
การพัฒนาความสามารถทางการค้าการลงทุนของผู้ประกอบการ SMEs กรุงเทพมหานคร
ในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
Trade and Investment Performance Development of the SMEs Operators in Bangkok
in the ASEAN Economic Community Context

รศ.สุชจิตต์ ณ นคร¹, ดร.ชรินทร์ วิชชุตา²
ดร.ญาณกร ไร่ประยูร³, เขาวลัักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการพัฒนาความสามารถทางการค้า การลงทุนของผู้ประกอบการ SMEs กรุงเทพมหานคร ในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างและแบบไม่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีผู้ประกอบการค้าการลงทุน หรือเป็นผู้เกี่ยวข้องจากภาครัฐและภาคเอกชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 20 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิควิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า (1) ควรพัฒนาสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอาเซียน (2) ควรจัดตั้งเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมและให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจชุมชน (3) พัฒนาสถานประกอบการให้มีการวางแผนและพัฒนาตลาด พัฒนาสินค้าใหม่ในการเพิ่มมูลค่า (4) หาคู่ค้าในต่างประเทศ (5) ประสิทธิภาพการผลิตจัดทำมาตรฐานการผลิต และ (6) พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในด้านการผลิต การตลาด การวางแผน การเงินการบัญชี ข้อเสนอแนะควรปฏิรูปกระบวนการธุรกิจโดยเน้นการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี และสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาสินค้า

คำสำคัญ: การพัฒนาความสามารถ, การค้า-การลงทุน, ผู้ประกอบการ SMEs

Abstract

This paper examined the trade and investment performance development of the SMEs operators in Bangkok in the ASEAN Economic Community (AEC) context. This is a qualitative research using the semi-structured and unstructured interviews as instrument. The samples included a total of twenty traders, investors, and those government and private agencies involved in Bangkok. The Purposive Sampling technique was adopted. Content Analysis was performed in data analysis. Results showed that (1) competitiveness development in the ASEAN Economic Community should be promoted, (2) funds for SMEs promotion and assistance should be set up, (3) the operating place for business should cover planning and market development and new products development to add to the value, (4) overseas partners ought

to be sought, (5) production standard should be established in regard to the production efficiency, and lastly (6) personnel should be better developed and equipped with knowledge and skills in areas of production, marketing, planning, finance and accounting. Regarding to suggestions, business process should be reformed with an emphasis on innovation and technology and contribution to products research and development.

Keywords: Performance Development, Trade and Investment, SMEs Operators

บทนำ

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่การเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้า และบริการระหว่างประเทศมีความคล่องตัวมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงระเบียบกฎเกณฑ์การค้าโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเพื่อสร้างความร่วมมือทางการค้าและการลงทุน ทั้งในระดับทวิภาคี ภูมิภาค และพหุภาคี และการรวมกลุ่มเขตการค้าเสรีมีแนวโน้มความเข้มข้นและมีบทบาทชัดเจนมากขึ้น สภาวะการแข่งขันจากระบบการค้า และการลงทุนอย่างเสรี มีผลจากกระแสการเปลี่ยนแปลงภายใต้โลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และมีความซับซ้อนมากขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและการศึกษาฉบับที่ 11 รัฐมนตรีนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือการส่งเสริมและพัฒนาด้านการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน สังคมและท้องถิ่น พัฒนาภูมิปัญญาไทยสู่สากล การดูแลและรักษาสุขภาพอนามัยของประชาชนและชุมชน ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีความจำเป็นอย่างมากในการที่จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาภาพรวมของอุตสาหกรรม ทั้งโครงสร้างระบบสนับสนุน รวมถึงนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ ทั้งนี้ จะต้องให้ความสำคัญเพิ่มเติมกับศักยภาพของผู้ประกอบการ

ขนาดกลาง และขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SMEs) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการกลุ่มใหญ่ ที่มีการกระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ จะเป็นการพัฒนารากฐานที่สำคัญของอุตสาหกรรม ทั้งส่วนของวัตถุดิบ การผลิต และการตลาด ให้สามารถก้าวไปสู่การแข่งขันในระดับนานาชาติได้อย่างเข้มแข็ง และยั่งยืนต่อไป (แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574)

ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ การเมืองความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคม และวัฒนธรรม และได้ประกาศปฏิญญาเซบูว่าด้วยการเร่งรัดการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้บรรลุผลจากเดิมที่กำหนดไว้ใน ปี 2563 (ค.ศ. 2020) เป็นปี 2558 (ค.ศ. 2015) แต่เนื่องจากได้ทำการทบทวนพบว่าหลายประเทศยังไม่มี ความความพร้อมเดิมในกำหนดวันที่ 1 มกราคม 2558 ภายหลังจึงเลื่อนเป็นวันที่ 31 ธันวาคม 2558 โดยใน ส่วนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้จัดทำแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) เป็นแผนงานบูรณาการการค้าในด้านการค้า เศรษฐกิจ ต่างๆ เพื่อให้เห็นการค้าในภาพรวมที่จะนำไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายในปี 2558 (ค.ศ. 2015) โดยเป้าหมายสำคัญของการเป็น AEC การที่

อาเซียนจะรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจภายในปี 2558 (ค.ศ. 2015) อาเซียนได้จัดทำแผนงานในเชิงบูรณาการในด้านเศรษฐกิจต่างๆ หรือพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้จัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาอุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรม เพื่อให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถในการประกอบการ ที่เป็นเลิศ และมีความยั่งยืนสู่สากล ได้กำหนดยุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) การสร้าง และพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เติบโต และแข่งขันได้ (2) การส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมให้พร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (3) การสนับสนุนปัจจัยเอื้อต่อการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม และ (4) การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินการสนับสนุนให้มีโครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อให้ผู้ประกอบการตระหนัก และเตรียมความพร้อมรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเชิงรับ และเชิงรุกรายสาขาอุตสาหกรรม ยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นการสร้างความรู้ ความเข้าใจของ SMEs

ดังนั้น การพัฒนาความสามารถทางการค้าการลงทุนของผู้ประกอบการ SMEs กรุงเทพมหานคร ในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการที่จะเสริมสร้างพลังให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นสิ่งที่ภาครัฐ และภาคเอกชน ต้องมีการพัฒนาสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอาเซียนโดยการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร การสนับสนุนปัจจัย

เอื้อต่อการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม การสร้างและพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เติบโต และแข่งขันได้ การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดจนการพัฒนาให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างเครือข่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยจะนำไปสู่การพัฒนา เพื่อทำให้เกิดการขยายกระบวนการพัฒนาแบบบูรณาการทั้งในแนวระนาบในระดับพื้นที่ที่กว้างขวางมากขึ้น และในแนวตั้งในการยกระดับมาตรฐานและคุณภาพ นำไปสู่การกำหนดกรอบนโยบายในระดับประเทศ เพื่อกำหนดทิศทางในการการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน เป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และเป็นผลลัพธ์ซึ่งสามารถวัดผลได้ (Measurable Outcomes) เพื่อรองรับการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้งในระยะสั้น ระยะยาว นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการพัฒนาความสามารถทางการค้าการลงทุนของผู้ประกอบการ SMEs กรุงเทพมหานคร ในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตการวิจัย

มุ่ง ทำ การ ศึกษา เกี่ยว กับ การ พัฒนา ความสามารถทางการค้า การลงทุนของผู้ประกอบการ SMEs กรุงเทพมหานคร ในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ SMEs และกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มองค์กรภาคธุรกิจต่างๆ ใน กรุงเทพมหานครจำนวน 20 คน

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการค้าเสรี (Free Trade Policy)

การเปิดการค้าเสรี เป็นกระบวนการลดหรือผ่อนคลายข้อจำกัดทางการค้าระหว่างประเทศนำมาซึ่งผลประโยชน์สุทธิที่เป็นประโยชน์ที่เป็นโอกาสของแต่ละประเทศรวมถึงการลดแรงกดดันจากประเทศผู้นำเข้าในการกำหนดนโยบายเช่น กำแพงภาษี การกำหนดมาตรการที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers) รวมทั้งเพิ่มพูนความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ การเปิดการค้าเสรี มี 4 ระดับ คือ

1. การเปิดการค้าเสรีฝ่ายเดียว (Unilateral Trade Liberalization) เป็นนโยบายของรัฐที่ดำเนินการใดๆ โดยไม่มีเงื่อนไขการต่อรองกับประเทศอื่นๆ โดยรัฐเปิดเสรีกับสินค้าประเภทต่างๆ ตามสถานการณ์ของประเทศ

