับห้างเซ็นทรัล
สร้างอาชีพและรายได้สู่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

31 Logistic

โครงข่ายเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าสู่ภูมิภาค

34 OTOP update

ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าเซรามิก
และหัตถอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง
ช่องทางการตลาดเพื่อผู้ประกอบการไซส์เล็ก

36 Innovation

ผลไม้ “บิวะ”
จากไอทอปบ้านนอกกลายเป็นไอทอปไฮโซ

38 Information

เงินทุนหมุนเวียนดอกเบี๋ยต่ำ
เพื่อการส่งเสริมอาชีพอุตสาหกรรม
ในครอบครัวและหัตถกรรมไทย

40 Good Governance

ไม่ถาม ไม่พูด ไม่อธิบาย

41 Book Corner

โอท็อป : พันธุ์พืชไร่เล็ก ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภูมิภาค

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีนโยบายที่เรียกว่า “ดิจิทัลเพื่อวิสาหกิจชุมชน” (Digital for OTOP) เป็นการส่งเสริมและพัฒนาให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ที่มีศักยภาพสามารถทำการตลาดด้วยสื่อดิจิทัลและสื่อออนไลน์ ผ่านกระบวนการอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำในการใช้สื่อออนไลน์ และการจัดทำเว็บไซต์รูปแบบอีคอมเมิร์ซ และสื่อสังคมออนไลน์ โดยกำหนดเป้าหมายที่กลุ่มรักษุมิปัญญาที่มีศักยภาพในการเข้าสู่ตลาดระดับสากล เพื่อนำเสนอวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และภูมิปัญญา ที่นำมาใช้สร้างสรรค์และออกแบบผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้นได้ โดยกำหนดไว้ชัดเจนว่าในปี 2558 จะต้องดำเนินการให้เป็นรูปธรรมอย่างน้อย 70 ราย/ผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังได้จับมือกับผู้บริหารของห้างสรรพสินค้ายักษ์ใหญ่ของเมืองไทย ในการนำผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนเข้าไปเปิดตลาดในห้างอย่างเป็นรูปธรรม รูปแบบที่นำจับตามองของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการสนับสนุนผู้ประกอบการโอท็อปที่เรียกว่า Cluster Otop เป็นการพัฒนาระบบเครือข่ายของผู้ประกอบการโอท็อป ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อันเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการโอท็อปก้าวสู่ระดับสากลได้อย่างจริงจัง

ต้องยอมรับว่า ผลิตภัณฑ์โอท็อป คือพันธุ์พืชไร่เล็กๆ ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในท้องถิ่นทั่วภูมิภาคของประเทศไทยให้เติบโตอย่างแข็งแกร่ง และสร้างกลไกการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่มีมูลค่ามหาศาล

บรรณาธิการบริหาร

อุตสาหกรรมสาร

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นายอาทิตย์ วุฒิกะโร

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายมานพ ชีวธนาสุนทร

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางสาวนิสากร จึงเจริญธรรม

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางยุพรัตน์ ศตวิริยะ

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการอำนวยการ

นางสาวสายสัมพันธ์ จิรวุฒิกุล

รักษาราชการแทนผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลียนไหม

กองบรรณาธิการ

นายวีระพล ผ่องสุภา, นางสมจิตต์ เดียวสุนทรวงศ์,
นายชเนศ ศรีพิทักษ์, นายไพฑูรย์ มะเมียเมือง, นางเกสรา ภูแดง,
นางสุรางค์ งามวงศ์, นางสาวกนกกรักษ์ นฤกุลโรจน์

ฝ่ายภาพ

นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์, นางสมใจ รัตนโชติ,
นายธนาธิกร กล้าพัก, นายสุทิน คณาเดิม,

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลิกา ชุมศรี, นายสุรินทร์ ม่วงน้อย,
นางสาวศิริธร ชัยรัตน์, นายธวัชชัย มะกล้าทอง

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด
77/14 หมู่บ้านชลลดา ซ.2 ถนนสายไหม
แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220
โทร. 0 2991 3031-3 แฟกซ์. 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม
จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. ส่งทางไปรษณีย์เจ้าหน้าที่ของถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

2. ส่งทางเครื่องโทรสารหมายเลข 0 2354 3299

3. ส่งทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้
เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสาร
ไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการ”



ตามรอยเท้าพ่อ

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการออก เยี่ยมราษฎรทั่วทุกภูมิภาค ตั้งแต่เยาว์วัยจนถึงปัจจุบัน และถวายงานรับใช้เบื้องพระยุคลบาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พ่อหลวงของแผ่นดิน ด้วยการทรงงานหนักทุกวัน และไม่มีสักวันที่พระองค์จะละทิ้งประชาชน เพื่อให้กำลังใจและเข้าใจความเป็นอยู่ที่แท้จริงอันนำมาสู่แนวการพัฒนาแบบยั่งยืนในด้านต่างๆ อาทิ ด้านพัฒนาเด็กและเยาวชนรวมถึงนักเรียน, ด้านพัฒนาอาชีพ, ด้านความร่วมมือกับนานาชาติ โครงการพระราชดำริต่างๆ เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่อยู่ในถิ่นทุรกันดาร จึงดำเนินการขึ้นอย่างต่อเนื่อง

งานพัฒนาอาชีพคือแนวทางการสร้างสังคมให้แข็งแรง และยั่งยืน พระองค์จึงมีพระราชดำริให้ส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชนในถิ่นทุรกันดาร ด้วยการดำเนินงาน “การพัฒนากลุ่มอาชีพประชาชนในถิ่นทุรกันดาร” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา โดยมีพระราชประสงค์ เพื่อให้ประชาชนในถิ่นทุรกันดารรวมกันเป็นกลุ่มอาชีพ ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขึ้นมาเพื่อนำไปจำหน่าย ซึ่งจะทำให้ครอบครัวของ





ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้ และ
ยังส่งผลให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น รวมทั้งยังทำให้เกิดความ
ร่วมมือ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดทักษะในการใช้
กระบวนการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน และสามารถ
สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน อีกทั้งยังเป็นการพัฒนา
ศักยภาพทางการตลาด ในด้านการผลิตการจัดการ
กลุ่ม และมีจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันเพื่อผลประโยชน์
ส่วนรวม” ซึ่งนับได้ว่าเป็นแนวทางพัฒนาต้นแบบ และต่อมา
หน่วยงานราชการได้นำมาเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ชุมชนหรือโอท็อปขยายวงกว้างขึ้น

ปัจจุบันมีกลุ่มอาชีพประชาชนในถิ่นทุรกันดาร
ทั้งหมด 150 กลุ่ม ทั่วทั้ง 4 ภาคของประเทศ และมีจำนวน
สมาชิกรวมทั้งสิ้น 3,963 คน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มอาชีพที่
ทรงพระราชทานความช่วยเหลือ ในพื้นที่ประสบภัยต่างๆ อาทิ
พื้นที่จังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยสึนามิ พื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์
ซึ่งประสบอุทกภัย เป็นต้น (ข้อมูลปี 2557) โดยมีผลิตภัณฑ์ใน
โครงการ จำนวน 7 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ตัดเย็บและแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้า
3. กลุ่มเครื่องจักสานและแกะสลัก
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร
5. กลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหม
6. กลุ่มผลิตภัณฑ์ปักและตกแต่งผ้า
7. กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติและ
แปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้า (ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติทอมือกะเหรี่ยง)

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
โปรดเกล้าฯ ให้สำนักงานโครงการส่วนพระองค์ฯ ร่วมกับหน่วยงาน
ราชการและองค์กรส่วนท้องถิ่นที่ร่วมปฏิบัติงาน ดำเนินกิจกรรม
เพื่อพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของกลุ่มอาชีพในด้านต่างๆ ทั้งใน
ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการ
พัฒนาความรู้เพื่อเพิ่มทักษะฝีมือให้แก่สมาชิก ดังโครงการที่ได้
ดำเนินงานแล้ว อาทิ

- โครงการฝึกอบรมเทคนิคการย้อมผ้าสีธรรมชาติของ
กลุ่มอาชีพทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านป่าสัก อำเภอท่าสองยาง
จังหวัดตาก
- โครงการประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานกลุ่มส่งเสริม
อาชีพตามพระราชดำริในพื้นที่จังหวัดตาก
- โครงการประชุมสัมมนาวางแนวทางการผลิตสินค้า
แปรรูปแก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรณยาวสามัคคี แม่บ้านนายาว
ตัดเย็บ แม่บ้านนายาวกลุ่มทอผ้าขาวม้า แม่บ้านนายาวจักสาน
และเกษตรกรบ้านทุ่งเหียง ตำบลท่ากระดาน อำเภอสนมชัยเขต
จังหวัดฉะเชิงเทรา
- โครงการฝึกอบรมการจัดการกลุ่ม การจัดทำบัญชี
และทะเบียนต่างๆ ให้กับกลุ่มอาชีพทอผ้าและกลุ่มแปรรูป
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ในโครงการส่งเสริมอาชีพประชาชนใน
ถิ่นทุรกันดาร ตามพระราชดำริ ที่อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร
- โครงการฝึกอบรมการจัดการกลุ่ม การจัดทำบัญชี
และพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปถั่วลิสงคั่วทราย เพื่อเพิ่มมูลค่า
กลุ่มเกษตรกรบ้านดงนา ตำบลหนามแท่ง อำเภอศรีเมืองใหม่
จังหวัดอุบลราชธานี ในโครงการส่งเสริมอาชีพตามพระราชดำริ



ภาพฝีพระหัตถ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี 2556 พระราชทานแก่ ร้านภูฟ้า



• โครงการประชุมเพื่อวางแผนการผลิตสินค้า กลุ่มอาชีพประชาชนในถิ่นทุรกันดารในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

จากโครงการต่างๆ ที่ประชาชนได้รับโอกาสการเข้าถึงความรู้ และกระบวนการจัดการที่ถูกต้องทำให้เกิดผลผลิตและผลิตภัณฑ์มากมายจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในปีพุทธศักราช 2544 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งร้านขึ้นในกองทุนพัฒนาเด็กและเยาวชนในถิ่นทุรกันดาร (กพด.) พระราชทานชื่อร้านว่า “ร้านภูฟ้า” เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของโครงการส่งเสริมอาชีพตามพระราชดำริ เป็นการสร้างวงจรการผลิตและการตลาดที่สมบูรณ์จากการผลิตของชาวบ้านในถิ่นทุรกันดารสู่กระบวนการทางการตลาดไปยังลูกค้าในเมืองเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีการจัดการคลังสินค้าที่เหมาะสมและมีแหล่งจำหน่ายประจำที่ถาวร

ร้านภูฟ้าสาขาแรกที่เปิดดำเนินการคือ สาขาสยามดิศพ์พาวอรี ถนนพระราม 1 ต่อมาได้เปิดสาขาต่างๆ เพิ่มขึ้นโดยลำดับ ในปัจจุบัน มีร้านภูฟ้าสาขาต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด 15 สาขา นอกจากนี้ยังมีร้านภูฟ้าผสมผสาน ที่ชั้น 4 สยามพารากอน ซึ่งเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ที่ผสมผสานศาสตร์ทั้งวิทยาศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน โดยยึดหลัก “จากภูมิปัญญาแผ่นดิน สู่การทำกินที่พอเพียง” และทั้งหมดนี้คือพระอัจฉริยภาพส่วนหนึ่งที่พระองค์ได้ทรงพระกรุณานำมาพัฒนาประชาชนเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความห่วงใยที่พระองค์มีให้กับประชาชน

เนื่องในวโรกาส สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุ ครบ 60 พรรษา ในวันที่ 2 เมษายน 2558 ซึ่งนับเป็นปีมหามงคลยิ่ง พสกนิกรทุกหมู่เหล่าสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ จึงขอถวายพระพรให้พระองค์ทรงพระเจริญยิ่งยืนนาน.



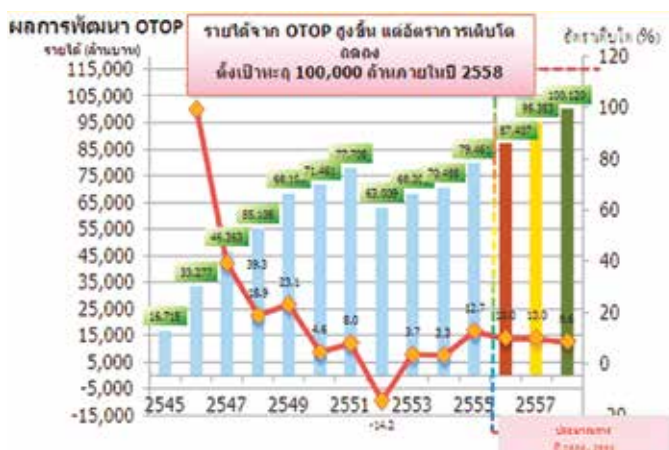
รูปภาพจาก
<https://facebook.com/PHUFASHOP>



ยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการ OTOP-SMEs พร้อมรับมือการแข่งขันในตลาดอาเซียน



แนวโน้มรายได้จากโอทอป ที่สูงขึ้นเรื่อยๆ แต่อัตราการเติบโตลดลง ขณะที่รัฐบาลตั้งเป้าว่ารายได้จากโอทอปจะสูงถึง 100,000 ล้านบาท ภายในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นอัตราการคาดการณ์ที่สูงมาก ประกอบกับในปีนี้ ก็จะเกิดการเปิดเสรีทางการค้าและเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะเกิดคู่แข่งและแนวโน้มการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงในตลาดโลก ทำให้ภาคอุตสาหกรรมไทยต้องปรับตัวให้พร้อมรับมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการสินค้าโอทอป และเอสเอ็มอี ซึ่งเป็นธุรกิจชุมชนขนาดเล็กที่ยังขาดความแข็งแกร่งในการต่อสู้ทางธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการโอทอปไทยจำเป็นต้องพัฒนาตัวเองให้เข้มแข็ง สร้างเอกลักษณ์ของตัวเองและขยายโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งจากต่างประเทศในภาวะการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นให้ได้



ตาราง: รายได้จาก OTOP ปี พ.ศ. 2545-2558

ที่มา: กรมการค้าภายใน (2556)

จากตาราง แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มรายได้จากโอท็อปที่สูงขึ้นเรื่อยๆ แต่อัตราการเติบโตลดลง ขณะที่รัฐบาลตั้งเป้าว่ารายได้จากโอท็อป จะสูงถึง 100,000 ล้านบาท ภายในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงมาก ประกอบกับในปีนี้ก็เกิดการแข่งขันทางการค้าและเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเกิดคู่แข่งและแนวโน้มการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงในตลาดโลก ทำให้ภาคอุตสาหกรรมไทยต้องปรับตัวให้พร้อมรับมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปและเอสเอ็มอี ซึ่งเป็นธุรกิจชุมชนขนาดเล็กที่ยังขาดความแข็งแกร่งในการต่อสู้ทางธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการโอท็อป ไทยจำเป็นต้องพัฒนาตัวเองให้เข้มแข็ง สร้างเอกลักษณ์ของตัวเองและขยายโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งจากต่างประเทศในภาวะการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นให้ได้



ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนจะต้องร่วมมือกันเพื่อเร่งแก้ไขปัญหของโอท็อป อาทิเช่น ปัญหาด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและแหล่งเงินทุน ด้านเทคโนโลยี และการกระจายการสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้น รวมถึงต้องเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการโอท็อป ผู้การเปิดตลาดอาเซียน โดยเน้นการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าโอท็อปไทยในเชิงรุกอย่างบูรณาการและเชื่อมโยงกัน โดยสร้างเครือข่ายและโอกาสในการยกระดับการค้า-บริการ พัฒนาเรื่องของภาษา ควบคู่กับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและพัฒนาองค์ความรู้เรื่องของการผลิต นวัตกรรมสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและได้มาตรฐานในระดับสากลอย่างต่อเนื่อง ด้านการผลิต ควรพัฒนาองค์ความรู้เดิมผสมผสานกับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยสร้างงาน ซึ่งจะส่งผลให้การผลิตและการพัฒนาสินค้าเป็นไปอย่างมีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ด้านการเงินและแหล่งเงินทุน ควรศึกษาการใช้ระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างระบบการบริหารจัดการที่ดี ด้านเทคโนโลยี ควรเตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้การนำเทคโนโลยีและเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการทำงานเพื่อลดต้นทุน ทุนแรงงานคนที่มีอยู่ และยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไปพร้อมกันอีกด้วย ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ในการอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับ AEC ที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการ พร้อมทั้งการสนับสนุนเรื่องแหล่งเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการโอท็อปเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อสร้างความมั่นใจและความแข็งแกร่งของการแข่งขันทั้งเชิงรับในประเทศและเชิงรุกสู่ต่างประเทศที่มีศักยภาพและยั่งยืน



