

ปัญหา ทางรอดและความท้าทายของผู้ประกอบการ SMEs
กรณีศึกษาผู้ผลิตการบูรหอมอำเภอบางปะอิน จังหวัดอยุธยา
Problems, Survivals and Challenges of Smes Entrepreneurs
: A Case Study of Camphor Aroma Enterpenuers In Bangpa-In, Ayutthaya
Province

เดิมศักดิ์ ทองอินทร์* เอนก ไยอินทร์** พระคมสัน จิตเมธโส***
พระครูปลัดเถรานุวัตร****

บทคัดย่อ

การจัดตั้งองค์กรขึ้นมาขับเคลื่อน SMEs จะมองไปในเรื่องระบบเงินทุนเป็นส่วนใหญ่ แต่ในกรณีธุรกิจระดับครัวเรือนและระดับชุมชน ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการกลับกลายเป็นปัญหาที่ถูกมองข้ามและรอการเยียวยา เพื่อหาทางรอดมีอยู่ 3 ประการ หลักด้วยกันคือ 1) ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) 2) ปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) 3) ความท้าทายในการแสวงหาโอกาสกลยุทธ์การตลาด ยิ่งไปกว่านั้นกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ ยังขาดองค์ความรู้ในการสร้างการเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ท้องถิ่น หรือเรื่องราวความเป็นมา เพื่อเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์นำไปสู่การจดจำของลูกค้า ทางรอดถ้าหากภาครัฐจัดตั้งให้มีผู้รับผิดชอบในท้องถิ่นเองเข้ามา มีบทบาทจัดการปัญหา โดยให้องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น สถานศึกษา องค์กรธุรกิจต่างๆ กลุ่มวิสาหกิจอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จ ทำหน้าที่เป็นที่พึ่งคอยให้ความช่วยเหลือ ก็จะทำให้การพัฒนา มีทิศทางมากยิ่งขึ้น การพัฒนาประเทศให้ไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืนนั้น มิได้อิงอาศัยแต่เศรษฐกิจกระแสหลักเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ต้องพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากควบคู่ไปพร้อมๆ กัน ควรหาความร่วมมือเชิงเครือข่าย แสวงหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าภูมิปัญญา สร้างอาชีพ ส่งผลต่อการกระจายรายได้สู่ชุมชน อีกทางหนึ่ง

คำสำคัญ : ปัญหา ทางรอดและความท้าทาย, ผู้ประกอบการ SMEs

* คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

** คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

*** คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

**** วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Abstract

To set up the organization to move forwards SMEs in the view of huge financial capital but in case of house and community level business. For the problems and obstacles of entrepreneurs are overlooked and waiting for solutions that the three solutions consist of 1. product development problem, 2. packaging design problem, 3. changing for searching the market strategy opportunity. Moreover, these businesses lack of knowledge to connect with local wisdom and identity or background for the value of product to impress the customers. If the government set up the authority in the community to have the major role to solve the problem by giving the specialization group like educational institutes, business organizations and other successful local to help to be the advisors and then it will have the more development direction. So, the national development will have the security and sustainability that does not depend on only stream economy but also community economy and should have the network co-operation to create the value of local enterprise wisdom, create the career that will effect on income distribution to community

