

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ซึ่งนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบบรรยายเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ เช่น ความเป็นมา รูปแบบธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ สินค้าที่จำหน่าย และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผล/ความจำเป็นที่ก่อให้เกิดการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปปฏิบัติในธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ธุรกิจได้นำมาประยุกต์ใช้ (โดยนำแนวคิด Resource-Based View of firm หรือ RBV และแนวคิดการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน เข้ามาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อค้นหาองค์ประกอบที่จะนำมาใช้เป็นทรัพยากรขององค์กรในการสร้างสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ที่มีความได้เปรียบและแข่งขันได้ในระยะยาว)
2. ข้อมูลจุดเด่น/จุดที่น่าสนใจของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ที่สามารถนำมาสร้างเป็นโอกาสของธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วย

1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่มาจากสินค้าและบริการสร้างสรรค์
2. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในอนาคตของสินค้าและบริการสร้างสรรค์

โดยผลศึกษามีรายละเอียดดังนี้

กิจการที่ 1 บริษัท บายแฮนด์อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ประเภทธุรกิจ ผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา

ประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านงานฝีมือและหัตถกรรม

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2554

ผู้ให้สัมภาษณ์ เจ้าของธุรกิจ

ข้อมูลส่วนที่ 1

1.1 ข้อมูลทั่วไป

ที่ตั้ง 111 ม.8 ต.ต้นเปา อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่

เจ้าของธุรกิจ คุณเสวิดา โอจรัสพร

เงินลงทุน 1 ล้านบาท

รูปแบบธุรกิจ กิจการผลิต (เจ้าของคนเดียว)

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 22 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ.2532 จนถึง ปัจจุบัน)

ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา ที่มีการลอกเลียนแบบลักษณะทางธรรมชาติของดอกไม้ที่มีอยู่จริงและดอกไม้ในจินตนาการ โดยมีดอกไม้ประดิษฐ์หลากหลายรูปแบบการใช้งาน เช่น ดอกไม้จากกระดาษสา ของขวัญ ของชำร่วย ดอกไม้โรมา ดอกไม้บนโต๊ะอาหาร ดอกไม้ติดเสื้อ เป็นต้น ซึ่งอยู่ภายใต้แบรนด์ By Hands โดยมีจุดขายที่สำคัญของธุรกิจคือเป็นสินค้าแฮนด์เมดจากกระดาษสาคุณภาพดี ประดิษฐ์เป็นดอกไม้ที่ใช้สีธรรมชาติเป็นส่วนประกอบหลักสำคัญ

ตลาดสินค้า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างประเทศร้อยละ 95 (โดยเฉพาะตลาดยุโรป) ส่วนลูกค้าในประเทศไทย เพียงร้อยละ 3-5

1.2 การบริหารจัดการ

โครงสร้างองค์กร เจ้าของคนเดียว การดำเนินงานหลักและการบริหารงานจึงไม่ยุ่งยากซับซ้อน โดยจัดวางโครงสร้างองค์กรอย่างง่าย แบ่งเป็น 4 ส่วนงานคือ งานบริหาร การตลาดต่างประเทศ การผลิต และงานพัฒนาและวิจัย โดยการตัดสินใจในเรื่องต่างๆอยู่ที่เจ้าของกิจการ

รูปแบบการบริหาร เป็นลักษณะธุรกิจครอบครัว โดยทางด้านการเงินและบัญชีเจ้าของกิจการเป็นผู้รับผิดชอบดูแล และจ้างบริษัทภายนอกทำบัญชีทั้งหมด ส่วนด้านการตลาดต่างประเทศ การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เจ้าของกิจการดูแลเอง เนื่องจากมีความชำนาญส่วนตัว การผลิตจะมีอัตราจ้างงานระหว่างลูกจ้างประจำทำงานที่โรงงานและรับงานไปทำที่บ้านในสัดส่วน 50:50

การจัดหาแหล่งเงินทุน ได้มาจากเงินทุนส่วนตัวและหน่วยงานธนาคารภาคเอกชน โดยมีเงินหมุนเวียนที่มีสภาพคล่องสูง กล่าวคือ มีการกู้เงินน้อย เฉพาะเวลาจำเป็นเท่านั้น และใช้คืนเงินกู้เต็มจำนวน

การพัฒนาองค์กร มีแผนงานล่วงหน้าในระยะ 1-2 ปี เพื่อให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา คิดค้นและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดเสมอ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะกระแสอนุรักษ์โลก

1.3 การผลิต

วัตถุดิบ กระดาสาเป็นวัตถุดิบหลักโดยมีนโยบายที่จะคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งที่มีคุณภาพเท่านั้น เช่น กระดาสาสั่งมาจากจังหวัดลำปาง ลวดทำก้านดอกไม้สั่งมาจากจังหวัดอ่างทอง เป็นต้น และมีซัพพลายเออร์เพียงไม่กี่รายเพื่อให้ได้มาซึ่งมาตรฐานและคุณภาพที่ใกล้เคียงกัน สำหรับความชำนาญเรื่องสีสันทันทีเป็นความสามารถพิเศษของเจ้าของกิจการนั้น ปัจจุบันเวลาผสมสีจะจดสูตรไว้เพื่อสอนงานให้ลูกน้องที่เกี่ยวข้องได้เรียนรู้ โดยสีส่วนใหญ่ที่ใช้ในกระบวนการผลิตจะมาจากธรรมชาติ เช่น กระจับปี่ อัญชัน เป็นต้น และสีที่มีลักษณะเฉพาะต้องซื้อจากต่างประเทศ

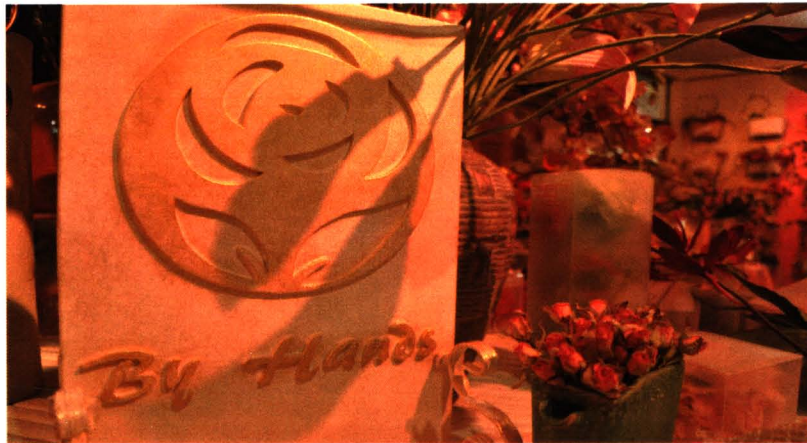
แรงงาน ลูกจ้างประจำประมาณ 20 คน และมีลูกจ้างแบบนํากลับไปทำที่บ้าน

เทคโนโลยี/เครื่องจักร ใช้ฝีมือคนเป็นหลักเพราะเป็นงานฝีมือที่ต้องอาศัยทักษะช่างที่เครื่องจักรไม่สามารถทดแทนได้ แต่บางขั้นตอนจะใช้เครื่องจักรและใช้เทคโนโลยีอย่างง่ายดัดแปลงจากสิ่งรอบตัว ที่ต้องใช้แรงงานคนร่วมด้วย โดยเทคโนโลยีนั้นไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิต หลังจากที่ได้กระดาสาจากแหล่งที่มีคุณภาพจะนำมาทำการย้อมสีก่อน ซึ่งเป็นจุดขายหลัก จากนั้นจะทำดอกไม้ประดิษฐ์ตามแบบที่มีการออกแบบไว้แล้ว โดยใช้มือทำแต่บางขั้นตอนอาจใช้เทคโนโลยีอย่างง่ายเข้าช่วย ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยลดการใช้สารเคมีเพื่อให้ได้ดอกไม้ประดิษฐ์ที่มีคุณภาพ

1.4 การตลาด

ผลิตภัณฑ์หลัก คือดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาสา โดยมีทั้งแบบที่มีอยู่จริงในธรรมชาติและดอกไม้ในจินตนาการ โดยมีจุดขายตรงที่เป็นสินค้าแฮนด์เมดทำเป็นดอกไม้และใช้สีธรรมชาติมีความแตกต่างอย่างมีคุณภาพ โดยผลิตภัณฑ์หลักต่างๆของบริษัทฯ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 ตราผลิตภัณฑ์ By Hands



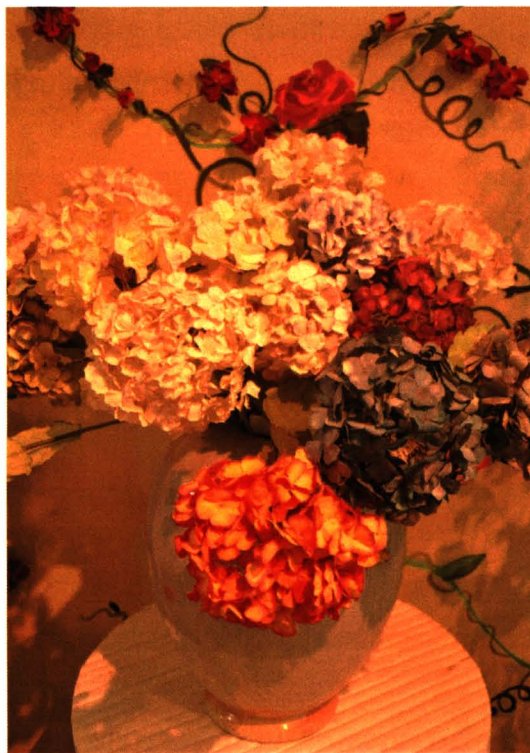
ภาพที่ 5 ดอกไม้ประดิษฐ์รูปแบบต่างๆ ภายใต้แบรนด์ By Hands



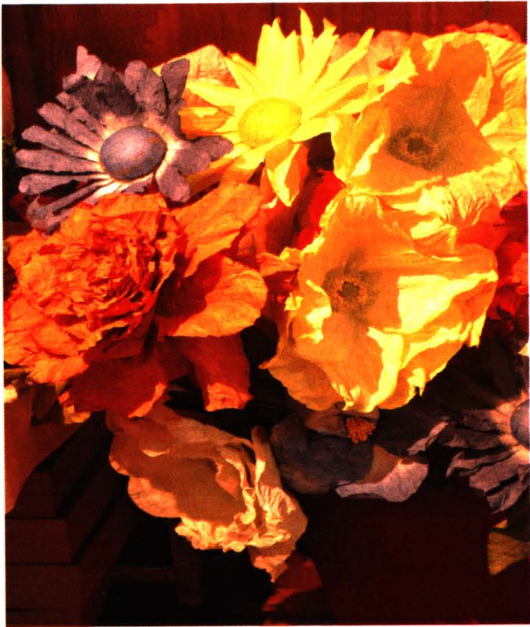
ภาพที่ 6 ดอกไม้ประดิษฐ์สีกลาสสิก



ภาพที่ 7 ดอกไม้ประดิษฐ์เสมือนจริง



ภาพที่ 8 ดอกไม้ประดิษฐ์ประดับโต๊ะอาหาร



ภาพที่ 9 ดอกไม้ประดิษฐ์ในจินตนาการ



ภาพที่ 10 อโรม่าบอลกระดาษสานน้ำหอม



ภาพที่ 11 อโรม่าบอลที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานความร่วมมือทางวิชาการของเยอรมัน
ประจำปี 2548