ข้อมูลจาก

www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_june_14/pdf/aw18.pdf
www.most.go.th/main/index.php/product/thailands-gift2015/169-2014-12-17-07-40-28/4154-otop-5-science-technology-and-innovation-matching-programme-stimp.html#sthash.56laMiTh.dpuf

นิสากร จังเจริญธรรม

ส่งเสริมวัฒนธรรมสินค้า OTOP สู่อสากล



แนวคิดการเพิ่มภูมิปัญญาชาวบ้านกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เกิดมาเพื่อต้องการยกระดับฐานะและสร้างความเจริญให้กับชาวบ้านในชุมชน เพื่อจัดการกับทรัพยากรในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าคุณภาพได้ ซึ่งความสำคัญของการผลิตสินค้าโอท็อปนั้น ไม่ได้อยู่ที่ตัวผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกระบวนการทางความคิด การบริหารให้เกิดการเรียนรู้ทำให้สินค้ามีจุดเด่นพอที่จะชูอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นได้

นางสาวนิสากร จังเจริญธรรม รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เล่าถึงบทบาทของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนตั้งแต่แรกเริ่มถึงปัจจุบันว่า “สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนเป็นสำนักงานที่เกิดขึ้นมานาน เดิมเป็นการรวมตัวของสองกองเข้าด้วยกัน คือ กองอุตสาหกรรมในครอบครัวและกองส่งเสริมหัตถกรรมไทย พอมารวมกันจึงใช้ชื่อว่า สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน ซึ่งอายุของสำนักนี้ก็ย่างเข้าสู่ปีที่ 73 เท่ากับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อีกทั้งหน่วยงานนี้เป็นภารกิจดั้งเดิมที่ทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมดำเนินงานมา

โดยแรกเริ่มสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนมุ่งเน้นส่งเสริมเรื่องงานหัตถกรรม งานฝีมือ เน้นการสร้างรายได้และอาชีพเสริมให้แก่ชาวบ้าน ซึ่งทางหน่วยงานมีหน้าที่ไปช่วยสอนงานหัตถกรรมจักสาน ทอผ้า เพื่อเป็นอาชีพเสริมที่ว่างหลังจากทำการเกษตร สมัยนั้นเขาเรียกว่าฝึกอาชีพพระราชทาน เน้นการสร้างรายได้ในชนบท”



แนวทางการพัฒนาสินค้าโอท็อป

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เผยถึงแนวทางการดำเนินพัฒนาสินค้าโอท็อปที่ทางกระทรวงอุตสาหกรรมได้วางแผนการส่งเสริมและช่วยเหลือผู้ประกอบการว่า กระทรวงอุตสาหกรรมมีแนวทางการพัฒนาโอท็อป โดยใช้หลักการ 3P, 1M และ 1C สำหรับ 3P โดย P ตัวแรกจะหมายถึง People คือการพัฒนาผู้ประกอบการโอท็อป ทางด้านการบริหารจัดการการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ

P ตัวที่ 2 หมายถึง Product คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดให้มากขึ้น ซึ่งจะหมายถึงการออกแบบและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน โดยแบ่งเป็น Product ที่มีคุณภาพ เช่น ทำอย่างไรให้ผ้าสีไม่ตกเมื่อมีคุณภาพแล้วต้องทำให้ Product มีนวัตกรรม เช่น ทำให้ผ้าที่ทอแข็งแรง นุ่มขึ้นมา และสามารถใช้งานได้หลากหลาย ยกตัวอย่างในอดีต การใช้ใยกันชนมาทอผ้าเหมือนกับนำกระสอบมาทอตัว แต่ปัจจุบันมีความนุ่มมาก เพราะเรานำนวัตกรรมไปส่งเสริมความรู้ให้ชาวบ้านให้ผลิตสินค้าได้ดียิ่งขึ้น

และ P ตัวที่ 3 หมายถึง Process คือ กระบวนการผลิตที่ให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มผลผลิต จากการใช้เครื่องทุ่นแรงเข้ามาช่วยทำงานเพิ่มขึ้น โดยยังคงเสน่ห์ของงานฝีมือไว้ทำให้เกิดความสม่ำเสมอต่อเนื่อง และกระบวนการผลิตที่ต้องเป็นมิตรกับ Green OTOP โดยใช้ต้นทุนต่ำที่สุด



หลักการต่อมา 1M คือ Market หรือการตลาด โดยการพัฒนาที่ผ่านหลัก 3P มาแล้ว จะต้องมีการทดสอบตลาด เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นของผู้บริโภคโดยตรงและนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนให้ดียิ่งขึ้น

และตัวสุดท้าย 1C คือ Cluster โดยการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนทักษะ องค์ความรู้ ในการประกอบวิชาชีพเพื่อสร้างความแข็งแกร่ง พึ่งพาช่วยเหลือ แนะนำซึ่งกันและกันหรือแบ่งตลาดการค้าขาย จากกลุ่มวิเริ่มเป็นกลุ่มแข่งขัน สู่การเป็นกลุ่มลักษณะเฉพาะ และกลายเป็นกลุ่มที่สามารถไปโลดแล่นต่างประเทศและห้างสรรพสินค้าชั้นนำได้

ซึ่งแผนดำเนินงานทั้งหมดนี้ในท้ายที่สุด เหล่าอุตสาหกรรมชุมชนจะต้องเดินทางไปสู่ Smart OTOP เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 โดยหลักการพัฒนาของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน คือ นำปัญญาและนวัตกรรมเข้าไปเสริมองค์ความรู้ให้ชาวบ้านในชุมชน แต่ให้อยู่ในวิถีดิบและภูมิปัญญาดั้งเดิม.



สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กระทรวงอุตสาหกรรม
ซอยตรีมิตร กล้วยน้ำไท เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0 2367 8338 เว็บไซต์ www.bcid.dip.go.th



หมู่บ้านถวาย จ.เชียงใหม่

โอท็อปท่องเที่ยวแห่งแรกของไทย

จากอาชีพเสริมที่ชาวบ้านทำเป็นงานอดิเรก สู่การทำเป็นอาชีพหลักเลี้ยงดูผู้คนในหมู่บ้าน ‘หมู่บ้านถวาย’ หมู่บ้านที่มีชื่อเสียงด้านงานหัตถกรรมและเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP Tourism Village) แห่งแรกของประเทศไทย ที่มีการสืบสานงานไม้แกะสลักมาตลอด 40 ปี ในอดีตเป็นหมู่บ้านที่ชาวบ้านประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก แต่เมื่อหมู่บ้านประสบภาวะขาดแคลนน้ำและฝนแล้ง จึงส่งผลให้เศรษฐกิจในหมู่บ้านตกต่ำ ชาวบ้านจึงเริ่มทยอยเดินทางออกจากหมู่บ้านไปประกอบอาชีพอื่นๆ แต่มี พ่อใจมา อินแก้ว พ่อหนานแดง พันธูสา และพ่อเอื้อน พันธูสาตร์ ทั้งสามท่านได้เดินทางไปรับจ้างทำงานในตัวเมือง โดยได้ไปทำงานก่อสร้างที่ร้านน้อมศิลป์ ซึ่งมีชื่อเสียงโด่งดังทางด้านไม้แกะสลัก ทำให้ทั้งสามท่านเกิดความสนใจในงานการแกะสลักไม้ จึงได้พัฒนาฝีมือจนได้เปลี่ยนอาชีพมาเป็นช่างแกะสลักไม้ที่ร้านน้อมศิลป์อย่างเต็มตัว

เมื่อการเดินทางไปยังตัวเมืองเชียงใหม่ทำได้ค่อนข้างลำบาก ประกอบกับงานแกะสลักไม้ก็เข้ามามากขึ้น ทั้งสามท่านจึงได้ขออนุญาตงานแกะสลักมายังบ้านเกิด โดยมีญาติพี่น้องเข้ามาช่วยทำงานเป็นลูกมือ ซึ่งนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการถ่ายทอดงานแกะสลักไม้ให้กับลูกหลานและชาวบ้านในหมู่บ้านเป็นต้นมา

บ้านถวายถือว่าเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าหัตถกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยประสบการณ์ที่สะสมมากกว่า 40 ปี ทำให้สินค้าของบ้านถวายมีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงและคุณภาพระดับโลก ซึ่งจะแบ่ง 5 หมวดหมู่ ดังนี้ 1.งานไม้แกะสลัก ซึ่งเป็นสินค้าหลักของหมู่บ้าน จะเป็นงานแกะสลักแบบนูนสูงและนูนต่ำ การแกะสลักรูปสัตว์ในวรรณคดี และงานแกะสลักเชิงพุทธศิลป์ 2.เฟอร์นิเจอร์ ประกอบไปด้วย ชุดโต๊ะอาหาร โต๊ะสูง ฉากกั้น เตียง ซึ่งมีทั้งแบบร่วมสมัยและแบบจีน 3.งานแต่งเส้นเดินลายหรืองานเลียนแบบของเก่า ด้วยการทำสี



และลงทอง สินค้าจะเป็นขันโตก ตู้โบราณ กล้องโบราณและแจกัน 4.เครื่องประดับภายในบ้าน จะเป็นแจกันไม้ แผ่นวางเทียน บานประตูและหน้าต่างไม้ สุนัขขี้ 5.ของที่ระลึก ส่วนมากเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากไม้ เช่น กำไล ตุ้มหู ดินสอ นาฬิกาและ พวงกุญแจ เป็นต้น

จึงทำให้ในปี 2543 ชุมชนบ้านถวายเป็นได้พัฒนากลุ่มอาชีพ แกะสลักไม้ เป็น ‘กลุ่มหัตถกรรมบ้านถวายเป็นเพื่อการส่งออก’ และ ต่อมาในปี 2547 บ้านถวายเป็นได้รับการคัดเลือกจากกรมพัฒนา ชุมชน กระทรวงมหาดไทยให้เป็น ‘หมู่บ้านโอท็อป ต้นแบบแห่งแรกในประเทศไทย’ จนในปี พ.ศ. 2554 หมู่บ้านได้รับรางวัล ชนะเลิศระดับประเทศ ‘สุดยอดย่านการค้าพาณิชย์ไทย’ จาก กระทรวงพาณิชย์ เพื่อเป็นการช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตการประกอบ การค้าของชุมชนแบบดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

แต่ทว่า 2-3 ปีให้หลังการค้าขายภายในหมู่บ้านเปลี่ยนแปลง ไปจากเดิมค่อนข้างมากและนักท่องเที่ยว ลดลงไป 15 % อีกทั้ง พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนและตลาดหัตถกรรมที่เริ่มอิ่มตัว ขณะที่ผู้ประกอบการบางรายที่แบกรับต้นทุนที่สูงขึ้นไม่ไหว ก็จำเป็นต้องเลิกกิจการไป ขณะนี้เหลือเพียง 215 ราย จากเดิม 300 ราย และบริษัท Shipping สินค้าจากที่มีกว่า 70 บริษัทปัจจุบัน เหลือเพียง 30 บริษัทเท่านั้น

ซึ่งปัญหานี้มาจากหลายปัจจัยที่เข้ามา เช่น ปัญหาด้าน การเมือง เศรษฐกิจโลกซบเซา รวมไปถึงตัวเมืองเชียงใหม่กำลัง เติบโตเป็นอย่างมาก มีร้านค้าใหม่ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรร มากขึ้น จนทำให้หมู่บ้านถวายเป็นเริ่มจางไปจากความทรงจำ

เหล่าชาวบ้านจึงต้องหันมาปรับตัวผลิตภัณฑ์ให้เดินทาง ต่อไปได้ และเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่น่าดึงดูดใจมากขึ้น โดยเฉพาะ ‘ดีไซน์’ ล่าสุดกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน) ได้ใช้งบประมาณประจำปี 2557 จำนวน 5.9 ล้านบาท เพื่อฟื้นฟูหมู่บ้านถวายเป็นในโครงการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป้าหมายหลักคือ การทำให้หมู่บ้านถวายเป็นกลับมาคึกคักอีกครั้ง

แต่ขณะเดียวกันหมู่บ้านก็ต้องพบกับปัญหาขาดแคลน วัสดุดิบ เพราะไม้จำพวกที่นำมาแกะสลักหาได้ยากขึ้น จึงต้อง เปลี่ยนไปใช้ไม้ชนิดอื่นแทน เช่น ไม้ไผ่ ยาง ไม้ลำไย ไม้เก้ง อีกทั้งยังต้องพัฒนาสินค้าให้ดูทันสมัยมากขึ้นเพื่อรองรับ กลุ่มลูกค้าจากประเทศจีน ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีความต้องการซื้อ ค่อนข้างสูง จนถึงขั้นเปิดธุรกิจ Shipping เพื่อรับสินค้าจากหมู่บ้าน ถวายเป็นส่งออกไปยังจีน โดยผ่านทาง R3A (เชียงใหม่-ลาว-คุนหมิง) และมุ่งเน้นหากกลุ่มลูกค้าใหม่อย่างประเทศอินเดียและแถบอาหรับ เพราะมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมูลค่า การค้าต่อปีทั้งหมดของหมู่บ้านถวายเป็น อยู่ที่ราว 650 ล้านบาท แบ่งเป็นการส่งออก 40% และจำหน่ายภายในประเทศ 60%

อีกทั้งต้องทำการยกระดับสินค้าและ Rebranding ให้กลายเป็น หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม เน้นการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ทำงานไม้แกะสลัก โดยนักท่องเที่ยวจะได้พูดคุยกับชาวบ้านที่เป็น เจ้าของผลงาน พร้อมทั้งได้ลงมือทำและเลือกซื้อสินค้าได้ทันที โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งแนวโน้มของหมู่บ้านถวายเป็น ในขณะนี้กำลังเป็นไปได้อย่างดี การปรับและฟื้นฟูทำให้หมู่บ้าน มีความเป็นระบบมากขึ้น อีกทั้งการ Rebranding ครั้งนี้ถือเป็นการตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี.



