

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเอส เอ็ม อี สตาร์ทอัพ กรณีศึกษาเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์
The Factors effecting the SMEs Startup Entrepreneur Strength :
A Case Study of Buriram Province

รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์¹
อัจฉรา หลาวทอง²
ทศพร แก้วขวัญไกร³
กิตติกร ฮวดศรี⁴

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านเครือข่ายด้านการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก กรณีศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ การเริ่มดำเนินกิจการหรือธุรกิจที่มีแนวโน้มยอดขายลดลง มีความจำเป็นต้องมีองค์กรหรือหน่วยงานเข้ามาให้คำปรึกษา การบูรณาการทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์การ และแนวคิดความสามารถเชิงพลวัตเป็นแนวคิดที่ใช้เพื่ออธิบายกรอบระบบการทำงานต่างๆ ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์และการส่งเสริมความรู้ การให้คำปรึกษาและการมีเครือข่ายจะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กยอมใหม่ (SMEs startup) ได้รับข้อมูลข่าวสาร ได้มีโอกาสเข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสมาชิก SMEs ด้วยกันก็จะทำให้เกิดความน่าจะเป็นที่องค์กรอยู่รอดและเข้มแข็ง บทความนี้จะเสนอประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่จะนำไปใช้ในการทบทวนการพัฒนาองค์กรรวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะได้นำความรู้ไปใช้ในการพัฒนาแผนการดำเนินโครงการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียต่อไป

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการใหม่เอส เอ็ม อี สตาร์ทอัพ, ความคิดสร้างสรรค์, นวัตกรรม, เครือข่าย, การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ

ABSTRACT

The objective of this article was to explain the factors such as creative, network, online marketing effecting on SMEs entrepreneurs in Buriram province. In starting a declining sales business, it was necessary to have an organization or department to give advice for business development. The organization's resource-based theory and the dynamic competence concept was the concept used to describe various functional frameworks. So, these creativity, knowledge promotion, consulting and networking could help the entrepreneurs and their new small and medium businesses (SMEs startups) to receive the information and an opportunity to exchange

¹สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

²สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

³สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

⁴สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

and learn with SMEs members and their organization could be survive and strong. This article will benefit for entrepreneurs using for development of their organization and the relevant government agencies could apply this knowledge for developing the plans for the benefit of stakeholders.

Keyword : SMEs entrepreneur strength, Creative, Innovation, Network, Government agencies encourage

