

ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร
ต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กัมภีณี เย็นเป็นสุข

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร
ต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

นางสาวคัมภีณี เย็นเป็นสุข

ผู้วิจัย

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร สอนศรี, D.P.A.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร พลอยแหวน, Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

.....

รองศาสตราจารย์สมบุญ ศรีสรริหิรัญ, Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

.....

ศาสตราจารย์บรรจง มไหสวริยะ,

พ.บ., ว.ว. ออร์โธปิดิกส์

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

.....

รองศาสตราจารย์สมบุญ ศรีสรริหิรัญ, Ph.D.

ประธานหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร
ต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)

วันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

.....

นางสาวกัมภีร์ เย็นเป็นสุข

ผู้วิจัย

.....

อาจารย์ รัฐศิริ นันทนัท, Ph.D.

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

อาจารย์ มนต์นันท์ น้าสมบุญ, Ph.D.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร สอนศรี, D.P.A.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร พลอยแหวน, Ph.D.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

รองศาสตราจารย์สมบุญ ศิริสรริหิรัญ, Ph.D.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

ศาสตราจารย์บรรจง มไหสวริยะ,

พ.บ., ว.ว. ออร์โทปิดิกส์

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

.....

รองศาสตราจารย์วิภา ชินวรรโณ, Ph.D.

คณบดี

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร สอนศรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์สมบูรณ์ ศิริสรริรัญ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร พลอยแหวน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้ความรู้และช่วยแนะนำ ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีสม่ำเสมอตลอดมา ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ รัฐสิรินทร์ วังกานนท์ ที่ได้ให้เกียรติเป็นประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ มนัสนันท์ น้ำสมบูรณ์ ที่ได้ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนการให้คำแนะนำอย่างดียิ่งในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ได้ช่วยเหลือผู้วิจัยอย่างดีเยี่ยมมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ในสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ที่คอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และช่วยเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้เสมอมา ตลอดจนขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีได้กล่าวถึง ซึ่งมีส่วนช่วยเหลือให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีไว้ ณ โอกาสนี้

กัมภีณี เย็นเป็นสุข

ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

THE PREPARATION OF SMEs IN FOOD INDUSTRY FOR THE AEC

กัมภิณี เย็นเป็นสุข 5337781 SHPA/M

ศศ.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : กมลพร สอนศรี, D.P.A., สมบูรณ์ ศิริสรวิหิรัญ, Ph.D., ภัทร์ พลอยแหวน, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2) เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 4) เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า 1) ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด การระเบียบการบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพร้อมด้านเครือข่ายอยู่ในระดับน้อย 2) เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่ารูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย การระเบียบการบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่างกัน ขนาดธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย การระเบียบการบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่างกัน และกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย การระเบียบการบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่างกัน 3) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีปัญหาและอุปสรรคทางด้านเงินทุน ภาษาการขนส่ง กฎหมาย กระบวนการผลิต การประชาสัมพันธ์ การหาช่องทางการตลาดในการเข้าถึงตลาด AEC และการสร้างสินค้าที่มีความแปลกใหม่หรือเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานตามสากล อีกทั้งข้อกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศอาเซียน การมีตลาดที่ไม่แข็งแรงพอ และยังไม่มีความรู้ในเรื่องข้อกำหนดกฎหมายต่างๆของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 4) แนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป พบว่าสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปต้องทำหน้าที่เป็นตัวแทนประสานการรวมกลุ่มกันด้านเครือข่ายทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการให้มากขึ้น และจัดดำเนินโครงการสนับสนุนด้านเงินทุนในการนำไปพัฒนาในด้านต่างๆขององค์กรให้แก่ผู้ประกอบการ อีกทั้งดำเนินการจัดการอบรมภายใต้ต่างประเทศ (อาเซียน) เพื่อเสริมทักษะทางด้านภาษาให้แก่ผู้ประกอบการ

คำสำคัญ : การเตรียมความพร้อม / ผู้ประกอบการ SMEs / ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

THE PREPARATION OF SMEs IN FOOD INDUSTRY FOR THE AEC

KUMPINEE YENPENSUK 5337781 SHPA/M

M.A. (PUBLIC ADMINISTRATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE : GAMOLPORN SORNSRI, D.P.A.,
SOMBOON SIRISUNHIRUN, Ph.D, PHUT PLOYWAN, Ph.D.

ABSTRACT

The aims of the research are 1) to study the availability of the SMEs in the food industry for entering the AEC. 2) to compare the availability of the SMEs in the food industry for entering into the AEC. 3) to study problems and barriers of the SMEs in the food industry for entering into the AEC and 4) to present guidelines for the promotion of the SMEs in the food industry for entering into the AEC to Bureau of Agro-industry development.

The results showed that 1) a level of the availability of the SMEs in the food industry for into the AEC areas of labor, technology, logistic, market, rule, management, and research and development is moderate and the availability of network is low. 2) To compare the availability of the SMEs in the food industry for entering the AEC found that the business models that are different and can affect the availability of labor, technology, logistic, market, network, rule, management, and research and development of the Asean Economic Community as well. The difference of business sizes affects the availability of labor, technology, logistic, market, network, rule, management, and research and development of the AEC as well. And, the difference in customer groups affects the availability of labor, technology, logistic, market, network, rule, management, and research and development of AEC as well. 3) Problems and barriers of the SMEs in the food industry for entering the AEC; most of SMEs have problems with funding, languages, transportation, laws, production process, public relations, finding a suitable market amongst the AEC, and creating a new product or finding products that meet international standards and are inline with trade barriers between countries. The market is not strong enough, and knowledge of regulation, laws of the AEC is weak. And 4) guidelines for the promotion of SMEs in the food industry for entering the AEC to Bureau of Agro-industry development found that Bureau of Agro-industry development must act more as a coordinator in an affect to combine SMEs and manage funding development projects required to develop the aspects of SMEs organizations and the management of foreign language training (ASEAN) needed to strengthen the language skills of SMEs.

KEY WORDS: PREPARATION / SMEs / AEC

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	5
1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
1.8 สมมติฐาน	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs	22
2.3 ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ธุรกิจ	47
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	79
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	83
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วิธีการศึกษาวิจัย	88
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	89
3.3 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล	90
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	90

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	92
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	92
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	92
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	94
4.2 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร ต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	105
4.3 ผลการศึกษาค้นคว้าและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	125
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัย	
5.1 อภิปรายการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	127
5.2 อภิปรายผลการเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	132
5.3 อภิปรายการศึกษาค้นคว้าและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	135
5.4 นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร ต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	137
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	
6.1 ระเบียบวิธีวิจัย	139
6.2 สรุปผลการวิจัย	142
6.3 ข้อเสนอแนะ	146
6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	148

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทสรุปแบบสมบูรณ์ภาษาไทย	149
บทสรุปแบบสมบูรณ์ภาษาอังกฤษ	166
บรรณานุกรม	183
ภาคผนวก	186
ภาคผนวก ก	
ภาคผนวก ข	
ประวัติผู้วิจัย	199

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1	สรุปเป้าหมายการเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในสาขาบริการสำคัญของไทย 12
2.2	ข้อเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจขนาดย่อมกับธุรกิจขนาดใหญ่ 23
2.3	การจำแนกขนาดธุรกิจ 24
2.4	สรุปรูปแบบ SMEs 26
2.5	ข้อดี ข้อเสียของการทำธุรกิจขนาดย่อม 27
2.6	การสังเคราะห์ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs 87
4.1	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร 95
4.2	ค่าเฉลี่ยรวมแต่ละด้านของคะแนนความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร 97
4.3	ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านแรงงาน 98
4.4	ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านเทคโนโลยี 99
4.5	ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านระบบโลจิสติกส์ 100
4.6	ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านตลาด 101
4.7	ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านเครือข่าย 102
4.8	ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านกฎระเบียบ 103
4.9	ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านการบริหารจัดการ 104
4.10	ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านการวิจัยและพัฒนา 105
4.11	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่แตกต่างกันต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร 106
4.12	ผลการวิเคราะห์รูปแบบของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร 107
4.13	ทดสอบความแตกต่างรายรูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน 109
4.14	ผลการวิเคราะห์ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร 118
4.15	ผลการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร 119

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 ทดสอบความแตกต่างรายคู่กลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อม แต่ละด้านต่างกัน	121

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพ	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
2.1 ทฤษฎี Five Forces Model	48
2.2 ทฤษฎี SPELT Analysis	52
2.3 วงจรชีวิตของสินค้า	55
2.4 โมเดลห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Model)	56
2.5 โมเดลองค์ประกอบของ 7s McKinsey	58
2.6 ขั้นตอนการตรวจสอบด้านการตลาด	66
2.7 รายละเอียดการตรวจสอบตลาด	67
2.8 การกำหนดกิจกรรมแก้ไขในแต่ละกิ่งของ Root-cause	77
2.9 โครงสร้างอำนาจหน้าที่ของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป	79

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการ SMEs จำนวนกว่า 2.9 ล้านกิจการ คิดเป็นร้อยละ 99.9 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในแต่ละปี มีการจ้างงานกว่า 10.5 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 77.8 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือ GDP SMEs ถึง 3.75 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.1 ของมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ (ปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬี, 2555, น.4) จึงถือได้ว่าเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของประเทศ

ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า คือในปี 2558 ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (Asean Economic Community) อย่างเต็มตัว ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศในอาเซียน 10 ประเทศ ให้เป็นตลาดเดียวกัน มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี โดยการทำธุรกิจในกลุ่มประเทศอาเซียนจะเป็นเสมือนหนึ่งเป็นประเทศเดียวกัน มีการแข่งขันด้านราคา ด้านมาตรฐาน และด้านคุณภาพ ทำให้เกิดผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยผลกระทบด้านลบ มีหลายประเด็น ทั้งการเปิดเสรีทางการค้าที่มีการขจัดอุปสรรคด้านภาษี ทำให้สินค้าของประเทศอาเซียนอื่นเข้าสู่ตลาดไทยได้ง่ายขึ้น อาจทำให้มีการย้ายฐานการผลิตหรือการลงทุนจากไทยไปยังประเทศอื่นๆ ที่มีปัจจัยพื้นฐานประสิทธิภาพของแรงงานและกฎระเบียบ กฎหมายที่มีความพร้อมต่อนักลงทุนมากกว่า ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เป็นต้น นอกจากนี้ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่เพียงแต่มีผลกระทบด้านลบต่อภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ยังมีผลกระทบด้านบวกอีกด้วย เช่น การลดและยกเลิกภาษี ทำให้สามารถนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าได้ในราคาถูก ต้นทุนในการผลิตสินค้าต่ำลง การรวมกลุ่มอาเซียนทำให้เกิดตลาดขนาดใหญ่ จึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าให้กับประเทศ เป็นต้น ซึ่งหากจะเพิ่มโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้กับอุตสาหกรรมได้นั้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องหันมาสนใจ ใส่ใจในเรื่องการพัฒนาสมรรถนะ ศักยภาพ และความรู้ความสามารถทางธุรกิจให้มีความพร้อมในการที่จะแข่งขันกับประเทศในอาเซียนได้ โดยผู้ประกอบการ SMEs ไทยจะต้องพัฒนาศักยภาพอย่างเร่งด่วน ด้วยวิธีและแนวทางที่เหมาะสม

สอดคล้องกับปัญหาและอุปสรรค เพื่อเตรียมรองรับกับการเปิดตลาดการค้าเสรี มีการผลิตสินค้าให้ตรงกับมาตรฐานสากล และพร้อมที่จะรับข้อตกลงทางการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษา ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยต้องการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พร้อมทั้งเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางให้แก่สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ตรงประเด็นและมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันกับประเทศในอาเซียนด้วยความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมต่อการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในระดับใด
2. ลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นอย่างไร
4. สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะมีแนวทางในการส่งเสริมและช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างไรบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

1.4 ขอบเขตการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs พร้อมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยนี้ได้นำตัวแปรในด้านต่างๆมาวิเคราะห์ความพร้อมของ SMEs

1.4.1 ด้านประชากร

ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั่วประเทศที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 610 กิจการ

1.4.2 ด้านเนื้อหา

ศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการจากสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาที่เป็นแนวทางในการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมไทย

เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

1.4.3 ด้านระยะเวลา

ระยะการวิจัย คือ ช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลในครั้งนี้อยู่ในช่วงเดือนมิถุนายน 2556 – สิงหาคม 2556

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ความพร้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)”

หมายถึง การที่ผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบธุรกิจด้านอาหารที่มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท มีความสามารถและศักยภาพในด้านต่างๆ เพื่อที่จะแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดอาเซียนได้ ประกอบด้วย

- 1) ด้านแรงงาน หมายถึง บุคคลที่ใช้กำลังและความคิดปฏิบัติงานในธุรกิจ SMEs
- 2) ด้านเทคโนโลยี หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องจักร หรือสิ่งที่มีมนุษย์พัฒนาขึ้น เพื่อช่วยในการทำงานในอุตสาหกรรม SMEs
- 3) ด้านโลจิสติกส์ หมายถึง การจัดการการส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรต่างๆที่มีการขนส่ง หรือเคลื่อนย้ายจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้าในธุรกิจ SMEs
- 4) ตลาด หมายถึง ช่องทางการนำสินค้าหรือบริการจาก SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารไปสู่ตลาด AEC
- 5) เครือข่าย หมายถึง มีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจในรูปแบบต่างๆของ SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าสู่ AEC
- 6) กฎระเบียบ หมายถึง ข้อตกลงที่ใช้ร่วมกันทั้งของภายในองค์กร และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 7) การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ในการดำเนินการกับธุรกิจ SMEs เพื่อให้ SMEs สามารถแข่งขันในตลาดอาเซียนได้

8) การวิจัยและพัฒนา หมายถึง การค้นคว้า วิจัย และพัฒนาปรับปรุงสินค้ากระบวนการให้มีคุณภาพ ความแปลกใหม่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าสู่ AEC

1.5.2 ธุรกิจต้นน้ำ หมายถึง ธุรกิจที่มีผลผลิตอยู่ในภาคการเกษตร

1.5.3 ธุรกิจกลางน้ำ หมายถึง ธุรกิจที่นำผลผลิตจากภาคการเกษตรมาผลิตต่อ ซึ่งอยู่ในภาคการผลิต

1.5.4 ธุรกิจปลายน้ำ หมายถึง ธุรกิจที่นำผลผลิตจากภาคการผลิตมาผลิตต่อจนถึงมือผู้บริโภค ซึ่งอยู่ในภาคการบริการและการค้า

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

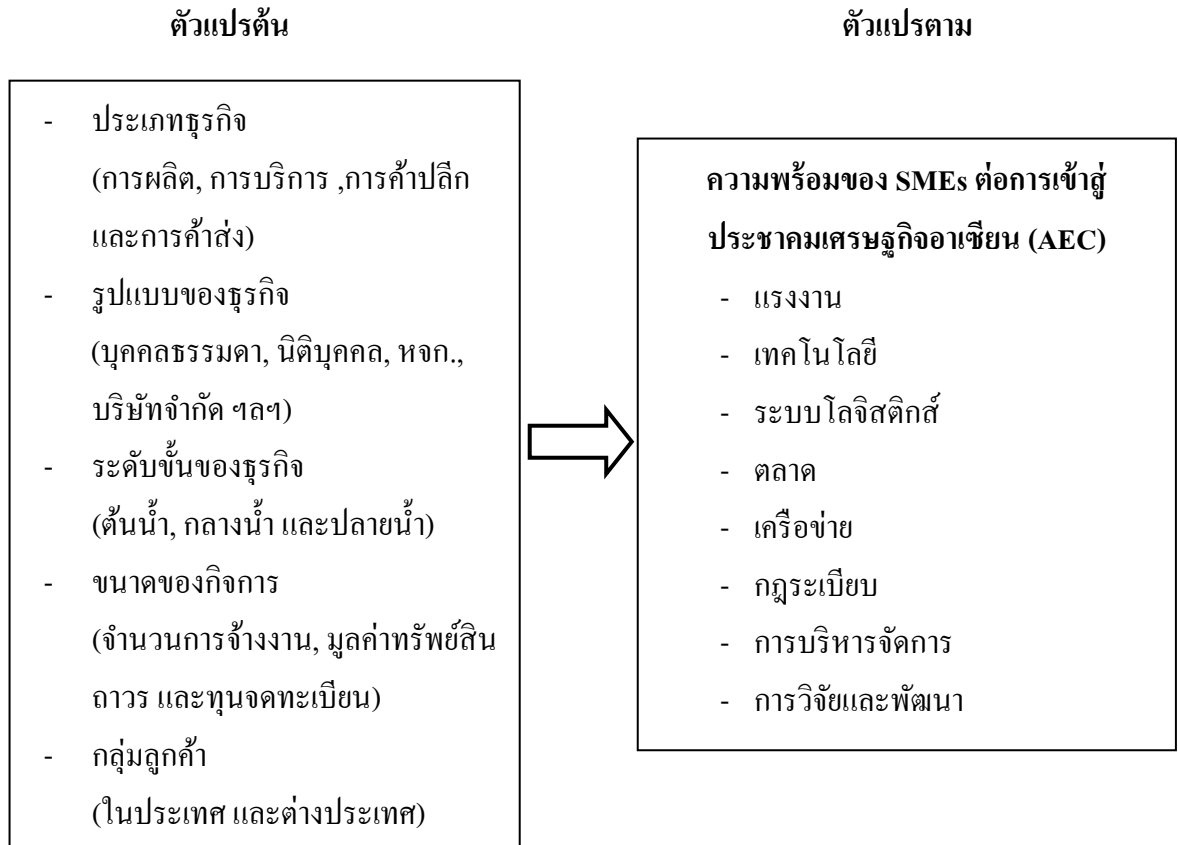
1.6.1 ทราบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.6.2 ทราบความแตกต่างของความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนตามลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ

1.6.3 ทราบปัญหา และอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.6.4 ให้มีข้อเสนอแนะ และเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้กับหน่วยงานในระดับนโยบายของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อนำไปส่งเสริมและช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างตรงประเด็น

1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.8 สมมติฐาน

- ประเภทธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมของการเข้าสู่ AEC ต่างกัน
- รูปแบบของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมของการเข้าสู่ AEC ต่างกัน
- ระดับขั้นของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมของการเข้าสู่ AEC ต่างกัน
- ขนาดของกิจการที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมของการเข้าสู่ AEC ต่างกัน
- กลุ่มลูกค้าที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมของการเข้าสู่ AEC ต่างกัน

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยเรื่อง ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ซึ่งเป็นเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs
- 2.3 ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ธุรกิจ
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.1.1 ความหมายของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ความหมายของ “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” นี้มี ดังนี้

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศในอาเซียน 10 ประเทศ จะกลายเป็นตลาดเดียวกัน (Single market) เป็นเขตการค้าเสรีที่ภาษีเป็น 0% ในปี 2558 โดยมีข้อตกลงร่วมกันว่า จะทำให้มีการเคลื่อนย้ายเสรี (free flow) ของสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมือ

2.1.2 แนวคิดของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

อาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นตามปฏิญญากรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 มีประเทศสมาชิกรวม 10 ประเทศ แบ่งเป็นประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ คือ บรูไนดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย และประเทศ

สมาชิกใหม่ 4 ประเทศ คือ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม หรือเรียกสั้นๆว่า กลุ่ม CLMV (Cambodia, Lao, Myanma, Vietnam)

อาเซียนมีจุดเริ่มต้นมาจากสมาคมอาสา ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2504 โดยประเทศไทย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ แต่ได้ถูกยกเลิกไป ต่อมาในปี พ.ศ.2510 ได้มีการลงนามใน “ปฏิญญากรุงเทพฯ” อาเซียนได้ถือกำเนิดขึ้นโดยมีรัฐสมาชิกเริ่มต้นจำนวน 5 ประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อความร่วมมือในการเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม วัฒนธรรมในกลุ่มประเทศสมาชิก และการธำรงรักษาสันติภาพและความมั่นคงในภูมิภาค และเปิดโอกาสให้คลายข้อพิพาทระหว่างประเทศสมาชิกอย่างสันติ หลังจาก พ.ศ.2527 เป็นต้นมา อาเซียนมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจนเป็น 10 ประเทศ ในปัจจุบัน “กฎบัตรอาเซียน” ได้มีการลงนามเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2551 ซึ่งทำให้อาเซียนมีสถานะคล้ายกับสหภาพยุโรปมากยิ่งขึ้น เขตการค้าเสรีอาเซียนได้เริ่มประกาศเมื่อต้นปี พ.ศ.2553 และกำลังก้าวสู่ความเป็นประชาคมอาเซียน ในปี พ.ศ.2558 ซึ่งจะประกอบด้วยวิสัยทัศน์และเสาหลักของประชาคมอาเซียน ดังนี้

วิสัยทัศน์อาเซียน 2020 คือ เพื่อกำหนดเป้าหมายว่าภายในปี ค.ศ.2020 (พ.ศ.2563) อาเซียนจะเป็น

- 1) วังสมานฉันท์แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- 2) หุ่นส่วนเพื่อการพัฒนาอย่างมีพลวัต
- 3) มุ่งปฏิสัมพันธ์กับประเทศภายนอก
- 4) ชุมชนแห่งสังคมที่เอื้ออาทร

ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่

1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community : APSC) มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้ประเทศในภูมิภาคอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข แก้ไขปัญหาภายในภูมิภาคโดยสันติวิธี ละยึดมั่นในหลักความมั่นคงรอบด้าน

2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) เน้นเป้าหมายด้านเศรษฐกิจหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนความร่วมมือระหว่างอาเซียน ภายหลังการลงนามจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน ประชาคมเศรษฐกิจมีองค์ประกอบสำคัญ คือ การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน โดยมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมืออย่างเสรี และเงินลงทุนที่เสรีมากยิ่งขึ้น มีความสามารถในการแข่งขันสูง มุ่งสร้างความเท่าเทียมในการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศอาเซียน และการส่งเสริมการรวมกลุ่มอาเซียนเข้ากับประชาคมโลก ขนาดของตลาดอาเซียนที่ใหญ่ขึ้น มีอำนาจซื้อสูงขึ้น ความสามารถในการแข่งขันกับภูมิภาคอื่นที่เพิ่มขึ้น ซึ่งช่วยให้ชาติสมาชิกสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทยในการขยายการส่งออกและโอกาสทางการค้า และการบริการในสาขาที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขัน เช่น การท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร สุขภาพ ฯลฯ นอกจากนี้ ยังจะช่วยเสริมสร้างโอกาสในการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมายังอาเซียน ซึ่งจะเพิ่มอำนาจการต่อรองของอาเซียนในเวทีการค้าโลก และยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในอาเซียนโดยรวม

3) ประชาคมสังคม-วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community : ASCC) มีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อยู่ร่วมกันในสังคมที่เอื้ออาทร ประชากรมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับการพัฒนาในทุกด้าน และมีความมั่นคงทางสังคม โดยเน้นการส่งเสริมความร่วมมือในด้านต่างๆ เช่น (1) การพัฒนาสังคม โดยการยกระดับความเป็นอยู่ของผู้ด้อยโอกาสและผู้ที่ยากจนในถิ่นทุรกันดาร และส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของกลุ่มต่างๆ ในสังคม (2) การพัฒนาการฝึกอบรม การศึกษาระดับพื้นฐานและสูงกว่า การพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การสร้างงาน และการคุ้มครองทางสังคม (3) การส่งเสริมความร่วมมือในด้านสาธารณสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การป้องกันและควบคุมโรคติดต่อ เช่น โรคเอดส์ และโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (4) การจัดการปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม (5) การส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักเขียน นักคิดและศิลปินในภูมิภาค

ในการที่จะรวมตัวเป็น “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ภายในปี 2558 นั้น กลุ่มประเทศอาเซียนได้จัดทำแผนงานในเชิงบูรณาการในด้านเศรษฐกิจต่างๆหรือพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 เรื่อง ดังนี้

1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว จะนำไปสู่การใช้กฎระเบียบการค้าในประเทศสมาชิกทั้งหมดเป็นอย่างเดียวกัน (Harmonization of Rules and Regulations) ทั้งในด้านมาตรฐานคุณภาพ ราคา อัตราภาษี รวมถึงกฎระเบียบในการซื้อขาย การจัดมาตรการและข้อกีดกันต่างๆ รวมถึงการมีมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้า เจือจางการเคลื่อนย้ายบุคคลสัญชาติอาเซียน และประเภทบริการและการลงทุนที่เสรีมากขึ้น

2) การสร้างอาเซียนให้เป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง (Highly Competitive Economic Region) ในเวทีการค้าโลก ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม การเงินการธนาคาร การจัดระบบการค้าให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรม และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

3) การพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมกันระหว่างสมาชิกอาเซียน โดยพัฒนา SMEs และเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการความร่วมมือต่างๆ เช่น โครงการริเริ่มเพื่อการรวมกลุ่มของอาเซียน (Initiation for ASEAN Integration : IAI) ในการลดช่องว่างการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศสมาชิก

4) การเชื่อมโยงของอาเซียนเข้ากับเศรษฐกิจโลก ด้วยการเน้นและปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศนอกภูมิภาค ให้มีท่าทีร่วมกัน โดยการจัดทำเขตการค้าเสรี/จำหน่ายภายในอาเซียนเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจส่วนอื่นของโลก

ผลผูกพันของ AEC Blueprint ต่อประเทศไทย

AEC Blueprint ได้กำหนดพันธกรณีที่สำคัญต่างๆ ดังนี้

1) การเปิดเสรีการค้าสินค้า (ตามกรอบ ASEAN Free Trade Area : AFTA)

(1) การลด/ยกเลิกภาษี กำหนดให้ประเทศสมาชิกอาเซียนเก่า 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และบรูไน ต้องยกเลิกภาษีสินค้าใน 9 สาขา เร่งรัด (สาขาเกษตร ประมง ไม้ ยาง สิ่งทอ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศ สุขภาพ) ในปี 2550 และยกเลิกภาษีสินค้าทุกรายการ ในบัญชีลดภาษี (Inclusion List : IL) ยกเว้นบัญชีสินค้าอ่อนไหวและอ่อนไหวสูงของแต่ละประเทศในปี 2553 และให้ประเทศสมาชิกใหม่อีก 4 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา ลดอัตราภาษีสินค้าใน 9 สาขาเร่งรัด ให้เหลือ 0% ในปี 2555 และลดอัตราภาษีสินค้าทุกรายการในบัญชีลดภาษีเหลือ 5% ในปี 2553 และ 0% ในปี 2558 ยกเว้นสินค้าบางรายการจำนวนไม่เกินร้อยละ 7 ของบัญชีลดภาษีอาจยืดหยุ่นให้ลดเหลือ 0% ในปี 2561

(2) การขจัดมาตรการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers : NTBs) โดยกำหนดให้ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และบรูไน ต้องยกเลิกมาตรการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษี ภายในปี 2553 ประเทศฟิลิปปินส์ภายในปี 2555 และประเทศสมาชิกใหม่ทั้ง 4 ประเทศ ภายในปี 2558-2561 โดยจะดำเนินการยกเลิกเป็น 3 ระยะ ตามแผนงานขจัด NTBs ดังนี้ ชุดที่ 1 : ภายในวันที่ 1 มกราคม 2551 ซึ่งครอบคลุมสินค้า 5 รายการหลัก ได้แก่ ลำไย พริกไทย น้ำมันถั่วเหลือง ใบยาสูบ และน้ำตาล ชุดที่ 2 : ภายในวันที่ 1 มกราคม 2552 ได้แก่ ปอกระเจา ป่าน มันฝรั่ง และชุดที่ 3 : ภายในวันที่ 1 มกราคม 2553 ได้แก่ ข้าว เนื้อมะพร้าวแห้ง มะพร้าว น้ำมันมะพร้าว ชา ถั่วเหลือง เมล็ดกาแฟ กาแฟสำเร็จรูป นํ้านมดิบ/นมปรุงแต่ง และนมผงขาดมันเนย

(3) การกำหนดกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin : ROO) ซึ่งเป็นระเบียบหรือกฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้ในการพิจารณาว่าสินค้าที่ส่งออกหรือนำเข้ามีถิ่นกำเนิดจากประเทศใด เพื่อที่จะให้มีความมั่นใจว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรด้วยการยกเว้นภาษีตามที่ระบุในข้อ (1) จะตกอยู่กับสินค้าที่เป็นผลผลิตที่แท้จริงของ

ประเทศสมาชิกอาเซียน ตลอดจนเพื่อให้มีความโปร่งใส มีมาตรฐานที่เป็นสากล และอำนวยความสะดวกให้แก่เอกชน

เป็นที่น่าสังเกตว่า การเปิดเสรีการค้าของอาเซียนทำให้สินค้าส่งออกหลายรายการของไทยได้เปรียบคู่แข่งในอาเซียน ขณะที่สินค้าบางรายการต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยกลุ่มสินค้าส่งออกที่คาดว่าจะได้เปรียบจากการเปิดเสรีดังกล่าวมีหลายรายการ อาทิ ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ยาง และเฟอร์นิเจอร์ ในตลาดอินโดนีเซีย เสื้อผ้าสำเร็จรูป เฟอร์นิเจอร์ รถยนต์ ในตลาดมาเลเซีย เป็นต้น ขณะที่สินค้าส่งออกบางรายการจำเป็นต้องปรับตัว ทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม อาทิ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผ้าฝ้าย เม็ดพลาสติก ในตลาดอินโดนีเซีย ยางพารา ฝ้ายฝืน ในตลาดฟิลิปปินส์ เป็นต้น ซึ่งแนวทางในการปรับตัวของสินค้าเกษตร ได้แก่ การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงพันธุ์พืช การพัฒนาระบบชลประทาน และการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว รวมถึงการแปรรูปวัตถุดิบขั้นต้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอีกด้วย ในส่วนของแนวทางการปรับตัวของสินค้าอุตสาหกรรม นั้นผู้ประกอบการควรหันมาแข่งขันด้านคุณภาพแทนการแข่งขันด้านราคา โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม (Creativity & Innovation) ผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2553)

2) การเปิดเสรีการค้าบริการ (ตามกรอบ ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS)

การเปิดเสรีการค้าบริการ มีเป้าหมาย คือ ลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดในด้านต่างๆ และเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นให้กับบุคคล/นิติบุคคลสัญชาติอาเซียน ดังนี้

(1) สาขาบริการสำคัญ (Priority Integration Sectors : PIS) ได้แก่ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาสุขภาพ สาขาการท่องเที่ยว และสาขาโลจิสติกส์

(2) สาขาบริการอื่น (Non-Priority Services Sector) ครอบคลุมบริการทุกสาขา นอกเหนือจากบริการสำคัญ (priority services sectors) และการบริการด้านการเงิน ที่กำหนดเป้าหมายการเปิดเสรีภายในปี 2558 (ค.ศ.2015) ทั้งนี้ สามารถยกเว้นสาขาที่อ่อนไหวได้

สำหรับสถานะล่าสุด อาเซียนได้ดำเนินการเจรจาลดข้อจำกัดด้านการค้าบริการระหว่างกันและจัดทำข้อผูกพันเปิดตลาดมาแล้วทั้งสิ้นรวม 7 ชุด โดยได้ลงนามพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการ ชุดที่ 7 ไปเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2552 ซึ่งในส่วนของไทยได้ผูกพันเปิดตลาดทั้งหมด 143 รายการ ครอบคลุมสาขาบริการหลัก อาทิเช่น บริการธุรกิจ (เช่น วิชาชีพ วิศวกรรม สถาปัตยกรรม และบัญชี เป็นต้น) คอมพิวเตอร์และการสื่อสาร การก่อสร้าง การจัดจำหน่าย (เช่น บริการค้าส่งเครื่องกีฬา และบริการแฟรนไชส์ เป็นต้น) การศึกษาในทุกระดับ บริการด้านสุขภาพ บริการสิ่งแวดล้อม และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ไทยยังคงสงวนเงื่อนไขต่างๆที่เป็นไปตามกรอบกฎหมายไทย เช่น อนุญาตให้ต่างชาติจากประเทศสมาชิกอาเซียนมีสิทธิถือหุ้นในนิติบุคคลที่เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทยได้ไม่เกินร้อยละ 49 ขณะนี้อาเซียนอยู่ระหว่างการเจรจาจัดทำข้อผูกพันเปิดตลาดชุดที่ 8 ซึ่งมีกำหนดแล้วเสร็จในปี 2553 และยังคงต้องเจรจาเพื่อทยอยเปิดเสรีสาขาบริการอื่นๆเพิ่มเติมจนบรรลุเป้าหมายการเปิดเสรีอย่างครบถ้วน ในปี 2558 (ค.ศ.2015)

(3) สาขาการบริการด้านการเงิน จะทยอยเปิดเสรีตามลำดับอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงทางการเงิน เสริมธุรกิจและสังคม โดยประเทศที่มีความพร้อมสามารถเริ่มดำเนินการเปิดเสรีภายในปี 2558 (ค.ศ.2015) ในสาขาที่ระบุไว้ก่อน และประเทศสมาชิกที่เหลือสามารถเข้าร่วมในภายหลัง

ตารางที่ 2.1 สรุปเป้าหมายการเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในสาขาบริการสำคัญของไทย

	2549	2550	2553	2556	2558
สาขาเร่งรัด	ร้อยละ 49	ร้อยละ 51	ร้อยละ 70		
โลจิสติกส์		ร้อยละ 49	ร้อยละ 51	ร้อยละ 70	
สาขาบริการอื่นๆ	ร้อยละ 30	ร้อยละ 49	ร้อยละ 51		ร้อยละ 70

ที่มา : กระทรวงอุตสาหกรรม (2554)

3) การเปิดเสรีการลงทุน (ภายใต้ ASEAN Comprehensive Investment Agreement : ACIA)

ลด/ยกเลิกข้อจำกัดด้านการลงทุนต่างๆ ส่งเสริมการร่วมลงทุนในสาขาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ และสร้างเครือข่ายด้านการลงทุนของอาเซียน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเพิ่มหรือรักษาระดับความสามารถในการดึงดูดต่างประเทศให้มาลงทุนในอาเซียน และการลงทุนโดยอาเซียนเอง โดยได้มีการปรับปรุงความตกลงด้านการลงทุนที่มีอยู่เดิม (ASEAN Investment Area : AIA) ให้เป็นความตกลงใหม่ (ACIA) ซึ่งมีขอบเขตที่กว้างขึ้น ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การเปิดเสรีเพื่อให้เข้ามาลงทุน การคุ้มครองการลงทุน การส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในภาคการผลิตการเกษตร การประมง ป่าไม้ เหมืองแร่และบริการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการลงทุนทางตรงและการลงทุนในหลักทรัพย์

4) การเปิดเสรีด้านเงินทุนเคลื่อนย้าย

(1) ด้านตลาดทุน จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการพัฒนาและการรวมตัวของตลาดทุนในอาเซียน โดยสร้างความสอดคล้องในมาตรฐานด้านตลาดทุนในอาเซียน ความตกลงสำหรับการยอมรับซึ่งกันและกันในคุณสมบัติและคุณวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพด้านตลาดทุน และส่งเสริมให้ตลาดเป็นตัวขับเคลื่อนในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกันเองในตลาดทุนอาเซียน

(2) ด้านเงินทุนเคลื่อนย้าย จะเปิดให้มีการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรียิ่งขึ้น อย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยให้สมาชิกมีมาตรการปกป้องที่เพียงพอเพื่อรองรับผลกระทบจากปัญหา ความผันผวนของเศรษฐกิจมหภาค และความเสี่ยงเชิงระบบรวมถึงการมีสิทธิที่จะใช้มาตรการที่ จำเป็นเพื่อรักษาเสถียรภาพเศรษฐกิจมหภาค

5) การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี

สร้างมาตรฐานที่ชัดเจนของแรงงานฝีมือ และอำนวยความสะดวกให้กับแรงงานฝีมือ ที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐานที่กำหนด ให้สามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานในกลุ่มประเทศสมาชิกได้ง่าย ขึ้น เช่น การจัดทำ ASEAN Business Card เป็นต้น โดยจะมีการบริหารจัดการการเคลื่อนย้ายหรือ อำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับบุคคลธรรมดาที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้า บริการ และ การลงทุน ให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ โดยอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตรา และออกใบอนุญาตทำงานสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ และแรงงานฝีมืออาเซียนที่เกี่ยวข้องกับการค้า ข้ามพรมแดน และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน ที่ผ่านมารัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนได้ลงนาม ในข้อตกลงยอมรับร่วมทางวิชาชีพสาขาต่างๆ ได้แก่ สาขาแพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล บริการบัญชี บริการวิศวกร สถาปนิก และนักสำรวจ เพื่ออำนวยความสะดวกการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือ ในภูมิภาคอาเซียน

6) การดำเนินงานตามความร่วมมือรายสาขาอื่นๆ

การดำเนินงานตามความร่วมมือรายสาขาอื่นๆ ได้แก่ ความร่วมมือด้านเกษตร อาหาร และป่าไม้ ความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (การคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศ พลังงาน) ความร่วมมือด้านเหมืองแร่ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ความร่วมมือ ด้านการเงิน ความร่วมมือด้านวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และการพัฒนาเพื่อการ รวมกลุ่มของอาเซียน (IAI)

2.1.3 จุดแข็งและข้อจำกัดของประเทศไทยในการเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ

จุดแข็ง คือ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ไทยจะกลายเป็นรากฐานการผลิต สินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตรหลายรายการ ที่ตั้งของไทยยังเอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางโครงข่าย เชื่อมโยงคมนาคมด้านต่างๆ มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทั่วถึง จึงทำให้ระบบการขนส่งมีความ สะดวก ผู้ประกอบการดำเนินงานได้รวดเร็ว อีกทั้งระบบธนาคารค่อนข้างเข้มแข็ง มีความปลอดภัย ในธุรกรรมทางการเงิน ตลอดจนมีแรงงานจำนวนมาก ผู้ประกอบการสามารถคัดเลือกบุคลากร ได้อย่างหลากหลาย

จุดอ่อน คือ แม้ว่าไทยจะมีจุดแข็งเรื่องจำนวนแรงงานที่มีปริมาณมาก แต่แรงงานเหล่านั้นส่วนใหญ่ยังขาดทักษะ อีกทั้งเทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่ยังเป็นชั้นกลาง ต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่านี้ เพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเพิ่มสูงขึ้น หลังจากเข้าสู่ AEC (พหุ ภาวะเป้าทอง และจุลัยวรรณ ค้วงโคตะ. 2555)

โดยมีประเด็นที่น่าสนใจสำหรับไทย คือ ไทยสามารถเป็นศูนย์กลางของอาเซียนในหลายด้านได้ เช่น ด้านการขนส่ง การธนาคาร เป็นต้น ดังนั้น ไทยจึงตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางอาเซียนในหลายด้านดังกล่าวได้ ทั้งนี้ การดำเนินงานของไทยต้องมีแผนการปรับตัวเข้าสู่ AEC และดำเนินงานตามแผนปรับตัวนั้น ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการเป็นศูนย์กลางดังกล่าวได้ อีกทั้ง จะช่วยให้ไทยได้รับประโยชน์หลายด้านและได้เปรียบทางการค้าและการลงทุน

2.1.4 แนวทางการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมไทย เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ภาคอุตสาหกรรมไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวและเร่งพัฒนาในประเด็นเรื่องต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศภายใต้ประชาคมอาเซียน ในอีก 2 ปีข้างหน้า โดยมีผู้ให้แนวทางต่างๆ ไว้ดังต่อไปนี้

กระทรวงอุตสาหกรรม (2554) ได้วิเคราะห์โอกาสและผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมไทยจากการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ภาคอุตสาหกรรมไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้

- 1) การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ทั้งในด้านแรงงาน เทคโนโลยี รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลก เพื่อที่จะสามารถแข่งขันได้
- 2) การเตรียมความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและระบบโลจิสติกส์เพื่อรองรับการลงทุนจากต่างประเทศ
- 3) หาดตลาดส่งออก ปรับปรุงการผลิตให้สามารถปฏิบัติตามกฎถิ่นกำเนิดสินค้าของอาเซียนได้ รวมถึงการบริหารจัดการ การจัดหาวัตถุดิบราคาถูกและมีคุณภาพดีในภูมิภาค
- 4) การปรับปรุงโครงสร้างภาษีของไทยทั้งระบบเพื่อให้เอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการไทย
- 5) ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการผลิต (Production Network) เพื่อให้สามารถสร้าง Economy of Scale เพื่อจะสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก
- 6) ปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการผลิตการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม

7) มีกลไกที่ก่อให้เกิดความเสมอภาคในการเข้าสู่ตลาดภายในประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

สำนักมาตรการทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2555) ยังได้เสนอแนะแนวทางในการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมไทย เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ดังนี้

การปรับตัวในเชิงรุก

1) ศึกษาเสาะหาแหล่งวัตถุดิบในอาเซียน เพราะเราสามารถนำเข้าวัตถุดิบ สินค้า กึ่งสำเร็จรูปจากแหล่งผลิตในอาเซียนที่มีความได้เปรียบด้านราคา และคุณภาพ

2) ศึกษาสนิคมความต้องการในอาเซียน เพื่อที่จะผลิตตรงตามความต้องการของตลาดที่ใหญ่ขึ้น และใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดการผลิต

3) พิจารณาความเป็นไปได้การย้ายฐานผลิต เราสามารถย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนที่เหมาะสมเป็นแหล่งผลิตที่เรามีจุดแข็งที่ไทยไม่มี

4) สร้างความเข้าใจกับการใช้ CLMV เป็นฐานการส่งออกนอก AEC เพื่อใช้ประโยชน์จากสถานะ Least Developed Countries (LDCs) ที่ได้รับสิทธิพิเศษในตลาดสหภาพยุโรป และอื่นๆ

5) พัฒนาและปรับระบบต่างๆของบริษัท เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากระบบโลจิสติกส์ที่จะเชื่อมโยงอย่างทั่วถึงได้เต็มที่ จะทำให้ต้นทุนด้านโลจิสติกส์ถูกลงและสะดวกขึ้น

6) ศึกษา/เสาะหาความเป็นไปได้ในการตั้งธุรกิจและใช้แรงงานในอาเซียน เนื่องจากกฎระเบียบต่างๆจะผ่อนคลายและเปิดกว้างมากขึ้น และในด้านแรงงานจะช่วยแก้ไขปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือได้อีกทาง

7) เปิด/เจาะตลาดคู่ค้าของอาเซียน ภายใต้ FTA ที่อาเซียนมีกับประเทศคู่เจรจา ไทยจะมีความได้เปรียบทางภานำเข้ามากกว่าคู่แข่งอื่นนอกอาเซียน

การปรับตัวในเชิงรับ

1) ต้องเรียนรู้คู่แข่ง เนื่องจากจะเกิดคู่แข่งใหม่จากอาเซียน จึงจำเป็นต้องเรียนรู้คู่แข่งเหล่านั้น

2) ไม่ละเลยการลงทุน เนื่องจากต้นทุนของคู่แข่งก็อาจต่ำลงจากการผลิตเพื่อสนองตลาดที่ใหญ่ขึ้น ดังนั้น ถ้าผู้ผลิตไทยไม่พยายามเช่นเดียวกันก็อาจจะสู้เขาไม่ได้

3) เสริมจุดแข็ง ลดจุดอ่อน เนื่องจากคู่แข่งจะเข้ามาแข่งถึงในเขตแดนไทยที่ต้องเรียนรู้จุดอ่อนและทราบจุดแข็งของไทยเพื่อที่จะได้ปรับตัวได้อย่างเหมาะสม

4) ผูกมัดใจลูกค้าในทุกรูปแบบ เนื่องจากบริษัทที่เคยอยู่ในอุตสาหกรรมรองรับ หรือ เคยผลิตส่งบริษัทแม่ อาจถูกแย่งลูกค้า โดยคู่แข่งในประเทศอื่นในอาเซียนที่ได้เปรียบกว่าในการเป็น ฐานการผลิต จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการผูกมัดใจลูกค้าของเราด้วย

5) ต้องคิดว่า “ทำอะไรให้บุคลากรอยู่กับผู้ประกอบการไทย” เพราะถูกแย่งแรงงาน ฝีมือ ต้องเรียนรู้วิถีผูกมัดใจบุคลากรของไทยไว้ เพื่อให้อยู่ในไทยและทำงานอย่างเต็มที่และเต็มใจ

6) เรียนรู้คู่แข่งทุกคน/วิเคราะห์ SWOT จะต้องรู้จักคู่แข่งของเราอย่างรอบด้าน ไม่ใช่ เฉพาะคู่แข่งภายในประเทศ แต่จะต้องดูคู่แข่งจาก 9 ประเทศอาเซียน รวมถึงประเทศในกลุ่ม +3 (คือ ญี่ปุ่น จีน เกาหลี) และ +6 (ซึ่งเพิ่มออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย) ด้วย

มโนรธ กุศลศักดิ์ (2555) ได้กล่าวถึงประเด็นที่องค์กรควรพัฒนาให้เกิดขึ้นมากที่สุด คือ

1) ปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และทัศนคติ ให้เป็นเชิงรุกมากกว่าเชิงรับ คือต้องบริหาร ธุรกิจในขนาดเล็กของเราให้เป็นแบบมีอาชีพมากขึ้น มีการวางระบบการบริหารจัดการที่ให้อีกกับ ธุรกิจ

2) การปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพราะต่อจากนี้ไปต้องต่อสู้กับ ประเทศที่มีศักยภาพกว่า เรา และประเทศด้อยกว่าเราก็จะพัฒนาขึ้นมาทัดเทียมเรา ดังนั้น ควรที่จะ ศึกษาคู่แข่งอย่างไม่ประมาท เราจะต้องอ่อนน้อมถ่อมตน เหมือนกับพม่า ลาว เขมร และวางแผน เตรียมลูกขึ้นมาเมื่อพร้อมในอีก สิบปีข้างหน้า ซึ่งมีตัวอย่างประเทศเวียดนาม ที่เคยถูกมองข้ามว่า ล้าหลัง แต่ตอนนี้ สามารถแข่งเราไปในหลายๆ เรื่อง เพราะสอนให้คนของเขาฝึกฝนรู้ ตลอดเวลา โดยเฉพาะผู้หญิงเวียดนาม อ่านหนังสือที่เป็นความรู้ ถ้า SMEs ไทยยังไม่ปรับตัวต่อไป ต่อไปตามหลัง พม่า ลาว เขมร โดยเฉพาะพม่าให้จับตามองไว้ให้ดี

3) สร้างความแตกต่างของสินค้าไทย และศึกษาพฤติกรรมของคนในแต่ละประเทศ SMEs จะต้องเน้นกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงการตลาด โดยต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่าง ต่อเนื่อง

4) ศึกษากฎระเบียบและเงื่อนไขการนำเข้าของประเทศคู่ค้า ถึงแม้จะมีการตกลงรวมตัว กันก็ตาม แต่ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็ยังคงมีกฎระเบียบหลายๆข้อที่ยังคงไว้เพื่อ ปกป้องผลประโยชน์ของประเทศตัวเอง ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางจึงต้องศึกษากฎระเบียบ ต่างๆเหล่านี้อยู่ตลอดเวลา

5) สร้างเครือข่ายการผลิตให้เชื่อมโยงกันตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำไปจนถึงภาค การส่งออกเพื่อหาทางทำให้สินค้าต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงมา ปัจจุบันมีการดำเนินการกันอยู่ ในรูปแบบของคลัสเตอร์

6) พัฒนาศักยภาพของพนักงานให้ความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ทั้งหมดเป็นเพียงหลักการส่วนหนึ่ง ที่SMEs อาจจะได้นำไปปรับใช้เพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพราะต้องไปเราคงจะยอมให้ประเทศที่มีศักยภาพเหนือกว่า อย่างประเทศสิงคโปร์ใช้SMEs ของเราเป็นแกนมาช่วยทำให้เขามีความแข็งแกร่งขึ้น ซึ่งวิธีนี้เปรียบเหมือนยุทธวิธีของชาวบ้านบางระจันทร์ที่ปกป้องแผ่นดินในการสู้ศึกกับพม่า ซึ่งภาครัฐเองก็ต้องมีนโยบายเร่งด่วนช่วยเหลือผู้ประกอบการอีกทางหนึ่ง

วิชัย พยัคฆโส (2555) กล่าวถึง ปาฐกถาพิเศษของรองนายกรัฐมนตรี กิตติรัตน์ ณ ระนอง ในเรื่องของ “โครงสร้างการบริหารจัดการภาครัฐ ด้าน SMEs พร้อมรับ AEC” เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ ซึ่งรัฐบาลกำลังเร่งรัดพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของ SMEs ไทยให้เกิดผลดี ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งทุนที่ยาก จะพยายามให้ธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ เช่น ออมสิน อิสลาม Exim bank ธกส. ธนาคารSMEs จนถึงบริษัทค้าสินเชื่อขนาดย่อม เปิดโอกาสให้บาง SMEs เข้าถึงแหล่งเงินทุน

2) ทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะ คงต้องให้กระทรวงศึกษาธิการใช้งบประมาณการศึกษาผลิตบุคลากรให้เป็นไปตามความต้องการแต่ละภาคส่วนของธุรกิจ โดยเฉพาะระบบอาชีวศึกษาที่มีทักษะฝีมือเฉพาะด้านไปปรับใช้สังคมและภาคธุรกิจ โดยจะสร้างเครือข่ายการสนับสนุนการศึกษาจากภาคเอกชน ซึ่งรัฐบาลเปิดโอกาสให้นำเงินบริจาคหรืออุปกรณ์การศึกษามาหักเป็นค่าใช้จ่ายได้ 200%

3) วัตถุดิบ ที่ร่อยหรอลงไป เพราะส่งออกให้ประเทศอื่นๆ แปรรูปไปขายทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยที่ต้องซื้อด้วยราคาแพงหลายเท่า คงต้องพิจารณาการแปรรูปส่งไปขายให้ได้มูลค่ามากขึ้น