ข้อมูลและรูปภาพจาก

www.handicrafttourism.com
www.prachachat.net/
www.chiangmainews.co.th
www.muangthai.com
www.thetrippacker.com



แดงແໜ່ນເນືອງ จ.หนองคาย

โอดอป 5 ดาวยาวนาน 8 ปี
ขนส่งฉับไว เอาใจลูกค้าทั่วประเทศ

หากเอ่ยถึงແໜ່ນເນືອງเลื่องชื่อของดีประจำจังหวัดหนองคาย ชื่อของ แดงແໜ່ນເນືອງ เป็นแบรนด์อันดับต้นๆที่ใครต่อใครหยิบยก มาเป็นคำตอบเสมอ ย้อนกลับไปในยุคบุกเบิกตำนานของแดงແໜ່ນເນືອງ เริ่มต้นขึ้นจากคุณต่วน โฮวัน-คุณวี แซ่เจ็ง สองสามี ภรรยาเชื้อสายเวียดนาม อพยพมาพบรักและแต่งงานกันใน ประเทศไทย ต่อมาคุณวีคิดทำແໜ່ນເນືອງ บั่นแบ่ง ปอเปี๊ยะสด ปอเปี๊ยะทอด ซึ่งเป็นอาหารเวียดนามขนานแท้ ดำรับดั้งเดิม หาบเร่ ขายตามละแวกบ้าน ก็ได้รับความนิยมสั่งสมเรื่อยมาจนเปิดหน้า ร้านเป็นอาคารพาณิชย์ 1 คูหาได้ในที่สุด ต่อมาในปี พ.ศ. 2533 คุณแดง (วิภาดา จิตนันท์กุล) ลูกสาวคนที่ 2 ได้เข้ามารับช่วงต่อ ดูแลกิจการแทนคุณแม่ โดยเริ่มจากการสร้างชื่อ “แดงແໜ່ນເນືອງ” ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เน้นการวางรากฐานเรื่องระบบ





การจัดการ กระบวนการบริหารร้านอาหารในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็น การคัดสรรวัตถุดิบสดใหม่ อาทิ ผักสด ที่เมื่อก่อนจะต้องไปเลือกซื้อจากตลาดท้องถิ่นด้วยตัวเองอย่างพิถีพิถันจนกระทั่ง 10 ปีให้หลังที่ได้พัฒนาร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัด เพื่อส่งเสริมเกษตรกรให้มีการปลูกผักกาดหอม กลัวย แดงกวา มะเฟือง ฯลฯ จนได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานก่อนไปรับจากแหล่งผลิตเพื่อนำมาใช้ที่ร้าน เป็นต้น การเตรียมอาหาร ต้องเป็นไปอย่างมีระบบ มีอนามัย และรวดเร็ว การบริการ ด้วยอัธยาศัยไมตรีและมีใจรัก การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและทันสมัยอยู่ตลอด ร่วมด้วยการรักษาระดับราคาให้คงที่มากที่สุด โดย มีทั้งการขายหน้าร้านปกติและขายกลับบ้าน ควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านการตลาดและการสร้างภาพลักษณ์ให้ลูกค้าจดจำมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการเปิดสะพานมิตรภาพไทย-ลาว ซึ่งถือเป็นการเปิดประตูต้อนรับนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจากทั่วสารทิศ และทำให้จังหวัดหนองคายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

กระทั่ง ปี พ.ศ. 2547 แดงแหมเมืองได้รับคัดเลือกให้เป็นสินค้าโอท็อป ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารเจ้าแรกและเจ้าเดียวของจังหวัดหนองคาย ที่ยังคงรักษามาตรฐาน 5 ดาว มาตลอด 8 ปีเต็มจนถึงปัจจุบัน และการหลักการการสร้างอาชีพด้วยใจรักและพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง ทำให้วันนี้แดงแหมเมืองได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในวงกว้างและเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ นอกจากการขายหน้าร้านเปิดร้านแดงแหมเมืองไวโอเล็ตริมแม่น้ำโขง เพื่อรองรับกับปริมาณลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นทั้งนักท่องเที่ยว ชาวราชการ นักธุรกิจ ฯลฯ ที่หมั่นเวียนมาใช้บริการอย่างเนืองแน่น ซึ่งแดงแหมเมืองก็สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในทุกด้าน การันตีด้วยรางวัลหนองคายเบสท์ (NongKhai Best) ประเภทอาหารจากสำนักงานอุตสาหกรรม





ที่สร้างความมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี รวมทั้งยังได้รับประทานโล่เกียรติคุณร้านอาหารประเภทอาหารพื้นเมืองดีเด่นประจำปี พ.ศ. 2551 จาก **ทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี** และต่อยอดความปลอดภัยของวัตถุดิบอีกครั้งด้วยเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ด้านการจัดการผลิตภัณฑ์แหนมเนืองและอาหารแปรรูปหลากหลายเพื่อเป็นของฝากและสำหรับส่งขายทั่วประเทศ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไลน์การผลิตนั้น มีห้องเย็นขนาดต่างๆ แยกประเภท เพื่อควบคุมอุณหภูมิและจัดเก็บรักษาวัตถุดิบหลักอย่างหมสุด ผักสดแยกตามชนิด และน้ำจิ้ม ให้ได้มาตรฐานที่ดีที่สุด มีการขยายครัวให้ขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ภายใต้กระบวนการผลิตและการบรรจุที่ปลอดภัย ก่อนส่งบรรจุแบบวันต่อวันในบรรจุภัณฑ์ที่ถูกพัฒนาให้สามารถรักษาอายุของสินค้าได้นานขึ้น แดงแหนมเนืองตั้งเป้าการกระจายสินค้านักร่องไปยังอำเภอเมืองใน 19 จังหวัดภาคอีสาน ก่อนจะวัดผลและขยายพื้นที่การส่งไปยังภาคเหนือและภาคกลาง เป็นลำดับถัดไป ซึ่งตอนนี้สามารถรับออเดอร์จากลูกค้าได้ทั่วประเทศโดยสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ได้โดยตรง และมีรายละเอียดวิธีการสั่งซื้อ-อัตราราคา-การจัดส่ง บอกรหัสผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของแบรนด์ รวมทั้งยังเพิ่มช่องทาง

การจัดจำหน่ายร่วมกันกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในโครงการ “อร่อยทั่วไทย ส่งได้ที่ไปรษณีย์” สำหรับจัดส่งสินค้ามายังเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลให้ถึงมือลูกค้าภายใน 1 วัน และในอนาคตก็มีแผนจะรุกตลาดยังประเทศที่มีลูกค้าชาวจีนอาศัยอยู่ เพราะจากข้อมูลที่ได้ศึกษามาพบว่าแหนมเนืองเป็นเมนูที่ถูกปากลูกค้าชาวจีน อาทิ จีน ฮองกง สิงคโปร์ แต่ต้องศึกษาให้รอบคอบและต้องขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์สำหรับส่งขายต่างประเทศให้สำเร็จก่อน.



ร้านแดงแหนมเนือง

เลขที่ 526-527 ถนนริมโขง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 43000

โทร. 0 4241 1961 เว็บไซต์ www.daengnamnuang.net

ข้อมูลและรูปภาพจาก

www.postmart.co.th/product-detail.php?id=78022

<http://daengnamnuang.net/th/home/purchasing/>

www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1406955986

www.bangkoktoday.net



www.abhaithaiherb.com

หากเอ่ยถึง ‘หมู่บ้านดงบัง’ น้อยคนนักที่จะรู้จักว่าหมู่บ้านเล็กๆแห่งนี้มีดีอะไร แต่ถ้าว่ายว่า ‘สมุนไพรอภัยภูเบศร’ หลายคนคงร้อง อ้อ! ขึ้นใจเพราะอาจจะเคยเห็นผ่านหูผ่านตาตามห้างร้านชั้นนำ ซึ่งสมุนไพรที่นำไปผลิตสินค้าของสมุนไพรอภัยภูเบศรนั้นล้วนมาจากหมู่บ้านดงบังทั้งสิ้น

‘ดงบัง’ จ.ปราจีนบุรี หมู่บ้านสมุนไพร ครบวงจร

‘ดงบัง’ หมู่บ้านเล็กๆ ในตำบลดงขี้เหล็ก อำเภอมะเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งเป็นแหล่งปลูกสมุนไพรที่สืบทอดมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ หากย้อนกลับไปเมื่อ 80 ปีที่แล้วชาวบ้านส่วนใหญ่จะทำนาเป็นหลัก แต่ต่อมาได้เปลี่ยนอาชีพเป็นชาวสวนเน้นการปลูกไม้ดอกไม้ประดับแทน ซึ่งขณะนั้นมีพ่อใหญ่แก้ว มุกดา ที่ทุกคนในหมู่บ้านเคารพนับถือ เป็นหมอยาที่เชี่ยวชาญเรื่องสมุนไพร ได้สืบทอดความรู้ต่างๆ ให้กับรุ่นลูกหลานจนแพร่หลายไปทั่วหมู่บ้าน จนทำให้กลายเป็นหมู่บ้านสมุนไพรในที่สุด

สถานที่บ่มเพาะภูมิปัญญาชาวบ้านแห่งนี้ ปัจจุบันนำไปสู่การผลิตสมุนไพรส่งต่อให้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่า 15 ปี ซึ่งที่แห่งนี้คือโรงพยาบาลที่นำการแพทย์พื้นบ้านสมุนไพรมาผสมผสานกับการรักษาแผนปัจจุบัน จึงทำให้ชาวบ้านในชุมชนก่อตั้ง ‘กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง’ เพื่อพัฒนาสมุนไพรของหมู่บ้าน





ผอ.วันเพ็ญ รัตนกังวาล

ให้เป็นการเกษตรแบบยั่งยืนโดยเกษตรอินทรีย์ จนได้เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีคุณภาพ ปราศจากสารปนเปื้อนได้รับมาตรฐานระดับสากล และในที่สุดหมู่บ้านแห่งนี้จึงได้รับคัดเลือกเป็น ‘หมู่บ้านโอท็อปต้นแบบ’ และ ‘หมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป’ ของจังหวัดปราจีนบุรี

กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง ผสมผสานการท่องเที่ยวและสมุนไพรได้อย่างลงตัว โดยแบ่งพื้นที่ภายในเป็น 6 สถานีความรู้และบริการ ดังนี้ 1.สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ 2.ศูนย์การเรียนรู้สวนสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ 3.ศูนย์บริการสปา อบ นวดด้วยสมุนไพร 4.Home Stay สำหรับผู้ที่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน 5.ศูนย์เพาะชำและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ ต้นกล้าสมุนไพร 6.ศูนย์จำหน่ายสินค้าและวัตถุดิบสมุนไพรเกษตรอินทรีย์

บ้านดงบังนับเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวสมุนไพรแห่งแรกของไทยที่นำการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ทำให้ผู้ที่มาเยือนจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านตั้งแต่การปลูกสมุนไพร การเก็บเกี่ยว และการแปรรูป โดยจะมีชาวบ้านและลูกๆหลานๆ เป็นไกด์นำชมสวนสมุนไพรพร้อมทั้งอธิบายถึงขั้นตอนการปลูก การแปรรูป รวมทั้งสรรพคุณของสมุนไพรแต่ละตัว

ซึ่งผู้ที่เข้ามาจะได้รู้ว่าทำอะไรพืชผักที่ไม่ใช้สารเคมีจึงจะงอกงามและออกดอกออกผลดี รู้ถึงวิธีการแปรรูปและสรรพคุณต่างๆ ของสมุนไพร นอกจากนั้นยังได้ลิ้มรสอาหารเมนูสมุนไพร ผ่อนคลายความเมื่อยล้าด้วยการนวดแบบโบราณอาโรมาเธอราพี และการบริการที่พักแบบโฮมสเตย์สำหรับผู้ที่ยากลำบากกับวิถีชาวบ้าน ซึ่งจุดเด่นของที่นี่นอกจากธรรมชาติ ป่าไม้ และต้นไม้ใหญ่ๆ ที่หาได้ยากในหมู่บ้านที่อยู่ในเขตเมือง เสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวหมู่บ้านสมุนไพรดงบังก็คือภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นความรู้ตกทอดมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายายมาปรับใช้กับวิถีปัจจุบัน

นางวันเพ็ญ รัตนกังวาล ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 ให้สัมภาษณ์ในฐานะผู้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมกลุ่มหมู่บ้านสมุนไพรดงบังว่า “ในเรื่องของโอท็อปทางศูนย์จะช่วยส่งเสริมให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งจะทำงานร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมจังหวัดในพื้นที่จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าได้มาตรฐานและสามารถจดทะเบียน 3 - 5 ดาวได้

ด้านการตลาดจะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้ไปงานแสดงสินค้า ออกงานนิทรรศการ และทางกรมส่งเสริมจะช่วยเหลือองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ การทำบัญชี ให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งแนวทางการดำเนินงานในปีนี้มุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม อาหาร และสมุนไพร ซึ่งหมู่บ้านดงบังมุ่งเน้นการทำเกษตรอินทรีย์อยู่เป็นทุนเดิมแล้ว แต่ทางศูนย์จะเข้าไปช่วยยกระดับการผลิตให้ได้มาตรฐานที่ดียิ่งขึ้น”

หมู่บ้านท่องเที่ยวสมุนไพรดงบังนับเป็นการนำทรัพยากรท้องถิ่นและภูมิปัญญาชาวบ้าน มาเป็นจุดขายในการท่องเที่ยวได้อย่างชาญฉลาด เพราะเสน่ห์ของหมู่บ้านเล็กๆ แห่งนี้ไม่ได้มีเพียงความหลากหลายของสมุนไพรนานาชนิดเท่านั้น แต่นำใจความเป็นกันเองและความใส่ใจของชาวบ้านนั้น ที่เป็นเสน่ห์มัดใจผู้ที่มาเยี่ยมเยียนนั่นเอง.



ข้อมูลและรูปภาพจาก

<http://www.yourhealthyguide.com>

<http://www.manager.co.th>

<http://www.tat8.com>

www.abhaitthaiherb.com

นางสาวนิรามัย ศิริศรีสุดากุล ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8 กล่าวถึงเรื่องการส่งเสริมผลิตภัณฑ์โอท็อปนั้นถือเป็นนโยบายเร่งด่วนและสำคัญที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ต้องร่วมมือกันบูรณาการในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนและท้องถิ่น โดยให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดรายได้และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนเพื่อต่อยอดให้เข้มแข็งและเป็นรากฐานของเศรษฐกิจระดับประเทศ โดยการรวมกลุ่มของภาคประชาชนในชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศ ซึ่งภารกิจในส่วนนี้ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8 หน่วยงานสนับสนุนในส่วนภูมิภาค มีพื้นที่รับผิดชอบครอบคลุม 10 จังหวัด คือสุพรรณบุรีกาญจนบุรีอ่างทอง พระนครศรีอยุธยา นครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ราชบุรี และประจวบคีรีขันธ์

ภาพรวมของสินค้าโอท็อป จังหวัดราชบุรี มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น 3 หมวด คือ 1.หมวดอาหาร 2.หมวดของใช้ของประดับตกแต่ง 3.หมวดผ้า ซึ่งได้รับการพัฒนาทั้งด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นที่ต้องการของตลาด โดยมีแนวโน้มของการเติบโตจากการพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) สาขาผลิตภัณฑ์โอท็อปเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี สำหรับการส่งเสริมและสนับสนุนในระยะต่อไปนี้จะเป็นการต่อยอดเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยมีการยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้า และให้บริการสนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปที่ได้รับการพัฒนาแล้วได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจนด้านการตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งในส่วนนี้มุ่งเน้น 2 แนวทาง



ผอ.นิรามัย ศิริศรีสุดากุล



OTOP ราชบุรี

ภูมิปัญญาไทย ก้าวไกลสู่สากล



• **พัฒนาระบบสนับสนุนโอท็อป** โดยมีการบูรณาการทำงานร่วมกันกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งจังหวัด/กลุ่มจังหวัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรมพัฒนากลุ่มโอท็อปและเพิ่มยอดขายหน่วยผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยนำเอากลยุทธ์การพัฒนาสินค้าที่คำนึงถึงสายการผลิตที่เชื่อมโยงกัน ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เน้นการผลิตสินค้าโอท็อปที่มีอัตลักษณ์และภูมิปัญญา พัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานและคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความพร้อมเพื่อเข้าสู่กระบวนการพัฒนาศักยภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด รวมถึงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการและการขยายช่องทางการตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

• **พัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์** เน้นการบูรณาการมิติการพัฒนาโอท็อป 4 มิติ คือ มิติพัฒนาคุณภาพดาว มิติยกระดับสู่เอสเอ็มอี มิติพัฒนาตามประเภทอุตสาหกรรม และมิติการพัฒนาคุณภาพสินค้า ร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการจำแนกตามคุณภาพสินค้า ปริมาณการผลิต เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่ม a ดาวเด่น สินค้ามีคุณภาพสูงผลิตได้มาก 2. กลุ่ม b เอกลักษณ์ สินค้าคุณภาพสูง ผลิตน้อยชิ้น 3. กลุ่ม c พัฒนา สินค้าคุณภาพปานกลางผลิตได้มาก และ 4. กลุ่ม d สินค้าผลิตง่ายได้จำนวนน้อย ทั้งนี้เพื่อพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์โอท็อป ให้มีศักยภาพการแข่งขันสูงขึ้นและสามารถขยายฐานสู่ตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น