2. การเปิดการค้าเสรีระดับทวิภาคี (Bilateral Trade Liberalization) เป็นข้อตกลงสองประเทศที่จะผ่อนคลาข้อจำกัดทางการค้าทั้งในรูปศุลกากรและการกำหนดมาตรการที่มีใช้ภาษีภายใต้กรอบเดียวกัน โดยประเทศอื่นไม่ได้รับสิทธินี้

3. การเปิดการค้าเสรีระดับภูมิภาค (Regional Trade Liberalization) เป็นการเสรีการค้าของกลุ่มประเทศที่มีกอบอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน จะผ่อนคลาข้อจำกัดทางการค้าทั้งในรูปศุลกากรและการกำหนดมาตรการที่มีใช้ภาษีภายใต้กรอบเดียวกัน โดยประเทศอื่นนอกกลุ่มประเทศ ไม่ได้รับสิทธินี้โดยไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของ GATT มาตรา 24 ของบทบัญญัติ

4. การเปิดการค้าเสรีระดับพหุภาคี (Multilateral Trade Liberalization) เป็นการเสรีการค้าให้แก่ประเทศต่างทั่วโลกเข้าสู่ข้อตกลงหรือกรอบการค้าเสรีเดียวกัน

บนพื้นฐานของระเบียบกติกากาการค้าเสรีโดยไม่มี การกีดกันประเทศที่อยู่นอกข้อตกลง

ทฤษฎีว่าด้วยความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)

David Ricardo กล่าวว่า ประเทศที่ไม่มี ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าใดๆ อย่างกับ ประเทศอื่น ยังคงสามารถทำการค้าที่ก่อให้เกิด ประโยชน์แก่ทุกฝ่ายได้ ประเทศที่ด้อยประสิทธิภาพควร ผลิตและส่งออกเฉพาะสินค้าที่ประเทศตนมีความ เสียเปรียบโดยสมบูรณ์น้อยกว่า ถือได้ว่าสินค้านี้เป็น สินค้าที่ประเทศผลิตด้วยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้เป็นที่รู้จัก แพร่หลาย และใช้อธิบายสาเหตุของธุรกิจการค้า ระหว่างประเทศจนทุกวันนี้

Kowalski, P. (2011) ได้ทำการวิจัยเชิงประจักษ์ ในเรื่อง “Comparative Advantage and Trade Performance: Policy Implication”, OECD Trade Policy Paper, No. 121. ของการค้าทวิภาคีจากประเทศในกลุ่ม OECD จำนวน 55 ประเทศ ในความได้เปรียบเชิง เปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการผลิต 44 อุตสาหกรรม ผลของการวิจัยความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบพบว่า ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการค้าและการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการทาง เศรษฐกิจการค้า นโยบายและสถาบันทางการค้าเป็น ปัจจัยที่สำคัญในการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบรวมถึง การสะสมปัจจัยกายภาพและทุนมนุษย์ (โดยเฉพาะ การศึกษา) การพัฒนาทางการเงิน บรรยากาศในการทำ ธุรกิจเช่นเดียวกับจำนวนตลาดแรงงาน ผลลัพธ์ที่แสดง ให้เห็นว่าได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ได้รับและมีแนวโน้ม ที่จะนำมาใช้ในอนาคตค่อนข้างมาก

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ (Competitive Advantage of Nations)

ทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ของศาสตราจารย์ Michael E. Porter (1990) มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จ 3 ประการคือ

- 1) กลยุทธ์ในการแข่งขัน (competitive strategy)
- 2) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage)
- 3) ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ (competitive advantage of nations)

ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) ตามแนวคิดของศาสตราจารย์ Michael E. Porter ได้นำเสนอรูปแบบของการแข่งขันที่ทำให้อุตสาหกรรมมีความได้เปรียบไว้ 3 กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) หมายถึงความได้เปรียบของอุตสาหกรรมต้องมีต้นทุนที่ต่ำจะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบเหนือองค์กรอื่นในแง่ความสามารถทางการผลิตความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมไปถึงความสามารถในการส่งมอบที่รวดเร็วเหนือกว่าคู่แข่ง อีกทั้ง ผู้ซื้อสินค้าจะได้รับมูลค่าเพิ่มจากการมีต้นทุนที่ต่ำโดยการลดต้นทุนการผลิต หรือดำเนินงานที่ไม่จำเป็นเพื่อทำให้สามารถตั้งราคาขายที่ต่ำกว่าคู่แข่ง