Keywords: *Problems, Survivals and Challenges, SMEs Entrepreneurs*

บทนำ

โครงการอมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น ซึ่งเป็นโครงการที่ริเริ่มจากความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและธนาคารอมสิน ในฐานะภาคีเครือข่ายที่สำคัญ ร่วมกันเล็งเห็นความสำคัญให้สถาบันการศึกษาทั้งอาจารย์และนิสิต ได้มีส่วนในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนด้านการดำรงชีวิตควบคู่ไปกับการประกอบธุรกิจ โดยอาศัยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นฐาน นำมาสู่การทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ด้านการเสริมสร้างทักษะและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับธนาคารอมสินเพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการโดยมีการให้หลักธรรมในพระพุทธศาสนาเป็นหลักในการดำเนินชีวิต เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน นับเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่สำคัญมาก ซึ่งจากข้อมูลของกรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พบว่าได้มีการอนุมัติจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ณ วันที่ 1 มกราคม 2560 มีสูงถึง 80,000 แห่ง และมีศักยภาพสามารถดำเนินการอยู่ถึง 50,000 แห่งทั่วประเทศ (การประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ครั้งที่ 1/2560) และส่วนใหญ่มักจะเริ่มต้นจากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการผลิตและการดำเนินการ โดยปัจจุบันวิสาหกิจ

ชุมชนได้สร้างเม็ดเงินสะพัดทางเศรษฐกิจมูลค่าสูงถึง 2.55 ล้านบาท (ข้อมูลเดือนกุมภาพันธ์ 2561, กรมส่งเสริมการเกษตร)

ในขณะเดียวกันภาครัฐได้ให้ความสนใจในเรื่องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก จะเห็นได้จากการขับเคลื่อนนโยบายโดยรัฐบาลที่ผ่านๆ มา จนกระทั่งรัฐบาลปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก้าวเข้าสู่ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีหน่วยงานขึ้นมารองรับ อาทิ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. ขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มีสถานะเป็นหน่วยงานของรัฐ มีวิสัยทัศน์ (Vision) พ.ศ. 2560-2564 "เป็นผู้ชี้แนะในการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพ MICRO และ SMEs สู่อุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน" พันธกิจ (Mission) บูรณาการ และผลักดันการส่งเสริม MICRO และ SMEs ของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้ MICRO และ SME สามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล และมีกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร ภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทำงานเชิงคู่ขนาน

ภาพประกอบที่ 1 ผู้บริหารธนาคารออมสิน คณาจารย์และนิสิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลง



ก ร ณ
ร า ข

วิทยาลัย เก็บข้อมูลภาคสนาม

ดังนั้น ภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการของสถาบันการศึกษาโดยเฉพาะมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กับ ธนาคารออมสิน หลักการสำคัญในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อต้องการที่จะอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ ผสมผสานกับการใช้สหวิทยาการสมัยใหม่ในสถาบันอุดมศึกษา มาช่วยเติมเต็มให้กับวิสาหกิจในชุมชน ในขณะเดียวกันยังเป็นการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ของอาจารย์และนิสิตจากสถานการณ์จริง ในการศึกษาปัญหาและความต้องการอย่างตรงจุดของผู้ผลิตการบูรณาการอำเภอบางปะอิน จังหวัดอยุธยา หลังจากนั้นธนาคารออมสินจะทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาพร้อมกับช่วยสนับสนุนต่อยอดธุรกิจที่มีศักยภาพให้สามารถต่อหน้าต่อไปได้

จุดมุ่งหมายและการพลิกฟื้น SMEs

ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจปี 2539 ถึง 2542 ธุรกิจหลายประเภทได้ปิดตัวลง ผู้ว่างงานจำนวนมากได้หันมาสู่ SMEs มากขึ้น และทางการได้ให้ความสำคัญกับ SMEs เป็นลำดับ โดยในปี 2543 ได้ออกกฎหมายส่งเสริม SMEs โดยมีสาระสำคัญในการเข้าช่วยเหลือ ส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพของ SMEs รวมทั้งจัดตั้งสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SMEs ขึ้นมาอีกหลายแห่ง เช่น สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) การปรับบทบาทของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (บอย.) เป็นธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคาร SMEs เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงินเฉพาะกิจต่าง ๆ ได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารออมสิน รวมทั้งบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมก็มีนโยบายให้ความสำคัญกับ SMEs มากขึ้น

อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจ SMEs ยังมีปัญหาหลายประการทั้งด้านการผลิตและการตลาด รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้ยากกว่ากิจการขนาดใหญ่ซึ่งมีความมั่นคงมีความน่าเชื่อถือมีหลักทรัพย์ค้ำประกันและมีความพร้อมของเอกสารทางการเงินงบดุลและงบกำไรขาดทุนที่เป็นระบบทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องส่งผลกระทบต่อการผลิตและการจ้างงานนอกจากนี้ธุรกิจ SMEs ยังประสบกับปัญหาของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) อีกด้วย (ส่วนวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551)

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ทางการจะต้องหาแนวทางในการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้ธุรกิจที่มีจำนวนมากนี้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างสภาพคล่องในการดำเนินการ อันจะส่งผลดีต่อการลงทุน การผลิต และการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจต่อไป

ปัญหาและความต้องการของชุมชนที่ต้องการให้ภาคีเครือข่ายร่วมพัฒนา

SMEs นับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจาก SMEs มีบทบาททั้งในการจำหน่าย การรับช่วง การผลิต และการเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบป้อนผู้ประกอบการรายใหญ่ ปัจจุบัน SMEs ของไทยมีถึงร้อยละ 98.6 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด มีมูลค่าการผลิตร้อยละ 39.4 ของ GDP (ไม่รวมภาคเกษตรกรรม) และมีมูลค่าส่งออกร้อยละ 29.0 ของมูลค่าการส่งออกทั้งประเทศ รวมถึงมีการจ้างงานร้อยละ 76.4 ของแรงงานทั้งประเทศ (ส่วนวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551)

3.1 ปัญหาและข้อจำกัดของ SMEs ในภาพรวม

ปัญหาและข้อจำกัดของ SMEs ในภาพรวมสามารถสังเคราะห์ได้ตามประเด็นดังต่อไปนี้

1) ปัญหาด้านการตลาด SMEs ส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่นหรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่งตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำ

ให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น (สารคดีดี.คอม.,2562)

2) ขาดแคลนเงินทุน SMEs มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการ ลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนทั้งนี้เนื่องจากการไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

3) ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานใน SMEs จะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอการพัฒนาไม่ต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

4) ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไป SMEs มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากการ ลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ/พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัยจึงทำให้ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5) ข้อจำกัดด้านการจัดการ SMEs มักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ ประสิทธิภาพจาก การเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลักอาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง (หากธุรกิจไม่ใหญ่นัก) แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาเกิดขึ้นได้

6) ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ SMEs จำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้านผลิตในลักษณะโรงงานทองแถวไม่มีการจดทะเบียนโรงงาน ทะเบียนพาณิชย์ หรือทะเบียนการค้าดังนั้นกิจการโรงงานเหล่านี้ จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้ บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินทุนและการจ้างงาน เพื่อจูงใจให้ SMEs เพียง 8.1 % เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

7) ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์การภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมพัฒนา SMEs ที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น ในเรื่องบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาคการให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่าง ๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

8) ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ ข้างต้น SMEs โดยทั่วไป จึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ

3.2 ปัญหาและข้อจำกัดของ SMEs กรณีศึกษา

ผู้ผลิตการบูรหอมอำเภอบางปะอิน จังหวัดอยุธยา เป็นอีกพื้นที่เป้าหมายหนึ่งของโครงการ ออมสินยุวพัฒนารักษ์ถิ่น อยู่ภายใต้ความดูแลของธนาคารออมสินภาค 14 ได้ประสานความร่วมมือกับ สถาบันอุดมศึกษา คือ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างโอกาสด้วยการต่อยอดธุรกิจครัวเรือนให้สามารถเดินหน้าได้ โดยการลดประเด็นปัญหาและสนองความต้องการของกลุ่มชุมชนที่ต้องการให้คณาจารย์และนักศึกษา ไปช่วยพัฒนาและเสริมสร้างเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น ด้านการบัญชี ด้านการจัดการ ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ด้านเทคโนโลยี ด้านบรรจุภัณฑ์ การคิดค้นผลิตภัณฑ์/บริหารใหม่ หลังจากการลงพื้นที่ในเบื้องต้นทำให้ผู้รับผิดชอบโครงการได้ทราบถึงปัญหาพอสมควร สรุปได้ดังต่อไปนี้