4) การค้นคว้าวิจัย ประเทศไทยจะต้องพัฒนาทุนทางปัญญาให้เกิดนวัตกรรมที่มีคุณค่ามากขึ้น ซึ่งต้องใช้งานวิจัยเป็นหัวใจในการพัฒนา โดยจะให้สถาบันวิจัยของรัฐหลายแห่งร่วมกับเอกชนในการวิจัยให้ได้ผลในเชิงพาณิชย์ โดยรัฐบาลกำลังพิจารณาให้นำค่าใช้จ่ายในการวิจัยมาหักเป็นค่าใช้จ่าย 300% จาก 200% ในปัจจุบัน ขณะเดียวกันรัฐบาลจะลดภาษีรายได้นิติบุคคลเหลือร้อยละ 20 จะทำให้มีเงินที่ลดลงจากร้อยละ 30 ไปส่งเสริมงานวิจัยได้มากขึ้น

5) ต้นทุนระบบขนส่ง ประเทศไทยจะต้องปรับปรุงระบบขนส่งและเครือข่ายอีกมาก เช่น ระบบขนส่งทางรางที่ดี หรือท่าเรือน้ำลึกแห่งใหม่รวมถึงขยายสนามบินสุวรรณภูมิที่ไม่พอต่อการบริการ ซึ่งเป็นการลงทุนขนาดใหญ่ ใช้งบประมาณมากโดยจะจัดทำเป็นพระราชบัญญัติเข้าสู่สภาเพื่อพิจารณาในเร็ววันนี้

6) การตลาดรัฐบาลให้ความสำคัญกับ branding สำหรับสินค้าที่มีคุณภาพ จึงได้คัดเลือกสินค้าประทับตรา Thailand Branding โดยจะทำงานร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศไปพร้อมๆกัน

นอกจากนี้ การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าไปสู่ AEC นั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมละรูปแบบหรือสไตล์การทำงานของไทยกับคนในชาติอื่นๆ โดยการเรียนรู้จะนำไปสู่การยอมรับในความแตกต่าง การปรับตัวเข้าหากัน รวมถึงนำเอาจุดแข็งของประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรขององค์กรต่อไป ซึ่งนอกจากการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละประเทศแล้ว สิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ คือ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยให้สามารถสื่อสารได้หลายภาษา และมีทักษะความสามารถที่ทัดเทียมกับคนชาติอื่นๆ อีกทั้ง การจ่ายค่าตอบแทนต้องให้มีความเหมาะสมหรือไม่น้อยกว่าในประเทศอื่นไม่เช่นนั้นแล้ว อาจทำให้คนที่มีความสามารถย้ายไปทำงานในประเทศที่มีค่าตอบแทนสูงกว่าได้

นอกจากนี้ การสร้างบรรยากาศในการทำงานให้มีความเป็นกันเอง ไม่มีกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดจนทำให้บุคลากรรู้สึกอึดอัดมากเกินไป ก็ถือเป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะสาเหตุการลาออกของบุคลากรส่วนใหญ่ คือ บรรยากาศในการทำงานที่ไม่พึงปรารถนา ดังนั้น การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เป็นกันเองและอบอุ่นจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ (พรหม กระเป๋าทอง และจุลยวรรณ ค้วงโคตะ. 2555)

2.1.4 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555 - 2559) กับการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาฯฉบับที่ 11 เกี่ยวกับ AEC

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียนใน พ.ศ.2558 ครอบคลุมทั้งมิติด้านความมั่นคง สังคม-วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นเสาหลักของประชาคมอาเซียน แม้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 จะไม่ได้กำหนด “ยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียน” ไว้เป็นการเฉพาะก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นและข้อเสนอแนะของสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เรื่อง “แนวทางปฏิรูปประเทศไทยท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง” ซึ่งเสนอต่อนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2554 โดยได้เสนอแนะให้รัฐบาลเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ.2558 ซึ่งจะส่งผลกระทบในด้านบวกและด้านลบต่อประเทศไทย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากประเทศไทยยังมีผลผูกพันให้ต้องเปิดเสรีในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็น การค้า สินค้า การค้าบริการ การลงทุน การเคลื่อนย้ายเงินทุน การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือ และการดำเนินงานตามความร่วมมือรายสาขาอื่นๆ เช่น ความร่วมมือด้านเกษตรอาหาร และป่าไม้ ความร่วมมือด้านทรัพยากรทางปัญญา เป็นต้น

ดังนั้น การปฏิรูปทุกด้านควรมีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยประเทศไทยต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ ประเมินศักยภาพจากการเปิดเสรีในหลายๆ ด้าน การใช้ประโยชน์และเตรียมความพร้อมรับมือจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเป็นสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นอย่างมีอาจหลีกเลี่ยงได้ โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ตลอดจนถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ และสร้างกลไกในการเยียวยา หรือมาตรการสนับสนุนต่างๆ ขึ้นมารองรับ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับภาคเอกชน และภาคประชาชนให้มีความพร้อมในการรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ควรจัดตั้งคณะทำงาน หรือหน่วยงานเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับภาคเกษตรที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวทางการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 จะนำไปสู่การกำหนดแผนกลยุทธ์ หรือแผนปฏิบัติการของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ทั้งในส่วนของผู้บริโภคที่จะได้รับจากประชาคมอาเซียน และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากประชาคมอาเซียน ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนบังเกิดผลในทางปฏิบัติ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้กำหนดแนวทางการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนใน พ.ศ.2558 ไว้ครอบคลุมในทุกมิติ ทั้งด้านความมั่นคง สังคม-วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน ได้แก่ รัฐบาล ราชการส่วนกลาง กระทรวง/กรม กลุ่มจังหวัด/จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมธนาคารไทย สภาอุตสาหกรรมหอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สมาคมผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษาทุกระดับ องค์การพัฒนาเอกชน สมาคม มูลนิธิ องค์การอาสาสมัครต่างๆ สภาชุมชน กรรมการหมู่บ้าน ฯลฯ จะต้องร่วมมือกันในการแปลงแนวทางการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ดังกล่าว ไปสู่การปฏิบัติที่เป็นธรรม

2.1.5 เหตุผลในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

อาเซียนจำเป็นต้องเร่งรัดการรวมกลุ่มภายในหรือเร่งจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ และแนวโน้มการทำข้อตกลงการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ มากขึ้น ทำให้อาเซียนต้องเร่งแสดงบทบาทการรวมกลุ่มด้วยความมั่นคงมากขึ้นกว่าเดิม และปรับปรุงการดำเนินงานให้ทันกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสการแข่งขันทางการค้าและการแข่งขัน เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงนับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้นและ

มีแนวโน้มจะถ่ายโอนไปสู่ประเทศเศรษฐกิจใหม่มากขึ้น เช่น ประเทศจีน อินเดียและรัสเซีย เป็นต้น

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก เนื่องจากส่งเสริมให้เกิดการเปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกที่ลึกซึ้ง และกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน เงินทุนและแรงงาน รวมถึงความร่วมมือด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน เพื่อลดอุปสรรคให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการครองชีพและความกินดีอยู่ดีของประชาชนภายในประเทศ และลดช่องว่างการเหลื่อมล้ำทางสังคมให้น้อยลง

2.1.6 ปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน

ความสำคัญของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการ แต่สิ่งหนึ่งที่น่าจะมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานนั้นน่าจะเป็นความเป็นหนึ่งเดียวกันของประเทศสมาชิกภายในกลุ่มที่จะต้องยึดมั่นและถือมั่นเป้าหมายในระดับภูมิภาคกันอย่างจริงจัง ยอมสละผลประโยชน์บางประการของแต่ละประเทศเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมในระดับภูมิภาคร่วมกัน มิเช่นนั้นแล้วก็มีอาจผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่ลึกซึ้งและกว้างขวางขึ้นได้

นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ปัจจัยอื่นๆที่จะช่วยส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจให้เห็นเป็นรูปธรรมและสร้างขีดความสามารถทางด้านเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคให้โดดเด่น ได้แก่

1) **โครงสร้างพื้นฐานทางภูมิภาค** โดยเฉพาะระบบการขนส่งที่จะต้องเชื่อมโยงถึงกันในระดับภูมิภาคเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและผู้คนได้อย่างสะดวกตลอดเส้นทาง รวมถึงอำนวยความสะดวก ณ จุดผ่านแดนต่างๆ และส่งเสริมความร่วมมืออย่างจริงจังในสาขาที่มีผลเชื่อมโยงต่อการพัฒนาสาขาอื่นๆในอาเซียน เช่น สาขาพลังงาน สาขาคมนาคม และการศึกษา เป็นต้น

2) **นโยบายรวมในระดับภูมิภาค** อาเซียนจำเป็นต้องพิจารณาแนวทางการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจร่วมกันในระดับภูมิภาค เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการเจรจาต่อรอง รวมถึงสร้างผลประโยชน์ร่วมกันในระดับภูมิภาค ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่แต่ละประเทศจะต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกฎเกณฑ์ กฎระเบียบหรือกฎหมายภายในให้สอดคล้องกับความต้องการอาเซียนที่มีอยู่

3) กลไกการตัดสินใจ อาเซียนควรพิจารณารูปแบบการตัดสินใจแบบอื่นๆ ในการพิจารณากำหนดนโยบายหรือตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมภายในของอาเซียน นอกเหนือจากระบบฉันทามติ (Consensus) ที่ใช้มาตั้งแต่เริ่มต้นของการรวมตัวทางเศรษฐกิจจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะผลักดันให้มีการนำเอาระบบเสียงส่วนใหญ่ (Majority Vote) มาใช้กับกระบวนการตัดสินใจของอาเซียน แต่สมาชิกคงต้องหารือที่จะกำหนดแนวทางและขอบเขตของระบบเสียงส่วนใหญ่ เพื่อให้มีความชัดเจนและโปร่งใสในการพิจารณาเรื่องสำคัญๆ ที่ประเทศสมาชิกจะได้รับประโยชน์ร่วมกัน

4) การสร้างสังคมกฎระเบียบ อาเซียนจำเป็นต้องพัฒนาไปสู่สังคมกฎระเบียบ (Rule-based Society) และสร้างนโยบายด้านการค้าและการลงทุนที่สอดคล้องประสานในระดับภูมิภาคโดยใช้จุดแข็งของประเทศสมาชิกให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อสร้างขีดความสามารถและข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับอาเซียน รวมถึงเน้นย้ำการปฏิบัติตามพันธกรณีของประเทศสมาชิกอย่างเคร่งครัด

2.1.7 ข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติวิชาชีพของอาเซียน (Mutual Recognition Agreements : MRAs)

ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 9 เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ.2546 ณ เกาะบาหลี ประเทศอินโดนีเซีย ผู้นำอาเซียนทั้ง 10 ประเทศได้ร่วมลงนามในแถลงการณ์ Bali Concord II ซึ่งได้มีการกำหนดให้จัดทำข้อตกลงยอมรับร่วม (MRA) ด้านคุณสมบัติในสาขาวิชาชีพหลัก ภายในปี พ.ศ.2551 เพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายนักวิชาชีพ/แรงงานเชี่ยวชาญ/ผู้มีความสามารถพิเศษของอาเซียนได้อย่างเสรี

จากการลงนามในข้อตกลงดังกล่าว ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายนักวิชาชีพได้อย่างเสรีใน 8 สาขา โดยเรียงตามลำดับเวลา ดังนี้

- สาขาวิชาชีพวิศวกรรม (2548)
- สาขาวิชาชีพการพยาบาล (2549)
- สาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมและสาขาการสำรวจ (2550)
- สาขาวิชาชีพแพทย์, ทันตกรรม และบัญชี (2551)
- สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว (2552)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs

2.2.1 ความหมายของ SMEs

ความหมายของคำว่า “SMEs” นั้นมีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ ดังนี้

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยดูจากจำนวนการจ้างงาน มูลค่าทรัพย์สินถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามจำนวนที่กำหนดขนาดของกิจการ SMEs

ธุรกิจ SMEs หรือ ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคล หรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก

2.2.2 ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม

1) ธุรกิจขนาดย่อมช่วยในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจไปสู่กลุ่มคนต่าง ๆ ทำให้เกิดการจ้างงานและประชาชน มีรายได้ ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น

2) ธุรกิจขนาดย่อมเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่เพราะความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจขนาดย่อม ทำให้ธุรกิจมีศักยภาพการผลิตที่สูงขึ้น และมีการนำเทคโนโลยีที่สูงขึ้นมาใช้ในการผลิตซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นฐานไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่

3) ธุรกิจขนาดย่อมเป็นแหล่งผลิตสินค้าใหม่ ๆ เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลร่วมกันคิดและผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาสู่ตลาด โดยที่ธุรกิจขนาดใหญ่ไม่กล้าเสี่ยงต่อการลงทุน

ตารางที่ 2.2 ข้อเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจขนาดย่อมกับธุรกิจขนาดใหญ่

ธุรกิจขนาดย่อม	ธุรกิจขนาดใหญ่
1. โดยทั่วไปเจ้าของมักจะเป็นผู้จัดการด้วย	1. โดยทั่วไปเจ้าของจะไม่บริหารงานเอง มักจะจ้างผู้ที่มีความสามารถมาเป็นผู้จัดการ
2. ดำเนินงานอยู่ภายในท้องถิ่น หรือมีสาขาแต่เพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น	2. ดำเนินงานอย่างกว้างขวาง อาจจะครอบคลุมไปทั่วประเทศ
3. การจัดองค์งานเป็นแบบง่ายๆ	3. มีการจัดองค์งานที่สลับซับซ้อน
4. ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว	4. ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของบริษัท
5. เจ้าของกับลูกจ้างพนักงาน มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด	5. เจ้าของมักจะรู้จักลูกจ้างพนักงานไม่ทั่วทุกคน
6. มีความเสี่ยงที่จะประสบความล้มเหลวได้มากกว่า	6. การเสี่ยงต่อความล้มเหลวน้อย
7. เจ้าของมักจะเป็นผู้บริหารในด้านต่างๆ ในธุรกิจเกือบทั้งหมด	7. มีการแบ่งงานกันทำ ผู้ที่มีความสามารถในด้านไหนก็บริหารงานหรือทำงานตามที่ตนถนัด

ที่มา: ก่อเกียรติ, โชติรส และปริญ (2538)

2.2.3 ลักษณะของธุรกิจ SMEs (ธุรกิจขนาดย่อม)

1) โครงสร้างของธุรกิจไม่มีความสลับซับซ้อนมากนัก การบริหารธุรกิจขนาดย่อมสามารถใช้แรงงานครอบครัวมาช่วยในการผลิตสินค้าและบริการ ทำให้ต้นทุนค่าแรงงานต่ำ

2) มีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมมีอิสระในการทำงาน ทำให้สามารถตัดสินใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ของธุรกิจได้ทันที

3) การเข้าถึงลูกค้าของธุรกิจขนาดย่อมมักทำได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจขนาดย่อมจะมีอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ ทำให้สามารถปรับตัวเข้ากับความต้องการของท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็ว

4) ธุรกิจขนาดย่อมใช้เงินลงทุนต่ำ แรงงานมีจำนวนน้อย การดำเนินงานส่วนใหญ่ผู้บริหารจะเป็นผู้ดำเนินการแต่เพียงผู้เดียวหรือโดยกลุ่มผู้บริหารเพียงไม่กี่คน ทำให้ผู้บริหารมีแรงจูงใจในการดำเนินงาน เนื่องจากผลกำไรที่ได้จะเป็นของผู้ดำเนินการทั้งหมด

5) ยอดขายมีน้อย เนื่องจากท้องถิ่นบางแห่งมีประชากรและอำนาจซื้อน้อย จนธุรกิจขนาดใหญ่ไม่สามารถเข้าไปดำเนินการได้ หรือไม่ต้องการเข้าไปแข่งขันกับธุรกิจขนาดเล็ก เนื่องจากมียอดขายน้อย ตลาดเหล่านี้จึงเป็นตลาดของธุรกิจขนาดย่อม

6) ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจสูง ทำให้ทำงานหนักและเสียสละ เพราะผลของการทำงานหนักก็จะกลับเป็นผลกำไรที่ตกมาถึงผู้ประกอบการโดยตรง

7) มีความคล่องตัวในการจัดการ เนื่องจากสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือการผลิต การแข่งขันฯ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถตัดสินใจปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วกว่า

ตารางที่ 2.3 การจำแนกขนาดธุรกิจ

ขนาดธุรกิจ	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง	
	การจ้างงาน	มูลค่า	การจ้างงาน	มูลค่า
		สินทรัพย์ ถาวร		สินทรัพย์ ถาวร
ประเภทธุรกิจ				
การผลิต	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ลบ.	50-200 คน	เกิน 50-200 ลบ.
การค้า	ค้าส่ง ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 50 ลบ.	26-50 คน	เกิน 50-100 ลบ.
	ค้าปลีก ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 30 ลบ.	16-30 คน	เกิน 30-60 ลบ.
การบริการ	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ลบ.	51-200 คน	เกิน 50-200 ลบ.

ที่มา: ก่อเกียรติ, โชติรัส และปริญ (2538)

2.2.4 ธุรกิจ SMEs (ธุรกิจขนาดย่อม) แบ่งเป็น 4 ประเภทคือ

1) ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม ซึ่งผลผลิตของธุรกิจประเภทนี้มักจะเป็นสินค้าอุปโภค หรือสินค้าของผู้ผลิต แล้วแต่กรณีผลผลิต จะนำออกขายโดยตรงแก่ผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีก และผู้อุปโภคโดยตรง มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คนหรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท เช่น โรงงานอุตสาหกรรมทอผ้าที่มีเครื่องจักรและคนงานไม่เกิน 50 คน โรงงานผลิตขนมโมจิ โรงงานทำทุเรียนกวน โรงงานทอผ้าพื้นเมือง ฯลฯ ซึ่งแม้จะไม่มีฐานะมั่นคง ไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า หรือไม่มีการผลิตในปริมาณที่สูง เช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็สามารถดำรงกิจการอยู่ได้ด้วยการตอบสนองความต้องการของ

กลุ่มลูกค้าประจำ หรือเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ และสามารถประหยัดต้นทุนบางอย่างได้ เช่น การใช้แรงงานตนเองและครอบครัวในการดำเนินงาน

2) ธุรกิจบริการ เป็นธุรกิจที่เสนอบริการต่างๆแก่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้อุปโภคบริโภค ไม่ว่าจะเป็น ณ ที่ที่ขายบริการ หรือสถานที่ของลูกค้าเอง ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าด้วยสิ่งที่ไม่มิตัวตนทางกายภาพ ธุรกิจประเภทนี้มีอยู่มากมายหลายชนิด เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนไม่มาก แต่ต้องอาศัยแรงงานและฝีมือของบุคลากร มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท เช่น กิจการร้านเสริมสวย กิจการสปา กิจการบริการขนส่ง ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า สำนักงานกฎหมายและบัญชี คลินิกรักษาโรค เป็นต้น ธุรกิจให้บริการเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของช่างฝีมือเฉพาะอาชีพที่จะเปลี่ยนตนเองมาสู่ความเป็นเจ้าของกิจการตามงานด้านที่ตนมีความถนัดและชำนาญงานอยู่ เมื่อระบบเศรษฐกิจเจริญขึ้นความต้องการการบริการที่เพิ่มขึ้นจะผลักดันให้เกิดการก่อตั้งธุรกิจบริการแห่งใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ด้วย และปรากฏว่าในปัจจุบันธุรกิจบริการมีแนวโน้มที่จะขยายตัวรวดเร็วกว่าธุรกิจประเภทอื่น

3) ธุรกิจค้าส่ง ผู้ค้าส่งนับเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตกับผู้ค้าปลีก ซึ่งตามปกติก็มักจะรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลายราย มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท เช่น ร้านค้าส่งในบริเวณตลาดไท ร้านค้าส่งในย่านธุรกิจเช่น สำเพ็ง เขาราช

4) ธุรกิจค้าปลีก ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งและนำออกมาขายให้แก่ผู้อุปโภคบริโภคโดยตรง มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท เช่น ร้านค้าปลีกตามชุมชน รวมไปถึงร้านค้าปลีกในลักษณะของการซื้อสัมปทาน เช่น ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ร้านแฟมิลี่มาร์ทจากประเภทของธุรกิจขนาดย่อมที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ประเภทแสดงให้เห็นว่าธุรกิจขนาดย่อมมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ

1. ความต้องการด้านเทคนิคและวิชาการมีน้อยมาก
2. เจ้าของหรือผู้บริหารมีประสบการณ์ในการบริหารไม่มากนัก
3. ตลาดของธุรกิจขนาดย่อมมีขอบเขตจำกัดอยู่ในท้องถิ่นนั้น
4. ความต้องการเงินทุนเริ่มแรกมีน้อย

2.2.5 คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs (ธุรกิจขนาดย่อม)

1. ต้องกล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผล
2. ต้องมีความมั่นใจในตนเอง
3. ต้องเป็นผู้ที่ชอบทำงานหนักและทนทานต่อการทำงาน
4. ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการกำหนดเป้าหมาย มีการวางแผนเป็นขั้นตอนที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ต้องเป็นผู้ที่พร้อมที่จะรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ และจะต้องมีมาตรการที่จะควบคุมให้ธุรกิจดำเนินอยู่ตลอดไป
6. ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดในทางสร้างสรรค์ที่จะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ออกสู่ตลาด

2.2.6 รูปแบบธุรกิจ SMEs

การประกอบธุรกิจอาจจะกระทำตั้งแต่คนเดียวขึ้นไปหรือหากมีหุ้นส่วนร่วมกันหลายคน มักจัดตั้งในรูปแบบของนิติบุคคล โดยมีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ปรากฏดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 สรุปรูปแบบ SMEs

ลำดับที่	รูปแบบ	ลักษณะ
1	บุคคลธรรมดา	บุคคลทั่วไปที่มีชีวิตอยู่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 15)
2	คณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
3	ห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีใช้นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
4	ห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน โดยหุ้นส่วนทุกคนไม่จำกัดความรับผิดชอบและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ตารางที่ 2.4 สรุปรูปแบบ SMEs (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบ	ลักษณะ
5	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน หุ้นส่วนมีทั้งที่จำกัดความรับผิดชอบและไม่จำกัดความรับผิดชอบและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
6	บริษัทจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดชอบในหนี้ต่าง ๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุนและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
7	วิสาหกิจชุมชน	กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่นที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่าง ชุมชน โดยมีการยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2548 กับกรมส่งเสริมการเกษตร

ที่มา : ทวินนท์ ประการ (2553)

ตารางที่ 2.5 ข้อดี ข้อเสียของการทำธุรกิจขนาดย่อม

ข้อดี	ข้อเสีย
1. จัดตั้งได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนซับซ้อนยุ่งยาก ในขณะเดียวกันหากเกิดปัญหาไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ก็สามารถเลิกกิจการได้ทันที	1. การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสขยายตัวได้ยาก เนื่องจากทรัพยากรและเงินทุนมีน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่
2. การบริหารงานสามารถทำได้อย่างอิสระ เนื่องจากขั้นตอนในการบริหารมีไม่มากนักสามารถปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานได้โดยไม่ต้องประชุมปรึกษากับผู้ถือหุ้นหลายขั้นตอน	2. โอกาสในการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่เป็นไปได้น้อย เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากเท่า

ตารางที่ 2.5 ข้อดี ข้อเสียของการทำธุรกิจขนาดย่อม (ต่อ)

ข้อดี	ข้อเสีย
3. การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมสามารถดำเนินการได้ทั้งตลาดที่มีขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เพราะไม่ต้องมีการคาดคะเนยอดขายเพื่อให้คุ้มทุน เช่นเดียวกับการลงทุนในธุรกิจขนาดใหญ่	
4. การนำสินค้าหรือบริการชนิดใหม่เข้ามาจำหน่ายไม่ต้องลงทุนในการขายมากเกินไป หากสินค้าไม่เป็นที่นิยมก็สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย	
5. การดำเนินธุรกิจขนาดย่อม ผู้ดำเนินธุรกิจจะมีความใกล้ชิดกับลูกค้า ทำให้สามารถทราบถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้ให้เข้ากับกิจการของตนเองได้	

ที่มา : ทวินันท์ ประภาร (2553)

2.2.7 แหล่งเงินทุน

เงินทุนที่ผู้ประกอบการนำมาใช้เริ่มต้นธุรกิจอาจจะมาจากส่วนของเจ้าของ หรือเงินทุนจากการก่อหนี้ ธุรกิจขนาดย่อมต้องการเงินทุนระยะสั้นและเงินทุนระยะยาวหลายประเภท ต้องการเงินทุนระยะสั้น ได้แก่ เงินทุนหมุนเวียน บัญชีลูกหนี้ และสินค้าคงเหลือ ส่วนความต้องการเงินทุนระยะยาว ได้แก่ ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร เครื่องใช้ เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์ แหล่งเงินทุนเพียงไม่กี่แห่งที่ให้ธุรกิจกู้ยืมเงินเพื่อตอบสนองความต้องการทุกอย่าง สถาบันการเงินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในการให้กู้ยืมเงินเฉพาะความต้องการเพียงสองอย่างเท่านั้น

1) แหล่งเงินทุนจากส่วนของเจ้าของ : เงินทุนจากส่วนของเจ้าของจะมาจากเงินออมส่วนตัว หุ้นส่วน หรือโดยการขายหุ้นของบริษัทจำกัด แหล่งเงินทุนเพื่อใช้เริ่มต้นธุรกิจซึ่งเป็นแหล่งที่ดีที่สุดและนิยมใช้กันมากที่สุด คือ เงินออมของเจ้าของ เจ้าหน้าที่ที่ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อมมีส่วนแนะนำว่า ผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดย่อมควรจัดหาเงินทุนเริ่มแรกอย่างน้อยที่สุด 50 เปอร์เซ็นต์ เงินทุนส่วนที่เหลือผู้ประกอบการอาจจำเป็นต้องใช้การกู้ยืมเงินที่ต้องมีการชำระคืน

พร้อมทั้งดอกเบี้ย หรือใช้วิธีหาผู้ร่วมทุนเข้ามาเป็นหุ้นส่วน หรือการขายหุ้นของบริษัทจำกัด หรือการเพิ่มทุนเพื่อให้กิจการมีเงินทุนเพียงพอในการดำเนินกิจการ

2) แหล่งเงินทุนจากการก่อหนี้ : แหล่งเงินทุนจากการก่อหนี้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กคือธนาคารพาณิชย์ผู้จำหน่ายสินค้า ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอุปกรณ์ บริษัทการเงิน บริษัทประกันภัย และนักลงทุนเอกชน

ธนาคารพาณิชย์ เป็นแหล่งเงินกู้ระยะสั้นแหล่งหนึ่งที่ทำให้กู้ยืมเงินทุนระยะสั้นมากกว่าสถาบันการเงินประเภทอื่นๆทุกประเภทธนาคารพาณิชย์มักจะไม่ให้ธุรกิจกู้ยืมเงินเพื่อนำไปใช้ในการซื้อทรัพย์สินถาวรที่มีอายุการใช้งานเป็นเวลานาน เช่น อาคารและที่ดิน แต่ธนาคารมักจะให้ธุรกิจกู้ยืมเงินเพื่อนำไปซื้ออุปกรณ์และสินค้าคงเหลือ และธนาคารพาณิชย์ยังช่วยเหลือธุรกิจในการจัดหาเงินทุนโดยใช้บัญชีลูกหนี้

ผู้จำหน่ายสินค้า เป็นแหล่งสินเชื่อระยะสั้นที่สำคัญแหล่งหนึ่งของธุรกิจขนาดเล็ก ผู้ที่จำหน่ายสินค้าให้กับธุรกิจมักจะให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เมื่อมีการซื้อสินค้าในระยะเวลาสั้นๆ

ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอุปกรณ์ จะให้ความช่วยเหลือทางการเงินเมื่อธุรกิจต้องการซื้ออุปกรณ์ต่างๆ เพื่อจูงใจให้ธุรกิจซื้ออุปกรณ์ของตน เงินกู้ประเภทนี้จะอยู่ในรูปของสัญญาการขายผ่อนชำระ

โรงงานอุตสาหกรรม คือ สถาบันการเงินที่ช่วยธุรกิจจัดหาเงินโดยการบัญชีลูกหนี้ค้าประกันหรือโรงงานอุตสาหกรรมอาจซื้อหรือคิดลดบัญชีลูกหนี้ของธุรกิจ โดยมีเงื่อนไขเช่นเดียวกับธนาคาร คือ กิจการจะรับผิดชอบบัญชีลูกหนี้ที่เรียกเก็บไม่ได้ ในขณะที่เดียวกันโรงงานอุตสาหกรรมที่รับซื้อบัญชีลูกหนี้ก็จะวิเคราะห์ความสามารถในการเรียกเก็บเงินของกิจการด้วย

บริษัทการเงินจะซื้อสัญญาการขายผ่อนชำระจากธุรกิจ เมื่อลูกค้าเซ็นสัญญาการขายผ่อนชำระกับธุรกิจ ธุรกิจจะขายสัญญานี้ให้แก่บริษัทการเงินและรับเงินเต็มค่าของสัญญาบริษัทการเงินจะทำสัญญากับผู้ประกอบการ โดยมีเป้าหมายและการขายสัญญาผ่อนชำระกับบริษัทการเงินว่าควรจะมียอดเงินจำนวนเท่าไรต่อปีหรือต่องวด ซึ่งเป็นวิธีนิยมใช้กันมากในการขายรถยนต์และเครื่องใช้ขนาดใหญ่ บริษัทการเงินจะให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ขายรถยนต์ เพื่อนำเงินไปซื้อรถยนต์มาเก็บไว้ เมื่อกิจการขายรถยนต์ไปแล้ว บริษัทการเงินจะเรียกเก็บเงินผ่อนชำระพร้อมดอกเบี้ยจากผู้ซื้อโดยตรง

บริษัทประกันภัย จะให้เงินกู้ระยะยาวแก่ธุรกิจขนาดเล็ก เพื่อนำไปซื้อทรัพย์สินถาวร บริษัทประกันภัยจะเก็บค่าเบี้ยประกันตามกรมธรรม์ประกันภัยและนำเงินที่เก็บได้ไปลงทุนในหุ้น พันธบัตร และให้ธุรกิจกู้ยืม บริษัทประกันภัยถูกควบคุมโดยหน่วยงานของรัฐบาลและประเภทของเงินกู้ที่จะให้ธุรกิจกู้ยืมได้ จะถูกควบคุมให้อยู่ภายในขอบเขตเพื่อปกป้องผลประโยชน์ผู้ถือกรมธรรม์

บริษัทประกันภัยมักจะให้เงินกู้กับธุรกิจขนาดย่อมที่มีหลักประกันเป็นมูลค่าสูงเพื่อเป็นการประกันการชำระคืนเงินกู้

นักลงทุนเอกชน เงินออกของประชาชนเป็นแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดย่อม ธุรกิจจะกู้ยืมเงินที่มีระยะเวลาชำระคืนระหว่าง 1- 5 ปี นักลงทุนเอกชนมักจะเป็นบุคคลที่เต็มใจเสี่ยงนำเงินไปลงทุนในธุรกิจ เพื่อให้ได้รับดอกเบี้ยในอัตราที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยของเงินออกและพันธบัตร

2.2.8 แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2.8.1 มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารเบื้องต้นสำหรับ SMEs

ระบบการจัดการขั้นพื้นฐานถือเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับ SMEs ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและการแข่งขันภายใต้สภาวะการณ์ปัจจุบัน การสร้างมาตรฐานถือเป็นหลักประกันที่จะมาใช้ในการดีให้คู่ค้ายอมรับ และสามารถใช้เป็นใบเบิกทาง ฝ่าด่านเงื่อนไขทางการค้าต่างๆ ได้ทั้งในระดับประเทศและในต่างประเทศ โดยหลักการเบื้องต้นก็คือ ผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร สมุนไพร ผ้าทอพื้นเมือง ฯลฯ มีการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้บริโภคยอมรับและ ดัดจริตใจซื้อได้ง่ายขึ้นและพร้อมสำหรับการแข่งขัน จากนั้นหากมีการพัฒนาเติบโตไปในทิศทางดีขึ้นก็สามารถพัฒนากระบวนการผลิต กระบวนการบริหารจัดการด้านต่างๆ ในระดับมาตรฐานที่สูงขึ้นต่อไป นั่นก็คือ ระบบการจัดการขั้นพื้นฐานสำหรับ SMEs ซึ่งรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของ SMEs ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงผลักดันให้ SME มีการปรับตัวให้ทันกับกระแสตลาดยุคใหม่ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2548)

1) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

คือ ข้อกำหนดด้านคุณภาพที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่ยอมรับ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดและสอดคล้องกับนโยบาย OTOP ซึ่งเป็นการรับรองมาตรฐานโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในการออกไปรับรองมาตรฐาน มผช. นั้น สนง.จะดำเนินการตรวจสอบสถานที่ผลิตและเก็บตัวอย่างจากสถานที่ผลิตส่งตรวจสอบ เพื่อพิจารณาออกใบรับรอง ตลอดจนติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรอง โดยสุ่มซื้อตัวอย่างที่ได้รับการรับรองจากสถานที่จำหน่าย เพื่อตรวจสอบ ทำให้มั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน มผช. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานในการผลิต และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

1.1 แนวคิดของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

- เป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสู่สากล (Local yet Global)
- เกิดมาจากหลักการพึ่งตนเอง และการคิดสร้างสรรค์ของชุมชน
- เป็นการผลักดันผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่การผลิตที่มีมาตรฐาน และสามารถสร้างรายได้

ให้แก่ชุมชน

- เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น

1.2 ประโยชน์ที่ได้รับจาก มผช.

- ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความเข้าใจ และมีความรู้ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ
- สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
- สินค้าเป็นที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ต้องการของตลาด
- สามารถนำผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรร OTOP Product Champion (ระดับดาว)
- ได้รับการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาที่เหมาะสมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) มาตรฐาน GMP

GMP (Good Manufacturing Practice) หรือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีสำหรับการผลิต เป็นการจัดการสภาวะแวดล้อมขั้นพื้นฐานของกระบวนการผลิต เช่น การควบคุม สุขลักษณะส่วนบุคคล การควบคุมแมลงและสัตว์นำโรค การออกแบบโครงสร้างอาคารผลิต รวมถึง เครื่องจักรอุปกรณ์ ที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น ซึ่งเน้นการป้องกันมากกว่าการแก้ไข เป็นระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารขั้นพื้นฐาน (Food Safety Management System) คือ การจัดการเพื่อไม่ให้อาหารก่อผลกระทบทางลบต่อผู้บริโภค เมื่ออาหารนั้นถูกเตรียมหรือบริโภค ระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารจะสมบูรณ์ เมื่อจัดทำระบบ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) ซึ่งเป็นการจัดการด้านการควบคุมกระบวนการผลิต โดยจะทำการวิเคราะห์และประเมินอันตรายในขั้นตอนการผลิตทั้งหมด ตั้งแต่ตรวจรับวัตถุดิบ จนกระทั่งเป็นผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค ว่าจุดใด หรือ ขั้นตอนใดมีความเสี่ยง ต้องควบคุม ถ้าปราศจากการควบคุมที่จุดนั้น จะทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค เรียกจุด หรือขั้นตอนนั้นๆว่า จุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Critical Control Point; CCP) จากนั้นหามาตรการควบคุมจุดวิกฤต เพื่อให้อาหารปลอดภัยต่อผู้บริโภค กล่าวได้ว่า GMP เป็นพื้นฐานที่สำคัญของ HACCP ในอุตสาหกรรมอาหาร เริ่มต้นจากเกษตรกรรม ทั้งเลี้ยงสัตว์และเพาะปลูกพืช จากนั้นจะได้เป็นผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งต้องมีการจัดเตรียมเพื่อเป็นวัตถุดิบ ป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตในโรงงานอาหาร หลังจากนั้นผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้ก็จะถูกขนส่งไปที่ร้านค้าก่อนจะถึงมือผู้บริโภค จะสังเกตได้ว่าในห่วงโซ่อาหารมี

ขั้นตอนหลายขั้นตอนกว่าที่อาหารจะถึงมือผู้บริโภค จึงมีโอกาสทำให้อาหารไม่ปลอดภัยได้ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554)

2.1 ความสำคัญของ GMP และ HACCP GMP

เริ่มต้นมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งได้กำหนดเป็น กฎหมาย หลักเกณฑ์ว่าด้วย สุขลักษณะทั่วไปในการผลิตอาหารทุกประเภท จากนั้นก็มีกฎหมาย GMP สำหรับการผลิตอาหารประเภทต่างๆตามมา ในปี ค.ศ. 1971 (พ.ศ. 2514) ได้ประกาศกฎหมาย GMP สำหรับการผลิตอาหารกระป๋องที่มีความเป็นกรดต่ำ (Low Acid Canned Foods; LACF) เนื่องจากอาหารประเภทนี้มีความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนของสารพิษที่สร้างโดยเชื้อ Clostridium botulinum หากวิธีการผลิตไม่เหมาะสม แนวคิดการประกันคุณภาพด้านความปลอดภัยของอาหารโดยใช้ GMP ได้มีการผลักดันเข้าสู่โครงการมาตรฐานอาหารของ FAO/WHO ซึ่งรับผิดชอบการจัดทำมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ ที่เรียกว่า Codex Alimentarius ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า "Food Code" หรือ "Food Law" Codex ได้ อ้างอิง GMP ว่าด้วยสุขลักษณะทั่วไปของสหรัฐอเมริกา และรวบรวมข้อคิดเห็นจากประเทศสมาชิก จัดทำเป็นข้อแนะนำระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับหลักการทั่วไปว่าด้วยสุขลักษณะอาหาร (Recommended International Code of Practice: General Principles of Food Hygiene) และยังได้กำหนดวิธีปฏิบัติด้านสุขลักษณะ (Code of Hygienic Practice) เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารประเภทต่างไว้ด้วย นอกจากนี้ Codex ยังได้จัดทำข้อแนะนำ การใช้ระบบการวิเคราะห์อันตรายและ จุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis and Critical Control Point; HACCP) เป็นภาคผนวก หรือ Annex ใน General Principles of Food Hygiene และผ่านการรับรองจากคณะกรรมการของ Codex (CAC) เมื่อเดือนมิถุนายน 1997 (พ.ศ. 2540) Codex ได้แนะนำไว้อย่างชัดเจนว่า การจัดทำระบบ HACCP ให้ได้ผลดี จำเป็นต้องมีการควบคุมสุขลักษณะที่ดี และมีประสิทธิภาพ และขอให้ใช้ข้อแนะนำการใช้ระบบ HACCP ควบคู่กับหลักการทั่วไปว่าด้วยสุขลักษณะอาหารของ Codex ด้วย องค์การการค้าโลก (World Trade Organization; WTO) ซึ่งจัดตั้งขึ้นเมื่อ เมษายน 1994 (พ.ศ. 2537) ได้มีการประชุมเกี่ยวกับการค้าเสรีของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับประเทศสมาชิก คณะกรรมการ Codex ได้มีข้อเสนอความตกลงว่าด้วยการประยุกต์ใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures; SPS) และความตกลงว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Agreement on the Technical Barriers to Trade; TBT) ข้อตกลง SPS มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ชีวิต และสุขภาพของมนุษย์ สัตว์ และพืช และป้องกันไม่ให้เกิดการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ที่ไม่เป็นธรรม ส่วนข้อตกลง TBT มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการนำข้อกำหนดทางเทคนิคระดับชาติ หรือระดับภูมิภาค หรือมาตรฐานทั่วไปมาเป็นข้อกีดกันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งข้อตกลง TBT นี้

ครอบคลุมมาตรฐานทุกชนิดรวมทั้งข้อกำหนดทางด้านสุขอนามัยของอาหาร จากข้อตกลง SPS และ TBT ทำให้มาตรฐาน Codex ถูกอ้างอิง และใช้เป็นเกณฑ์ในด้านความปลอดภัยของอาหารต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค และสามารถใช้อ้างอิงกรณีเกิดข้อขัดแย้งทางการค้าระหว่างประเทศ ทำให้มาตรฐาน Codex มีความสำคัญต่อการค้า ผลิตผลทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์อาหาร การจัดการด้านความปลอดภัยของอาหารโดยดำเนินการตาม หลักการทั่วไปว่าด้วยสุขลักษณะอาหาร และข้อแนะนำการใช้ระบบ HACCP ของ Codex จึงมีความสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศเป็นอย่างยิ่ง ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศแรกที่ประกาศให้ HACCP เป็นกฎหมายบังคับ โดยให้นำระบบ HACCP ไปใช้ในการควบคุมการผลิต สัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ (Fish and Fishery Products) มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่ 18 ธันวาคม ค.ศ. 1997 (พ.ศ. 2540) ในขณะที่กระทรวงเกษตรของสหรัฐอเมริกา (US Department of Agriculture; USDA) โดย Food Safety and Inspection Service; FSIS ได้ประกาศให้กฎหมาย Pathogen Reduction ; HACCP เมื่อ 27 มกราคม ค.ศ. 1997 (พ.ศ. 2540) ให้โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เนื้อสัตว์ปีก และผลิตภัณฑ์ไข่ ไม่ว่าจะเป็น โรงงานขนาดเล็กหรือใหญ่ ต้องมีการจัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานทางด้านสุขาภิบาล (Sanitation Standard Operating Procedures ; SSOPs) เป็นเอกสารและนำไปปฏิบัติ และกำหนดให้โรงฆ่าสัตว์ทุกโรงต้องตรวจเช็คเชื้อ Escherichia coli สำหรับการบังคับใช้ ระบบ HACCP จะมีช่วงเวลาที่แตกต่างกันตามขนาดของโรงงาน เล็ก กลาง และ ใหญ่ ระยะสุดท้ายคือสำหรับโรงงาน ขนาดเล็ก มีผลบังคับ 25 มกราคม 2000 โดยต้องมีมาตรฐาน การปฏิบัติงานเพื่อลดปัญหาจากเชื้อ Salmonella ล่าสุด USDA (องค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา) ประกาศให้ใช้ HACCP ในการควบคุมการผลิตน้ำผัก และน้ำผลไม้ มีผลบังคับใช้ วันที่ 22 มกราคม ค.ศ. 2002 (พ.ศ.2545) โดยขณะนี้มีการกำหนดบังคับกับน้ำผักและผลไม้ที่ไม่ผ่านกระบวนการพาสเจอร์ไรซ์ หรือกระบวนการที่ใกล้เคียงกันต้องระบุคำเตือนอย่างชัดเจนที่กล่าวว่า " เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านกระบวนการพาสเจอร์ไรซ์" ดังนั้นอาจมีเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค (pathogen) แก่เด็ก คนชราและผู้ที่มีภูมิคุ้มกันต่ำ" คณะกรรมาธิการประชาคมยุโรป หรือ EU ได้ระบุให้มีการใช้ระบบ HACCP ในหัวข้อเรื่อง Hygiene on Food Stuff ใน Council Directive เมื่อ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2539 กำหนดให้ผู้ผลิตอาหารทุกชนิดในทุกระดับของตลาด ตั้งแต่ฟาร์มจนถึงระดับขายปลีก ในสหภาพยุโรปต้องนำระบบ HACCP ไปประยุกต์ใช้ในการควบคุมการผลิตอาหาร ดังนั้น ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตภายใน และนำเข้าสู่ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป จำเป็นต้องผลิตภายใต้การควบคุมด้วยระบบ HACCP สำหรับผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าสู่ประเทศสมาชิก จะให้เป็นความรับผิดชอบของผู้นำเข้าที่จะต้องดูแลสินค้าที่นำเข้าให้มีความปลอดภัยต่อการบริโภค อย่างไรก็ตามในกลุ่มสหภาพยุโรป ก็ยังเกิดปัญหาต่างๆ เช่น โรคปากและเท้าเปื่อย โรควัวบ้า หรือพบสารไดออกซินในผลิตภัณฑ์นม ทำให้ EU ประชุมร่วมกันและกำหนดนโยบายสมุดปกขาว (White Paper) ว่า

ด้วยเรื่องเกี่ยวกับความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหาร โดยแนะนำให้ระบบ HACCP ไปใช้ควบคุมการผลิตตั้งแต่ ที่ฟาร์มจนถึงโต๊ะอาหารของ ผู้บริโภค (From Farm to Table) ภายในปี 2545 แต่ก่อนที่จะได้มีการประกาศใช้อย่างสมบูรณ์ สหภาพ ยุโรป ได้เริ่มประกาศจากอาหารสัตว์ โดยกำหนดให้มันสำปะหลังอัดเม็ดที่นำเข้า ต้องมีการทำ GMP ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2544 เนื่องจากมันสำปะหลังอัดเม็ด เป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของห่วงโซ่อาหาร และประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกมันสำปะหลังอัดเม็ดไปยังประเทศ นิวซีแลนด์รายใหญ่แห่งหนึ่งของโลก ประเทศญี่ปุ่น ประกาศใช้ระบบ HACCP เพื่อควบคุมการผลิต นม และผลิตภัณฑ์นม เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์สุริมิ โดยเป็นมาตรการสมัครใจในบทแก้ไขของ Food Sanitation Law สำหรับประเทศเกาหลีใต้ และสิงคโปร์ ก็ได้ประกาศให้มีการใช้ระบบ HACCP เป็นมาตรการบังคับในการควบคุมการผลิต ไส้กรอก แฮม และเนื้อสัตว์ที่นำเข้า สำหรับประเทศไทย โดยคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขกำลังจะประกาศให้ GMP ว่าด้วยสุขลักษณะทั่วไปเป็นกฎหมายบังคับ ภายในเดือน กรกฎาคม 2544 โดยบังคับใช้กับอาหาร 57 ประเภท และกำลังจะมี GMP เฉพาะผลิตภัณฑ์ ออกมาเรื่อยๆ เช่น GMP น้ำดื่ม เป็นต้น การประกาศเป็นกฎหมายมีผลให้สถานประกอบการรายใหม่ต้องปฏิบัติตามทันที สำหรับผู้ประกอบการรายเก่าต้องปรับปรุงมาตรฐานให้เป็นไปตามกฎหมายภายใน 2 ปี และ อย. ยังได้แนะนำให้สถานประกอบการนำระบบ HACCP ไปใช้ในการควบคุมการผลิต

โดยสรุปแล้ว GMP เป็นการจัดการด้านสุขลักษณะขั้นพื้นฐานที่สำคัญในการจัดทำระบบ HACCP องค์กรจึงควรมีการจัดทำ GMP ก่อน โดยอาจจะจัดทำเอกสารมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงานตามความเหมาะสมของแต่ละองค์กร ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. การควบคุมสุขลักษณะส่วนบุคคล (personal hygiene)
2. การควบคุมแมลงและสัตว์นำโรค (pest control)
3. การควบคุมระบบน้ำใช้ น้ำแข็ง และไอน้ำ
4. การควบคุมความสะอาด ของอุปกรณ์และสถานที่การผลิต
5. การควบคุมแก้วและพลาสติกแข็ง
6. การควบคุมสารเคมี
7. การซึบ่งและสอบกลับผลิตภัณฑ์
8. การกักและปล่อยผลิตภัณฑ์
9. การเรียกผลิตภัณฑ์คืน
10. การสอบเทียบอุปกรณ์และเครื่องมือวัด
11. การควบคุมการขนส่ง

12. การบำรุงรักษา เครื่องจักร และอุปกรณ์
13. การกำจัดขยะ
14. การจัดเก็บบันทึก เป็นต้น

3) มาตรฐาน HACCP

HACCP เป็นตัวย่อจากคำภาษาอังกฤษ ที่ว่า Hazard Analysis Critical Control Point ซึ่งหมายถึง การวิเคราะห์อันตราย จุดควบคุมวิกฤต เป็นแนวคิดเกี่ยวกับ มาตรการป้องกันอันตราย ที่อาจเกิดขึ้น ในแต่ละขั้นตอน ของการดำเนินงานใดๆ โดยมีกระบวนการดำเนินงานเชิงวิทยาศาสตร์ คือมีการศึกษาถึงอันตราย หาทางป้องกันไว้ล่วงหน้า รวมทั้งมีการควบคุม และเฝ้าระวัง เพื่อให้แน่ใจว่า มาตรการป้องกันที่กำหนดขึ้นนั้น มีประสิทธิภาพตลอดเวลา ที่มาของการเปลี่ยนแนวคิด HACCP ให้เป็นวิธีปฏิบัติ ในอุตสาหกรรมอาหาร เกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2502 โดยบริษัทฟิลลิปส์เบอรี่ ในสหรัฐอเมริกา ต้องการระบบงานที่สามารถใช้สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหารให้แก่ผู้บริโภคในโครงการขององค์การนาซ่าแห่งสหรัฐอเมริกา นับแต่นั้นเป็นต้นมา ทั้งภาคอุตสาหกรรมอาหาร สถาบันทางวิชาการ และองค์กรที่มีหน้าที่ควบคุมดูแล ด้านอาหารของสหรัฐอเมริกา ก็เริ่มให้ความสนใจในระบบ HACCP จึงได้มีการส่งเสริม และนำไปปรับใช้ในอุตสาหกรรมอาหารประเภทต่างๆ องค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกาได้ใช้แนวคิดนี้ในการแก้ปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากอาหารกระป๋อง เนื่องจากสารพิษของแบคทีเรีย ชื่อ botulinum toxins จากเชื้อ *Clostridium botulinum* สารพิษนี้มีอันตรายต่อผู้บริโภคสูงมาก แม้ร่างกายจะได้รับในปริมาณเพียงเล็กน้อยก็อาจถึงแก่ชีวิตได้ จึงได้มีการกำหนดจุดควบคุมวิกฤต ในกฎหมายที่ควบคุมกรรมวิธี การผลิตอาหารกระป๋องที่มีความเป็นกรดต่ำ (low acid food)