ตลาดภายในประเทศ/ตลาดต่างประเทศ จะเป็นลักษณะลูกค้าที่ซื้อไปขายต่อและใช้เอง สำหรับ
ตกแต่งอาคาร สถานที่ ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าต่างประเทศโดยมีลูกค้าชาวญี่ปุ่น ยุโรป อังกฤษ
โดยเน้นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง สามารถซื้อสินค้าในราคาสูงเพราะเห็นคุณค่าของสินค้าที่ทำด้วย
มือ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้าต่างประเทศระดับบนที่ให้ความสนใจกับคุณค่าทางจิตใจที่มาจากคุณภาพของสินค้าคือ ความคลาสสิกของสี คุณภาพของเนื้อกระดาษ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การหาตลาด/การเข้าถึงลูกค้า มีหน้าร้านอยู่ที่โครงการพรอมินาด ถนนนิมมานเหมินท์ ซึ่งเป็นแหล่งที่ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงของลูกค้าโดยเฉพาะชาวต่างชาติ และหาช่องทางเปิดตลาดใหม่โดยการออกบูทแสดงสินค้าเช่นที่งาน “เปเปอร์เวิลด์” เมืองแฟรงก์เฟิร์ต ประเทศเยอรมัน ในปีพ.ศ. 2550 ทำให้มีลูกค้าสนใจจากอิตาลีสั่งออเดอร์ทันที รวมถึงยังเจาะกลุ่มตลาดยุโรป และตลาดอินเดีย โดยพยายามปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าต้องการ

การโฆษณา/การส่งเสริมการขาย บ้านต้นไม้ ด.ต้นไม้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านกระดาษสามานานนับ 100 ปี และเป็นกลุ่มคลัสเตอร์หัตถกรรมกระดาษสา ชาวบ้านเน้นทำผลิตภัณฑ์แบบกล่อง บรรจุภัณฑ์และร่ม ธุรกิจจึงสร้างจุดขายและความต่างโดยเน้นผลิตสินค้าแฮนด์เมดที่เป็นดอกไม้และใช้สีธรรมชาติและกระบวนการผลิตที่ลดการใช้สารเคมี สอดคล้องกับกระแสการลดโลกร้อนทำให้สามารถแข่งขันได้ ถึงแม้จะมีคู่แข่งที่สำคัญได้แก่ จีน และเนปาล ในเรื่องการลอกเลียนแบบสินค้า และลูกค้าเชื่อถือในคุณภาพ กลยุทธ์อีกอย่างหนึ่งที่ทางบริษัทเลือกใช้คือ การส่งตัวอย่างสินค้าใหม่ไปพร้อมกับสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อ

1.5 การบริหารทรัพยากรมนุษย์

การจัดหาแรงงาน มีการจ้างงานประจำประมาณ 20 คนและรับไปทำที่บ้านตามความสมัครใจ

การบริหารจัดการแรงงาน (ค่าจ้าง สวัสดิการ และการฝึกอบรม) บริษัทให้ค่าแรงตามความสามารถของพนักงาน มีการสอนงานก่อนการผลิต ดูแลคนงานเสมือนญาติพี่น้อง มีการจัดอบรมคนงานก่อนการปฏิบัติงาน และแบ่งหน้าที่ตามความชำนาญของแต่ละคน มีการสร้างโรงงานในหมู่บ้านเป็นการนำงานเข้าไปให้คนในหมู่บ้านทำ เพราะนอกจากมาทำงานที่โรงงานแล้ว ยังสามารถรับงานไปทำที่บ้านได้ด้วย ซึ่งอัตราการจ้างงานระหว่างมาทำที่โรงงาน กับการรับงานไปทำที่บ้านนั้นอยู่ในอัตราส่วน 50:50 ในด้านลูกจ้างประจำที่ไม่ได้มีที่พักอยู่ในหมู่บ้านทางบริษัทได้จัดที่พักอาศัย อาหาร และลานออกกำลังกายให้

1.6 เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างเสริมมาปฏิบัติในธุรกิจ บริษัทเห็นว่า ตำบลต้นเปา อำเภอสันกำแพง มีผู้ผลิตและจำหน่ายกระดาษสาเป็นจำนวนมาก จึงต้องการสร้างความแตกต่างของสินค้าและพัฒนาให้มีคุณภาพดีกว่าโดยนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างเสริมมาช่วยพัฒนาต่อยอดสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สร้างโอกาสในธุรกิจโดยได้นำมาใช้ในส่วนของกระบวนการผลิตต่อยอดความชำนาญในเรื่องการผสมสี ผู้ประกอบการคาดว่าแนวคิดนี้จะสามารถช่วยให้ผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการได้ตรงตามเป้าหมาย

ข้อมูลส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ฐานทรัพยากรขององค์กร และความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.1 องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1) ความรู้ จากที่แต่เดิมครอบครัวเป็นเจ้าของร้านจิ๋วเวอร์รี่ ได้ช่วยงานคัดเลือกพลอยสีในร้าน ทำให้ชีวิตเจ้าของกิจการต้องเกี่ยวข้องกับสีสันทันของเพชรพลอย และอัญมณีชนิดต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้เจ้าของกิจการมีความสามารถในการแยกสี และแต่งแต้มสีสันทันซึ่งนำมาใช้ในการผลิตดอกไม้ กระดาษสา และนำมาซึ่งความแตกต่างของสินค้าของธุรกิจจนทำให้ประสบความสำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับความรู้ในเรื่องกระดาษสาที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากกิจการของครอบครัวยาวนานกว่า 20 ปี ทำให้สามารถเลือกสรรแหล่งผู้ผลิตที่มีคุณภาพ และมีการต่อยอดพัฒนาความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยเฉพาะความชำนาญเรื่องสีสันทัน มีสูตรส่วนผสมสีที่เป็นสูตรเฉพาะ แต่ไม่ได้จดสิทธิบัตรเนื่องจากเห็นว่าขั้นตอนที่ยุ่งยาก นอกจากความรู้ที่มีแล้วความใฝ่รู้ที่ไม่หยุดนิ่ง ประสบการณ์ รวมทั้งคนงานล้วนมีความสำคัญต่อความสำเร็จ

2) การศึกษา เพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ และความต้องการของลูกค้าที่ไม่หยุดนิ่ง การศึกษาเพิ่มเติมมีความจำเป็นมาก บริษัทจึงขอความร่วมมือจากทางภาครัฐและเอกชนมากมาย เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยเฉพาะจากสำนักงานความร่วมมือทางวิชาการของเยอรมัน (GTZ) และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ได้ร่วมกันจัดทำโครงการกระดาษสาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ภาคเหนือ ทำให้บริษัทมีโอกาสเข้าร่วมโครงการ ได้รับความรู้ที่ช่วยให้ลดการใช้สารเคมีและได้รู้จักกระแสของโลกร้อน จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้พบว่า การอนุรักษ์และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นตัวช่วยเปิดโอกาสทางการตลาดได้ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาความรู้ในเรื่องกลยุทธ์การจัดการลดต้นทุน และหาช่องทางเปิดตลาดใหม่ นับว่าการศึกษาความรู้เพิ่มเติมช่วยผลักดันธุรกิจให้เติบโตได้ เพราะทำให้ได้รับความรู้ใหม่ๆ เพิ่มเติม เช่น ความรู้ในการใช้สีธรรมชาติ การใช้สารเคมีที่ได้รับรองด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และยังเป็นการสนับสนุนเรื่องการส่งออก รวมทั้งการได้พบปะกับลูกค้าใหม่ๆ

3) การสร้างสรรคงาน บริษัทคำนึงเสมอว่าสินค้าต้องมีคุณภาพ และต้องสร้างความแตกต่างจากสินค้าในแบบเดียวกัน หรือสินค้าทดแทนได้ จึงนำประสบการณ์ทั้งหมดที่ได้รับมาใช้ เริ่มจากการคัดเลือกวัตถุดิบกระดาษสาที่มีคุณภาพดี การเลือกสีที่มีคุณลักษณะเฉพาะที่ต้องสั่งมาจากต่างประเทศ และความชำนาญพิเศษในการผสมสี และจากการที่ได้ไปออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ จึงเลือกสิ่งที่คนอื่นไม่นำมาทำ คือ การใช้สีข้อมดอกไม้ที่ไม่สว่างจนเกินไป เลียนแบบสีธรรมชาติ เป็นสีที่มีความคลาสสิก ซึ่งถือว่าเป็นทางเลือกของการสร้างสรรคงานที่ถูกต้อง เพราะทำให้สินค้าของบริษัทมีเอกลักษณ์ โดดเด่น เป็นที่นิยมชื่นชอบของตลาดต่างประเทศในที่สุด

4) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ความชำนาญเรื่องผสมสีนั้นเป็นความสามารถพิเศษเป็นองค์ความรู้ในตัวผู้ประกอบการ ที่ปัจจุบันเวลาผสมสีจะจดสูตรไว้เพื่อสอนงานให้ลูกน้องได้เรียนรู้ ไม่ได้มีการจดสิทธิบัตรหรือลิขสิทธิ์เพราะเห็นว่ามันขั้นตอนที่ยุ่งยากมาก

5) วัฒนธรรม อาศัยเรื่องราวหรือตำนานของแหล่งวัตถุดิบ นั่นคือ ดาบดั่นเปาซึ่งเป็นแหล่งที่มาของกระดาศา เป็นแนวคิดเบื้องต้นที่เกิดเป็นเอกลักษณ์ของกิจการที่ผสมผสานวัฒนธรรมและการผสมสีที่มีอัตลักษณ์ รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่มาต่อยอดการผลิตเป็นดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาศาที่มีความแตกต่าง โดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

6) การสั่งสมความรู้ จากองค์ความรู้ที่มีในเรื่องการผสมสี แยกสี ที่ได้ผ่านการลองผิดลองถูกจากในอดีตที่ผ่านมา และจากการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม รวมทั้งอาศัยการสั่งสมความรู้เกี่ยวกับกระดาศา มาใช้ผลิตสินค้าสร้างสรรค์ ทำให้เกิดเป็นความสามารถหลักขององค์กร ซึ่งต้องรักษาและพัฒนาเพื่อถ่ายทอดให้รุ่นต่อไป

7) เทคโนโลยีและนวัตกรรม บริษัทมีการใช้เทคโนโลยีอย่างง่าย โดยดัดแปลงเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตให้เหมาะสมและคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ในด้านการสร้างนวัตกรรม บริษัทได้ผลิตสินค้าที่ชื่อว่า อโรมาบอล ซึ่งเป็นนวัตกรรมอย่างง่ายที่ช่วยกักเก็บความหอมที่อยู่ในบอลลดอกไม้ให้ยาวนาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญหลักกับองค์ประกอบด้านความรู้ ในเรื่องการแยกสี การผสมสี ที่นำมาใช้ในการแต่งแต้มสีของสินค้ามากที่สุด และนำการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม การสร้างสรรค์งาน และการสั่งสมความรู้จนเกิดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่อยู่ในรูปขององค์ความรู้ในตัวผู้ประกอบการมาช่วยเสริมและพัฒนาความรู้เพื่อต่อยอดสินค้า และเห็นว่าองค์ประกอบด้าน เทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นองค์ประกอบช่วยสนับสนุนองค์ประกอบหลักข้างต้น



ตารางที่ 3 สรุปรายละเอียดขององค์ประกอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ บ.บายแฮนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	รายละเอียด
2.1 ความรู้	การแยกสี การผสมสี ซึ่งเป็นความรู้ความชำนาญคิดค้นมาจากธุรกิจจิ๋วเวอร์รี่ที่เป็นอาชีพในอดีตของครอบครัว และความรู้ในเรื่องกระดาษสาซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของสินค้าในธุรกิจที่ทำมาชยาวนานกว่า 20 ปีจนถึงปัจจุบัน
2.2 การศึกษา	หาความรู้เพิ่มเติมเพื่อต่อยอดพัฒนาสินค้าโดยความช่วยเหลือจากทั้งภาครัฐและเอกชน
2.3 การสร้างสรรคงาน	ใช้จินตนาการออกแบบการทำดอกไม้ประดิษฐ์ คิดค้นการผสมสีที่มีลูกเล่น ได้สีที่ไม่ซ้ำวงจนเกินไป ใกล้เคียงธรรมชาติ
2.4 การใช้ทรัพยากรทางปัญญา	ใช้ความรู้ที่สะสมทั้งทางด้านสีและกระดาษสา แต่ยังไม่ได้จัดขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา
2.5 วัฒนธรรม	อาศัย ต.ต้นเปาที่มีวัฒนธรรมเรื่องกระดาษสาเป็นแหล่งผลิต
2.6 การสังสมความรู้	จาก 2.1-2.5 ก่อเกิดเป็นความสามารถหลักขององค์กรที่มาจากประสบการณ์
2.7 เทคโนโลยีและนวัตกรรม	นำเทคโนโลยีอย่างง่ายที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม มีนวัตกรรมอย่างง่ายที่นำมาใช้ในสินค้าคือ นวัตกรรมที่ช่วยกักเก็บความหอมในตัวโรมาบอลให้ยาวนาน

