

**รายงานผลการปฏิบัติราชการ  
ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ  
โดยตนเองของจังหวัด**

( 1 ตุลาคม 2546 - 30 กันยายน 2547 )



# สรุปการรายงานผลการปฏิบัติราชการ

## ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ

### (Self Assessment Report : SAR)

การประเมินผลงานตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของผู้ว่าราชการจังหวัด 75 จังหวัด เป็นลักษณะการประเมินผลของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้ว่าราชการจังหวัดได้ทบทวน ว่าจังหวัดได้ดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามยุทธศาสตร์ได้มากน้อยเพียงใด โดยผู้ว่าราชการจังหวัดจะต้องประเมินผลการปฏิบัติงาน ที่ได้เปรียบเทียบกับตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของจังหวัดตาม คำรับรองการปฏิบัติราชการ ซึ่งจะเป็เครื่องมือให้ผู้ว่าราชการจังหวัดได้ปรับปรุงผลงานของตนเองให้บรรลุผลตามที่กำหนดไว้

คำรับรองการปฏิบัติราชการของผู้ว่าราชการจังหวัด 75 จังหวัด สามารถจัดแบ่งยุทธศาสตร์ ได้ 7 กลุ่ม คือ (1) การท่องเที่ยว (2) การเกษตร (3) การค้า การลงทุน (4) อุตสาหกรรม (5) หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (6) การพัฒนาสิ่งแวดล้อม และ (7) การพัฒนาฝีมือแรงงาน

โดยส่วนใหญ่จังหวัดจะเน้นหนักยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว การเกษตร และการค้า การลงทุนตามลำดับ ซึ่งผลการประเมินสามารถสรุปได้ ดังนี้

## 1. การท่องเที่ยว

- ภาพรวม ในปี 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศของ 19 กลุ่มจังหวัด (ไม่รวม กทม.) จำนวน 78 ล้านคน-ครั้ง (trips) หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากปี 2545 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 80 ต่างชาติร้อยละ 20 โดยมีจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยว 19 กลุ่มจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 72 ของทั้งประเทศ

### รายได้

- รายได้จากการท่องเที่ยวของ 19 กลุ่มจังหวัด มียอดรวม 315,000 ล้านบาท (ไทย : ต่างชาติ = 48 : 52) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากปี 2545 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53 ของประเทศ
- เมื่อพิจารณารายได้เป็นรายกลุ่มจังหวัด จะพบการกระจุกตัวของรายได้สูงสุด 3 กลุ่มแรก คือ กลุ่มภาคใต้ตอนบน (8.3) ภาคตะวันออก (5.1) และล้านนา (1.1) มีส่วนแบ่งรายได้รวมกันสูงถึงร้อยละ 65-70 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด กล่าวได้ว่า แต่ละกลุ่มจังหวัดนี้มีรายได้มากกว่าแต่ละกลุ่มจังหวัดของ 16 กลุ่มจังหวัดที่เหลือถึง ประมาณ 10 เท่า
- อัตราการเติบโตของรายได้ใน 3 กลุ่มจังหวัดข้างต้น สูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ย
- ด้านส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างมีการกระจายตัวดีกว่าการกระจายตัวของรายได้ คือ 4 กลุ่มแรกที่มีผู้มาเยือนสูงสุด (ภาคตะวันออก ภาคใต้ตอนบน (8.3) ภาคกลางตอนล่าง (4.1) และล้านนา มีความแตกต่างกับกลุ่มที่มีผู้มาเยือนต่ำเพียง 1.6 เท่า

## จำนวนผู้เดินทางเที่ยว

- อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวกับส่วนแบ่งตลาดของจำนวนผู้ท่องเที่ยว ใกล้เคียงกับผลเปรียบเทียบด้านรายได้
- การท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศ ยังอยู่ในบริบทของ “กับดักราคาต่ำ” คือ More for Less จากผลการเปรียบเทียบรายได้กับจำนวนผู้ท่องเที่ยวรายกลุ่มจังหวัด พบว่าเกือบทุกกลุ่มจังหวัดมักใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ทำให้รายได้ไม่สอดคล้องกับจำนวนผู้ท่องเที่ยว

## ปัจจัยแห่งความสำเร็จและข้อเสนอแนะ

- ทุกกลุ่มจังหวัดควรรู้ถึงศักยภาพของตนเอง และศึกษาความพร้อมของกลุ่มจังหวัดเช่น การคมนาคมขนส่ง สินค้าเพื่อการท่องเที่ยว โดยไม่จำเป็นต้องพยายามผลักดันให้สำเร็จในระดับ World Class
- ที่ผ่านมามีความมุ่งเน้นส่งเสริมและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว โดยไม่ให้ความสำคัญอย่างจริงจังกับการรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้สวยงามหรือเป็นธรรมชาติ
- ภาวะผู้นำของ CEO สำคัญที่สุดในการประสานและขอความร่วมมือจากส่วนต่าง ๆ เนื่องจากมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีการบูรณาการอย่างจริงจัง
- ควรมุ่งไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ด้วยการฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยวเดิมให้ดีขึ้นในด้านต่าง ๆ