ต่อมาองค์การอาหาร และเกษตรแห่งสหประชาชาติ และองค์การอนามัยโลก ได้เห็นความสำคัญ ของการประยุกต์ใช้ HACCP ในกระบวนการผลิตอาหารในระดับต่างๆ ตั้งแต่ในครัวเรือน การผลิตวัตถุดิบที่เป็นอาหาร จนถึงอุตสาหกรรมอาหารขนาดใหญ่ ในที่สุด คณะกรรมาธิการว่าด้วยมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ ซึ่งมีรัฐบาลของประเทศต่างๆ เป็นสมาชิก อยู่เป็นจำนวนมากได้จัดทำเอกสารวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการประยุกต์ใช้ HACCP สำหรับการผลิตอาหารขึ้น พร้อมทั้งมีนโยบายสนับสนุนการใช้ HACCP ในกระบวนการผลิตอาหาร เพื่อการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ระบบ HACCP เป็นที่ยอมรับ และนานาชาติให้ความสำคัญ เอกสารวิชาการเกี่ยวกับระบบ HACCP และแนวทางนำไปใช้ที่คณะกรรมาธิการว่าด้วยมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ จัดทำขึ้นฉบับล่าสุดเป็นฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3 ออกเมื่อปี พ.ศ. 2540

3.1 หลักการสำคัญของระบบ HACCP มี 7 ประการ คือ

หลักการที่ 1 การวิเคราะห์อันตราย จากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ที่อาจมีต่อผู้บริโภค ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอันตรายในอาหารแบ่งออกเป็น

- อันตรายทางชีวภาพ (biological hazard)
- อันตรายทางเคมี (chemical hazard)
- อันตรายทางกายภาพ (physical hazard)

โดยการประเมิน ความรุนแรงและโอกาส ที่จะเกิดอันตรายต่างๆ ในทุกขั้นตอนการผลิต จากนั้นจึงกำหนด วิธีการป้องกัน เพื่อลดหรือขจัดอันตรายเหล่านั้น

หลักการที่ 2 การกำหนดจุดควบคุมวิกฤต ในกระบวนการผลิต จุดควบคุมวิกฤต หมายถึง ตำแหน่งวิธีการหรือขั้นตอนในกระบวนการผลิต ซึ่งหากสามารถควบคุมให้อยู่ในค่าหรือลักษณะที่กำหนดไว้ได้แล้ว จะทำให้มีการขจัดอันตราย หรือลดการเกิดอันตราย จากผลิตภัณฑ์นั้นได้

หลักการที่ 3 การกำหนดค่าวิกฤต ณ จุดควบคุมวิกฤต ค่าวิกฤต อาจเป็นค่าตัวเลข หรือลักษณะเป้าหมายของคุณภาพ ด้านความปลอดภัยที่ต้องการของผลผลิต ณ จุดควบคุมวิกฤต ซึ่งกำหนดขึ้นเป็นเกณฑ์สำหรับการควบคุม เพื่อให้แน่ใจว่า จุดควบคุมวิกฤตอยู่ภายใต้การควบคุม

หลักการที่ 4 ทำการเฝ้าระวัง โดยกำหนดขึ้น อย่างเป็นระบบ มีแผนการตรวจสอบ หรือเฝ้าสังเกตการณ์ และบันทึกข้อมูล เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่า การปฏิบัติงาน ณ จุดควบคุมวิกฤต มีการควบคุม อย่างถูกต้อง

หลักการที่ 5 กำหนดมาตรการแก้ไขสำหรับข้อบกพร่อง และใช้มาตรการนั้นทันที กรณีที่พบว่า จุดควบคุมวิกฤต ไม่อยู่ภายใต้การควบคุมตามค่าวิกฤตที่กำหนดไว้

หลักการที่ 6 ทบทวนประสิทธิภาพของระบบ HACCP ที่ใช้งานอยู่รวมทั้งใช้ผลการวิเคราะห์ทดสอบทางห้องปฏิบัติการ เพื่อประกอบการพิจารณาในการยืนยันว่า ระบบ HACCP ที่ใช้อยู่ นั้น มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ได้

หลักการที่ 7 จัดทำระบบบันทึก และเก็บรักษาข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์อาหาร แต่ละชนิดไว้ เพื่อเป็นหลักฐาน ให้สามารถค้นได้เมื่อจำเป็น

จากหลักการทั้ง 7 ประการนี้ ทำให้ต้องมีการจัดทำวิธีปฏิบัติในรายละเอียดให้เหมาะสมกับแต่ละผลิตภัณฑ์ แต่ละกระบวนการผลิต แต่ละสถานที่ผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการป้องกันอันตรายอย่างเต็มที่ วิธีการที่ใช้ในระบบ HACCP เป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

มีการศึกษารวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล ตัดสินใจ วางแผน ดำเนินงานตามแผน ติดตามกำกับดูแล การปฏิบัติงานในระบบ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และทบทวนประสิทธิภาพของระบบอยู่ตลอดเวลา จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จะใช้ระบบนี้ ต้องจัดตั้งทีมงาน ซึ่งประกอบด้วย ผู้มีความรู้ ความชำนาญหลายสาขา เช่น ด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร วิศวกรรมโรงงาน สุขภาพอาหาร หรืออื่นๆ ตามความจำเป็น เพื่อทำหน้าที่พัฒนาระบบจัดทำเอกสาร และตรวจประเมินผลการปฏิบัติงาน

เมื่อราวปี พ.ศ. 2534 สหภาพยุโรปได้ออกกฎระเบียบให้ผู้ผลิตอาหารที่จะจำหน่ายในกลุ่มประเทศสมาชิกต้องดำเนินการกำหนดจุดควบคุมวิกฤตในกระบวนการผลิต และเมื่อปลายปี พ.ศ. 2540 กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งกำหนดให้ผู้ผลิตอาหารทะเลที่จำหน่าย ต้องใช้ระบบ HACCP มีผลใช้บังคับ หมายความว่า ปัจจุบันผู้ผลิตอาหารของประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทยที่ต้องการส่งอาหารทะเลไปจำหน่ายยังสหรัฐอเมริกา จะต้องผลิตโดยมีระบบ HACCP ตามข้อกำหนดของกฎหมายดังกล่าว ทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลส่งออกจำเป็นที่จะต้องนำระบบ HACCP มาประยุกต์ใช้

ผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องในเรื่องนี้โดยตรง คือภาคอุตสาหกรรมอาหารทะเลส่งออกของไทยนั้น ได้มีการเตรียมตัวมาเป็นระยะเวลาพอสมควร โดยการใช้วิธีปฏิบัติที่ดีในการผลิต และพัฒนาการใช้ระบบ HACCP เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศคู่ค้า หน่วยงานรับผิดชอบของภาครัฐ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ร่วมกันให้การสนับสนุนและประสานงานด้านวิชาการ ภาควิชาที่เกี่ยวข้องในหลายสถาบันการศึกษาได้เผยแพร่ความรู้ และฝึกทักษะในการดำเนินงานระบบ HACCP แก่นักศึกษา เพื่อมุ่งสร้างบุคลากรให้แก่ภาคอุตสาหกรรมอาหาร สำหรับการกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ นั้น เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2540 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้ออกประกาศเรื่อง การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการผลิตของภาคอุตสาหกรรม โดยใช้หลักการวิเคราะห์อันตราย และจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา สถานที่ผลิตอาหาร เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมการส่งออกอาหารที่ผลิตขึ้นในประเทศ

เมื่อเดือนกันยายน 2540 กระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศ ฉบับที่ 2276 (พ.ศ.2540) เรื่องกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรม ระบบการวิเคราะห์อันตราย และจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม ในการผลิตอาหาร และขออนุญาตการใช้เป็นมาตรฐานเลขที่ มอก.7000-2540 นอกจากนี้สำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ยังได้ร่วมกันเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้การรับรองแก่ผู้ประกอบการอีกด้วย

3.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ระบบ HACCP

1) ทำให้ภาคอุตสาหกรรมอาหาร สามารถสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภค ในคุณภาพความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น หรือจัดจำหน่าย ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายแก่ผู้ประกอบการในระยะยาวได้ดี เนื่องจากการจัดสรรทรัพยากรไปใช้ในอุตสาหกรรมที่ควรจะใช้ การกำหนดจุดควบคุมวิกฤตที่เหมาะสม จะทำให้ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ ช่วยให้มีการศึกษาปัญหาและหาทางป้องกันแก้ไขไว้ล่วงหน้าเมื่อมีแนวโน้มว่าจะเกิดปัญหาในการผลิตก็จะทำให้แก้ไขได้อย่างทันทั่วทั้ง ช่วยลดการสูญเสียของผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถดำเนินการอาหารแต่ละครั้งแต่ละรุ่นได้อย่างราบรื่นตามเป้าหมายที่กำหนด นอกจากนี้ ยังสามารถใช้ประกอบการศึกษาความปลอดภัยของกระบวนการผลิตใหม่ๆ ที่จะพัฒนาขึ้น และผู้ประกอบการจะสามารถประยุกต์ใช้ระบบ HACCP นี้ กับทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตและการประกอบอาหาร

2) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ที่ทำหน้าที่กำกับดูแลความปลอดภัยของอาหาร จะได้รับประโยชน์ถ้าผู้ผลิตใช้ระบบ เพราะบันทึกข้อมูลหลักฐานการผลิตในระบบ HACCP ที่ผู้ประกอบการบันทึกไว้ ระหว่างการผลิตอาหาร แต่ละรุ่นจะเป็นเครื่องมือประกอบการตรวจสอบที่ดี ช่วยในงานควบคุม คุณภาพอาหารของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ สะดวก และมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เพราะรูปแบบเดิมของการตรวจสอบจะมีการทำแผนให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเข้าทำการตรวจสอบสถานที่ผลิตอาหารเป็นครั้งคราว แต่ละครั้งอาจใช้เวลาห่างกัน 1 ถึง 2 ปี และข้อมูลที่ได้จากการตรวจเยี่ยมเป็นเพียงข้อมูลการผลิต ณ เวลาที่เข้าทำการตรวจสอบเท่านั้น

3) ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ และความร่วมมืออันดี ระหว่างผู้ประกอบการผลิตอาหารกับเจ้าหน้าที่ผู้กำกับดูแลภาครัฐ เนื่องจากมีข้อเสนอแนะให้มีการให้ความเห็นชอบร่วมกันในการจัดทำ แผนดำเนินการระบบ HACCP และผู้ผลิตจะต้องเก็บข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการผลิตไว้ให้เจ้าหน้าที่ ตรวจสอบได้ตลอดเวลา ซึ่งทำให้เกิดความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน

4) การรับรองระบบ HACCP โดยหน่วยงานที่เหมาะสมนั้น จะเป็นประโยชน์ต่อการค้า อาหารระหว่างประเทศ คือ จะช่วยอำนวยความสะดวกในการตรวจปล่อยสินค้าเมื่อส่งถึงเมืองท่าปลายทาง เนื่องจากผู้รับผิดชอบตรวจสอบมีความเชื่อมั่นในคุณภาพความปลอดภัยของระบบการผลิตสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารส่งออกที่ปลอดภัย เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ยังสามารถสร้างเศรษฐกิจ และชื่อเสียงแก่ประเทศชาติ รวมทั้งช่วยลดปัญหาสาธารณสุขระหว่างประเทศอันเนื่องมาผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้าและส่งออกได้อีกด้วย

5) ผู้บริโภคเป็นผู้ได้รับประโยชน์สูงสุด เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความปลอดภัยให้เลือกซื้อหามาบริโภคเพิ่มขึ้น (อัจฉรา พุ่มฉัตร, 2554)

2.2.8.2 การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

การที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กจะสามารถป้องกันตนเองให้พ้นจากการล้มเหลวทางธุรกิจและสามารถทำการแข่งขันได้ในการแข่งขันระดับโลก จะต้องหาวิธีการใหม่ที่รักษาความคล่องตัวของธุรกิจขนาดเล็ก แต่ต้องมีกลไกที่สร้างเครือข่าย ที่เรียกว่า Business Networking ให้ธุรกิจขนาดเล็กหลายๆ แห่งรวมกำลังกัน เพื่อให้มีจุดเด่นบางอย่างของธุรกิจขนาดใหญ่

“Business to business networking” การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ หมายถึงวิธีการร่วมมือระหว่างธุรกิจหลายๆ แห่ง ในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนวิธีการสร้างความสัมพันธ์ และการทำธุรกิจร่วมกัน ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจเครือข่ายนั้น สามารถทำงานที่แต่ละคนทำตามลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกัน เพื่อประโยชน์ร่วมกัน จึงมีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า ความคล่องตัวสูงกว่า และความคิดริเริ่มดีกว่าที่ธุรกิจแต่ละแห่งจะทำตามลำพัง ธุรกิจเครือข่ายจะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถอยู่รอด และ แข่งขันกับธุรกิจระดับโลกได้

การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เป็น “เทคโนโลยี” ทางการจัดองค์กร เพื่อให้วิสาหกิจขนาดเล็กหลายๆ แห่ง รวมตัวเพื่อให้ได้ประโยชน์เท่ากับวิสาหกิจขนาดใหญ่ในด้านที่รวมตัวกัน ในขณะที่ยังคงรักษาจุดเด่นของธุรกิจขนาดเล็กไว้ ในด้านที่ได้ได้รวมตัวกันด้วยการจัดองค์กรเช่นนี้ จะต้องออกแบบให้เหมาะกับสภาพในท้องที่ คือสภาพของภาคอุตสาหกรรม economic sectors สภาพของนักธุรกิจ entrepreneurs และ วัฒนธรรมของกลุ่ม business cultures

1) ขั้นตอนและกระบวนการทางธุรกิจที่เหมาะสมในการสร้างเครือข่าย

Value chain possibilities for networking มีทางเลือกมากมายแล้วแต่ความเหมาะสม เช่น

- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วน (Procurement)
- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการติดต่อกับแหล่งวัตถุดิบและชิ้นส่วน (Suppliers relations)
- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางด้านการวิจัย การออกแบบ และการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยี (Research, Design, and Development of Products and Technology)
- การสร้างเครือข่ายกรวางระบบงานด้าน เทคโนโลยีทางการบริหาร (Management Technology)
- การวางแผน Planning และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ร่วมกัน

- การสร้างเครือข่ายการใช้เทคโนโลยีข่าวสารที่ทันสมัยระดับโลก (InFormation Technology) : Processing Technology เทคโนโลยีการอบแห้ง (Drying Technology) หรือเทคโนโลยีการหีบห่อ (Packaging) ร่วมกัน
- การสร้างเครือข่ายระบบงานด้านการบริหาร (Management Systems) ร่วมกัน เช่น ระบบ ISO9000, HACCP และ Energy Saving
- การสร้างเครือข่ายการเตรียมบุคลากร และการฝึกอบรม ให้มีทักษะทางการบริหาร และมีเทคโนโลยี ที่เหมาะสม (Training)
- การสร้างเครือข่ายข้อมูลการตลาด (Logistics) การคลังสินค้า (Warehousing) และการจำแนก แจกจ่าย (Distribution)
- การสร้างเครือข่ายข้อมูลการตลาด (Marketing Intelligence)
- การสร้างเครือข่ายการตลาดที่ทันสมัยเพื่อการแข่งขันกับธุรกิจระดับโลก (Marketing)
- การสร้างเครือข่าย (Export)
- การสร้างเครือข่ายการบริการหลังการขาย (After-sale Service) และการเรียกเก็บเงิน (Collections)

2) ประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

ประโยชน์ที่สำคัญ คือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รวมตัวกันเป็นเครือข่าย ทั้งทางด้านอุปกรณ์ทางการผลิตและระบบทางการบริหาร จะสามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ โดยยังรักษาความคล่องตัว และความเข้าถึงสภาพในท้องถิ่นได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ โดยธุรกิจเครือข่ายสามารถ

- ลดต้นทุน (Cost reduction) และแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่าย (Share Costs) ทางการบริหารร่วมกัน เช่น ISO 9000 certification
- เข้าถึงเทคโนโลยีที่มีราคาแพงโดยลงทุนร่วมกัน
- แบ่งหน้าที่กัน (Division of Competency) และร่วมกันผลิตสินค้าที่มีความซับซ้อนสูงได้
- แบ่งหน้าที่กัน ตามความชำนาญพิเศษ (Specialization) เจาะตลาดที่ต่างคนต่างถนัด (Niche Market) และเริ่มความคิดสร้างสรรค์ (Innovation) ที่ต่างคนถนัด
- ร่วมกันเจรจาต่อรอง (Negotiation) เพื่อให้ได้ข้อตกลง และเงื่อนไขที่ดีกว่า (improve&settle transactions)
- ร่วมกันผลิตสินค้าเพื่อส่งมอบให้ลูกค้ารายใหญ่และตลาดที่มีขนาดใหญ่ได้

- เรียนรู้เทคนิคการผลิต และการบริหารจากกันและกัน
- ร่วมกัน (Cooperation) เพิ่มส่วนแบ่งตลาด และผลกำไร

3) ประโยชน์ที่มีต่อธุรกิจเครือข่าย สามารถแบ่งเป็นแง่คิด 3 ประการ คือ

การเกิด economies of scope, economies of scale, และ economies of management

- “**economies of scope**” หมายถึงการที่ธุรกิจเครือข่ายจัดระบบขั้นตอน และกระบวนการทำธุรกิจ value chains ใหม่ จนสามารถผลิตสินค้าใหม่ ๆ new product lines ได้ เช่น ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป ใน เดนมาร์ก ร่วมเครือข่ายกัน ผลิต สูท เสื้อเชิ้ต เสื้อผ้าถัก และ อุปกรณ์ที่มีราคาสูง หรือ ผลิตเครื่องแบบให้กับองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ในยุโรป หรือธุรกิจการต่อเรือ ๗ แห่ง ในเดนมาร์ก ที่ต่างมีความชำนาญต่างกัน บางรายสามารถ อิเล็กทรอนิกส์ ร่วมเครือข่ายกัน คิดต่อธนาคาร และ หน่วยงานวิจัย เพื่อผลิตเรือหาปลาที่มีอุปกรณ์ล้ำยุค สำหรับขายในตลาดต่างประเทศ

- “**economies of scale**” หมายถึงการที่ ธุรกิจเครือข่าย แบ่งหน้าที่กัน ใช้ความชำนาญพิเศษทำให้ต่างคน สามารถผลิตสินค้าในปริมาณสูง เช่น ธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในอาเจนติน่า ร่วมเครือข่ายกันผลิตเครื่องจักรกลการเกษตร สำหรับใช้ในสภาพดินที่ยากลำบากต้องมีการออกแบบทางวิศวกรรมพิเศษ หากต่างคน ทำให้ลดต้นทุนลงได้ และยังส่งออกไปขายที่ประเทศใหญ่ใกล้เคียง คือ บราซิล ได้

- “**economies of management**” หมายถึงการร่วมเครือข่าย เพื่อลดต้นทุน หรือร่วมกันจ่ายต้นทุนทางการบริหาร ได้แก่ การจ้างหรือซื้อ ระบบการบริหาร ระบบการเงิน และระบบการตลาดร่วมกัน เช่น ชมรมธุรกิจเสื้อผ้าแห่งหนึ่งในอิตาลี มีสมาชิก ๖๐๐ ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่การเกษตรห่างไกลจากเมืองใหญ่ แต่สามารถร่วมกันว่าจ้างธุรกิจวิจัยการตลาดระดับโลก เพื่อติดตามวงการแฟชั่นของโลก และร่วมกันเจรจาซื้อผ้า และเครื่องจักรที่ทันสมัยได้

4) การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ จะสร้างการเปลี่ยนแปลง ทำให้ธุรกิจก้าวไปสู่การบริหารสมัยใหม่

- จากการเป็นธุรกิจลอกเลียนแบบ ไปสู่ธุรกิจที่มีความชำนาญพิเศษ และมีความคิดริเริ่ม
- จากการเป็นธุรกิจที่จ่ายค่าจ้างแรงงานต่ำ ไปสู่ธุรกิจที่มีประสิทธิภาพสูง และคุณภาพสูง
- จากการเป็นธุรกิจที่เน้นเฉพาะการผลิต ไปสู่ธุรกิจที่เน้นการบริการ
- จากการเป็นธุรกิจในครอบครัว ไปสู่ธุรกิจที่บริหารอย่างมืออาชีพ

- จากการเป็นธุรกิจที่ห่างแต่เรื่องรักษาความลับของตน ไปสู่การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ที่กว้างขวาง

- จากการเป็นธุรกิจที่อยู่โดดเดี่ยว ไปสู่การร่วมเครือข่ายธุรกิจในเชิงกลยุทธ์ strategic business alliances

5) กระบวนการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

การสร้างเครือข่ายอาจจะเกิดขึ้นเอง ในสมาคม หรือชมรมทางธุรกิจ ในกรณีของประเทศเคนมาร์ค เกิดจากนโยบายของรัฐบาลที่เข้าแทรกแซงให้เกิดขึ้น ก่อนอื่น มีสิ่งที่ต้องศึกษาและเรียนรู้ เช่น

- Pattern of networking/Clustering สภาพการเกิดเครือข่ายตามธรรมชาติ

- Evolution Patterns การวิวัฒนาการของเครือข่าย เหตุผลทางธุรกิจ ที่ทำให้นักธุรกิจ

- เห็นประโยชน์ในการสร้างความชำนาญพิเศษ specialize และเสริมความสามารถพิเศษเฉพาะตัว "core competencies" และการเรียนรู้ที่จะอาศัยธุรกิจอื่นในเครือข่ายเพื่อพึ่งพาและกัน learn to rely on partners และสามารถทำหน้าที่สร้างเครือข่าย เป็นงานในอาชีพในการให้คำปรึกษาแก่ธุรกิจ

- Nucleus การริเริ่มสร้างเครือข่ายจาก ธุรกิจกลุ่มเล็ก ๆ ที่เป็นแกนกลาง

- Overcoming Distrust การลบเลือนความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน และการมีวิธีที่แบบยลในการขจัดอุปสรรคระหว่าง obstacles

- Motivation การสร้างแรงจูงใจที่ถูกต้อง

6) ขั้นตอนการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

- ศึกษาวิจัย รูปแบบการสร้างเครือข่าย และปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้

Design & planning

- การจัดแผนแม่บท องค์กร การประชาสัมพันธ์ และโครงการตัวอย่าง

Tools for encouraging and assisting networking

- ฝึกอบรมตัวแทนที่จะสร้างเครือข่าย "network brokers"

- จัดองค์กรเครือข่าย ที่มีความเป็นกลาง Organization for neutrality เน้นผลประโยชน์ร่วมกัน mutual benefits เน้นรักษาความลับส่วนตัวหรือ ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ firewall to maintain individual competitive advantages

- เข้าใจจิตวิทยาของนักธุรกิจที่เกี่ยวข้อง know Who's Who; Need; Interest,

Limitations

- จัดการประชุม ให้ความรู้ความเข้าใจให้่องแก่ Platform workshop of networking

- จัดอบรมนักธุรกิจในกลุ่ม Training system for clustering

2.2.9 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs

สุรัช ภัทรบรรเจิด (2551) กล่าวว่า ผู้ที่ต้องการทำธุรกิจเป็นของตนเองจำเป็นจะต้องมี สัญชาตญาณของความเป็นผู้ประกอบการ และมีความขวนขวายในการหาช่องทางในการลงทุนทำ ธุรกิจอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการ จำเป็นจะต้องไม่สะทกสะท้านกับปัญหาอุปสรรคใดๆ ที่จะเกิดขึ้นมีแต่ความตั้งใจแน่วแน่ที่จะทำ ต้องทำให้ได้แม้จะเหน็ดเหนื่อยอย่างไรก็ต้องอดทน ทำงานหนักต่อไป และมีความผูกพันกับงานที่ทำเพื่อให้เกิดความสำเร็จ จากการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีหลายประการประกอบกัน ผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการอาจจะไม่จำเป็นจะต้องมีให้ครบทุกข้อ ยกเว้นข้อที่จำเป็นบางข้อที่ควรจะมี ดังนั้นขอให้พิจารณาคูตนเองว่าขาดข้อใดบ้าง เห็นสมควรที่จะพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตนเองก็จะเป็น ประโยชน์ คุณลักษณะดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) "ธุรกิจ" กับ "ความเสี่ยง" เป็นของคู่กันผู้ที่เป็น ผู้ประกอบการ ชอบทำงานที่ท้าทายความรู้ ความสามารถของตนเอง และจะไม่มี ความกลัวกับงาน ที่ง่าย หรืองานที่มีความเป็นไปได้ร้อยเปอร์เซ็นต์หรือเท่ากับไม่มีความเสี่ยงเลย และจะหลีกเลี่ยงงาน ที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป แต่ชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลาง คือ มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือ ความล้มเหลว ความเสี่ยงระดับนี้ได้มีการประเมินแล้ว ว่าไม่เกินความสามารถที่จะทำให้บรรลุผล สำเร็จ โดยจำเป็นต้องหาทางเลือกไว้หลายทาง เช่น การลงทุนธุรกิจ จำเป็นจะใช้เวลาศึกษาวางแผน การตลาด เลือกกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ เงินลงทุน หลักการ บริหารพร้อมทั้งคำนวณผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนโยบายของรัฐ โดยศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วค่อยตัดสินใจและพร้อมที่จะเผชิญ กับปัญหาโดยมีการประเมินความเป็นไปได้อย่างดีแล้ว

2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ (Need for Achievement) เมื่อมองเห็นโอกาสแห่งความ เป็นไปได้ พร้อมทั้งพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้ว ผู้ประกอบการจะมุ่งมั่นใช้พลังงานความคิด สติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนักทุ่มเทให้กับงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทาง ที่วางไว้ โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก และยังคงต่อสู้ต่อไป พร้อมจะทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับงาน เกิดการเรียนรู้ถึงความผิดพลาดจากที่ผ่านมา เพื่อแก้ไขไปสู่ความสำเร็จ พอใจภูมิใจในงานออกมา ดีเด่น จุดมุ่งหมายทางธุรกิจมีได้อยู่ที่ทำการใด แต่จะทำการขยายความเจริญเติบโตของกิจการ

ถ้าเป็นเพียงเครื่องสะท้อนว่าจะทำได้ และไม่เพียงสนใจที่ผลบรรลุเป้าหมาย แต่สนใจวิธีการของ ขบวนการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายด้วย

3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) เมื่อผู้ประกอบการต้องการ ประสบความสำเร็จ ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่พอใจที่จะทำในสิ่งซ้ำ ๆ เหมือนแบบ ค้างเดิม แต่เป็นผู้ที่ชอบเอาประสบการณ์ที่ผ่านมานำมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ที่ดีกว่า เดิมนำมาใช้ในการบริหารธุรกิจ เป็นผู้เข้าถึงปัญหาแล้วหาทางแก้ไข หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มีอยู่เดิม กล้าใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใคร กล้าประดิษฐ์ค้นคว้าสิ่งแปลกใหม่เข้าสู่ตลาด และเกือบ ทุกครั้งของความแตกต่างนั้นทำให้ได้ผลสำเร็จเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังกล้าคิดค้นประดิษฐ์ เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ พร้อมทั้งแสวงหา วัตถุดิบใหม่ ๆ มาทดแทนปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน นำระบบการจัดการสมัยใหม่ให้มี ประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิต ความคิดสร้างสรรค์นี้อาจคิดขึ้นมาเอง หรือเอาแนวคิดมาจาก นักประดิษฐ์ นักวิจัยผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษามาก็ได้

4. รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย (Addict to Goals) เมื่อการตั้งเป้าหมายมีการวาดภาพ จินตนาการไปถึงความสำเร็จ และจะต้องทำอะไรถ้าล้มเหลว หาสาเหตุว่าเกิดจากอะไร และจะ แก้ไขอย่างไร ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการจะต้องทุ่มเททุกอย่าง เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เป้าหมายนั้นล้วนแต่เป็นการเอาชนะทั้งนั้น มีความคิดผูกพันที่จะเอาชนะ จนสามารถวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่อาจขัดขวางในการไปสู่ เป้าหมาย เตรียมป้องกันที่จะเอาชนะปัญหาอุปสรรคที่คาดว่าจะทำให้เกิดการล้มเหลว แต่ ขณะเดียวกันมองโลกในแง่ดี มีความหวัง มุ่งมั่นต่อเป้าหมายของความสำเร็จจนมองเห็นอนาคต

5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น (Ability to motivate) ผู้ประกอบการที่ดีนอกจากมี ความสามารถในการทำงานแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจ ผู้อื่นให้ความ ร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ความสามารถในการทำงานสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อ ผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงาน และเต็มใจปฏิบัติงานตามที่วางไว้ สามารถโน้มน้าวใจผู้ให้ เงินทุน เช่น ธนาคาร ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ให้คล้อยตามและยินดีให้การสนับสนุนทางการเงินและ การลงทุน

6. ยืนหยัดต่อสู้อย่างหนัก (Hard Working) เมื่อพิจารณารอบคอบแล้วตั้งเป้าหมาย จะต้องพยายามทำงานหนัก ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหา อุปสรรค ถูกกดดันอย่างใหญ่หลวงก็ไม่สามารถหยุดหยั้งได้ ขอเพียงให้งานที่รับผิดชอบสำเร็จ เท่านั้น

7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน (Learning from Experience) เป็นคุณลักษณะสำคัญที่ควรจะต้องปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการ เป็นการมองผลงานในอดีตที่เคยทำผิดพลาดนำมาเป็นบทเรียนสะท้อนไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการทำงาน ให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม โดยมองเหตุการณ์ต่าง ๆ ว่าเป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้ในการทำงาน บางครั้งแม้ว่าจะไม่สามารถทำได้สำเร็จ ก็จะหยุดคิดเพื่อหาวิธีใหม่ ๆ มาแก้ไขปัญหา ไม่มัวทะลุยึดมั่นกับแผนเดิมแล้วทำไม่ได้ ผู้ประกอบการจะต้องยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานจนทำได้สำเร็จ และฟังความคิดเห็นของผู้ผู้แนะนำ

8. มีความสามารถในการบริหารงานและมีความเป็นผู้นำที่ดี (Management and Leadership Capability) มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารงานจัดการที่ดี เมื่อต้องทำงานร่วมกับบุคลากรหลายระดับในภาวะที่แตกต่างออกไปตามระยะการเติบโตของกิจการ ซึ่งลักษณะของความเป็นผู้นำก็ย่อมแตกต่างกันไปด้วย โดยเฉพาะระยะเริ่มทำธุรกิจ จะต้องรับบทเป็นผู้นำ ที่ลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง ทำงานหนัก เพื่อให้บรรลุความสำเร็จเอาใจใส่ผู้ร่วมงาน วางแนวทางการทำงาน พร้อมให้คำแนะนำ ผู้ร่วมงานรับคำสั่งด้วยความเต็มใจปฏิบัติ เป็นผู้กำกับดูแลอย่างใกล้ชิด และเป็นกันเอง ผลงานดำเนินไปด้วยดี ต่อมากิจการเติบโตขึ้น การบริหารงานก็เปลี่ยนแปลงไป ลูกน้องมีการเปลี่ยนแปลงและเชื่อมั่นได้มากขึ้น ไว้วางใจและแบ่งความรับผิดชอบให้ลูกน้องมากขึ้น จนถึงปล่อยให้ดำเนินการเอง ส่วนตนเองจะได้มีเวลาใช้ความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการหรือลงทุนใหม่ มีการวางแผนสั่งการ ตัดสินใจทำงานตามที่วางไว้ ก่อสร้างทุนจ้างผู้บริหารมืออาชีพมาช่วยงานมากกว่าเป็นธุรกิจครอบครัว รู้จักปรับ เปลี่ยนแปลงการบริหารสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง(Be Self Confident) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จมักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความเป็นอิสระและพึ่งตนเองได้ มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็งมีลักษณะเป็นผู้นำ และมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้ มีความทะเยอทะยาน และไม่ประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไป หรือเชื่อมั่นตัวเองมากเกินไป จึงไม่แปลกที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เคยมีประวัติความล้มเหลวมาแล้วหลายครั้ง โดยเฉพาะช่วงแรกของชีวิตการทำงาน แต่จะไม่เลิกล้ม จนสามารถต่อสู้ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ได้สำเร็จ เชื่อมั่นว่า ไม่ว่าสถานการณ์อย่างไรจะต้องพึ่งตนเองได้ ปัจจุบันเป็นปัจจัยเสริมเท่านั้น การทำงานหนัก ความทะเยอทะยานและการแข่งขันจะเป็นสิ่งสนับสนุนตนเองได้ดีที่สุด

10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล(Visionary) เป็นผู้ที่มีการประสบการณ์ สามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำและพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11. มีความรับผิดชอบ(Responsibility) รับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดี เป็นผู้นำในการทำสิ่งต่าง ๆ มักจะมีความคิดริเริ่มแล้วลงมือทำเอง หรือมอบหมายให้ผู้อื่นทำ และเป็นผู้ดูแลจนงานสำเร็จไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยจะรับผิดชอบผลการตัดสินใจ ไม่ว่าจะผลออกมาจะดีหรือไม่ มีความเชื่อว่าความสำเร็จเกิดจากความเอาใจใส่ ความพยายาม ความรับผิดชอบมิใช่เกิดจากโชคหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้เกิดขึ้น

12. มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง(Enthusiastic) มีการทำงานที่เต็มไปด้วยพลัง มีชีวิตชีวาที่อยากจะท้าทาย มีความกระตือรือร้น ทำงานทุกอย่างโดยไม่หลีกเลี่ยง ทำงานหนักมากกว่าคนปกติทั่วไป เร่งรัดตัวเองทุกวัน มีพลังผูกพันตัวเองไม่อยู่นิ่งด้วย

13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม(Take New Knowledge) ถึงแม้จะเชี่ยวชาญชำนาญในการ แต่ความรู้และประสบการณ์อย่างอื่น หรือที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอ ก็ต้องหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เขาวิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ความรู้ไม่มีวันเรียนจบ ความรู้จะได้จากการสัมมนา ฝึกอบรม อ่านหนังสือทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญมาช่วยให้ข้อคิดเห็นแก้ไขปัญหา สิ่งเหล่านี้จะเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้งานสำเร็จเร็วขึ้น

14. กล้าตัดสินใจและมีความมุ่งมั่นพยายาม(Can Make Decision and Be Attempt) กล้าตัดสินใจมีความหนักแน่นไม่หวั่นไหว เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีจิตใจของนักต่อสู้ แม้งานจะหนักก็ทุ่มเทให้สุดความสามารถ ไม่กลัวงานหนัก ถือว่างานหนักนั้นเป็นงานท้าทายใช้ความรู้ สติปัญญา ความสามารถของตนเองในการทำงาน และจะภูมิใจเมื่อทำได้สำเร็จ ความมุ่งมั่นพยายามนั้น เป็นการทุ่มเทชีวิตจิตใจ มีการแข่งขันกับตัวเองและแข่งขันกับเวลาขวนขวายหาทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคจนสามารถบรรลุผลสำเร็จ

15. อย่างตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น(Independent) ผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจ มักใช้น้ำพักน้ำแรงที่มาจากตนเอง จึงมีการผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนักอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับตนเพื่อให้งานสำเร็จ และมุ่งหวังความสำเร็จ

16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก(Focus on Current Situation) ผู้ประกอบการบางคนมักจะฝังใจในอดีต ซึ่งบางคนประสบความสำเร็จ บางคนล้มเหลวแล้วไม่สามารถปรับตัวได้ บางคนปรับตัวได้โดยพยายามเข้าใจในอดีต บางคนมีแต่โลกแห่งความฝัน สร้างวิมานในอากาศแล้วไม่ลงมือทำ จึงไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องทำงานปัจจุบันให้ดีที่สุด คิดถึงอนาคตด้วยการวางแผนไว้อย่างรอบคอบ

17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม(Adaptable) ต้องเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองที่จะปรับตนเองให้เป็นไปตามต้องการของสภาพแวดล้อมมากกว่าปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามยถากรรม หรือขึ้นอยู่กับโชค หรือดวง

18. รู้จักประมาณตนเอง(Self Assessment) การทำอะไรรู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินตัว เกินความสามารถ จะได้ไม่ประสบกับความล้มเหลวในการลงทุนทำธุรกิจ ในระยะแรก การคาดการณ์ตลาดยังไม่ชัดเจน แต่ทำธุรกิจแบบใจใหญ่ แทนที่จะเริ่มเล็กๆ ไปก่อน แต่กลับไปลงทุนใหญ่ทีเดียว ผลลัพธ์ไม่สามารถหาตลาดได้ สินค้าที่ผลิตได้ก็ไม่สามารถจะระบายออกไปได้ ผลสุดท้ายมีสินค้าค้างสต็อก เงินทั้งหมดก็จมอยู่กับสินค้า ไม่สามารถหาเงินลงทุนต่อไปได้ นี่เป็นสาเหตุของความเกินตัว ทำให้ธุรกิจล้มเหลวได้

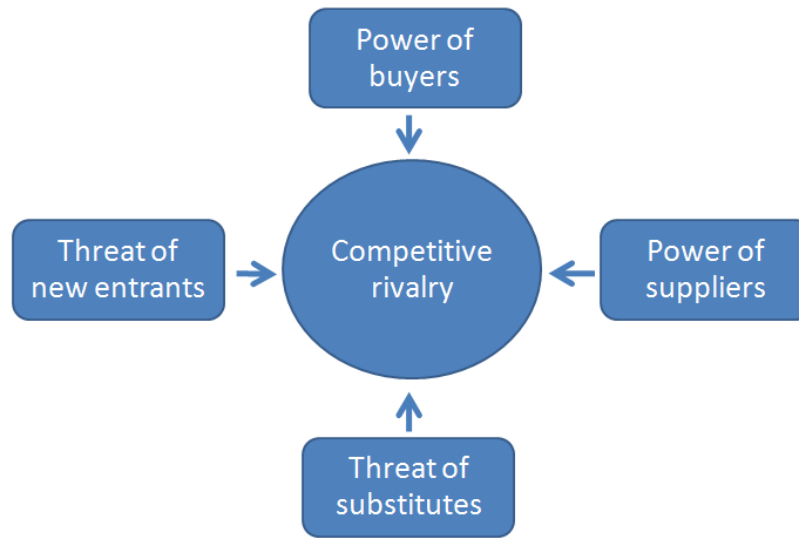
19. ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน(Participation and Competition) การทำธุรกิจย่อมมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ เพื่อกำไร แม้ว่าจุดมุ่งหมายเดียวกันก็ไม่จำเป็นต้องแข่งให้ล้มไปข้างหนึ่ง ยังมีวิธีการที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันออกไป ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันจะต้องไม่พยายามทำธุรกิจให้เกิดคู่แข่งขึ้น แต่ต้องดำเนินให้เกิดเพียงคู่แข่งอย่างเดียวนะ ร่วมมือกันพึ่งพาอาศัยกันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดโดยร่วมกันตั้งเป็นสมาคม ชมรม เพื่อช่วยเหลือกัน การทำธุรกิจต้องมีการแข่งขัน ควรแข่งขันในเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพ บริการ ด้านลดต้นทุนการผลิต ถ้าไม่มีการแข่งขัน ก็จะไม่มีการพัฒนาเกิดขึ้น

20. ประหยัดเพื่ออนาคต(Safe for Future) การดำเนินธุรกิจต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะบรรลุเป้าหมาย การดำเนินงานระยะสั้นยังไม่เห็นผล ผู้ประกอบการต้องมีการประหยัดอดออมไว้เพื่อนำไปขยายกิจการในอนาคต ต้องรู้จักห้ามใจที่จะหาความสุขความสบายในช่วงที่ธุรกิจอยู่ในช่วงตั้งตัว เพื่ออนาคตข้างหน้า

21. มีความซื่อสัตย์ (Loyalty) ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้าและต้องสร้างความเชื่อถือของตัวเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร เป็นนายที่ดีของลูกน้อง มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ต่อครอบครัว และต่อตนเอง

2.3 ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ธุรกิจ

กิจการจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน เพื่อให้ทราบถึงบริบทต่างๆ และแนวโน้มของภาพรวมก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วยทฤษฎีดังนี้



ภาพ Five Forces Model

ภาพที่ 2.1 ทฤษฎี Five Forces Model

ที่มา : เอ็ดดิก โฮลคิง (2555)

2.3.1 Five Forces Model

ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาโดยปรมาจารย์ด้านบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์จาก Harvard Business School เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการประเมินสภาพแวดล้อมที่กระทบต่อกิจการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันและความเชื่อมโยงระหว่างกันของธุรกิจอุตสาหกรรม ทฤษฎีนี้ไม่ได้ใช้เพียงเพื่อการมีชัยชนะเหนือคู่แข่งเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้เพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจได้ด้วย หลายกิจการยังมีความเข้าใจว่าทฤษฎีนี้ใช้ได้เฉพาะกิจการขนาดใหญ่หรือกิจการข้ามชาติเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้ววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือกระทั่งวิสาหกิจชุมชนก็ตาม ก็สามารถนำทฤษฎีนี้วิเคราะห์แรงกดดันจากภายนอกที่มีต่อกิจการได้เช่นเดียวกัน

Five Forces Model ของ Michael E. Porter คือ เครื่องมือในการพิจารณาปัจจัยที่อาจจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ปัจจัยด้วยกัน คือ Competitive Rivalry, New Entrants, Substitute Products, Suppliers และ Buyers ซึ่งในแต่ละปัจจัยอาจจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไม่มากนักน้อย ผู้ประกอบการควรที่จะวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 5 นี้ เพื่อเตรียมความพร้อม กำหนดกลยุทธ์ในการรับมือกับปัจจัยต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ มีองค์ประกอบดังนี้

1) Competitive Rivalry หมายถึง ระดับความรุนแรงของการแข่ง การแข่งขันที่รุนแรง จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆเช่น ส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง การแข่งขันทางด้านราคา ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบให้ผู้ประกอบการมีโอกาสได้กำไรลดน้อยลง สำหรับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความรุนแรงในการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีดังนี้

- Industry growth (อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม) ถ้าอุตสาหกรรมมีอัตราการเติบโตที่สูง ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ก็จะไม่ส่งผลให้มีการแข่งขันที่สูงขึ้นตามไปด้วย

- Fixed cost (ต้นทุนคงที่) ถ้าอุตสาหกรรมมีต้นทุนคงที่สูงจะมีความเสี่ยงในการแข่งขัน คือ อุตสาหกรรมนั้นจำเป็นต้องมีการผลิตเพื่อให้คุ้มกับต้นทุนที่เสียไป เมื่อผลิตเยอะหรือไม่สามารถลดกำลังการผลิตได้ก็จะทำให้มีปริมาณสินค้าในตลาดมาก แต่ถ้าปริมาณความต้องการของตลาดลดน้อยลงจะทำให้เกิดภาวะ oversupply (ภาวะปริมาณของสินค้าในตลาดมากเกินไปเกินความต้องการของตลาดหรือที่เรียกว่า “สินค้าล้นตลาด”) ซึ่งอาจจะมีการตัดราคาขายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้า เช่น ธุรกิจสายการบินมีต้นทุนคงที่สูง สายการบินนั้นๆจึงต้องการให้มีผู้โดยสารเต็มเครื่อง เพื่อที่จะให้คุ้มกับต้นทุนคงที่ที่เสียไป ดังนั้นในบางครั้งจึงใช้วิธีลดราคาตั๋วเพื่อดึงดูดให้คนมาใช้บริการ

- Product differentiation (ความแตกต่างของสินค้า) ยิ่งสินค้ามีความแตกต่างกันมาก การแข่งขันจะน้อยลง แต่ในกรณีของสินค้าและบริการที่เป็นพวกสินค้าโภคภัณฑ์จะไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ ดังนั้นต้องแข่งขันกันในเรื่องราคาและโปรโมชั่น ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมสินค้าโภคภัณฑ์จะมีการแข่งขันสูง

- จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรม ถ้าคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีจำนวนมากจะทำให้มีการแข่งขันสูง แต่ถ้าในกรณีที่มีคู่แข่งน้อยรายแต่ส่วนแบ่งทางการตลาดของแต่ละรายใกล้เคียงกันก็จะทำให้การแข่งขันสูงได้เช่นกัน

- ชื่อเสียงของตราสินค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้บริโภคจำตราสินค้าของตนเองได้ สินค้าที่ตราสินค้าเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคจะทำให้ผู้บริโภคยินยอมซื้อสินค้านั้นๆ ที่ราคาสูงกว่าสินค้าที่ตราสินค้าไม่มีชื่อเสียง

- Switching costs (ต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าอย่างอื่น) คือ ต้นทุนของผู้บริโภค ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายหนึ่งไปอีกรายหนึ่ง ซึ่งถ้าสินค้าไม่ต่างกันมาก และผู้บริโภคไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยนการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายหนึ่งไปอีกรายหนึ่งผู้บริโภคก็อาจจะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าของกลุ่มคู่แข่ง ดังนั้นในกรณีนี้ก็จะมีการแข่งขันที่สูง

2) New Entrants หมายถึง คู่แข่งรายใหม่ การเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่จะทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรมและอาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมประสบปัญหา ดังนั้น ถ้าข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมมีน้อยจะทำให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูง เนื่องจากคู่แข่งรายใหม่จะสามารถเข้ามาง่าย ปัจจัยต่างๆที่เป็นข้อจำกัด เช่น

- Economies of scale (การประหยัดเนื่องจากขนาด) ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมอาจจะเสียเปรียบ เนื่องจากอาจจะไม่สามารถผลิตสินค้าในปริมาณที่มากพอเพื่อให้ได้ต้นทุนเดียวกับผู้ผลิตรายเดิม มีช่องทางการจำหน่ายที่น้อยกว่า หรือต้นทุนทางการตลาดที่สูงกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการมีการประหยัดเนื่องจากขนาดมากเท่าไรจะทำให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาแข่งขันยากขึ้นเท่านั้น

- Product differentiation (ความแตกต่างของสินค้า) ผู้ประกอบการเดิมมีการสร้าง Brand loyalty ทำให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ยาก เนื่องจากความแตกต่างกันของสินค้า และคู่แข่งรายใหม่อาจจะต้องใช้ต้นทุนและเวลาในการสื่อสารให้ลูกค้ารู้จักสินค้าของตน

- Capital requirement (ความต้องการเงินทุน) หากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง คู่แข่งรายใหม่อาจจะไม่กล้าเข้ามา เนื่องจากผู้ประกอบการเดิมมีการสร้าง พัฒนาและวิจัยสินค้ามานาน ดังนั้น ถ้าผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องเสี่ยงต่อการดำเนินงานที่ไม่คุ้มทุน

- Switching cost (ต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าอย่างอื่น) ถ้าลูกค้าต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการทดลองใช้สินค้า ทดสอบประสิทธิภาพของสินค้าของผู้ประกอบการรายใหม่ หรือต้องการคำแนะนำในการใช้สินค้าเพิ่มเติม อาจจะทำให้คู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาต้องใช้เงินลงทุนเพื่อชักจูงให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าของตน

- การเข้าถึงช่องทางการจำหน่าย คู่แข่งรายใหม่จะต้องให้ข้อเสนอที่ดีกว่ากับผู้ค้าส่ง (Wholesaler) และผู้ค้าปลีก (Retailer) เพื่อให้จัดวางสินค้าของตนเพื่อจัดจำหน่ายให้ลูกค้า แต่ถ้าสินค้าเดิมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในตลาดและมีคุณภาพดี ก็เป็นการยากที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าไปแทรกแซงช่องทางการจำหน่ายได้

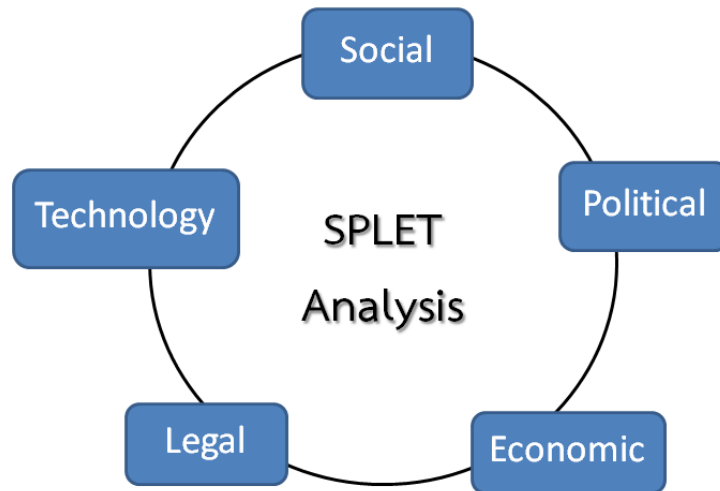
นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆที่ทำให้คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันยาก ได้แก่ นโยบายรัฐบาล เช่น สัมปทานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความแตกต่างของเทคโนโลยีในการผลิต ผู้ประกอบการรายเดิมมีความได้เปรียบในเรื่องการเป็นเจ้าของเทคโนโลยี และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ผู้ประกอบการรายใหม่มีอำนาจในการต่อรองเรื่องราคา และช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่า เป็นต้น

3) Substitute products หมายถึง ความเสี่ยงจากการมีสินค้าทดแทน เช่น ความยืดหยุ่นในการทดแทนกันของสินค้า นอกจากนั้นผู้บริโภคอาจจะพิจารณาค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนไปสู่สินค้าทดแทนซึ่งคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้าทดแทนจะต้องเทียบเท่ากับสินค้าของผู้ผลิตรายเดิม ตัวอย่างของสินค้าทดแทน เช่น บรรจภัณฑ์ที่ใช้บรรจุอาหาร ปัจจุบันผู้ผลิตอาหารใช้กระป๋องที่ผลิตจากอลูมิเนียมบรรจุอาหาร แต่เนื่องจากปัจจุบัน ราคาเหล็กซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมราคาสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตอาหารกระป๋องต้องแบกรับราคาต้นทุนนี้ ดังนั้น ผู้ผลิตอาหารอาจจะเลือกบรรจภัณฑ์ที่มาจากพลาสติกหรือขวดโพลีเอทแทนกระป๋องอลูมิเนียม ซึ่งในที่สุดจะส่งผลให้ผู้ผลิตกระป๋องอลูมิเนียมมีรายได้ลดลงเนื่องจากลูกค้าหันไปใช้บรรจภัณฑ์ที่มาจากพลาสติกหรือขวดโพลีเอทแทนกระป๋องอลูมิเนียม