2.2 แนวคิดฐานทรัพยากรขององค์กร

เมื่อวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจของบริษัท บายแฮนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ตามแนวคิดฐานทรัพยากรขององค์กรพบว่า กิจกรรมมีคุณลักษณะที่ดีดังนี้

1) มีคุณค่า ทรัพยากรที่สำคัญของธุรกิจคือ ความรู้ของเจ้าของธุรกิจทางด้านการผสมสีและความสามารถในการสร้างสรรค์รูปแบบดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา ที่มีการศึกษาควบคุมก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของธุรกิจ และนำทรัพยากรทางเทคโนโลยีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต อีกทั้งทรัพยากรทางด้านคนงานที่มีฝีมือมีความสามารถที่สร้างคุณค่าในการประดิษฐ์ดอกไม้จากกระดาษสา สร้างกำไรและยอดขายได้สูง ทรัพยากรด้านเงินที่ธุรกิจมีภาพลักษณ์และภูมิหลังทางการเงินที่ดีทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ดี ทรัพยากรด้านที่ดิน โดยธุรกิจสามารถตั้งโรงงานในตำบลต้นเปาซึ่งเป็นแหล่งผลิตกระดาษสาที่มีชื่อเสียงมายาวนาน และทรัพยากรจากวัฒนธรรมด้านหัตถกรรมกระดาษสา เป็นเอกลักษณ์ที่สามารถสร้างยอดขายได้ดี

2) หายาก ทรัพยากรด้านความรู้ที่ควบคู่กับการศึกษา ก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่ถนัดของธุรกิจ คือ การผสมสีที่มาจากทรัพยากรบุคคล (ผู้ประกอบการ) ซึ่งเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นความสามารถส่วนบุคคลที่หายาก และหากนำไปเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วพบว่าทำให้เป็นจุดแข็งของธุรกิจด้วย เพราะมีคู่แข่งน้อยรายที่สามารถผสมสีได้โดดเด่นที่นำมาผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสาที่มีสีคลาสสิก สวยงาม และทรัพยากรจากตราสินค้า ที่บ่งบอกให้รับรู้ถึงชื่อเสียง และคุณภาพ ในการ

เป็นธุรกิจบุกเบิกในการผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสามายาวนาน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

3) **ทดแทนได้ยาก** เมื่อนำทรัพยากรความรู้ ทรัพยากรบุคคลที่สามารถสร้างสรรค์การผสมสี ทรัพยากรเทคโนโลยี ทรัพยากรด้านเงิน ทรัพยากรด้านที่ดิน ทรัพยากรจากวัฒนธรรมด้าน ทัศนกรรมกระดาษสา และทรัพยากรจากตราสินค้ามาปรับใช้ร่วมกัน จะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสาที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยเฉพาะเรื่องความละเอียดอ่อนของสี ที่คู่แข่งสามารถทดแทนได้ยากในสินค้าเดียวกัน แต่ผลิตภัณฑ์ดอกไม้จากกระดาษสา สามารถถูกทดแทน ด้วยผลิตภัณฑ์ดอกไม้ที่ทำจากวัสดุอื่นได้ เช่น ไม้ พลาสติก กระดาษ เป็นต้น

4) **ลอกเลียนแบบได้ยาก** จากคุณสมบัติ ข้อ 1-3 ข้างต้นทำให้พบว่า คู่แข่งมีการลอกเลียนแบบ ผลิตภัณฑ์ในส่วนของรูปแบบเท่านั้น และขายในราคาที่ต่างกัน โดยคู่แข่งจะเน้นลูกค้าออกไปในระดับล่าง ไม่เน้นเรื่องคุณภาพของสินค้า ทำให้ไม่สามารถลอกเลียนในเรื่องสีในตัวผลิตภัณฑ์ได้ กลายเป็นจุดแข็ง ที่ก่อให้เกิดความสามารถหลัก ซึ่งหากคู่แข่งจะเลียนแบบต้องใช้เงินและเวลามาก

2.3 แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาจากทรัพยากรที่มีอยู่ของธุรกิจข้างต้น ทำให้เกิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้หลายปัจจัยดังนี้

1) **ความได้เปรียบจากการเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก** มาจากการที่ธุรกิจสามารถสร้างตลาดใหม่ และเป็นผู้ริเริ่มที่เปลี่ยนจากการทำร่ม ทำกล่อ้งจากกระดาษสา มาเป็นดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา รายแรกในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในขณะนั้นเป็นการริเริ่มในสิ่งที่คู่แข่งยังไม่สามารถทำได้ ทำให้ธุรกิจปราศจากคู่แข่ง จนถึงแม้ในปัจจุบันจะมีคู่แข่งมากมายในการผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา แต่คุณภาพในเรื่องสี และความแปลกใหม่สวยงามของสี ยังทำให้ธุรกิจได้ประโยชน์จากการเป็นผู้ริเริ่มทั้งสิ้น

2) **ความได้เปรียบในการนำเสนอสินค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง** มาจากความสามารถในการตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ในเรื่องสีสันทนของสินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นอย่างมาก รูปแบบและรูปลักษณะภายนอก อีกทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้มีความโดดเด่นและไม่เหมือนคู่แข่งรายอื่น และมีการปรับปรุง พัฒนาสินค้าของธุรกิจอยู่เสมอเพื่อให้ก้าวล้ำกว่าคู่แข่ง

3) **ความได้เปรียบในการสร้างห่วงโซ่คุณค่า หรือระบบธุรกิจ** มาจากความสามารถโดดเด่นในกิจกรรมของธุรกิจทางด้านการพัฒนาสินค้าที่มีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าให้ทันต่อแนวโน้ม และความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ ทางด้านการผลิตที่มีระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และใช้เครื่องจักรที่ดัดแปลงให้เข้ากับการผลิต ทำให้เกิดประสิทธิภาพในระบบงาน และทางด้าน

การตลาดที่มาจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยร่วมมือกับหน่วยงานกรมส่งเสริมการค้าส่งออก และชูดขายจากมาตรฐานของสินค้าที่ได้รับการรับรองตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ซึ่งโดดเด่นในกิจกรรมของธุรกิจทางด้านการพัฒนาสินค้า ด้านการผลิต และด้านการตลาด ทำให้การดำเนินงานธุรกิจมีระบบสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

4) **ความได้เปรียบของแหล่งทรัพยากร** มาจากสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน คือ ตราสินค้า และชื่อเสียงของธุรกิจ โดยธุรกิจจะใช้ประโยชน์จากตราสินค้า และชื่อเสียงที่มีอยู่ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดขึ้น

5) **ความได้เปรียบในเรื่องพันธมิตร** มาจากประโยชน์ในการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ของกระดาศาบ้านดินเปา ทำให้สามารถหาซื้อวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตในราคาที่ถูกลง อีกทั้งสนับสนุนในเรื่องอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการรวมตัวกันในกลุ่ม และเกื้อกูลกันในลักษณะร่วมกันซื้อวัตถุดิบ เช่น เผยแพร่ความรู้ในการทำลายดอกไม้ และการผสมสี เป็นต้น ซึ่งพันธมิตรของธุรกิจ เปรียบเสมือนการรวมจุดแข็งของหลายธุรกิจที่มีสินค้าชนิดเดียวกัน เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้เกิดขึ้นนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

6) **ความได้เปรียบในการประหยัดต้นทุนในการผลิต** มาจากประโยชน์ในการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ของกระดาศาบ้านดินเปา ทำให้สามารถหาซื้อวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตในราคาที่ถูกลง และความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาดัดแปลงให้เหมาะสมในการผลิต ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ในบางส่วน ซึ่งเกิดผลดีในการประหยัดต้นทุน

สรุปองค์ประกอบหลักที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ คือ องค์ความรู้ในเรื่องการผสมสี การแยกสี ที่มีความสามารถสร้างสรรค์สีของสินค้าได้สวยงาม คลาสสิก มีเอกลักษณ์ ร่วมกับการศึกษาและการสร้างสร้งงานเพื่อต่อยอดความรู้ช่วยในการพัฒนาสินค้า ร่วมกับการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่อยู่ในรูปองค์ความรู้ในตัวผู้ประกอบการ ก่อให้เกิดเป็นความสามารถหลักโดยนำวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ เทคโนโลยีการลดการใช้สารเคมีและนวัตกรรมเข้ามาใช้ร่วม เกิดเป็นการสร้างดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาศามีไอเดียที่แตกต่างไม่เหมือนใคร โดยเฉพาะในเรื่องสี เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ เกิดมูลค่าของสินค้าอย่างที่เขียนแบบ

ข้อมูลส่วนที่ 3

3.1 ความสำเร็จ/ ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ สินค้าโดดเด่นได้รับรางวัลในบางผลิตภัณฑ์ ตลาดยอมรับ แปรนด้นำเชื่อถือ

การยอมรับของตลาด ตลาดต่างประเทศชื่นชอบสินค้า มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

การเติบโตของยอดขาย ยอดขายมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นเป็นที่น่าสนใจ

3.2 ปัญหาและอุปสรรคที่พบ ในการประยุกต์ใช้นั้นจะมีปัญหาแบ่งเป็นด้านต่างๆดังนี้

1. เรื่องค่าแรง เพราะลูกจ้างต้องการค่าแรงที่สูง เป็นเหตุต่อเนื่องให้ชาวบ้านรับงานไปทำที่บ้าน น้อยลง ทำให้จำนวนแรงงานลดลง
2. เรื่องการจดสิทธิบัตร เนื่องจากมีข้อกำหนดมากเมื่อดำเนินการแล้วไม่สามารถดำเนินการให้สำเร็จได้

3.3 แนวทางในอนาคต

1. พัฒนารูปแบบสินค้าให้เพิ่มขึ้น รวมถึงพัฒนาเรื่องสีไม่ให้จางเร็ว
2. ลดขั้นตอนการผลิต และเน้นการใส่กลิ่นเพิ่มเติมเพื่อสร้างเสน่ห์ให้กับสินค้า เพิ่มจุดต่างจากคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคู่แข่งจากต่างประเทศ
3. ให้นำหน่วยงานภายนอกทั้งรัฐบาลและเอกชน เข้ามาช่วยเรื่องการทำตลาดส่งออกเพิ่มขึ้น และการหาตลาดใหม่ๆ เช่น จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

กิจการที่ 2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชีววัฒน์-ฉานนา

ประเภทธุรกิจ ผลิตผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติสำหรับสปา

ประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านการแพทย์แผนไทย

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2554 และ 18 สิงหาคม 2554

ผู้ให้สัมภาษณ์ เจ้าของธุรกิจ

ข้อมูลส่วนที่ 1

1.1 ข้อมูลทั่วไป

ที่ตั้ง 83-85 ถ.วชิราวุธ ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่

เจ้าของธุรกิจ คุณเงินยวง ใจเที่ยง

เงินลงทุน 4 แสนบาท

รูปแบบธุรกิจ ห้างหุ้นส่วน

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 7 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 จนถึง ปัจจุบัน)

ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสถานบำรุงสุขภาพ (สปา) ได้แก่ สครับ น้ำมันนวดตัว โลชั่นบำรุงผิว ลูกประคบ และน้ำมันหอมระเหย เป็นต้น โดยสินค้าทั้งหมดจะใช้สมุนไพรจากธรรมชาติของไทย โดยมีกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย

ตลาดสินค้า ทั้งภายในและต่างประเทศ

1.2 การบริหารจัดการ

โครงสร้างองค์กร เป็นแบบห้างหุ้นส่วนแต่การตัดสินใจขึ้นอยู่กับเจ้าของธุรกิจเท่านั้น