## 2. หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

- ภาพรวม สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นับว่าประสบความสำเร็จค่อนข้างมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา
- จำนวนผู้ประกอบการ OTOP ที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว จาก 12,000 กลุ่ม ในปี 2545 เป็น 36,000 กลุ่มในช่วง ครึ่งปีแรกของ ปี 2547 (ยังข้อมูล 12 เดือนไม่มี)
- จำนวนสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว รวม 580 ชนิด/รายการ หรือร้อยละ 8.6 ของสินค้า OPC ระดับ 3-5 ดาว
- รายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP ในช่วง 7 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2547 ทั้ง 19 กลุ่มจังหวัด รวมกัน 24,067 ล้านบาท หรือร้อยละ 72 ของรายได้รวมในปี 2546 สรุปว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของปี 2547 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 24 จากปี 2546 กลุ่มจังหวัดส่วนใหญ่มีผลการดำเนินการค่อนข้างดี ยกเว้น กลุ่มภาคใต้ตอนล่าง (8.1) และภาคกลางตอนล่าง (4.1) ที่มีอัตราการเติบโตเป็นลบ นอกจากนี้ หากมองจากส่วนแบ่งตลาดของรายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP พบว่าประมาณร้อยละ 50 ของรายได้ทั้งหมดมาจาก 4 กลุ่มจังหวัด คือ 4.1 / 1 / 5 / และ 4.3
- การเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของรายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP กับส่วนแบ่งตลาดของสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว จะเห็นทิศทางการพัฒนา OTOP เช่น กลุ่มล้านนามีความโดดเด่น

ด้านจำนวนชนิดสินค้า กลุ่มภาคกลางตอนล่าง (4.1) มีความโดดเด่นด้านรายได้รวมจากการจำหน่ายสินค้า OTOP ดังนั้น กลุ่มล้านนาจึงควรมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและด้านการตลาด ในขณะที่ กลุ่มภาคกลางตอนล่างต้องให้น้ำหนักกับการพัฒนาการเพิ่ม/ขยายจำนวนผลิตภัณฑ์

- ส่วนใหญ่สินค้า OTOP มักอาศัยแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้น กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนผู้ประกอบการค่อนข้างสูง แต่มีส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าระดับ 5 ดาวค่อนข้างต่ำ

### ปัจจัยแห่งความสำเร็จและข้อเสนอแนะ

- การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและเครือข่ายชุมชน ทั้งในระดับอำเภอ จังหวัดและกลุ่มจังหวัด เพื่อให้ทันกับความต้องการของตลาด แลกเปลี่ยนความรู้เพื่อพัฒนาสินค้า เพิ่มความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
- การส่งเสริมด้านการตลาด เช่น เพิ่มศูนย์ข้อมูลและศูนย์แสดงสินค้าดีเด่นให้กระจายในทุกจังหวัด
- ด้านมาตรฐานและคุณภาพการผลิต ปัจจุบันมีเพียง สมอ. หน่วยงานเดียวที่เป็นผู้รับผิดชอบหลัก จึงควรสนับสนุนให้สถานศึกษาที่มีศักยภาพเป็นศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีในระดับจังหวัด (OTOP Incubation Center) เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีและประเมินคุณภาพสินค้า

### 3. การค้า การลงทุน

- ช่วงครึ่งปีแรก ของปี 2547 มูลค่าการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมจาก BOI มียอดรวมทั้งสิ้น 196,469 ล้านบาท ใน 577 โครงการ
- เห็นได้ว่า การลงทุนดังกล่าวกระจุกตัวค่อนข้างสูง ร้อยละ 80 ของมูลค่าการลงทุนทั้งหมด เน้นไปที่ 5 กลุ่มจังหวัด คือ ภาคตะวันออก ร้อยละ 30 ภาคกลางตอนล่าง (4.3) ร้อยละ 18 ภาคกลางตอนบน (3.1) ร้อยละ 14 ภาคกลางตอนบน (3.2) ร้อยละ 10 และภาคอีสานตอนล่าง (7.1) ร้อยละ 8
- ใน 5 กลุ่มจังหวัดข้างต้นมีมูลค่าการลงทุนเฉลี่ยต่อเดือน 5,000 ล้านบาท 9 กลุ่มจังหวัดที่มีการลงทุนต่ำสุดมีมูลค่าการลงทุนเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 100-200 ล้านบาท

ทั้งนี้ สำนักงาน ก.พ.ร. ได้ร่วมกับสวนดุสิตโพล สัมภาษณ์ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อผู้ว่าราชการจังหวัด ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา โดยสำรวจจากประชาชนทั่วประเทศ ทุกอาชีพ ทุกสาขา จำนวน 61,011 คน พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในบทบาทและภาวะความเป็นผู้นำของผู้ว่าราชการจังหวัด ทั้ง 75 จังหวัดมากถึง ร้อยละ 72.34 โดยพบจุดเด่นของผู้ว่าราชการจังหวัดที่ประชาชนประทับใจ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสงครามที่ได้รับร้อยละ 59.86 จากการทำพื้นที่เข้าถึงประชาชน ดูแลเอาใจใส่ และผู้ว่าราชการจังหวัดอำนาจเจริญ ได้รับร้อยละ 51.45 จากการทำประชาชนเข้าพบง่าย และรับฟังปัญหาประชาชน