4) Power of Buyers หมายถึง อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะสร้างแรงกดดันกับผู้ขายจนทำให้ผู้ขายยอมขายสินค้าในราคาต่ำกว่าที่ตั้งไว้ เช่น ผู้ซื้อสามารถแสวงหาสินค้าจากแหล่งอื่นๆ ได้เพราะเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติแตกต่างกัน มีมาตรฐานเดียวกันโดยจะเลือกซื้อจากผู้ขายรายใดก็ได้เหมือนกัน ทำให้มี Switching Costs ไม่สูงมากถ้าผู้ซื้อจะซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น ในทำนองเดียวกันวัตถุดิบหรือสินค้าที่ผู้ซื้อ นำมาใช้ในกระบวนการผลิตอาจไม่ถือเป็นส่วนประกอบที่จำเป็นหรือไม่ได้เป็นปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการของผู้ซื้อ ดังนั้น ผู้ซื้อย่อมมีอิทธิพลเหนือผู้ค้าวัตถุดิบ เป็นต้น

5) Power of Suppliers หมายถึง อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ ผู้ขายวัตถุดิบสามารถสร้างแรงกดดันต่อผู้ประกอบการโดยการปรับราคาวัตถุดิบให้สูง ทำให้ผู้ประกอบการสูญเสียกำไร นอกจากนี้ ปัจจัยที่ทำให้ผู้ขายวัตถุดิบสร้างแรงกดดันได้อีก เช่น การที่มีผู้ค้าวัตถุดิบน้อยรายขณะที่มีผู้ต้องการซื้อจำนวนมาก วัตถุดิบที่ผู้ประกอบการต้องการไม่สามารถมีสิ่งอื่นมาทดแทน วัตถุดิบที่ผู้ประกอบการต้องการเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิต เป็นต้น

2.3.2 SPELT Analysis



ภาพที่ 2.2 ทฤษฎี SPELT Analysis

ที่มา : เอ็มดิก โฮลคิง (2555)

SPELT Analysis คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั้งทางด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ กฎหมายและเทคโนโลยีที่ผ่านมาในอดีต ปัจจุบันและอนาคต (Environmental trends) แต่ในที่นี้จะกล่าวถึงการวิเคราะห์เฉพาะในอดีตและปัจจุบันเท่านั้น ว่าที่ผ่านมาปัจจัยต่างๆดังกล่าวมีผลกระทบกับธุรกิจอย่างไร เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคสำหรับคิดหากลยุทธ์ของบริษัทในขั้นตอนถัดไป สำหรับองค์ประกอบต่างๆที่ต้องทำการวิเคราะห์ ดังนี้

1) Social คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร ความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรม การขยายตัวของชุมชนเมือง ค่านิยมตะวันตกที่เข้ามามีอิทธิพลกับคนไทยในเทศมากขึ้น นโยบายการศึกษา ระดับการศึกษาภาคบังคับที่มากขึ้น คุณภาพชีวิตของคนในสังคม และกระแสสังคมต่างๆ เช่น การปราบปรามยาเสพติด สิทธิสตรี เป็นต้น

2) Political คือ ด้านการเมือง เช่น โครงสร้างการเมือง อำนาจในการบริหารรวมถึงการกระจายอำนาจการบริหารจากส่วนกลางสู่ท้องถิ่น สถานการณ์ทางการเมืองทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3) Economic คือ ด้านเศรษฐกิจ เช่น การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ รูปแบบและแนวทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจ(ปัจจุบันมีแนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นแบบเศรษฐกิจพอเพียง) อัตราดอกเบี้ย(ถ้าดอกเบี้ยต่ำผู้ประกอบการก็สนใจที่จะกู้ยืมเงินมาเพื่อขยายธุรกิจหรือลงทุนเพิ่ม หรือในกรณีของผู้บริโภค ถ้าอัตราดอกเบี้ยต่ำ ผู้บริโภคก็จะไม่ค่อยสนใจที่จะฝากเงิน และอาจจะเอา

เงินออกมาใช้สอยมากขึ้น) รายได้ของประชากร อัตราการว่างงาน นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ภาษี เป็นต้น

4) Legal คือ ด้านกฎหมาย เป็นการพิจารณาว่ามีกฎหมายอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ กฎหมายในประเทศ กฎหมายระหว่างประเทศ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องการค้า

5) Technology คือ ด้านเทคโนโลยี ทั้งเทคโนโลยีการผลิต เทคโนโลยีการบริหาร เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นต้น

ในกรณีที่สภาพแวดล้อมในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของปัจจัยในด้านทั้งหมดที่กล่าวมา ส่งผลกระทบต่อกิจการไม่ต่างกันมากก็สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมแค่ในอดีตและปัจจุบันก็เพียงพอ แต่ถ้าใน 3-5 ปี สิ่งแวดล้อมในอนาคตที่คาดการณ์ไว้แตกต่างกับในอดีตและปัจจุบันมากจนทำให้ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อกิจการนั้นเปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการต้องทำการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในอนาคตด้วย

2.3.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) คือ ปัจจัยที่จะสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และช่วยสร้างกำไรได้ในระยะยาว นอกจากนี้ยังเป็นปัจจัยที่ทุกธุรกิจจะต้องค้นหาให้เจอและเป็นปัจจัยที่สำคัญของอุตสาหกรรมที่ธุรกิจอยู่ เพราะฉะนั้นปัจจัยแห่งความสำเร็จจึงไม่ได้เป็นปัจจัยที่จะสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่ง ที่สำคัญกว่านั้นคือ เป็นปัจจัยที่มาจากความต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งในแต่ละปัจจัยที่มาจากความต้องการของลูกค้านั้นก็มีความสำคัญที่ไม่เท่ากัน ความแตกต่างของความสำเร็จดังกล่าว ดังนี้

1) Order Winner คือ ปัจจัยที่ถ้าธุรกิจของเรามีและถ้าเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วเราชนะคู่แข่ง จะทำให้ลูกค้าเลือกสินค้าหรือบริการของเรา

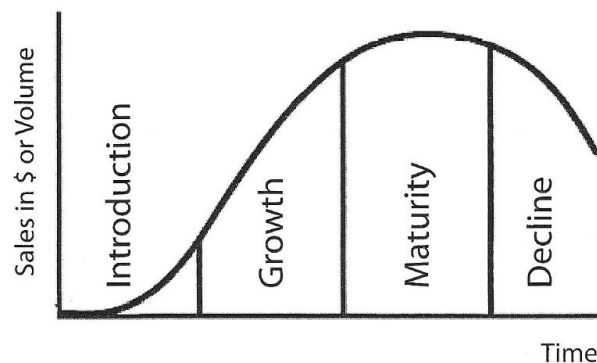
2) Order Qualifier คือ ปัจจัยที่ผู้ซื้อสนใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการของเราความแตกต่างและน้ำหนักของความสำเร็จของทั้ง Order qualifier และ Order winner คือ Order qualifier เป็นปัจจัยหลักที่ผู้ซื้อจะเลือกพิจารณาสินค้าของกิจการหรือไม่มันจะเกิดจาก Order winner เพราะผู้ขายส่วนใหญ่ก็จะมี Order qualifier อยู่แล้ว แต่ Order winner เป็นส่วนที่ทำให้ดีกว่าผู้ขายรายอื่น

แต่ละธุรกิจจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่แตกต่างกัน โดยตัวอย่างปัจจัยแห่งความสำเร็จของแต่ละธุรกิจ มีดังนี้

- Economies of scale (การประหยัดต่อขนาด): ธุรกิจประเภท Discount store ผู้ประกอบการต้องมุ่งมั่นที่จะสร้างขนาดธุรกิจให้ใหญ่เพื่อเอื้อให้ธุรกิจเติบโต และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและมีอำนาจต่อรองต่อซัพพลายเออร์ในเรื่องราคาและปริมาณในการสั่งซื้อ
- Innovation (นวัตกรรม): สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศแล้ว นวัตกรรมคือหัวใจของความยั่งยืน เช่น Apple พยายามคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นในกรณีที่ Apple มีการพัฒนาสินค้าของตนอยู่เสมอก็จะทำให้คู่แข่งไม่สามารถอยู่ในสถานะที่จะแข่งขันได้ และตนเองก็สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีอยู่ตลอดเวลา
- Service/Quality (บริการ/คุณภาพ): บางธุรกิจ การส่งมอบที่ตรงต่อเวลาคือสิ่งที่มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า เพราะ Lead time ที่สั้น เช่น การส่งของที่มีกำหนดเวลาแน่นอน จะทำให้ลูกค้าทั้งที่เป็นผู้บริโภคโดยตรงหรืออุตสาหกรรมต่อเนื่องจากกิจการสามารถดำเนินการตามแผนของตนได้และพึงพอใจกับการบริการ
- Location (ทำเลที่ตั้ง): เรื่องของทำเลที่ตั้งมีความสำคัญกับธุรกิจบางประเภท เช่น ธุรกิจค้าปลีก
- Value added (มูลค่าเพิ่มของสินค้า): บางธุรกิจมีการแข่งขันที่รุนแรง เช่น ธุรกิจน้ำอัดลม การหาความแตกต่างของตัวสินค้านั้นทำได้ยาก ดังนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าหรือบริการด้วยภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการที่เหนือกว่าคือ หัวใจของธุรกิจที่ต้องการแข่งขันได้
- Distribution (ช่องทางการกระจายสินค้า): การกระจายสินค้าที่ทั่วถึงเป็นหัวใจที่สำคัญของธุรกิจบางประเภท เช่น ธุรกิจน้ำอัดลม เป็นต้น
- Diversification (การกระจายธุรกิจ): การกระจายธุรกิจอาจจะเป็นการแยกธุรกิจออกจากธุรกิจเดิม เช่น ผู้ผลิตน้ำดื่มสิงห์เปิดตัวธุรกิจเสื้อผ้า เป็นต้น หรือเป็นธุรกิจที่ยังเกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมอยู่ เช่น ผู้ผลิตเครื่องดื่มชาเขียวเปิดตัวน้ำผลไม้บรรจุขวด

2.3.4 วงจรชีวิตสินค้า (Product Life Cycle : PLC)

วงจรชีวิตสินค้า คือ การอธิบายให้เห็นว่าสินค้าโดยทั่วไปนั้น มีการเติบโตของยอดขายอย่างไรตั้งแต่ช่วงแรกของการเข้าสู่ตลาดจนถึงช่วงที่ยอดขายขึ้นสู่จุดสูงสุดและค่อยๆ ลดลงจนถึงจุดจบของสินค้าตัวนั้นๆ ซึ่งก็คือการออกไปจากตลาด ในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตสินค้าก็จะมีลักษณะที่เป็นจุดเด่นและข้อจำกัดของธุรกิจที่แตกต่างกันไป ผู้ประกอบการควรกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับลักษณะต่างๆ ในแต่ละช่วงของวงจรสินค้า



ภาพที่ 2.3 วงจรชีวิตของสินค้า

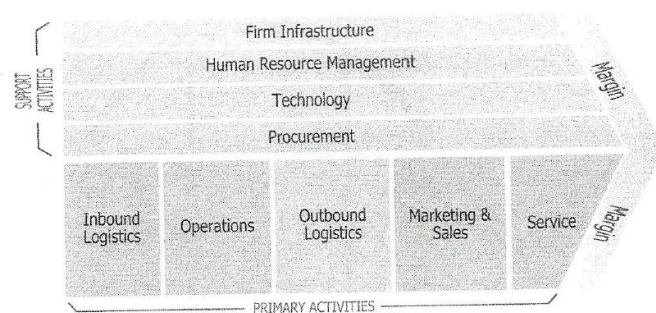
ที่มา : เอ็มคิก โฮลคิง (2555)

วงจรชีวิตของสินค้านั้นเป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างยอดขายกับเวลาในช่วงต่างๆของสินค้าที่อยู่ในตลาด ซึ่งระยะต่างๆของวงจรชีวิตสินค้า มีดังนี้

- ระยะแนะนำ (Introduction) เป็นระยะของการวิจัยและพัฒนา โดยปกติยอดขายและกำไรจะมีอยู่น้อยมาก กิจกรรมมีต้นทุนสูงเพราะต้องทุ่มลงไปเพื่อการพัฒนาเป็นส่วนใหญ่ ของที่จะผลิตออกมาขายเพื่อสร้างกำไรยังมีอยู่น้อย
- ระยะเจริญเติบโต (Growth) ระยะนี้เมื่อวางสินค้าแล้ว ยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กิจกรรมมีการทุ่มงบประมาณเพื่อส่งเสริมการขายอย่างมาก คู่แข่งมากขึ้น เพราะไม่ว่ากิจกรรมใดๆก็อยากจะทำกำไรจากสินค้าตัวนี้ สถานการณ์เช่นนี้จะบีบให้ผู้ผลิตรายแรกต้องทำการปรับปรุงสินค้าเพื่อหนีไม่ให้คู่แข่งตามทัน
- ระยะเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) ยอดขายในช่วงนี้จะเพิ่มขึ้นจนถึงจุดสูงสุด กิจกรรมจะพยายามรักษายอดขายในระดับนี้ไว้ แต่บางครั้งกำไรในช่วงนี้จะเริ่มลดลง โดยส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ผู้ผลิตมักใช้กลยุทธ์การลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้า
- ระยะถดถอย (Decline) ระยะนี้ผลิตภัณฑ์จะถูกมองว่าไม่เป็นประโยชน์ต่อตลาดส่วนใหญ่อีกต่อไปหรือได้รับความนิยมน้อยลง กิจกรรมต้องพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ ซึ่งปกติมักจะทำไปพร้อมๆกับการลดต้นทุนในการดำเนินงานต่างๆ

2.3.5 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)

Value Chain Analysis คือ การวิเคราะห์ไปตามห่วงโซ่แห่งคุณค่า ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์คุณค่าให้สินค้าหรือบริการของกิจการ โดยแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้า (Value added) ซึ่งการตรวจสอบหรือวิเคราะห์กิจกรรมของกิจการดังกล่าวมีการตรวจสอบกิจกรรม 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลักที่ทำให้เกิดสินค้าและบริการ และกิจกรรมสนับสนุนที่ทำให้เกิดสินค้าและบริการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้



โมเดลห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Model)

ภาพที่ 2.4 โมเดลห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Model)

ที่มา : เอ็มดิก โฮลดิ้ง (2555)

1) กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

- การนำเข้าวัสดุการผลิต (Inbound Logistics) ประกอบด้วยการรับวัตถุดิบ การจัดเก็บ และการจัดการเกี่ยวกับตัวป้อนเข้า การเคลื่อนย้ายวัสดุ การบริหารคลังสินค้า การควบคุมวัสดุคงคลัง เป็นต้น การปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการดำเนินงานในขั้นนี้จะมีผลช่วยลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

- การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จ (Operations) ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนตัวนำเข้าต่างๆ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จ เช่น การใช้เครื่องจักรผลิตสินค้า การบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ การประกอบ / การบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ เป็นต้น การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานในขั้นนี้ จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้รวดเร็วมากขึ้น

- การนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย (Outbound Logistics) ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์สำเร็จเข้าสู่ระบบการจำหน่ายเพื่อนำสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค เช่น การ

จัดการคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงเหลือ การขนส่ง การส่งมอบ เป็นต้น การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานในขั้นนี้ จะช่วยลดต้นทุนด้านการจัดจำหน่าย ทำให้ตำแหน่งในการแข่งขันดีขึ้นรวมทั้งยกระดับการให้บริการแก่ลูกค้าสูงขึ้นได้ด้วย

- การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัว (4 P) คือ สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการตลาด (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การตลาดจะมีความสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดขอบเขตของการแข่งขัน (Competitive scope) เพื่อนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับฐานะของบริษัท รวมถึงจุดแข็งและจุดอ่อน จึงจะสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

- การบริการหลังการขาย (Service) เป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ในทันที และจะมีผลกระทบที่สำคัญต่อความชื่นชอบของลูกค้าที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทอีกในอนาคต

2) กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)

- การจัดซื้อ (Procurement) เป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการจัดซื้อ ซึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มคุณภาพของผลผลิตด้วยต้นทุนที่ลดลง และทำให้การทำกำไรของบริษัทสูงขึ้น

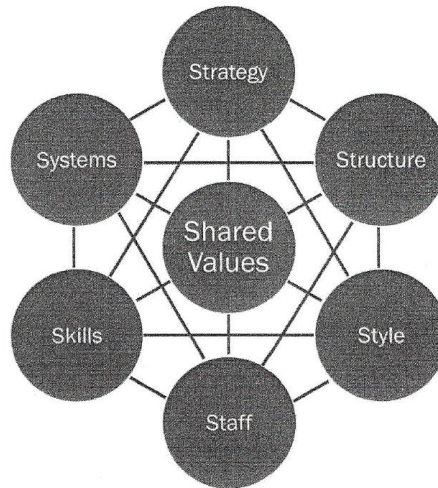
- การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology) จุดมุ่งหมายของการพัฒนาเทคโนโลยีก็เพื่อปรับเทคนิคการทำงานใหม่หรือปรับปรุงวิธีการทำงานแบบเก่าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของกิจกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มของบริษัทให้สูงขึ้นนั่นเอง

- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) กิจกรรมนี้ส่งผลต่อกิจกรรมการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-adding activities) ทุกชนิดของบริษัท การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ประสบผลสำเร็จจึงมักจะถือเป็นปัจจัยหลักสำคัญ (Key factor) ที่จะเป็นตัวกำหนดจุดแข็งของบริษัท

- โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท (Human Infrastructure) เช่น การเงิน บัญชี กฎหมาย ระบบข้อมูลและเงินเดือนพนักงาน จะเป็นกิจกรรมที่ช่วยทำหน้าที่เพิ่มมูลค่าให้กับทุกหน้าที่ในบริษัท

2.3.6 กรอบแนวคิดแมคคินซี (7s McKinsey)

แนวคิด/ทฤษฎี



โมเดลองค์ประกอบของ 7s McKinsey

ภาพที่ 2.5 โมเดลองค์ประกอบของ 7s McKinsey

ที่มา : เอ็มคิก โฮลคิง (2555)

แนวคิดนี้ได้รับการเผยแพร่เป็นครั้งแรกในปี ค.ศ.1980 โดย Robert Waterman, Tom Peter and Julien Phillips แนวคิดนี้ต้องการนำเสนอว่าประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจเกิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ 7 ประการของธุรกิจว่ามีลักษณะและมีสภาพอย่างไร ปัจจัยทั้ง 7 ประการได้แก่

- 1) กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง การวางแผนเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การพิจารณา จุดแข็ง จุดอ่อน ของกิจการ
- 2) โครงสร้าง (Structure) เป็นโครงสร้างขององค์กรที่แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมถึงขนาดการควบคุมการรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจของผู้บริหาร การแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ ผลผลิตขั้นสูง ลูกค้า หรือภูมิภาคได้อย่างเหมาะสม
- 3) ระบบ (System) หมายถึง กระบวนการและลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานทุกอย่างที่เป็นระบบ ที่ต่อเนื่องสอดคล้องประสานกันทุกระดับ
- 4) รูปแบบ (Style) หมายถึง การจัดการที่มีรูปแบบวิธีที่เหมาะสมกับลักษณะองค์กร เช่น การสั่งการ การควบคุม การจูงใจ ซึ่งทั้งหมดเหล่านี้สามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมองค์กรได้

5) การจัดการบุคคลเข้าทำงาน (Staff) หมายถึง การคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ และการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

6) ทักษะ (Skill) หมายถึง ความโดดเด่น และความเชี่ยวชาญในการผลิต การขาย หรือ การให้บริการ

7) ค่านิยมร่วม (Shared value) หมายถึง ค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในองค์กร ซึ่งแสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

วิธีการนำแนวคิด 7s McKinsey ไปใช้

รูปแบบของแนวความคิด 7s McKinsey จะขึ้นอยู่กับทฤษฎีที่ว่า องค์กรจะสามารถดำเนินการกระบวนการทั้ง 7 อย่างของแนวคิด 7s McKinsey สอดคล้องและส่งเสริมกันได้อย่างไร ดังนั้นแล้ว รูปแบบที่สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยระบุสิ่งต่างๆ จะต้องสามารถทำได้จริง และช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพหรือรักษาแนวปฏิบัติในระหว่างการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานในส่วนอื่นๆ

ไม่ว่าจะนำแนวคิดมาใช้ในรูปแบบใด หากเป็นการใช้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น การปรับโครงสร้างของกระบวนการใหม่ การควบรวมกิจการของหน่วยงานต่างๆ ในองค์กร การออกแบบระบบการทำงานใหม่, การเปลี่ยนแปลงตัวผู้นำหรือวิธีการทำงานของผู้นำ ฯลฯ ผู้ดำเนินการจำเป็นที่จะต้องเข้าใจองค์ประกอบขององค์กรและเข้าใจความสัมพันธ์กันเพื่อให้สามารถแน่ใจได้ว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นเฉพาะในพื้นที่หรือหน่วยงานที่กำลังพิจารณาเท่านั้น

ผู้ประกอบการสามารถใช้แบบจำลอง 7s เพื่อช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน (จุด A) และสถานการณ์ในอนาคตที่เสนอ (จุด B) เพื่อเป็นการระบุช่องว่างและความไม่สอดคล้องกันระหว่างจุด A และ จุด B ขององค์การ ซึ่งก็คือ คำถามของการปรับปรุงและการปรับเปลี่ยนองค์กรตามแบบจำลองของ 7s นั่นเอง เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าองค์กรจะมีประสิทธิภาพและดีเมื่อคุณมาถึงปลายทางที่ต้องการ

คำถามที่อาจเกิดขึ้นเมื่อนำแนวคิดนี้มาใช้ในระยะแรกๆ คือ เราจะสามารถทำได้หรือไม่ และผลลัพธ์จะดีตามที่คาดการณ์ไว้จริงหรือไม่ สำหรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรนั้นอาจไม่ง่ายหรือสามารถปฏิบัติได้ทันที เพราะต้องมีการค้นคว้าและมีการทุ่มเทให้กับการวิเคราะห์กลยุทธ์ขององค์การ แนวคิด 7s จะช่วยให้กรอบในการตั้งคำถามที่เหมาะสมแต่ไม่สามารถให้คำตอบทั้งหมดได้ สิ่งที่จะต้องนำมารวมกันด้วย คือ ความรู้ที่ถูกต้อง ทักษะและประสบการณ์

2.3.7 การวิเคราะห์ปัญหาที่อาจเกิดจากปัจจัยภายใน

เมื่อกิจการเข้าใจถึงภาพรวมของธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายนอกและแรงกดดันในการทำธุรกิจแล้ว อีกส่วนที่กิจการต้องทำความเข้าใจ คือ สถานการณ์ภายในบริษัท โดยวิธีการตรวจสอบในด้านต่างๆ เพื่อสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละด้านและนำไปสู่การแก้ไขอย่างเป็นระบบซึ่งประกอบด้วย

1) การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)

งบการเงิน (Financial Statement) หมายถึง รายงานทางบัญชีที่จัดทำขึ้นเมื่อครบรอบระยะเวลาบัญชี เพื่อให้ผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนทราบถึงฐานะและผลการดำเนินงานของบริษัทในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งงบการเงิน ประกอบด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด

- งบดุล (Balance Sheet) เป็นงบการเงินที่แสดงถึงสถานภาพทางการเงินของธุรกิจในวันสิ้นงวด โดยงบดุลประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ สินทรัพย์ (Assets) หนี้สิน (Liabilities) และส่วนของผู้ถือหุ้น (Shareholder's Equity) งบดุลทำให้ผู้ประกอบการทราบว่ากิจการมีความมั่นคงเพียงใด และบ่งบอกถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจตั้งแต่เริ่มกิจการ เนื่องจากรายการต่างๆ แสดงตัวเลขแบบสะสม ทำให้ทราบแนวโน้มของรายการต่างๆ ที่มีอยู่ว่าเป็นไปในทางเพิ่มขึ้นหรือลดลง รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างรายการหนึ่งกับอีกรายการหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นว่าธุรกิจมีสถานภาพเปลี่ยนแปลงอย่างไร

- งบกำไรขาดทุน (Income Statement) เป็นงบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของกิจการในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง อาจจะเป็นรอบระยะเวลา 1 ปี โดยแสดงให้เห็นว่ากิจการมีกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงานอย่างไร งบกำไรขาดทุนจะชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ ผลการดำเนินงานของบริษัทในด้านกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิจะมีผลต่องบดุล ในกรณีที่กิจการมีกำไรสุทธิ (รายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย) จะทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น ส่วนกรณีกิจการมีการขาดทุนสุทธิ (รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย) ก็จะเกิดผลในทางกลับกัน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า งบกำไรขาดทุนเป็นงบการเงินที่มีผลในการเพิ่มขึ้นหรือลดลง ส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งเกิดจากการดำเนินงานในงวดเวลาหนึ่ง และมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของทรัพย์สิน

- งบกระแสเงินสด (Cash Flow Statement) เป็นงบการเงินที่แสดงรายการใช้จ่ายเงินสดของกิจการ โดยจะเป็นการรายงานมูลค่าทุกอย่างที่เป็นเงินสด เนื่องจากว่ารายจ่ายของบริษัทตามหลักบัญชีจะมีทั้งที่อยู่ในรูปของตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ตัวอย่างของรายการที่ไม่ใช่ตัวเงิน ได้แก่ ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น นอกจากนี้ งบกระแสเงินสดยังแบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อยตามที่มา และการใช้ไปของเงินสด ได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Operating Cash Flow) กระแสเงินสดจากการลงทุน (Investing Cash Flow) และเงินสดจากการจัดหาเงิน (Financing Cash Flow)

การเปรียบเทียบผลประกอบการทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินในปัจจุบันนั้นต้องนำไปเปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงานในอดีตว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นไร การใช้งบการเงินย้อนหลังไป 3 ปีก็น่าจะพอเพียงที่จะแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานธุรกิจได้ คือ จะทำให้ผู้ประกอบการทราบว่ากิจการมีการพัฒนาไปในทิศทางใด มีความเสี่ยงในการดำเนินการหรือไม่ ประสิทธิภาพของผู้บริหารเป็นอย่างไรและเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด และกิจการมีกำไรมากขึ้นหรือลดลง

นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้ว่ากิจการของตนมีปัญหาหรือไม่ มีจุดใดที่กิจการดีกว่าคู่แข่งและมีจุดใดที่ด้อยกว่าคู่แข่ง เพื่อที่ผู้ประกอบการจะสามารถหาแนวทางในการปรับปรุงกิจการให้ดีกว่าหรือเทียบเท่ากับคู่แข่งได้

สำหรับในระดับที่กว้างขึ้นไปอีก ผู้ประกอบการสามารถเปรียบเทียบกับมาตรฐานอุตสาหกรรม ในกรณีที่บริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมที่ไม่มีคู่แข่งหรือบริษัทเป็นเจ้าตลาด หรือสินค้าที่บริษัทผลิตนั้นมีความแตกต่างกับสินค้าทั่วไปในตลาด สำหรับกรณีที่ผู้ประกอบการอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีคู่แข่งหลายราย ผู้ประกอบการสามารถเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมได้ เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาว่ากิจการควรจะต้องปรับปรุงผลการดำเนินงานของตนอย่างไร

ในการเลือกคู่แข่งที่จะนำมาเปรียบเทียบกับมีความสำคัญ เช่น ถ้าบริษัทอยู่ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ก็ควรเลือกคู่แข่งที่เผชิญหน้ากันบ่อยๆ ในการประลองงานมาเปรียบเทียบ หรือถ้าบริษัทอยู่ในตลาดที่มีผู้ขายไม่กี่รายในตลาด ถึงแม้ว่าคู่แข่งจะมีสินค้าที่มีความแตกต่างกันแต่สามารถใช้แทนกันได้ ในการเลือกคู่แข่งก็ควรเลือกคู่แข่งที่อยู่ในตลาดเดียวกันและลูกค้าสามารถเลือกสินค้าของคู่แข่งใช้แทนของเราได้

การวิเคราะห์ทางการเงินมีวิธีวิเคราะห์พื้นฐาน 2 วิธี คือ วิธีวิเคราะห์ย่อส่วนตามแนวดิ่ง (Common-size financial statement) และวิธีวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial ratio analysis) ซึ่งมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ย่อส่วนตามแนวดิ่ง (Common-size financial statement) การวิเคราะห์วิธีนี้จะวิเคราะห์ในส่วนของงบดุลซึ่งแบ่งออกได้เป็น

1.1 Common-size statement เป็นการจัดตัวเลขของแต่ละรายการในงบดุลให้เป็นอัตราร้อยละของทรัพย์สินทั้งหมด หรือเป็นอัตราร้อยละของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น การวิเคราะห์วิธีนี้จะทำให้ผู้ประกอบการเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในอัตราส่วนของรายการต่างๆ ในงบดุล เมื่อเปรียบเทียบกับสินทรัพย์ทั้งหมดและในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ของกิจการหรือในกรณีที่กิจการมีปัญหา การวิเคราะห์นี้จะสามารถบ่งชี้ให้ผู้ประกอบการพบการเปลี่ยนแปลงหรือพบปัญหานั้นๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ต่อไป

1.2 Current Asset Proportion เป็นการวิเคราะห์สินทรัพย์แต่ละรายการที่เป็นสินทรัพย์หมุนเวียน เช่น เงินสด ลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ โดยวิธีนี้จะจัดตัวเลขสินทรัพย์แต่ละรายการดังกล่าวเป็นอัตราร้อยละของสินทรัพย์หมุนเวียน การวิเคราะห์นี้จะชี้ให้เห็นว่าแนวทางการใช้ไปของเงินทุนของกิจการเป็นอย่างไร ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการจัดการเกี่ยวกับสินทรัพย์หมุนเวียนของบริษัท เนื่องจากสินทรัพย์เหล่านี้จะเป็นส่วนที่ทำการให้กับกิจการ และมีสภาพคล่องใกล้เคียงกับเงินสด

1.3 Capital structure Proportion เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับโครงสร้างของเงินทุน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบถึงความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) ของกิจการ และเพื่อให้เห็นถึงส่วนของผู้ถือหุ้นให้เด่นชัดขึ้น พร้อมกับคาดการณ์แนวทางของผู้บริหารที่จะเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเงินทุนดังกล่าว และสำหรับการวิเคราะห์ตามแนวดิ่งของงบกระแสเงินสดเป็นการจัดตัวเลขของแต่ละรายการในงบกระแสเงินสด ให้เป็นอัตราร้อยละของรายได้ทั้งหมด

การวิเคราะห์วิธีนี้ทำให้ผู้ประกอบการเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในอัตราส่วนของรายการต่างๆในงบกระแสเงินสด เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ทั้งหมด จะทำให้ผู้ประกอบการทราบว่าในการที่จะได้มาซึ่งรายได้นั้น ค่าใช้จ่ายในส่วนใดเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุด และเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นๆในอุตสาหกรรมเดียวกัน บริษัทของเรามีความผิดปกติหรือไม่ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถหาแนวทางในการแก้ปัญหาได้

2. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial ratio analysis)

การวิเคราะห์ย่อยส่วนตามแนวดิ่งข้างต้นนั้น เป็นการวิเคราะห์อย่างคร่าวๆซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องวิเคราะห์ในเชิงลึกเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา โดยผู้ประกอบการอาจจะใช้การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเข้ามาช่วย วิธีการก็คือ นำรายการต่างๆมาเทียบอัตราส่วน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างทรัพย์สิน หนี้สิน ทุน รายได้ และค่าใช้จ่ายต่างๆว่าเหมาะสมหรือไม่ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินนี้แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

2.1 Liquidity ratios คืออัตราส่วนในการวัดสภาพคล่องทางการเงินของบริษัท ซึ่งมีการวัด 2 ประเภทหลักๆ ดังนี้

- Current ratio (อัตราส่วนทุนหมุนเวียน) คือ อัตราส่วนระหว่าง สินทรัพย์หมุนเวียน และหนี้สินหมุนเวียน ซึ่งบ่งบอกสภาพคล่องของกิจการในการที่จะชำระหนี้ระยะสั้น วิธีการคำนวณคือ

$$\text{อัตราส่วนทุนหมุนเวียน} = \text{สินทรัพย์หมุนเวียน} / \text{หนี้สินหมุนเวียน}$$

หากอัตราส่วนนี้มีค่าน้อยกว่า 1 หมายความว่า กิจกรรมมีหนี้สินหมุนเวียนมากกว่าสินทรัพย์หมุนเวียน ผลคือทำให้อาจมีปัญหาในการชำระหนี้ระยะสั้นได้ หากอัตราส่วนนี้มากกว่า 1 หมายความว่า กิจกรรมมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากพอที่จะชำระหนี้ระยะสั้น แต่ถ้าหากมีค่าสูงกว่า 1 มากๆ อาจหมายถึงประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ของกิจการไม่ดีพอ

- Quick ratio (อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว) คือ อัตราส่วนระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียน โดยสินทรัพย์หมุนเวียนในที่นี้เป็นสินทรัพย์หมุนเวียนที่เปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพคล่องของกิจการที่จะชำระหนี้ระยะสั้น

$$\text{อัตราส่วนทุนหมุนเวียน} = (\text{สินทรัพย์หมุนเวียน} - \text{สินค้าคงเหลือ}) / \text{หนี้สินหมุนเวียน}$$

2.2 Leverage-capital structure ratio คือ อัตราส่วนในการวัดการใช้ต้นทุนคงที่ในการดำเนินงานหรือใน โครงสร้างของต้นทุน (ในส่วนของหนี้และส่วนของผู้ถือหุ้น) ซึ่งมีการใช้อัตราส่วน ดังนี้

- ความสามารถในการจัดการหนี้ระยะยาว (Leverage of Long-term debt)

$$= \text{หนี้ระยะยาว} / \text{เงินทุนที่เป็นส่วนของผู้ถือหุ้น}$$

- ความสามารถในการจัดการหนี้ (Leverage of total debt)

$$= (\text{หนี้ระยะสั้น} + \text{หนี้ระยะยาว}) / \text{เงินทุนที่เป็นส่วนของผู้ถือหุ้น}$$

- ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Time interest earned)

$$= \text{กำไรสุทธิ} / \text{ดอกเบี้ยจ่ายต่อปี}$$

อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยนี้จะพิจารณาว่า กิจการมีความสามารถในการจัดการกับภาระดอกเบี้ยได้ดีเพียงใด ดังนั้น สัดส่วนนี้ยิ่งมากยิ่งดี นั่นคือ กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีจะต้องมากกว่าดอกเบี้ย แต่ถ้าหากหนี้มากกว่าทุน แสดงว่ากิจการกำลังประสบปัญหาไม่สามารถจ่ายดอกเบี้ยได้

2.3 Profitability ratio คือ อัตราส่วนในการวัดศักยภาพของกิจการในการหารายได้ การทำกำไร ซึ่งสามารถดูได้จากผลกำไรหลังภาษี ณ สิ้นปี ซึ่งมีการใช้อัตราส่วน ดังนี้

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on total assets : ROA) เป็นดัชนีที่ใช้วัดศักยภาพของกิจการในการทำกำไรต่อการลงทุนในสินทรัพย์รวม นั่นคือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมยิ่งสูงยิ่งดี แต่ถ้ายังต่ำกว่ามาตรฐานหรือค่าเฉลี่ยในอุตสาหกรรม กิจการอาจจะสามารถ

เพิ่มได้ด้วยการเพิ่มกำไร ด้วยการลดค่าใช้จ่าย การเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น หรือการขายสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ เป็นต้น วิธีการคำนวณ คือ

- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on total assets : ROA)

$$= (\text{กำไรสุทธิหลังภาษี} + \text{ดอกเบี้ยจ่าย} - \text{ผลประโยชน์ภาษีของดอกเบี้ยจ่าย}) / \text{สินทรัพย์รวม}$$

- อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on total equity : ROE) เป็นดัชนีในการวัดผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น หรือรายได้จำนวนเท่าใดที่จะคืนแก่ผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นยิ่งสูงยิ่งดี แต่ถ้ายิ่งต่ำกว่ามาตรฐานหรือค่าเฉลี่ยในอุตสาหกรรม ก็กิจการสามารถที่จะเพิ่มได้ด้วยการเพิ่มผลกำไร ลดค่าใช้จ่าย หรือพยายามเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น ในบางกิจการเลือกที่จะทำทั้งสองอย่างพร้อมๆกัน วิธีการคำนวณคือ

- อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on total equity : ROE)

$$= \text{กำไรสุทธิหลังภาษีที่จะคืนให้ผู้ถือหุ้น} / \text{เงินทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น}$$

- ส่วนต่างของการขาย (Sales Margin) เป็นการวัดความสามารถในการทำกำไรของกิจการให้ผู้ถือหุ้นและเจ้าของกิจการ วิธีการคำนวณคือ

$$\text{ส่วนต่างของการขาย (Sales Margin)} = (\text{รายได้} - \text{ค่าใช้จ่ายดำเนินการ}) / \text{รายได้}$$

2.4 Turnover ratios คือ อัตราส่วนในการวัดศักยภาพของกิจการในการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ มีรายละเอียด ดังนี้

- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total assets turnover) เป็นดัชนีในการวัดการใช้สินทรัพย์รวมของกิจการในการก่อให้เกิดรายได้ ผลลัพธ์ที่ออกมาจะเป็นจำนวนครั้ง ถ้าจำนวนครั้งยิ่งมากแสดงว่ากิจการมีศักยภาพในการใช้สินทรัพย์ก่อให้เกิดรายได้สูง วิธีการคำนวณคือ

$$\text{อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total assets turnover)} = \text{ยอดขาย} / \text{สินทรัพย์}$$

- ระยะเวลาการจับหนี้สินโดยเฉลี่ย (วัน) ถ้ากิจการให้เครดิตลูกค้า 30 วัน แต่เมื่อคำนวณแล้วพบว่าระยะเวลาในการจับหนี้สินออกมาเป็น 35 วัน แสดงว่ากิจการมีศักยภาพในการจับหนี้สินที่ไม่ดีหรือล่าช้ากว่าที่ควรจะเป็น วิธีการคำนวณคือ

$$\text{ระยะเวลาการจับหนี้สินโดยเฉลี่ย (วัน)} = (\text{ลูกหนี้สุทธิถัวเฉลี่ย} \times \text{จำนวนวันใน 1 ปี}) / \text{ยอดขาย}$$

- อัตราส่วนหมุนเวียนของสินค้า (Inventory turnover) เป็นดัชนีในการวัดจำนวนครั้งในการขายสินค้าคงเหลือ (Inventory) ของกิจการในรอบ 1 ปี โดยผลลัพธ์จะเป็นจำนวนครั้งต่อปี ถ้าจำนวนครั้งออกมาสูงแสดงว่ากิจการมีการหมุนเวียนของสินค้าที่ดี วิธีการคำนวณคือ

$$\text{อัตราส่วนหมุนเวียนของสินค้า (Inventory turnover)} = \text{ต้นทุนขาย/สินค้าคงเหลือถัวเฉลี่ย}$$

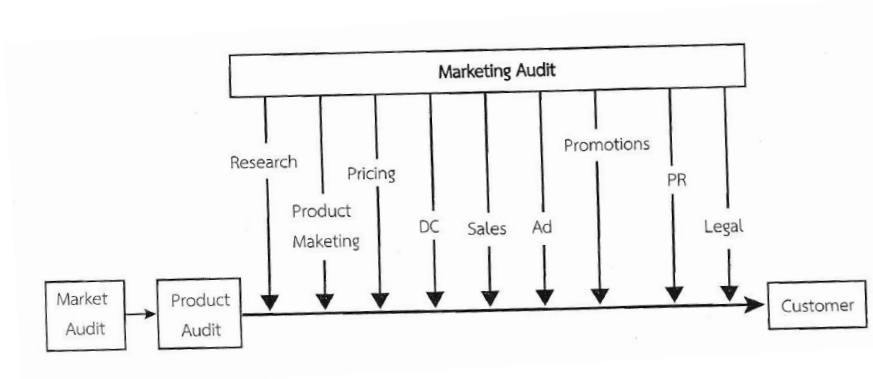
2.5 Common stock security ratios คือ อัตราส่วนในการวัดประสิทธิภาพของกิจการ ประโยชน์ในการวัดอัตราส่วนนี้ก็เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถพิจารณาประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการได้ มีรายละเอียดในการวิเคราะห์ ดังนี้

- กำไรต่อหุ้น (Earnings per share; EPS) = กำไร / จำนวนหุ้น
- มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book value per share) = ส่วนของผู้ถือหุ้น / จำนวนหุ้น
- เงินปันผลต่อหุ้น (Dividends per share) = เงินปันผล / จำนวนหุ้น
- อัตราเงินปันผลตอบแทน (Dividend yield) = เงินปันผลต่อหุ้น / ราคาต่อหุ้น
- Market-to-book value (M/B) = ราคาต่อหุ้น / มูลค่าหุ้นทางบัญชี

2) การตรวจสอบด้านการขาย (Marketing Audit)

การตรวจสอบกิจการด้านการตลาดเป็นการพิจารณาถึงวิธีที่กิจการจะดำเนินการในกรณีที่เผชิญกับสิ่งแวดล้อม ณ ปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการทราบว่ากิจการของตนนั้นอยู่ในตลาดที่มีความต้องการอย่างไร กิจการกำลังเผชิญกับปัญหาอะไร และโอกาสของกิจการจะเป็นอย่างไร การวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆจะทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์บนข้อมูลที่แท้จริงได้ เมื่อกลยุทธ์สามารถปฏิบัติได้จริง มีการแก้ไขปัญหาที่ตรงจุดก็จะทำให้กิจการบรรลุตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ในการตรวจสอบด้านการตลาด ผู้ประกอบการต้องทราบเป้าหมายทางการตลาดของกิจการ และในการตรวจสอบวิเคราะห์ควรอ้างอิงเป้าหมายทางการตลาด ขั้นตอนการตรวจสอบด้านการตลาดเป็นไปตามภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 ขั้นตอนการตรวจสอบด้านการตลาด

ที่มา : เอ็มคิก โฮลดิ้ง (2555)

Market Audit

ก่อนอื่นผู้ประกอบการต้องตรวจสอบตลาด (market Audit) ทั้งรูปแบบของตลาด ลักษณะตลาด ขนาดตลาด ตัวแปรต่างๆที่มีผลกระทบกับตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด และตำแหน่งทางการตลาดของกิจการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (Market positioning)

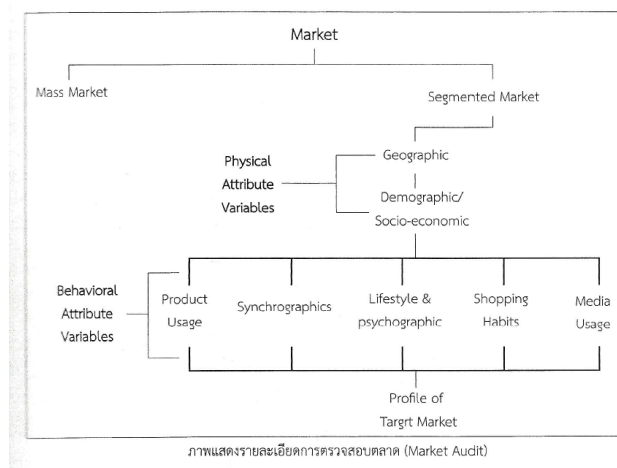
ขั้นตอนการบ่งชี้ถึงลักษณะตลาดของกิจการสามารถเป็นดังภาพท้ายหัวข้อนี้ ถ้าตลาดที่กิจการอยู่เป็นตลาดแบบ Mass คือ ตลาดมวลชน เป็นตลาดใหญ่ไม่มีการแบ่งส่วนทางการตลาด เน้นการผลิตจำนวนมากและขายให้ลูกค้าทุกคนเหมือนกัน เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค ถ้าเป็นตลาดในรูปแบบนี้ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องวิเคราะห์คุณสมบัติอื่นๆของตลาด เนื่องจากใช้กลยุทธ์ในการผลิตและขายสินค้าให้กับลูกค้าทุกคนเหมือนกัน

แต่ถ้าตลาดสามารถแบ่งส่วนทางการตลาดได้ (Segmented Market) ซึ่งสาเหตุที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแบ่งส่วนทางการตลาดก็เนื่องจากตลาดและลูกค้ามีความแตกต่างกัน ทำให้ผู้ประกอบการต้องใช้กลยุทธ์ในการผลิตและขายสินค้าที่แตกต่างกันสำหรับแต่ละกลุ่ม นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรเลือกส่วนตลาดที่กิจการมีความถนัดที่จะตอบสนองความต้องการในตลาดนั้น ซึ่งปัจจัยที่ทำให้แบ่งส่วนทางการตลาดได้ มี 2 ปัจจัย ดังนี้

1) ปัจจัยทางกายภาพ (Physical Attribute Variables) เช่น แบ่งตามภูมิประเทศ (Geographic) แบ่งตามประชากรหรือสถานภาพทางสังคม ทั้งเพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะที่อยู่อาศัย ขนาดครอบครัว ศาสนา การศึกษา อาชีพ (demographic/Socioeconomic) หรือรายได้ โดยอาจจะใช้ตัวแปรหลายตัวร่วมกันได้

2) ปัจจัยทางพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น พฤติกรรมการใช้สินค้า สถานะของผู้ซื้อ (เคยใช้หรือไม่เคยใช้สินค้านั้น) ลักษณะการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มลูกค้า แบ่งส่วนตามจิตวิทยา บุคลิกลักษณะ ลักษณะนิสัยการซื้อของ (ซื้อตอนลดราคา/ซื้อเพราะบริการหลังการขาย) รูปแบบการซื้อของ (ซื้อเงินสด / ซื้อผ่านบัตรเครดิต) และการรับข้อความสื่อสารในการตัดสินใจซื้อสินค้า (อาจจะรับทราบรายละเอียดของสินค้าจากจดหมาย โทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์) เป็นต้น

ในแต่ละปัจจัยทำให้ผู้ประกอบการสามารถแบ่งส่วนตลาดให้เป็นตลาดเป้าหมายได้ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการผลิตและขายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและตรงกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ชนะคู่แข่งได้



ภาพที่ 2.7 ภาพแสดงรายละเอียดการตรวจสอบตลาด

ที่มา : เอ็ดดิก โฮลคิง (2555)

Product Audit

ขั้นตอนต่อไปเป็นขั้นตอนการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าหรืองานบริการ ผู้ประกอบการต้องทำการตรวจสอบตามประเด็นต่างๆ และเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าประเด็นใดที่คู่แข่งมีแต่เราไม่มี หรือประเด็นใดที่คู่แข่งของเรา ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประเมินความสามารถของสินค้า (Product) ทั้งลักษณะของสินค้าหรือบริการเสริม (Features) ของกิจการว่ามีจุดแข็ง และจุดอ่อนอย่างไร และประเมินประโยชน์ (Benefit) ที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างไร นอกจากนี้ยังเป็นการประเมินแนวโน้มของการพัฒนาสินค้า การรับรู้ในตราสินค้าของผู้บริโภค รวมถึงบรรจุภัณฑ์ของสินค้าด้วย ในการวิเคราะห์

ปัจจัยต่างๆนี้ ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์สินค้าหรือบริการของตนเปรียบเทียบกับคู่แข่งเพื่อให้ทราบถึงตำแหน่งในการแข่งขัน

2. ตรวจสอบเรื่องราคา (Pricing) เป็นการตรวจสอบในประเด็นที่ว่า สินค้าหรือบริการของกิจการมีราคาแตกต่างจากราคาของคู่แข่งหรือไม่อย่างไร การให้ Credit term กับลูกค้าและนโยบายหรือกลยุทธ์ในการตั้งราคา ในบางกรณีถึงแม้ว่าสินค้าหรือบริการของกิจการอาจจะมีราคาที่สูงกว่าสินค้าของคู่แข่ง แต่ด้วยลักษณะและประโยชน์ที่ลูกค้าได้จากสินค้าของเราเพิ่มเติม อาจจะทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าของเราแทนคู่แข่งได้ เช่น สินค้ายี่ห้อ Apple ทั้งโทรศัพท์ (iPhone) และคอมพิวเตอร์ (Mac book) เนื่องจากลูกค้าทราบว่าสินค้ายี่ห้อ Apple มีลักษณะและประโยชน์ที่เหนือกว่าของยี่ห้ออื่นและมีความแตกต่างจากของยี่ห้ออื่น ลูกค้าจึงยอมจ่ายเงินในจำนวนที่สูงกว่าเพื่อที่จะซื้อสินค้ายี่ห้อนี้แทนที่จะซื้อจากยี่ห้ออื่น เป็นต้น นอกจากนี้ การตรวจสอบเรื่องราคานั้นมีไว้เพื่อให้ราคาของสินค้าหรือบริการของเราไม่แตกต่างจากราคาของคู่แข่งมากนัก หรือเพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึกว่าสินค้าของเราราคาสูงเกินประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ เพื่อที่เราจะได้ปรับปรุงกลยุทธ์เรื่องการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

3. ตรวจสอบเรื่องศูนย์กระจายสินค้า (Distribution : DC) เป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่ทั้งในฐานะเป็นคลังสินค้า (Ware-house) และเป็นหน่วยเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต (Manufacturer) กับผู้ขายปลีก (Retailers) และยังเป็นผู้ให้บริการทางด้านการขนส่ง การจัดเก็บสินค้าและการจัดการขนส่งสินค้าสำเร็จรูปให้กับลูกค้า โดยต้องส่งทันเวลา มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมีต้นทุนที่ต่ำ ธุรกิจที่ศูนย์กระจายสินค้ามีบทบาทสำคัญมาก คือ ธุรกิจค้าปลีก (เช่น Discount Store และ Convenient Store) ซึ่งธุรกิจประเภทนี้ทำหน้าที่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตมาจัดเก็บและจัดหมวดหมู่สินค้า ซึ่งหมวดหมู่สินค้าอาจจะขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าหรือลักษณะอัตราการขายของสินค้าก็ได้ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของเจ้าของกิจการ ปกติแล้วจะพิจารณาจากปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอีกหลายประการที่ต้องมีการบริหารจัดการจัดเก็บสินค้าที่ดี เช่น วันหมดอายุของสินค้า เป็นต้น การบริหารศูนย์กระจายสินค้าที่ดีจะทำให้กิจการมีต้นทุนที่ต่ำ ลดการสูญเสียโอกาสทางการตลาดและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งและทำให้กิจการมีกำไรสูงกว่าคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกัน

4. ตรวจสอบด้านการขาย (Sale management) เป็นการวิเคราะห์การจัดการการขาย ตรวจสอบกระบวนการการขายว่ามีขั้นตอนที่ทำให้การขายมีอุปสรรคหรือไม่ มีขั้นตอนยืดเยื้อเกินไปหรือไม่ เครื่องมือการขายสามารถสนับสนุนการขายได้อย่างไร พนักงานขายมีค่า Commission เป็นแรงจูงใจในการขายหรือไม่ และเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งเป็นอย่างไร เป็นต้น

5. ตรวจสอบด้านการโฆษณา (Advertising) เป็นการวิเคราะห์ว่ากิจการใช้วิธีใดเพื่อที่จะสื่อสารให้ลูกค้ารู้จักสินค้าของเรา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ โทรศัพท์ วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ เป็นต้น ประเด็นที่ต้องมีการให้ความสำคัญในการตรวจสอบ ได้แก่ การสื่อสารนั้นมีความเหมาะสมกับสินค้าของกิจการหรือไม่ ใช้งบประมาณในการสื่อสารเท่าไร สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ key message ของเป๊ปซี่ “ชีวิตเต็มที่ได้อีกเยอะ” หรือ “เป๊ปซี่...เต็มที่ให้โลกเห็น” ช่วยให้ลูกค้าสามารถจดจำตราสินค้าของกิจการได้ดีกว่าคู่แข่ง และยังสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่า ลูกค้าจดจำตราสินค้าของใครได้ดีกว่ากัน

6. ตรวจสอบเรื่องการส่งเสริมการขาย (Promotion) เช่น การเป็นผู้สนับสนุนให้กับงานกิจกรรมการตลาดต่างๆ การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย (ลุ้นรางวัล ชิงโชค พาไปเที่ยว) การจัดรายการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม) เป็นต้น เมื่อมีการตรวจสอบแล้วต้องนำไปเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้วยว่าเหมือนหรือแตกต่างอย่างไร และยอดขายที่ได้รับกลับมามีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งอย่างไร

7. ตรวจสอบเรื่องการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นกิจกรรมที่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าของเราในแง่ของการรับรู้ในภาพลักษณ์ของสินค้า ซึ่งสินค้าของเราและของคู่แข่งอาจจะมียุทธศาสตร์ในการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เหมือนกัน ทำให้ในบางครั้งผู้บริโภคเลือกที่จะรับรู้แต่สินค้าที่ตนเองชอบ การตรวจสอบยังเป็นการทำให้กิจการแน่ใจว่าภาพลักษณ์ที่สื่อออกไปกับภาพลักษณ์ที่ลูกค้ารับรู้กันมีความสอดคล้องกันมากน้อยเพียงใด

8. ตรวจสอบเรื่องประเด็นทางกฎหมาย (Legal issues) สินค้าบางประเภทอาจจะมีข้อจำกัดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับทางกฎหมาย เช่น สินค้าจำพวกเหล้าและบุหรี่ กฎหมายบังคับว่าไม่อนุญาตให้โฆษณา ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจจะต้องใช้ช่องทางอื่นๆ ช่องทางใดที่ไม่ขัดต่อกฎหมายในการเพิ่มยอดขายของตน เป็นต้น

Customer

ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการตรวจสอบไปยังลูกค้าของกิจการในด้านต่างๆ ประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบการควรตรวจสอบบริการหลังการขายที่ให้กับลูกค้า เช่น ช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อผู้ขายได้ในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาหลังจากที่ซื้อสินค้าไปแล้ว บริการติดตั้งสินค้า การตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction survey) ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบความเห็นของลูกค้าที่มีต่อสินค้าของเรา และนำมาปรับปรุงเพื่อให้แผนการตลาดดียิ่งๆขึ้นไปและตอบสนองได้ตรงกับความต้องการมากขึ้น

3) การตรวจสอบการจัดการระบบปฏิบัติงาน (Operations Management Audit)

การจัดการระบบปฏิบัติการ (Operations management) คือ การจัดการกระบวนการเปลี่ยนแปลงทรัพยากร (Input) ซึ่งอาจจะประกอบด้วยวัตถุดิบ เครื่องจักร แรงงานและเงินทุน เป็นต้น ให้เป็นสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพและมีมูลค่าเพิ่ม (Output) ซึ่งในการวัดประสิทธิภาพการผลิต วัดโดยใช้ผลผลิต (Output) หารด้วยวัตถุดิบ (Input) หรือเรียกว่า ผลิตภาพ (Productivity) ดังนั้นแล้ว การจัดการระบบปฏิบัติการจึงเริ่มนับตั้งแต่การคัดเลือกและการขนส่งวัตถุดิบและชิ้นส่วน การผลิตและการประกอบคลังสินค้าและการติดตามสินค้าคงคลัง การป้อนใบสั่งสินค้าและการบริหารใบสั่ง การกระจายสินค้าตลอดทุกช่องทางจนถึงส่งมอบให้กับลูกค้า

การจัดการระบบปฏิบัติการมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ คือ สินค้าต้องมีคุณภาพ (Quality) มีต้นทุนต่ำ (Cost) มีการจัดส่งที่รวดเร็วให้ทันตามความต้องการของลูกค้า (Delivery) พนักงานมีความปลอดภัยในระหว่างที่ทำการผลิตและมีขวัญและกำลังใจที่ดีในการทำงานเพราะจะส่งผลต่อคุณภาพสินค้า นอกจากนี้ การผลิตสินค้าจะต้องไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การที่ผู้ประกอบการจะผลิตได้ตรงตามวัตถุประสงค์หลักในการจัดการนั้น มีรายละเอียดหลักๆดังประเด็นต่อไปนี้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรตรวจสอบว่า กิจกรรมมีผลการปฏิบัติเป็นอย่างไรบ้างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

Forecasting

หมายถึง การพยากรณ์ถึงเหตุการณ์ในอนาคต ในที่นี้บริษัทต้องพยากรณ์หรือคาดการณ์ว่า ความต้องการสินค้าของลูกค้าจะเป็นเท่าใดในระยะต่างๆบ้าง เพื่อที่จะวางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบ ตารางการผลิต การเตรียมแรงงานเพื่อการผลิต การกระจายสินค้าและอื่นๆ เพื่อเตรียมความพร้อมให้สินค้าถูกจัดส่งทันตามความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการต้องตรวจสอบว่าที่ผ่านมาบริษัทมีการทำการพยากรณ์การผลิตได้ใกล้เคียงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ ซึ่งอาจจะทำการคาดการณ์จากเหตุการณ์ในอดีต ที่ผ่านมาและแนวโน้มสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าในอนาคตประกอบกัน ผู้ประกอบการอาจใช้ข้อมูลการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม เป็นข้อมูลในการประกอบการพิจารณาด้วย สุดท้ายแล้วที่สำคัญที่สุด ผู้ประกอบการต้องตอบคำถามให้ได้ว่ากำลังการผลิตที่ระดับใดที่จะผลิตสินค้าให้เพียงพอและสามารถผลิตให้ทันกับความต้องการของลูกค้า

Inventory Management

หมายถึง การจัดการสินค้าคงคลังซึ่งหมายถึงทั้งวัตถุดิบ แรงงาน สินค้าที่อยู่ในระหว่างการผลิต สินค้าที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วหรือแม้กระทั่งเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต วัตถุประสงค์ที่ต้องมีการจัดการสินค้าคงคลัง คือ เพื่อให้มีสินค้าคงคลังที่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการ

ของลูกค้า ในขณะที่ต้องเกิดต้นทุนให้ต่ำที่สุด การจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดต้นทุนการผลิตได้

การวางแผนการผลิต

คือ กระบวนการในการพยากรณ์ การวางแผน การกำหนดงาน การวิเคราะห์ การควบคุมสินค้าคงคลัง และการควบคุมการดำเนินงานการผลิต และเทคนิคการพยากรณ์การขายที่ช่วยให้เกิดประโยชน์อย่างมากในการวางแผนการผลิตตามช่วงเวลาต่างๆ

การวางแผนการผลิตเป็นขั้นตอนกำหนดว่าเมื่อไรที่กระบวนการผลิตต้องใช้แรงงาน เครื่องมือและวัตถุดิบในการผลิต และใช้ปัจจัยอื่นๆในปริมาณเท่าใด รวมถึงการวางแผนเรื่องการส่งของแบบตรงเวลา (JIT) โดยวัตถุประสงค์ของการวางแผนการผลิตก็เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

ในการวางแผนการผลิตอาจจะมีทั้งการวางแผนระยะยาว (3-5 ปี) คือ เป็นการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมด้านกำลังการผลิต เช่น อาคาร สถานที่ เครื่องจักร เป็นต้น สำหรับการวางแผนระยะกลาง (1 เดือน – 1 ปี) เป็นการวางแผนเพื่อจัดสรรการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร) ให้เกิดผลอย่างเต็มที่ในกระบวนการผลิต รวมทั้งการวางแผนการผลิต เพื่อให้ทันส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า วางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบให้ตรงตามแผนการผลิตที่วางไว้ และสุดท้ายเป็นการวางแผนระยะสั้น คือ การวางแผนการผลิตเป็นรายสัปดาห์ หรือรายวัน ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของกระบวนการผลิต

ขั้นตอนการผลิต

ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์กระบวนการผลิตเพื่อแสดงให้เห็นรายละเอียด โดยทำการแยกให้เห็นส่วนย่อยๆของขั้นตอนการผลิต เพื่อให้เห็นจุดบกพร่องหรือปัญหาในการผลิตและที่สำคัญกว่านั้นเป็นการค้นหาว่าการผลิตในแต่ละขั้นมีการใช้เวลาในการผลิตเท่าใด เพื่อทำให้ทราบว่าจุดไหนของกระบวนการผลิตที่ทำให้การผลิตล่าช้าและไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ขั้นตอนการผลิตที่กล่าวถึงนี้หมายถึง การจัดเตรียมวัตถุดิบ การขนย้ายวัสดุจากจุดหนึ่งไปจุดหนึ่ง การตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงาน และตัวชี้วัด ที่จะแสดงถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการผลิต เช่น ผลิตภาพ (Productivity) จำนวนของเสียในกระบวนการผลิต คุณภาพของสินค้าที่ตรงตามมาตรฐานที่ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพกำหนดไว้ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังต้องมีการตรวจสอบว่า องค์กรมีการออกแบบหรือพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องหรือไม่ บริษัทที่เป็นต้นแบบในการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง คือ บริษัท โตโยต้า ซึ่งเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่และเป็นต้นฉบับของกระบวนการผลิตแบบ LEAN คือ การออกแบบและการจัดการกระบวนการ ทรัพยากรและมาตรการต่างๆอย่างเหมาะสม ทำให้

สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องเหมาะสมในครั้งแรกที่ดำเนินการ และยังพยายามให้เกิดความสูญเสียน้อยที่สุดหรือมีส่วนเกินที่ไม่จำเป็นให้น้อยที่สุด ความสูญเสียที่กล่าวถึงนี้ไม่ได้ประเมินจากผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย (Final Products) เพียงอย่างเดียว แต่จะประเมินจากกิจกรรมหรือกระบวนการทั้งหมดที่ใช้ทรัพยากรโดยไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Non-Value Added) ในการผลิต ยิ่งกว่านั้นหลักการ LEAN จะเน้นไปที่การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ลูกค้าต้องการโดยการทำความเข้าใจในกระบวนการผลิต บ่งชี้ความสูญเสียภายในกระบวนการเหล่านั้นและกำจัดความสูญเสียเหล่านั้นทีละขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง จากกระบวนการดังกล่าว ทำให้บริษัท โตโยต้าสามารถผลิตรถยนต์ที่มีคุณภาพได้โดยใช้ระยะเวลาอันสั้น

Quality management

หมายถึง การจัดการด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งคุณภาพอาจจะหมายถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Performance) ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่มาตรฐานกำหนด เช่น มาตรฐานอุตสาหกรรม ความไว้วางใจว่าผลิตภัณฑ์จะตอบสนอง ตามความคาดหวัง ความทนทานของผลิตภัณฑ์ การบริการหลังการขาย ความสวยงามของสินค้า ความปลอดภัยในการใช้สินค้า เป็นต้น

Product development

หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อสร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะต้องมีการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ และแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อาจจะได้มาจากทั้งภายนอกและภายในองค์กร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ

- 1) ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีมาก่อนในตลาด
- 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับปรุง ปรับเปลี่ยน คัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีความแปลกใหม่มากขึ้น
- 3) ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งซึ่งอาจจะจะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับบริษัทแต่เป็นผลิตภัณฑ์เก่าในตลาด

Supply chain management

เป็นการจัดการโดยเน้นความสัมพันธ์ของสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานซึ่งมีเป้าหมายเด่นชัดในเรื่องของการลดต้นทุนและเป้าหมายด้านอื่นๆที่เกิดจากการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งได้แก่ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ประสิทธิภาพ รวมไปถึงการวัดผลของการดำเนินงานตัวขับเคลื่อนหลักทั้ง 4 ตัว ของสมรรถนะของห่วงโซ่อุปทาน คือ สินค้าคงคลัง การขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวกและข้อมูล ในการวัดผลนั้นจะไม่เพียงแค่พิจารณาตัวขับเคลื่อนในแง่ของความสามารถ

ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงความเหมาะสมสอดคล้องกันในด้านกลยุทธ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความสำเร็จตลอดห่วงโซ่อุปทานนั้นด้วย

1. สินค้าคงคลัง (Inventory) ถือเป็นตัวขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าสามารถทำให้ตัวเองมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นโดยมีจำนวนสินค้าคงคลังในปริมาณที่มาก ซึ่งจะทำให้ผู้ค้าปลีกนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทีทันใด แต่อย่างไรก็ตามในการมีวัสดุคงคลังในปริมาณมากนั้นก็เป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายของผู้ค้าปลีก ดังนั้นอาจจะมองว่าเป็นการกระทำที่ขาดประสิทธิภาพก็เป็นไปได้ ในทางกลับกัน การลดปริมาณวัสดุคงคลังลงจะทำให้ผู้ค้าปลีกมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ก็อาจตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้น้อยลง

2. การขนส่ง (Transportation) คือ การเคลื่อนย้ายของวัสดุคงคลังจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน การขนส่งจะสามารถเกิดขึ้นได้โดยด้วยวิธีการและเส้นทางในการขนส่งที่หลากหลาย ซึ่งในแต่ละทางเลือกนั้นก็จะมีลักษณะเด่นที่ไม่เหมือนกัน ทางเลือกในการขนส่งมีผลกระทบอย่างมากต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าของห่วงโซ่อุปทาน ตัวอย่างเช่น โรงงานอุตสาหกรรมเลือกส่งสินค้าให้ผู้ค้าทางทะเลแทนการขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางเรือนี้ถึงแม้ว่ามีค่าขนส่งที่ถูกกว่า สามารถบรรทุกสินค้าได้เยอะกว่า แต่ระยะเวลาในการเดินทางนานกว่าทางรถยนต์ซึ่งมีค่าขนส่งที่แพงกว่า อย่างไรก็ตามในกรณีที่ถูกค้าต้องการให้สินค้ามาถึงเร็ว ปัจจัยนี้อาจจะทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจได้

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถานที่ในเครือข่ายของห่วงโซ่อุปทานซึ่งเป็นที่เก็บวัสดุคงคลังประกอบ หรือทำการผลิต ตัวอย่างเช่น สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงงาน ก็คือสถานที่ในการผลิตและเก็บสินค้า การตัดสินใจที่เกิดขึ้นจะต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งความสามารถในการผลิต และความยืดหยุ่นของโรงงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบอย่างมากต่อสมรรถนะของห่วงโซ่อุปทาน เช่น ในกรณีของผู้ค้าส่งสินค้าด้านชิ้นส่วนรถยนต์ที่มีเป้าหมายสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเป็นหลัก จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เก็บสินค้าหลายๆที่และอยู่ใกล้กับลูกค้า สิ่งนี้จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในระดับต่ำ แต่ในทางกลับกันหากผู้ค้าส่งนั้นมีที่เก็บสินค้าน้อยแห่งก็จะถือเป็นการมีประสิทธิภาพที่ดี แต่เป็นการลดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4. ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ประกอบด้วยข้อมูลดิบและการวิเคราะห์ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับวัสดุคงคลัง การขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก และลูกค้าตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ข้อมูลสารสนเทศของห่วงโซ่อุปทานนี้อาจถือได้ว่าเป็นตัวขับเคลื่อน ห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญที่สุด เพราะข้อมูลนั้นมีผลกระทบโดยตรงต่อตัวขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานทุกตัว ข้อมูลสารสนเทศจะช่วยให้การจัดการกับโอกาสที่จะทำให้มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมี

ประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างเช่น รูปแบบข้อมูลในด้านความต้องการของลูกค้านั้น ทำให้โรงงาน
เวชภัณฑ์สามารถผลิตยาและเก็บยาด้วยการพยากรณ์ถึงความต้องการในอนาคต ซึ่งจะทำให้อุปทาน
นั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากลูกค้าสามารถซื้อยาได้
ในทุกครั้งที่ต้องการ ข้อมูลด้านความต้องการยังช่วยให้ห่วงโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพมากขึ้น
เนื่องจากบริษัทด้านเวชภัณฑ์นั้นสามารถที่จะพยากรณ์ถึงความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และผลิต
ในปริมาณที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้สามารถเลือกทางเลือกที่มีค่าใช้จ่ายที่น้อยที่สุดได้ แต่ยังคง
ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

4) การตรวจสอบด้านการจัดการบุคลากร (Human Resource Audit)

ทรัพยากรมนุษย์ เป็นทรัพยากรที่สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร หรือ
เป็นบุคคลในองค์กรที่สามารถสร้างคุณค่าของระบบการบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
ได้ ดังนั้นองค์กรจึงมีหน้าที่ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้ปฏิบัติงานจนบรรลุวัตถุประสงค์
ขององค์กร ซึ่งต้องใช้การวางแผนเชิงกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์เข้ามาช่วย

วัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีดังนี้

1. เพื่อจัดหาคนที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับงาน
2. เพื่อใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. เพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของกำลังแรงงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
4. เพื่อรักษานักงานที่มีความสามารถให้คงอยู่ให้นานที่สุด
5. เพื่อสื่อสารนโยบายการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้กับพนักงานทุกคนได้ทราบ

หน้าที่ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีดังนี้

1. กำหนดกลยุทธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM Strategy)
2. การวางแผนกำลังคน / การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HR Planning)
3. การสรรหา คัดเลือก การบรรจุแต่งตั้ง (Recruitment, Selection and Placement)
4. การฝึกอบรมและการพัฒนา (Human Resource Training and Development)
5. การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal)
6. การบริหารค่าตอบแทน สวัสดิการและผลประโยชน์ (Compensation, Benefit

and Service)

7. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (Safety and Health)
8. แรงงานสัมพันธ์ (Labor Relations)

ในการตรวจสอบด้านการจัดการบุคลากร ผู้ประกอบการอาจจะต้องจัดทำการประเมินผลความพึงพอใจของพนักงาน (Employee satisfaction survey) หรือทำการประเมินพนักงานครั้งสุดท้ายก่อนลาออก (Exit survey) ซึ่งสามารถตรวจสอบได้เบื้องต้นว่า การจัดการด้านบุคลากรของบริษัททำให้พนักงานในองค์กรมีความพึงพอใจหรือไม่ เพราะถ้าพนักงานพึงพอใจกับการบริหารงานบุคคลก็จะส่งผลให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5) การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา (Root-cause Analysis)

Root-cause analysis เป็นกระบวนการในการเชื่อมโยงปัญหาระดับกิจการทั้งข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์งบการเงิน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประกอบการของหน่วยธุรกิจที่ผ่านมาและแนวโน้มในอนาคต การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกซึ่งแสดงให้เห็นผลกระทบจากปัจจัยภายนอก และการวิเคราะห์ปัจจัยภายในหน่วยงานซึ่งชี้ให้เห็นผลกระทบจากปัจจัยภายใน สุดท้ายเป็นขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดข้างต้นมาแสดงใน แบบฟอร์มของ Root-cause analysis

6) กระบวนการสร้างกลยุทธ์ (Strategic Formulation)

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์ในส่วนต่างๆ ในหลากหลายประเด็นไปแล้ว ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดที่เป็นที่มาของการวิเคราะห์มากมายข้างต้น ก็คือ การสร้างกลยุทธ์

กลยุทธ์ (Strategy) คือ แนวทางที่ทำให้กิจการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างเป็นระบบและมีทิศทางที่ชัดเจน ซึ่งกว่าที่กิจการจะสามารถสร้างกลยุทธ์ได้ก็จำเป็นที่จะต้องมีความเกี่ยวข้องกับกิจการและมีการตั้งเป้าหมายก่อน เมื่อทราบแล้วว่ากิจการอยู่ในตำแหน่งใดมีสถานการณ์ทั้งในปัจจุบันและมีแนวโน้มในอนาคตอย่างไรก็จะสามารถตั้งเป้าหมายได้ และกลยุทธ์นี้เองที่จะเป็นทางเดินไปสู่เป้าหมายนั้นๆ สำหรับขั้นตอนต่างๆ ในการสร้างกลยุทธ์ มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การคาดคะเนสถานการณ์ในอนาคต

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกซึ่งมีวิธีการที่ได้กล่าวไปข้างต้น แต่ในขั้นตอนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ว่า แนวโน้มปัจจัยภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ ถ้าสิ่งแวดล้อมในอนาคตไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากปัจจุบันก็ไม่ต้องทำการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา (Root-Cause Analysis) ใหม่ เพราะถ้าสามารถแก้ไขปัญหาดูแลที่ระบุไว้ได้แล้วก็จะสามารถรับมือกับโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในอนาคตได้ แต่ถ้าสิ่งแวดล้อมในอนาคตมีการเปลี่ยนแปลงก็ต้องมีการวิเคราะห์เพิ่มเติมว่าสิ่งแวดล้อมเหล่านี้มีผลกระทบกับกิจการหรือไม่ และกระทบในระดับใด (Impact) ผลกระทบจะเกิดขึ้นเมื่อใด (Urgency) และโอกาสที่จะเกิดขึ้นมีมากน้อยเพียงใด (Likelihood) หากสิ่งแวดล้อมในอนาคตมีระดับของตัวชี้วัดทั้ง 3 ด้านสูงก็จะต้องมีการพิจารณาว่าจะกระทบกับกิจการในรูปแบบใดบ้าง และต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการแก้ปัญหาที่ได้วางไว้แล้วหรือไม่

ในกรณีที่สถานการณ์ในอนาคตนั้นมีผลกระทบกับกิจการสูงเกิดขึ้นในเร็ววันและมีโอกาสในการเกิดสูง กิจการจะต้องมีการหาแนวทางต่างๆ เพื่อมาป้องกันและแก้ไขในทันที ไม่เช่นนั้นอาจทำให้กิจการเกิดความเสียหายได้ สำหรับแนวทางในการคาดคะเนสถานการณ์ในอนาคตมีดังนี้

1. กำหนดว่าปัจจัยอะไรที่เป็นโอกาส และเป็นอุปสรรคในอนาคต และกิจการควรจะมีการรับมืออย่างไร
2. พิจารณาต่อไปว่า กิจการจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) หรือไม่ หากต้องเปลี่ยนจะเปลี่ยนเป็นอะไร

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างวัตถุประสงค์กับการคาดการณ์ในอนาคต

การวิเคราะห์ความแตกต่างหรือช่องว่าง (Gap Analysis) คือการวิเคราะห์ความห่างของเป้าหมายที่ตั้งไว้กับความคาดหวังในอนาคต ซึ่งในที่นี้คือ วัตถุประสงค์ของกิจการกับเหตุการณ์ในอนาคต การคาดคะเนสถานการณ์ในอนาคตจะช่วยกิจการให้ตัดสินใจได้ว่าต้องวางแผนในระยะ 1 ปี หรือ 5 ปี ถ้าหากสถานการณ์มีความแปรปรวนมากก็ควรทำการวางแผน 1 ปี แต่ถ้าสถานการณ์มีแนวโน้มไม่เปลี่ยนแปลงมากนักก็สามารถวางแผนระยะยาวถึง 5 ปีได้

กรณีที่สถานการณ์มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงน้อยหรือไม่เปลี่ยนแปลง วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายยังคงเหมือนเดิม ทำให้ผู้บริหารไม่จำเป็นต้องปรับหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ มากมาย สถานการณ์แบบนี้เรียกว่า Reactive โดยผู้ประกอบการสามารถใช้ปัญหาของกิจการเดิมที่กำหนดไว้ได้ หรืออาจกำหนดเพิ่มเติมได้ว่าอยากได้สิ่งใดในระดับใด แต่ถ้าเป็นกรณีที่สถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จะเรียกสถานการณ์แบบนี้ว่า Proactive ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคิดหากลยุทธ์เพื่อหาทางออกก่อนแล้วจึงทำการแก้ไขปัญหาจาก Root-cause Analysis เดิม

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดการแก้ไขในภาพรวม

ในขั้นตอนนี้เป็นการตั้งเป้าหมายในภาพรวมว่า จากที่ได้วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาแล้ว สิ่งใดควรทำก่อนหลังอย่างไร ควรมีการแสวงหาทรัพยากรใดเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ปัญหาหรือไม่ และแนวทางของธุรกิจจะยังคงดำเนินไปในทิศทางเดิมหรือไม่ (มุ่งเน้นต้นทุนต่ำ สร้างความแตกต่าง เจาะจงตลาดเฉพาะกลุ่ม)

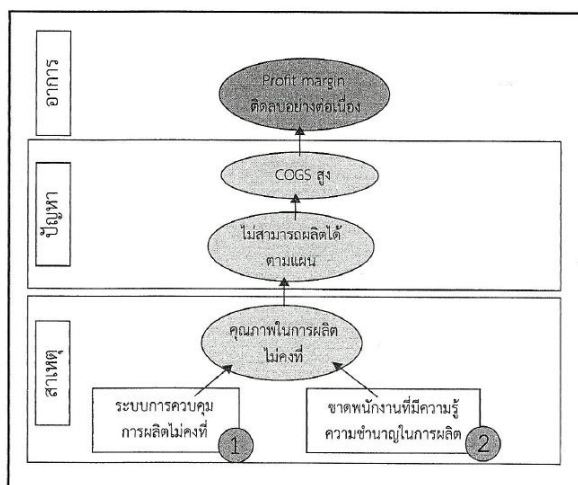
ขั้นตอนที่ 4 การประมวลและประเมินความสำคัญของแต่ละปัญหา

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องลำดับความสำคัญของปัญหาในแต่ละข้อว่า ปัญหาใดควรได้รับการดำเนินการก่อน โดยวิธีการคือ ต้องมีการระบุขั้นตอนในการก้าวข้ามช่องว่างที่ได้วิเคราะห์ไว้ในขั้นตอนที่ 2 เพราะช่องว่างเหล่านี้จะช่วยในการประเมินว่า ต้องมีการปรับเปลี่ยน Root-cause

ที่กำหนดไว้อย่างไร ควรจะมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มหรือไม่ นอกจากนี้ ต้องมีการจัดกลุ่มของปัญหาในกิ่งต่างๆ ใน Root-cause ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร เช่น เป็นปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านการผลิต เป็นต้น

การประเมินความสำคัญนี้ใช้หลักเกณฑ์ว่า กิ่งต่างๆ น่าจะกระทบกับช่องว่างที่กำหนดไว้ในตอนต้นในระดับใด และมีความเร่งด่วนที่ต้องปรับเปลี่ยนในระดับใด แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งไปกว่านั้นคือ การนำกิ่งต่างๆ มาแก้ปัญหาคงจะทำให้ละกิ่ง และต้องมีความเชื่อมโยงกับการวัดผลขององค์กรรายรับ-รายจ่ายที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ และมีผู้รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรม

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดกิจกรรมแก้ไขในแต่ละกิ่งของ Root-cause



ภาพที่ 2.8 การกำหนดกิจกรรมแก้ไขในแต่ละกิ่งของ Root-cause

ที่มา : เอ็มดิก โฮลดิ้ง (2555)

ในการแก้ไขในแต่ละกิ่งนั้น ให้พิจารณาว่าการแก้ไขในประเภของกิ่งหนึ่งควรจะมีผลต่อปัญหาของประเภที่อยู่เหนือขึ้นไปของแต่ละกิ่งด้วย เช่น ถ้าปัญหาคือการผลิตมีของเสียมาก ทำให้เห็นอาการคือ ต้นทุนของสินค้าสูง และราคาสูงเกินกว่าจะแข่งขันได้ สาเหตุของอาการเหล่านี้คือ พนักงานขาดประสบการณ์และระบบตรวจสอบคุณภาพไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ถ้ามีการฝึกอบรมพนักงาน และจัดระบบควบคุมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ก็จะทำให้ของเสียในกระบวนการผลิตน้อยลง และส่งผลต่อเนื่องให้ต้นทุนของสินค้าลดลงและราคาขายลดลงได้

เมื่อทราบแนวทางในการแก้ไขประเภในกิ่งนั้นๆ แล้ว ต้องมีการลงในรายละเอียดต่อไป เพื่อให้เห็นถึงกระบวนการทั้งหมด และความน่าจะเป็นที่จะแก้ไขปัญหานั้นได้ นอกจากนี้เมื่อได้ร่างการแก้ไขของแต่ละกิ่งแล้ว ให้นำการแก้ไขในทุกๆ กิ่งมารวมกัน เพราะการแก้ไขในบางกิ่งจะสามารถ

ช่วยแก้ไขปัญหาในสิ่งอื่นๆ ได้ด้วย การนำแนวทางแก้ไขมารวมกันจะช่วยลดความซ้ำซ้อนของงานลงและช่วยประหยัดงบประมาณที่ต้องใช้ในการแก้ปัญหาด้วย

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดตัวชี้วัด (Key Performance Indicator : KPI)

ตัวชี้วัดที่จะต้องจัดทำขึ้นนี้ก็เพื่อการวัดผลสำเร็จของการแก้ปัญหา โดยตัวชี้วัดจะต้องมีลักษณะเป็นตัวเลขและครอบคลุมระยะเวลาที่กำหนดแผนงาน เช่น ถ้าแผนงานมีระยะเวลา 3 ปี ตัวชี้วัดก็ต้องเป็นการเปรียบเทียบระหว่างตัวเลขเดิมกับตัวเลขของตัวชี้วัดในแต่ละปี เป็นต้น

นอกจากนี้ ตัวชี้วัดในการแก้ปัญหานั้นแต่ละเรื่องนั้นควรจะเป็นลักษณะสนับสนุน คือ ควรจะใช้ตัวชี้วัดหลายตัวในแต่ละเรื่อง เพื่อช่วยกำหนดกรอบทิศทางในการดำเนินงานไปสู่ความสำเร็จ เช่น ในเรื่องการฝึกอบรม ตัวชี้วัดตัวแรกอาจเป็นอัตราการเข้าฝึกอบรมตัวต่อไปอาจเป็นอัตราการใช้ความรู้ในการฝึกอบรมในการปฏิบัติงาน และยังมีตัวชี้วัดความสำเร็จในเรื่องยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการฝึกอบรม ในการทำงาน เป็นต้น

สำหรับในเรื่องการลดต้นทุนการผลิต (COGS) ที่เคยกล่าวถึงไว้ว่า

1. บริษัทต้องมีต้นทุนไม่เกิน 70% นั้น
2. ต้องมีการปรับปรุงผลิตภาพให้สูงขึ้น เนื่องจากการที่เมื่อบริษัทสามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมาก ต้นทุนต่อหน่วยก็จะลดลง
3. สินค้าต้องมีคุณภาพสูงเพื่อให้สามารถขายในราคาสูงๆ ได้ ซึ่งกิจกรรมทั้งหลายจะส่งผลให้บริษัทมีกำไรที่ดีขึ้นตามลำดับ

ขั้นตอนที่ 7 การคำนวณผลกระทบทางการเงิน

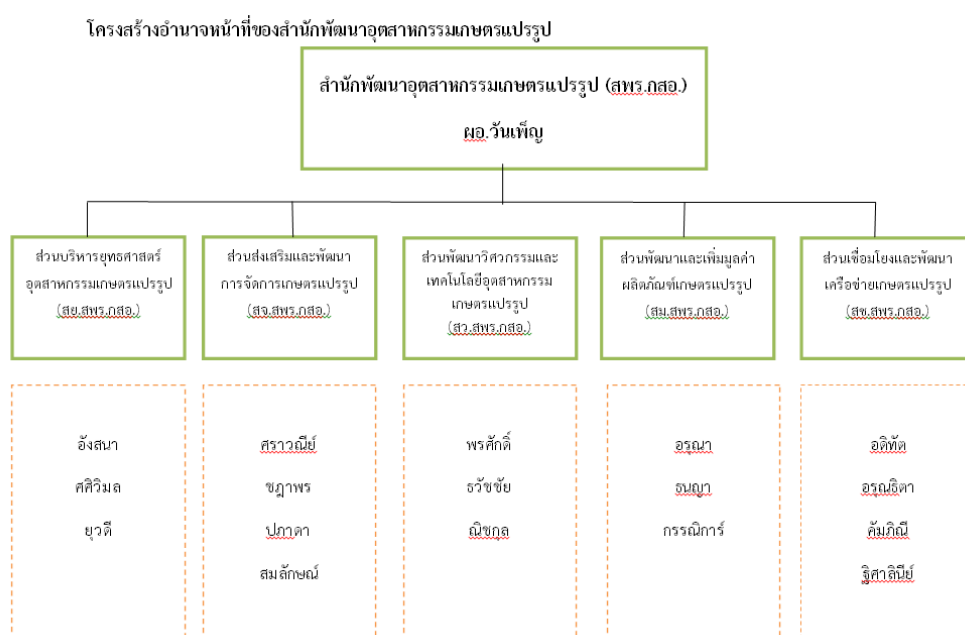
เมื่อได้มีการดำเนินกลยุทธ์เพื่อแก้ไขปัญหาแล้ว สิ่งที่จะได้รับผลกระทบในขั้นสุดท้ายคือด้านการเงิน แต่ก่อนที่จะมีการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติจริง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการคำนวณและพยากรณ์ผลลัพธ์ทางการเงินก่อนเพื่อให้เห็นภาพว่า กลยุทธ์ที่กำหนดไว้จะส่งผลต่อการเงินของบริษัทอย่างไรทั้งในด้านรายรับและรายจ่าย รวมทั้งการประมาณการ (Projection) ให้ครบทั้งระยะเวลาที่วางแผน เช่น ถ้าแผนกลยุทธ์ระยะเวลา 5 ปี ก็ต้องทำการประมาณการงบการเงิน 5 ปี เท่ากัน

ขั้นตอนที่ 8 การกำหนดแผนปฏิบัติการ (Action Plan)

ขั้นตอนนี้จะเป็นการรวบรวมกิจกรรมทั้งหมดที่บริษัทต้องดำเนินการเพื่อลดช่องว่างที่ได้กำหนดไว้ตั้งแต่แรก โดยแบ่งตามระยะเวลา ผู้รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรม และงบประมาณที่แต่ละกิจกรรมต้องใช้

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ก่อตั้งขึ้นเป็นการภายในเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2554 ภายใต้สังกัด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ดำเนินการได้อย่างครบวงจร สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.9 โครงสร้างอำนาจหน้าที่ของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2554)

ภารกิจ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาสถานะของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เพื่อจัดทำแผนงาน โครงการและยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม ภูมิปัญญา และขบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป รวมทั้ง ดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปที่เหมาะสม เพื่อยกระดับขบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ส่งเสริมและพัฒนาระบบการบริหาร/การจัดการ ธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเพื่อเพิ่มผลผลิตในการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่ช่วยในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

4. พัฒนาวิศวกรรมและเครื่องมือกลเกษตรแปรรูป เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการยกระดับเทคโนโลยีการผลิต และการแปรรูปให้ได้ผลผลิตที่สมบูรณ์ และมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

5. พัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปใหม่ๆ ที่จะช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดให้มีการขยายตัวมากขึ้น

6. สร้างเครือข่ายและเชื่อมโยงระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ให้เกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ในการพัฒนาการประกอบการ รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการขยายการลงทุนหรือสร้างโอกาสการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

7. ให้บริการข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป รวมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำในการยกระดับคุณภาพของพืชเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เพื่อรองรับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

8. บูรณาการ การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรและสถาบันต่างๆ

9. ให้ความร่วมมือ ประสานงาน หรือร่วมปฏิบัติงานกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป แบ่งหน่วยงานเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนบริหารยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป
2. ส่วนส่งเสริมและพัฒนาระบบการจัดการเกษตรแปรรูป
3. ส่วนพัฒนาวิศวกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป
4. ส่วนพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป
5. ส่วนเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายเกษตรแปรรูป

โดยมีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. ส่วนบริหารยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษาภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป สภาพปัญหา/อุปสรรค ในการประกอบการรวมทั้งนโยบายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เพื่อจัดทำแผนงาน มาตรการและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่เหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายของประเทศในการสนับสนุนให้มีการดำเนินการธุรกิจ

อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอย่างกว้างขวาง พร้อมทั้งยกระดับขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล จัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแปรรูปตั้งต้นต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตามห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ของอุตสาหกรรม ทั้งที่เป็นข้อมูลด้านการประกอบอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ข้อมูลการลงทุน การค้าและการบริการผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ผลผลิตทางการเกษตรแปรรูป แนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป และข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ที่สนับสนุนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร เป็นต้น จัดทำแผนงานและงบประมาณประจำปี และจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานสารบรรณ และงานอำนวยการทั่วไป งานรับ – ส่ง ได้ตอบหนังสือ เก็บหลักฐาน กฎระเบียบคำสั่งและเอกสารสำคัญต่าง ๆ จัดการเกี่ยวกับงานประชุม อบรม สัมมนา ภายในสำนักงาน กำกับ ดูแล งานการเงิน และตรวจสอบเอกสารเบิกจ่าย งานพัสดุ งานประชาสัมพันธ์และงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

2. ส่วนส่งเสริมและพัฒนาการจัดการเกษตรแปรรูป

มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมและพัฒนากระบวนการจัดการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตามห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป โดยการศึกษาวิเคราะห์สภาพการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และจัดทำแนวทางในการพัฒนาระดับ หรือแก้ไขปรับปรุงการบริหารจัดการของสถานประกอบการเกษตรแปรรูปให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถขยายตลาดสร้างความเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในด้านต่างๆ อาทิเช่น การจัดการด้านการเงิน การวางแผนผลิต การจัดการพลังงาน การตลาด การจัดการสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงกิจการได้ทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยการจัดอบรม สัมมนา การบริการข้อมูลและให้คำปรึกษาแนะนำด้านการจัดการ การจัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อช่วยเหลือกิจการในการปรับปรุงระบบบริหารจัดการ จัดศึกษาคุณงาน หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการพัฒนา การจัดการอย่างเป็นระบบ ที่จะส่งผลให้การประกอบอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปเติบโตอย่างยั่งยืน

3. ส่วนพัฒนาวิศวกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

มีหน้าที่รับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ สถานภาพการใช้วิศวกรรมเกษตรและเครื่องมือกลเกษตรแปรรูปและแนวโน้มการใช้เครื่องมือกลเกษตรแปรรูปสมัยใหม่ พร้อมทั้งข้อมูลเทคโนโลยีการแปรรูปที่ก้าวหน้า ของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาและยกระดับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และแนวทางการส่งเสริมการใช้วิศวกรรมและเครื่องมือกลเกษตรในการแปรรูปที่จะช่วยให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สามารถประหยัดต้นทุนการผลิต และดำเนินการแปรรูปได้อย่างสมบูรณ์ สามารถสร้าง

มูลค่าเพิ่มให้วัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปได้อย่างเต็มที่ ดำเนินการคิดค้นพัฒนาเครื่องมือกลเกษตรแปรรูปที่เหมาะสม ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก ในการเลือกใช้เครื่องมืออุปกรณ์แปรรูป เทคนิควิธีการใช้ และการซ่อมบำรุงรักษาที่ถูกต้อง จัดทำฐานข้อมูลกลางที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปที่เหมาะสมกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรต่างๆ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ โดยการจัดอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ พร้อมจัดหาที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง นอกจากนี้ ยังมีหน้าที่ในการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กร สถาบันการศึกษาและวิจัยต่างๆ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาเครื่องมือ / อุปกรณ์ และพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปร่วมกันระหว่างนักวิชาการและผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับการใช้เครื่องมือ / อุปกรณ์ และเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น

4. ส่วนพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป

มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการส่งเสริมการ发展和เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป โดยดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาการศึกษาวิจัย นวัตกรรม ขบวนการผลิตใหม่ๆ ที่จะช่วยให้เกิดมูลค่าผลิตภัณฑ์สูงขึ้น ให้บริการคำปรึกษาแนะนำ/ข้อมูลสำหรับการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบทางการเกษตรแปรรูปผลิตภัณฑ์ขั้นสูง การพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้ได้มาตรฐานสากล การสนับสนุนให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเกิดผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายยิ่งขึ้น พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานงานวิชาการหรือสถาบันศึกษาวิจัยต่างๆ เพื่อนำผลงานที่ได้จากการค้นคว้า วิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร (food) หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร (Non-food) ซึ่งจะช่วยให้มูลค่าให้กับวัตถุดิบทางการเกษตร

5. ส่วนเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายเกษตรแปรรูป

มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายเกษตรแปรรูปตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และมีขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยการส่งเสริมการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปตั้งแต่ต้นน้ำ (วัตถุดิบ) กลางน้ำ (การแปรรูป) และปลายน้ำ (การค้าและบริการ) ในพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปครบวงจร เพื่อให้เกิดการเกื้อกูล และร่วมมือกันพัฒนาผลิตภาพโดยรวมของกลุ่มให้สูงขึ้น และพัฒนาระบบส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการต่อยอดผลงานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จากสถาบันการศึกษาหรือสถาบันวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น อาทิเช่น ระบบฐานข้อมูลการวิจัย ระบบโลจิสติกส์ ระบบมาตรฐาน ระบบการให้คำปรึกษาแนะนำ

ศูนย์กระจายสินค้า และการสนับสนุนด้านการเงิน เป็นต้น รวมทั้งดำเนินการกระตุ้น ส่งเสริม ให้เกิดการลงทุนการค้าและบริการ ทั้งจากในประเทศและนอกประเทศในธุรกิจเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอย่างครบวงจร ตลอดจนดำเนินการพัฒนา เตรียมความพร้อมบุคลากรด้านการผลิต และการวิจัย เพื่อรองรับการจ้างงานในกลุ่มเครือข่ายอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปต่อไป

โดยสรุปแล้ว สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีหน้าที่ในการพัฒนา ส่งเสริม ช่วยเหลือ และสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการที่จะแข่งขันในทางธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจให้มีการขยายตัวมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยยกระดับความมั่นคงของเศรษฐกิจของประเทศ ในฐานะที่เป็นกลไกของภาครัฐ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่งนภา ต่ออุดม (2550) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุที่ประสบความสำเร็จจะอยู่ที่ 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงาน 21-30 ปี เงินที่ลงทุนเมื่อเริ่มกิจการอยู่ที่ 1-9.9 ล้านบาท (2) ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปสาระได้ ดังนี้ 1. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์ที่มุ่งให้กิจการเจริญเติบโต มีทักษะความสามารถในการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการตัดสินใจ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ และมีความซื่อตรงในการประกอบธุรกิจ 2. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจการเกษตร มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ มีการวางแผนทางการเงิน มีการบริการจัดส่งสินค้า เล็งเห็นถึงคุณภาพของสินค้า มีการรับข่าวสารทางโทรทัศน์ วิทยุ วารสารทางการเกษตร และหน่วยงานของรัฐบาล 3. ปัจจัยด้านบุคลากร ใช้แรงงานในพื้นที่ ต่างพื้นที่ และต่างด้าว 4. ปัจจัยด้านนโยบายรัฐ ผู้ประกอบการขนาดกลางจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยส่วนใหญ่จะดำเนินการผลิตและค้าเครื่องจักรการเกษตร จะได้รับการสนับสนุนเงินทุนในการค้าว่าววิจัยเครื่องจักรกลเกษตร (3) ปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่เป็นด้านการจัดการ เงินทุนหมุนเวียน รองลงมาคือ ด้านคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน ด้านแรงงานและด้านคลังสินค้า (4) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า และบริการที่ผู้ประกอบการมีให้แก่ลูกค้า สินค้าที่มีราคาถูกสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง การส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

เสนีย์ พวงยานี และมณฑนา ไตรสิทธิ์ (2550) ได้ศึกษาการพัฒนาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่จัดตั้งกิจการในรูปของบริษัท และกิจการเจ้าของคนเดียว ปัจจัยด้านการบริหารการเงินและบัญชีมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการมากที่สุด โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นจะให้ความสำคัญกับความทันสมัยของเทคโนโลยีเป็นลำดับสุดท้าย และจากการวิเคราะห์ถึงอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยอื่นๆ ทั้งคุณลักษณะผู้บริหาร การบริหารเชิงกลยุทธ์ การตลาด และทรัพยากรมนุษย์ ล้วนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรีด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรีนั้น ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริหารการเงินและบัญชี และปัจจัยด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นอันดับแรก ปัจจัยนั้นส่งผลอย่างชัดเจนต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี

เรวดี จักรเสน (2551) ได้ศึกษาการปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ : กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร พบว่า (1) บทบาทในอดีตของร้านค้าโชห่วยมีความสำคัญต่อชุมชนทั้งในด้านของเศรษฐกิจและสังคม โดยบทบาททางด้านเศรษฐกิจที่ถือเป็นบทบาทหน้าที่หลัก คือ เป็นสถานที่ในการซื้อขายสินค้าเพื่อการยังชีพของผู้นั้นในชุมชนก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราในระบบ และในส่วนของบทบาทหน้าที่ทางสังคมคือ เดิมร้านค้าโชห่วยจะเป็นศูนย์กลางของชุมชน ทั้งในด้านการเป็นสถานที่พบปะ เป็นแหล่งเกื้อกูล และให้ความช่วยเหลือต่อชุมชน แต่ในปัจจุบันบทบาทหน้าที่ของร้านค้าโชห่วยได้ลดบทบาทลงไปในด้านของเศรษฐกิจที่เดิมเคยเป็นศูนย์กลางทางการค้าก็กลายเป็นสถานที่ขายสินค้ายามฉุกเฉินและสินค้าสะดวกซื้อเท่านั้น (2) เมื่อมีห้างสรรพสินค้า ทำให้ระบบการซื้อขายแบบสินเชื่อก่อยาลดบทบาทลงไป นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆอีกที่ทำให้ร้านค้าโชห่วยมีการเปลี่ยนแปลงคือ ร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่ กระแสโลกาภิวัตน์ งานด้านผังเมือง สภาวะเศรษฐกิจและลักษณะทางธรรมชาติ ซึ่งทำให้ร้านค้าโชห่วยเกิดการเปลี่ยนแปลง 5 ด้าน คือ 1.ด้านกายภาพ 2.ด้านสินค้า 3.การบริการ 4.ด้านเศรษฐกิจ และ 5.ด้านสังคม (3) ปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วย มี 12 ปัจจัย คือ

1.ร้านค้าโชห่วยมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา 2.ห้างสรรพสินค้าที่เปิดให้บริการจะต้องไม่ใช่ขนาดใหญ่ 3.สถานที่ตั้งของร้านค้าโชห่วย 4.ความเป็นกันเอง 5.ความรวดเร็วในการบริการ 6.ความแตกต่างด้านสินค้า 7.มีบริการสินค้าแบบแบ่งขาย 8.สินค้าตรงต่อความต้องการของลูกค้า 9.เจ้าของร้านมีอาชีพเสริม 10.การเปลี่ยนแปลงของเมืองไม่รวดเร็วนัก 11.ความสัมพันธ์ระหว่างร้าน/ลูกค้าและชุมชน และ 12.การใช้ชีวิตอย่างพอเพียงของเจ้าของร้านค้าโชห่วย

นรารัก บุญญานาม (2554) ได้ศึกษาความอยู่รอดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดระยอง โดยใช้บริษัทตัวอย่างจำนวน 16 บริษัท วิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาอัตราส่วนร้อยละเพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจ SMEs และใช้สถิติเชิงปริมาณโดยวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมในการศึกษาความอยู่รอด วิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการอยู่รอด โดยการสัมภาษณ์และจากงบการเงินระหว่างปี พ.ศ.2540-2550 พบว่า 1) โครงสร้างอุตสาหกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต สาขาสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดระยองแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยมีธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมปลายน้ำสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50 ทั้งหมดประกอบดัดเย็บชุดยูนิฟอร์ม และเสื้อผ้าสำเร็จรูป วิสาหกิจขนาดย่อมมีสัดส่วนสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 75 อายุของวิสาหกิจอยู่ระหว่าง 1-3 ปี สูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.75 วิสาหกิจตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองสูงที่สุด และแหล่งวัตถุดิบหลักอยู่ในประเทศไทย การหาแรงงานมาทดแทนแรงงานระดับปฏิบัติการมีระดับง่ายถึงปานกลาง ส่วนแรงงานระดับฝีมืออยู่ในระดับปานกลางถึงยาก 2) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตสาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดระยองสามารถอยู่รอดได้โดยเฉพาะธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมปลายน้ำเนื่องจากมีอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร และอัตราส่วนการบริหารหนี้สินดีกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการอยู่รอดมี 3 ตัว ได้แก่ รายได้ เครือข่ายของวิสาหกิจ และสินค้าคงเหลือ โดยปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ รายได้ รองมา คือ เครือข่ายของวิสาหกิจ และสินค้าคงเหลือตามลำดับ แต่ขนาดของการส่งผลเรียงตามลำดับได้แก่ เครือข่ายวิสาหกิจ รายได้ และสินค้าคงเหลือตามลำดับ แนวโน้มความอยู่รอดของ SMEs ในจังหวัดระยองนั้นดีมาก โดยมีแนวโน้มของการสูญพันธุ์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจที่มีเครือข่ายวิสาหกิจสามารถทำกำไรมากกว่าธุรกิจที่ไม่มีเครือข่ายถึงร้อยละ 4,067.90