ผอ.นิราภัย กล่าวเสริมว่า เมื่อ 5 ปีที่แล้ว ผลิตภัณฑ์โอท็อปราชบุรี ยังไม่ค่อยมีความหลากหลายในเรื่องของคุณภาพและสีสันทันทีทั้งยังไม่ได้ได้รับการรับรองมาตรฐาน แต่เมื่อหน่วยงานภาครัฐทั้งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ เข้ามาช่วยบูรณาการก็มีการเติบโตอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีงบประมาณและบุคลากรมาสนับสนุน และมีพันธกิจที่สามารถเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยกตัวอย่างโอท็อปต้นแบบ ที่ทางกรมฯ เข้าไปสนับสนุนผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพถึงระดับ 5 ดาว อาทิ กลุ่มหัตถกรรมตุ๊กตาราชบุรี ภายใต้โครงการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสู่ชนบท (สอช.) ที่เน้นการทำงานแบบ 3 ประสาน โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคเอกชน และประชาชน โดยนำเอานวัตกรรมฯ เพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าทั้งเชิงผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ ได้รับการรับรองจาก มอก. / มผช. รวมทั้งได้รับการคัดเลือกจากสำนักงานพัฒนาชุมชนฯ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ โอท็อป ประจำจังหวัดในปี 2556 กลุ่มกระเป๋าน้องคิ่งน้าว ได้รับการพัฒนาในโครงการ สอช. ด้านการผลิต ฝีมือ

แรงงาน ซึ่งทำให้มีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เกิดการสร้างงานภายในท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าเป็นสินค้าพรีเมียมของจังหวัด และได้รับรางวัลสร้างเสริมคนดีมีคุณภาพ หมู่บ้านหัตถกรรมดีเด่น และเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อป ประจำจังหวัดในปี 2556

ในปีนีเรามุ่งเน้นเรื่องการพัฒนานวัตกรรมใหม่และการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ โดยให้องค์ความรู้ พัฒนาบุคลากร ที่จะเพิ่มความน่าสนใจของสินค้าให้แตกต่างจากกลุ่มอื่น และชูความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์จังหวัดราชบุรี ตามแผนการดำเนินงานทั้งหมด 4 แผน คือ 1. แผนงานตามกรอบข้อตกลงของประชาคมอาเซียน 2. แผนงานส่งเสริมสินค้าด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 3. แผนงานพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานราก ได้แก่ โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินพื้นที่ และ โครงการพัฒนาศักยภาพโอท็อป/วิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ บรรจภัณฑ์ และการตลาด 4. แผนงานส่งเสริมเอสเอ็มอี รวมทั้งการส่งเสริมดิจิทัลเพื่อวิสาหกิจชุมชนจัดอบรมให้ผู้ประกอบการ สามารถขายสินค้าผ่านโลกออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น



ไชโป้วหวานตราภูเขา

ไชโป้วเด็ดเจ็ดเสมียน โกอินเตอร์ตลาดโลก

ไชโป้วหวาน ถิ่นของดีประจำตำบลเจ็ดเสมียนที่สืบทอดกันมานานจนจวบจนปัจจุบันกลายเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สร้างชื่อและรายได้ให้กับชุมชนในระดับประเทศ ซึ่งถือว่าตำบลเจ็ดเสมียนอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เป็นแหล่งผลิตที่ใหญ่และมีส่วนแบ่งตลาดครึ่งหนึ่งของมูลค่าตลาดไชโป้วหวานทั้งระบบ และมีผู้ประกอบการในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ราย ซึ่งที่มาที่ทำให้ที่นี่กลายเป็นแหล่งผลิตไชโป้วรายใหญ่ในประเทศก็เพราะ แต่เดิมพื้นที่ตรงนี้สามารถปลูกหัวไชเท้าได้ดีและมีปริมาณมาก แต่ในปัจจุบันพื้นที่ตรงนี้ไม่สามารถปลูกหัวไชเท้าได้อีกต่อไป แต่สิ่งที่ยังคงอยู่คือองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนา



ต่อยอดในเรื่องของการผลิตสืบเนื่องมา หัวไชเท้าจากแหล่งปลูกในจังหวัดต่างๆ อย่าง นครสวรรค์ อุทัยธานี กำแพงเพชร กาญจนบุรี และอำเภอสนมั่ง จังหวัดราชบุรี จึงถูกส่งมาเป็นวัตถุดิบสำคัญที่ขับเคลื่อนการผลิตให้กับธุรกิจไชโป้วแปรรูปเจ็ดเสมียนต่อไป

คุณกัลยาณี หยุ่เอี่ยม ผู้บริหารโรงงานไชโป้วหวานตราภูเขา เล่าถึงที่มาของการหันมาลงมือทำธุรกิจหัวไชโป้วว่า ในอดีตก่อนจะมาเป็นหัวไชโป้วตราภูเขาอย่างเต็มตัวทางบ้านก็เริ่มทำกิจการนี้มาตั้งแต่รุ่นคุณแม่ ซึ่งสมัยนั้นทำแค่วีธีดองเค็มแล้วขายส่งเพียงอย่างเดียว ไม่ได้มีการดองหวาน เพราะลูกค้าเข้าไปทำงานที่กรุงเทพฯ กันหมด ต่อมาได้รับเครื่องหมายการค้าตราภูเขาจากญาติที่จดทะเบียนไว้จึงเริ่มเข้ามาสร้างแบรนด์อย่างเต็มตัวตั้งแต่ปี พ.ศ.2530 โดยหัวไชโป้วตราภูเขาจะรับซื้อหัวไชเท้าสดปีละ 1 รอบหนัก 2 ล้านกิโลกรัม ในช่วงเดือน ธันวาคม-มกราคม เพื่อนำมาผลิตทั้งปี ซึ่งมาตรฐานของหัวไชโป้วที่เลือกมาต้องมีลำต้นตรงขนาดพอเหมาะ ไม่ผ่อและไม่มีร่องรอยแมลงกัน นำมาดองเค็มจนได้ที่แล้วนำส่งไปตามบ้านในชุมชนให้คัดขนาด เล็ก กลาง ใหญ่ เพื่อนำไปตัดแต่งก่อนจะมาดองหวานให้เป็นไชโป้วให้ทุกคนได้ทาน ถือเป็นการกระจายรายได้สู่ชาวบ้านอีกทางหนึ่งเช่นกัน

แรกเริ่มส่งโดยมีพ่อค้าคนกลางกระจายตามจังหวัดไปเรื่อยๆ เมื่อมาทำค้าปลีกเองจึงเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พร้อมกับเข้าร่วมการอบรมผู้ประกอบการร่วม (Cluster) ได้เจอกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันจึงเริ่มค้าปลีกอย่างเต็มตัว และมีโอกาสได้ไปออกบูธแสดงสินค้ามากขึ้นซึ่งได้ผลตอบรับค่อนข้างดี โดยได้รับลูกค้าบริษัทใหญ่ๆ ส่งไปผลิตต่อและส่งออก ซึ่งไชโป้วแบบสับขายส่งออกตลาดต่างประเทศดีที่สุด ซึ่งประเทศที่เราส่งออกคือ อเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อังกฤษ และ สวิสเซอร์แลนด์ โดยมีซัพพลายเออร์คนไทยรับไปอีกที

นอกจากความเข้มแข็งเรื่องของมาตรฐานแล้ว รสชาติของหัวไชโป้วตราภูเขายังได้รสหวานกรอบจากธรรมชาติ และมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งความซื่อสัตย์ ขนส่งตรงต่อเวลา และความสม่ำเสมอที่ทั้งแง่สินค้าและบริการ จึงยังได้รับความไว้วางใจแก่ลูกค้าเสมอมา

จุดเด่นที่ทำให้ไชโป้วตราภูเขาโดดเด่นในระดับสากลก็คือรสชาติที่เป็นมาตรฐานจากเซลล์ชวนชิม มีความหลากหลายทั้งแบบ สับ ฝอย แฉ่น และลูกเต๋า รวมไปถึงแบบปรุง 3 รส ให้รสสัมผัสกรอบตามธรรมชาติ ภายใต้บรรจุภัณฑ์ทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายทั้งเรื่องของรูปแบบและขนาด ส่วนโรงงานผลิตก็ต้องได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย และมีระบบการจัดการที่ถูกสุขลักษณะด้วยมาตรฐาน ออย. มาตรฐาน ฮาลาล และมีมาตรฐานจีเอ็มพี (GMP) ของกระทรวงสาธารณสุข เป็นเครื่องการันตีถึงความอร่อยและคุณภาพที่ไชโป้วหวานตราภูเขามอบให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้จังหวัดราชบุรียังเป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวของภาคกลางฝั่งตะวันตกที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครด้วยความที่ราชบุรีในปัจจุบันจึงเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่หลากหลายที่ผสมผสานและอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืนและลงตัวราชบุรีมีสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจมากมายทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ งานหัตถกรรมต่างๆ และสถานที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ

จิตประภังค์บ้านคูบัว จึงเป็นแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพราะเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชน ที่รวบรวมความหลากหลายของวัฒนธรรมและเผ่าพันธุ์คนราชบุรีไว้อย่างครบถ้วน ที่แห่งนี้ตั้งอยู่บริเวณวัดโขลงสุวรรณคีรี ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี แนวคิดแรกเริ่มคือต้องการที่จะเชิดชู



เกียรติคุณของบรรพชนไทย-ญวนที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีให้เป็น ที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ พ.ศ. 2542 และ ให้คนเข้าเยี่ยมชมโดยไม่เป็นทางการตั้งแต่ พ.ศ. 2548 อาคาร จิปาถะภัณฑ์เป็นการเริ่มต้นเอาภูมิปัญญาของคนไทยสมัย ทวารวดีซึ่งได้แก่ ศิลปะปูนปั้น ดินเผาที่เป็นรูปบุคคล รูปภาพ รูปนาค และรูปพระพุทธรูป ที่ทางกรมศิลปากรได้ทิ้งไว้รวมถึง ปูนปั้นที่ถูกผู้ขุดค้นลักลอบไปขายแล้วขายไม่ได้ก็เอามาเก็บไว้ที่ วัดโขลงสุวรรณคีรี และมีห้องแสดงภูมิปัญญาของคนไทยโยนก เชียงแสนหรือคนล้านนา ที่ได้เคลื่อนย้ายมาจากเมืองเชียงแสนไป อยู่ที่คูบัวเมื่อประมาณ 200 ปี มาแล้ว โดยจัดแสดงวัตถุที่มองเห็น ถึงการทำมหากิน ที่อยู่อาศัย แม้กระทั่งกิจกรรมพัฒนาชุมชนของ คนรุ่นพ่อแม่ด้วย โดยใช้หุ่นขี้ผึ้งเป็นตัวสื่อ นอกจากนี้ยังมีอาคาร เอนกประสงค์ที่ใช้เป็นที่รวมกลุ่มของชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อฝึกอาชีพ และสาธิตการทอผ้าจาก ร่วมด้วยเรือนไทย-ญวนโบราณที่ตั้งอยู่ ด้านหน้าเพื่อให้ผู้ที่มาเยือนได้เยี่ยมชมอีกด้วย

อำเภอสวนผึ้ง เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดราชบุรี ด้วยระยะ ทางที่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 160 กิโลเมตร ทำให้สวนผึ้งเป็น หนึ่งในสถานที่ที่เที่ยวยอดนิยม ด้วยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นอย่างพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นเนินเขาป่ามีบรรยากาศคล้ายภาคเหนือ อากาศเย็น สบาย เดินทางสะดวกสามารถขับรถมาได้ง่ายๆ อีกทั้งยังมีรีสอร์ท และที่พักโดนใจหลายคน หรือใครชอบสถานที่ท่องเที่ยวแบบ ธรรมชาติก็มีให้เลือกสรรมากมาย เช่น น้ำตกแก้งชัน, ถ้ำน้ำร้อน บ่อคลิ้ง, ถ้ำเขาบิน และเขากระโจม เป็นต้น และล่าสุดก็มี สวนน้ำ เดอะรีสอร์ทแอสสวนผึ้ง เป็นสวนน้ำแห่งแรกและแห่ง เดียวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ที่ตั้งอยู่ท่ามกลางเทือกเขา ตะนาวศรี บนพื้นที่ที่รายล้อมไปด้วยธรรมชาติ และบรรยากาศ ปลอดภัย ภายในมีสระว่ายน้ำขนาดใหญ่และสไลเดอร์คดเคี้ยว อีกทั้งยังมีโซนสระน้ำสำหรับเด็กๆ ที่ตกแต่งด้วยสีสดใส โดย ปัจจุบันเปิดให้บริการเพียงแค่บางส่วน โดยเก็บค่าบริการ 100 บาท สำหรับผู้ใหญ่ และ 60 บาท สำหรับเด็กเท่านั้น และมีแผน เปิดให้บริการอย่างเต็มตัวภายในกลางปี 2558



ข้อมูลและรูปภาพจาก

<http://thai.tourismthailand.org>

<http://www.jipathaphan.com/index.php?lay=show&ac=article&Ntype=3>

<http://www.folktravel.com/archive/suanphuang-hotel.html#.dpuf>

<https://beemny124.wordpress.com/>

คุณสายใจ อัศวศิริเลิศ ผู้บริหารบริษัท วี.เอส. คราฟท์ เปิดเผยว่า เริ่มต้นทำธุรกิจในตลาดสินค้าตกแต่งบ้าน มากกว่า 15 ปี โดยเป็นทั้งผู้ผลิตและจัดจำหน่าย ประติมากรรมเพื่อการตกแต่งบ้านและสวนที่มากด้วยความชำนาญและมีคุณภาพ สวยงาม คงทน ในลักษณะรูปหล่อจากทองเหลืองรูปแบบต่างๆที่พัฒนาแล้วกว่า 2,000 แบบ อาทิเช่น แจกัน เชิงเทียน โคมไฟ และรูปหล่อรูปทรงต่างๆ สำหรับตกแต่งบ้าน อาคาร และสวนในสไตล์ที่หลากหลายตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบครัน ซึ่งความโดดเด่นของสินค้าประเภทนี้ อยู่ที่ความอ่อนช้อยงดงามทรงคุณค่าแห่งเดียวกัน ทั้งทนแข็งแรง ดูแลรักษาง่าย และมีความคลาสสิกเฉพาะตัว



วี.เอส.คราฟท์

ธุรกิจของตกแต่งบ้านจากทองเหลือง
เปิดใจถึงอย่างก้าวที่ยั่งยืนและมีคุณภาพจาก
กลุ่มศิลปินตอห์นวิจิตรศิลป์บางกอก



ส่วนช่องทางการตลาดในประเทศจะใช้การออกงานแฟร์ เป็นกลยุทธ์หลักของการเปิดตลาด เพื่อให้ลูกค้ารู้จักงานของเรา เพิ่มขึ้น ช่วงแรกเราออกงานแฟร์ปีละ 3-4 งาน แต่พอเข้าที่เข้าทางก็เล็งเป้าออกงานประมาณ 1-2 งานต่อปีเท่านั้น เลือกเฉพาะงานที่ประเมินแล้วว่าน่าจะได้ถึงกลุ่มเป้าหมายหลักได้ดีที่สุด อาทิเช่น งานบ้านและสวนแฟร์ ซึ่งการออกงานประเภทนี้ถือเป็นช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลดีที่สุด เราจึงต้องออกงานทุกปีเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและทำความรู้จักลูกค้าใหม่ๆ รวมทั้งตอนนี้ยังมีหน้าร้านที่สยามพารากอนเพื่อโชว์สินค้าบางส่วนอีกด้วย