รูปแบบการบริหาร แบบครอบครัว

การจัดหาแหล่งเงินทุน เงินทุนส่วนตัว

การพัฒนาองค์กร มีการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของลูกค้าและคิดค้นสร้างสินค้าใหม่โดยอาศัยหน่วยงานภายนอกในเรื่องการวิจัยร่วมในการพัฒนาสินค้า

1.3 การผลิต มีกระบวนการผลิตอย่างง่าย ใช้แรงงานคนเป็นหลัก วัตถุดิบหรือสมุนไพรนั้นจะซื้อจากซัพพลายเออร์ที่เลือกสรรมาเป็นอย่างดีที่ติดต่อซื้อขายกันมานานแล้ว

วัตถุดิบ จากสมุนไพรธรรมชาติ เช่น มัสตาร์ด จิง เกสรบัวหลวง เป็นต้น ที่ผ่านการอบแห้ง และฆ่าเชื้อก่อน เพื่อความสะดวกและมีอายุการใช้งานที่นานขึ้น

แรงงาน ลูกจ้าง 2 คน

เทคโนโลยี/เครื่องจักร ใช้เครื่องจักรแบบไฟฟ้าอย่างง่ายส่วนใหญ่เป็นการให้ความร้อนเท่านั้น

กระบวนการผลิต หลังจากได้รับวัตถุดิบสมุนไพรต่างๆ จากซัพพลายเออร์ จะนำมาตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นด้วยวิธีการอย่างง่ายของธุรกิจ จากนั้นเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตตามแต่ชนิดของสินค้า ก่อนวางจำหน่ายและส่งลูกค้าที่สั่งผลิตต่อไป

1.4 การตลาด

ผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์เกี่ยวกับสถานบำรุงสุขภาพ(สปา) ได้แก่ สครับ น้ำมันนวดตัว โลชั่นบำรุงผิว ลูกประคบ และน้ำมันหอมระเหย เป็นต้น ดังภาพที่ 12-14 โดยผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของธุรกิจคือ ลูกประคบและสครับมัสตาร์ด



ภาพที่ 12 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ชีวตม์-ลานนา



ภาพที่ 13 ครีมบำรุงสำหรับใช้ในสปา



ภาพที่ 14 สินค้าโดดเด่นของห้างหุ้นส่วนจำกัด ชีววัฒน์-ลานนา

ตลาดภายในประเทศ/ตลาดต่างประเทศ ถนนคนเดินวัวลายเป็นจุดกำเนิดของตลาดเพราะมีลูกค้าชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยมีสัดส่วนตลาดในประเทศต่อตลาดต่างประเทศเป็นอัตรา 60:40

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้าที่ชื่นชอบในความเป็นธรรมชาติของสินค้า โดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติที่ชื่นชอบกลิ่นของสมุนไพรไทยที่มีความหอมเป็นอย่างมาก

การหาตลาด/การเข้าถึงลูกค้า ถนนคนเดินวัวลายเป็นจุดเริ่มต้น จากนั้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีเกิดจากการซื้อขายแบบปากต่อปาก

การโฆษณา/การส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญกับลูกค้าเสมือนญาติจนเกิดความเป็นกันเอง

1.5 การบริหารทรัพยากรมนุษย์

การจัดหาแรงงาน ลูกจ้างทั้ง 2 คนจัดหามาจากคนที่มิไจรัก และมีความสำคัญต่อกิจการมาก เพราะความรู้จักรักได้ถ่ายทอดการผลิตของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่กับคู่ลูกจ้าง

การบริหารจัดการแรงงาน(ค่าจ้าง สวัสดิการ และการฝึกอบรม) ส่งพนักงานไปอบรมพัฒนาสินค้าร่วมกับหน่วยงานสำนักงานวัฒนธรรมที่เป็นสมาชิกอยู่เสมอ

1.6 เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาปฏิบัติในธุรกิจ ธุรกิจได้นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ โดยเห็นโอกาสของสินค้าสมุนไพรหอมระเหยและเครื่องหอมทั้งหลายที่เติบโตควบคู่ไปกับธุรกิจสปาที่มีแนวโน้มจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งต้องการปรับเปลี่ยนแนวคิดใหม่ในเรื่องของการแข่งขัน จากเดิมที่ธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาแข่งขันกันด้วยราคามาสู่การสร้างจุดขายบนความแตกต่างของสินค้าที่มีความโดดเด่น โดยมุ่งเน้นไปที่ตลาดเฉพาะกลุ่ม ผลิตตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก บริษัทไม่มีนโยบายในการรับจ้างผลิตสินค้าที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาอย่างหนักกับสินค้าชนิดเดียวกันที่มีราคาถูกกว่า

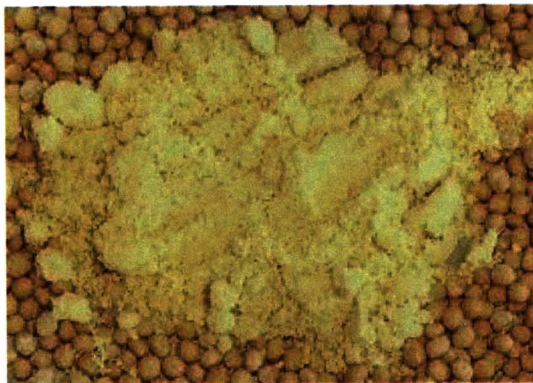
ข้อมูลส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ฐานทรัพยากรขององค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.1 องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1) ความรู้ ผู้ประกอบการมีความรู้ในเรื่องสมุนไพรเป็นอย่างมาก เช่น ลูกประคบจากภูมิปัญญาดั้งเดิมซึ่งมีความชำนาญในการมัดที่มีความเป็นเอกลักษณ์ด้วยความแน่นของเส้นที่มัดและผ้าที่ใช้ทำลูกประคบ เพราะความสามารถในการมัดที่ซึมซับมาตั้งแต่เด็ก ทำให้ลูกประคบของร้านมีคุณภาพ และราคาแพงด้วยตัวของสินค้าเอง ลูกประคบของทางร้านมีความประณีต คงทน และอายุการใช้งานที่นานกว่าทั่วไปจนได้รับความชื่นชมจากลูกค้า ไม่ได้อาศัยเทคนิคทางตลาด อีกทั้งความชอบส่วนตัวในเรื่องสมุนไพรเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ มีความรู้ในเรื่องสมุนไพร

2) การศึกษา ผู้ประกอบการได้ทำการศึกษาค้นคว้าพัฒนาสินค้าร่วมกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ โดยสมุนไพรม้าเชื้อโรคเพื่อลดปัญหาเชื้อรา นำเทคโนโลยีเข้าช่วยลดของเสียให้มีคุณค่าในการผลิตมากยิ่งขึ้น และพัฒนาสกริปมัสตาร์ด ซึ่งส่งเข้าประกวดของสำนักงานนวัตกรรม (ล่าสุดได้รับรางวัลในปี 2554) และกำลังอยู่ในขั้นตอนการจดทะเบียนโดยมีการทดลองขายแล้ว ซึ่งจุดเด่นของสินค้าตัวนี้ตามการวิจัยร่วมกันของผู้ประกอบการและสำนักงานนวัตกรรมแล้วพบว่าโปรตีนในมัสตาร์ดจะช่วยลดจุดต่างค่าหลังจากทดสอบบนใบหน้าของผู้สมัครใจใช้ตัวอย่าง ได้รับการจดสิทธิบัตร ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

3) การสร้างสรรคงาน มีการนำความคิดที่จะนำสมุนไพรม้าที่แตกต่างกันอย่างเช่นใช้ผงมัสตาร์มาเป็นวัตถุดิบในสินค้า



ภาพที่ 15 มัสตาร์ดผง



ภาพที่ 16 สคริปมัสตาร์ดที่ได้รับรางวัลจากสำนักงานนวัตกรรม

4) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา สินค้ามัสตาร์ดได้ผ่านวิจัย โดยได้รับความช่วยเหลือจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสำนักงานนวัตกรรม ที่ช่วยในเรื่องการวิจัยให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และได้รับการจดสิทธิบัตร

5) วัฒนธรรม ประเทศไทยมีสมุนไพรที่ทรงคุณค่าและมีการนำมาใช้ประโยชน์ทางยาและความงามมาตั้งแต่สมัยโบราณในลักษณะของภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งการใช้ประโยชน์ส่วนใหญ่ยังเป็นการแปรรูปง่ายๆ จึงคิดที่จะสร้างสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสมุนไพรไทย โดยการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาผสมผสานกับภูมิปัญญาชาวบ้าน

6) การสังเคราะห์ความรู้ จากภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีการสะสม สืบทอดความรู้ต่อกันมานั้นได้นำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาผสมผสานเพื่อต่อยอดสินค้า

7) เทคโนโลยีและนวัตกรรม การนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาผสมผสานกับภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น ใช้สมุนไพรฆ่าเชื้อโรคเพื่อลดปัญหาเชื้อรา โดยนำเทคโนโลยีเข้าช่วยปรับสภาพวัตถุดิบการเปลี่ยนสภาพให้มีความเหมาะสมในการผลิตมากยิ่งขึ้นและพัฒนาสคริปมัสตาร์ด

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบของแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญหลักกับองค์ประกอบด้านความรู้ในเรื่องสมุนไพร โดยเฉพาะ ถูกประเทศที่มีความชำนาญในการหมักมา ร่วมกับการหาความรู้เพิ่มเติมและ

สร้างสร้งงานเพื่อพัฒนาสินค้า และเห็นว่าองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นองค์ประกอบช่วยสนับสนุนองค์ประกอบหลักข้างต้น

ตารางที่ 4 สรุปรายละเอียดขององค์ประกอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหจก.ชีวาคม์ ลานนา

องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	รายละเอียด
2.1 ความรู้	ผู้ประกอบการมีความรู้เรื่องสมุนไพรตั้งแต่เด็ก
2.2 การศึกษา	ผู้ประกอบการมีการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมจากการอบรม สัมมนาจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
2.3 การสร้างสร้งงาน	ผู้ประกอบการมีการสร้งสร้งสิ่งใหม่คือ สคริปต์สตาร์ด
2.4 การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	ผู้ประกอบการมีการจดสิทธิบัตรในสินค้าเพื่อประโยชน์ทางการค้า
2.5 วัฒนธรรม	ใช้วัฒนธรรมในเรื่องสมุนไพรจากธรรมชาติจนเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าในเรื่องความหอมแบบสมุนไพรไทยๆ
2.6 การสังคมความรู้	มีการรักษาความรู้เดิมและสามารถพัฒนาต่อยอดให้ดียิ่งขึ้นในเรื่องสมุนไพรทั้งจากการวิจัยและอบรมเรียนรู้
2.7 เทคโนโลยีและนวัตกรรม	มีการคิดค้นสินค้าใหม่คือ สคริปต์สตาร์ดเป็นสินค้านวัตกรรมที่ได้รับรางวัลสินค้านวัตกรรมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติปี 2554 เพราะ โปรตีนในมัสตาร์ดช่วยให้ผิวขาวขึ้น

2.2 แนวคิดฐานทรัพยากรขององค์กร

เมื่อวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจของหจก.ชีวาคม์ ลานนาตามแนวคิดฐานทรัพยากรของกิจการพบว่า กิจการมีคุณลักษณะที่ดีดังนี้

1) มีคุณค่า มาจากทรัพยากรด้านความรู้ในเรื่องสมุนไพรที่ควบคู่กับการศึกษาเพิ่มเติม และผู้ประกอบการซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลมีการสร้างสร้งงาน มีการทำวิจัยคุณสมบัติจากพืชธรรมชาติ เช่น มัสตาร์ด เพื่อค้นหาลักษณะประกอบทางเคมีซึ่งเป็นสารประกอบสำคัญในสมุนไพรนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อเป็นการพัฒนาสินค้าอยู่เสมอ อีกทั้งการนำทรัพยากรทางเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิตและพัฒนาสินค้า และกระบวนการของธุรกิจที่เรียบง่าย อีกทั้งทรัพยากรด้านวัฒนธรรมการใช้สมุนไพรมาตั้งแต่โบราณ เป็นสิ่งที่มิพบาทต่อการขยายขีดความสามารถของธุรกิจ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่ตอบสนองผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้สินค้าที่มีส่วนผสมของสมุนไพร