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมชาติฉบับที่ 12 (2560-2564) มีสาระสำคัญเพื่อปฏิรูปประเทศไปพร้อมกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศ ขณะเดียวกันสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งถือว่าเป็นแผนแม่บทในการพัฒนาประเทศ แผนแม่บทดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาขององค์การสหประชาชาติ โดยเฉพาะประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development goals : SDGs) อย่างไรก็ตามการจะนำไปสู่ความยั่งยืนของประเทศไทยนั้นจำเป็นต้องมุ่งพัฒนาประชาชนทุกช่วงวัยให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศและนำไปสู่ความเสมอภาคของประชาชนให้มากขึ้น การส่งเสริมด้านการศึกษา ด้านอาชีพ รวมทั้งทำให้คนไทยมีความสุข มีความเป็นอยู่ที่ดี เศรษฐกิจดีและสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นตามแผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560) การลดความเหลื่อมล้ำ และทำให้เกิดรายได้ขึ้นแนวทางการแก้ไขก็คือจะต้องทำให้คนว่างงานน้อยลง ข้อมูลด้านแรงงานพบว่าแนวโน้มอัตราการว่างงานของไทยปี 2562 ทั้งปีคาดว่าจะเฉลี่ยอยู่ที่ 1.2-1.3% ของกำลังแรงงานทั้งหมดที่คาดว่าจะอยู่ประมาณ 38-39 ล้านคนหรือเฉลี่ยอัตราการว่างงานประมาณ 4-5 แสนคนซึ่งเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2561 ที่มีอัตราการว่างงานเฉลี่ยระดับ 1% โดยการว่างงานหลักๆจะมาจากที่ภาคการผลิตส่วนใหญ่ปี 2562 จะไม่รับแรงงานเข้าทำงานใหม่เพิ่มขึ้นเนื่องจากปัจจัยเศรษฐกิจโลกชะลอตัวที่จะกระทบต่อการส่งออกที่เติบโตลดลง โดยเฉพาะเศรษฐกิจจีน รวมถึงผู้ผลิตบางส่วนจะหันไปใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคนเพื่อปรับเข้าสู่อุตสาหกรรม 4.0 โดยเฉพาะตั้งแต่เดือนมีนาคม 2562 จะมีบัณฑิตสำเร็จการศึกษาที่จะเข้ามาเติมในระบบประมาณ 5 แสนคนและส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 63 และร้อยละ 50 จะเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาในสายสามัญ แรงงานเหล่านี้ตลาดแรงงานไทยมีต้องการมากนักทำให้บัณฑิตหางานยากขึ้น (ธนิศ ไสรัตน์ ,2562) ด้วยเหตุที่กล่าวมาทั้งหมดทำให้เกิดการนำแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มาจัดโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีถูกขับเคลื่อนพัฒนาประเทศ โดยชุมชนนั้นจะต้องใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ (เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในชุมชน นอกจากนั้นยังส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มแรงงานที่ว่างงานได้ผลิตสินค้าและบริการมาสนับสนุนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีก็จะทำให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ก็จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศ อย่างไรก็ตาม SMEs จะเติบโตได้ย่อมต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ ได้แก่ การมีความรู้ด้านการผลิต ความคิดสร้างสรรค์ การนำนวัตกรรมเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงาน ความสามารถในการหาแหล่งทุน ความสามารถในการบริหารจัดการรวมถึงการทำการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูล และทำให้เกิดการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งในบทความนี้จึงได้นำมาสู่การอธิบายทฤษฎีและกรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการSMEs ในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงสภาพทั่วไปในการดำเนินงานของผู้ประกอบการเอส เอ็มอี สตาร์ทอัพ กรณีศึกษาพื้นที่

จังหวัดบุรีรัมย์

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี สตาร์ทอัพ กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นบทความวิชาการดังนั้นข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้ข้อมูลทุติยภูมิจากการเข้าร่วมประชุมเรื่องการพัฒนาธุรกิจเอสเอ็มอี พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ในวันที่ 26 ธันวาคม 2562 ณ หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจัดโดยศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 (นครราชสีมา) กระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกับหอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนทั้งสิ้น 23 คน ซึ่งเป็นบุคลากรที่มาจากทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานการเกษตร ธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขาจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงาน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สมพันธ์เอสเอ็มอี จังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานแรงงานจังหวัดบุรีรัมย์ พาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ วิทยาลัยชุมชน วิทยาลัยสารพัดช่างบุรีรัมย์ การรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าได้ข้อมูลจากการประชุมและนโยบายของศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SSRC)

การบูรณาการทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร และแนวคิดความสามารถเชิงพลวัต

ทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource-Based View)

การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันนี้ต้องสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ จากภายนอกองค์กรเป็นสิ่งที่ยาก หากองค์กรพิจารณาและค้นหาสิ่งที่มีคุณค่าและมีความแตกต่างจากองค์กรอื่นและนำสิ่งนั้นมาพัฒนาเพื่อให้เกิดคุณค่ามีความได้เปรียบคู่แข่ง นักวิชาการได้กล่าวว่าการต้องให้ความสำคัญกับทฤษฎี ฐานทรัพยากรขององค์กร หรือที่เรียกว่า (RBV) ของ วาเนอร์เฟล (Wanerfelt ,1984: 172) และ มาร์ศรี เจชญาปฏิพัทธ์ (2552: 79-81) ได้อธิบายเนื้อหาทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กรเป็นภาษาไทย กล่าวว่าคุณสมบัติของทรัพยากรที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ต้องมีเงื่อนไข 4 ข้อ ดังนี้

1. คุณค่าของทรัพยากร (Valuable Resources) ทรัพยากรองค์กรที่มีคุณค่า ได้แก่ชื่อเสียงขององค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ องค์กรความรู้ในองค์กร ความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยพัฒนา และความสามารถด้านเทคโนโลยี

