

นโยบายเสริมศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ่านหน่วยงาน ปกครองส่วนท้องถิ่น

วิระพัฒน์ กฤตธนาทิพย์ อธิกร ขำเดช สุริยันตร์ ฉะอุ่ม ภิราภรณ์ ก้อนคำ
หนึ่งฤทัย ทิมย้ายงาม ปฐม สุทธิโรจน์ คมกริช กัณฑ์จุ ธนพร ลือสวน เสนีย์ สุวรรณดี
สถาบันนวัตกรรมและธุรกิจการค้าเสรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สวนหลวง กรุงเทพฯ

บทคัดย่อ

วิสาหกิจชุมชนหรือ SMEs ถือเป็นกุญแจสำคัญของการต่อยอดผลิตภัณฑ์เปลี่ยนจากการขายวัตถุดิบเป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดภายในประเทศ ที่เป็นสินค้าอุปโภคและบริโภคในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของวิสาหกิจชุมชนคือกรอบแนวคิดด้านนวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตลาดสินค้า บรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานรองรับ การตลาด การเงินการลงทุน และการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ ดังนั้นสถาบันนวัตกรรมและธุรกิจการค้าเสรี จึงได้บูรณาการร่วมกับ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานต่าง ๆ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พาณิชย์จังหวัด และมหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นต้น ในการเสริมศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้วยการใช้เครื่องมือ Business Canvas Model เป็นเครื่องมือในการพัฒนาต่อยอดให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกรอบความคิด การกำหนดเป้าหมายธุรกิจ กลุ่มลูกค้า เงินทุน เชื่อมโยงตลาด รวมถึงการปรับเปลี่ยนตลาดสินค้า บรรจุภัณฑ์ และช่องทางการตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ในอันที่จะสนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้าสมัยใหม่ ที่มีวิถีชีวิตในสังคมเมือง และมีกำลังซื้อสูง การดำเนินการคัดเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ในพื้นที่ 4 จังหวัด ประกอบด้วยกลุ่มปากฉลุย ช่างศิลป์ งานปักกลดลายบนผืนผ้าทอมือ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ภายใต้ตราสินค้า "PHOPPHRA" วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวปลอดภัย อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ภายใต้ตราสินค้า "บ้านวังศิลา" กลุ่มเกษตรอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี ภายใต้ตราสินค้า "อุดร อิ่มสุข" และวิสาหกิจชุมชนหนองบึงไก่อ ผู้ผลิตและแปรรูปข้าวพอง Snack จังหวัดกำแพงเพชร ภายใต้ตราสินค้า "บันทิพย์" โดยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้ทันสมัย การจัดทำเรื่องราวที่มาของตัวสินค้า รวมถึงการวางตัวสินค้าให้เป็นสินค้าในกลุ่มพรีเมียมหรือตลาดบน ภายใต้การรับรองมาตรฐานการผลิต กระบวนการแปรรูป และได้รับเครื่องหมาย ออย. ในกรณีที่เป็นสินค้าบริโภคที่ผ่านการแปรรูป จากกลยุทธ์เชิงนโยบายในการเปลี่ยนกรอบความคิด การเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ มาตรฐานการผลิต การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการศึกษาดูงานในธุรกิจที่ใกล้เคียงของผู้ประกอบการต้นแบบ และการพัฒนาเครือข่ายการค้าด้วยการให้ผู้บริหารของห้างหรือผู้จัดการร้านค้ามาเป็นผู้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ วิเคราะห์ วิจัยผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ถือเป็นแรงกระตุ้นการปรับเปลี่ยน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านมาตรฐานคุณภาพการผลิต การใช้อักษร ๑ ในกลุ่มอาหารปลอดภัย และการก้าวเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการกระจายสินค้าภายในท้องถิ่นท้องถิ่น ขยายไปยังตลาดที่