2) หายาก ทรัพยากรความรู้ที่ควบคู่การศึกษา และการสร้างสร้งงานทำให้ความรู้ของธุรกิจนั้นเป็นทรัพยากรที่ไม่หยุดนิ่ง อันมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างสร้งและพัฒนาสินค้าใหม่ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย ก่อให้เกิดความสามารถหลักของธุรกิจในการผลิตสินค้า เมื่อบูรณาการร่วมกันถือเป็นทรัพยากรภายในองค์กร ที่องค์กรอื่นหาได้ยาก เพราะเป็นทรัพยากรเฉพาะตัวในธุรกิจ

3) ทดแทนได้ยาก จากทรัพยากรด้านความรู้ในเรื่องสมุนไพรที่ควบคู่กับการศึกษาเพิ่มเติมผู้ประกอบการซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลมีการสร้างสรรคงาน ทรัพยากรทางเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยในการผลิตและพัฒนาสินค้า กระบวนการของธุรกิจที่เรียบง่าย และทรัพยากรด้านวัฒนธรรมการใช้สมุนไพรมาตั้งแต่โบราณ การจัดการธุรกิจที่ดีก็มีส่วนสำคัญในการสร้างโครงสร้างการทำงานที่นำไปสู่ประสิทธิภาพและคุณภาพของสินค้า ทำให้เกิดต้นทุนในการเลียนแบบสูง เป็นผลทำให้คู่แข่งรายอื่นไม่สามารถพัฒนาขึ้นได้ง่าย

4) ลอกเลียนแบบได้ยาก จากคุณสมบัติของทรัพยากรข้างต้นในข้อ 1-3 ทำให้ลูกค้าประจำมีความมั่นใจในสินค้า และสรรพคุณที่จะได้รับ รวมทั้งความปลอดภัยของสินค้า ช่วยให้สินค้าของธุรกิจมีความแข็งแกร่งมาก ความสามารถที่เกิดจากการบูรณาการทรัพยากร ก่อให้เกิดเป็นความสามารถหลักของธุรกิจ ลอกเลียนแบบได้ยากในสินค้าบางตัวที่ได้จดสิทธิบัตร

2.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาจากทรัพยากรที่มีอยู่ของธุรกิจข้างต้น ทำให้เกิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้หลายปัจจัยดังนี้

1) ความได้เปรียบจากการเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก ที่เกิดจากการสร้างสรรคงาน เช่น สดริบมัสตาร์ด ที่ทำการวิจัยมัสตาร์ด เพื่อค้นหาลูกประกอบทางเคมีที่เป็นสาระสำคัญที่ช่วยในเรื่องการปรับสีผิว เกิดประโยชน์ทางการค้า และได้เปรียบในการเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก และพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในระยะยาวด้วยการใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาด้วยการจดสิทธิบัตร

2) ความได้เปรียบในการนำเสนอสินค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง มาจากสินค้าสปา ที่มีความหอมพิเศษ ออกแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม และสินค้าสดริบมัสตาร์ดที่ไม่เคยมีในตลาดสมุนไพรมาก่อน สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้สินค้ามีความโดดเด่นไม่เหมือนคู่แข่งรายอื่น และมีการค้นคว้าวิจัยในสมุนไพรตัวอื่นต่อไปเพื่อพัฒนาให้ก้าวหน้ากว่าคู่แข่งเสมอ

3) ความได้เปรียบในการสร้างห่วงโซ่คุณค่าหรือระบบธุรกิจ มาจากการที่ธุรกิจมีความสามารถโดดเด่นในกิจกรรมทางธุรกิจในด้าน การวิจัยและพัฒนาสินค้า ที่ได้รับความช่วยเหลือจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ที่ร่วมกับผู้ประกอบการที่มีความความสามารถในการนำวัตถุดิบที่ไม่เคยใช้ในทางเครื่องสำอางมาก่อนมาวิจัย เพื่อค้นหาคูสมบัติทางเคมีที่เป็นประโยชน์ เป็นความสามารถในระบบธุรกิจที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเพราะความรู้ที่ได้จากการวิจัยและจดสิทธิบัตรเป็นองค์ความรู้ที่ทำให้ยากต่อการเลียนแบบ และการวิจัยยังทำให้ความรู้ของธุรกิจไม่หยุดนิ่งมีบทบาทต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่และการพัฒนาต่อไป

4) ความได้เปรียบในเรื่องพันธมิตร มาจากการสร้างโอกาสในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในระยะยาวโดยการคัดเลือกพันธมิตรให้เหมาะสมกับธุรกิจคือ สำนักงานนวัตกรรม ที่มีความสามารถ

ในการทำวิจัยที่น่าเชื่อถือ เกิดการนำจุดแข็งของทั้งสองฝ่ายเข้าด้วยกันเพื่อสร้างผลประโยชน์ในเชิงการค้าคือ ธุรกิจที่มีความสามารถเรื่องสมุนไพรจากธรรมชาติมาเป็นสินค้าสปา กับสำนักงานนวัตกรรมที่มีความสามารถหลักเรื่องการทำวิจัยใหม่ๆ นำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน

5) ความได้เปรียบในการประหยัดต้นทุนในการผลิต มาจากปริมาณของคำสั่งซื้อจากลูกค้าที่มากในแต่ละรอบ ทำให้ผลดีต่อการผลิตที่มากพอเพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ

สรุปองค์ประกอบหลักที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ คือ ความรู้เรื่องสมุนไพร การศึกษาเพิ่มเติม การสร้างสรรค์งาน และทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นความสามารถหลักของธุรกิจ และนำทรัพยากรเทคโนโลยีเข้ามาช่วย ก่อให้เกิดสินค้าสปาที่มีคุณภาพ โดดเด่น

ข้อมูลส่วนที่ 3

3.1 ความสำเร็จ/ ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ ผลลัพธ์ทางธุรกิจนั้นได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าต่างประเทศ เป็นผลดีจากกระแสสินค้าที่มาจากธรรมชาติ

การยอมรับของตลาด ผลดีจากกระแสสินค้าที่มาจากธรรมชาติและคุณภาพทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับ

การเติบโตของยอดขาย ยอดขายเพิ่มมากขึ้นทั้งในสินค้าเดิมและสินค้าที่พัฒนาขึ้นใหม่

3.2 ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

1. เรื่องคนงาน คือความกังวลที่มีคนงาน 2 คน ถ้าลาออกไปจะเป็นการสูญเสียทรัพยากรที่สำคัญ เพราะความรู้ในเรื่องสมุนไพร กระบวนการผลิต ได้ถ่ายทอดไป เกรงว่าลูกจ้างจะไปเปิดธุรกิจผลิตเองจึงต้องการ หาวิธีการป้องกันรักษาแรงงานไว้ให้อยู่กับธุรกิจนานๆ
2. เรื่องผู้ปลูกสมุนไพรส่งวัตถุดิบไม่ทันกับความต้องการธุรกิจ ทำให้มีปัญหาในการผลิต
3. เรื่องคุณภาพวัตถุดิบไม่คงที่ วัตถุดิบมีเชื้อรา

3.3 แนวทางในอนาคต

1. ต้องพัฒนาสินค้าตัวใหม่ออกมาเรื่อยๆ ให้ครอบคลุมสรีระจรดเท้า และหลากหลายผลิตภัณฑ์
2. ออกงานแสดงสินค้าให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย จะเป็นลักษณะสินค้าเก่าลูกค้าเก่าสินค้าใหม่ลูกค้าเก่า
3. จะไม่สต็อกสินค้า จะทำแบบ just in time และจะรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้าเพื่อสนับสนุนการค้า และคิดค้นทำตามความต้องการของลูกค้าต่อไป เพราะสินค้าที่สร้างสรรค์ส่วนหนึ่งได้มาจากลูกค้าด้วย
4. ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ให้ครอบคลุมสรีระจรดเท้า และหลากหลายผลิตภัณฑ์

5. สรรหาเทคโนโลยีรวมทั้งการค้นคว้าและวิจัยให้วัตถุดิบสมุนไพรมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นก่อน
นำเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต

กิจการที่ 3 ร้านสายหมอกกับดอกไม้

ประเภทธุรกิจ ผลิตและบริการอาหารเหนือ อาหารมังสวิรัต อาหารไทย และอาหารดอกไม้ที่ทานได้

ประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านอาหารไทย

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2554 และ 17 สิงหาคม 2554

ผู้ให้สัมภาษณ์ เจ้าของธุรกิจ

ข้อมูลส่วนที่ 1

1.1 ข้อมูลทั่วไป

ที่ตั้ง 59 ถ.วงแหวน 700 ปี ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่

เจ้าของธุรกิจ คุณอันชา โพธิวัฒน์

เงินลงทุน 1 ล้านบาท

รูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 13 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2541 จนถึง ปัจจุบัน)

ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ร้านสายหมอกกับดอกไม้เป็นร้านอาหารเหนือ อาหารไทย อาหารมังสวิรัต และอาหารพื้นเมืองเผ่าต่างๆ และโดดเด่นด้วยเมนูอาหารดอกไม้

ตลาดสินค้า ภายในประเทศ

1.2 การบริหารจัดการ

โครงสร้างองค์กร เจ้าของคนเดียว

รูปแบบการบริหาร ธุรกิจครอบครัว

การจัดหาแหล่งเงินทุน เงินทุนส่วนตัว

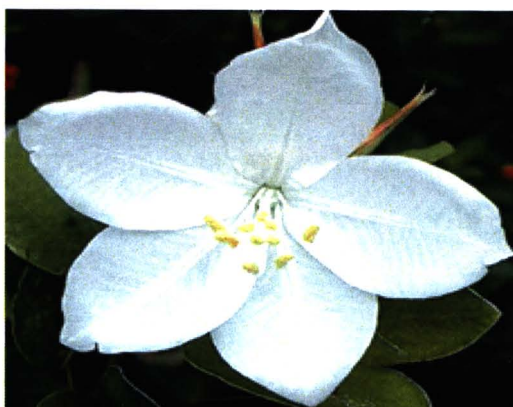
การพัฒนาองค์กร มีการคิดค้นเมนูอาหารขึ้นมาใหม่ตลอดเวลา

1.3 การผลิต

วัตถุดิบ วัตถุดิบมาจากดอกไม้ในสวนของตัวเองที่มีสีสรรหลากหลาย เช่น ดอกกล้วยไม้ ดอกกาหลง ดอกชงโค ดอกกุหลาบ ดอกพวงชมพู ดอกเลียบีอนาง ดอกลิ้นทม ดอกอัญชัน ดอกเข็ม ดอกชบา ดอกด้อยดิ่ง ดอกเฟื่องฟ้า และอีกมากมายหลายสิบชนิด ทั้งหมดปราศจากสารเคมี



ภาพที่ 17 ดอกไม้สดปลอดสารเคมี



ภาพที่ 18 ดอกกาหลง



ภาพที่ 19 ดอกชงโค



ภาพที่ 20 ดอกเข็ม



ภาพที่ 21 ดอกเฟื่องฟ้า

แรงงาน ผู้ประกอบการคือ คุณอันยา โพธิวัฒน์ แม่ครัว 2 คน และลูกชายช่วยในการเสิร์ฟ
เทคโนโลยี/เครื่องจักร อุปกรณ์ทำครัว

กระบวนการผลิต คัดเลือกดอกไม้ที่มีความสมบูรณ์โตเต็มที่ และควรเด็ดในเวลาที่เหมาะสมคือ
ตอนเช้า อีกทั้งมีเทคนิคในการประกอบอาหารเพื่อกงลักษณะทางกายภาพเดิมของดอกไม้ไว้ไม่ให้
เสียรูปทรงเดิมไปมากนัก

1.4 การตลาด

ผลิตภัณฑ์หลัก เมนูอาหารเหนือ อาหารไทย อาหารดอกไม้ น้ำดอกไม้ บางเมนูจะมีเรื่องราวที่มา
ของอาหาร