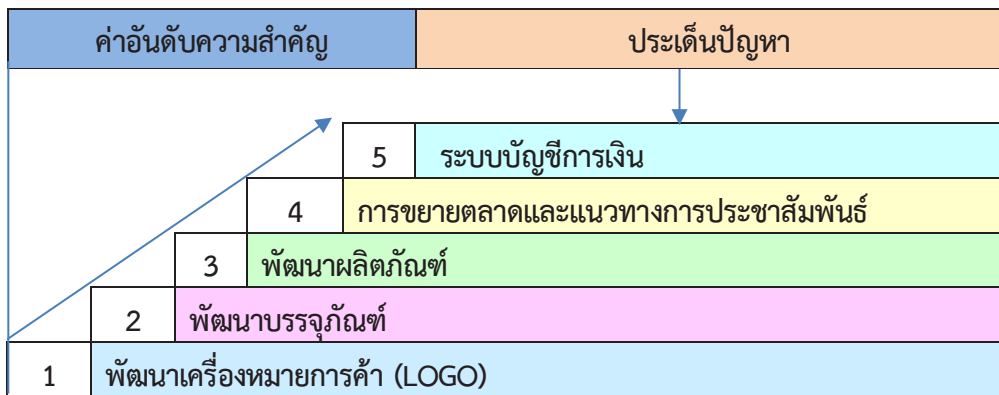
ภาพประกอบที่ 2 ภาควิชาเครือข่ายร่วมสนทนา

1) บรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่มีมาตรฐาน ในขณะที่ต้องเผชิญกับปัญหาการระเหิดของการบูร จึงทำให้มีเกล็ดการบูรระเหิดเกาะติดภายในถุง เรื่องดังกล่าวนี้ยังรวมถึงเครื่องหมายการค้า (LOGO) ยังไม่ดึงดูดพอและเป็นที่ยึดจำของกลุ่มลูกค้าทั้งเก่าและใหม่

2) กลุ่มผู้ผลิตการบูรหอมต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายกลิ่น เช่น การบูรกลิ่นสมุนไพรที่หาได้ง่ายตามท้องถิ่น และกลิ่นลาเวนเดอร์ เป็นต้น เพื่อให้เกิดความหลากหลายเป็นตัวเลือกให้กับลูกค้า (รังสรรค์ เลิศในสัตย์, 2549)

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย ย้อนไปเมื่อในระยะแรก 7-8 ปีก่อน เริ่มต้นด้วยการขายเอง กลุ่มลูกค้าตอนนั้นคือกลุ่มผู้เดินทางเข้ามาในปั้มน้ำมัน จะขายได้เฉลี่ยวันละ 1,000 บาท มีความต้องการที่จะขยายช่องทางให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น

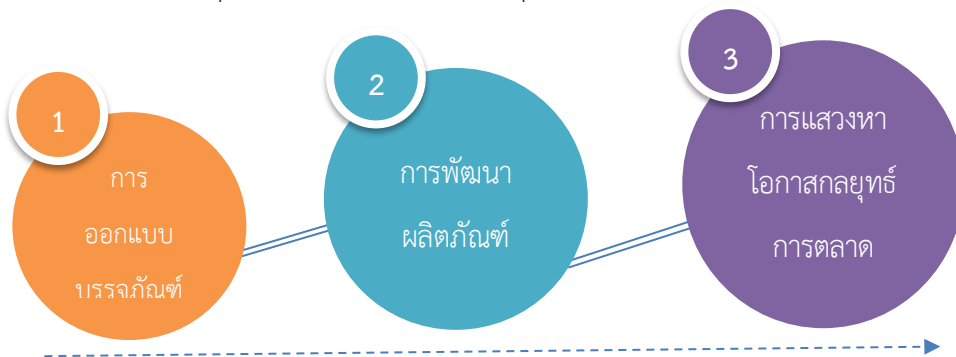
ดังนั้น ผู้เขียนจึงได้รวบรวมข้อเสนอและปัญหาดังกล่าว มาจัดกลุ่มและจัดลำดับความสำคัญ แบ่งเป็นบันได 5 ขั้น โดยเรียงลำดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 3 ลำดับความต้องการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการ

ทางรอดและความท้าทายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากแผนภาพด้านล่างนี้ เมื่อพิจารณาและอาจเกิดข้อสงสัยว่า ทำไมถึงได้มีการจัดลำดับความสำคัญไว้เช่นนี้ ในความเป็นจริงเมื่อสร้างธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง ควรคิดว่าจะขายอะไรและจะพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการนั้นอย่างไร แต่ในกรณีดังกล่าวนี้ เป็นการนำเอาภูมิปัญญามาเป็นตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้มีการพัฒนาต่อยอดมาโดยตลอด จึงไขปัญหาที่ว่าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญามีคุณค่าในตัวอยู่แล้ว บางธุรกิจมีการปรับปรุงเพียงเล็กน้อย และบางธุรกิจก็ต่อยอดได้เลย จึงเป็นที่มาของจุดเริ่มต้นที่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ควรได้รับการแก้ไขเป็นอันดับแรก



ภาพประกอบที่ 4 ทางรอดและความท้าทายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในหัวข้อนี้ ได้พยายามตีแผ่เสียงสะท้อนของผู้ประกอบการถึงทางรอดและความท้าทายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปัญหาที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กเองไม่สามารถจัดการได้ ส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของระบบทุน แต่ส่วนที่เหลือคือขาดองค์ความรู้ที่มีลักษณะเป็นสหวิทยาการใน 3 ประเด็นดังนี้

1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) ให้มีมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์บางประเภท โดยเฉพาะเครื่องบริโภคจะต้องสร้างจะดึงดูดให้ลูกค้ามาให้ความสนใจในสินค้า และควรจะได้รับ การหยิบยกมาเป็นประการแรกในขั้นตอนการพัฒนา

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เมื่อมองถึงภูมิหลังของผลิตภัณฑ์ที่มา จากภูมิปัญญาแล้วก็จะพบว่า ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะมาพร้อมด้วยคุณค่ามากกว่าสรรพคุณ เช่นตัวยาสมุนไพร การถนอมอาหาร อาหารพื้นบ้าน เสื้อผ้าพื้นเมือง และอื่นๆ อีกมากมาย แฝงไปด้วยคุณค่าเชิง ภูมิปัญญาและมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวประวัติศาสตร์ ในประเด็นนี้แล้วนอกจะพยายามสะท้อนให้ ถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน ความหลากหลายแล้ว อีกประเด็นที่อย่างจะสื่อสารสาธารณะคือ การสร้างความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมในสถานที่นั้นๆ เพื่อยกระดับเป็นของฝากที่หน้า ภาควัฒนใจ (นภาพรณ หะวานนท์ เพ็ญศิริ จีระเดชากุล และสุรวุฒิ ปัดไธสง,2550)

3) การแสวงหาโอกาสกลยุทธ์การตลาด SMEs ในประเด็นนี้เป็นความท้าทายหลังมีการพัฒนา ตามแนวคิดบันได 5 ขั้น 1) พัฒนาเครื่องหมายการค้า (LOGO) 2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3) พัฒนา ผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าการแสวงหาโอกาสกลยุทธ์การตลาด SMEs นี้ จะอยู่ในขั้นที่ 4) การขยายตลาด และแนวทางการประชาสัมพันธ์ โดยมีเรื่องของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการเอง การค้นหาความ ต้องการของลูกค้า และค้นหาตลาดใหม่ทั้งที่เป็นตลาดออฟไลน์และตลาดออนไลน์ โดยการขยายช่อง ทางการขายที่ต่างไปจากเดิม สร้างความเชื่อมโยงในมิติการท่องเที่ยว การยอมรับนำขึ้นทะเบียนเป็นของ ของดีชุมชน (ทีม SME Group,2541)