2. ทรัพยากรที่หายาก (Rare Resources) การดำเนินกลยุทธ์ที่คล้ายกันอาจไม่ทำให้เกิดความความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ดังนั้นองค์กรจะต้องมีทรัพยากรที่หายากไว้ในครอบครองและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่หายากนั้น

3. ทรัพยากรที่ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ (Imperfectly Imitable Resources) คุณค่าของทรัพยากรและหายากสามารถเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขัน ก็ต่อเมื่อองค์กรอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ทรัพยากรเหล่านั้นต้องยากแก่การลอกเลียนแบบได้

4. ทรัพยากรถูกทดแทนได้ (Substitutability Resources) การที่คู่แข่งปัจจุบันหรือคู่แข่งรายใหม่สามารถดำเนินกลยุทธ์ที่เหมือนกับองค์กร โดยการใช้ทรัพยากรที่มีความแตกต่างจากที่องค์กรครอบครองอยู่ถ้าทรัพยากรทางเลือกเหล่านั้นไม่ขาดแคลนและลอกเลียนแบบได้กลยุทธ์เหล่านั้นจึงไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทฤษฎี ฐานทรัพยากรขององค์กร หรือที่เรียกว่า (RBV) ของ วาเนอร์เฟล (Waner-

felt,1984) จะทำให้ห้องปฏิบัติการอยู่รอดได้เปรียบคู่แข่งชั้น และขณะเดียวกันองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบไม่ได้

แนวคิดความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic capability)

นักวิชาการได้กล่าวองค์กรทั้งภาครัฐ เอกชนหรือองค์กรอิสระ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร จำเป็นต้องปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งการปรับตัวอาจเรียกว่าความสามารถเชิงพลวัต Teece, Pisano & Shuen (1997) ได้นิยามความสามารถเชิงพลวัต ว่าเป็น กลุ่มก้อนของความสามารถหรือสมรรถนะ ซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ทั้งผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ ในการใช้ทรัพยากรเพื่อการบูรณาการ การปรับโครงสร้าง การได้มา และการปลดปล่อยทรัพยากรที่เหมาะสม การสร้างเพื่อให้เกิดความสอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม อย่างไรก็ตามความสามารถเชิงพลวัต จะต้องเป็นความสามารถองค์กรในการรับรู้โอกาส ค้นหาโอกาส การแปลงสภาพทรัพยากร ขององค์กรซึ่งเป็นกระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากร หรือเป็นการแสวงหาทรัพยากร การได้มาซึ่งทรัพยากรใหม่จากภายนอก การปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างคุณค่า และต้องอาศัยการจัดการกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Wang & Ahmed (2007) และ Helfat et al. (2007) ดังนั้น“ความสามารถเชิงพลวัต” เป็น ทรัพยากรซึ่งหลอมรวมเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ สามารถลอกเลียนแบบและไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ซึ่งมีส่วนสำคัญยิ่งต่อการสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ในขณะที่การครอบครองทรัพยากรที่สามารถเข้าถึงโดยง่ายนั้นนับเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในระยะสั้น และหากองค์กรนำแนวความสามารถเชิงพลวัตไปใช้ในการจัดการองค์กร (กรธวัฒน์ สกลฤทธิเดช, สุกิจ ขอบเข็กลาง และ ลภัสตรา จ่างแก้ว. (2559)

ดังนั้นจะเห็นว่าทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กรจะทำให้องค์กรพิจารณาทรัพยากรภายในที่มีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบกับคู่แข่ง ขณะเดียวกันความสามารถเชิงพลวัต เป็นการค้นหาโอกาสและรับรู้โอกาสที่จะปรับเปลี่ยนสร้างสรรค์งานใหม่ๆ โดยพิจารณาจากทรัพยากรภายในและภายนอกองค์กร และแปรสภาพทรัพยากรและต้องอาศัยการจัดการกลยุทธ์ที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบคู่แข่งในระยะสั้น

ความคิดสร้างสรรค์กับผู้ประกอบการใหม่ SMEs

ความอยู่รอดของผู้ประกอบการใหม่ SMEs อีกแนวทางหนึ่งคือจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อที่จะทำสิ่งใหม่ๆ ที่ต่างจากผู้ประกอบการอื่นที่มีอยู่ โดยอาศัยข้อมูลผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมโดยเฉพาะมีไลฟ์สไตล์ที่เร่งรีบ ชอบความสะดวกสบาย ความแปลกใหม่ ชอบความเป็นส่วนตัว (personalization) และสิ่งที่จะตอบโจทย์ความเป็นเฉพาะตัวบุคคล ซึ่งความคิดสร้างสรรค์มีนักวิชาการได้กล่าวความหมายไว้ดังนี้