2. กลยุทธ์ด้าน การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หมายถึงการสร้างคุณค่าเฉพาะตัวของสินค้าในด้านคุณภาพรูปแบบ อีกทั้งการบริการหลังการขายซึ่งความแตกต่างนี้เป็นคุณค่าเฉพาะตัวของสินค้าที่มีความเหนือกว่าคู่แข่งซึ่งส่งผลให้องค์กรมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง โดยเป็นการสร้างความแตกต่างของสินค้า หรือบริการของเรา ให้มีความ

แตกต่างจากคู่แข่ง หรือของที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้า และเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ ในการขยายตลาด

3. กลยุทธ์มุ่งเน้นที่จุดสนใจ (Focus) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เฉพาะกลุ่มซึ่งทำให้เกิดความชัดเจนในการเลือกใช้สินค้า ซึ่งสามารถจำแนกได้หลายประเภท ซึ่งส่วนใหญ่จำแนกตาม อายุ เพศ ลักษณะการใช้ชีวิต (Life Style) เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก กลุ่มอายุ 0-2 ขวบ ผลิตภัณฑ์เฉพาะผู้ชาย ผลิตภัณฑ์เฉพาะวัยรุ่น เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันมีการนิยมใช้กลยุทธ์นี้กันมากขึ้น ซึ่งสามารถเห็นได้จากโฆษณาตามสื่อต่างๆ

เขตการค้าเสรีอาเซียน

เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA: ASEAN Free Trade Area) นับเป็นความตกลงเขตการค้าเสรีฉบับแรกของไทย ซึ่งมีการลงนามในเดือนมกราคม 2535 และเริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2536 เหตุผลสำคัญ ที่มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (หรือ อาฟต้า) เนื่องจากการเจรจาข้อตกลงแกตต์รอบอุรุกวัย (2529-2537) ซึ่งเป็นการเจรจาแบบพหุภาคีตกอยู่ในภาวะหยุดชะงัก และสหภาพยุโรปได้มีการรวมตัวกันเป็นตลาดเดียว (Single market) ขณะเดียวกัน ในเดือนมิถุนายน 2534 สหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโกประกาศเจตนารมณ์ร่วมกันในการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) ทำให้ประเทศอาเซียนต้องจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองของกลุ่มในเวทีการเจรจาทางการค้า และจะช่วยกระตุ้นให้มีการลงทุนในกลุ่มอาเซียนมากขึ้น

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

อาเซียนอาเซียน หรือสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นองค์การที่ก่อตั้งขึ้นตามปฏิญญากรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ (1) ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในภูมิภาค (2) รักษาเสถียรภาพและความมั่นคงในภูมิภาค และ (3) ใช้เป็นเวทีแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งในภูมิภาค ปัจจุบันประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 10 ประเทศ แบ่งเป็นประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ คือ บรูไนดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย และประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่ 4 ประเทศ คือ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม หรือเรียกสั้นๆ ว่า กลุ่ม CLMV (Cambodia, Lao, Myanmar, Vietnam) ได้ตั้งเป้าหมายการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ ความมั่นคงเศรษฐกิจ และสังคมและวัฒนธรรม เพื่อสร้างตลาดและฐานการผลิตเดียว มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือโดยเสรี การเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้น เกิดการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตต่างๆ เหมืออนอยู่ในประเทศเดียวกัน กระบวนการผลิตสามารถเกิดขึ้นที่ไหนก็ได้ สามารถใช้ทรัพยากรทั้งวัตถุดิบและแรงงานจากหลายประเทศเพื่อนำมาใช้ในการผลิต ปราศจากอุปสรรคในด้านภาษีและมาตรการที่มีใช้ภาษี มีการสร้างมาตรฐานของสินค้าและกฎเกณฑ์/กฎระเบียบต่างๆ ร่วมกัน

ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกอาเซียนมีผลผูกพันให้สมาชิกจะต้องเปิดเสรีการค้าสินค้า เปิดเสรีการค้าบริการ เปิดเสรีการลงทุน เปิดเสรีด้านเงินทุนเคลื่อนย้าย

การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี และการดำเนินงานตามความร่วมมือรายสาขาอื่นๆ (เช่น ด้านเกษตร อาหาร ป่าไม้ ทรัพยากรทางปัญญา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ) ส่วนเป้าหมายส่วนหนึ่งของการดำเนินงานของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป้าหมายของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน ได้แก่ การเคลื่อนย้ายสินค้าเสรี เคลื่อนย้ายบริการเสรี เคลื่อนย้ายการลงทุนเสรี เคลื่อนย้ายเงินลงทุนเสรีและเคลื่อนย้ายแรงงานทักษะเสรี ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาศักยภาพและวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันรวมทั้งเชื่อมโยงเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านในพื้นที่เขตเศรษฐกิจชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน

ยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งสนับสนุนให้อุตสาหกรรมมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนและพัฒนาไปในทิศทางที่วางเป้าหมายไว้ คือ การเป็นอุตสาหกรรมที่มีการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนโดยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาฐานความรู้และนวัตกรรม พร้อมสร้างห่วงโซ่คุณค่าด้วยการเชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจ ทั้งภาคเกษตรและภาคบริการ ในขณะเดียวกันต้องมีการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนด้วยการเป็นภาคการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นที่ยอมรับและสร้างสรรค์สังคมด้วย โดยประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ แต่ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึงการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยบุคคล ประกอบกิจการดังกล่าว

ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ กระทรวงอุตสาหกรรมของไทยจำแนกขนาดของอุตสาหกรรมโดยใช้ปริมาณการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรซึ่งสามารถแบ่งโรงงานอุตสาหกรรมออกเป็น 3 ขนาดตามมาตรฐานดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมขนาดย่อมมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 20 ล้านบาท
2. อุตสาหกรรมขนาดกลางมีการจ้างงานมากกว่า 50 คนแต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีทรัพย์สินถาวรมากกว่า 20 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท
3. อุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีการจ้างงานมากกว่า 200 คนหรือมีทรัพย์สินถาวรมากกว่า 100 ล้านบาท

Snodgrass และ Biggs (Snodgrass and Biggs, 1995: 53) ได้ให้นิยามของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศกำลังพัฒนาว่าเป็นกิจการที่มีการจ้างงานต่ำกว่า 100 คน ซึ่งสามารถแบ่งย่อยเป็นร้านค้าขนาดเล็กภายในบ้าน (cottage shops) มีการจ้างงาน 1-4 คน กิจการขนาดย่อมมีการจ้างงาน 5-19 คน และกิจการขนาดใหญ่มีแรงงานตั้งแต่ 100 คนขึ้นไป

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ประกอบการวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Analysis) โดยแหล่งข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source)

การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ จากฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม รวมถึงข้อมูลจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ต่างๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจ

ขนาดกลางขนาดย่อม กลุ่มของอุตสาหกรรมเพื่อชุมชนและท้องถิ่นไทย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) เป็นข้าราชการ หน่วยงานของรัฐผู้ชำนาญไปปฏิบัติ ผู้ประกอบ SMEs ผู้ลงทุน หรือเกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structure interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview)

การทำสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดเลือกกลุ่มเป้าหมายในการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยวิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive selection) คือเลือกผู้ที่ประกอบธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม โดยทำการสนทนากลุ่มในเรื่องการบริหารธุรกิจ 5 ด้าน คือด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านการเงินและบัญชี ด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

เครื่องมือที่ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ประเด็นสำคัญที่เฉพาะเจาะจงในการสนทนา โดยมีนักวิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) และเป็นผู้ดำเนินการในการอภิปราย จุดประเด็นในการสนทนาเพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางต่างๆ โดยมีกรอบและแนวทางในการการพัฒนาความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำหรับผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรม โดยประเด็นในการสนทนากลุ่มมีดังนี้

1. ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ในด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านการเงินและบัญชี และด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม
2. จุดแข็ง และจุดอ่อนของอุตสาหกรรม SMEs

3. โอกาส และ ข้อจำกัดของอุตสาหกรรม SMEs

4. การส่งเสริมโอกาสอุตสาหกรรม SMEs ของภาครัฐเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

เครื่องมือการวิจัยที่เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi- Structure interview) ที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ข้าราชการ ในประเด็นเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐ และภาคเอกชนในการพัฒนา ธุรกิจ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรมในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยสัมภาษณ์ข้าราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม นำมาสรุปให้อยู่ในรูปแบบประเด็น (Issue) ในแต่ละหัวข้อ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาเหตุปัจจัยที่ก่อให้เกิดประเด็นปัญหานั้นๆ จากนั้นนำข้อมูลแนวทางการแก้ปัญหาที่ได้จากการอภิปรายกลุ่มมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุป และแนวทางการแก้ไข เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาขีดความสามารถทางการค้า การลงทุน เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำหรับผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรม

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การจัดกลุ่มข้อมูล (Categorization) และการตีความ (Interpretation) หลังจากนั้น นำมาเรียบเรียง และนำเสนอเพื่อเป็นรายงานการวิจัย

ผลการวิจัย

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรม SMEs

1. ด้านการตลาด ได้แก่ ผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านการตลาดต่างประเทศ ขาดความรู้ในการทำตลาดเชิงรุก ไม่สามารถขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ายังไม่มีหลากหลาย การแข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น

2. ด้านการผลิต ได้แก่ ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา ซึ่งขั้นตอนหรือการติดต่อประสานงานต้องใช้ระยะเวลา และกระบวนการหลายขั้นตอน ผลิตภัณฑ์ขาดมาตรฐานด้านสุขอนามัย ขาดความรู้ในการควบคุมคุณภาพการผลิต กล่าวคือผู้ประกอบการมีกระบวนการการผลิตกันเองในวิสาหกิจชุมชนที่สืบปัญญาสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้นการควบคุมคุณภาพยังไม่ครบถ้วน และราคาวัตถุดิบผันผวนสูงตามกลไกตลาดและขาดแคลนในบางครั้ง เนื่องจากวัตถุดิบขึ้นกับฤดูกาล อีกทั้งต้นทุนค่าวัสดุ ค่าขนส่งทำให้ราคาวัตถุดิบผันผวนสูงตามกลไกตลาด

3. ด้านทรัพยากรบุคคล ได้แก่ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการบริหารจัดการ ขาดบุคลากรที่มีความสามารถด้านการตลาด ด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ เช่นภาษาอังกฤษ บุคลากรขาดทักษะและความรู้ในการควบคุมคุณภาพการผลิต และบุคลากรขาดความรู้ในด้านการบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องจักร

4. ด้านการเงินและบัญชี ได้แก่ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการหาเงินทุน ไม่มีหลักฐานการเงินที่น่าเชื่อถือ ความซับซ้อนในการกู้ยืมจากธนาคาร ภาระจาก

การกู้ยืมระบบ ขาดเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนในธุรกิจ และด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

จุดแข็งของอุตสาหกรรม SMEs

ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าเพื่อชุมชนและท้องถิ่นไทย ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีทักษะความรู้ในการผลิตจากการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิภาคชุมชนและท้องถิ่นไทยมีทรัพยากรธรรมชาติมากเหมาะแก่การแปรรูปเป็นสินค้า ผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเพื่อชุมชนและท้องถิ่นไทยมีฝีมือในการผลิตสินค้าประณีต และมีความละเอียดสูง

จุดอ่อนของอุตสาหกรรม SMEs

ขาดความรู้ด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตและการควบคุมคุณภาพเพื่อพัฒนาสู่มาตรฐานระดับมาตรฐานสากล ปัญหาด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ และขาดเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ

โอกาสของอุตสาหกรรม SMEs

รัฐบาลมีนโยบาย ส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรม SMEs ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์สิ่งทอโดยเฉพาะผ้าไหมไทยมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เหมาะสมกับเทศกาลต่างๆ

ข้อจำกัดของอุตสาหกรรม SMEs

มีการแข่งขันจากต่างประเทศค่อนข้างสูง ราคาน้ำมันในตลาดมีแนวโน้มสูงขึ้นทำให้ต้นทุนการตลาดสูงขึ้น และความแตกต่างด้านวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