ผู้บริหารคนเก่งเล่าว่า ตั้งต้นทำธุรกิจด้วยใจสู้และความอยากที่จะอนุรักษ์ศิลปะไทยด้วยการสร้างอาชีพให้กับแรงงานที่มีใจรักเพื่อสืบทอดองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แม้จะต้องฝ่าฟันกับอุปสรรคในการบริหารนานับประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการค่าแรงแรงงาน การเสาะหาแรงงานที่มีฝีมือ คู่แข่งทางการค้า ไปจนถึงระยะเวลาในการสร้างงานที่ต้องทุ่มเทและพิถีพิถันทุกขั้นตอน เนื่องจากต้องอาศัยศาสตร์และศิลป์ขั้นสูงในการทำงาน แต่ก็ไม่เคยย่อท้ออาศัยใจสู้และการพัฒนามาตรฐานงานให้ทัดเทียมสากลและมีความสร้างสรรค์ทันสมัยอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยยุคเริ่มแรกเน้นการสร้างงานทองเหลืองจากชิ้นเล็กๆ เป็นของที่ระลึกก่อน ป้อนเข้าร้านขายของที่ระลึกชื่อดังอย่างนารายณ์ภรณ์ แต่พอช่วงเศรษฐกิจอ่อนตัวเมื่อปี 2540 กิจการก็ได้รับผลกระทบพอสมควร ทำให้เบนเข็มมาจับธุรกิจส่งออกมากขึ้น เน้นการเปิดตลาดโดยการออกงานแฟร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศยุโรปอย่างเยอรมนี ซึ่งลูกค้ายุโรปชื่นชอบงานประติมากรรมคลาสสิกของไทยมากๆ ข้อดีของการได้ไปเห็นตลาดก็คือ การรู้จักถึงความต้องการของลูกค้าและนำมาพัฒนางานออกแบบให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ก่อนจะเริ่มจับตลาดจีนและฮ่องกงเพิ่มขึ้นในช่วงปัจจุบัน ส่วนตลาดในประเทศก็ค่อยๆ ทำควบคู่กันไปโดยแบ่งสัดส่วนความสำคัญมากขึ้น จะเน้นงานประดับสวนและน้ำพุเป็นหลัก ซึ่งจากการสร้างผลงานที่น่าจับตามองตรงนี้ทำให้เราได้รับคัดเลือกเป็นโอท็อป 4 ดาวประจำจังหวัดปทุมธานีในปี 2553 และ โอท็อป 3 ดาวประจำจังหวัดปทุมธานีในปีต่อมา





ในการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐนั้นแรกๆ เข้าร่วมกับสภาอุตสาหกรรมก่อน จากนั้นก็ได้มาเข้าร่วมกลุ่มคลัสเตอร์นวัตกรรมศิลปบางกอกกรุงเทพและปริมณฑล กับเพื่อนๆ ที่ทำธุรกิจใกล้เคียงกันเกือบ 10 แปรนด์ เป็นโครงการที่ประทับใจ เพราะสิ่งที่ได้รับจากโครงการนี้คือการเปิดใจเปลี่ยนความคิดด้านการออกแบบ รวมถึงมีความเข้าใจและได้องค์ความรู้จากการอบรมเพิ่มมากขึ้น คุณสายใจยอมรับว่าในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว บางปัญหาอาจต้องใช้เวลานาน อย่างอุปสรรคภายในองค์กรนั้นต้องอาศัยทีมงานทุกส่วนร่วมมือกันแก้ไข แต่หากเป็นอุปสรรคในภาพของการตลาดแล้วล่ะก็ ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเดียวกันจะต้องหันหน้ามาร่วมมือร่วมใจกัน เปิดใจเพื่อแก้ไขปัญหายอมรับกติกาและมารยาททางการค้าร่วมกันจึงจะสามารถหาคำตอบของแนวทางการแก้ไขปัญหได้อย่างมีบูรณาการและมีประสิทธิภาพ และนอกเหนือจากประโยชน์ทางตรงที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว

คุณสายใจย้ำว่ามีมิตรภาพจากเพื่อนร่วมคลัสเตอร์ก็เป็นอีกสิ่งที่ได้รับในครั้งนี้ เพราะจากการที่เจ้าของธุรกิจประสานความร่วมมือเข้าด้วยกัน แบ่งปันแนวความคิดการดำเนินธุรกิจดีๆ ให้กันและกันอย่างจริงใจ ก็จะสามารถนำพาให้ธุรกิจของธุรกิจบริษัทที่เข้าร่วมกลุ่มคลัสเตอร์พัฒนาไปอย่างก้าวหน้าและยั่งยืนนั่นเอง

ข้อคิดสำคัญที่คุณสายใจกล่าวถึงท้ายถึงการดำเนินธุรกิจก็คือ ผู้ประกอบการจะต้องเข้มแข็งด้วยตัวเองก่อน ปัจจุบันนี้การทำธุรกิจยิ่งทวีความรุนแรงในการแข่งขันสูงกว่า เมื่อก่อนผู้ประกอบการจะต้องทำงานแบบคิดเร็ว ทำเร็ว พัฒนางานให้ทันสมัยตลอดเวลาเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศที่แตกต่างกัน การทำธุรกิจจะต้องห้ามท้อเพราะปัญหาทุกอย่างสามารถแก้ไขได้เพียงแค่เปิดใจและตั้งเป้าหมายชัดเจน รวมถึงจะต้องมีการเคารพสิทธิระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นพันธมิตรกัน และสุดท้ายคือต้องประเมินกำลังและผลงานของตัวเองอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งจะทำให้เห็นจุดอ่อนและสามารถหยิบยกข้อด้อยที่พบมาสร้างเป็นจุดแข็งในการพัฒนาธุรกิจให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นในอนาคต.



บริษัท วิ.เอส.คราฟท์ จำกัด

เลขที่ 444,446 ซ.เจริญนคร 14 คลองตันใต้ คลองสาน
กรุงเทพมหานคร 10600.
โทร. 0 81442 8482
เว็บไซต์ www.vscrafts.com

ผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณค่าไม่ได้
มีคุณสมบัติแค่สามารถใช้ประโยชน์
ได้เพียงอย่างเดียว เพราะการพัฒนาดีไซน์
ให้ทันสมัยตลอดก็เป็นสิ่งสำคัญ
ที่จะช่วยยกระดับให้สินค้ามีมูลค่ามากยิ่งขึ้น
คอลัมน์ Product Design ฉบับนี้
จะพาทุกคนไปดูการนำนวัตกรรมต่างๆ
มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โอท็อป
ให้ตอบโจทย์ตลาดอย่างทั่วถึง



เครื่องปั้นดินเผาคุณยายลายวิจิตร

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดที่สืบทอดมา
ตั้งแต่สมัยรุ่นคุณย่า สืบลวดลายงามวิจิตรอย่างไทยกับ
เครื่องปั้นดินเผาดำสนิท ที่ใช้วิธีการเผาคาร์บอน 100%
ด้วยความแรงไฟ 1200 องศาเซลเซียส ยกกระดับมาดไทย
สู่ความเป็นสากลมากขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ของคุณยายลาย
วิจิตรนั้นจะมีตั้งแต่ หม้อน้ำ ชันน้ำ กระปุกเครื่องหอม
โคมไฟ ขนาดเล็ก-กลาง-ใหญ่ ให้เลือกซื้อกันอย่าง
หลากหลาย ติดต่อได้ที่คุณถาวร ใจสว่าง เลขที่ 69 หมู่ 3
ต.ปากเกร็ด อ.เมือง จ. นนทบุรี 11120 โทร. 0 2583 7897

สมุนไพรทุ่งทรายทอง

ผ่อนคลายอาการปวดเมื่อยในชีวิตประจำวันด้วย
แผ่นสมุนไพรประคบร้อนทุ่งทรายทอง จากภูมิปัญญา
ชาวบ้าน ซึ่งเป็นสินค้าคัดสรรดีเด่นโอท็อป 5 ดาว ประจำ
จังหวัดพิจิตร โดยตัวผลิตภัณฑ์จะแบ่งการใช้งานตามจุด
ต่างๆ เช่น ฤงมือ แขน บ่าหลัง เอว และเท้า ซึ่งจะช่วย
ลดอาการอักเสบของกล้ามเนื้อ และการติดขัดของข้อ
กระดูก ง่ายๆ เพียงแค่นำไปอุ่นในไมโครเวฟเพียง 2 นาที
ก็สามารถใช้งานได้ทันที โดยดีไซน์ของตัวผลิตภัณฑ์
ทำมาจากผ้าไทย www.saithongherb.com



Reborn ผลิตภัณฑ์กระดาษรีไซเคิล

นำของเก่าทำให้เกิดใหม่ ผลิตภัณฑ์แนวคิดดี ๆ จาก Reborn ที่นำวัสดุเหลือใช้จำพวก หนังสือพิมพ์ กล่อง กระดาษ เศษกระดาษเหลือใช้ โดยใช้เทคนิคไฟเบอร์ซีเมนต์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มาสร้างสรรค์ผลงานได้ อย่างคุ้มค่าและสวยงาม อีกทั้งยังมีน้ำหนักเบาไม่เหมือนใคร ซึ่งผลงานแต่ละชิ้นที่รังสรรค์ออกมาจะมีเพียงแค่นั้น เดียวเท่านั้น

www.facebook.com/pages/Reborn-2009



เทียน LED

เปลี่ยนการจุดเทียนแบบเดิมๆ ที่ใช้เปลวไฟ ให้ง่ายกว่าเดิม เพียงปลายนิ้วสัมผัสด้วยเทียน LED ที่สั่งงาน ด้วยรีโมทคอนโทรล ดีไซน์ของเทียนทำมาจากพาราฟินที่ให้สัมผัสเหมือนเทียนจริง และเทคนิคเปลวไฟขยับได้ตามแรงลมพัด หากเปิดไว้ไม่ต้องกลัวเรื่องไฟไหม้ เพราะมีความร้อนต่ำ ปลอดภัยกับผู้ใช้งานและสามารถนำกลับมาใช้งานได้ตลอดเวลา www.tiandd.inwshop.com

รองเท้าชาวเขา

เสน่ห์สีสันสดใสของผ้าชาวเขาที่เป็นเอกลักษณ์สู่การต่อยอดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์รองเท้า ที่ผสมผสานระหว่างผ้าชาวเขาและแฟชั่นสไตล์ตะวันตกได้อย่างลงตัว ซึ่งสินค้าทุกชิ้นเป็นงานแฮนด์เมดจากกลุ่มชาวบ้านที่มีความชำนาญด้านหัตถกรรม ภายใต้แนวคิด Hmong modern (ม้งโมเดิร์น) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ขยายอย่างรวดเร็ว www.rhodashop.com



ผ้ากอไทยลื้อ

ผ้าฝ้ายทอลายน้ำไหล สินค้าแฮนด์เมดเอกลักษณ์ประจำชาวไทยลื้อ อำเภอปัว จังหวัดน่าน ซึ่งมีต้นตำรับการทอมากกว่า 150 ปี โดยชาวบ้านทอด้วยความละเอียดอ่อน ใส่ใจในทุกผลงานและแฝงเรื่องราวของชุมชนได้อย่างกลมกลืน จนทำให้ผลิตภัณฑ์ตุงประสาธ 7 ชั้น ได้รับรางวัลโอท็อป 5 ดาว www.facebook.com/pages/กลุ่มสตรีสหกรณ์ดอนไชย-ไร่ฮ้อย





จากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้ลดทอนความเชื่อมั่น การลงทุนในพื้นที่ดังกล่าว และส่งผลกระทบต่อการค้าเดินชีวิตของประชาชนในพื้นที่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงริเริ่มโครงการอุตสาหกรรมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (Hand in Hand) มาตั้งแต่ปี 2552 โดยมีแนวคิดในการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ กับเอกชน เพื่อสร้างงานสร้างอาชีพให้พี่น้องประชาชนในลักษณะความร่วมมือแบบ 3 ประสาน คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และราษฎรในพื้นที่ โดยใช้อุตสาหกรรมการผลิตที่สอดคล้องกับ วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเครื่องเรือน และอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจับมือกับห้างเซ็นทรัล สร้างอาชีพและรายได้สู่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงดำเนินการให้การสนับสนุนการก่อสร้างโรงงาน Hand in Hand เพื่อการยกระดับคุณภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้น โดยกรมส่งเสริม อุตสาหกรรมช่วยจัดหาอุปกรณ์เครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งปัจจุบันได้ดำเนินการแล้ว 3 แห่ง ใน 3 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ 1. อำเภอศรีสาคร จังหวัดนราธิวาส 2. อำเภอรามัน จังหวัด ยะลา 3. อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังให้การฝึกอบรมทักษะอาชีพในการใช้จักรใน อุตสาหกรรมตัดเย็บประเภทต่างๆ ได้แก่ จักรเข็มเดี่ยว จักรพั่นริม และจักรลา เพื่อให้สามารถ รองรับการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการเชิญชวนผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ร่วมสร้างงานและป้อนงานให้กลุ่มราษฎรในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดน ภาคใต้ได้มีงานทำอย่างต่อเนื่อง โดยวางแผนเป้าหมายให้ราษฎรมีรายได้เฉลี่ย 6,000-8,000 บาท ต่อคน ต่อเดือน เพื่อให้สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้อย่างยั่งยืนต่อไป

อย่างไรก็ตาม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมคาดหวังว่า การร่วมมือกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล จะเป็นต้นแบบให้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ สนใจเข้าร่วมโครงการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งใน รูปแบบเดียวกับกลุ่มเซ็นทรัล หรือในลักษณะส่งงานตัดเย็บเสื้อผ้า ชุดกีฬาของพนักงาน หรือ งานตัดเย็บเสื้อผ้า กระเป๋าผ้า ผลิตภัณฑ์ผ้าอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการจัดทำเป็นของแจกหรือ ของสมนาคุณให้แก่ลูกค้า โดยคาดว่าจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้ประชาชนในพื้นที่ ไม่ต่ำกว่า 150 ล้านบาท



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจับมือนักวิจัย ยกระดับโอท็อปผ้าไทยด้วยนวัตกรรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จับมือ นักวิจัย ภาควิชาวิทยาการสิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เร่งยกระดับผู้ประกอบการโอท็อป ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายไทย ดำเนินการยกระดับผลิตภัณฑ์ โอท็อป ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยนวัตกรรม ภายใต้ โครงการ “พัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โอท็อป ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายก้าวสู่สากล” เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โอท็อป ต้นแบบ ระดับ 4-5 ดาว ที่มีศักยภาพกว่า 80 ราย จากจำนวน 450 รายทั่วประเทศ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้จัดผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้ คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกแก่กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการฯ ในแต่ละท้องที่ พร้อมพัฒนาควบคู่กัน ทั้งแนวทางการสร้างและพัฒนานวัตกรรม ด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองแนวโน้มความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดย นวัตกรรมที่ถ่ายทอดให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีหลากหลาย นวัตกรรม อาทิ การก่อก่อนผ้อมครามที่ประหยัดเวลาโดยปราศจาก การใช้สารเคมีสังเคราะห์ การใช้แทนนิน ซึ่งเป็นสารธรรมชาติ ที่สกัดได้จากใบมันสำปะหลังมาใช้เป็นสารช่วยติดสีในการย้อมสี ธรรมชาติ ทั้งนี้ เชื่อมั่นว่าโครงการดังกล่าวจะสามารถสร้าง ศักยภาพ และความยั่งยืนให้สินค้าท้องถิ่นผลิตภัณฑ์โอท็อป และ พร้อมก้าวไปสู่เวทีโลกในอนาคต

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นกลุ่มกิจการที่ มีความสำคัญต่อการเสริมสร้างฐานเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชน ในระดับท้องถิ่นมาโดยตลอด ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายที่เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4-5 ดาว มีจำนวนกว่า 450 ราย ทั้งนี้ บางส่วน ยังขาดองค์ความรู้ แนวทางการปฏิบัติ และกลยุทธ์การต่อยอด สู่อุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ฉะนั้นเพื่อการก้าวไปสู่ตลาด ต่างประเทศ จำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สมบัติอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้สามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายมาก ยิ่งขึ้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาวิสาหกิจ ชุมชนให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความแตกต่างเหนือคู่แข่งทั้ง ในเชิงปริมาณและคุณภาพ สามารถรองรับคำสั่งซื้อของลูกค้าได้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงร่วมมือกับภาควิชาวิทยาการสิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จัดโครงการ “ยกระดับผลิตภัณฑ์โอท็อป ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วย นวัตกรรม” เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการสร้างและพัฒนา นวัตกรรม ให้แก่กลุ่มชุมชนที่มีการจัดการการผลิต การค้า และ การลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้าง มูลค่าเพิ่ม ซึ่งนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีฟังก์ชันใหม่ทำให้ใช้งานได้อย่าง มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพมาตรฐาน ความสวยงาม และสามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะ



เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้มีความ แข็งแกร่งอย่างยั่งยืนและนำไปสู่การสร้างรายได้ที่มั่นคงแก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดย โครงการดังกล่าวเน้นคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโอท็อปที่มี ศักยภาพในระดับ 4-5 ดาว จำนวน 80 ราย ทั่วประเทศทุกภูมิภาค เพื่อให้คำปรึกษาเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการให้สามารถเข้าใจเทคนิค วิธีการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการหรือนวัตกรรมระบบ และ สามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติได้ด้วยตนเอง

อย่างไรก็ดี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมพร้อมให้การสนับสนุน โดยการนำผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนานวัตกรรมและพัฒนารูปแบบ ใหม่ไป จัดแสดงในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึง การวิเคราะห์การตลาดและนำผลลัพธ์มาพัฒนาต่อยอดได้ ในอนาคต ทั้งนี้ เชื่อว่าการดำเนิน โครงการ “ยกระดับผลิตภัณฑ์ โอท็อป ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยนวัตกรรม” จะเป็นส่วน สำคัญ ที่ช่วยผลักดันให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดการสร้างนวัตกรรม ใหม่ๆ ซึ่งสามารถลดต้นทุน สร้างท้องถิ่นสู่ชุมชนให้เข้มแข็ง และ พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายใน กลุ่มธุรกิจเดียวกันหรือที่เกี่ยวข้องพร้อมก้าวสู่ตลาดในต่าง ประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรมอนาคตอันใกล้.



สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400 โทร. 0 2202 4501, 0 2354 3432
- ภาควิชาวิทยาการสิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 50 ถนนพหลโยธิน จตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร. 0 2562 5061

โครงข่ายเชื่อมโยง

การขนส่งสินค้าสู่ภูมิภาค

การขนส่งสินค้าทางถนนในประเทศไทยเป็น
การขนส่งหลักที่ได้รับความนิยมมากเพราะระบบถนน
เป็นบริการขนส่งที่ให้ความสะดวก รวดเร็ว สามารถ
เข้าถึงแหล่งผลิตและแหล่งบริโภคได้โดยตรง ซึ่งการขนส่ง
มีผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross
Domestic Product : GDP) ในระดับสูงถึงร้อยละ 7.1
ของ GDP และเป็นปัจจัยสำคัญต่อต้นทุนราคาสินค้า
และบริการ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้



โครงข่ายการขนส่งในประเทศไทยในปัจจุบัน

ประเทศไทยมีปริมาณการขนส่งสินค้าทางถนนมาก
ที่สุด จากข้อมูลสถิติการขนส่งสินค้าในปี พ.ศ. 2554 พบว่า
มีการขนส่งสินค้าทางถนนประมาณ 405 ล้านตันต่อปี
คิดเป็นร้อยละ 82.17 ของการขนส่งสินค้าทั้งหมด และ
มีอัตราการขยายตัวในสัดส่วนที่สูงขึ้นตามลำดับ

ประเทศไทยมีโครงข่ายเส้นทางถนนในปี พ.ศ. 2554
รวมประมาณ 463,795 กิโลเมตร จำแนกเป็นทางหลวง
แผ่นดิน 66,266 กิโลเมตร ทางหลวงชนบท 47,529 กิโลเมตร
ทางหลวงท้องถิ่น 350,000 กิโลเมตรสามารถเชื่อมต่อการ
เดินทางไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศได้อย่างสะดวกและ
ทั่วถึง มีจุดเชื่อมโยงทางถนนกับประเทศเพื่อนบ้าน
(ประเทศเมียนมาร์ สปป.ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย)
มีปริมาณการเดินทางประมาณ 2.4 ล้านคน-เที่ยวต่อวัน
และนับวันที่จะมีความแออัดมากขึ้นในถนนสายหลัก



ตามรายงานคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานจาก World
Economic Forum ประจำปี พ.ศ. 2556-2557 พบว่า คุณภาพ
ของโครงสร้างพื้นฐานในภาพรวมของประเทศไทย ถูกจัดอยู่ใน
ลำดับที่ 61 ต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย ซึ่งอยู่
ในอันดับที่ 5 และ 25 ตามลำดับ

- ที่มาของข้อมูล : แผนยุทธศาสตร์กระทรวงคมนาคมเพื่อสนับสนุนการ
พัฒนาของประเทศไทยระบบโลจิสติกส์ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2556-2560) กระทรวง
คมนาคม

รูปแบบการขนส่ง	สัดส่วนการขนส่ง (ร้อยละ)	ต้นทุนการขนส่ง (บาท/ตัน-กิโลเมตร)
รถยนต์	87.50	2.12
รถไฟ	1.40	0.95
เรือ	11.08	0.65
เครื่องบิน	0.02	10.0
รวม	100	2.02

ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าของไทย

จากข้อมูลเมื่อเปรียบเทียบค่าขนส่งของประเทศไทย ระหว่างขนส่งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบินไว้ในตารางด้านบน

แน่นอนว่าการขนส่งสินค้าที่มีบทบาทสูงถึง 87.50% และมีต้นทุนที่สูงเป็นอันดับ 2 รองจากเครื่องบิน และเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะใช้การขนส่งช่องทางอื่น ด้วยเหตุผลที่สะดวกและง่ายกว่าการขนส่งโดยช่องทางอื่นนั่นเอง แต่ทำอย่างไรต้นทุน 2.12 บาท/ตัน/กิโลเมตร จะลดต่ำลง หากลดลงได้ก็จะทำให้ศักยภาพการแข่งขันของเอสเอ็มอีมีมากขึ้นนั่นเอง

เอสเอ็มอีไทยกับโครงข่ายขนส่งในปัจจุบัน

แน่นอนที่ว่า การค้าขาย ไปมาหาสู่กัน จำเป็นที่จะต้องใช้การเดินทางเป็นสำคัญ ซึ่งกลุ่มธุรกิจที่มีผลมากที่สุดคือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือที่เราเรียกกันติดปากว่า เอสเอ็มอี ซึ่งมีจำนวนมากมายและได้แยกขนาดจำนวนไว้ ดังตารางด้านบนนี้

จากตารางพบว่า จำนวนผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ทั่วประเทศมีอยู่ถึง 2.91 ล้านราย คิดเป็นสัดส่วนถึง 99% ของผู้ประกอบการทั่วประเทศ ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจอยู่ในภาคตะวันออกเฉยงเหนือมากถึง 25.9% รองลงมาเป็นกรุงเทพฯ 19.7% และภาคกลาง 19.4% ขณะที่หากพิจารณาประเภทธุรกิจ พบว่า เอสเอ็มอี 49.7% ดำเนินธุรกิจอยู่ในกลุ่มค้าส่งค้าปลีก รองลงมาเป็นกลุ่มการผลิตอุตสาหกรรม 17.9% โรงแรมและภัตตาคาร 9.3% ส่วนกลุ่มประมงเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดเพียง 0.01%

จำนวนเอสเอ็มอี เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อโครงข่ายการขนส่งของประเทศ จำนวนยิ่งมาก ก็จะทำให้เกิดปัญหาจราจรแออัด ทำให้ต้นทุนสูงตามมา นอกจากนั้นปีไหนเศรษฐกิจดี ทำมาค้าขายดี ระบบการขนส่งก็แออัดตามไปด้วยเช่นกัน เหตุทั้งสองอย่างนี้ที่กล่าวมา ไม่ว่าจะเป็นจำนวนของเอสเอ็มอีที่เพิ่มขึ้นหรือสภาพเศรษฐกิจที่ดี นับเป็นสิ่งที่ต้องการของทุกส่วนนั่นเอง

ลักษณะการขนส่งในภูมิภาค

เอสเอ็มอีในภูมิภาคของประเทศไทย ยังคงดำเนินการเองเป็นส่วนใหญ่ ต้องมีรถยนต์ขนส่งเป็นของตนเอง ไม่คุ้นเคยกับ

ขนาดกิจการ	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (%)
กิจการขนาดเล็ก	2,894,780	98.97
กิจการขนาดกลาง	18,387	0.63
กิจการขนาดใหญ่	9,140	0.31
กิจการที่ไม่ระบุขนาด	2,605	0.09
รวม	2,924,912	100.0



การใช้รถยนต์รับจ้าง ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ไม่มั่นใจในการให้บริการ ค่าขนส่งแพง หาผู้รับจ้างขนส่งยาก เป็นต้น

โครงข่ายและเส้นทางขนส่งสินค้า

ESAN” Gateway of ASEAN : โครงข่ายเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของภาคอีสานเพื่อการเป็นประตูของอาเซียน

1. โครงข่ายสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 (เส้นทางหมายเลข 8) หนองคาย-เวียงจันทน์ และ เส้นทางรถไฟ หนองคาย - ท่านาแร่

2. โครงข่ายสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 (เส้นทางหมายเลข 9) มุกดาหาร-สะหวันเขต เชื่อมโยง ไทย - พม่า - ลาว - เวียดนาม (กว๋างตรี) - นานหนิง

3. โครงข่ายสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 3 (เส้นทางหมายเลข 12) นครพนม- คำม่วน เชื่อมโยง ไทย - ลาว - เวียดนาม (ฮาติงห์) - นานหนิง

4. โครงการเส้นทางรถไฟ จีน-ลาว-ไทย เชื่อมโยง คุณหมิง - เวียงจันทน์ - หนองคาย - กรุงเทพฯ - กัวลาลัมเปอร์



5. โครงข่ายช่องเม็ก - ปากเซ (เส้นทางหมายเลข 13)
 อุบลราชธานี - จำปาศักดิ์ - เขื่อนโขยง ไทย - ลาว - กัมพูชา
 - เวียดนาม(โฮจิมินห์)

6. **โครงข่ายอิสานใต้ :** กัมพูชา (เส้นทางหมายเลข 67)
ช่องสะง่า - ประสาทวิหาร

7. **โครงข่ายอีสานใต้ - เสียมเรียบ : สุรินทร์ -**
(ช่องจอม - เสียมเรียบ) (เส้นทางหมายเลข 68)

8. Logistics Corridor : การเป็นศูนย์กลางขนส่งและ
โลจิสติกส์เชื่อมโยงระบียงเศรษฐกิจ NSEC

9. Education & Medical Hub : การเป็นศูนย์กลาง
ด้านการศึกษาและสุขภาพของภูมิภาค

10. Investment Hub : ศูนย์กลางการลงทุนรองรับ
อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยี เช่น ยานยนต์และชิ้นส่วน เครื่องใช้
ไฟฟ้า เครื่องจักร ฯลฯ

13. Road Tourism & Service Hub : ศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวทางถนนของภูมิภาคเชื่อมโยง สปป.ลาว - เวียดนาม-กัมพูชา

14. Transit & Border Trade : เส้นทาง R8/R9/R12/ ช่องเม็ก/ช่องจอม/ท่าลี่ ภายใต้ประโยชน์จากการค้าข้ามชายแดน

15. Core Competitiveness : การยกระดับผู้ประกอบการ
ขนส่งท้องถิ่นไปสู่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีศักยภาพและขีดความ
สามารถในการแข่งขัน รองรับการพัฒนาขีดความสามารถของ AEC

16. Transport Linking : การบูรณาการโครงข่ายเชื่อมโยงระบบรางถนน สะพาน และประตูชายแดน เชื่อมโยงกับโครงสร้างพื้นฐานประเทศ สปป.ลาว และกัมพูชา

17. Multimodal Transport : การเชื่อมโยงระบบขนส่งทางไกลไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการพัฒนาเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่กับโครงสร้างพื้นฐานในอนาคต

18. ICD & CY : กำหนดพื้นที่ศูนย์เปลี่ยนถ่ายพาหนะรวบรวมและกระจายสินค้า เช่น ICD หรือ CY-YARD เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของระบบขนส่งและลดต้นทุนโลจิสติกส์ รองรับ การเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาค

19. Economic Corridor Connectivity : พัฒนาศักยภาพประตูเศรษฐกิจชายแดน ด้าน/จุดผ่อนปรนที่มีศักยภาพให้เป็นด่านถาวร รวมทั้งการลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ช่องสง้งา, ช่องจอม, เขมราฐ, พิบลมังสาหาร, สะพานข้ามแม่น้ำโขง, บึงกาฬ-ท่าแขก

20. CBTA & Trade Facilitation : การเร่งรัดปรับปรุงกฎระเบียบการอำนวยความสะดวกทางการค้าและโลจิสติกส์รองรับต่อการที่ภาคอีสานจะเป็นพื้นที่ภายใต้โครงข่ายโลจิสติกส์ของภูมิภาค เช่น ระบบขนส่งข้ามแดน (CBTA) และขนส่งผ่านแดน (Transit) ระบบตรววจสินค้าชายแดนร่วมกัน (SSI), ระบบ Single VISA และ Truck Fast Lane, NSW, ฯลฯ



แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ชาวที่ 65 วันที่ 1 มีนาคม 2554 กรมการขนส่งทางบก
2. สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) (ปี 2556)
3. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงคมนาคมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาของประเทศไทยระบบโลจิสติกส์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2556-2560) กระทรวงคมนาคม
4. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. โลจิสติกส์ภาคอีสานภายในกรอบ AEC โดย ดร.ธนิศ ไสรัตน์



ลำปางเป็นแหล่งผลิตรวมเซรามิก แหล่งใหญ่ของประเทศ มีประวัติศาสตร์ การผลิตเครื่องปั้นดินเผามายาวนาน นับตั้งแต่มีการค้นพบวัตถุดินประเภท ดินขาวที่ใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ ถ้วยชาม โดยเฉพาะชามลายโก๋ ชามเปล และถ้วยชาจีน ในประเทศไทยมีโรงงาน เซรามิกอยู่ประมาณ 600 โรงงาน แต่เฉพาะในเขตจังหวัดลำปางจังหวัด เดียวมีโรงงานเซรามิกมากกว่า 200 โรงงาน ทั้งนี้เป็นเพราะจังหวัดลำปาง มีความได้เปรียบด้านทรัพยากร คือ ดิน หิน และแร่ รวมทั้งมีกระบวนการ ผลิตที่มีความยืดหยุ่นสูง



ศูนย์แสดงและจำหน่าย สินค้าเซรามิก และหัตถอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง เบื้องทางการตลาดเพื่อผู้ประกอบการใช้สื่อก

แนวโน้มอุตสาหกรรมเซรามิก ที่มีผลต่อเศรษฐกิจในปัจจุบัน

นางอรพรรณ ตันติวิริสตุ ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนา อุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เปิดเผยว่า ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเซรามิกไทย มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาด้านวัตถุดิบ รวมทั้งพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา ปัจจุบันมีการพัฒนาโดยนำเอาดินขาว ลำปางไปผสมกับวัตถุดิบแหล่งอื่นๆ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้า ในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงงาน จากเดิมที่มีเพียงไม่กี่โรงงานในอดีต มาสู่การเป็นอุตสาหกรรมที่ สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added Industry) การแปรรูปวัตถุดิบใน ท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น นับเป็นข้อได้เปรียบ ของอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง และยังเป็นแหล่งสร้าง งานในท้องถิ่นได้มากกว่า 12,000 คน ตลาดของอุตสาหกรรม

เซรามิกลำปาง ส่วนหนึ่งผลิตเพื่อป้อนตลาดในประเทศ และ อีกส่วนหนึ่งผลิตเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ นับเป็นผลิตภัณฑ์ ที่นารายได้เข้าประเทศและท้องถิ่นปีละหลายพันล้านบาท

ทั้งนี้กลุ่มเซรามิกที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ตลาดกลุ่มนี้ เติบโตตามกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ทั้งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน ข้างเคียง ได้แก่ กระเบื้องและสุขภัณฑ์ต่างๆ

กลุ่มเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ตลาดต่างประเทศยังไม่ฟื้น แต่เนื่องจากการท่องเที่ยวในบ้านเรามีแนวโน้มเติบโต ทำให้ ร้านอาหารที่ต้องการมีสไตล์เป็นของตัวเอง และร้านที่ต้องการ ความแตกต่าง ซึ่งเป็นธุรกิจระดับกลางถึงล่าง ยังต้องการเครื่องใช้ เซรามิกอยู่มาก

กลุ่มของประดับตกแต่งจากเซรามิก สืบเนื่องจากกระแส การท่องเที่ยว การตกแต่งร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจน บ้านที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่น้อย มีความต้องการสินค้ากลุ่มนี้ อยู่มาก ในราคาไม่แพง แต่มีความน่ารัก สามารถทดแทนเป็น ของฝากของขวัญในช่วงเทศกาลต่างๆ ได้ดีในช่วงเศรษฐกิจ ถดถอย