เกสร ธิตะจารี (2550) ได้กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นสิ่งที่มีอยู่ในตัวของมนุษย์เอง ซึ่งบางคนก็มีมากบาง คนก็มีน้อยหรือที่เข้าใจว่าความคิดสร้างสรรค์อยู่ในความถนัด (Aptitude) หรือความสามารถ (Ability) ความคิดสร้างสรรค์นอกจากจะเกิดมาเฉพาะตัวบุคคลแล้วยังสามารถเกิดขึ้นได้ จากการ สะสมประสบการณ์ และการแก้ปัญหา

Guilford (1967 : 138) สรุปว่าการคิดที่สำคัญจะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์คือ ความสามารถของบุคคลที่จะคิดแตกแยกออกไปหลายทิศทาง หลายลักษณะ หลายแง่หลายมุม หรือ เรียกว่าความคิดออกเนกนัย (Divergent Thinking) ความคิดต่าง ๆ ดังกล่าวประกอบด้วยความคิด 4 ลักษณะดังนี้คือ (พะยอม ศรีสมัย. .2551).

1. ความคิดคล่องตัว (Fluency) หมายถึงความสามารถของสมองในการคิดหาคำตอบได้ อย่างคล่องแคล่วรวดเร็วหรือคล่องตัวในการคิดตอบสนองต่อสิ่งเร้าให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ความคิดชนิดนี้จะเน้นในเรื่องปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกัน โดยแบ่งเป็น

1.1 ความคล่องแคล่วทางด้านภาษาหรือถ้อยคำ (Work Fluency) เป็นความสามารถใน การใช้ถ้อยคำ

ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างคล่องแคล่ว เช่น คำเชิญชวนให้สนใจเข้าไปชมสินค้าในเว็บไซต์

1.2 ความคิดคล่องแคล่วทางการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เน้น ความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกันหรือคล้ายกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายในเวลาที่กำหนด ซึ่งจะทำให้ลูกค้าที่สนใจในผลิตภัณฑ์

1.3 ความคล่องแคล่วทางการแสดงออก (Expressional Fluency) เป็นความสามารถ ในการใช้วลีหรือประโยคคือความสามารถที่จะนำคำมาเรียงกันอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้ประโยคที่ต้องการ

1.4 ความคล่องในการคิด (Ideational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดสิ่งที่ต้องการ ภายในเวลาที่กำหนด เช่น ให้คิดหาประโยชน์ของขนมไทยที่ตนเองจำหน่ายให้ได้มากที่สุด ภายในเวลาที่กำหนด 5 นาทีหรือ 10 นาที

2. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง ประเภทหรือแบบของความคิด แบ่งออกเป็น

2.1. ความคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นทันที (Spontaneous Flexibility) เป็นความสามารถที่จะพยายามคิดได้หลายทางอย่างอิสระคนที่มีความคิดยืดหยุ่นในด้านนี้คิดประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ ว่ามี อะไรบ้างได้หลายทิศทาง ในขณะที่คนซึ่งไม่มีความคิดยืดหยุ่นจะคิดได้เพียงทิศทางเดียว ผู้ประกอบการ SMEs บางท่านจะมีความสุขกับการคิดอยู่ตลอดเวลา

2.2 ความคิดเห็นยืดหยุ่นทางการดัดแปลง (Adapter Flexibility) หมายถึงความสามารถ ในการดัดแปลงความรู้หรือประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์หลาย ๆ ด้าน ซึ่งมีประโยชน์ต่อการ แก้ปัญหา ซึ่งคนที่มีความคิดยืดหยุ่นจะคิดได้ไม่ซ้ำกัน เช่น รสชาติขนม ทึบหอมผลิตภัณฑ์สินค้า และการแต่งหน้าขนม เป็นต้น

3. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึงความสามารถทางสมองในการหาคำตอบที่แปลก ใหม่และเป็นคำตอบที่ไม่ซ้ำกับคำตอบของผู้อื่น เป็นความคิดที่แตกต่างไปจากความคิดธรรมดา เช่นการทำกระเป๋ากลับจากต้นไทร หรือต้นกก

4. ความคิดละเอียดละออ (Elaboration) หมายถึงความคิดเกี่ยวกับรายละเอียดที่ใช้ใน การตกแต่ง เพื่อทำให้คิดริเริ่มนั้นสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น การตกแต่งหน้าร้าน การแต่งหน้าขนมเค้ก เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ทั้ง 4 ข้อจะทำให้บุคคลเกิดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ SMEs มีความจำเป็นต้องมีความตั้งใจที่จะคิดสิ่งที่แปลกใหม่จากผู้อื่นหรือคิดสิ่งใหม่ที่ต่างจากเดิมที่ตนเองทำอยู่ มีความพยายามที่จะคิดหลายๆ ครั้งซึ่งปริมาณการคิดจะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้การคิดยืดหยุ่นโดยเป็นการคิดจากสิ่งที่ตนเองเองมีอยู่หรือการดัดแปลงจากที่คนอื่นทำไว้แล้ว และนำแนวคิดเหล่านั้นมากำหนดขั้นตอนรายละเอียดและสามารถอธิบายให้เกิดเป็นภาพที่ชัดเจนได้

5. การตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารของธุรกิจ การประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง Facebook เว็บไซต์ และline เป็นต้น ซึ่งช่องทางดังกล่าวทำให้ลูกค้าหรือกลุ่มผู้บริโภคติดต่อกับผู้ประกอบการและรับทราบข้อมูลสินค้าได้ตลอดเวลา ซึ่งการทำการตลาดออนไลน์นี้เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าจากเดิมที่จำหน่ายหน้าร้าน การแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ที่ส่วนราชการได้จัดกิจกรรม

สภาพทั่วไปในการดำเนินงานของผู้ประกอบการเอส เอ็มอี สตาร์ทอัพ กรณีศึกษาพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

1. SMEs บริบทจังหวัดบุรีรัมย์

แผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์ (2561-2564) มีทั้งหมด 4 ด้าน1)มุ่งพัฒนาด้านเศรษฐกิจให้บุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม 2) มุ่งส่งเสริมสังคมและสุขภาพของประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีมีมั่นคง ยั่งยืนบนพื้นฐานความพอเพียง 3) การส่งเสริมการเป็นมิตรต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 4) การรักษาและทำให้เกิดความ

มั่นคง มีความสุขของประชาชน ยุทธศาสตร์ของจังหวัดนำมาสู่การพัฒนาให้เกิดรูปธรรมโดยการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนและเพื่อให้ยุทธศาสตร์ของจังหวัดบุรีรัมย์ทั้ง 4 ข้อเกิดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กเดิมและผู้ประกอบการใหม่ได้พยายามพัฒนาตนเองเพื่อให้ธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตและเกิดความยั่งยืน ซึ่งองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กเดิมและผู้ประกอบการใหม่มีผลการดำเนินงานที่ดีนั้นมีดังนี้

1.1 การพัฒนาตนเองของ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กและผู้ประกอบการใหม่ หรือ SMEs (Self-development SMEs) นั้นนอกจากจะต้องมีความรู้ในการวางแผนธุรกิจ การผลิต การตลาด การวางแผนทางการเงิน ธุรกิจเติบโตในยุคปัจจุบันจะต้องมีแนวทางในการพัฒนาตนเองดังนี้

1.2 การตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) การสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการ และการให้ข้อมูลลูกค้า ได้แก่การประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการ ราคาสินค้าที่จะเป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการ เช่น Facebook เว็บไซต์ และline เป็นต้น ซึ่งช่องทางดังกล่าวทำให้ลูกค้าหรือกลุ่มผู้บริโภคติดต่อกับผู้ประกอบการและรับทราบข้อมูลสินค้าได้ทุกเวลา ซึ่งการทำตลาดออนไลน์นี้เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าจากเดิมที่จำหน่ายหน้าร้าน การแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ที่ส่วนราชการได้จัดกิจกรรม