1. ควรจัดตั้งเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมและให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจชุมชน ในการลงทุนเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. พัฒนาสถานประกอบการให้มีการวางแผนและพัฒนาตลาด พัฒนาสินค้าใหม่ในการเพิ่มมูลค่ากิจกรรมการค้าในต่างประเทศ
3. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต จัดทำมาตรฐานการผลิตและกิจกรรมการค้าในต่างประเทศ
4. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในด้านการผลิต การตลาด การวางแผน การเงินการบัญชี เป็นต้น
5. ภาครัฐสนับสนุนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ลดต้นทุนการผลิต
6. กำหนดตลาดเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน กัมพูชา ลาว เมียนมาร์และเวียดนาม พร้อมทั้งเสนอยุทธศาสตร์การส่งออกในระยะ 3-5 ปี โดยความร่วมมือของทุกฝ่าย
7. การปฏิรูปกระบวนการธุรกิจ โดยเน้นการพัฒนาคนวัตกรรมการและเทคโนโลยี การพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการของอุตสาหกรรม SMEs ทุกกลุ่ม
8. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ และทักษะในการผลิตอุตสาหกรรม SMEs
9. การสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาสินค้าเพื่อชุมชนและท้องถิ่นไทย ให้โดดเด่นมีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์
10. ส่งเสริมการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพในทุกขั้นตอน การปรับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้มีมาตรฐานสากลยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม SME ควรพัฒนาสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอาเซียน สอดคล้องกับมูลนิธิสถาบันอนาคตไทยศึกษา (2556: 3) อธิบายว่า หากต้องการให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างยั่งยืน ต้องเร่งพัฒนา SME ให้เติบโตจาก SME ขนาดเล็กไปเป็น SME ขนาดกลางที่มีศักยภาพและมีขีดความสามารถในการแข่งขัน

นอกจากนี้ควรจัดตั้งกองทุนเพื่อส่งเสริมและให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ มูลนิธิสถาบันอนาคตไทยศึกษา (2556: 20-21) อธิบายว่าการพัฒนา SME ให้สัมฤทธิ์ผลและมีประสิทธิภาพ ควรมีการจัดสรรงบประมาณให้ผ่านช่องทางหลักเพียงทางเดียว และลดการจัดสรรแบบกระจุกตัวในบางด้าน เพื่อกระจายให้กับงานด้านอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา SME เช่นกัน ดังนั้นรัฐควรพิจารณาเปลี่ยนวิธีการจัดสรรงบประมาณทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME มาอยู่ที่กองทุน SME เพื่อให้เป็นช่องทางในการจัดสรรงบประมาณแบบทางเดียว ซึ่งจะช่วยลดปัญหาของการใช้งบประมาณในโครงการที่ซ้ำซ้อนระหว่างกัน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งบประมาณให้ดีขึ้น นอกจากนี้รัฐควรทบทวนแนวทางการจัดสรรงบประมาณที่กระจุกตัวมากในเรื่องของการจัดอบรมสัมมนา ให้กระจายไปสู่งานด้านอื่นที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริม SME เช่น กัน ไม่ว่าจะเป็นด้านส่งเสริมนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านพัฒนาองค์ความรู้ และที่สำคัญต้องจัดสรรงบประมาณให้ครอบคลุม SME ในทุกช่วงอายุ (stage of development) ตั้งแต่ช่วงจัดตั้ง ช่วงขยายกิจการ หรือช่วงดำเนินการโดย

คำนึงถึงรูปแบบการสนับสนุนที่เหมาะสมของที่เหมาะสมของแต่ละช่วงอายุ

ส่วนสถานประกอบการต้องมีการวางแผนและพัฒนาตลาด พัฒนาสินค้าใหม่ในการเพิ่มมูลค่า การแสวงหาตลาดใหม่ จัดทำมาตรฐานการผลิต ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ McCarthy and Pereault (2008) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากแนวคิดใหม่ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในตัวผลิตภัณฑ์ ให้มีความใหม่และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมและต้องสอดคล้องกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภคซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดมานำเสนอในตลาดมาก่อนและอาจเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึงซึ่งการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์นั้น จะต้องให้ผลทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากกว่าเดิม

สถานประกอบการควรส่งเสริมการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพในทุกขั้นตอน การปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้มีมาตรฐานสากลยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ รัชช วัชรกิจโกศาทร (2555) กล่าวว่า นวัตกรรมกระบวนการเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ๆ ซึ่งส่งผลให้กระบวนการผลิต และการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพ โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานและใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการใหม่อันจะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ ดังนั้น ธุรกิจจึงให้ความสำคัญ และมุ่งเน้นการสร้างกลยุทธ์นวัตกรรมด้านกระบวนการ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการของอุตสาหกรรม SMEs ทุกกลุ่ม สอดคล้องกับแนวคิดของ Brkinshaw และคณะ

(2008) กล่าวว่า นวัตกรรมการบริหารเป็นเรื่องของการคิดค้นและเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการบริหารจัดการใหม่ให้มีความแตกต่างในด้านรูปแบบ คุณภาพการทำงาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยรวมถึงคนเชื่อว่า

