



รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาวิจัยลักษณะความต้องการและ
การกำหนดรูปแบบศูนย์ธุรกิจครบวงจรสำหรับSMEs

โดย

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สนับสนุนโดย

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตุลาคม 2546

บทคัดย่อ

โครงการศึกษาวิจัยลักษณะความต้องการและการกำหนดรูปแบบศูนย์ธุรกิจครบวงจร สำหรับ SMEs มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อต้องการทราบความต้องการของ SMEs ว่าต้องการความช่วยเหลือด้านการจำหน่ายสินค้าและการจัดการทางธุรกิจอะไรและอย่างไรบ้าง ต้องการทราบรูปแบบที่สมบูรณ์ของศูนย์จัดการธุรกิจครบวงจร ที่จะใช้เป็นรูปแบบตัวอย่างและโครงการนำร่องในการจัดตั้งศูนย์ฯ ในจังหวัดต่างๆ ในโอกาสต่อไป และต้องการทราบแนวทางการบริหารจัดการในการดำเนินงานศูนย์ธุรกิจครบวงจร ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับประเทศไทย และการบริหารการตลาดแบบไทยๆ

วิธีการศึกษาวิจัยโดยการสำรวจผู้ประกอบการรายย่อย ที่ผลิตสินค้าดีเด่นของจังหวัด 750 ราย และทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 160 ราย เพื่อทำ Presales ในการจัดหา suppliers เพื่อจำหน่ายสินค้าในศูนย์ธุรกิจครบวงจร ซึ่งกำหนดเปิดดำเนินการ โครงการนำร่องในปี พศ. 2547 ณ อาคารสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในบริเวณมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

ผลจากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีข้อจำกัดในการทำธุรกิจชุมชนที่สำคัญได้แก่ สินค้าของธุรกิจชุมชนขาดเทคโนโลยีการผลิต การแปรรูป การสร้างตราสินค้า และการหีบห่อที่ได้มาตรฐานสากล ไม่สามารถแข่งขันเข้าจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ ขาดความรู้ในเรื่องเทคนิควิชาการที่จะผลิตสินค้าให้มีคุณภาพสม่ำเสมอ มีมาตรฐานและถูกสุขอนามัย ขาดข้อมูลด้านการตลาดรวมทั้งขาดองค์ความรู้ในการออกแบบ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับรสนิยมของตลาด สินค้าของธุรกิจชุมชนมีตลาดแคบ ยังไม่สามารถจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายแบบอื่น ๆ ได้แก่ การค้าส่ง การขายตรง การขายแบบเฟรนดี้ไชส์ และการขายแบบ E-commerce ขาดความรู้ด้านการจัดการที่มีระบบในเชิงธุรกิจ ขาดทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ขาดการรวมตัวที่เข้มแข็งเพื่อสร้างพลังงานในการผลิตและการตลาด ส่วนใหญ่มีฐานะไม่ค่อยดีนัก บางรายมีหนี้สินทำให้มีข้อจำกัดในการขอสินเชื่อจากแหล่งทุนเพื่อนำมาขยายและปรับปรุงกิจการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในการแก้ไขข้อจำกัดต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น จากผลการสำรวจลักษณะความต้องการ พบว่าผู้ประกอบการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความต้องการ ในสาระสำคัญ 2 เรื่องใหญ่ ได้แก่

1. ความต้องการด้านการขยายตลาด มีสถานที่จำหน่ายสินค้าถาวรเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายและการกระจายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
2. ความต้องการด้านบริการสนับสนุน ด้านการผลิต การตลาด การจัดการ และการลงทุน ในลักษณะศูนย์ธุรกิจครบวงจร (Business Center – BC) เป็นศูนย์กลางในการพัฒนา ศักยภาพการผลิต การตลาด การจัดการ และการหาแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

ดังนั้น ทิศทางการพัฒนาองค์กรของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมในอนาคต ควรจะเติบโตในลักษณะกลยุทธ์การพัฒนาบริการ (Service Development Strategy) เพื่อให้สามารถสนองความต้องการของธุรกิจขนาดกลางและย่อม และธุรกิจชุมชนมากขึ้น และเนื่องจากสถาบันฯ เป็นองค์กรเอกชนที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล มีความจำเป็นที่จะต้องเลี้ยงตนเองในระยะที่สอง (พ.ศ. 2546 – 2550) เป็นต้นไป จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาหน่วยงานเดิม ซึ่งทำหน้าที่ให้บริการสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและย่อมใน 4 ด้านใหญ่ ๆ ได้แก่ (1) การให้คำปรึกษาแนะนำในการทำธุรกิจ (2) การฝึกอบรมทนายธุรกิจ การพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อยในด้านการตลาด และการจัดการ (3) การจัดหาสินเชื่อจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ และ (4) งานวิจัยพัฒนา และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและย่อม และธุรกิจชุมชนในการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการจัดการเพิ่มขึ้น โดยจัดทำในรูปแบบจำลองของศูนย์ธุรกิจครบวงจรขึ้นที่มีทั้งศูนย์จัดจำหน่ายรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การค้าปลีก การค้าส่ง การขายตรง การขายแบบแคตตาล็อก การขายแบบแฟรนไชส์ และการขายแบบ E-Commerce และศูนย์สนับสนุนด้านการผลิต การตลาด และการจัดการเพื่อให้แต่ละจังหวัดสามารถนำรูปแบบไปเป็นแนวทางดำเนินการได้ทั่วประเทศต่อไป