1.3 การสร้างเครือข่าย (Network) ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กและผู้ประกอบการใหม่ หรือ SMEs startup โดยส่วนใหญ่จะมีกำลังการผลิตจำกัด เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเงินลงทุนด้านเครื่องจักร ค่าแรง และทรัพยากรการผลิตอื่นๆ ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการเหล่านี้มีเครือข่ายก็จะทำให้เกิดความร่วมมือในการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงสินค้า จัดจำหน่ายสินค้า ในปัจจุบันผู้ประกอบการเหล่านี้เกิดการสร้างเครือข่ายจากที่ได้เข้าร่วมอบรมความรู้ในการพัฒนากิจการจากส่วนราชการที่จัดขึ้น

1.4 ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความคิดสร้างสรรค์นั้นจะเกิดขึ้นได้ย่อมมาจากความต้องการที่จะทำสิ่งใหม่ๆ ที่ต่างจากเดิม ดังนั้นจากที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กเดิมและผู้ประกอบการใหม่ หรือ SMEs ได้มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลจากสมาชิกเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กด้วยกันก็จะทำให้หาข้อมูลเหล่านั้นมาคิดสิ่งใหม่ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเอง เช่นรูปแบบการบริการ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รสชาติ กลิ่น หีบห่อ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้สินค้ามียอดขายมากขึ้น ได้รับความนิยมในตลาดมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการใหม่ หรือ SMEs ได้คิดริเริ่มสร้างงานที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่อื่น อาทิ ผ้าหมักโคลนดินภูเขาไฟ น้ำพริกนายฮ้อยที่ใช้ใบลานเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้เป็นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์

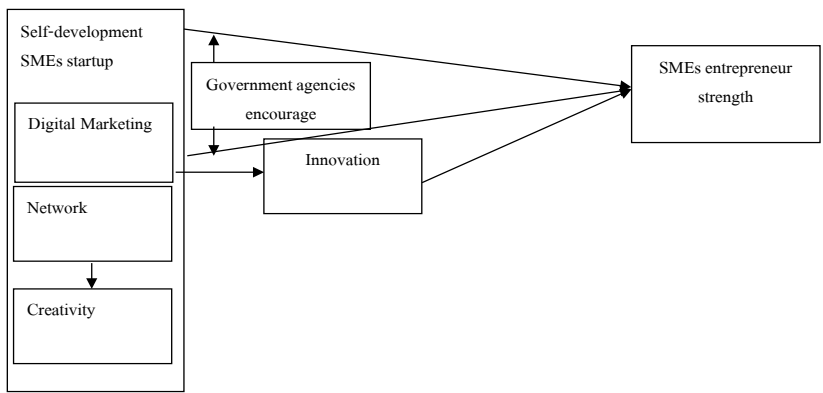
1.5 การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ (Government agencies encourage) ในบริบทของประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา มีหน่วยงานที่รับผิดชอบส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กให้ทำธุรกิจเพื่อสร้างรายได้และเป็นอาชีพที่มั่นคง ยั่งยืนโดยผ่านกิจกรรมต่างๆ ของพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์ พัฒนาชุมชนบุรีรัมย์ สำนักงานพัฒนาฝีมือจังหวัดบุรีรัมย์ อุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กมีความเข้มแข็งทั้งการบริหารจัดการ การจัดหน้าร้าน การจัดทำบัญชีการเงิน การทำการตลาด นอกจากนี้ยังมีสถาบันการเงินที่เป็นของภาครัฐ เช่น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SMEs Bank) และธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นสถาบันการเงินของรัฐที่ช่วยเหลือและสนับสนุนสินเชื่อและให้คำปรึกษาในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กเพื่อให้สามารถมีทุนเพื่อนำมาประกอบธุรกิจ

1.6 นวัตกรรม (Innovation) ถือว่าเป็นสิ่งสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้องค์กรมีการปฏิบัติงานที่รวดเร็วขึ้น เช่นการนำเครื่องจักรกลขนาดเล็กมาใช้แรงงานคน โดยเฉพาะการผสมน้ำพริก การบดเครื่องปรุง การออกแบบลายผ้าด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อให้ลายผ้ามีลายที่ละเอียดและเส้นลายสม่ำเสมอ เครื่องบรรจุข้าวไรซ์เบอร์รี่ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามความคิดสร้างสรรค์หากมีการคิดและทบทวนอยู่เสมอก็จะทำให้เกิดนวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 6 ซึ่งรับผิดชอบการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ได้บริการเครื่องอบแห้ง เครื่องบดวัตถุดิบ เครื่องพีชชดราย ให้ผู้ประกอบการ SMEs ใช้เครื่องจักรเหล่านี้ฟรี ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการ SMEs startup ประหยัดต้นทุนด้านการผลิต