คนมีส่วนช่วยให้กระบวนการทำงานในองค์กรประสบผลสำเร็จได้ อาจใช้กระบวนการการจูงใจซึ่งส่งผลให้เกิดการกระตุ้น ทำให้บุคคลมีการพัฒนาแนวคิดนวัตกรรม การบริหารจัดการในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มพัฒนากรอบแนวคิดทางเศรษฐกิจของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. (2547). *กรอบแนวคิดทางทฤษฎี เศรษฐศาสตร์ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง* (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- จตุพร สังฆวรรณ. (2553). *การเป็นผู้ประกอบการและการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2552). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2556). *ความพร้อมและความเข้าใจของภาคผลิตและภาคบริการต่อการแข่งขันใน AEC*, เข้าถึงได้จาก: <http://www.ncc.co.th/horkorat>
- มูลนิธิสถาบันอนาคตไทยศึกษา. (2556). *ยกระดับ SME ไทย: เร่งพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ: ดีแอดดีไวเซอร์.
- รักษ์ วรกิจโกคาทร. (2555). *การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร. (2558). กลยุทธ์ธุรกิจคู่สังคมของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 3(29 มีนาคม): 15.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2544). *ISO 9000: 2000* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการรางวัลคุณภาพแห่งชาติ. (2547). *เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ เพื่อองค์กรที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *แนวคิดและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2555-2559)*. เข้าถึงได้จาก: www.nesac.go.th/service/service_news/view.php?topic.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2555). *แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559)*. กรุงเทพฯ: มปท.

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2556). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2556. กรุงเทพฯ: มปท.
- เสรี พงศ์พิศ วิชิต นันทสุวรรณ และจำนงค์ แรกพินิจ. (2544). วิสาหกิจชุมชน: แผน แม่บท แนวคิด แนวทาง ตัวอย่าง ร่างพระราชบัญญัติ. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาไท.
- สุวรรณณี อนันตสายนนท์. (2554). การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 11(3 กันยายน 2554): 83-84.
- Allen, K. R. (2010). *New Venture Creation*. Kansas: south-Western Colledge.
- Birkin Shaw, J., Hamel, G., Mol, M. J. (2008). Management Innovation. *Academy of Management Review*, 33(4): 825-845).
- Habaradas, Raymund B. (2008). SME Development and Technology upgrading in Malaysia: Lessons for Phillipines. *Journal of International Business Research, suppl. Special Issue 1*.
- McCathy, E. J., & Pereault, W. D. (2008). *Basic Marketing: A Managerial Approach* (10th ed.). Illinois: Van Hottman.
- Naman, J. L., & D. P. Slevin. (1993). Entrepreneurship and the Concept of Fit: A Model and Empirical Tests. *Strategic Management Journal*, 14(2): 137-53.
- Porter, Micheal. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. HK: The Macmillan Press Ltd.
- Weerawardena, J. & A. O’Cass (2004). Exploring the Characteristics of the Market-Driven Firms and Antecedents to Sustained Competitive Advantage. *Industrial Marketing Management*, 33: 419-428.



Name: Assoc Prof Sukjit Na Nakhon

Address: Bangkok

Education: Master of Business Administration

Work: Instructor Course Management Brassiness Administration,
Faculty Business Administration

วารสารรัชต์ภาคย์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 19 มกราคม – มิถุนายน 2559
ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่ฐานข้อมูล TCI วารสารกลุ่มที่ 2 (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)



Name: Dr. Charian Vichalata
Address: Bangkok
Education: Ph.D. business Administration International University Missouri U.S.A.
Work: Instructor Course Management Brassiness Administration, Faculty Business Administration



Name: Dr. Yannakorn Toprayoon
Address: 32/2 Moo 3 Bangsumbern Oungkharuk Nakhonnayok 26120 Thailand
Education: Doctor of Public of Administration (DPA) Suan Dusit Rajabhat University
Work: Director of Research and Consulting for Development Center of Rajapark, Cubiculum in Art of Management, Rajapark Institute



Name: Miss Yaowaluk Chawbanpho
Address: 108 Moo 2, Banpho Subdistrict, Mueang Suphanburi District, Suphanburi, 72000 Thailand
Education:
1. Bachelor Degree: Sciences, Major Applied Statistics of Suan Dusit Rajabhat University
2. Master Degree: Political Science Major Political Science of Ramkhamhang University
3. Doctoral Degree: Ph.D. Candidate (Politics) of Ramkhamhang University
Work: Researcher/Academic freedom