สุรัช จันทร์จรัส และนงคินี จันทร์จรัส (2553) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความอยู่รอดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเชิงเหนือของไทย ซึ่งทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความน่าจะเป็นในการอยู่รอดหรือล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้อัตราส่วน

ทางการเงิน จำนวน 8 อัตราส่วนทางการเงินจาก 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการทำกำไร อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ และอัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการบริหารหนี้สิน นอกจากนี้ ยังได้รวมตัวแปรควบคุมที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และทำเลที่ตั้งของวิสาหกิจในการพยากรณ์ความน่าจะเป็นที่วิสาหกิจจะล้มเหลว โดยตัวแบบที่จะนำมาใช้ในการศึกษา คือ การวิเคราะห์ความถดถอยลอจิสติก (Logistic regression analysis) พบว่า ความน่าจะเป็นในการอยู่รอดหรือล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพยากรณ์โดยใช้ 4 ปัจจัย คือ อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหนี้สิน อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม และขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการก่อหนี้มากและมีประสิทธิภาพต่ำในการบริหารสินทรัพย์รวม จะมีโอกาสที่จะประสบความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจมาก นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์ความถูกต้องของการพยากรณ์ของตัวแบบการวิเคราะห์ความถดถอยแบบลอจิสติก ที่ได้ประมาณการขึ้น พบว่า ตัวแบบสามารถพยากรณ์สถานะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถูกต้องร้อยละ 85.39

ศรียา พันธุ์ณรงค์ (2553) ได้ศึกษาการดำเนินงาน ประสิทธิภาพและความอยู่รอดของกิจการร้านค้าชุมชน กรณีศึกษา ร้านค้าชุมชนบ้านกล้วยใหม่ หมู่ 14 ต.สันมะเค็ด อ.พาน จ.เชียงราย โดยใช้เทคนิคด้านการสำรวจ การสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึกศึกษาการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน และใช้เทคนิคการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratios Analysis) ในการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ พบว่า 1) วิธีการดำเนินงานของร้านค้าชุมชนบ้านกล้วยใหม่ คือ ก่อตั้งครั้งแรกในปี พ.ศ.2542 โดยมีนายคำคำ ศรียอด ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 14 แต่เกิดปัญหาการทุจริต จึงได้ยกเลิกไปในครั้งนั้น จนต่อมาในปี พ.ศ.2545 นายกองแก้ว หมูคำ ผู้ใหญ่บ้านคนต่อมาได้ก่อตั้งร้านค้าชุมชนขึ้นมาอีกครั้ง มีโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วย ประธาน 1 คน ทำหน้าที่ตรวจสอบ ควบคุมดูแลการดำเนินงาน กรรมการร้านค้า 2 คน ทำหน้าที่ในการตรวจสอบสินค้า คำนวณยอดซื้อของสมาชิก เก็บเงินจากการจำหน่ายสินค้าในแต่ละวัน คำนวณเงินปันผลให้กับสมาชิกทุกงวด 6 เดือน และผู้ขาย 2 คน ทำหน้าที่จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายแต่ละวัน มีจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภคเป็นหลัก 2) ประสิทธิภาพการดำเนินงานของร้านค้าชุมชนบ้านกล้วยใหม่ ทางด้านความสามารถในการทำกำไร พบว่า รายได้ของร้านค้าค่อนข้างสม่ำเสมอ ทางด้านประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ พบว่า กิจการมีความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ต่ำลง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสังเคราะห์ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ได้แสดงไว้ในตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.6 การสังเคราะห์ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs

ความพร้อม/ การปรับตัว	กระทรวง อุตสาหกรรม	รศ.ดร.จุฑา เทียนไทย	วิษณุ บุญมาร์ตัน	ดร.วิชัย พยัคฆโส	อ.มโนร กุศลศักดิ์
แรงงาน	✓			✓	✓
เทคโนโลยี	✓	✓			
สาธารณูปโภค	✓				
โลจิสติกส์	✓			✓	
ตลาด	✓			✓	
ภาษี	✓				
เครือข่าย	✓		✓		✓
กฎระเบียบ	✓				✓
การบริหารจัดการ		✓			✓
วิจัยและพัฒนา		✓		✓	✓
เงินทุน				✓	
ฝึกอบรม		✓			

จากตารางที่ 2.6 ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด 8 ตัวแปร โดยที่ตัวแปรด้านแรงงาน ด้านเครือข่าย และการวิจัยและพัฒนา มีผู้ศึกษามากที่สุด ตัวแปรที่มีผู้ศึกษารองลงมาคือตัวแปรด้านเทคโนโลยี โลจิสติกส์ ตลาด กฎระเบียบ และการบริหารจัดการ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสม (Mixed Method) เพื่อศึกษาถึงความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิดและผลงานทางวิชาการ และในเรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้าร่วมโครงการของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป โดยจะศึกษาข้อมูลในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดการศึกษา ดังนี้

- 1.1 วิธีการศึกษาวิจัย
- 1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 1.3 ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล
- 1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการศึกษาวิจัย

3.1.1 วิธีการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ คือเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อบรรยายคุณลักษณะของปัจจัย คือ ข้อมูลทั่วไป ปัจจัยภายในองค์กร ควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research) คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อบรรยายถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs

3.1.2 ตัวแปรเชิงปริมาณ

3.1.2.1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ เช่น ประเภทของธุรกิจ ระดับชั้นของธุรกิจ รูปแบบของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ และกลุ่มลูกค้า

3.1.2.2 ปัจจัยภายในองค์กร เช่น แรงงาน เทคโนโลยี โลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย
กฎระเบียบ การจัดการ และการวิจัยและพัฒนา

3.1.2.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ โดยเฉพาะเจาะจงผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการจากสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในปีงบประมาณ 2556 จำนวน 610 กิจการ

3.2.1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตร ของยามานะ (Yamanae 1973 : 725, อ้างถึงใน บุญธรรมกิจปริดาภิธูทธิ์ 2540 : 71) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่ม

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (0.05)

ขนาดของประชากรที่ศึกษามีจำนวน 610 กิจการ ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{610}{1 + 610(0.05)^2} = 242 \text{ กิจการ}$$

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 242 กิจการ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็นโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

3.2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากขนาดของธุรกิจ คือ ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดย่อม อย่างละ 5 กิจการ จำนวนทั้งสิ้น 10 กิจการ

3.3 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือน มิถุนายน 2556 – สิงหาคม 2556 โดยแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการจากสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในปีงบประมาณ 2556 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 242 กิจการ โดยส่งแบบสอบถามทั้งหมด 250 ชุด ได้รับคืน 242 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.8 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด และคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ 242 กิจการ สาเหตุที่ได้รับแบบสอบถามคืนกลับมามีจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ คือ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้กรอกแบบสอบถามรายบุคคลหลังจากเข้ารับบริการทันที จึงทำให้ได้รับแบบสอบถามคืนกลับมามีจำนวน 242 คน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังทำการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 10 กิจการ ร่วมด้วยเพื่อสะท้อนปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการให้แก่สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ใช้เป็นข้อมูลในการนำไปส่งเสริม และช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ศึกษาหลักการและแนวคิดจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่างๆที่ทำให้เกิดความสอดคล้องกับเรื่องความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ต้องการศึกษาโดยแบ่งเป็นปัจจัยด้านต่างๆที่อธิบายไว้ในบทที่ 2 และอาศัยกรอบแนวคิดจากการสังเคราะห์การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมด้วย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ โดยถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกิจการ

- ประเภทธุรกิจ
- รูปแบบธุรกิจ
- ระดับขั้นของธุรกิจ

- ขนาดของธุรกิจ
- กลุ่มลูกค้า

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจากภายในองค์กร ได้แก่ แรงงาน เทคโนโลยี โลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนา

โดยใช้แบบสอบถาม มีเกณฑ์คะแนนและความหมายไว้ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยมาก	1

การแปลความหมายของคะแนน โดยใช้คะแนนเฉลี่ย (Mean) ของคะแนนเป็นตัวชี้วัด โดยกำหนดเกณฑ์ตามแนวคิดของ Best (1981:182) ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง	ความพร้อมต่อการเข้าสู่ AEC อยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50 หมายถึง	ความพร้อมต่อการเข้าสู่ AEC อยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50 หมายถึง	ความพร้อมต่อการเข้าสู่ AEC อยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50 หมายถึง	ความพร้อมต่อการเข้าสู่ AEC อยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50 หมายถึง	ความพร้อมต่อการเข้าสู่ AEC อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาและความมั่นใจ (reliability) ดังนี้

3.5.1 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา มาเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ

ตรวจสอบ เพื่อความถูกต้องตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และเชื่อถือได้ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

3.5.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาความเชื่อมั่นกับผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.6.1 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่เข้ามาอบรม และเข้าโครงการต่างๆของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในปีงบประมาณ 2556

3.6.2 ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 242 กิจการ

3.6.3 ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 กิจการ

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.1 วิธีการประมวลข้อมูล

หลังจากได้รวบรวมแบบสอบถามคืน และตรวจสอบความเรียบร้อยแล้ว นำมาจัดระเบียบข้อมูลเพื่อเตรียมการสำหรับการใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการดูผลการวิจัย นั่นคือการใช้โปรแกรมที่เราเรียกว่า SPSS

3.7.2 สถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

3.7.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของข้อมูลทั่วไปของกิจการ ใช้การแจกแจงความถี่โดยคอมพิวเตอร์และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

3.7.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการวิเคราะห์และอธิบายถึงระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ AEC

3.7.2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และอธิบายถึงระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ AEC

3.7.2.4 การวิเคราะห์ความแปรปรวน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test และ F-test (ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกที่มีต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ AEC

โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ไว้ที่ระดับ 0.05

3.7.3 การวิเคราะห์เนื้อหา

หลังจากทำการสัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้รวบรวม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ส่วน ได้แก่ 4.1 ผลการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 4.2 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 4.3 ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ผลการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับผลการประเมินมีรายละเอียด ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ประเภทอุตสาหกรรม		
1.1 ด้านอาหาร	242	100
1.2 ด้านอื่นๆ	-	-
2. ประเภทธุรกิจ		
2.1 การผลิต	205	84.7
2.2 การบริการ	11	4.5
2.3 การค้าปลีก	7	2.9
2.4 การค้าส่ง	19	7.9
3. ชั้นของธุรกิจ		
3.1 ต้นน้ำ	56	23.1
3.2 กลางน้ำ	147	60.7
3.3 ปลายน้ำ	39	16.1
4. รูปแบบธุรกิจ		
4.1 บุคคลธรรมดา	52	21.5
4.2 นิติบุคคล	22	9.1
4.3 ห้างหุ้นส่วนจำกัด	24	9.9
4.4 บริษัทจำกัด	136	56.2
4.5 อื่นๆ	8	3.3
5. จำนวนการจ้างงาน		
5.1 น้อยกว่า 50 คน	177	73.1
5.2 50 – 100 คน	19	7.9
5.3 101 – 150 คน	19	7.9
5.4 151 – 200 คน	27	11.2

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
6. มูลค่าทรัพย์สินถาวร		
6.1 ไม่เกิน 50 ล้านบาท	178	73.6
6.2 51 – 100 ล้านบาท	31	12.8
6.3 101 – 150 ล้านบาท	6	2.5
6.4 151 – 200 ล้านบาท	27	11.2
7. ทุนจดทะเบียน		
7.1 น้อยกว่า 10 ล้านบาท	168	69.4
7.2 11 – 15 ล้านบาท	25	10.3
7.3 16 – 20 ล้านบาท	7	2.9
7.4 21 – 25 ล้านบาท	42	17.4
8. ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ		
8.1 น้อยกว่า 5 ปี	70	28.9
8.2 6 – 10 ปี	43	17.8
8.3 10 – 20 ปี	64	26.4
8.4 มากกว่า 20 ปี	65	26.9
9. กลุ่มลูกค้า		
9.1 ในประเทศ	130	53.7
9.2 ต่างประเทศ	26	10.7
9.3 ทั้งในและต่างประเทศ	86	35.5
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เป็นผู้ประกอบการประเภทอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทการผลิต (ร้อยละ 84.7) มีการดำเนินธุรกิจอยู่ในขั้นกลางน้ำ (ร้อยละ 60.7) มีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด (ร้อยละ 56.2) จำนวนการจ้างงานส่วนใหญ่ไม่น้อยกว่า 50 คน (ร้อยละ 73.1) มูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท (ร้อยละ 73.6) มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท (ร้อยละ 69.4) มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ไม่น้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 28.9) และมีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ภายในประเทศ (ร้อยละ 53.7)

4.1.2 ผลการประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยรวมแต่ละด้านของคะแนนความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร

N=242

ข้อที่	ปัจจัยภายใน	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
1	แรงงาน	2.75	.996	ปานกลาง
2	เทคโนโลยี	3.01	.880	ปานกลาง
3	ระบบโลจิสติกส์	3.10	.891	ปานกลาง
4	ตลาด	3.10	1.023	ปานกลาง
5	เครือข่าย	2.15	1.090	น้อย
6	กฎระเบียบ	2.65	1.055	ปานกลาง
7	การบริหารจัดการ	3.25	1.018	ปานกลาง
8	การวิจัยและพัฒนา	3.37	1.015	ปานกลาง
รวม		2.92	.996	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีค่าเฉลี่ยของความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนามากที่สุด ($\bar{X} = 3.37$) รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการขององค์กร ($\bar{X} = 3.25$) และมีความพร้อมด้านเครือข่ายน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.15$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านแรงงาน

N=242

ข้อที่	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
แรงงาน				
1.	พนักงานของท่านมีทักษะและความชำนาญเพียงพอต่อการการทำงานเพื่อรองรับต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	2.86	.851	ปานกลาง
2.	พนักงานของท่านมีทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้มากกว่า 1 ภาษา	2.27	1.088	น้อย
3.	พนักงานของท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC	2.33	.887	น้อย
4.	องค์กรของท่านมีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะและฝีมือให้แก่พนักงาน	2.88	.885	ปานกลาง
5.	องค์กรของท่านมีค่าตอบแทนสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่พนักงาน	3.40	.830	ปานกลาง
รวม		2.75	.996	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านแรงงานในประเด็นค่าตอบแทนของสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่พนักงานมากที่สุด ($\bar{X} = 3.40$) รองลงมา คือ การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะและฝีมือให้แก่พนักงาน ($\bar{X} = 2.88$) และประเด็นทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศที่มากกว่า 1 ภาษา น้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.27$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านเทคโนโลยี

N=242

ข้อที่	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
เทคโนโลยี				
1.	องค์กรของท่านมีวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และ เครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัย และสามารถรองรับ ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต	2.97	.928	ปานกลาง
2.	องค์กรของท่านมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทันสมัยมาใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้งในและ ต่างประเทศ	3.03	.904	ปานกลาง
3.	องค์กรของท่านมีเครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆ ที่เพียงพอต่อการใช้งาน	3.12	.791	ปานกลาง
4.	องค์กรของท่านมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหาร จัดการ เช่น ด้านบัญชี ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.03	.873	ปานกลาง
5.	องค์กรของท่านมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบำบัดรักษา สิ่งแวดล้อม	2.91	.891	ปานกลาง
รวม		3.01	.880	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีในประเด็นที่มีเครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆ ที่เพียงพอต่อการใช้งานมากที่สุด ($\bar{X} = 3.12$) รองลงมา คือ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ และมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการ เช่น ด้านบัญชี ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.03$) และประเด็นของการมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบำบัดรักษาสังแวดล้อมน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.91$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านระบบโลจิสติกส์

N=242

ข้อที่	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
ระบบโลจิสติกส์				
1.	องค์กรของท่านมีการขนส่ง จัดเก็บ สินค้าอย่างเป็นระบบ	3.09	.794	ปานกลาง
2.	ท่านสามารถส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาและมีประสิทธิภาพ	3.61	.662	มาก
3.	องค์กรของท่านมีการขนส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีความคุ้มค่า	3.32	.821	ปานกลาง
4.	องค์กรของท่านมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านโลจิสติกส์อย่างเพียงพอ	2.79	.855	ปานกลาง
5.	องค์กรของท่านมีคณะทำงานที่รับผิดชอบด้านโลจิสติกส์ โดยรวมขององค์กร	2.67	.954	ปานกลาง
รวม		3.10	.891	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ในประเด็นการสามารถส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ($\bar{X} = 3.61$) รองลงมา คือ มีการขนส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีความคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.32$) และประเด็นของการมีคณะทำงานที่รับผิดชอบด้านโลจิสติกส์ โดยรวมขององค์กรน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.67$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านตลาด

N=242

ข้อที่	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
ตลาด				
1	องค์กรของท่านมีการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับ รสนิยมและความต้องการของตลาด	3.46	.784	ปานกลาง
2	องค์กรของท่านมีการวางแผนการจำหน่ายสินค้าภายนอก ประเทศ	3.10	1.100	ปานกลาง
3	องค์กรของท่านมีการส่งเสริมการขายของสินค้า	3.21	.953	ปานกลาง
4	องค์กรของท่านมีการประชาสัมพันธ์สินค้าให้ผู้บริโภค รู้จักตลอดจนมีการขยายการประชาสัมพันธ์ไปสู่ประเทศ ในแถบอาเซียน	2.65	1.076	ปานกลาง
5	องค์กรของท่านมีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้า	3.06	1.006	ปานกลาง
รวม		3.10	1.023	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านการตลาดในประเด็นของการมีการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของตลาดมากที่สุด ($\bar{X} = 3.46$) รองลงมา คือ มีการส่งเสริมการขายของสินค้า ($\bar{X} = 3.21$) และประเด็นของการมีการประชาสัมพันธ์สินค้าให้ผู้บริโภค รู้จัก ตลอดจนมีการขยายการประชาสัมพันธ์ไปสู่ประเทศในแถบอาเซียนน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.65$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านเครือข่าย

N=242

ข้อที่	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
เครือข่าย				
1	องค์กรของท่านมีการลงทุนร่วมกันระหว่างธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ	1.70	.921	น้อย
2	องค์กรของท่านมีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	2.33	1.057	น้อย
3	ธุรกิจของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเป็นสถาบัน เช่น สหกรณ์ ชมรม สมาคม เพื่อใช้อำนาจของกลุ่มเป็นกลไกต่อรองในด้านราคากับตลาดอาเซียน	2.33	1.112	น้อย
4	ธุรกิจของท่านมีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจในการผลิตสินค้า เพื่อรองรับปริมาณความต้องการของลูกค้าในอาเซียน	2.38	1.143	น้อย
5	ธุรกิจของท่านมีการจับคู่พันธมิตรในการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกับกลุ่มประเทศอาเซียน	2.02	1.058	น้อย
รวม		2.15	1.090	น้อย

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านเครือข่ายในประเด็นของการมีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจในการผลิตสินค้า เพื่อรองรับปริมาณความต้องการของลูกค้าในอาเซียนมากที่สุด ($\bar{X} = 2.38$) รองลงมา คือ มีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีการเข้าร่วมกลุ่มเป็นสถาบัน เช่น สหกรณ์ ชมรม สมาคม เพื่อใช้อำนาจของกลุ่มเป็นกลไกต่อรองในด้านราคากับตลาดอาเซียน ($\bar{X} = 2.33$) และประเด็นของการมีการลงทุนร่วมกันระหว่างธุรกิจทั้งในและต่างประเทศน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.70$)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านกฎระเบียบ

N=242

ข้อที่	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
กฎระเบียบ				
1	องค์กรของท่านมีการศึกษากฎระเบียบของการเปิด ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	2.40	.934	น้อย
2	องค์กรของท่านมีการศึกษากฎหมายและเงื่อนไข ด้านการนำเข้าของประเทศคู่ค้า	2.46	.968	น้อย
3	องค์กรของท่านสามารถที่จะปรับเปลี่ยนกฎระเบียบ ในองค์กรเพื่อรองรับข้อตกลงกับประเทศคู่ค้า	2.82	1.058	ปานกลาง
4	องค์กรของท่านมีการวางแผนและหามาตรการในการ ปรับปรุงกฎระเบียบในองค์กรให้มีความสอดคล้อง หรือเอื้อต่อการเข้าสู่ประเทศคู่ค้า	2.79	1.058	ปานกลาง
5	องค์กรของท่านมีการติดตามกฎระเบียบของภาครัฐต่อการ นำเข้าและส่งออกสินค้าในอาเซียน	2.79	1.130	ปานกลาง
รวม		2.65	1.055	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านกฎระเบียบในประเด็นของความสามารถที่จะปรับเปลี่ยนกฎระเบียบในองค์กรเพื่อรองรับข้อตกลงกับประเทศคู่ค้ามากที่สุด ($\bar{X} = 2.82$) รองลงมา คือ มีการวางแผนและหามาตรการในการปรับปรุงกฎระเบียบในองค์กรให้มีความสอดคล้องหรือเอื้อต่อการเข้าสู่ประเทศคู่ค้า และมีการติดตามกฎระเบียบของภาครัฐต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้าในอาเซียน ($\bar{X} = 2.79$) และประเด็นของการมีการศึกษากฎระเบียบของการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.40$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านการบริหารจัดการ

N=242

ข้อที่	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
การบริหารจัดการ				
1	ผู้บริหารนำความรู้ในด้านการบริหารที่เป็นระบบมาใช้ในการบริหารองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กรให้สามารถต่อสู้กับตลาดในอาเซียนได้	3.19	1.032	ปานกลาง
2	องค์กรของท่านสามารถที่จะปรับเปลี่ยนและปรับปรุงผังการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	3.24	.928	ปานกลาง
3	องค์กรของท่านมีการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการตามแบบสากลภายใต้มาตรฐานของอาเซียน	3.00	1.006	ปานกลาง
4	ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ทางธุรกิจในเชิงรุกต่อการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	3.38	1.033	ปานกลาง
5	ผู้บริหารมีความตื่นตัวและเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อถ่ายทอดให้กับบุคลากรในองค์กร	3.43	1.037	ปานกลาง
รวม		3.25	1.018	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในประเด็นผู้บริหารมีความตื่นตัวและเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อถ่ายทอดให้กับบุคลากรในองค์กรมากที่สุด ($\bar{X} = 3.43$) รองลงมา คือ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ทางธุรกิจในเชิงรุกต่อการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ($\bar{X} = 3.38$) และประเด็นของความสามารถขององค์กรที่จะปรับเปลี่ยนและปรับปรุงผังการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.24$)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยประเด็นความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารด้านการวิจัยและพัฒนา

N=242

ข้อที่	ประเด็น	$\bar{X}$	SD	ความคิดเห็น
8	การวิจัยและพัฒนา			
8.1	องค์กรของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่อยู่เสมอ	3.33	1.026	ปานกลาง
8.2	องค์กรของท่านมีการพัฒนากระบวนการผลิตอยู่เสมอ	3.42	.958	ปานกลาง
8.3	องค์กรของท่านมีการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล	3.60	.947	มาก
8.4	องค์กรของท่านมีทีมงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.03	1.148	ปานกลาง
8.5	องค์กรของท่านมีการศึกษาหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ	3.49	.894	ปานกลาง
	รวม	3.37	1.015	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาในประเด็นของการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลมากที่สุด ($\bar{X} = 3.60$) รองลงมา คือ มีการศึกษาหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ($\bar{X} = 3.49$) และประเด็นของการพัฒนากระบวนการผลิตอยู่น้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.24$)

4.2 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ระดับขั้นธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (ขนาดของธุรกิจ) กับความพร้อมด้านต่างๆด้วยสถิติ t-test (t-test Independent) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป (ประเภทธุรกิจ ระดับขั้นธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ F-test (one – way ANOVA)

4.2.1 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของธุรกิจต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่แตกต่างกันต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร

	SS	df	MS	F	P-value
ประเภทธุรกิจ					
ระหว่างกลุ่ม	1.852	3	.617	1.627	.184
ภายในกลุ่ม	90.310	238	.379		
รวม	92.162	241			
ระดับขั้นของธุรกิจ					
ระหว่างกลุ่ม	.851	2	.426	1.114	.330
ภายในกลุ่ม	91.311	239	.382		
รวม	92.162	241			
รูปแบบของธุรกิจ					
ระหว่างกลุ่ม	17.154	4	4.289	13.550	.000*
ภายในกลุ่ม	75.008	237	.316		
รวม	92.162	241			
ขนาดของธุรกิจ					
ขนาดย่อม	177	2.8328	.61899	-3.816	.000*
ขนาดกลาง	65	3.1658	.55136		
กลุ่มลูกค้าของธุรกิจ					
ระหว่างกลุ่ม	7.878	2	6.359	11.170	.000*
ภายในกลุ่ม	84.284	239	.353		
รวม	92.162	241			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) โดยขนาดของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) และกลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$)

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร

ความพร้อม		SS	df	MS	F	P-value
แรงงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.496	4	1.374	3.365	.011*
	ภายในกลุ่ม	96.768	237	.408		
	รวม	102.264	241			
เทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม	22.660	4	5.665	14.170	.000*
	ภายในกลุ่ม	94.748	237	.400		
	รวม	117.408	241			
ระบบโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	10.012	4	2.503	5.797	.000*
	ภายในกลุ่ม	102.324	237	.432		
	รวม	112.336	241			
ตลาด	ระหว่างกลุ่ม	22.160	4	5.540	11.156	.000*
	ภายในกลุ่ม	117.697	237	.497		
	รวม	139.857	241			
เครือข่าย	ระหว่างกลุ่ม	9.538	4	2.384	3.305	.012*
	ภายในกลุ่ม	170.967	237	.721		
	รวม	180.505	241			
กฎระเบียบ	ระหว่างกลุ่ม	21.863	4	5.466	7.094	.000*
	ภายในกลุ่ม	182.599	237	.770		
	รวม	204.462	241			
การบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	34.594	4	8.648	12.594	.000*
	ภายในกลุ่ม	162.749	237	.687		
	รวม	197.343	241			
การวิจัยและพัฒนา	ระหว่างกลุ่ม	32.731	4	8.183	13.035	.000*
	ภายในกลุ่ม	148.780	237	.628		
	รวม	181.511	241			

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร (ต่อ)

ความพร้อม		SS	df	MS	F	P-value
เฉลี่ยรวม	ระหว่างกลุ่ม	17.154	4	4.289	13.550	.000*
	ภายในกลุ่ม	75.008	237	.316		
	รวม	92.162	241			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รูปแบบธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันในด้านต่างๆ โดยธุรกิจแต่ละรูปแบบมีความพร้อมด้านแรงงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.011$) มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) มีความพร้อมด้านตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) มีความพร้อมด้านเครือข่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.012$) มีความพร้อมด้านกฎระเบียบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) และมีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) จึงทำการทดสอบรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างรายคู่รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน

ความพร้อม	รูปแบบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม($\bar{X}$)	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	อื่นๆ
1. ด้านแรงงาน							
	บุคคลธรรมดา	2.46	-	-	-	-	-
	นิติบุคคล	3.29	.47378* (P-value=.004)	-	-	-	-
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	.31923* (P-value=.044)	-	-	-	-
	บริษัทจำกัด	3.04	.31188* (P-value=.003)	-	-	-	-
	อื่นๆ	2.76	.51923* (P-value=.033)	-	-	-	-

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างรายคู่รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	รูปแบบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม($\bar{X}$)	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	อื่นๆ
2. ด้านเทคโนโลยี							
	บุคคลธรรมดา	2.46	-	-	-	-	-
	นิติบุคคล	3.29	.79476* (P-value=.000)	-	-	-	.84091* (P-value=.001)
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	.52051* (P-value=.001)	-	-	-	.56667* (P-value=.029)
	บริษัทจำกัด	3.04	.69943* (P-value=.000)	-	-	-	.74559* (P-value=.001)
	อื่นๆ	2.76	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างรายคู่รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	รูปแบบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม ($\bar{X}$)	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	อื่นๆ
3. ด้านระบบโลจิสติกส์							
	บุคคลธรรมดา	2.46	-	-	-	-	-
	นิติบุคคล	3.29	.45910* (P-value=.003)	-	-	-	-
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	.35192* (P-value=.031)	-	-	-	-
	บริษัทจำกัด	3.04	.50486* (P-value=.000)	-	-	-	-
	อื่นๆ	2.76	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างรายรูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	รูปแบบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม($\bar{X}$)	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	อื่นๆ
4. ด้านตลาด							
	บุคคลธรรมดา	2.46	-	-	-	-	-
	นิติบุคคล	3.29	.86573* (P-value=.000)	-	-	-	.72727* (P-value=.013)
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	.73846* (P-value=.000)	-	-	-	.60000* (P-value=.038)
	บริษัทจำกัด	3.04	.67376* (P-value=.000)	-	-	-	.53529* (P-value=.038)
	อื่นๆ	2.76	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างรายคู่รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	รูปแบบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม ($\bar{X}$)	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	อื่นๆ
5. ด้านเครือข่าย							
	บุคคลธรรมดา	2.46	-	-	-	-	-
	นิติบุคคล	3.29	.67203* (P-value=.002)	-	-	-	-
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	.55385* (P-value=.009)	-	-	-	-
	บริษัทจำกัด	3.04	.32738* (P-value=.019)	-	-	-	-
	อื่นๆ	2.76	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างรายรูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	รูปแบบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม ($\bar{X}$)	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	อื่นๆ
6. ด้านกฎระเบียบ							
	บุคคลธรรมดา	2.46	-	-	-	-	-
	นิติบุคคล	3.29	.83147* (P-value=.000)	-	-	-	-
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	.58526* (P-value=.007)	-	-	-	-
	บริษัทจำกัด	3.04	.69898* (P-value=.000)	-	-	-	-
	อื่นๆ	2.76	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างรายคู่รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	รูปแบบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม($\bar{X}$)	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	อื่นๆ
7. ด้านการบริหารจัดการ							
	บุคคลธรรมดา	2.46	-	-	-	-	-
	นิติบุคคล	3.29	1.31643* (P-value=.000)	-	.65682* (P-value=.008)	.60976* (P-value=.002)	1.33182* (P-value=.000)
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	.65962* (P-value=.001)	-	-	-	.67500* (P-value=.047)
	บริษัทจำกัด	3.04	.70667* (P-value=.000)	-	-	-	.72206* (P-value=.017)
	อื่นๆ	2.76	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างรายคู่รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	รูปแบบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม($\bar{X}$)	บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด	อื่นๆ
8. ด้านการวิจัยและพัฒนา							
	บุคคลธรรมดา	2.46	-	-	-	-	-
	นิติบุคคล	3.29	1.20839* (P-value=.000)	-	-	.44131* (P-value=.016)	1.00455* (P-value=.002)
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.02	.80385* (P-value=.000)	-	-	-	-
	บริษัทจำกัด	3.04	.76708* (P-value=.000)	-	-	-	-
	อื่นๆ	2.76	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบรายคู่ในแต่ละด้านของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป สรุปได้ดังนี้

ความแตกต่างของความพร้อมด้านแรงงานของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารจำแนกตามรูปแบบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบธุรกิจแบบจดทะเบียนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และรูปแบบอื่นๆมีความพร้อมด้านแรงงานมากกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา

ความแตกต่างของความพร้อมด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารจำแนกตามรูปแบบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบธุรกิจแบบจดทะเบียนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีมากกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา และรูปแบบอื่นๆ

ความแตกต่างของความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารจำแนกตามรูปแบบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบธุรกิจแบบจดทะเบียนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์มากกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา

ความแตกต่างของความพร้อมด้านตลาดของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารจำแนกตามรูปแบบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบธุรกิจแบบจดทะเบียนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านตลาดมากกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา และรูปแบบอื่นๆ

ความแตกต่างของความพร้อมด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารจำแนกตามรูปแบบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบธุรกิจแบบจดทะเบียนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านเครือข่ายมากกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา

ความแตกต่างของความพร้อมด้านกฎระเบียบของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารจำแนกตามรูปแบบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบธุรกิจแบบจดทะเบียนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านกฎระเบียบมากกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา

ความแตกต่างของความพร้อมด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารจำแนกตามรูปแบบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบธุรกิจแบบจดทะเบียนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการมากกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา และรูปแบบอื่นๆ นอกจากนี้

รูปแบบธุรกิจแบบนิติบุคคลมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการมากกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด

ความแตกต่างของความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารจำแนกตามรูปแบบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีรูปแบบธุรกิจแบบจดทะเบียนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาสูงกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นอกจากนี้ รูปแบบธุรกิจแบบนิติบุคคลมีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาสูงกว่ารูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบริษัทจำกัด และรูปแบบอื่นๆ

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร

ความพร้อม	ขนาด	N	$\bar{X}$	Mean	SD.	t	P-value
แรงงาน	ขนาดย่อม	177	2.82	2.6960	.66130	-2.059	.041*
	ขนาดกลาง	65	3.21	2.8892	.60625		
เทคโนโลยี	ขนาดย่อม	177	2.82	2.9096	.70257	-3.857	.000*
	ขนาดกลาง	65	3.21	3.2892	.60831		
ระบบโลจิสติกส์	ขนาดย่อม	177	2.82	3.0045	.69510	-3.515	.001*
	ขนาดกลาง	65	3.21	3.3446	.58364		
ตลาด	ขนาดย่อม	177	2.82	2.9661	.73653	-4.579	.000*
	ขนาดกลาง	65	3.21	3.4523	.71962		
เครือข่าย	ขนาดย่อม	177	2.82	2.1073	.83039	-1.304	.194
	ขนาดกลาง	65	3.21	2.2708	.95094		
กฎระเบียบ	ขนาดย่อม	177	2.82	2.5379	.93419	-3.295	.001*
	ขนาดกลาง	65	3.21	2.9692	.81027		
การบริหารจัดการ	ขนาดย่อม	177	2.82	3.1740	.95940	-2.401	.018*
	ขนาดกลาง	65	3.21	3.4462	.70513		
การวิจัยและพัฒนา	ขนาดย่อม	177	2.82	3.2667	.90445	-3.658	.000*
	ขนาดกลาง	65	3.21	3.6646	.68475		
เฉลี่ยรวม	ขนาดย่อม	177	2.82	2.8328	.61899	-3.816	.000*
	ขนาดกลาง	65	3.21	3.1658	.55136		

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมในภาพรวมต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จำแนกตามขนาดธุรกิจ มีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันในด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนา โดยธุรกิจขนาดกลางมีความพร้อมมากกว่าธุรกิจขนาดย่อม

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร

ความพร้อม		SS	df	MS	F	P-value
แรงงาน	ระหว่างกลุ่ม	4.733	2	2.366	5.799	.003*
	ภายในกลุ่ม	97.531	239	.408		
	รวม	102.264	241			
เทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม	6.052	2	3.026	6.495	.002*
	ภายในกลุ่ม	111.355	239	.466		
	รวม	117.408	241			
ระบบโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	5.043	2	2.522	5.617	.004*
	ภายในกลุ่ม	107.293	239	.499		
	รวม	112.336	241			
ตลาด	ระหว่างกลุ่ม	19.723	2	9.861	19.619	.000*
	ภายในกลุ่ม	120.135	239	.503		
	รวม	139.857	241			
เครือข่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.870	2	3.435	4.728	.010*
	ภายในกลุ่ม	173.635	239	.727		
	รวม	180.505	241			
กฎระเบียบ	ระหว่างกลุ่ม	8.448	2	4.224	5.150	.006*
	ภายในกลุ่ม	196.014	239	.820		
	รวม	204.462	241			

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร (ต่อ)

ความพร้อม		SS	df	MS	F	P-value
การบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	10.213	2	5.107	6.522	.002*
	ภายในกลุ่ม	187.130	239	.783		
	รวม	197.343	241			
การวิจัยและพัฒนา	ระหว่างกลุ่ม	12.719	2	6.359	9.004	.000*
	ภายในกลุ่ม	168.792	239	.706		
	รวม	181.511	241			
เฉลี่ยรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.878	2	3.939	11.170	.000*
	ภายในกลุ่ม	84.284	239	.353		
	รวม	92.162	241			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความพร้อมในภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ากลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันในด้านต่างๆ โดยแต่ละกลุ่มลูกค้ามีความพร้อมด้านแรงงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.003$) มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.002$) มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.004$) มีความพร้อมด้านตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) มีความพร้อมด้านเครือข่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.010$) มีความพร้อมด้านกฎระเบียบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.006$) มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.002$) และมีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.000$) จึงทำการทดสอบรายคู่ โดยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน

ความพร้อม	กลุ่มลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ทั้งภายในและ		
		ความพร้อม ($\bar{X}$)	ภายในประเทศ	ภายนอกประเทศ	ภายนอกประเทศ

1. ด้านแรงงาน					
	ภายในประเทศ	2.76	-	-	-
	ภายนอกประเทศ	2.95	-	-	-
	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	3.15	.29950* (P-value=.001)	-	-

2. ด้านเทคโนโลยี					
	ภายในประเทศ	2.76	-	-	-
	ภายนอกประเทศ	2.95	-	-	-
	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	3.15	.31864* (P-value=.001)	.37710* (P-value=.014)	-

3. ด้านระบบโลจิสติกส์					
	ภายในประเทศ	2.76	-	-	-
	ภายนอกประเทศ	2.95	-	-	-
	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	3.15	.30991* (P-value=.001)	-	-

ตารางที่ 4.16 ทดสอบความแตกต่างรายคู่กลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	กลุ่มลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ความพร้อม ($\bar{X}$)	ภายในประเทศ	ภายนอกประเทศ	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ
4. ด้านตลาด					
	ภายในประเทศ	2.76	-	-	-
	ภายนอกประเทศ	2.95	-	-	-
	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	3.15	.60984* (P-value=.000)	.50984* (P-value=.001)	-
5. ด้านเครือข่าย					
	ภายในประเทศ	2.76	-	-	-
	ภายนอกประเทศ	2.95	.37385* (P-value=.042)	-	-
	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	3.15	.32555* (P-value=.006)	-	-
6. ด้านกฎระเบียบ					
	ภายในประเทศ	2.76	-	-	-
	ภายนอกประเทศ	2.95	.49077* (P-value=.012)	-	-
	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	3.15	.32315* (P-value=.011)	-	-

ตารางที่ 4.16 ทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมแต่ละด้านต่างกัน (ต่อ)

ความพร้อม	กลุ่มลูกค้า	ค่าเฉลี่ย			ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ
		ความพร้อม ($\bar{X}$)	ภายในประเทศ	ภายนอกประเทศ	
7. ด้านการบริหารจัดการ					
	ภายในประเทศ	2.76	-	-	-
	ภายนอกประเทศ	2.95	-	-	-
	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	3.15	.44322* (P-value=.000)	-	-
8. ด้านการวิจัยและพัฒนา					
	ภายในประเทศ	2.76	-	-	-
	ภายนอกประเทศ	2.95	-	-	-
	ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ	3.15	.48655* (P-value=.000)	-	-

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบรายกลุ่มในแต่ละด้านของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป สรุปได้ดังนี้

ความแตกต่างของความพร้อมด้านแรงงานของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร จำแนกตามกลุ่มลูกค้าเป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศมีความพร้อมด้านแรงงานมากกว่ากลุ่มลูกค้าภายในประเทศ

ความแตกต่างของความพร้อมด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร จำแนกตามกลุ่มลูกค้าเป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีมากกว่าผู้ประกอบการ SMEs ที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศเพียงอย่างเดียว และที่มีกลุ่มลูกค้าภายนอกประเทศเพียงอย่างเดียว

4.3 ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs นั้น ผู้วิจัยใช้วิธีให้ผู้กรอกแบบสอบถาม กรอกแบบสอบถามแบบบรรยายจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 242 คนโดยส่งแบบสอบถามทั้งหมด 250 ชุด ได้รับคืน 242 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.8 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด และคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ 242 คน สาเหตุที่ได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาครบจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ คือ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้กรอกแบบสอบถามรายบุคคลหลังจากเข้ารับบริการทันที จึงทำให้ได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาครบจำนวน 242 คน

4.3.1 จากผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร จากการเก็บแบบสอบถามแบบบรรยายร่วมกับการสัมภาษณ์ พบว่า การเปิดตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคทางด้านเงินทุน ภาษากการขนส่ง กฎหมาย กระบวนการผลิต การประชาสัมพันธ์ การหาช่องทางการตลาดในการเข้าถึงตลาด AEC และการสร้างสินค้าที่มีความแปลกใหม่หรือเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานตามสากล อีกทั้งข้อกีดกันทางการค้า ระหว่างประเทศอาเซียน นอกจากนี้ยังมีการตลาดที่ไม่แข็งแรงพอ และยังไม่มีความรู้ในเรื่องข้อกำหนด กฎหมายต่างๆของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4.3.2 จากผลการศึกษาปัจจัยที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ปัจจัยด้านการลดต้นทุนของวัตถุดิบและการผลิต เพื่อให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้น การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆให้มีเอกลักษณ์และมีคุณภาพ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค และการสื่อสารทางด้านภาษาของบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ การมีความรู้และความเข้าใจในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในเรื่องข้อกำหนด และกฎหมายต่างๆ การมีระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐานสากลขององค์กร การมีความสามารถทางด้านภาษาของบุคลากรในองค์กร การมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการมีประสิทธิภาพในการผลิตขององค์กร จะเป็นตัวนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

4.3.3 จุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กรต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่ มีจุดอ่อนขององค์กรในเรื่องการที่มีต้นทุนในการผลิตสูง บุคลากรในองค์กรมีทักษะ ความรู้ทางด้านภาษาไม่ดีนัก และยังขาดการขยายการเข้าสู่ตลาด ส่วนจุดแข็งขององค์กร ส่วนใหญ่มีการผลิตที่ได้มาตรฐาน

4.3.4 จากผลการศึกษาความช่วยเหลือที่ SMEs ต้องการจากภาครัฐ พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในเรื่องเงินทุนสำหรับการปรับปรุงมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดตลาดอาเซียน ทั้งในเรื่องการวิเคราะห์ตลาดของประเทศในอาเซียน เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับรู้ถึงสภาพตลาดของประเทศคู่ค้า การสร้างและหาโอกาสต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาธุรกิจ และการเปิดตลาดทดลองให้กับผู้ประกอบการในแต่ละประเทศในอาเซียน อีกทั้งต้องการให้เดินหน้าโครงการพัฒนาระบบคมนาคมพื้นฐานภายในประเทศให้แล้วเสร็จ เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าและการเดินทางเมื่อเข้าสู่ AEC ให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น ดำเนินนโยบายและมีการติดตามผลอย่างแท้จริง และควรให้ความสำคัญกับระบบการกำกับดูแลแรงงาน รวมทั้งการสืบค้นทะเบียนประวัติ และการออกเอกสารรับรองการทำงานของแรงงานต่างด้าว ขั้นตอน กฎระเบียบ ระหว่างประเทศ ต้องเอื้อต่อการนำมาปฏิบัติได้จริง และรวดเร็ว

4.3.5 จากผลการศึกษาข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ผู้ประกอบการเสนอให้มีการจัดงาน Business Matching ระหว่างผู้ประกอบการทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีการจัดอบรมภาษาต่างประเทศ(อาเซียน)ให้แก่ผู้ประกอบการ ให้ภาครัฐจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้ประกอบการอย่างจริงจัง โดยเฉพาะด้านกฎระเบียบของการนำเข้า ส่งออกสินค้า และสามารถนำไปใช้ได้จริง และเห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำ คือ เกษตรกร เนื่องจากเป็นแหล่งของวัตถุดิบที่จะนำมาแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมเกษตร

บทที่ 5

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเพื่อเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งสามารถนำไปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

5.1 อภิปรายผลการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงปัจจัยด้านเครือข่ายที่มีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับน้อย ซึ่งล้วนแล้วแต่ยังต้องดำเนินการส่งเสริมและปรับปรุง สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของกระทรวงอุตสาหกรรม (2554) ที่ว่า ภาคอุตสาหกรรมไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัว เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ทั้งในด้านแรงงาน เทคโนโลยี เตรียมความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและระบบโลจิสติกส์ เพื่อรองรับการลงทุนจากต่างประเทศ หาดตลาดส่งออก รวมถึงการบริหารจัดการ การส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการผลิต เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับโลก อีกทั้งต้องมีการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการผลิตการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม และการกล่าวถึงประเด็นที่องค์กรควรพัฒนาให้เกิดขึ้นมากที่สุด ของ มโนรณ (2555) ที่ว่า ต้องมีการวางระบบการบริหารจัดการที่ให้อึดกับธุรกิจ มีการสร้างความแตกต่างของสินค้าไทยมีการศึกษากฎระเบียบและเงื่อนไขการนำเข้าของประเทศคู่ค้า สร้างเครือข่ายการผลิตให้เชื่อมโยงกัน และพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น โดยตอบ

วัตถุประสงค์ข้อที่ว่าการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ในแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลางถึงน้อย ซึ่งจะต้องได้รับการส่งเสริมและปรับปรุงต่อไป

ผลการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถนำมาอภิปรายผลเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

5.1.1 ด้านแรงงาน เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านแรงงานในประเด็น ความมีทักษะและความชำนาญของพนักงานเพียงพอต่อการทำงานเพื่อรองรับต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน องค์กรมีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะและฝีมือให้แก่พนักงาน และองค์กรมีค่าตอบแทนสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่พนักงานอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพร้อมในประเด็นการมีทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้มากกว่า 1 ภาษาของพนักงาน และการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของพนักงานในองค์กร อยู่ในระดับน้อย สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปยังต้องได้รับการส่งเสริมและปรับปรุง โดยเฉพาะการพัฒนาทางด้านภาษา และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของบุคลากรในองค์กร ซึ่งมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนขององค์กร ให้มีความสามารถในระดับที่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆได้ ตามบทความที่เรียบเรียงและสรุปจากงานสัมมนาและสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆของพรหมกระเป่าทอง และจุลยวรรณ ค้วงโคตะ (2555) ที่ว่า สิ่งสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยให้สามารถสื่อสารได้หลายภาษา และมีทักษะความสามารถที่ทัดเทียมกับคนชาติอื่นๆ

5.1.2 ด้านเทคโนโลยี เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีในประเด็นการมีวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัย และสามารถรองรับต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ มีเครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆที่เพียงพอต่อการใช้งาน มีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการ เช่น ด้านบัญชี ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบำบัดรักษาสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีเทคโนโลยี ทั้งวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องจักรที่ยังไม่ทันสมัยมากนัก ยังต้องได้รับการสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีอีกเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการผลิต โดยการนำ

เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการลดต้นทุนการผลิต ทำให้สามารถแข่งขันในตลาดได้มากขึ้น สอดคล้องกับบทความที่เรียบเรียงและสรุปจากงานสัมมนาและสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆของพรหม กระเป๋าทอง และจุลัยวรรณ ค้วงโคตะ (2555) ที่ว่า แม้ว่าไทยจะมีจุดแข็งเรื่องจำนวนแรงงานที่มีปริมาณมาก แต่แรงงานเหล่านั้นส่วนใหญ่ยังขาดทักษะ อีกทั้งเทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่ยังเป็นชั้นกลาง ต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่านี้ เพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเพิ่มสูงขึ้น หลังจากเข้าสู่ AEC และตามการศึกษาวิเคราะห์และเตือนภัย SMEs รายสาขาสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด (2551) ที่ว่า เมื่อผู้ประกอบการต้องการประสบความสำเร็จต้องมีการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ประดิษฐ์เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ๆ นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ

5.1.3 ด้านระบบโลจิสติกส์ เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ในประเด็นการส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาและมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่ สามารถขนส่งสินค้าได้อย่างมีคุณภาพและทันตามกำหนดเวลา กล่าวคือ มีระบบการคมนาคมขนส่งที่มีความหลากหลาย สามารถรองรับต่อการขนส่งสินค้าได้ตามประเภทของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับบทความที่เรียบเรียงและสรุปจากงานสัมมนาและสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆของพรหม กระเป๋าทอง และจุลัยวรรณ ค้วงโคตะ (2555) ที่ว่า ที่ตั้งของไทยเอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางโครงข่ายเชื่อมโยงคมนาคมด้านต่างๆ มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทั่วถึง จึงทำให้ระบบการขนส่งมีความสะดวก ผู้ประกอบการดำเนินงานได้รวดเร็ว ส่วนในประเด็นของการมีการขนส่งจัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระบบ มีการขนส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีความคุ้มค่า มีบุคลากรที่มีความรู้ด้านโลจิสติกส์อย่างเพียงพอ และมีคณะทำงานที่รับผิดชอบด้านโลจิสติกส์โดยรวมขององค์กร อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปยังต้องพัฒนาระบบโลจิสติกส์ขององค์กรให้มีระบบการจัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระบบและจัดตั้งให้มีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลด้านโลจิสติกส์โดยเฉพาะ เพื่อให้เกิดความสะดวกและมีต้นทุนการขนส่งที่ถูกลงเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ

5.1.4 ด้านตลาด เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านตลาดในประเด็นการมีการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของตลาด มีการวางแผนการจำหน่ายสินค้าภายนอกประเทศ มีการส่งเสริมการขายของสินค้า มีการประชาสัมพันธ์สินค้าให้ผู้บริโภครู้จัก ตลอดจนมีการขยายการประชาสัมพันธ์

ไปสู่ประเทศในแถบอาเซียน และมีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปยังไม่มี การดำเนินกลยุทธ์การตลาดในเชิงรุกในการเจาะถึงตลาดผู้ซื้อในต่างประเทศ และยังไม่ค่อยมีการศึกษาหาแนวทางค้าใหม่ๆเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้ประกอบการ ดังคำกล่าวที่ว่า “องค์กรยังไม่มียุทธศาสตร์ หรือเป้าหมายในการที่จะส่งออกไปสู่ประเทศในอาเซียนอย่างแน่ชัด” (ให้สัมภาษณ์ ณ วันที่ 5 สิงหาคม 2556)

5.1.5 ด้านเครือข่าย เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านเครือข่ายในประเด็นที่มีการลงทุนร่วมกันระหว่างธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ การมีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจ การมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การมีการรวมกลุ่มเป็นสถาบัน เช่น สหกรณ์ ชมรม สมาคม เพื่อใช้อำนาจของกลุ่มเป็นกลไกต่อรองในด้านราคากับตลาดอาเซียน รวมถึงการมีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจในการผลิตสินค้า เพื่อรองรับปริมาณความต้องการของลูกค้าในอาเซียน อีกทั้งการมีการจับคู่พันธมิตรในการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกับกลุ่มประเทศอาเซียน อยู่ในระดับน้อย สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปยังไม่มี ความพร้อมด้านเครือข่ายในทุกๆประเด็น ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอยู่รอดได้ในตลาดอาเซียน นั้น ธุรกิจจะต้องมีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ มีความสามารถในการเจรจาต่อรอง เพื่อให้ได้ข้อตกลงที่เป็นธรรมและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ดังสรุปการบรรยาย การสัมมนาเศรษฐกิจการเกษตรและการค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ ไทย-จีน ครั้งที่ 2 ของสุรศักดิ์ นานานุกูล (2555) ที่ว่า การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ หมายถึง วิธีการร่วมมือระหว่างธุรกิจหลายๆแห่งในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนวิธีการสร้างความสัมพันธ์และการทำธุรกิจร่วมกันในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจ เครือข่ายนั้น สามารถทำงานที่แต่ละคนทำตามลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจ เครือข่ายทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน จึงมีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า และความคิดริเริ่มดีกว่าที่ธุรกิจแต่ละแห่งจะทำตามลำพัง ธุรกิจเครือข่ายจะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอยู่รอด และแข่งขันกับธุรกิจระดับโลกได้ ดังนั้น ความพร้อมด้านเครือข่ายจึงเป็นประเด็นหลักของความพร้อมในการที่จะต้องช่วยส่งเสริม และสนับสนุนอย่างเร่งด่วน

5.1.6 ด้านกฎระเบียบ เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านกฎระเบียบในประเด็นความสามารถที่จะปรับเปลี่ยนกฎระเบียบในองค์กร เพื่อรองรับข้อตกลงกับประเทศคู่ค้า มีการวางแผนและหามาตรการในการปรับปรุงกฎระเบียบในองค์กรให้มีความสอดคล้องหรือเอื้อต่อการเข้าสู่ประเทศคู่ค้า และมีการติดตามกฎระเบียบของภาครัฐต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้าในอาเซียน อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความพร้อมในการที่จะปรับปรุงระเบียบในองค์กร เพื่อรองรับกับกฎระเบียบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากธุรกิจ SMEs มีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ง่าย เพราะมีอิสระในการทำงาน จึงสามารถตัดสินใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ได้ทันที (ก่อเกียรติ พานิชกุล, โชติรัส ชวนิชย์ และปริญญ์ ลักษิตานนท์, 2538 : 132) ส่วนประเด็นการศึกษากฎระเบียบของการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการศึกษากฎระเบียบและเงื่อนไขด้านการนำเข้าของประเทศคู่ค้า อยู่ในระดับน้อย สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ยังไม่มีความพร้อมในเรื่องการศึกษากฎระเบียบ กฎหมาย และเงื่อนไขของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้โอกาสในการเข้าไปเปิดตลาดในอาเซียน เป็นไปได้ยาก เนื่องจากหากเราไม่รู้เท่าทันกฎระเบียบและเงื่อนไขการนำเข้าของประเทศคู่ค้าแล้ว จะทำให้เราเสียเปรียบและยากต่อการเข้าถึงตลาดนั้นๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของมโนรณ กุศลศักดิ์ (2555) ที่ว่า ถึงแม้จะมีการตกลงรวมตัวกันก็ตาม แต่ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็ยังคงมีกฎระเบียบหลายๆ ข้อที่ยังคงไว้เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประเทศตัวเอง ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางจึงต้องศึกษากฎระเบียบต่างๆ เหล่านี้อยู่ตลอดเวลา

5.1.7 ด้านการบริหารจัดการ เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในประเด็นที่ผู้บริหารนำความรู้ในด้านการบริหารที่เป็นระบบมาใช้ในการบริหารองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กรให้สามารถต่อสู้กับตลาดในอาเซียนได้ ความสามารถที่จะปรับเปลี่ยนและปรับปรุงผังการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการตามแบบสากลภายใต้มาตรฐานของอาเซียน รวมทั้งมีวิสัยทัศน์ทางธุรกิจในเชิงรุกต่อการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และสุดท้ายมีความตื่นตัวและเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อถ่ายทอดให้กับบุคลากรในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีผู้บริหารที่มีความพร้อม ความตื่นตัวและมีวิสัยทัศน์ในการที่จะปรับปรุงบริหารจัดการองค์กรให้มีศักยภาพ เพื่อที่จะต่อสู้และแข่งขันในการค้าขายกับตลาดในอาเซียนได้ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ดีในการที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา ต่ออุดม (2550) ที่พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของ

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์ที่มุ่งให้กิจการเจริญเติบโต มีทักษะความสามารถในการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการตัดสินใจ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ และมีความซื่อตรงในการประกอบธุรกิจ

5.1.8 ด้านการวิจัยและพัฒนา เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาในประเด็นของการมีการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล อยู่ในระดับมาก สามารถอภิปรายได้ว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานต่างๆ เช่น มาตรฐาน GMP ซึ่งเป็นมาตรฐานขั้นพื้นฐานของอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป มาตรฐาน HACCP ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ช่วยควบคุมให้อาหารมีความปลอดภัย อีกทั้ง ยังมีมาตรฐานหรือข้อกำหนดอื่นๆ ที่ยอมรับต่อนานาชาติ ประเทศ ส่วนในประเด็นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่อยู่เสมอ มีการพัฒนากระบวนการผลิตอยู่เสมอ มีทีมงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการศึกษาหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ มีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีความพร้อมที่จะปรับตัวต่อสู้กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตให้แปลกใหม่ และหาโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2553) ที่ว่า การปรับตัวของสินค้าอุตสาหกรรมนั้น ผู้ประกอบการควรแข่งขันด้านคุณภาพแทนการแข่งขันด้านราคา โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & Innovation) ผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

5.2 อภิปรายผลการเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากผลการศึกษาการเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจมีความแตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยรูปแบบธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี โลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และด้านการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความ

พร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในทุกๆด้านต่างกัน เนื่องจากรูปแบบธุรกิจในแต่ละแบบ มีผู้ลงทุนและความเป็นเจ้าของกิจการที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจในการบริหาร การพัฒนา หรือลงทุนแตกต่างกัน จึงมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน โดยรูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดาจะมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้น้อยที่สุด เพราะมีผู้ลงทุนเพียงคนเดียว ต้นทุนในการพัฒนาอาจมีไม่เพียงพอ และเป็นไปได้ยากกว่าธุรกิจรูปแบบอื่นๆที่มีผู้ร่วมทุน ขนาดธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี โลจิสติกส์ ตลาด กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกัน ส่วนความพร้อมด้านเครือข่ายไม่แตกต่างกัน อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร ทั้งธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางยังไม่มีมีการประสานการรวมกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจในการแลกเปลี่ยน ข้อมูลความรู้ เพื่อช่วยเหลือกันเกื้อหนุนกันในด้านประโยชน์ทางธุรกิจ สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยความพร้อมด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับน้อย และกลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และด้านการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปความแตกต่างได้ ดังนี้

1) รูปแบบธุรกิจต่างกันส่งผลต่อความพร้อมแต่ละด้านแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และธุรกิจจดทะเบียนรูปแบบอื่นๆ มีความพร้อมด้านแรงงานต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน
- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และธุรกิจจดทะเบียนรูปแบบอื่นๆ มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน
- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน
- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และธุรกิจจดทะเบียนรูปแบบอื่นๆ มีความพร้อมด้านตลาดต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน
- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน
- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านกฎระเบียบต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และธุรกิจจดทะเบียนรูปแบบอื่นๆ มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

2) ขนาดของธุรกิจต่างกันส่งผลต่อความพร้อมแต่ละด้านแตกต่างกัน

ธุรกิจขนาดย่อม และธุรกิจขนาดกลาง มีความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาต่างกัน ส่วนความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่แตกต่างกัน

3) กลุ่มลูกค้าของธุรกิจต่างกันส่งผลต่อความพร้อมแต่ละด้านแตกต่างกัน

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีความพร้อมด้านแรงงานแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ภายนอกประเทศ และกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์แตกต่างกับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ภายนอกประเทศ และกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านตลาดต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ภายนอกประเทศ และกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ภายนอกประเทศ และกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านกฎระเบียบต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

5.3 อภิปรายผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

5.3.1 จากผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร จากการเก็บแบบสอบถามแบบบรรยายร่วมกับการสัมภาษณ์ พบว่า การเปิดตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคทางด้านเงินทุน ภาษา การขนส่ง กฎหมาย กระบวนการผลิต การประชาสัมพันธ์ การหาช่องทางการตลาดในการเข้าถึงตลาด AEC และการสร้างสินค้าที่มีความแปลกใหม่หรือเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานตามสากล อีกทั้งข้อกีดกันทางการค้า ระหว่างประเทศอาเซียน นอกจากนี้ยังมีการตลาดที่ไม่แข็งแรงพอ และยังไม่มีความรู้ในเรื่องข้อกำหนด กฎหมายต่างๆของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุด คือ ปัญหาด้านเงินทุน การที่ผู้ประกอบการจะสามารถแข่งขันได้ในตลาดอาเซียนนั้น จะต้องมีการพัฒนาในทุกๆด้านทั้งของผลิตภัณฑ์และองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ต้องใช้เงินทุนในการดำเนินการทั้งสิ้น แต่เนื่องจาก SMEs เป็นธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่เติบโตมากนัก จึงไม่มีกำลังในการที่จะปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับทวินนท์ ประภาร (2553) ที่ว่า การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสขยายตัวได้ยาก เนื่องจากทรัพยากรและเงินทุนมีน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ส่วนปัญหาด้านภาษา เป็นอีกปัญหาใหญ่ของผู้ประกอบการ SMEs เนื่องจากในปัจจุบันพนักงานในองค์กรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างมาก

5.3.2 จากผลการศึกษาปัจจัยที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ปัจจัยด้านการลดต้นทุนของวัตถุดิบและการผลิต เพื่อให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้น การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆให้มีเอกลักษณ์และมีคุณภาพ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค และการสื่อสารทางด้านภาษาของบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ การมีความรู้และความเข้าใจในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในเรื่องข้อกำหนด และกฎหมายต่างๆ การมีระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐานสากลขององค์กร การมีความสามารถทางด้านภาษาของบุคลากรในองค์กร การมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการมีประสิทธิภาพในการผลิตขององค์กร จะเป็นตัวนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ส่วนใหญ่มีจุดแข็งต่อการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเรื่องการมีระบบมาตรฐานสากล เช่น GMP HACCP ISO Halal เป็นต้น การมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพเนื่องจากสภาพภูมิประเทศที่เอื้อต่อการเพาะปลูก ทำให้ได้วัตถุดิบที่ดีกว่าในแถบประเทศอาเซียน

5.3.3 จุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กรต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่ มีจุดอ่อนขององค์กรในเรื่องการที่มีต้นทุนในการผลิตสูง บุคลากรในองค์กรมีทักษะ ความรู้ทางด้านภาษาไม่ดีนัก และยังขาดการขยายการเข้าสู่ตลาด ส่วนจุดแข็งขององค์กร ส่วนใหญ่มีการผลิตที่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ที่ว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่มีจุดแข็งต่อการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเรื่องการมีระบบมาตรฐานสากล เช่น GMP HACCP ISO Halal เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเริ่มมีการส่งผลิตภัณฑ์ไปทดลองตลาดในอาเซียนบ้างแล้ว ซึ่งอาหารไทยเป็นที่นิยมของนานาชาติอยู่บ้าง อีกทั้งยังมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพมากกว่าในประเทศอาเซียน และมีการพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

5.3.4 จากผลการศึกษาความช่วยเหลือที่ SMEs ต้องการจากภาครัฐ พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในเรื่องเงินทุนสำหรับการปรับปรุงมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดตลาดอาเซียน ทั้งในเรื่องการวิเคราะห์ตลาดของประเทศในอาเซียน เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับรู้ถึงสภาพตลาดของประเทศคู่ค้า การสร้างและหาโอกาสต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาธุรกิจ และการเปิดตลาดทดลองให้กับผู้ประกอบการในแต่ละประเทศในอาเซียน อีกทั้งต้องการให้เดินหน้าโครงการพัฒนาระบบคมนาคมพื้นฐานภายในประเทศให้แล้วเสร็จ เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าและการเดินทางเมื่อเข้าสู่ AEC ให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น ดำเนินนโยบายและมีการติดตามผลอย่างแท้จริง และควรให้ความสำคัญกับระบบการกำกับดูแลแรงงาน รวมทั้งการสืบค้นทะเบียนประวัติ และการออกเอกสารรับรองการทำงานของแรงงานต่างด้าว ขึ้นตอน กฎระเบียบ ระหว่างประเทศ ต้องเอื้อต่อการนำมาปฏิบัติได้จริง และรวดเร็ว อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในเรื่องเงินทุน เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่ อีกทั้งพัฒนากระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล มีความปลอดภัย เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารหัวใจสำคัญ คือ ความสะอาดและปลอดภัย การอบรมให้ความรู้ในเรื่องต่างๆเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อบังคับ และที่สำคัญ คือ การวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้ คู่ทางการตลาด วัฒนธรรม เศรษฐกิจในของแต่ละประเทศ เพราะการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวจะช่วยในการตัดสินใจและเลือกตลาดคู่ค้าให้แก่ผู้ประกอบการได้

5.3.5 จากผลการศึกษาข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ผู้ประกอบการเสนอให้มีการจัดงาน Business Matching ระหว่างผู้ประกอบการทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีการจัดอบรมภาษาต่างประเทศ(อาเซียน)ให้แก่ผู้ประกอบการ ให้ภาครัฐจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้ประกอบการอย่างจริงจัง โดยเฉพาะด้านกฎระเบียบของการนำเข้า ส่งออกสินค้า และสามารถ

นำไปใช้ได้จริง และเห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำ คือ เกษตรกร เนื่องจากเป็นแหล่งของวัตถุดิบที่จะนำมาแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมเกษตร อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs จะสามารถพัฒนาและเข้มแข็งต่อสู้กับตลาดคู่แข่งได้นั้นยังต้องได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐอยู่อีกมาก ภาครัฐจึงจะต้องเป็นผู้ช่วยสำคัญในการประทับรองธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ดำรงอยู่ได้ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กที่จะไม่สามารถปรับตัวได้ ซึ่งเป็นฐานขับเคลื่อนใหญ่ของระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยนโยบายที่ตรงจุด เฉพาะทาง และติดตามผลอย่างจริงจัง

5.4 นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

จากผลการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ ในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุด เมื่อดูจากค่าเฉลี่ยความพร้อม อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความสามารถในการที่จะพัฒนาสินค้า กระบวนการผลิต และหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้กับองค์กรได้เอง แต่ทั้งนี้ เนื่องจากธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็ก ความสามารถในการช่วยเหลือและพัฒนาตนเองมีจำกัด อาจไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างเต็มที่ ภาครัฐจึงต้องเข้าไปให้ความช่วยเหลือเพิ่มเติม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารยังมีความพร้อมในด้านเครือข่ายอยู่ในระดับน้อยที่สุด อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารยังไม่มีมารวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายเพื่อเพิ่มศักยภาพและผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกันมากนัก ดังนั้น ภาครัฐจึงต้องเป็นตัวประสานการรวมกลุ่มกันทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น การจัดงาน Business Matching (การจับคู่ธุรกิจ) ระหว่างผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้เกิดการขยายคู่ค้าและพบพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างเครือข่ายทางการค้าที่แข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจ และหน้าที่หลักของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป (2554) ที่ว่า สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม ภูมิปัญญา และกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป รวมทั้งดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปที่เหมาะสม เพื่อยกระดับกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสร้างเครือข่ายและเชื่อมโยงระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ให้เกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ในการพัฒนาการประกอบการ รวมทั้งสนับสนุน

ให้เกิดการขายการลงทุนหรือสร้างโอกาสการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ จากผลการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีความเห็นว่าเรื่องเงินทุน และภาษาเป็นปัญหาส่วนใหญ่ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในฐานะภาครัฐจึงควรที่จะเข้าไปส่งเสริมช่วยเหลือ ผู้ประกอบการในเรื่องดังกล่าว โดยจัดดำเนินโครงการสนับสนุนด้านเงินทุนในการนำไปพัฒนาในด้านต่างๆ ขององค์กรให้แก่ผู้ประกอบการ และดำเนินการจัดการอบรมภาษาต่างประเทศ (อาเซียน) เพื่อเสริมทักษะทางด้านภาษาให้แก่ผู้ประกอบการ

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสม (Mixed Method) เพื่อศึกษาถึงความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

6.1 ระเบียบวิธีวิจัย

6.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

- (1) เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- (2) เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- (3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- (4) เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

6.1.2 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ คือ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อบรรยายคุณลักษณะของปัจจัย คือ ข้อมูลทั่วไป ปัจจัยภายในองค์กร และแนวทางการสัมพันธเชิงลึก เพื่อบรรยายถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs

6.1.3 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คื ผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ โดยเฉพาะเจ้าของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการจากสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในปีงบประมาณ 2556 จำนวน 610 กิจการ โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 242 กิจการได้รับแบบสอบถามคืนมาทั้งหมดครบจำนวน และสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์จากขนาดของธุรกิจ คื ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดย่อมอย่างละ 5 กิจการ จำนวนทั้งสิ้น 10 กิจการ

6.1.4 ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือน มิถุนายน 2556 – สิงหาคม 2556

6.1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลค้างนี้ เป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมด้วย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ โดยถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ, รูปแบบธุรกิจ, ระดับขั้นของธุรกิจ, ขนาดของธุรกิจ และกลุ่มลูกค้า จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจากภายในองค์กร ได้แก่ แรงงาน เทคโนโลยี โลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนา ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 40 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ

และแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 5 ข้อ

6.1.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการศึกษาค้างนี้ มีการตรวจสอบเครื่องมือโดยการดำเนินการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาและความมั่นใจ (reliability) ดังนี้

1) เครื่องมือในการวิจัย คื แบบสอบถาม โดยศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา มาเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ เพื่อ

ความถูกต้องตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และเชื่อถือได้ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ค่า IOC พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่า IOC เกิน 0.5

2) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาความเชื่อมั่นกับผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งต้องมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไปจึงจะยอมรับ และในการศึกษารุ่นนี้ได้ผล Try out อยู่ที่ 0.92

6.1.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่เข้ามาอบรม และเข้าโครงการต่างๆ ของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในปีงบประมาณ 2556

2) แจกแบบสอบถามให้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 242 ชุด และขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

3) สัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 ชุด

6.1.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้รวบรวมแบบสอบถามคืน และตรวจสอบความเรียบร้อยแล้ว นำมาจัดระเบียบข้อมูลเพื่อเตรียมการสำหรับการใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการผลการวิจัย (SPSS for windows : SPSS)

2) การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อแจกแจงความถี่ในส่วนของคุณลักษณะของกิจการ โดยใช้ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูล

2.2 สถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistic) วิเคราะห์ความแปรปรวน ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test และ F-test (ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกที่มีต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ AEC โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ไว้ที่ระดับ 0.05

2.3 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

หลังจากทำการสัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้รวบรวม

6.2 สรุปผลการวิจัย

6.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMES ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

ผู้ประกอบการ SMES ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจอาหารประเภทการผลิต อยู่ในธุรกิจระดับกลาง น้ำ จดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด มีจำนวนการจ้างงานพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท ทุนในการจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมานานกว่า 5 ปี และมีกลุ่มลูกค้าอยู่ภายในประเทศ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ SMES ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs)

6.2.2 ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMES ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

ผู้ประกอบการ SMES ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพร้อมด้านแรงงาน ด้านเทคโนโลยี ด้านระบบโลจิสติกส์ ด้านตลาด ด้านกฎระเบียบ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการวิจัยและพัฒนา มีระดับความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความพร้อมของผู้ประกอบการ SMES ด้านอุตสาหกรรมอาหารด้านเครือข่ายอยู่ในระดับน้อย

6.2.3 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMES ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่มีข้อมูลต่างๆทางธุรกิจที่ต่างกัน

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMES ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปแตกต่างกัน ดังนี้

1) รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน โดย

- ธุรกิจรูปแบบบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และรูปแบบอื่นๆมีความพร้อมด้านแรงงานต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน

- ธุรกิจรูปแบบบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และรูปแบบอื่นๆมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน
 - ธุรกิจรูปแบบบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัดมีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน
 - ธุรกิจรูปแบบบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และรูปแบบอื่นๆมีความพร้อมด้านตลาดต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน
 - ธุรกิจรูปแบบบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน
 - ธุรกิจรูปแบบบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพร้อมด้านกฎระเบียบต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน
 - ธุรกิจรูปแบบบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และรูปแบบอื่นๆมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน
 - ธุรกิจรูปแบบบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และรูปแบบอื่นๆมีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน
- 2) ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน โดย
- ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดย่อมมีความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน
- 3) กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน โดย
- ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ และธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านแรงงานต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน
 - ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายนอกประเทศ และธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน
 - ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ และธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน

- ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายนอกประเทศ และธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านตลาดต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน
- ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายนอกประเทศ และธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน
- ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายนอกประเทศ และธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านกฎระเบียบต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน
- ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ และธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน
- ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ และธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน

6.2.4 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

- 1) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร พบว่า การเปิดตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคทางด้านเงินทุน ภาษา การขนส่ง กฎหมาย กระบวนการผลิต การประชาสัมพันธ์ การหาช่องทางการตลาดในการเข้าถึงตลาด AEC และการสร้างสินค้าที่มีความแปลกใหม่หรือเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานตามสากล อีกทั้ง ขัดกันทางการค้า ระหว่างประเทศอาเซียน นอกจากนี้ยังมีการตลาดที่ไม่แข็งแกร่งพอ และยังไม่มีความรู้ในเรื่องข้อกำหนด กฎหมาย ต่างๆของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 2) การศึกษาปัจจัยที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ปัจจัยด้านการลดต้นทุนของวัตถุดิบและการผลิต เพื่อให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้น การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆให้มีเอกลักษณ์ มีความหลากหลาย และมีคุณภาพ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค และการสื่อสารทางด้านภาษาที่มีความเชี่ยวชาญของบุคลากร การมีความรู้และความเข้าใจในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อีกทั้งในเรื่องข้อกำหนด และกฎหมายต่างๆ การมีระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐานสากลขององค์กร และการมีประสิทธิภาพในการผลิตขององค์กร จะเป็นตัวนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

3) จุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กรต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่ มีจุดอ่อนขององค์กรในเรื่องการที่มีต้นทุนในการผลิตสูง บุคลากรในองค์กรมีทักษะความรู้ทางด้านภาษาไม่ด้นัก และยังขาดการขยายการเข้าสู่ตลาด ส่วนจุดแข็งขององค์กร ส่วนใหญ่มีการผลิตที่ได้มาตรฐาน เริ่มมีการส่งผลิตภัณฑ์ไปทดลองตลาดในอาเซียนบ้างแล้ว ซึ่งอาหารไทยเป็นที่นิยมของนานาชาติอยู่บ้าง อีกทั้งยังมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพมากกว่าในประเทศอาเซียน และมีการพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

4) ความช่วยเหลือที่ SMEs ต้องการจากภาครัฐ พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในเรื่องเงินทุนสำหรับการปรับปรุงมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดตลาดอาเซียน ทั้งในเรื่องการวิเคราะห์ตลาดของประเทศในอาเซียน เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับรู้ถึงสภาพตลาดของประเทศคู่ค้า การสร้างและหาโอกาสต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาธุรกิจ และการเปิดตลาดทดลองให้กับผู้ประกอบการในแต่ละประเทศในอาเซียน นอกจากนี้ ยังต้องการให้ภาครัฐเดินหน้าโครงการพัฒนาระบบคมนาคมพื้นฐานภายในประเทศให้แล้วเสร็จ เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าและการเดินทางเมื่อเข้าสู่ AEC ให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น พร้อมดำเนินนโยบายช่วยเหลืออย่างตรงจุดและมีการติดตามผลอย่างแท้จริง อีกทั้งต้องการให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับระบบการกำกับดูแลแรงงาน ด้านการสืบค้นทะเบียนประวัติ และการออกเอกสารรับรองการทำงานของแรงงานต่างด้าว

5) ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าผู้ประกอบการเสนอให้มีการจัดงาน Business Matching ระหว่างผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการจัดอบรมภาษาต่างประเทศ(อาเซียน)ให้แก่ผู้ประกอบการ ให้ภาครัฐจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้ประกอบการอย่างจริงจัง โดยเฉพาะด้านกฎระเบียบของการนำเข้า ส่งออกสินค้า และสามารถนำไปใช้ได้จริง และเห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำ คือ เกษตรกร เนื่องจากเป็นแหล่งของวัตถุดิบที่จะนำมาแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมเกษตร

6.2.5 นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวม พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีความพร้อมด้านเครือข่ายอยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่ง

จะต้องได้รับการช่วยเหลือเป็นลำดับแรก ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในฐานะภาครัฐที่มีวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปให้ดำเนินการได้อย่างครบวงจร สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องทำหน้าที่เป็นตัวประสานการรวมกลุ่มกันทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการให้มากขึ้น เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจและเกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน เช่น การจัดงาน Business Matching (การจับคู่ธุรกิจ)ระหว่างผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้เกิดการขยายคู่ค้าและพบพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างเครือข่ายทางการค้าที่แข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ จากผลการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีความเห็นว่า เรื่องเงินทุน และภาษาเป็นปัญหาส่วนใหญ่ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในฐานะภาครัฐจึงควรที่จะเข้าไปส่งเสริมช่วยเหลือผู้ประกอบการในเรื่องดังกล่าว โดยจัดดำเนินโครงการสนับสนุนด้านเงินทุนในการนำไปพัฒนาในด้านต่างๆขององค์กรให้แก่ผู้ประกอบการ และดำเนินการจัดการอบรมภาษาต่างประเทศ (อาเซียน)เพื่อเสริมทักษะทางด้านภาษาให้แก่ผู้ประกอบการ

6.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพร้อมด้านเครือข่ายอยู่ในระดับน้อย ซึ่งผู้วิจัยใคร่ขอเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะบางประการต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อนำไปพัฒนาให้ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

6.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ควรมีการกำหนดนโยบายหรือมาตรการเฉพาะในการช่วยเหลือเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการด้านการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2) ควรมีการกำหนดนโยบายให้ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปชนิดอื่นๆ ที่ไม่ใช่อาหารด้วย เช่น สมุนไพร

3) ควรเสนอนโยบายต่อกระทรวงอุตสาหกรรมในเรื่องเกี่ยวกับระบบการกำกับดูแลแรงงาน ด้านการสืบค้นทะเบียนประวัติ และการออกเอกสารรับรองการทำงานของแรงงานต่างด้าว

6.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีปัญหาและอุปสรรคต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเรื่องภาษา กฎหมาย กระบวนการผลิต ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และข้อกำหนดต่างๆของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จึงควรจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่นักวิชาการและผู้ประกอบการในเรื่องภาษา การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย กฎระเบียบ กฎหมาย และเงื่อนไขด้านการนำเข้า ส่งออกวัตถุดิบและสินค้าแก่นักวิชาการของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และติดตาม เผยแพร่กฎระเบียบใหม่ๆที่เกี่ยวกับการส่งออกและนำเข้าของภาครัฐให้แก่ผู้ประกอบการอย่างรวดเร็วและทั่วถึง

2) จากผลการวิจัยที่พบว่า อุปสรรคสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารนั้น คือ เรื่องเงินทุน ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จึงควรสนับสนุนงบประมาณในการศึกษา วิจัย แนวโน้มความต้องการของตลาดในอาเซียน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับรสนิยม และความต้องการของตลาดและหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆมาเผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการ อีกทั้งศึกษา วิจัยและจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้เป็นต้นแบบให้แก่ผู้ประกอบการในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และคุณภาพให้แก่ผลผลิตของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ยังควรจัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์สินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ด้วยเทคนิคใหม่ๆในตลาดอาเซียน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าของไทยให้ผู้บริโภคในอาเซียนได้รู้จัก

3) จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนน้อยที่สุด ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จึงควรจัดกิจกรรมการรวมกลุ่มกันระหว่างธุรกิจ เพื่อการลงทุนร่วมกัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ต่อกัน โดยร่วมกันหาปัญหา พร้อมวิธีแก้ไข และสร้างความเข้มแข็งให้กับการแข่งขันทางธุรกิจ อีกทั้ง จัดทำฐานข้อมูลของผู้ประกอบการตามสายโซ่ธุรกิจในแต่ละประเภท เพื่อสะดวกในการสืบค้นการเป็นเครือข่ายทางธุรกิจระหว่างกัน

6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมด้านอื่นๆต่อการเข้าสู่เศรษฐกิจอาเซียน
- 2) ควรมีการศึกษาปัจจัยความพร้อมด้านอื่นๆที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการ SMEs เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

THE PREPARATION OF SMEs IN FOOD INDUSTRY FOR THE AEC

คัมภีร์ เย็นเป็นสุข 5337781 SHPA/M

ศศ.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : กมลพร สอนศรี, D.P.A., สมบูรณ์ ศิริสรริรัญ, Ph.D.,
ภัทร์ พลอยแหวน, Ph.D.

บทสรุปแบบสมบูรณ์

1. บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการ SMEs จำนวนกว่า 2.9 ล้านกิจการ คิดเป็นร้อยละ 99.9 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในแต่ละปี มีการจ้างงานกว่า 10.5 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 77.8 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือ GDP SMEs ถึง 3.75 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.1 ของมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ (ปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬี, 2555 : 4) จึงถือได้ว่าเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของประเทศ

ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า คือในปี 2558 ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (Asean Economic Community) อย่างเต็มตัว ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศในอาเซียน 10 ประเทศ ให้เป็นตลาดเดียวกัน มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี โดยการทำธุรกิจในกลุ่มประเทศอาเซียนจะเป็นเสมือนหนึ่งเป็นประเทศเดียวกัน มีการแข่งขันด้านราคา ด้านมาตรฐาน และด้านคุณภาพ ทำให้เกิดผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยผลกระทบด้านลบ มีหลายประเด็น ทั้งการเปิดเสรีทางการค้าที่มีการขจัดอุปสรรคด้านภาษี ทำให้สินค้าของประเทศอาเซียนอื่นเข้าสู่ตลาดไทยได้ง่ายขึ้น อาจทำให้มีการย้ายฐานการผลิตหรือการลงทุนจากไทยไปยังประเทศอื่นๆ ที่มีปัจจัยพื้นฐานประสิทธิภาพของแรงงานและกฎระเบียบ กฎหมายที่มีความพร้อมต่อนักลงทุนมากกว่า ทำให้เกิด

ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เป็นต้น นอกจากนี้ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่เพียงแต่มีผลกระทบด้านลบต่อภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ยังมีผลกระทบด้านบวกอีกด้วย เช่น การลดและยกเลิกภาษี ทำให้สามารถนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าได้ในราคาถูก ต้นทุนในการผลิตสินค้าต่ำลง การรวมกลุ่มอาเซียนทำให้เกิดตลาดขนาดใหญ่ จึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าให้กับประเทศ เป็นต้น ซึ่งหากจะเพิ่มโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้กับอุตสาหกรรมได้นั้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องหันมาสนใจ ใส่ใจในเรื่องการพัฒนาสมรรถนะ ศักยภาพ และความรู้ความสามารถทางธุรกิจให้มีความพร้อมในการที่จะแข่งขันกับประเทศในอาเซียนได้ โดยผู้ประกอบการ SMEs ไทยจะต้องพัฒนาศักยภาพอย่างเร่งด่วน ด้วยวิธีและแนวทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาและอุปสรรค เพื่อเตรียมรองรับกับการเปิดตลาดการค้าเสรี มีการผลิตสินค้าให้ตรงกับมาตรฐานสากล และพร้อมที่จะรับข้อตกลงทางการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษา ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยต้องการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พร้อมทั้งเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางให้แก่สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ตรงประเด็นและมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันกับประเทศในอาเซียนด้วยความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

2. บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาวิจัย เรื่อง ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2) เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 4) เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริม

ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า 1) ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพร้อมด้านเครือข่ายอยู่ในระดับน้อย 2) เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน ขนาดธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน และกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน 3) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคทางด้านเงินทุน ภาษา การขนส่ง กฎหมาย กระบวนการผลิต การประชาสัมพันธ์ การหาช่องทางการตลาดในการเข้าถึงตลาด AEC และการสร้างสินค้าที่มีความแปลกใหม่หรือเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานตามสากล อีกทั้ง ข้อกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศอาเซียน การมีตลาดที่ไม่แข็งแกร่งพอ และยังไม่มีความรู้ในเรื่องข้อกำหนดกฎหมายต่างๆของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ4) แนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป พบว่า สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปต้องทำหน้าที่เป็นตัวประสานการรวมกลุ่มกันด้านเครือข่ายทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการให้มากขึ้น และจัดดำเนินโครงการสนับสนุนด้านเงินทุนในการนำไปพัฒนาในด้านต่างๆขององค์กรให้แก่ผู้ประกอบการ อีกทั้งดำเนินการจัดการอบรมภาษาต่างประเทศ (อาเซียน) เพื่อเสริมทักษะทางด้านภาษาให้แก่ผู้ประกอบการ

3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย (Objectives)

3.1 เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.2 เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.4 เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

4. ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

การศึกษานี้ใช้การศึกษาวิจัยแบบผสม ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ โดยเฉพาะเจาะจงผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการจากสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในปีงบประมาณ 2556 จำนวน 610 กิจการ โดยใช้สูตร Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่าง 242 กิจการ เก็บแบบสอบถามได้ครบตามจำนวน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อมาทำการวิเคราะห์ผล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือจากการศึกษาเอกสาร ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมด้านต่างๆของผู้ประกอบการ SMEs มาสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยกำหนดข้อคำถามตามกรอบแนวความคิด ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยสร้างแบบสอบถามและได้นำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ แก้ไข ปรับปรุง เพื่อความถูกต้องตรงตามประเด็นเนื้อหาและเชื่อถือได้ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ค่า IOC พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่า IOC เกิน 0.5 และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการตรวจสอบก่อนกับผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 กิจการ เก็บข้อมูลตั้งแต่ มิถุนายน 2556 ถึง สิงหาคม 2556 แล้วนำเอาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายข้อ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งต้องมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะยอมรับ และในการศึกษานี้ ได้ผล Try-out ที่ 0.92

5. การวิเคราะห์ข้อมูล (Statistical Analysis)

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูปสำหรับการวิจัย หรือ SPSS for Windows ประมวลผล เพื่ออธิบายข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงคุณลักษณะของตัวแปรตามแบบสอบถาม ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistic) เพื่อใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม คือ ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ กับ ปัจจัยความพร้อมของ SMEs โดยจะใช้สถิติ คือ t-test และ F-test เพื่อเป็นการนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้รวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

6. ผลการวิจัย (Results)

6.1 ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงปัจจัยด้านเครือข่ายที่มีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับน้อย สามารถนำมาอภิปรายผลเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

6.1.1 ด้านแรงงาน เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านแรงงานในประเด็น ความมีทักษะและความชำนาญของพนักงานเพียงพอต่อการทำงานเพื่อรองรับต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน องค์กรมีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะและฝีมือให้แก่พนักงาน และองค์กรมีค่าตอบแทนสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่พนักงานอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพร้อมในประเด็นการมีทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้มากกว่า 1 ภาษาของพนักงาน และการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของพนักงานในองค์กร อยู่ในระดับน้อย สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปยังต้องได้รับการส่งเสริมและปรับปรุง โดยเฉพาะการพัฒนาทางด้านภาษา และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของบุคลากรในองค์กร ซึ่งมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนขององค์กร ให้มีความสามารถในระดับที่สามารถแข่งขันกับประเทศ

อื่นๆได้ ตามบทความที่เรียบเรียงและสรุปจากงานสัมมนาและสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆของพรหม กระเป๋าทอง และจุลัษวรรณ ค้วงโคตะ (2555) ที่ว่า สิ่งสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยให้สามารถสื่อสารได้หลายภาษา และมีทักษะความสามารถที่ทัดเทียมกับคนชาติอื่นๆ

6.1.2 ด้านเทคโนโลยี เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีในประเด็นการมีวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัย และสามารถรองรับต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ มีเครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆที่เพียงพอต่อการใช้งาน มีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการ เช่น ด้านบัญชี ระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบำบัดรักษาสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีเทคโนโลยี ทั้งวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องจักรที่ยังไม่ทันสมัยมากนัก ยังต้องได้รับการสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีอีกเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการผลิต โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการลดต้นทุนการผลิต ทำให้สามารถแข่งขันในตลาดได้มากขึ้น สอดคล้องกับบทความที่เรียบเรียงและสรุปจากงานสัมมนาและสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆของพรหม กระเป๋าทอง และจุลัษวรรณ ค้วงโคตะ (2555) ที่ว่า แม้ว่าไทยจะมีคู่แข่งเรื่องจำนวนแรงงานที่มีปริมาณมาก แต่แรงงานเหล่านั้นส่วนใหญ่ยังขาดทักษะ อีกทั้งเทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่ยังเป็นขั้นกลาง ต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่านี้ เพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเพิ่มสูงขึ้น หลังจากเข้าสู่ AEC และตามการศึกษาวิเคราะห์และเตือนภัย SMEs รายสาขาสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด (2551) ที่ว่า เมื่อผู้ประกอบการต้องการประสบความสำเร็จต้องมีการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ประดิษฐ์เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ๆ นำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการผลิตเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ

6.1.3 ด้านระบบโลจิสติกส์ เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ในประเด็นการส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาและมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่ สามารถขนส่งสินค้าได้อย่างมีคุณภาพและทันตามกำหนดเวลา กล่าวคือ มีระบบการคมนาคมขนส่งที่มีความหลากหลาย สามารถรองรับต่อการขนส่งสินค้าได้ตามประเภทของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับบทความที่เรียบเรียงและสรุปจากงาน

สัมมนาและสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆของพรหม กระเป่าทอง และจุลัษวรรณ ค้วงโคตะ (2555) ที่ว่าที่ตั้งของไทยเอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางโครงข่ายเชื่อมโยงคมนาคมด้านต่างๆ มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทั่วถึง จึงทำให้ระบบการขนส่งมีความสะดวก ผู้ประกอบการดำเนินงานได้รวดเร็ว ส่วนในประเด็นของการมีการขนส่งจัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระบบ มีการขนส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีความคุ้มค่า มีบุคลากรที่มีความรู้ด้านโลจิสติกส์อย่างเพียงพอ และมีคณะทำงานที่รับผิดชอบด้านโลจิสติกส์โดยรวมขององค์กร อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปยังต้องพัฒนาระบบโลจิสติกส์ขององค์กรให้มีระบบการจัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระบบและจัดตั้งให้มีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลด้านโลจิสติกส์โดยเฉพาะ เพื่อให้เกิดความสะดวกและมีต้นทุนการขนส่งที่ถูกลงเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ

6.1.4 ด้านตลาด เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านตลาดในประเด็นการมีการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของตลาด มีการวางแผนการจำหน่ายสินค้าภายนอกประเทศ มีการส่งเสริมการขายของสินค้า มีการประชาสัมพันธ์สินค้าให้ผู้บริโภครู้จัก ตลอดจนมีการขยายการประชาสัมพันธ์ไปสู่ประเทศในแถบอาเซียน และมีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปยังไม่ได้มีการดำเนินกลยุทธ์การตลาดในเชิงรุกในการเจาะถึงตลาดผู้ซื้อในต่างประเทศ และยังไม่ค่อยมีการศึกษาสู่ทางการค้าใหม่ๆเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้ประกอบการ ดังคำกล่าวที่ว่า “องค์กรยังไม่มียุทธศาสตร์หรือเป้าหมายในการที่จะส่งออกไปสู่ประเทศในอาเซียนอย่างแน่ชัด” (ให้สัมภาษณ์ ณ วันที่ 5 สิงหาคม 2556)

6.1.5 ด้านเครือข่าย เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านเครือข่ายในประเด็นที่มีการลงทุนร่วมกันระหว่างธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ การมีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจ การมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การมีการรวมกลุ่มเป็นสถาบัน เช่น สหกรณ์ ชมรม สมาคม เพื่อใช้อำนาจของกลุ่มเป็นกลไกต่อรองในด้านราคากับตลาดอาเซียน รวมถึงการมีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจในการผลิตสินค้า เพื่อรองรับปริมาณความต้องการของลูกค้าในอาเซียน อีกทั้งการมีการจับคู่พันธมิตรในการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกับกลุ่มประเทศอาเซียน อยู่ในระดับน้อย สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปยังไม่มีความพร้อม

ด้านเครือข่ายในทุกๆประเด็น ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอยู่รอดได้ในตลาดอาเซียน นั้น ธุรกิจจะต้องมีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ มีความสามารถในการเจรจาต่อรอง เพื่อให้ได้ข้อตกลงที่เป็นธรรมและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ ดังสรุปการบรรยาย การสัมมนาเศรษฐกิจการเกษตรและการค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ ไทย-จีน ครั้งที่ 2 ของสุรศักดิ์ นานานุกูล (2555) ที่ว่า การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ หมายถึง วิธีการร่วมมือระหว่างธุรกิจหลายๆแห่งในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนวิธีการสร้างความสัมพันธ์และการทำธุรกิจร่วมกันในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจ เครือข่ายนั้น สามารถทำงานที่แต่ละคนทำตามลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน จึงมีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า และความคิดริเริ่มดีกว่าที่ธุรกิจแต่ละแห่งจะทำตามลำพัง ธุรกิจเครือข่ายจะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอยู่รอดและแข่งขันกับธุรกิจระดับโลกได้ ดังนั้น ความพร้อมด้านเครือข่ายจึงเป็นประเด็นหลักของความพร้อมในการที่จะต้องช่วยส่งเสริม และสนับสนุนอย่างเร่งด่วน

6.1.6 ด้านกฎระเบียบ เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านกฎระเบียบในประเด็นความสามารถที่จะปรับเปลี่ยนกฎระเบียบในองค์กร เพื่อรองรับข้อตกลงกับประเทศคู่ค้า มีการวางแผนและหามาตรการในการปรับปรุงกฎระเบียบในองค์กรให้มีความสอดคล้องหรือเอื้อต่อการเข้าสู่ประเทศคู่ค้า และมีการติดตามกฎระเบียบของภาครัฐต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้าในอาเซียน อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความพร้อมในการที่จะปรับปรุงระเบียบในองค์กรเพื่อรองรับกับกฎระเบียบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากธุรกิจ SMEs มีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ง่าย เพราะมีอิสระในการทำงาน จึงสามารถตัดสินใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ได้ทันที (ก่อเกียรติ พานิชกุล, โชติรัส ชวนิชย์ และปริญ ลักมิตานนท์. 2538 : 132) ส่วนประเด็นการศึกษากฎระเบียบของการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการศึกษากฎระเบียบและเงื่อนไขด้านการนำเข้าของประเทศคู่ค้า อยู่ในระดับน้อย สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ยังไม่มีความพร้อมในเรื่องการศึกษากฎระเบียบกฎหมาย และเงื่อนไขของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้โอกาสในการเข้าไปเปิดตลาดในอาเซียนเป็นไปได้ยาก เนื่องจากหากเราไม่รู้เท่าทันกฎระเบียบและเงื่อนไขการนำเข้าของประเทศคู่ค้าแล้ว จะทำให้เราเสียเปรียบและยากต่อการเข้าถึงตลาดนั้นๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของมโนรด กุศลศักดิ์ (2555) ที่ว่า ถึงแม้จะมีการตกลงรวมตัวกันก็ตาม แต่ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็ยังคงมีกฎระเบียบหลายๆข้อที่ยังคงไว้เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประเทศตัวเอง ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางจึงต้องศึกษากฎระเบียบต่างๆเหล่านี้อยู่ตลอดเวลา

6.1.7 ด้านการบริหารจัดการ เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการในประเด็นที่ผู้บริหารนำความรู้ในด้านการบริหารที่เป็นระบบมาใช้ในการบริหารองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กรให้สามารถต่อสู้กับตลาดในอาเซียนได้ ความสามารถที่จะปรับเปลี่ยนและปรับปรุงผังการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการตามแบบสากลภายใต้มาตรฐานของอาเซียน รวมทั้งมีวิสัยทัศน์ทางธุรกิจ ในเชิงรุกต่อการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และสุดท้ายมีความตื่นตัวและเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อถ่ายทอดให้กับบุคลากรในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีผู้บริหารที่มีความพร้อมความตื่นตัว และมีวิสัยทัศน์ในการที่จะปรับปรุงบริหารจัดการองค์กรให้มีศักยภาพ เพื่อที่จะต่อสู้และแข่งขันในการค้าขายกับตลาดในอาเซียนได้ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ดีในการที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา ต่ออุดม (2550) ที่พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์ที่มุ่งให้กิจการเจริญเติบโต มีทักษะความสามารถในการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการตัดสินใจ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ และมีความซื่อตรงในการประกอบธุรกิจ

6.1.8 ด้านการวิจัยและพัฒนา เมื่อพิจารณาจากประเด็นคำถามจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาในประเด็นของการมีการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล อยู่ในระดับมาก สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานต่างๆ เช่น มาตรฐาน GMP ซึ่งเป็นมาตรฐานขั้นพื้นฐานของอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป มาตรฐาน HACCP ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ช่วยควบคุมให้อาหารมีความปลอดภัย อีกทั้ง ยังมีมาตรฐานหรือข้อกำหนดอื่นๆ ที่ยอมรับต่อนานาชาติ ส่วนในประเด็นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่อยู่เสมอ มีการพัฒนากระบวนการผลิตอยู่เสมอ มีทีมงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการศึกษาหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ มีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีความพร้อมที่จะปรับตัวต่อสู้กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตให้แปลกใหม่ และหาโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2553) ที่ว่า

การปรับตัวของสินค้าอุตสาหกรรมนั้น ผู้ประกอบการควรแข่งขันด้านคุณภาพแทนการแข่งขันด้านราคา โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & Innovation) ผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

6.2 เปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากผลการศึกษาการเปรียบเทียบความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจมีความแตกต่างกันส่งผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยรูปแบบธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี โลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และด้านการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในทุกๆด้านต่างกัน เนื่องจากรูปแบบธุรกิจในแต่ละแบบ มีผู้ลงทุนและความเป็นเจ้าของกิจการที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจในการบริหารการพัฒนา หรือลงทุนแตกต่างกัน จึงมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างกัน โดยรูปแบบธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดาจะมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้น้อยที่สุด เพราะมีผู้ลงทุนเพียงคนเดียว ต้นทุนในการพัฒนาอาจมีไม่เพียงพอ และเป็นไปได้ยากกว่าธุรกิจรูปแบบอื่นๆ ที่มีผู้ร่วมทุน ขนาดธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี โลจิสติกส์ ตลาด กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกัน ส่วนความพร้อมด้านเครือข่ายไม่แตกต่างกัน อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร ทั้งธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางยังไม่มีมีการประสานการรวมกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อช่วยเหลือกันเกื้อหนุนกันในด้านประโยชน์ทางธุรกิจ สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยความพร้อมด้านเครือข่ายของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับน้อย และกลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด เครือข่าย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และด้านการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปความแตกต่างได้ ดังนี้

6.2.1 รูปแบบธุรกิจต่างกันส่งผลต่อความพร้อมแต่ละด้านแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัท จำกัด และธุรกิจจดทะเบียนรูปแบบอื่นๆ มีความพร้อมด้านแรงงานต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัท จำกัด และธุรกิจจดทะเบียนรูปแบบอื่นๆ มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท จำกัด มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัท จำกัด และธุรกิจจดทะเบียนรูปแบบอื่นๆ มีความพร้อมด้านตลาดต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท จำกัด มีความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท จำกัด มีความพร้อมด้านกฎระเบียบต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัท จำกัด และธุรกิจจดทะเบียนรูปแบบอื่นๆ มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- ธุรกิจจดทะเบียนบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท จำกัด มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