สำหรับสินค้าโอท็อปที่อยู่ในกลุ่มเซรามิก มักจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของประดับตกแต่งเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากความต่างของท้องถิ่น ทำให้ผลิตภัณฑ์โอท็อปในกลุ่มเซรามิกจะมีลักษณะประจำท้องถิ่น เช่น เครื่องปั้นเกาเกิร์ต จ.นันทบุรี เครื่องปั้นด่านเกวียน จ.นครราชสีมา เครื่องปั้นเวียงกาหลง จ.เชียงราย เครื่องปั้นเหมืองกุง จ.เชียงใหม่ เป็นต้น รูปแบบผลิตภัณฑ์จะสวยงามแตกต่างกัน แฝงไว้ด้วยศิลปวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์อย่างชัดเจน

ที่มาการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าฯ สร้างจุดจำหน่ายการและครบวงจร

การจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าเซรามิก และหัตถอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง มีเป้าหมายให้เป็นแหล่งซื้อขายผลิตภัณฑ์เซรามิกและสินค้าหัตถกรรมที่จังหวัดลำปางนั้น ผอ.พรพรรณฯ กล่าวถึงที่มาของศูนย์ดังกล่าวว่า เมื่อปี 2547 จังหวัดลำปางร่วมกับสมาคมเครื่องปั้นดินเผาจังหวัดลำปางและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้จัดทำรายละเอียดและนำเสนอ “โครงการการจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าเซรามิกและหัตถอุตสาหกรรม จังหวัดลำปาง” เพื่อยกระดับอุตสาหกรรม เซรามิก หัตถอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมในกลุ่มเอสเอ็มอี ของจังหวัดลำปาง ให้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับสากลมากยิ่งขึ้น โดยสร้างจุดจำหน่ายและแสดงผลิตภัณฑ์เซรามิกที่มั่นคงถาวรและครบวงจร รวมทั้งเป็นศูนย์จัดแสดงจำหน่าย และสาธิตสินค้าในโครงการโอท็อปสินค้าหัตถอุตสาหกรรม และสินค้าของกลุ่มเอสเอ็มอีของจังหวัดลำปาง นอกจากนี้ยังใช้เป็นศูนย์กลางการเจรจาธุรกิจทางการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการองค์กรต่างๆ

ผลักดันศูนย์กระจายสินค้าฯ เป็นแหล่งเศรษฐกิจของลำปาง

ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กล่าวถึงความสำคัญของการจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าเซรามิก และหัตถอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักดังนี้

1. เพื่อเป็นศูนย์กลางของการเจรจาการค้า (Business Center) โดยทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อในอุตสาหกรรมเซรามิก หัตถอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมเอสเอ็มอีของจังหวัดลำปาง
2. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมการตลาดทั้งในระดับประเทศและระดับต่างประเทศ
3. เพื่อเป็นแหล่งบริการข้อมูล ข่าวสาร และองค์ความรู้ต่างๆ ทั้งด้านการผลิต การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การตลาด การบริหารจัดการ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ในลักษณะศูนย์บริการธุรกิจ (Business Opportunity Center : BOC)
4. เพื่อเป็นประตูสำหรับการเผยแพร่ชื่อเสียง สินค้าอุตสาหกรรมของจังหวัดลำปาง (Lampang Brand) ให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ

แม้ว่าอุตสาหกรรมเซรามิกจะมีปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญคือคุณภาพของสินค้าที่ลดลง เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการลดต้นทุนการผลิตทั้งด้านวัตถุดิบ ดิน สี

รูปแบบ อุณหภูมิการเผา เป็นต้น ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำเป็นต้องหาช่องทางสนับสนุนผู้ประกอบการเซรามิกให้ยืนหยัดต่อไปได้ทั้งเอสเอ็มอีและโอท็อป โดยมีแนวทางสนับสนุนเป็นรูปธรรมชัดเจน ได้แก่

1. การให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการในการแก้ไขปัญหาทางด้านเทคนิคที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต
2. การให้บริการวิเคราะห์และทดสอบวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์เซรามิก ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ทดสอบที่ได้มาตรฐาน
3. การให้บริการข้อมูลสารสนเทศอุตสาหกรรมเซรามิก
4. ศึกษาทดลอง วิจัยและพัฒนาการผลิตเซรามิกชนิดดั้งเดิม (Traditional Ceramics) และเซรามิกสมัยใหม่ (New Ceramics) เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการให้บริการและประยุกต์ใช้ในภาคอุตสาหกรรม
- In-house Research เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งเพื่อปรับปรุงและแก้ไขปัญหาในกระบวนการผลิต และนวัตกรรมใหม่
- Contact Research การดำเนินงานตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรม
- Cooperative Research การวิจัยร่วมโดยดำเนินการร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายต่างๆ เช่น หน่วยงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการดำเนินการอาจอยู่ในรูปแบบการขอรับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานสนับสนุนการวิจัยอื่นๆ เป็นต้น
5. การจัดฝึกอบรม สัมมนาทางด้านวิชาการและเทคนิคการผลิตทั้งหลักสูตรระยะสั้น/ยาว และให้บริการฝึกอบรมเฉพาะรายตามคำขอ
6. การให้บริการเครื่องจักรกลางเพื่อใช้ในการศึกษาและทดลองผลิต
7. การเชื่อมโยงธุรกิจอุตสาหกรรมเพื่อการเพิ่มผลผลิตและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม
8. ให้การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาในแต่ละภูมิภาคของประเทศให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่ตลาดต้องการ
9. บริหารจัดการศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าเซรามิกและหัตถอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง.



สนใจขอรับบริการได้ที่

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก

424 หมู่ที่ 2 ถนนพหลโยธิน ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง 52130

โทร. 054 281 884, 054 282 376, 054 281 877

อีเมล. ceramic@dip.go.th



“บิวะ” เป็นผลไม้ที่มีลักษณะ
ลำต้นสูงประมาณ 5 เมตร
ใบยาวประมาณ 20 เซนติเมตร
ผลมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยม ลูกใหญ่สุด
มีน้ำหนักประมาณ 100 กรัม (คล้ายมะขงชิด
หรือมะปรางของไทย) สรรพคุณช่วยฟื้นฟูกำลัง
ทำให้หายจากอาการอ่อนเพลีย
รสชาติรูปแบบผลสด จะเปรี้ยวๆ หวานๆ
คล้ายรสแอฟริคอต

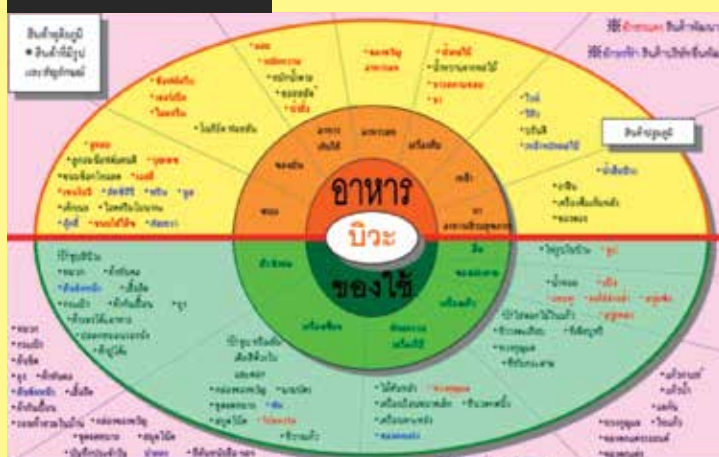
“บิวดะ (biwa)” ผลไม้ท้องถิ่น ปลุกมากกว่า 250 ปี แห่งเมืองโทมิอูระ จังหวัดชิบะ ประเทศญี่ปุ่น ที่หลังจากเก็บเกี่ยว นอกจากผลสดที่ได้มาตรฐานไปจำหน่ายแล้ว ยังนำมาผลสดที่ไม่ได้มาตรฐานมาผลิตและจัดจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเฉพาะตัวที่หลากหลายและสามารถเก็บได้นานขึ้น และใช้เป็นกรรพยากกรท้องถิ่นเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่สร้างรายได้ สร้างการจ้างงาน สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น และสร้างแรงกระตุ้นเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ท้องถิ่นวางแผนที่จะพัฒนาเป็นสินค้าส่งออกขายไปยังท้องถิ่นข้างเคียง และต่างประเทศ

การพัฒนา “บิระ” กว่าที่จะมาถึง ณ วันนี้ ได้ผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบของคนในท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่คิดว่า “จุดเด่นและปัญหาของท้องถิ่นคืออะไร??” “แนวทางการแก้ไขปัญหาคืออะไร??” ที่จะสามารถพัฒนาให้อร่อยอย่างยั่งยืนโดยท้องถิ่นเอง” ซึ่ง “บิระ” นับเป็นทรัพยากรท้องถิ่นที่เป็นหนึ่งในจุดเด่นของเมืองที่จะสร้างเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนให้กับท้องถิ่น โดย “สินค้า” ที่ได้ไต่เต้าจากบิระ มีทั้งเป็นสินค้าอาหารและไม่ใช่อาหาร แสดงรายละเอียดดังแผนภาพ

ผลไม้ “บิ๊วะ”
จากโอท็อปบ้านนอก
กลายเป็นโอท็อปไฮโซ

ปัจจุบัน “บิวะ” ได้พัฒนาเป็นสินค้าแปรรูปมูลค่าเพิ่มมากกว่า 30 อย่าง ที่ผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานปลอดภัย และมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง และสะดวกสำหรับผู้ซื้อ พร้อมสร้างเรื่องราวเพื่อสร้างจดขายที่ทรงคุณค่า

สินค้าที่ได้ใจเดียว “บิวะ”



ภาพโรงงานผลิตของโครงการฯ (คนในท้องถิ่น สามารถมาใช้โรงงาน
แปรรูปร่วมได้) และตัวอย่างผลิตภัณฑ์ อาทิ แยม แยมโรลบิชะ
คาเวียร์ น้ำบิชะ

สบู่เหลว
“บิวะ”



เค้กบิวะ



ไอศกรีม



แกงกระหรี่
“บิวะ”
สำเร็จรูป



“บิวะ” ยังเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อการท่องเที่ยวของเมืองโทมิอุระ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น และมาร่วม ทดลองปลูกและชิมบิวะสดๆ จากไร่ ในช่วงระหว่างเดือน พฤษภาคม - มิถุนายนของทุกปี

การดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้การดำเนินการ ของเทศบาลเมืองโทมิอุระ โดยผ่านโครงการศูนย์บริการริมทาง (Michi no eki) ซึ่งเป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาลกลางญี่ปุ่น ที่เริ่มมาตั้งแต่ปี คศ. 1993 เพื่อช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่น สร้าง “ศูนย์บริการริมทาง” ระหว่างการเดินทางที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพักผ่อน จุดชมวิว ห้องน้ำ มีจุดบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และที่สำคัญมีโรงผลิต หรือ ร้านขายสินค้าท้องถิ่นจากที่ต่างๆ ในท้องถิ่นวางจำหน่าย เพื่อทำ หน้าที่หลักๆ คือ ใช้พักผ่อน สร้างความร่วมมือของคนภายในชุมชน แก้ไขปัญหาผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานของชุมชน ส่งผลให้คุณภาพ ชีวิตของคนในท้องถิ่นดีขึ้น โดยคนท้องถิ่นมาร่วมตัวกันเพื่อช่วย กันบริหารจัดการ ความน่าสนใจของต้นแบบการพัฒนา “บิวะ” ข้างต้น คือ การรวมตัวกันของคนในท้องถิ่นที่ต้องการพัฒนา ท้องถิ่น โดยนำจุดแข็ง ซึ่งคือ “ผลผลิตท้องถิ่น” มาสร้างมูลค่า เพิ่มอย่างครบวงจร ทั้งการเป็นสินค้าสด/แปรรูปคุณภาพมูลค่าเพิ่ม ที่มีราคาสูง ทั้งที่เป็นอาหารและมิโซอาหาร ตลอดจนสร้างเป็น แหล่งท่องเที่ยว ที่สร้างความภาคภูมิใจและสร้างความยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจและการพึ่งพาตนเองให้กับท้องถิ่น รวมถึง การช่วยกันคิดวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ที่ดี สู่อนาคตให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกับท้องถิ่น.



ข้อมูลและรูปภาพจาก

ศูนย์บริการริมทาง เมืองโทมิอุระ (2558)
เว็บไซต์: www.mboso-etoko.jp



ศูนย์บริการริมทาง เมืองโทมิอุระ





กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเปิดบริการ **เงินทุนหมุนเวียน-ดอกเบี้ยต่ำ** เพื่อการส่งเสริมอาชีพ อุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย



เงินทุนหมุนเวียนเพื่อการส่งเสริมอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จัดตั้งขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือราษฎรและกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม โดยการสนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับการจัดหาวัตถุดิบ เครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต การจ้างแรงงานในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ การรับซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้และการให้ยืมเงินสำหรับการประกอบอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม โดยรูปแบบการดำเนินงานประกอบด้วย

- การให้บริการสินเชื่อ
- การรับซื้อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากราษฎรมาจำหน่าย
- การให้คำแนะนำปรึกษาแก่ราษฎรที่มาขอใช้บริการเงินทุนหมุนเวียนฯ

หลักเกณฑ์การให้กู้ยืมเงิน

ปัจจุบันมีราษฎรให้ความสนใจในด้านการให้บริการสินเชื่อเงินทุนหมุนเวียนฯ และยื่นคำขอเป็นจำนวนมากเนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ การดำเนินงานของเงินทุนหมุนเวียนฯจึงมุ่งเน้นให้บริการในด้านการให้บริการสินเชื่อเป็นสำคัญ ซึ่งการให้บริการสินเชื่อของเงินทุนหมุนเวียนฯ มีหลักเกณฑ์การให้กู้ยืมเงิน ดังนี้

■ คุณสมบัติผู้มีสิทธิขอกู้เงิน

1. ราษฎร ผู้ซึ่งเคยได้รับการฝึกอบรมตามหลักสูตรใดหลักสูตรหนึ่งของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
2. ราษฎร ผู้ซึ่งเคยได้รับความช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในด้านการตลาด การปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตหรือวิธีปฏิบัติในการดำเนินงานทางธุรกิจ
3. ราษฎร ผู้ประกอบอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย และกิจการนั้นมีความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ
4. กลุ่มอาชีพที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย และมีคณะกรรมการดำเนินงานของกลุ่ม พร้อมทั้งมีทะเบียนสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่า 10 คน และจัดตั้งมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 เดือนเป็นหลักฐาน โดยมีหน่วยราชการในพื้นที่ซึ่งสนับสนุนกลุ่มอาชีพนั้นให้การรับรองเป็นหนังสือ
5. กลุ่มอาชีพหรือองค์กรที่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลรวมทั้งนิติบุคคลตามกฎหมาย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมในครอบครัวหรือหัตถกรรมไทยของราษฎร
6. บุคคลผู้ซึ่งประกอบอาชีพที่สนับสนุนส่งเสริมเกื้อกูลแก่ผู้ประกอบอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย และกิจการนั้นมีความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ

วงเงินให้กู้และอัตราดอกเบี้ย

เงินทุนหมุนเวียนฯ ให้กู้ยืมเงินตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2527 ถึงปัจจุบัน ได้มีการกำหนดวงเงินให้กู้และอัตราดอกเบี้ย และการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงให้มีความเหมาะสมตามสภาพเศรษฐกิจมาโดยตลอดปัจจุบันวงเงินให้กู้และอัตราดอกเบี้ยสรุปได้ดังนี้