ภาพที่ 22 มาลีทอดกรอบที่เด็ดมาจากสวนหลังร้าน



ภาพที่ 23 ยำยิ่งห้ามก็ยิ่งคลั่ง



ภาพที่ 24 ยำสายหมอกกับดอกไม้



ภาพที่ 25 แกงจืดสาธูปผา



ภาพที่ 26 ไข่ตุ๋นดอกเข็ม

ตลาดภายในประเทศ/ตลาดต่างประเทศ การเปิดตลาดของธุรกิจที่อาหารจานดอกไม้ได้ปรากฏสู่ตลาดภายนอก คืองานมังสวิรัตโลก ครั้งที่ 33 จัดขึ้นที่เชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 4-10 มกราคม พ.ศ. 2552 ซึ่งหลังจบงานมังสวิรัตโลกก็มีชาวต่างชาติและคนไทยเข้ามาที่ร้านมากมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจรับประทานอาหารดอกไม้

การหาตลาด/การเข้าถึงลูกค้า ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าด้วยปากต่อปาก จนได้รับการถ่ายทอดลงนิตยสาร

การโฆษณา/การส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาในนิตยสารและส่งเสริมการขายโดยใช้ภูมิปัญญาแบบไทยๆซึ่งมีความหลากหลายและเรื่องราวที่สามารถนำมาใช้เป็นจุดขายได้ โดยต้องค้นหา

แนวทางในการปรับเปลี่ยนสินค้าให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตในปัจจุบันแต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และกลิ่นอายที่สื่อถึงวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า

1.5 การบริหารทรัพยากรมนุษย์

การจัดหาแรงงาน คนในครอบครัว

การบริหารจัดการแรงงาน (ค่าจ้าง สวัสดิการ และการฝึกอบรม) มีการจ้างงานจากคนใกล้ชิดที่ดูแลแบบครอบครัว ก่อให้เกิดความเป็นกันเองในการทำงาน

1.6 เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาปฏิบัติในธุรกิจ ผู้ประกอบการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในส่วนของกระบวนการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของพื้นที่มาโดยคำนึงถึงสิ่งที่คนในพื้นที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับสินค้าได้ และเป็นที่ต้องการของตลาด อีกทั้งเห็นว่าธุรกิจต้องมีจุดเริ่มต้นที่เกิดจากความต่าง

ข้อมูลส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ฐานทรัพยากรขององค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.1 องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1) ความรู้ มีความรู้จากทุนทางวรรณกรรมที่ชอบอ่านหนังสืออยู่เสมอของผู้ประกอบการ ทำให้รู้เรื่องดอกไม้มากมายจนนำมาทำเป็นธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องการให้ลูกค้ามีความสุขที่ได้เข้ามารับประทานอาหารในร้าน

2) การศึกษา ก่อนที่จะเป็นเมนูอาหารดอกไม้มันได้มีการทดลอง เรียนรู้ ลองชิม ลองทำก่อนเพื่อความปลอดภัยของลูกค้าและจะทำการศึกษาค้นคว้าเมนูดอกไม้ใหม่ๆต่อไป

3) การสร้างสรรคงาน อาศัยเรื่องราวของดอกไม้ที่มีความเป็นมา เช่น แกงจิตสาขุบุปผาที่มีที่มาจาก คุณจรัญ มะโนเพชรไม่ต้องการให้แกงจิตสาขุอันเป็นอาหารดั้งเดิมนี้หมดไปจึงมีการนำมาดัดแปลงเป็นเมนูที่นำรับประทานทานให้ชื่อว่าแกงจิตสาขุบุปผา

4) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา มาจากการเรียนรู้ที่เป็นผลมาจากกิจกรรมทางปัญญาในรูปแบบดั้งเดิม มีการเรียนรู้และพัฒนาการรับประทานดอกไม้ให้ถูกวิธี มีคุณค่า จนเกิดเป็นทักษะวิธีการแนวปฏิบัติ เป็นองค์ความรู้ของตัวผู้ประกอบการ

5) วัฒนธรรม เพราะมนุษย์รับประทานดอกไม้มาตั้งแต่บรรพกาลซึ่งถือเป็นผลผลิตที่ได้รับจากธรรมชาติ ที่สามารถให้คุณค่าในเรื่องสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และการที่เป็นดอกไม้ที่ไม่ผ่านสารเคมีใดๆที่ทำให้ดอกไม้ของร้านปลอดภัยพิช กลายเป็นจุดแข็งของร้านในที่สุด

6) การสังสมความรู้ ชาวไทยแต่โบราณรู้จักรับประทานดอกไม้เป็นอาหาร ได้สร้างสรรค์วัฒนธรรมการปรุงอาหารโดยใช้ดอกไม้มานานานพันธุเป็นส่วนประกอบ เช่น แกงส้มดอกกล้วย ดอก

โสน ดอกขี้เหล็ก ที่ปรุงรับประทานเป็นอาหารมานาน และมีประโยชน์ทางสรรพคุณของดอกไม้ เช่น กุหลาบ แก้วไข่ บำรุงหัวใจ ขับน้ำดี แก้อาการอ่อนเพลีย ไม่ว่าร่างกายหรือจิตใจ

ลั่นทม แก้วคอบวม ระบายท้องอ่อนๆ มีสารกระตุ้นการเต้นของหัวใจ ช่วยให้กระฉับกระเฉง กล้ามเนื้อ แก้วใจ รักษาโรคปอด

อัญชัน บำรุงสายตา แก้อาการอักเสบ ฝ้าพาง มีสารแอนโทไซยานินอยู่มาก ซึ่งเป็นสารต้านอนุมูลอิสระตามธรรมชาติ

บัว บำรุงกำลัง บำรุงหัวใจ บำรุงครรภ์ สายบัวช่วยลดความร้อนในร่างกายได้

ดาหลา ขับลม ลดอาการท้องอืด ท้องเฟ้อ แก้อาการท้องผูก

กาสะลอง บำรุงน้ำดี บำรุงโลหิต บำรุงกำลัง แก้อาการ แก้วใจ แก้วเนื้อหอบ

เข็มแดง ขับน้ำย่อย เป็นยาระงับประสาท ช่วยเจริญอาหาร และแก้ท้องผูก

ชบา แก้วไข่ บำรุงน้ำนมต่อสตรีหลังการคลอดบุตร

เก็ดทะหวา สาร linalool มีฤทธิ์สงบ/ระงับประสาท ด้านเชื้อแบคทีเรีย ด้านเชื้อรา และแก้อาการ

กลิ่นหอมช่วยบรรเทาอาการเครียด นอนไม่หลับ ปวดศีรษะ และคลื่นไส้

เบญจมาศ ช่วยแก้อาการร้อนใน กระหายน้ำ แก้อาการอ่อนเพลีย ช่วยชูกำลัง บำรุงหัวใจ

2.7 เทคโนโลยีและนวัตกรรม การค้นพบสรรพคุณที่คุณค่าทางอาหารของดอกไม้ที่รับประทานได้ ถือเป็นความรู้ที่ได้มาจากธรรมชาติไม่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบของแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญหลักกับองค์ประกอบด้านความรู้ในเรื่องของ ดอกไม้ที่มีความชำนาญที่ควบคู่ไปกับการศึกษาเพิ่มเติม และเห็นว่าองค์ประกอบด้านการส่งเสริมความรู้ เป็นองค์ประกอบช่วยสนับสนุนองค์ประกอบหลักข้างต้น

ตารางที่ 5 สรุปรายละเอียดขององค์ประกอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของร้านสายหมอกกับดอกไม้

องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	รายละเอียด
2.1 ความรู้	ผู้ประกอบการมีความรู้ในเรื่องดอกไม้เพราะความชอบ สนใจศึกษาทดลองมาช้านานจนเป็นนิสัย
2.2 การศึกษา	ผู้ประกอบการมีการศึกษาในเรื่องดอกไม้จากการอ่านหนังสือเพิ่มเติม ทดลองค้นคว้า จนสามารถแต่งหนังสือเผยแพร่ได้
2.3 การสร้างสรรค์งาน	ผู้ประกอบการมีการสร้างสรรค์เมนูดอกไม้ทานได้ที่มีหน้าตาสวยงามเป็นดอกไม้ที่ปลูกเอง
2.4 การใช้ทรัพยากรสิ่งทางปัญญา	มาจากการเรียนรู้ที่เป็นผลมาจากกิจกรรมทางปัญญาในรูปแบบดั้งเดิม มีการเรียนรู้และพัฒนาการรับประทานดอกไม้ให้ถูกวิธี มีคุณค่า จนเกิดเป็นทักษะรู้ วิธีการ แนวปฏิบัติ เป็นองค์ความรู้ของตัวผู้ประกอบการแต่เห็นว่าเมนูอาหารสามารถดัดแปลงสูตรกันได้ง่าย
2.5 วัฒนธรรม	ใช้วัฒนธรรมในการรับประทานทานดอกไม้มาตั้งแต่บรรพกาล
2.6 การสังสมความรู้	จากการลองผิดลองถูกในการรับประทาน การศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับดอกไม้อย่างต่อเนื่อง ทำให้มีภูมิความรู้มากมาย และแต่งหนังสือด้วย
2.7 เทคโนโลยีและนวัตกรรม	ไม่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

2.2 แนวคิดฐานทรัพยากรขององค์กร

เมื่อวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจของร้านสายหมอกกับดอกไม้ ตามแนวคิดฐานทรัพยากรของกิจการพบว่า กิจการมีคุณลักษณะที่ดีดังนี้

- 1) มีคุณค่า ทรัพยากรความรู้ในเรื่องดอกไม้ที่มีการศึกษาเพิ่มเติม ทรัพยากรบุคคลที่มาจากตัวผู้ประกอบการการสังสมความรู้ของดอกไม้โดยอาศัยการสร้างสรรคงานและ ทดลองค้นคว้า เป็นตัวนำเสนอออกมาในรูปแบบเมนูอาหารที่ทานได้ อีกทั้งทรัพยากรทางวัฒนธรรมในการบริโภคดอกไม้ตั้งแต่อดีต เกิดเป็นความสามารถที่ก่อให้เกิดมูลค่า รายได้ ส่งผลดีต่อธุรกิจ
- 2) หายาก ทรัพยากรความรู้ในเรื่องดอกไม้ค้นหาได้ไม่ยากเพราะ ความรู้เรื่องดอกไม้สามารถหาได้จากหนังสือต่างๆ แต่ทรัพยากรที่มาจากการศึกษาและการสร้างสรรค์งานที่นำมาประยุกต์รวมกับความรู้เรื่องดอกไม้ จะสามารถก่อให้เกิดเป็นการสังสมความรู้ในตัวผู้ประกอบการ สามารถสร้างสรรค์เมนูอาหารดอกไม้ที่มีที่มาที่ไป มีคุณค่าทางโภชนาการ เกิดเป็นโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ
- 3) ทดแทนได้ยาก ทรัพยากรความรู้ในเรื่องดอกไม้ ทรัพยากรบุคคลที่มาจากตัวผู้ประกอบการการสังสมความรู้ของดอกไม้ ก่อให้เกิดเป็นความสามารถเฉพาะตัวที่สามารถผลิตเมนูอาหารดอกไม้รับประทานได้ในร้านอาหาร แต่สามารถนำวัตถุดิบตัวอื่นมาทดแทนดอกไม้ เช่น ผัก ผลไม้ เป็นต้น

4) ลอกเลียนแบบได้ยาก จากคุณสมบัติข้อ 1-3 ข้างต้น ก่อให้เกิดเป็นความสามารถหลักทำให้เกิดเป็นสินทรัพย์ภายในธุรกิจ คู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบเมนูอาหารได้ ทั้งในรูปแบบของรสชาติและรูปลักษณะภายนอกของอาหาร

2.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาจากทรัพยากรที่มีอยู่ของธุรกิจข้างต้น ทำให้เกิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้หลายปัจจัยดังนี้