บทสรุป

สาระสำคัญของบทความนี้ ได้พยายามนำเสนอการบูรณาการทำงานเชิงเครือข่ายความ ร่วมมือภายใต้ขับเคลื่อน“โครงการอมสินยุวพัฒนารักษ์ถิ่น” นำไปสู่การหยิบยกประเด็นดังกล่าวมา ศึกษาอย่างจริงจัง ทำให้ค้นพบหลัก วิธีการและขั้นตอนในการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และก่อให้เกิด ประโยชน์ดังนี้

กลุ่มแรก ได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs ได้ทราบถึงสภาพปัญหา ทางรอดและความท้าทายใน ธุรกิจของตน เกิดเครือข่ายความร่วมมือในการผลักดันภูมิปัญญาท้องถิ่นพร้อม ๆ กับการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม สู่การสร้างอาชีพในชุมชนแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย ให้ก้าวข้ามปัญหา อุปสรรคพร้อมเป็น ธุรกิจที่มีความเข้มแข็งในระดับครัวเรือน และชุมชน

กลุ่มที่สอง ธนาคารอมสินซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่สำคัญของประเทศไทยซึ่งมีรัฐบาลเป็นผู้ ถือหุ้นสำคัญได้เล็งเห็นความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จึงริเริ่มโครงการสร้างความ ร่วมมือระหว่างธนาคารและสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมกันพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างความ เข้มแข็งแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้ก้าวสู่การเป็นธุรกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืนประกอบด้วย

หลักธรรมในพระพุทธศาสนาควบคู่กับความเจริญก้าวหน้าในทางธุรกิจ โดยมีธนาคารออมสินเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณที่สำคัญ

กลุ่มที่สาม คณาจารย์และนิสิตในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นผู้ลงพื้นที่ปฏิบัติการดำเนินการขับเคลื่อนโครงการ เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และทักษะในการปฏิบัติงานกับสถานการณ์จริง โดยได้มีโอกาสนำองค์ความรู้ที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้กับการทำงานกับผู้ประกอบการภายในชุมชน โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนไม่ว่าจะเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และเน้นการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของชุมชนในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านการจัดสวัสดิการเพื่อประโยชน์ของสมาชิกและชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ทีม SME Group. (2541). **SME ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง : ทางรอดเศรษฐกิจไทย**. กรุงเทพมหานคร : เดอะมาสเตอร์ เจอร์นัล.
- นภาพร หะวานนท์ เพ็ญศิริ จีระเดชากุล และสุรวุฒิ ปัดไธสง. (2550). **ทฤษฎีฐานรากในเรื่องความเข้มแข็งของชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2549). **การตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จของผู้บริหาร**. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด.
- ส่วนวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2551). **การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs : กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**.
- สาระดีดี.คอม. **ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Main problems for SMEs)**. [ออนไลน์]. แหล่งข้อมูล: http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=199:main-problems-for-smes&catid=25:the-project&Itemid=72 , 6 พฤษภาคม 2562.



งานประชุม วิชาการระดับชาติ MCU Congress 3

นวัตกรรมทางการปกครอง
และการบริหารในยุคไทยแลนด์

4.0

วันที่ 31 สิงหาคม 2562

ณ ห้องเรียริเตอร์ ชั้น 1 โซน บี คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

จัดโดย

หลักสูตรบัณฑิตศึกษา ภาควิชารัฐศาสตร์
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ร่วมกับภาควิชาเครื่องช่วย

3



กลุ่มนวัตกรรม

การรัฐศาสตร์