- วงเงินกู้ไม่เกิน 50,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี กำหนดชำระคืนภายใน 2 ปี ระยะเวลาปลอดหนี้ไม่เกิน 4 เดือน ใช้บุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้
- วงเงินกู้เกิน 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 100,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี กำหนดชำระคืนภายใน 4 ปี ระยะเวลาปลอดหนี้ไม่เกิน 4 เดือน ใช้บุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้
- วงเงินกู้เกิน 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 200,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี กำหนดชำระคืนภายใน 6 ปี ระยะเวลาปลอดเงินต้นไม่เกิน 12 เดือน ใช้บุคคลหรือหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้
- วงเงินกู้เกิน 200,000 บาท แต่ไม่เกิน 700,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี กำหนดชำระคืนภายใน 8 ปี ระยะเวลาปลอดเงินต้นไม่เกิน 12 เดือน ใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้
- วงเงินกู้เกิน 700,000 บาท แต่ไม่เกิน 2,000,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี กำหนดชำระคืนภายใน 10 ปี ระยะเวลาปลอดเงินต้นไม่เกิน 12 เดือน ใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้



หลักประกัน

■ บุคคลค้ำประกัน ให้ค้ำประกันเงินกู้ได้เพียงรายเดียวเท่านั้น

1. วงเงินกู้ไม่เกิน 50,000 บาท ให้ใช้ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีเงินเดือนคงเหลือสุทธิไม่น้อยกว่า 5,000 บาท หรือบุคคลที่เชื่อถือได้ ซึ่งมีเงินเดือนหรือรายได้ประจำไม่น้อยกว่าเดือนละ 20,000 บาท และมีเงินคงเหลือสุทธิไม่น้อยกว่า 5,000 บาท ไม่น้อยกว่า 1 คน ค้ำประกันเงินกู้

2. วงเงินกู้เกิน 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 200,000 บาท ให้ใช้ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีเงินเดือนคงเหลือสุทธิไม่น้อยกว่า 5,000 บาท หรือบุคคลที่เชื่อถือได้ ซึ่งมีเงินเดือนหรือรายได้ประจำไม่น้อยกว่าเดือนละ 20,000 บาท และมีเงินคงเหลือสุทธิไม่น้อยกว่า 5,000 บาท ไม่น้อยกว่า 2 คน ค้ำประกันเงินกู้

■ หลักทรัพย์ค้ำประกัน

- ที่ดิน หรือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่มีโฉนดที่ดิน หรือน.ส.3 ก. ซึ่งเป็นของตนเองหรือของบุคคลอื่นที่ยินยอมให้ไว้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน และหลักประกันดังกล่าวต้องปลอดจำนองและภาระติดพันใด ๆ
- หนังสือค้ำประกันของธนาคาร



ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

ส่วนบริหารเงินทุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทร. 0 2202 4409, 0 2202 4502 อีเมล credit@dip.go.th

ในส่วนภูมิภาคติดต่อหน่วยงานในสังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่อยู่ใกล้บ้าน

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1-11 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ไม่ถาม ไม่พูด ไม่อธิบาย

เจ้าของบ้านออกไปล่าสัตว์ ทิ้งหมาอยู่บ้านไว้เพื่อคอยดูแลลูกน้อย
เมื่อเขากลับมาจากล่าสัตว์ ก็เห็นรอยเลือดเต็มพื้นไปหมด

ลูกของเขาไปไหน?

แล้วหมาล่ะ!

ที่ปากของหมาเต็มไปด้วยเลือด

เมื่อมันเห็นเจ้าของกลับมา มันวิ่งเข้ามาหาแกว่งหางมองเจ้าของอย่างดีใจ

เจ้าของโมโหสุดขีด จึงฆ่าหมาของตัวเองทิ้ง เสียงหมาร้องโหยหวน

ปลุกเด็กน้อยที่นอนหลับอยู่ในบ้านตื่นขึ้นมาร้องไห้จ้า

เมื่อเขาเดินเข้าไปในบ้าน จึงเห็นซากของหมาตัวใหญ่อีกตัวโดนกดตายอยู่ที่ห้องโถง!

เรื่องราวมากมายที่เราเห็นกับตา ได้ยินมากับหู
ไม่แน่ว่าจะเป็นจริงตามนั้น

จงให้โอกาสผู้อื่นได้อธิบาย

จงรู้จักอดทนเพื่ออธิบายให้ผู้อื่นได้เข้าใจ

ทำได้ดังนี้ เรื่องที่น่าเสียใจ เรื่องที่น่าให้อภัย ก็จะลดน้อยลงไป

ไม่ถาม ไม่พูด ไม่อธิบาย

คือความไม่ยุติธรรมและไม่รับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น

ฉันไม่ถาม	+	คุณไม่พูด	=	ห่างเหิน
ฉันถามแล้ว	+	คุณไม่พูด	=	ช่องว่าง
ฉันถามแล้ว	+	คุณพูด	=	เคารพ
ฉันอยากพูด	+	คุณอยากถาม	=	รู้ใจ
ฉันไม่ถาม	+	แต่คุณพูด	=	ไว้ใจ

เก็บเรื่องราวที่ส่งผ่านต่อกันในโลกสังคมออนไลน์ มาถ่ายทอดเป็นตัวอักษร
สู่ผู้อ่าน ตัวอักษรไม่กี่ตัว ตัวละครไม่มาก แต่สะท้อนความจริงของชีวิตได้
มากมาย



OTOP ursa ya tani kerd tiao krasan

ผู้เขียน : กรมการพัฒนาชุมชน

รหัส : I 16 ต11

เนื้อหาเป็นโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ โอท็อปของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ จังหวัด นราธิวาส จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี ที่ได้นำเสนอ ผลิตภัณฑ์โอท็อปของแต่ละจังหวัด



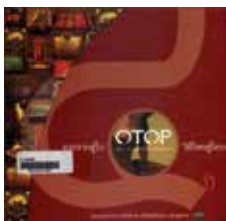
ร้อยเล่าตำนานโอท็อป

A Hunderd Legends Of OTO

ผู้เขียน : กรมการพัฒนาชุมชน

รหัส : I 16 ก481

เนื้อหาแนะนำเรื่องราวของภูมิปัญญาและตำนาน ผลิตภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้จำนวน 100 เรื่อง ประกอบด้วย 5 ประเภท คือเรื่องราวเกี่ยวกับอาหาร เครื่องดื่ม สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ศิลปะประดิษฐ์ ของที่ระลึก ของใช้ตกแต่ง ผ้า เครื่องแต่งกาย



จากรากสู่ใบ OTO วิถีไทยสู่โลก

ผู้เขียน : กรมการพัฒนาชุมชน

รหัส : I 16 ต49

เนื้อหาแบ่งออกเป็น ภาพรวมการขับเคลื่อนโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และโอท็อปหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับจังหวัด

(นตผ.จังหวัด) 75 จังหวัด



OTOP : Rong lae ja kang mu banyu Thai

ผู้เขียน : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม(สสว)

รหัส : I 16 O51

เนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือที่เรียกกันติดปากว่า โอท็อป จำนวน 50 ผลิตภัณฑ์มาเล่าเรื่องให้เห็นภาพที่มาของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น อันเกิดจากภูมิปัญญาซึ่งได้รับการถ่ายทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ทรงคุณค่าและสะท้อนตัวตนของท้องถิ่นนั้นๆได้อย่างชัดเจนและการช่วยสนับสนุนสินค้าโอท็อป นั้น นอกจากจะช่วยกระตุ้นเรื่องเศรษฐกิจของชุมชนที่ทำให้ชุมชนในท้องถิ่น มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้ว ยังเป็นการสนับสนุนภูมิปัญญาไทยให้คงอยู่อย่างยั่งยืนสืบไป

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้เขียน : บริษัท อัลฟ่า พับลิชชิง จำกัด

รหัส : I 16 ต18

เนื้อหาได้รวบรวมผลิตภัณฑ์โอท็อป ที่เป็น ผลผลิตของแต่ละตำบลเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ให้กับประชาชน ผู้ว่างานที่ต้องการรายได้เสริม กลุ่มผู้ประกอบการ ที่ส่งออกสินค้าและ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปได้มีทางเลือกและสนับสนุน สินค้าไทยที่มาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน

เทคนิคการคำนวณต้นทุนสินค้า OTO

ผู้เขียน : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

รหัส : I 16 ท48

เนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญของการคิดต้นทุน สินค้าโอท็อป การคิดต้นทุน เปรียบเทียบ จักสาน ผ้า สิ่งทอ สมุนไพร



โครงการสร้างนักธุรกิจ OTO

ผู้เขียน : สำนักส่งเสริมภูมิปัญญา ท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

รหัส : I 16 O55

เนื้อหากล่าวถึงความเป็นมาของ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการสร้างนักธุรกิจโอท็อป เส้นทางสู่ความสากลแผนธุรกิจโอท็อป เป็นแนวทางให้เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน

ในทุกระดับ ได้นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินการส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการโอท็อป ได้มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานโอท็อป โดยมีกระบวนการจัดทำแผนธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการโอท็อป สามารถเข้าถึงแหล่งบริการทางด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ การธนาคาร และมีโอกาสได้รับความรู้ทางด้านวิชาการจากหน่วยงานราชการต่างๆ ด้วย



สอบถามรายละเอียดและข้อมูลเพิ่มเติม

ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม Ins. 0 2202 4425 หรือ 0 2354 3237 เว็บไซต์ <http://library.dip.go.th>

16 อดทนทรมาน

ศิลปวัฒนธรรม

พฤษภาคม 2555

พิเศษ ความงามของ OTOP

วันที่สมัคร.....เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน

บริษัท/หน่วยงาน.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... เว็บไซต์บริษัท.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

ตำแหน่ง.....อีเมล.....

1. ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....

2. ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....

3. ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....

4. ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....

5. ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารถอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป

☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง

6. การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด

☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง

7. ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)

☐ การตลาด ☐ การให้บริการของรัฐ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ ระบุ.....

8. คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับความชอบ)

☐ Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) ☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล)

☐ SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) ☐ Report (รายงาน / ข้อมูล) ☐ Innovation (นวัตกรรมใหม่)

☐ Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม) ☐ Book Corner (แนะนำหนังสือ) ☐ อื่นๆ ระบุ.....

9. ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน

☐ ได้ประโยชน์มาก ☐ ได้ประโยชน์พอสมควร ☐ ได้ประโยชน์น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์

10. เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ

☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 60 คะแนน

รางวัลอุตสาหกรรมยอดเยี่ยม รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2558

รางวัลสำหรับเชิดชูเกียรติผู้ประกอบการ

****เปิดรับสมัครแล้วตั้งแต่วันที่ 30 พฤษภาคม 2558****



กระทรวงอุตสาหกรรม ประกาศรับสมัครผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมการพิจารณาคัดเลือกรางวัลอุตสาหกรรมยอดเยี่ยมและรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น 7 ประเภท เพื่อเป็นกำลังใจ และเป็นแบบอย่าง แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ที่มีความคิดริเริ่ม และความวิริยะอุตสาหะ ในการสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลสามารถนำเครื่องหมายเชิดชูเกียรติไปใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจการของตนเองได้ ทั้งนี้ได้รับเกียรติจาก ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี เป็นผู้มอบรางวัล

ประเภทรางวัล

รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น แบ่งออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. ประเภทการเพิ่มผลผลิต
2. ประเภทการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
3. ประเภทการบริหารความปลอดภัย
4. ประเภทการบริหารงานคุณภาพ
5. ประเภทการจัดการพลังงาน
6. ประเภทการบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม
7. ประเภทการจัดการโลจิสติกส์

วิธีการสมัคร

ผู้สนใจสมัคร สามารถดูรายละเอียดและเรียกพิมพ์ ใบสมัครและหลักเกณฑ์ของแต่ละประเภทรางวัลได้ที่เว็บไซต์ <http://www.dip.go.th> เมื่อผู้ประกอบการได้ใบสมัครแล้วขอให้จัดทำข้อมูลในด้านต่างๆของแต่ละประเภทรางวัลและจัดส่งใบสมัครพร้อมเอกสารได้ที่

- ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหารกลาง ชั้น 3 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด (ทุกจังหวัด)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1-11 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักบริหารกลาง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
โทรศัพท์ 0 2202 4461, 0 2202 4522, 0 2202 4413



คลิก : ดาวน์โหลด

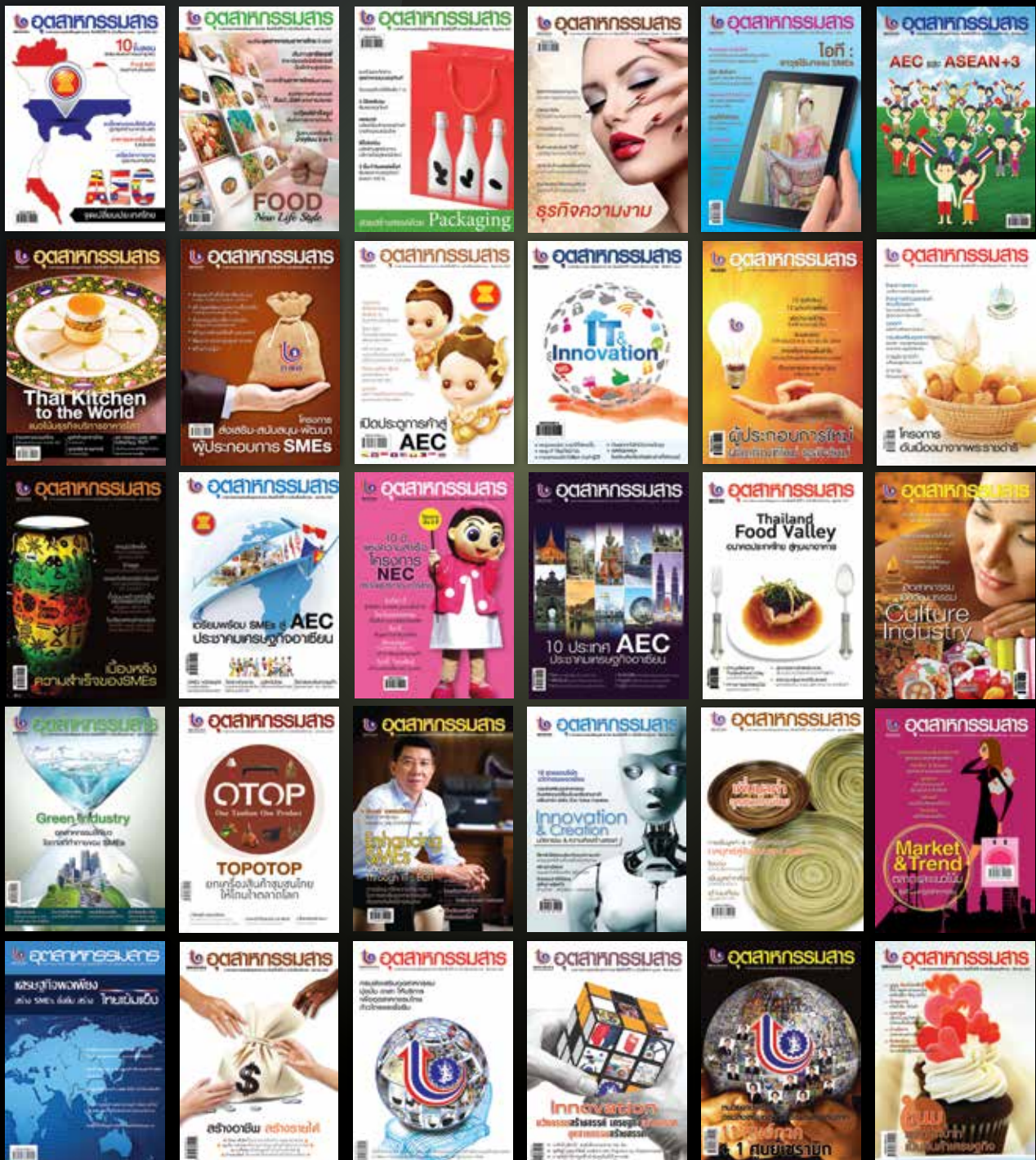


อุตสาหกรรมสารออนไลน์

<http://e-journal.dip.go.th>

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

เว็บวารสารปรับโฉมใหม่ ! อุตสาหกรรมสารออนไลน์ <http://e-journal.dip.go.th> ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากเก็บข้อมูลดาวน์โหลดได้เลย



สมัครเป็นสมาชิกได้ที

วารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400
สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข **0 2354 3299** หรือ สมัครผ่าน email : **e-journal@hotmail.com**