1) ความได้เปรียบจากการเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก เป็นร้านอาหารเหนือในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีเมนูดอกไม้ทานได้

2) ความได้เปรียบในการนำเสนอสินค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ดอกไม้ทานได้สร้างสรรค์เป็นเมนูต่าง ๆ มากมายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รูปลักษณะภายนอกของเมนูอาหาร และสรรพคุณทางยาของดอกไม้แต่ละชนิด อีกทั้งเรื่องราวที่มีที่มาที่ไปของเมนูอาหารดอกไม้ ส่งผลให้มีความโดดเด่นและไม่เหมือนคู่แข่งร้านอาหารเหนือรายอื่น แต่ข้อด้อยคือสามารถดัดแปลงเมนูได้ง่าย ด้วยเหตุนี้ธุรกิจจึงมีการปรับปรุงและพัฒนาเมนูอาหารดอกไม้ของร้านอยู่เสมอ

3) ความได้เปรียบของแหล่งทรัพยากร มาจากวัตถุดิบในการผลิตเมนูอาหารดอกไม้ คือได้มาจากสวนหลังร้านที่ปราศจากสารเคมี และได้รับการดูแลรักษาต้นของดอกไม้ชนิดนั้นๆ ที่ถูกวิธี ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพ และความปลอดภัยในเมนูที่เลือกรับประทาน

สรุปองค์ประกอบหลักที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ คือความรู้ในเรื่องดอกไม้ ที่ควบคู่กับการศึกษา และการสร้างสรรคงานที่เป็นความสามารถของธุรกิจร่วมกับการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่อยู่ในรูปองค์ความรู้ในตัวผู้ประกอบการสามารถดึงเอาการสั่งสมความรู้ในเรื่องของดอกไม้ที่มีมายาวนานเข้าร่วม ก่อให้เกิดเป็นเมนูดอกไม้ทานได้มากมาย มีคุณค่าทางอาหาร และคุณค่าทางจิตใจ

ข้อมูลส่วนที่ 3

3.1 ความสำเร็จ/ ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ ร้านสายหมอกกับดอกไม้เป็นต้นตำรับในเมนูอาหารดอกไม้ เป็นที่ยอมรับของลูกค้า และผู้ประกอบการได้แต่งหนังสือเมนูดอกไม้วางจำหน่าย

การยอมรับของตลาด ลูกค้าชาวไทยและต่างประเทศยอมรับและนิยมทานอาหารจากดอกไม้ที่ปลูกในสวนของตัวเองภายในร้านเพราะความน่าเชื่อถือจากทางร้าน

การเติบโตของยอดขาย เป็นที่น่าพอใจ สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้เรื่อยๆ

3.2 ปัญหาและอุปสรรคที่พบ ดอกไม้บางชนิดอาจหมดก่อนในเมนูที่ลูกค้าสั่งเพราะปลูกเองทำให้มีข้อจำกัด ส่งผลให้บางครั้งมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

3.3 แนวทางในอนาคต มีการคิดเมนูอาหารจากดอกไม้ที่มีสรรพคุณที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย มาทำเป็นเมนูอาหารดอกไม้ที่ทานได้ของธุรกิจต่อไป

กิจการที่ 4 บริษัท ออนิกส์ เอ็กซ์พอร์ต จำกัด

ประเภทธุรกิจ ผลิตเฟอร์นิเจอร์และจำหน่ายจากผักตบชวา หวายนคุณภาพเพิ่มสัมผัสธรรมชาติ

ประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านการออกแบบ

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2554

ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้จัดการโรงงาน (คุณพงศ์พนธ์ ศิริธนโสภณ)

ข้อมูลส่วนที่ 1

1.1 ข้อมูลทั่วไป

ที่ตั้ง 331 ม.7 ต.น้ำแพร่ อ.หางดง

เจ้าของธุรกิจ เป็นชาวฝรั่งเศส ไม่ประสงค์เปิดเผยชื่อชื่อ

เงินลงทุน ไม่ระบุ

รูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 4 ปี (ตั้งแต่พ.ศ. 2550 จนถึง ปัจจุบัน)

ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ เฟอร์นิเจอร์แบบเก้าอี้ โซฟาที่ทำจากวัสดุธรรมชาติซึ่งส่วนใหญ่ทำมาจากผักตบชวา และเป็นเจ้าเดียวในเชียงใหม่ที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวาล้วนที่ไม่มีส่วนผสมของไม้ ออกแบบให้ได้รับสัมผัสจากธรรมชาติที่ไม่ซ้ำใคร เข้ากับบรรยากาศสไตล์รีสอร์ท ใช้สำหรับตกแต่งโรงแรม ห้องรับแขกและห้องทำงาน

ตลาดสินค้า จำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเป็นโรงแรมระดับสี่ดาวและห้าดาว ที่สั่งซื้อเป็นส่วนใหญ่

1.2 การบริหารจัดการ

โครงสร้างองค์กร เจ้าของคนเดียว

รูปแบบการบริหาร อำนาจตัดสินใจอยู่ที่เจ้าของธุรกิจ

การจัดหาแหล่งเงินทุน เงินทุนส่วนตัว

การพัฒนาองค์กร มีการสอนงานลูกจ้างเสมอ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเสมอ ทั้งในแง่การออกแบบ คุณภาพ ทรายห่อ หีบห่อ และการสื่อสารถึงตัวลูกค้า

1.3 การผลิต

วัตถุดิบ ผักตบชวาที่อบแห้งแล้ว โดยผักตบชวาอบแห้งด้วยความร้อนสูง โดยซื้อจากแหล่งที่มีคุณภาพ จากกรุงเทพมหานคร และหวายซึ่งนำมาทำเป็นโครง แล้วจึงสานหุ้มด้วยเส้นลิกทอจากผักตบชวา



ภาพที่ 27 ผักตบชวาวัฏธูปดั้งเดิม



ภาพที่ 28 เส้นผักตบชวาที่อบแห้งและถักเป็นเส้นพร้อมใช้งาน



ภาพที่ 29 หวายที่ขึ้น โครงเสร็จแล้ว

แรงงาน ปัจจุบันมีพนักงานทั้งสิ้น 7 คน

เทคโนโลยี/เครื่องจักร ใช้สารเคมีน้อยมาก ทินเนอร์ จะใช้สูตรน้ำเพื่อเข้ากับเป้าหมายธุรกิจที่จะผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้เครื่องจักรและกรรมวิธีทางเทคโนโลยีอย่างง่ายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเข้ามาช่วยในการผลิต เพื่อให้เป็น green product good environment ตามวิสัยทัศน์ของธุรกิจ

กระบวนการผลิต ใช้แรงงานคนในการผลิตถักเส้นผักตบชวาติดกับโครงหวายที่ได้ทำแบบไว้แล้วโดยความสามารถในการผลิตเฟอร์นิเจอร์นี้มาจากจุดแข็งสองเรื่องคือ ความสามารถในการออกแบบของเจ้าของและพนักงานในออฟฟิศที่คลุกคลีกับวงการออกแบบจากต่างประเทศมานาน และความสามารถในเรื่องการถักทอเส้นผักตบชวาที่มาจากคนงานชาวอีสาน ซึ่งเมื่อนำมาประยุกต์ร่วมกันทำให้เกิดเฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปแบบที่สวยงาม มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า

1.4 การตลาด

ผลิตภัณฑ์หลัก เฟอร์นิเจอร์คือเก้าอี้และโซฟา มีจุดเด่นทั้งในเรื่องของวัสดุและดีไซน์ที่เรียบง่ายที่เป็นตัวของตัวเองเพิ่มสัมผัสธรรมชาติ อายุการใช้งาน 5-8 ปี โดยสินค้าปัจจุบันมีสินค้า ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์มาก คือ แบบเก้าอี้โคมไฟ แบบช้อน แบบโคนัท แบบเทนนิส แบบงู เป็นต้น ซึ่งธุรกิจจะผลิตเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวาและหวาย ไม่ใช้สารเคมี



ภาพที่ 30 เฟอร์นิเจอร์ทรงโดนัท



ภาพที่ 31 เฟอร์นิเจอร์แบบซ้อน



ภาพที่ 32 เฟอร์นิเจอร์แบบเทนนิส

ตลาดภายในประเทศ/ตลาดต่างประเทศ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มโรงแรมไทย ร้อยละ 70

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เน้นลูกค้าระดับกลางถึงบน ลูกค้าที่ชอบเฟอร์นิเจอร์จากธรรมชาติ รู้คุณค่าของงานหัตถกรรมและงานออกแบบของผักตบชวา และเหมาะกับโรงแรมที่ชอบเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์บ่อยๆ เพื่อให้เข้ากับโรงแรม ตอบสนองอารมณ์และความรู้สึกใกล้ชิดเคียงธรรมชาติ

การหาตลาด/การเข้าถึงลูกค้า ปัจจุบันจะอาศัยการออกนิทรรศการเป็นสำคัญ เพื่อเป็นช่องทางในการรับออเดอร์ในต่างประเทศ เน้นจุดเด่นเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวาที่สร้างสรรค์จากฝีมือคนไทย

การโฆษณา/การส่งเสริมการขาย เน้นวัสดุจากธรรมชาติ ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่งส่วนใหญ่ที่เป็นการผลิตด้วยพลาสติก และไม้ธรรมชาติหรือไม้อัดมากกว่า เฟอร์นิเจอร์จากธรรมชาติออกแบบให้มีความเป็นสากล เน้นคุณภาพในราคาที่เหมาะสม ไม่สามารถทดแทนด้วยสิ่งอื่นได้เพราะเฟอร์นิเจอร์จากธรรมชาตินอกจากความคงทนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้วยังมีคุณค่าทางจิตใจต่อผู้ใช้อย่าง

1.5 การบริหารทรัพยากรมนุษย์

การจัดหาแรงงาน คนงาน ผู้ซึ่งมีภูมิปัญญาชาวบ้านติดตัวถึงแม้ไม่มีความรู้ไม่มีการศึกษาบางคนอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ แต่มีความสามารถมีความรู้ในการถักทอผักตบชวา

การบริหารจัดการแรงงาน (ค่าจ้าง สวัสดิการ และการฝึกอบรม) เปิดอบรมการถักเส้นผักตบชวาให้กับผู้สนใจทั่วไป และดูแลพนักงานเหมือนคนในครอบครัว เพื่อให้มีแรงจูงใจในการสร้างสรรค์งานมาลงบนคุณภาพของงาน จึงเห็นว่าเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ

1.6 เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาปฏิบัติในธุรกิจ ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสจากแนวโน้มของการใช้สินค้าจากภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่มาจากธรรมชาติ ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้น และการออกแบบจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าจากธรรมชาติได้ และผู้ประกอบการเชื่อว่าการทำสิ่งที่ธุรกิจถนัดและมีความรู้สั่งสมมายาวนาน ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการออกแบบและภูมิปัญญาจากแรงงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญมากของธุรกิจ โดยนำมาใช้ในส่วนของการกระบวนการผลิต ผู้ประกอบการเห็นว่าหัตถกรรมภูมิปัญญาชาวบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นมีโอกาสดึงดูดได้เสมอ โดยจะเน้นงานออกแบบเพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม และใช้ในการผลิตชิ้นงานที่แปลกใหม่

ข้อมูลส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ฐานทรัพยากรขององค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.1 องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1) **ความรู้** ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับผักตบชวาและหวายซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่นำมาใช้ในการทำชิ้นงาน นำมาจักสานเป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ความรู้ในการถักทอจากคนงานและงานออกแบบจากคนที่มีความรู้ที่คุ้นเคยกับวงการการออกแบบ



ภาพที่ 33 การถักทอเส้นผักตบชวาจากฝีมือคนงาน

2) **การศึกษา** ผู้ประกอบการมีการศึกษาเพื่อพัฒนาตัวท่านผักตบชวา เมื่อนำมาตากแห้งแล้ว และผ่านกรรมวิธีการเฉพาะของบริษัท จนทำให้มีความเหนียวนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ได้ดี ใช้เทคนิคอย่างง่ายเพื่อยืดอายุวัสดุจากธรรมชาติ