6.2.2 ขนาดของธุรกิจต่างกันส่งผลต่อความพร้อมแต่ละด้านแตกต่างกัน

- ธุรกิจขนาดย่อม และธุรกิจขนาดกลาง มีความพร้อมด้านแรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ตลาด กฎระเบียบ การบริหารจัดการ และการวิจัยและพัฒนาต่างกัน ส่วนความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าไม่ว่าธุรกิจจะเป็นขนาดย่อมหรือขนาดกลางยังไม่มีมีการประสานการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อช่วยเหลือกัน

6.2.3 กลุ่มลูกค้าของธุรกิจต่างกันส่งผลต่อความพร้อมแต่ละด้านแตกต่างกัน

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีความพร้อมด้านแรงงานแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ภายนอกประเทศ และกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์แตกต่างกับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ภายนอกประเทศ และกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านตลาดต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน
- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ภายนอกประเทศ และกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน
- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ภายนอกประเทศ และกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีความพร้อมด้านกฎระเบียบต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน
- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาแตกต่างกับกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

6.3 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

6.3.1 จากผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหาร จากการเก็บแบบสอบถามแบบบรรยายร่วมกับการสัมภาษณ์ พบว่า การเปิดตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคทางด้านเงินทุน ภาษา การขนส่ง กฎหมาย กระบวนการผลิต การประชาสัมพันธ์ การหาช่องทางการตลาดในการเข้าถึงตลาด AEC และการสร้างสินค้าที่มีความแปลกใหม่หรือเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานตามสากล อีกทั้ง ขัดกีดกันทางการค้า ระหว่างประเทศอาเซียน นอกจากนี้ยังมีการตลาดที่ไม่แข็งแกร่งพอ และยังไม่มีความรู้ในเรื่องข้อกำหนด กฎหมายต่างๆของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุด คือ ปัญหาด้านเงินทุน การที่ผู้ประกอบการจะสามารถแข่งขันได้ในตลาดอาเซียนนั้น จะต้องมีการพัฒนาในทุกๆด้านทั้งของผลิตภัณฑ์และองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ต้องใช้เงินทุนในการดำเนินการทั้งสิ้น แต่เนื่องจาก SMEs เป็นธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่เติบโตมากนัก จึงไม่มีกำลังในการที่จะปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับทวินันท์ ประการ (2553) ที่ว่า การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสขยายตัวได้ยาก เนื่องจากทรัพยากรและเงินทุนมีน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ส่วนปัญหาด้านภาษา เป็นอีกปัญหาใหญ่ของผู้ประกอบการ SMEs เนื่องจากในปัจจุบันพนักงานในองค์กรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างมาก

6.3.2 จากผลการศึกษาปัจจัยที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ปัจจัยด้านการลดต้นทุนของวัตถุดิบและการผลิต เพื่อให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้นการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆให้มีเอกลักษณ์และมีคุณภาพ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค และการสื่อสารทางด้านภาษาของบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ การมีความรู้และความเข้าใจในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในเรื่องข้อกำหนด และกฎหมายต่างๆ การมีระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐานสากลขององค์กร การมีความสามารถทางด้านภาษาของบุคลากรในองค์กร การมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการมีประสิทธิภาพในการผลิตขององค์กร จะเป็นตัวนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ส่วนใหญ่มีจุดแข็งต่อการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเรื่องการมีระบบมาตรฐานสากล เช่น GMP HACCP ISO Halal เป็นต้น การมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศที่เอื้อต่อการเพาะปลูก ทำให้ได้วัตถุดิบที่ดีกว่าในแถบประเทศอาเซียน

6.3.3 จุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กรต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่ มีจุดอ่อนขององค์กรในเรื่องการที่มีต้นทุนในการผลิตสูง บุคลากรในองค์กรมีทักษะ ความรู้ทางด้านภาษาไม่ดีนัก และยังขาดการขยายการเข้าสู่ตลาด ส่วนจุดแข็งขององค์กร ส่วนใหญ่มีการผลิตที่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ที่ว่า ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่มีจุดแข็งต่อการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเรื่องการมีระบบมาตรฐานสากล เช่น GMP HACCP ISO Halal เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเริ่มมีการส่งผลิตภัณฑ์ไปทดลองตลาดในอาเซียนบ้างแล้ว ซึ่งอาหารไทยเป็นที่นิยมของนานาชาติอยู่บ้าง อีกทั้งยังมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพมากกว่าในประเทศอาเซียน และมีการพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

6.3.4 จากผลการศึกษาความช่วยเหลือที่ SMEs ต้องการจากภาครัฐ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในเรื่องเงินทุนสำหรับการปรับปรุงมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดตลาดอาเซียน ทั้งในเรื่องการวิเคราะห์ตลาดของประเทศในอาเซียน เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับรู้ถึงสภาพตลาดของประเทศคู่ค้า การสร้างและหาโอกาสต่างๆเพื่อให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาธุรกิจ และการเปิดตลาดทดลองให้กับผู้ประกอบการในแต่ละประเทศในอาเซียน อีกทั้งต้องการให้เดินหน้าโครงการพัฒนาระบบคมนาคมพื้นฐานภายในประเทศให้แล้วเสร็จ เพื่รองรับการขนส่งสินค้าและการเดินทางเมื่อเข้าสู่ AEC ให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น ดำเนินนโยบายและมีการติดตามผลอย่างแท้จริง และควรให้ความสำคัญกับระบบ

การกำกับดูแลแรงงาน รวมทั้งการสืบค้นทะเบียนประวัติ และการออกเอกสารรับรองการทำงานของแรงงานต่างด้าว ขั้นตอน กฎระเบียบ ระหว่างประเทศ ต้องเอื้อต่อการนำมาปฏิบัติได้จริง และรวดเร็ว อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในเรื่องเงินทุน เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่ อีกทั้งพัฒนากระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล มีความปลอดภัย เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารหัวใจสำคัญ คือ ความสะอาดและปลอดภัย การอบรมให้ความรู้ในเรื่องต่างๆเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อบังคับ และที่สำคัญ คือ การวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้ คู่ทางการตลาด วัฒนธรรม เศรษฐกิจในของแต่ละประเทศ เพราะการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวจะช่วยในการตัดสินใจและเลือกตลาดคู่ค้าให้แก่ผู้ประกอบการได้

6.3.5 จากผลการศึกษาข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ผู้ประกอบการเสนอให้มีการจัดงาน Business Matching ระหว่างผู้ประกอบการทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีการจัดอบรมภาษาต่างประเทศ(อาเซียน)ให้แก่ผู้ประกอบการ ให้ภาครัฐจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้ประกอบการอย่างจริงจัง โดยเฉพาะด้านกฎระเบียบของการนำเข้า ส่งออกสินค้า และสามารถนำไปใช้ได้จริง และเห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำ คือ เกษตรกร เนื่องจากเป็นแหล่งของวัตถุดิบที่จะนำมาแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมเกษตร อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs จะสามารถพัฒนาและเข้มแข็งต่อสู้กับตลาดคู่แข่งได้นั้นยังต้องได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐอยู่อีกมาก ภาครัฐจึงจะต้องเป็นผู้ช่วยสำคัญในการประทับรองธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ดำรงอยู่ได้ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กที่จะไม่สามารถปรับตัวได้ ซึ่งเป็นฐานขับเคลื่อนใหญ่ของระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยนโยบายที่ตรงจุด เฉพาะทาง และติดตามผลอย่างจริงจัง

6.4 นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

จากผลการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุด เมื่อดูจากค่าเฉลี่ยความพร้อม อภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความสามารถในการที่จะพัฒนาสินค้า กระบวนการผลิต และหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆให้กับองค์กรได้เอง แต่ทั้งนี้ เนื่องจากธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็ก ความสามารถในการช่วยเหลือและพัฒนาตนเองมีขีดจำกัด อาจไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างเต็มที่ ภาครัฐจึงต้องเข้าไปให้ความช่วยเหลือเพิ่มเติม นอกจากนี้ผู้ประกอบการ SMEs ด้าน

อุตสาหกรรมอาหารยังมีความพร้อมในด้านเครือข่ายอยู่ในระดับน้อยที่สุด อภิปรายได้ว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารยังไม่มีการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่าย เพื่อเพิ่มศักยภาพและผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกันมากนัก ดังนั้น ภาครัฐจึงต้องเป็นตัวประสานการรวมกลุ่มกันทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น การจัดงาน Business Matching (การจับคู่ธุรกิจ) ระหว่างผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้เกิดการขยายคู่ค้าและพบพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างเครือข่ายทางการค้าที่แข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจ และหน้าที่หลักของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป (2554) ที่ว่าสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรม ภูมิปัญญา และขบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป รวมทั้งดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปที่เหมาะสม เพื่อยกระดับขบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสร้างเครือข่ายและเชื่อมโยงระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ให้เกิดการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ในการพัฒนาการประกอบการ รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการขยายการลงทุนหรือสร้างโอกาสการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ จากผลการศึกษาความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารที่เข้ารับบริการกับสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีความเห็นว่าเรื่องเงินทุน และภาษาเป็นปัญหาส่วนใหญ่ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในฐานะภาครัฐจึงควรที่จะเข้าไปส่งเสริมช่วยเหลือผู้ประกอบการในเรื่องดังกล่าว โดยจัดดำเนินโครงการสนับสนุนด้านเงินทุนในการนำไปพัฒนาในด้านต่างๆ ขององค์กรให้แก่ผู้ประกอบการ และดำเนินการจัดการอบรมภาษาต่างประเทศ (อาเซียน) เพื่อเสริมทักษะทางด้านภาษาให้แก่ผู้ประกอบการ

7. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา (Recommendations)

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ควรมีการกำหนดนโยบายหรือมาตรการเฉพาะในการช่วยเหลือเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการด้านการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2) ควรมีการกำหนดนโยบายให้ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปชนิดอื่นๆ ที่ไม่ใช่อาหารด้วย เช่น สมุนไพร

3) ควรเสนอนโยบายต่อกระทรวงอุตสาหกรรมในเรื่องเกี่ยวกับระบบการกำกับดูแลแรงงาน ด้านการสืบค้นทะเบียนประวัติ และการออกเอกสารรับรองการทำงานของแรงงานต่างด้าว

7.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีปัญหาและอุปสรรคต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเรื่องภาษา กฎหมาย กระบวนการผลิต ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และข้อกำหนดต่างๆของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จึงควรจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่นักวิชาการและผู้ประกอบการในเรื่องภาษา การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย กฎระเบียบ กฎหมาย และเงื่อนไขด้านการนำเข้า ส่งออกวัตถุดิบและสินค้าแก่นักวิชาการของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และติดตาม เผยแพร่กฎระเบียบใหม่ๆที่เกี่ยวกับการส่งออกและนำเข้าของภาครัฐให้แก่ผู้ประกอบการอย่างรวดเร็วและทั่วถึง

2) จากผลการวิจัยที่พบว่า อุปสรรคสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารนั้น คือ เรื่องเงินทุน ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จึงควรสนับสนุนงบประมาณในการศึกษา วิจัย แนวโน้มความต้องการของตลาดในอาเซียน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับรสนิยม และความต้องการของตลาดและหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆมาเผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการ อีกทั้งศึกษา วิจัยและจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้เป็นต้นแบบให้แก่ผู้ประกอบการในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และคุณภาพให้แก่ผลผลิตของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ยังควรจัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์สินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ด้วยเทคนิคใหม่ๆในตลาดอาเซียน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าของไทยให้ผู้บริโภคในอาเซียนได้รู้จัก

3) จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหารมีความพร้อมด้านเครือข่ายต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนน้อยที่สุด ดังนั้น สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป จึงควรจัดกิจกรรมการรวมกลุ่มกันระหว่างธุรกิจ เพื่อการลงทุนร่วมกัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ต่อกัน โดยร่วมกันหาปัญหา พร้อมวิธีแก้ไข และสร้างความเข้มแข็งให้กับการแข่งขันทางธุรกิจ อีกทั้ง จัดทำฐานข้อมูลของผู้ประกอบการตามสายโซ่ธุรกิจในแต่ละประเภท เพื่อสะดวกในการสืบค้นการเป็นเครือข่ายทางธุรกิจระหว่างกัน

7.3 ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมด้านอื่นๆต่อการเข้าสู่เศรษฐกิจอาเซียน
- 2) ควรมีการศึกษาปัจจัยความพร้อมด้านอื่นๆที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการ SMEs เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

THE PREPARATION OF SMEs IN FOOD INDUSTRY FOR THE AEC

KUMPINEE YENPENSUK 5337781 SHPA/M

M.A. (PUBLIC ADMINISTRATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE : GAMOLPORN SORNSRI, D.P.A.,
SOMBOON SIRISUNHIRUN, Ph.D, PHUT PLOYWAN, Ph.D.

EXTENDED SUMMARY

1. Introduction

Currently, there are over 29 million SMEs in Thailand, or 99.9 percent of the total number of entrepreneurs and will be increase each year. There are over 10.5 million people or 77.8 percent of total employment in the country. These can create economic value added or GDP SMEs around 3.75 million, 37.1 percent of the economic value added (Parntip Plianmolee. 2555 : 4) It is regarded a key economic of the country.

In the next few year in 2558, Thailand will be part of the Asean Economic Community, or AEC which is the integration o 10 countries from Asean to be in the same market. The movement of goods, services, investment and skilled labor will be free. Doing business in Asean will be considered as the same country. There are a competitive price, standard and quality that may effect on the industry both positive and negative side. The negative side, there are many issues including eliminate tax barriers that may cause the product from other countries come to Thailand easier. It may cause to relocate or invest from Thailand to other countries which have strong fundamentals, efficient labor and rules, laws that are more ready for investors so it will cause a shortage of labor etc. In addition to the AEC , it not only cause negative effects on the industry, but also positive side effects for example tax reduction and cancellation so it can import raw material and prices cheaper, the cost of production is

lower. The Asean integration result in a larger market so this creates an opportunities to trade for the country etc. The way to increase the opportunities or trade and investment is needed. It is essential that operators will need to pay attention and focus on the development, potential and business ability to be ready to complete with other countries in ASEAN. Thai SMEs must be developed urgently with proper guidance and consistent with problems and barriers to be ready to support free trade and open markets. Also products are manufactured to international standard and ready to accept the trade agreements that change.

From the next above, the researcher is interested to study the availability of the SMEs in the food industry to enter the AEC, Study a level of the availability of the SMEs in the food industry to enter the AEC. Study a comparison of entrepreneurs and SMEs in the food industry to enter the AEC. Study problems and barriers of the SMEs in the food industry to enter the AEC, also propose guidelines to support SMEs in the food industry to enter the AEC to Bureau of Agro-industry development in Department of Industrial Promotion. According to take the results to use as a guideline for Bureau of Agro-industry development in Department of Industrial Promotion to provide assistance and support to SMEs correctly and effectively, until they can complete with ASEAN countries with strong and sustainable.

2. Abstract

The aims of the research are 1) to study the availability of the SMEs in the food industry for entering the AEC. 2) to compare the availability of the SMEs in the food industry for entering into the AEC. 3) to study problems and barriers of the SMEs in the food industry for entering into the AEC and 4) to present guidelines for the promotion of the SMEs in the food industry for entering into the AEC to Bureau of Agro-industry development.

The results showed that 1) a level of the availability of the SMEs in the food industry for into the AEC areas of labor, technology, logistic, market, rule, management, and research and development is moderate and the availability of network is low. 2) To compare the availability of the SMEs in the food industry for entering the AEC found that the business models that are different and can affect the availability of labor,

technology, logistic, market, network, rule, management, and research and development of the Asean Economic Community as well. The difference of business sizes affects the availability of labor, technology, logistic, market, network, rule, management, and research and development of the AEC as well. And, the difference in customer groups affects the availability of labor, technology, logistic, market, network, rule, management, and research and development of AEC as well. 3) Problems and barriers of the SMEs in the food industry for entering the AEC; most of SMEs have problems with funding, languages, transportation, laws, production process, public relations, finding a suitable market amongst the AEC, and creating a new product or finding products that meet international standards and are inline with trade barriers between countries. The market is not strong enough, and knowledge of regulation, laws of the AEC is weak. And 4) guidelines for the promotion of SMEs in the food industry for entering the AEC to Bureau of Agro-industry development found that Bureau of Agro-industry development must act more as a coordinator in an affect to combine SMEs and manage funding development projects required to develop the aspects of SMEs organizations and the management of foreign language training (ASEAN) needed to strengthen the language skills of SMEs.

3. Objectives

3.1 To study the availability of the SMEs in the food industry to enter the AEC.

3.2 To compare the availability of the SMEs in the food industry to enter the AEC.

3.3 To study problems and barriers of the SMEs in the food industry to enter the AEC.

3.4 To present guidelines for the promotion of the SMEs in the food industry to enter the AEC to Bureau of Agro-industry development.

4. Research Methodology

This study used a mixed research study and population in this research are the SMEs entrepreneurs from all over country especially the SMEs in food industries that come from Bureau of Agro-industry development in Department of Industrial Promotion. In 2013, 610 companies. The researcher used Taro Yamane formula and got the sample group 242 companies and collected all the questionnaires in the same amount. In this study, the researcher used questionnaires as a tool to collect data with in-dept interviews to analyze the result. The researchers created a tool to study the documents, data from the literature review that involved with factors that affected various aspects of the SMEs entrepreneurs to create Questionnaires and led them consult with thesis professors and experts to check, adjust and improve for the accuracy of contents and reliability and tested the reliability of questionnaires by using the revised questionnaire with the 30 SMEs entrepreneurs in the food industry who aren't the sample group, the data took from June 2013 to August 2013. After that research the data to analyze accuracy of questionnaires by analyzing each question to make confident in order to complete a questionnaire before collecting the actual data by using Alpha Coefficient of Cronbach, which must have the confidence from 0.70 or above are acceptable and this study got Try-out result at 0.92.

5. Statistical Analysis

The researcher analyzed the data by computer using SPSS for Windows to describe the information and know characteristics of variable of questionnaire. The researcher used Statistical Analysis, Descriptive Statistic, Analytical Statistic to figure out the relationship between the independent and dependent variable which are the general information factor and the readiness factor of SMEs by using statistical t-test and f-test to get hypothesis testing results of the research and using content analysis to make conclusion collected from in-depth interview

6. Results

6.1 Readiness level of the SMEs in the food industry to enter the AEC.

The results of the study on readiness level of the SMEs in the food industry to enter the AEC found that the SMEs in the food industry are ready to enter the AEC at a moderate level. There is only network factor that is ready to enter the AEC at a low level as can be discussed below;

6.1.1 labor after considering the question of the research found that the SMEs in the food industry are ready in this labor issue skills and expertise of workers are sufficient to work and support the entry into ASEAN. The organization has training and skills development to workers and corporate welfare, compensation and benefits that are fair to workers at a moderate level and availability issues with foreign language skills to communicate more than language of workers. And knowledge about the entry in to ASEAN Bureau of Agro-industry development of workers is low. These can be discussed that the SMEs in food industry that joined with Bureau of Agro-industry development must be encouraged and improved, especially the development of language and knowledge and understanding of the AEC of workers in the organization. These things are very important to motivate in organization to be able at a level that can complete with other countries, according to article, compiled and summarized from seminars and other electronic medias of Phrom Krapaonthong and Julaiwan Duangkhot (2012), that the importance of availability to enter the AEC is to develop the potential of staff and be able to communicate in multiple languages and skills to compare with other countries.

6.1.2 Technology after considering the question of the research found that the SMEs in the food industry are ready in technology for equipment and machinery to produce in modern form and capacity to enter the AEC in the future. Modern information technology is used to communicate both at home and abroad. Tool, equipment, machinery and technology are sufficient to use. The technology used in management such as accounting, electronic commerce system and the technology used in the environmental treatment are at a moderate level. These can be discussed that the SMEs in the food industry that joined with Bureau of Agro-industry development have the technology, equipment, tools and machinery that aren't enough

advance. These must also be supported in technology more and more, to be used in production development by taking modern technology to use effectively in reduce production costs and making it more competitive in market. Accordance with article, compiled and summarized from seminars and other electronic medias of Phrom Krapaotong and Julaiwan Duangkhot (2012) that although Thailand has a strong point in labors that have plenty, but most of those labors are lack of skills including most of production technologies are intermediate and must have been developed to work more efficiently to be ready for higher competition after entering to the AEC. And the study of analysis and warning for SMEs in Bureau of Agro-industry development branch of Surachai Phattarabanjerd (2008) that whenever entrepreneurs need a succeed, they have to be creativity, invent manhinery, tools and new equipment by using new technology to produce to produce costs and increase more efficient to do business.

6.1.3 Logistic system after considering the question of the research found that the food industry entrepreneurs are ready in logistic system in the delivery of goods to send them to customers on time and efficiently and it is at a high level. These can be discussed that most of the SMEs in food industry can transport goods with quality and send them on time. There is the transport system with variety and capacity to transport goods by type which according to article, compiled and summarized from seminars and other electronic medias of Phrom Krapaotong and Julaiwan Duangkhot (2012), that the location of Thailand as a center for transportations has various fields so it is convenient for entrepreneurs to operate their business quickly. For cargo transportation and storage system are efficiency and value for money. There are enough workers with knowledge of logistic and group of people who are responsible for the logistic of the organization's overall in a moderate level. These can be discussed that the SMEs in the food industry who joined with Bureau of Agro-industry development have to develop the enterprise's logistic system to store products in a systematic and organize people who is responsible for this logistic in particular to be convenient and reduce cost of transportation for doing business.

6.1.4 Marketing after considering the question of research found that entrepreneurs in the food industry are ready marketing to produce the

product with tastes and demands of the market. The planning to sell products outside the country, the promotion of the product, the publicity to Asian countries and the after sale services to customers, all of these are at a moderate level. These can be discussed that the SMEs in the food industry that joined with Bureau of Agro-industry development didn't have approach strategies to penetrate the market of oversea buyers and there is no study the new trade to support market changes at all. All these things accorded with the opinion of entrepreneurs that "The organization has no policy or goal to export to ASEAN countries properly (interviewed on August 5, 2012).

6.1.5 Network after considering the question of this research found that entrepreneurs in the food industry are ready in network with investment issue between domestic and abroad . There are integration between businesses, the exchange of information and knowledge to strengthen before entering to AEC, including the integration of institute such as co-operative, club, association to use power of the group as a mechanism to negotiate price with the ASEAN market. Including the collaboration between businesses for producing products to support the needs of ASEAN markets. Moreover, there is a matching partner in exchange for raw materials that used in the manufacture of the ASEAN countries at a low level. These can be discussed that the SMEs in the food industry that joined with Bureau of Agro-industry development are not ready for all networking issues. The important factors that could make small and medium-sized business can survive in the ASEAN market, businesses need to be strengthened, competitive as a big business, and ability to negotiate in order to get an agreement that is fair and beneficial to the business. The conclusion of discussion "Seminar agricultural economics, trade and agricultural products" Thailand-China 2 of Surasak Nananukul (2012) that the creation of business networking is the way of cooperation between businesses in different ways and the way to build relationship and do business together in various forms to make that business networking be not able to work alone. The business networking does activities together as a big business because working together for mutual benefits can make more ability, more efficient and better initiative than doing them alone. The business networking will make small and medium-sized businesses survive and compete with the global business so the availability in network is the main issue to help, promote and support urgently.

6.1.6 Regulatory after considering the question of the research found that the SMEs in the food industry are ready in regulatory and the ability to modify the rules in organization to support agreement with trading partners, planning and measures to improve the regulatory of organization to be conformation or conduciveness with trading partners, and monitoring of government regulatory on the import and export of goods in ASEAN at a moderate level. These can be discussed that the SMEs are ready to improve regulations in organization to support the AEC regulatory. Due to the SMEs are flexible to adopt to business environment easily because they have freedom to work so they can decide about the various changes immediately (Korkiat Panichgul, Chotirat Chavanich and Prin Laksitanon, 1995 : 132). For the issue of studying regulatory of entering the AEC and studying regulatory of the import rules with trading partners are at low level. These can be discussed that the SMEs are not ready in regulatory, laws and condition of entry into the AEC so the opportunity to open market in ASEAN is so difficult. Because we do not know regulations and import condition of trading partners, then we will have against and hard-to reach that market. Accordance with article of Manorot Kusonsak (2012) that although there is agreement that unites than, but ASEAN countries still have many special rules that protect their own profits so small and medium-sized businesses need to study these regulations all the time.

6.1.7 Management after considering the question of the research found that the SMEs in the food industry are ready in management at the point that executive management brought necessary knowledge to manage the organization to enhance the organization's ability to fight with ASEAN markets. The ability to modify and improve management chart in accordance with the AEC and business operations and international management under control of ASEAN standards, including the business vision in advance to be prepared for the AEC, be more alert and open to new information about the AEC to transmit to people in the organization, all these are at a moderate level. These can be discussed that the SMEs in the food industry have executives who are ready, wakefulness and vision to improve corporate management to be potential. In order to fight and compete in trading on ASEAN markets, these are good feature to bring organization to success. Accordance with the research of Roongnapha Torudom (2007) found that the successful factors of the

SMEs, most of entrepreneurs have vision to grow, ability to work, creativity, capable of decision, using technology and integrity in business.

6.1.8 Research and Development after considering the question of the research found that the SMEs in the food industry are ready in research and development of products to be an international standard at the high level. These can be discussed that the SMEs in the food industry that joined with Bureau of Agro-industry development, there is development of products to many standards such as GMP standard which is the basic standard of the food industry, HACCP Standard, the standard that control a safety, including standard or other requirement that acceptable to many countries for a new development issue, there are always development in production process, a team of research and development of products, and studying to find a new opportunity in business and availability to enter the AEC, these are at the moderate level. These can be discussed that the SMEs in the food industry that joined with of Agro-industry development are ready to fight against the AEC. There are the production development, the new production process, and always finding a new opportunity to do business, Export-Import Bank of Thailand (2010) that the adaptation of the industry, entrepreneurs should compete on quality instead of price competition by using creativity and innovation to produce products to match the need of customers and social that have changed.

6.2 Comparison of food industry SMEs operators' readiness to enter into the ASEAN Economic Community

According to the research results of comparison of food industry SMEs operators' readiness to enter into the ASEAN Economic Community, the researcher found that different general information on business caused different readiness of food industry SMEs operators using services of Processed Agricultural Industry Development Bureau. This was consistent with the specified hypothesis. Different business models caused different readiness for labor, technology, logistics, marketing, network, regulations, management, and research and development. Different business models caused different readiness to enter into the ASEAN Economic Community in every aspect. As for each business model, different investors and business ownership caused different decision in management, development, or investment, causing

different readiness to enter into the ASEAN Economic Community. Ordinary person registered business model had the least readiness to enter into the ASEAN Economic Community due to a single investor and inadequate development cost. Different business sizes caused different readiness for labor, technology, logistics, marketing, regulations, management, and research and development. Readiness for network was not different. This indicated that food industry SMEs operators on both small and medium businesses did not gather to be business network group to share knowledge and mutually give help on the benefits of business. This was consistent with the research results which found that food industry SMEs operators had little readiness for network to enter into the ASEAN Economic Community. Different business customers caused different readiness for labor, technology, logistics system, marketing, network, regulations, management, and research and development, which could be concluded as follows:

6.2.1 Different business models caused different readiness in each aspect.

- Ordinary person, juristic person, limited partnership, limited company registered businesses and other registered business models had different readiness for labor to enter into the ASEAN Economic Community.

- Ordinary person, juristic person, limited partnership, limited company registered businesses and other registered business models had different readiness for technology to enter into the ASEAN Economic Community.

- Ordinary person, juristic person, limited partnership, and limited company had different readiness for logistics system to enter into the ASEAN Economic Community.

- Ordinary person, juristic person, limited partnership, limited company registered businesses and other registered business models had different readiness for marketing to enter into the ASEAN Economic Community.

- Ordinary person, juristic person, limited partnership, limited company registered businesses had different readiness for network to enter into the ASEAN Economic Community.

- Ordinary person, juristic person, limited partnership, limited company registered businesses had different readiness for regulations to enter into the ASEAN Economic Community.

- Ordinary person, juristic person, limited partnership, limited company registered businesses and other registered business models had different readiness for management to enter into the ASEAN Economic Community.

- Ordinary person, juristic person, limited partnership, limited company registered businesses had different readiness for research and development to enter into the ASEAN Economic Community.

6.2.2 Different business sizes caused different readiness in each aspect.

- Small and medium businesses had different readiness for labor, technology, logistics system, marketing, regulations, management, and research and development while readiness for network to enter into the ASEAN Economic Community was not different. This indicated that small or medium businesses did not gather to share knowledge and mutually help.

6.2.3 Different business customers caused different readiness in each aspect.

- Domestic customers' readiness for labor was different from that of domestic and international customers.

- Domestic customers, international customers, and domestic and international customers had different readiness for technology to enter into the ASEAN Economic Community.

- Domestic customers' readiness for logistics system was different from that of domestic and international customers.

- Domestic customers, international customers, and domestic and international customers had different readiness for marketing to enter into the ASEAN Economic Community.

- Domestic customers, international customers, and domestic and international customers had different readiness for network to enter into the ASEAN Economic Community.

- Domestic customers, international customers, and domestic and international customers had different readiness for regulations to enter into the ASEAN Economic Community.

- Domestic customers' readiness for management was different from that of domestic and international customers.

- Domestic customers' readiness for research and development was different from that of domestic and international customers.

6.3 Problems and obstacles of food industry SMEs operators on the entry into the ASEAN Economic Community

6.3.1 According to the research results of problems and obstacles of food industry SMEs operators by collecting data on descriptive questionnaires and the interview, the researcher found that most SMEs operators faced the problems and obstacles on capital, language, transport, law, production process, public relations, finding marketing channels to access AEC market, creating innovative products or standard products, trade barriers among ASEAN countries, inefficient marketing, and lack of knowledge on regulations and laws of the ASEAN Economic Community. The most important problem and obstacle was capital. If operators wanted to compete in the ASEAN market, they had to develop their products and organizations, which required capital for implementation. As SMEs were small and medium businesses and slightly grew, they could not have power to fully improve. This was consistent with Thawinan Prapharn (2010) who said that it was difficult for small businesses to expand due to less property and capital than large businesses. Language was an important problem of SMEs operators because most employees in large organizations considerably lacked knowledge and skills on foreign languages.

6.3.2 According to the research results of factors which created organizational success after opening the ASEAN Economic Community, the researcher found that the factors of reduction in cost of raw materials and production for more profits, use of new technology, development of new products to have identity and quality, understanding consumers' behaviors, language communication of skilled employees, knowledge and understanding on opening the ASEAN Economic Community, regulations, and laws, organization's standard management system,

language capability of organizational employees, diversity of products, organizational production efficiency would create organizational success. According to the interview, the researcher found that strengths of most food industry SMEs operators using the services of Processed Agricultural Industry Development Bureau to prepare readiness to enter into the ASEAN Economic Community were standard systems of GMP, HACCP, ISO, Halal, products with identity, and quality raw materials because topography was suitable for cultivation, bringing about better raw materials than those in the ASEAN countries.

6.3.3 According to organizational strengths and weaknesses to enter into the ASEAN Economic Community, the researcher found that organizational weaknesses of most food industry SMEs were high production cost, organizational employees' poor skills and knowledge on language, failing to expand the market. Organizational strength was standard production. This was consistent with the research results of factors which created organizational success which found that strengths of most food industry SMEs operators to prepare readiness to enter into the ASEAN Economic Community were standard systems of GMP, HACCP, ISO, Halal. Moreover, these operators began sending products to the ASEAN market. Some Thai foods were internationally popular. Thai raw materials had more quality than those of other ASEAN countries. And products were developed to meet market needs.

6.3.4 According to the research results of public assistance required by SMEs operators, the researcher found that SMEs operators wanted the government sector to do the followings: The government sector should support capital for use in improving standard and developing products, organize the training to give knowledge on opening the ASEAN market and analysis of the ASEAN market so that operators could perceive the market of trading partner countries. The government sector should create and find various chances to enable operators to develop business, open experimental markets for operators in each ASEAN country, completely implement domestic basic transport system development project for more convenience of products transport and travelling when entering into the ASEAN Economic Community. The government sector should implement policy, really follow up, give importance to labors monitoring system, searching history registration, and issuing work certificates of alien labors. International steps and regulations had to be

beneficial to real and fast practice. This indicated that SMEs operators wanted the government sector to support capital for use in developing products to be innovative and developing production process to be standard and safe because the heart of food industry was cleanliness and safety. The government sector should organize the training to give knowledge on rules, regulations, especially analysis of information, knowledge, marketing channels, culture, and economy of each country because analysis of said information would help operators make decision and select trading partner markets.

6.3.5 According to the research results of recommendations and more opinions on the entry into the ASEAN Economic Community, the researcher found that operators recommended that the government sector should organize Business Matching between domestic operators and international operators, organize the training to give operators knowledge on ASEAN languages. The government sector should organize the training to give operators knowledge on opening the ASEAN Economic Community, especially regulations of products import and export which could be really used. The government sector should support operators, beginning from agriculturists because these agriculturists were sources of raw materials which would be processed as agricultural industry. This indicated that SMEs operators had to receive much assistance from the government sector to develop and compete with rival markets. The government sector had to, therefore, use specific policy to help support small and medium businesses, especially small business which could not adjust themselves and was the large implementation base of country economy and the government sector had to really follow up.

6.4 Recommending guidelines of promoting food industry SMEs operators to enter into the ASEAN Economic Community to Processed Agricultural Industry Development Bureau

According to the research results of food industry SMEs operators' readiness to enter into the ASEAN Economic Community in general, the researcher found that food industry SMEs operators using the services of Processed Agricultural Industry Development Bureau had the most readiness for research and development to enter into the ASEAN Economic Community. According to mean of readiness, food

industry SMEs operators were capable to develop products and production process and find new business chances to their organizations by themselves. SMEs business was a small business with limited capability to help and develop itself so it could not fully develop. The government sector had to, therefore, give more help. Moreover, food industry SMEs operators had the least readiness for network. This indicated that food industry SMEs operators slightly gathered to be network to increase business potential and benefits. The government sector had to, therefore, make operators gather in group. For example, the government sector had to organize Business Matching between domestic operators and international operators to enable operators to expand trading partners, meet business alliance, have more trade chances and strong trading network. This was consistent with missions and main duties of Processed Agricultural Industry Development Bureau (2011) as follows: Processed Agricultural Industry Development Bureau had to study and develop technology, innovation, wisdom, and production process on processed agricultural industry, disseminate suitable processing technology to more efficiently improve processed agricultural products manufacturing process, create network and connect supply chain system of processed agricultural industry for mutual support on development of operation, and support expansion of investment or continuously create chances of operating business of processed agricultural industry.

According to qualitative research results of food industry SMEs operators' readiness to enter into the ASEAN Economic Community, the researcher found that food industry SMEs operators using the services of Processed Agricultural Industry Development Bureau expressed opinions that capital and language were the major problems on preparation of readiness to enter into the ASEAN Economic Community. Processed Agricultural Industry Development Bureau should, therefore, encourage and help operators in said issues by implementing the capital supporting project to enable operators to use capital for development in various aspects and organizing the training to give operators knowledge on ASEAN languages for more skills on language.

7. Research recommendations

7.1 Policy recommendations

1) People concerned should determine specific policy or measures to help encourage and support operators to gather and create business network to have more strength to enter into the ASEAN Economic Commission.

2) People concerned should determine policy of other processed agricultural industry such as herb.

3) People concerned should propose policy to Ministry of Industry on labors monitoring system, searching history registration, and issuing work certificates of alien labors.

7.2 Action recommendations

1) According to the research results which found that food industry SMEs operators faced the problems and obstacles to the entry into the ASEAN Economy Community on language, law, production process, knowledge and understanding on ASEAN Economic Community, and various requirements of ASEAN Economic Community, the Processed Agricultural Industry Development Bureau should, therefore, organize the training to give employees and operators knowledge on language, use of modern technology, regulations, law, and conditions on import and export of raw materials and products for the entry into ASEAN Economic Community. And this organization should follow up and quickly and widely disseminate new regulations on export and import to operators.

2) According to the research results which found that food industry SMEs operators' important obstacle to the entry into ASEAN Economic Community was capital, the Processed Agricultural Industry Development Bureau should, therefore, support the budget of the study and research on need tendency of the ASEAN market for use as guidelines to develop products to meet taste and need of the market and find new business chances to be disseminated to operators. This organization should study, research, and provide modern materials, equipment, tools, and machines to enable operators to produce with more efficiency and quality. And this organization should

allocate budget to enable SMEs operators to use new techniques to publicize products in the ASEAN market to make ASEAN consumers know Thai products.

3) According to the research results which found that food industry SMEs operators had the least readiness on network to the entry into ASEAN Economic Community, the Processed Agricultural Industry Development Bureau should, therefore, organize the activity of clustering businesses to enable operators to jointly invest, exchange information, find problems and solutions, and strengthen business competition. And this organization should make operators' database according to each business chain for conveniently searching business network.

7.3 Recommendations for future research

1) Researchers should study readiness level of SMEs operators in other industry to enter into the ASEAN Economic Community.

2) Researchers should study the factors of other readiness which affect SMEs operators for the entry into the ASEAN Economic Community.

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2554). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) : โอกาสและผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมไทย บทวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมไทยจากการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2555). *ถาม? ตอบ รอบรู้ AEC 360°* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2554). *ความหมายและความสำคัญของ GMP*. สืบค้น 20 กันยายน 2556, จาก <http://intranet.dip.go.th/boc/download/Data-Support/Other/GMP.doc>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2550). *มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)*, สืบค้น 20 กันยายน 2556, จาก <http://www.dip.go.th/portals/>.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2548). *ระบบการจัดการขั้นพื้นฐานสำหรับ SMEs แนวคิดพิชิตตลาด*, สืบค้น 20 กันยายน 2556, จาก <http://www.dip.go.th/portals/>.
- ก่อเกียรติ พาณิชกุล, โชติธรัส ขวณิชย์ และปริญญา ลักขิตานนท์. (2538). *ธุรกิจขนาดย่อม* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า.
- ทวินันท์ ประการ. (2553). *ข้อดีข้อเสียของธุรกิจขนาดย่อม*. สืบค้น 21 พฤษภาคม 2556, จาก <http://tawinan511147.blogspot.com>.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2553). *ไทยกับ AEC ในยุคสมัยแห่งเอเชีย*. สืบค้น 16 กรกฎาคม 2556, จาก http://www.exim.go.th/doc/EXIM_Forum_2.pdf.
- นงคินีจัน จันทรจรัส และสุรัชย์ จันทรจรัส. (2553). *การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความอยู่รอดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย* (รายงานผลการวิจัย). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นราธิกร บุญญานาม. (2555). *ความอยู่รอดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดระยอง* (รายงานผลการวิจัย). ชลบุรี : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บริษัท เอ็มคิก โสคิง จำกัด. (2555). *คู่มือการเปิดแนวรุกบุก AEC*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- ปาณทิพย์ เป็เลียน โมพี. (2555, มีนาคม – เมษายน). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)กับการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน*. *อุตสาหกรรมสาร*, 54 , 5-7.

- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). *ระเบียบวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เจริญผล.
- พรหม กระเป๋าทอง และจุลยวรรณ ค้างคอดะ. (2555). *การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. สืบค้น 12 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.thai-aec.com>.
- มนโรด กุศลศักดิ์. (2555). *การปรับตัวของ SMEs ต่อข้อตกลง AEC*. สืบค้น 12 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.exec-coaching.biz>.
- รุ่งนภา ต่ออุดม. (2550). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี). สืบค้นจาก <http://research.rmutt.ac.th>.
- เรวดี จักรเสน. (2551). *การปรับบทบาทและปัจจัยการอยู่รอดของร้านค้าโชห่วยเมื่อมี ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ : กรณีศึกษาเทศบาลเมืองสกลนคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://thesis.grad.chula.ac.th>.
- วิชัย พัทธมโส. (2555). *SMEs ไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะรอดจริงหรือไม่?*. สืบค้น 17 พฤษภาคม 2556, จาก <http://th.acetourismthai.com/content2/175>.
- สรียา พันธุ์รงค์. (2553, กรกฎาคม-ธันวาคม). การศึกษาการดำเนินงาน ประสิทธิภาพ และความอยู่ รอดของกิจการร้านค้าชุมชน กรณีศึกษา ร้านค้าชุมชนบ้านกล้วยใหม่ หมู่ 14 ต.สันมะเค็ด อ.พาน จ.เชียงราย. *วารสารการวิจัยกาสะลองคำ*, 4(2), 16-28
- สุชาดา ตั้งทางธรรม และคนอื่นๆ. (2555). *30 ปี เศรษฐศาสตร์ มสธ.สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558 Towards AEC 2015*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2551). *ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs*. สืบค้น 19 พฤศจิกายน 2555, จาก <http://www.arip.co.th/businessnews.php>.
- สุรศักดิ์ นานานุกุล. (2555). *การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทางอยู่รอดของธุรกิจขนาดย่อม*. สืบค้น 12 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.defence.thaigov.net/inform/network.html>
- เสนีย์ พวงยานี และมณฑนา ไตรสิทธิ์. (2550). *การพัฒนาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม จังหวัดสุพรรณบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). สุพรรณบุรี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2555, มีนาคม-เมษายน). ภาพรวมของ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(ASEAN Economic Community : AEC). *อุตสาหกรรม สาร*, 54, 8-10.

สำนักมาตรฐานการทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2555). *แนวทางการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมไทย*. สืบค้น 12 พฤษภาคม 2556, จาก <http://pmsnurse.com>.

อจันรา พุ่มนัฏ. (2554). *หลักการและประโยชน์ของ HACCP*. สืบค้น 20 กันยายน 2556, จาก <http://www.foodnetworksolution.com>.

ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (2555, 23 กรกฎาคม). มองโอกาสแข่งขันทางรอด พร้อมแผนติดปีก SMEs ก่อนเข้าสู่เวที AEC. *ผู้จัดการ*. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.manager.co.th>.

ภาคผนวก

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร

ต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือเพื่อประกอบการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาและผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็น ข้อมูลในการเขียนวิทยานิพนธ์ จึงจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความตั้งใจและครบถ้วนทุกข้อ

นางสาวกัมภีณี เย็นเป็นสุข

นักศึกษาปริญญาโท คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

คำชี้แจง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กร

- ด้านแรงงาน
- ด้านเทคโนโลยี
- ด้านระบบโลจิสติกส์
- ด้านตลาด
- ด้านเครือข่าย
- ด้านกฎระเบียบ
- ด้านการบริหารจัดการ
- ด้านการวิจัยและพัฒนา

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

1. กิจกรรมของท่านเกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านอาหารหรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

2. ประเภทธุรกิจ

☐ การผลิต

☐ การบริการ

☐ การค้าปลีก

☐ การค้าส่ง

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ธุรกิจของท่านเป็นธุรกิจที่อยู่ในชั้นใด

☐ ต้นน้ำ

☐ กลางน้ำ

☐ ปลายน้ำ

4. รูปแบบธุรกิจ

☐ บุคคลธรรมดา

☐ นิติบุคคล

☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด

☐ บริษัทจำกัด

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. จำนวนการจ้างงานปัจจุบัน

☐ น้อยกว่า 50 คน

☐ 50 - 100 คน

☐ 101 - 150 คน

☐ 151 - 200 คน

6. มูลค่าทรัพย์สินถาวร

☐ ไม่เกิน 50 ล้านบาท

☐ 51 - 100 ล้านบาท

☐ 101 - 150 ล้านบาท

☐ 151 - 200 ล้านบาท

7. ทุนจดทะเบียน

- | | |
|---|---------------------------------------|
| ☐ น้อยกว่า 10 ล้านบาท | ☐ 11 – 15 ล้านบาท |
| ☐ 16 – 20 ล้านบาท | ☐ 21 – 25 ล้านบาท |

8. ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ น้อยกว่า 5 ปี | ☐ 6 – 10 ปี |
| ☐ 10 – 20 ปี | ☐ มากกว่า 20 ปี |

9. กลุ่มลูกค้า

- | | |
|---|----------------------------------|
| ☐ ในประเทศ | ☐ ต่างประเทศ |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กร

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ด้าน	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. แรงงาน					
- พนักงานของท่านมีทักษะและความชำนาญเพียงพอต่อการทำงานเพื่อรองรับต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน					
- พนักงานของท่านมีทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้มากกว่า 1 ภาษา					
- พนักงานของท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC					
- องค์กรของท่านมีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะและฝีมือให้แก่พนักงาน					
- องค์กรของท่านมีค่าตอบแทนสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่พนักงาน					
2. เทคโนโลยี					
- องค์กรของท่านมีวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัยและสามารถรองรับต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต					
- องค์กรของท่านมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ					

ด้าน	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
- องค์กรของท่านมีเครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆ ที่เพียงพอต่อการใช้งาน					
- องค์กรของท่านมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการ เช่น ด้านบัญชี ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์					
- องค์กรของท่านมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการบำบัดรักษาสิ่งแวดล้อม					
3. ระบบโลจิสติกส์					
- องค์กรของท่านมีการขนส่ง จัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระบบ					
- ท่านสามารถส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาและมีประสิทธิภาพ					
- องค์กรของท่านมีการขนส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีความคุ้มค่า					
- องค์กรของท่านมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านโลจิสติกส์อย่างเพียงพอ					
- องค์กรของท่านมีคณะทำงานที่รับผิดชอบด้านโลจิสติกส์ โดยรวมขององค์กร					
4. ตลาด					
- องค์กรของท่านมีการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของตลาด					
- องค์กรของท่านมีการวางแผนการจำหน่ายสินค้าภายนอกประเทศ					
- องค์กรของท่านมีการส่งเสริมการขายของสินค้า					

ด้าน	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
- องค์กรของท่านมีการประชาสัมพันธ์สินค้าให้ผู้บริโภครู้จัก ตลอดจนมีการขยายการประชาสัมพันธ์ไปสู่ประเทศในแถบอาเซียน					
- องค์กรของท่านมีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้า					
5. เครือข่าย					
- องค์กรของท่านมีการลงทุนร่วมกันระหว่างธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ					
- องค์กรของท่านมีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน					
- ธุรกิจของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเป็นสถาบัน เช่น สหกรณ์ ชมรม สมาคม เพื่อใช้อำนาจของกลุ่มเป็นกลไกต่อรองในด้านราคากับตลาดอาเซียน					
- ธุรกิจของท่านมีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจในการผลิตสินค้า เพื่อรองรับปริมาณความต้องการของลูกค้าในอาเซียน					
- ธุรกิจของท่านมีการจับคู่พันธมิตรในการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกับกลุ่มประเทศอาเซียน					
6. กฎระเบียบ					
- องค์กรของท่านมีการศึกษากฎระเบียบของการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน					
-องค์กรของท่านมีการศึกษากฎหมายและเงื่อนไขด้านการนำเข้าของประเทศคู่ค้า					

ด้าน	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
- องค์กรของท่านสามารถที่จะปรับเปลี่ยนกฎระเบียบในองค์กรเพื่อรองรับข้อตกลงกับประเทศคู่ค้า					
- องค์กรของท่านมีการวางแผนและหามาตรการในการปรับปรุงกฎระเบียบในองค์กรให้มีความสอดคล้องหรือเอื้อต่อการเข้าสู่ประเทศคู่ค้า					
- องค์กรของท่านมีการติดตามกฎระเบียบของภาครัฐต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้าในอาเซียน					
7. การบริหารจัดการ					
- ผู้บริหารนำความรู้ในด้านการบริหารที่เป็นระบบมาใช้ในการบริหารองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กรให้สามารถต่อสู้กับตลาดในอาเซียนได้					
- องค์กรของท่านสามารถที่จะปรับเปลี่ยนและปรับปรุงผังการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน					
- องค์กรของท่านมีการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการตามแบบสากลภายใต้มาตรฐานของอาเซียน					
- ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ทางธุรกิจในเชิงรุกต่อการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน					
- ผู้บริหารมีความตื่นตัวและเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อถ่ายทอดให้กับบุคลากรในองค์กร					

ด้าน	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
8. การวิจัยและพัฒนา					
- องค์กรของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่อยู่เสมอ					
- องค์กรของท่านมีการพัฒนากระบวนการผลิตอยู่เสมอ					
- องค์กรของท่านมีการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล					
- องค์กรของท่านมีทีมงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์					
- องค์กรของท่านมีการศึกษาหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ					

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านยังมีปัญหาด้านใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการเปิดตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่จะนำองค์กรของท่านไปสู่ความสำเร็จเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

.....

.....

.....

3. ท่านต้องการให้ภาครัฐให้ความช่วยเหลือแก่ท่านในเรื่องใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในการเสียสละเวลาอันมีค่าของท่าน

แบบสัมภาษณ์การวิจัย
เรื่อง ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร
ต่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นเครื่องมือเพื่อประกอบการวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาและผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็น ข้อมูลในการเขียนวิทยานิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

นางสาวคัมภีร์ เขียนเป็นสุข
นักศึกษาปริญญาโท คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์

**การวิจัยหัวข้อ ความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านอุตสาหกรรมอาหาร
สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**

1. ท่านคิดว่าปัจจัยใดมีผลต่อการเตรียมความพร้อมในองค์กรของท่านเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมีจุดแข็งหรือจุดอ่อนในเรื่องใดบ้างต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าในองค์กรของท่านมีปัญหาและอุปสรรคใดบ้างเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

.....

.....

.....

.....

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล

นางสาวคัมภีร์ เย็นเป็นสุข

วัน เดือน ปีเกิด

2 ธันวาคม 2527

สถานที่เกิด

กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ประวัติการศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, พ.ศ. 2546 - 2550

วิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ.)

สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร

มหาวิทยาลัยมหิดล, พ.ศ. 2553 – 2557

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.)

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน

12/6 หมู่ 11 ซอยบางพรม 18 ถนนบางพรม

แขวงบางพรม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170

โทรศัพท์ 089-063-6083

E-mail : kaz122@hotmail.com

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและสถานที่ทำงาน

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ตำแหน่ง นักวิชาการอุตสาหกรรม

โทรศัพท์ 0-2202-4537