3) **การสร้างสรรคงาน** นำเอาวัสดุพื้นบ้านอย่างผักตบชวาและหวายมาดัดแปลงเป็นเฟอร์นิเจอร์ โดยผสมผสานกับการออกแบบ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถสร้างความแตกต่างและขายได้ในราคาสูงขึ้น ใช้งานสะดวกพร้อมกับรายละเอียดการถักทอผักตบชวาที่โดดเด่น บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

4) **การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา** อยู่ในรูปขององค์ความรู้ของเจ้าของกิจการที่มีความสามารถในการออกแบบชิ้นงานได้สวยงาม คำนึงถึงประโยชน์การใช้งาน ผสมผสานกับอารมณ์สุนทรีย์ นอกจากนี้ยังใช้วิธีการส่งชิ้นงานเข้าประกวดในด้านการออกแบบชิ้นงานเฟอร์นิเจอร์ด้วย

5) **วัฒนธรรม** จากวิถีชีวิตที่หลายคนรู้จักดีนำมาใช้เป็นวัตถุดิบสำคัญ ได้แก่ ผักตบชวา และวัฒนธรรมการใช้หวายและวัชพืชมารถักทอเป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน ความชำนาญการถักทอของคนงาน เป็นส่วนสำคัญหลักของธุรกิจในการถักทอเฟอร์นิเจอร์ตามรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้

6) **การสั่งสมความรู้** ความรู้และความชำนาญของคนงานทำให้เกิดเป็นทรัพย์สินขององค์กร นอกจากนี้ได้มีการเผยแพร่ให้บุคคลที่สนใจเพื่อป้องกันการสูญหายของแรงงานที่มีฝีมือ



ภาพที่ 34 คนงานที่เป็นแรงงานสำคัญมีภูมิปัญญาดิดตัว

7) เทคโนโลยีและนวัตกรรม บริษัทไม่เน้นการลงทุนด้านเครื่องจักร เน้นหัตถกรรมที่นำเอาเครื่องจักรง่ายๆ และกรรมวิธีทางเทคโนโลยีง่ายๆ ไม่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อมเข้ามาช่วยในการผลิตตามเป้าหมายธุรกิจ คือต้องไม่เป็นสารพิษและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญหลักกับองค์ประกอบด้านความรู้ในเรื่องการออกแบบสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ควบคู่กับการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาสินค้า และเห็นว่าองค์ประกอบด้านการสังสรรค์ที่มาจากคนงานในเรื่องทักษะการชักชวนเพื่อนชักชวน เป็นองค์ประกอบช่วยสนับสนุนองค์ประกอบหลักข้างต้น

ตารางที่ 6 สรุปรายละเอียดขององค์ประกอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของบ.อนิกส์ เอ็กซ์พอร์ต จำกัด

องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	รายละเอียด
2.1 ความรู้	ผู้ประกอบการมีความรู้ในการออกแบบและผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2.2 การศึกษา	มีการศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยมากขึ้น
2.3 การสร้างสรรค์งาน	เน้นการออกแบบที่มีลักษณะสวยงาม เพิ่มสัมผัสเหมือนอยู่ในธรรมชาติ
2.4 การใช้ทรัพยากรทางปัญญา	อยู่ในตัวผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการออกแบบ
2.5 วัฒนธรรม	คนงานมีความรู้ในการชักชวนเพื่อนชักชวนเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาจากหมู่บ้าน
2.6 การสังสรรค์	มีการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาให้เป็นทรัพย์สินขององค์กร
2.7 เทคโนโลยีและนวัตกรรม	มีการใช้เทคโนโลยีอย่างง่ายที่ประยุกต์เองเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.2 แนวคิดฐานทรัพยากรขององค์กร

เมื่อวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจของบ.อนิกส์ เอ็กซ์พอร์ต จำกัดตามแนวคิดฐานทรัพยากรของกิจการพบว่า กิจการมีคุณลักษณะที่ดังนี้ :

1) มีคุณค่า ทรัพยากรความรู้ ที่ควบคู่การศึกษา ช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเฟอร์นิเจอร์ คุณค่าเชิงช่างของพนักงานที่เป็นทรัพยากรบุคคล ที่สามารถนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาออกแบบและความสามารถในการชักชวนเพื่อนชักชวน ให้กลายเป็นสิ่งมีค่ามีราคา เป็นที่พอใจของลูกค้า งานออกแบบที่มาจากทรัพยากรบุคคลจึงเป็นสิ่งที่มีความค่าและมีราคา และทรัพยากรจากภูมิปัญญาที่ติดตัวคนงาน ก่อให้เกิดทักษะเชิงช่างของแต่ละคน อีกทั้งแรงบันดาลใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็มีผลต่อการกำหนดเป้าหมายธุรกิจ กำหนดเป็นเป้าหมายการทำงาน เกิดการทำงานเป็นระบบ แรงบันดาลใจนั้นคือความเห็นของผู้ประกอบการที่ว่า ผลิตภัณฑ์นั้นมีมากตามท้องน้ำทั่วไปและกำจัดให้หมดสิ้นได้ยาก การนำสิ่งที่ไร้ประโยชน์ให้กลับมาเป็นสิ่งที่มีความค่า นั้นย่อมเป็นเรื่องที่มีคุณค่า

บันดาลใจนั้นคือความเห็นของผู้ประกอบการที่ว่า ผักตบชวานั้นมีมากตามท้องน้ำทั่วไปและกำจัดให้หมดสิ้นได้ยาก การนำสิ่งที่ไร้ประโยชน์ให้กลับมาเป็นสิ่งที่มีความค่านั้น ย่อมเป็นเรื่องที่มีคุณค่า

2) หายาก ทรัพยากรความรู้ในเรื่องเฟอร์นิเจอร์ที่มีการศึกษาเพิ่มเติมโดยอาศัยทักษะเชิงช่างจากภูมิปัญญาของทรัพยากรคนงาน เป็นการผสมผสานระหว่างงานออกแบบกับการถักทอเส้นผักตบชวเข้าด้วยกัน เกิดเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่มีดีไซน์ โดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีคู่แข่งน้อยรายที่จะทำเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวล้วน เพราะในจังหวัดเชียงใหม่ร้านเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่วัตถุดิบที่ใช้จะมาจาก พลาสติก อะลูมิเนียม แต่ถ้าเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากธรรมชาติส่วนใหญ่จะใช้ไม้เป็นส่วนผสมมากกว่าการผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากธรรมชาติล้วน

3) ทดแทนได้ยาก ทรัพยากรความรู้ ที่ควบคุมการศึกษา ทรัพยากรบุคคลจากคนงาน ทำให้ทดแทนได้ยากเพราะก่อให้เกิดเป็นงานเฟอร์นิเจอร์จากธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ ไม่สามารถใช้เครื่องจักรในการผลิตเพื่อทดแทนแรงงานคนได้

4) ลอกเลียนแบบได้ยาก เพราะงานเฟอร์นิเจอร์ที่อาศัยทักษะของช่างเป็นประสบการณ์ส่วนตัว ลอกเลียนแบบกันยาก และไม่สามารถทดแทนได้ด้วยเครื่องจักร

2.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาจากทรัพยากรที่มีอยู่ของธุรกิจข้างต้น ทำให้เกิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้หลายปัจจัยดังนี้

1) ความได้เปรียบจากการเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก เป็นเจ้าแรกในจังหวัดเชียงใหม่ที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวล้วน แตกต่างจากเจ้าอื่นที่มักผสมไม้ หรือเป็นพลาสติก และผลงานการออกแบบที่เรียบง่าย สวยงาม เหมาะแก่การใช้หรือการประดับตกแต่งงานในโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร

2) ความได้เปรียบในการนำเสนอสินค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ธุรกิจผลิตงานเฟอร์นิเจอร์ที่มีดีไซน์การออกแบบโดดเด่นไม่เหมือนคู่แข่งรายอื่น มีเอกลักษณ์ เข้ากับบรรยากาศธรรมชาติ สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

สรุปองค์ประกอบหลักที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ คือ องค์ความรู้ในเรื่องการออกแบบ ร่วมกับการศึกษาและการสร้างสรรคงาน โดยอาศัยทักษะเชิงช่างของคนงานที่มาจากการสั่งสมความรู้มานาน เกิดเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่าของธุรกิจ สามารถสร้างเป็นงานเฟอร์นิเจอร์ที่มีเอกลักษณ์ เป็นที่ยอมรับของตลาด ตอบสนองคุณค่าทางจิตใจของลูกค้า



ข้อมูลส่วนที่ 3

3.1 ความสำเร็จ/ ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ ธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวาและหวายนี้มีคู่แข่งน้อยราย ส่วนใหญ่เป็นการผลิตด้วยพลาสติกและไม้มากกว่า โดยรวมค่อนข้างประสบความสำเร็จ แต่ยังไม่อยู่ในกลุ่มตลาดที่ใหญ่พอ

การยอมรับของตลาด อยู่ในเกณฑ์ที่พอใจค่อนข้างขยาย ในประเทศไทยยังไม่ตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยที่อาศัยตามบ้านเรือน แต่จะเป็นกลุ่มโรงแรมมากกว่า ส่วนในต่างประเทศ โดยเฉพาะยุโรป เป็นที่ยอมรับมากเพราะขายในสิ่งที่ยุโรปไม่สามารถทำได้นั่นคืองานหัตถกรรม พื้นบ้านของไทยเป็นที่ต้องการมากในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ

การเติบโตของยอดขาย ค่อยๆ เพิ่มขึ้น จุดคุ้มทุนอาจไม่เห็นผลได้ทันที อาจต้องรอเวลา 3-5 ปี เน้นลูกค้ากลุ่มโรงแรม

3.2 ปัญหาและอุปสรรคที่พบ ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือ

1. สินค้าเสื่อมสภาพและขึ้นรา หากวางในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม เพราะเป็นวัตถุดิบทางการเกษตร เช่น นำเฟอร์นิเจอร์ไปวางในถ้ำของโรงเรือนที่ตากลม และขึ้นทำให้ขึ้นราเร็ว หากวางในห้องปรับอากาศ จะเก็บและคงสภาพได้ยาวนานกว่า
2. คนงาน ผู้ซึ่งมีภูมิปัญญาชาวบ้านคิดค้นคนเหล่านี้เป็นแรงงานที่สำคัญ เป็นส่วนสำคัญหลักของธุรกิจ บริษัทอยากรักษาแรงงานรุ่นเก่าไว้และอยากได้แรงงานรุ่นใหม่ที่มีความสามารถดั้งเดิมนี้ด้วย เพราะแรงงานนี้สำคัญมากต่อบริษัท โดยทางบริษัทจะทำเพียงเพิ่มคุณภาพควบคู่ไปกับการออกแบบที่ต้องใช้ทักษะภูมิปัญญาของชาวบ้านในการถักทอผักตบชวา
3. ค่าจ้างแรงงาน ให้สูงกว่ามาตรฐานเพื่อจูงใจ ปัจจุบันจ่ายเงินเดือนให้เท่ากับคนที่จบวุฒิปริญญาตรี
4. การลอกเลียนแบบ ถึงแบบจะเหมือนกันแต่ด้วยฝีมือของแรงงานที่มีความชำนาญ ทำให้ลอกเลียนแบบดีไซน์ภายนอกได้ แต่ไม่สามารถทำให้สินค้ามีคุณภาพดีเท่ากับของบริษัท

3.3 แนวทางในอนาคต

1. คิดค้นหาทางพัฒนาด้วยวัสดุและเทคโนโลยีที่ยืดอายุวัตถุดิบซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกระบวนการแปรรูป
2. พัฒนาต่อยอดการออกแบบดีไซน์ใหม่ออกสู่ตลาดสม่ำเสมอ เกิดเป็นสินค้าใหม่ ไม่ให้คู่แข่งตามได้ทัน
3. พัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ของผู้ใช้โดยจะรักษาเทคนิคการถักทอ
4. ออกงานแสดงสินค้าอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของตลาด รสนิยม

ผู้บริโภคร และเพื่อรับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