1.7 ความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ SMEs (SMEs entrepreneurs strength) ในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ในช่วงเริ่มต้น พ.ศ.2550 นั้น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 6 จังหวัดนครราชสีมา ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์จัดโครงการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ NEC (New Entrepreneurs Creation: NEC) โดยกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมอบรมได้แก่ผู้ว่างงาน ทายาทผู้ประกอบการ ผู้ประกอบอาชีพอื่นๆ ที่ต้องการประกอบธุรกิจ และสอดคล้องตามรัฐบาลนโยบายในการส่งเสริมพัฒนา SMEs โดยถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว ด้วยการสร้างผู้ประกอบการ SMEs ใหม่ๆ ขณะเดียวกันก็จะช่วยเหลือพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs เดิมที่ยังคงมีศักยภาพให้อยู่รอด เพื่อให้ SMEs ทั้งรายใหม่และรายเดิมสามารถดำรงอยู่และเจริญก้าวหน้าช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อันจะทำให้ประเทศไทยมีฐานธุรกิจและฐานภาษีที่กว้างขวางขึ้น สร้างรายได้เพื่อนำมาพัฒนาประเทศต่อไป และเรื่อยมาในปัจจุบันผู้ประกอบการใหม่ก็มีการพัฒนาธุรกิจของตนเองเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งขึ้น และในขณะเดียวกันก็มีนโยบายการส่งเสริม SMEs จากรัฐบาลตามยุคสมัย โดยมุ่งพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้ดำเนินธุรกิจ1-3 ปี หรือโครงการสนับสนุน SMEs ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปี เป็นต้นจนถึงปัจจุบัน สถานการณ์เปลี่ยน โดยรัฐบาลยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 การนำนวัตกรรมมาสนับสนุนการดำเนินงานของทุกภาคส่วนในประเทศไทย ทำให้ SMEs ต้องปรับเปลี่ยนการบริหารงาน อย่างไรก็ตามผลจากนโยบายรัฐบาลสู่การปฏิบัติของหน่วยงานราชการหลายหน่วยงาน การนำการตลาดออนไลน์มาใช้ในธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs การมีเครือข่ายในการทำธุรกิจ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ จากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นที่ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่าเฉพาะท้องถิ่น รวมถึงความพยายามคิดสิ่งใหม่ๆ ทำให้การนำนวัตกรรมมาใช้ในธุรกิจได้รับการขับเคลื่อนนวัตกรรมที่ทันสมัยจากหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 6 จังหวัดนครราชสีมา การสนับสนุนโครงการต่างๆ จากอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ พาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์ พัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงาน การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อจากสถาบันการเงินของรัฐ ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs เกิดความเข้มแข็ง ซึ่งความเข้มแข็งสามารถอธิบายได้จากผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจ โดยสินค้าและผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับในตลาด มียอดขายที่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้และมีการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐานที่ได้รับรองจากหน่วยงานราชการ เช่น แบรินด์บุรีรัมย์ มาตรฐาน OTOP 4-5 ดาวระดับจังหวัด เป็นต้น

ปัจจัยความสำเร็จที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี สตาร์ทอัพ ภูมิศึกษาพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์
นโยบายของรัฐบาลประเทศไทยต้องการให้เกิดความยั่งยืนของประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาประชาชนทุกช่วงวัยให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศและนำไปสู่ความเสมอภาคของประชาชนให้มากขึ้น จึงทำให้เกิดการสร้างผู้ประกอบการใหม่ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศไทยที่มีอยู่เดิมได้เกิดความยั่งยืน และในบริบทของจังหวัดบุรีรัมย์ผู้ประกอบการ SMEs และในปัจจุบันได้มีการสนับสนุนผู้ประกอบการSMEs รายเก่า และรายใหม่ หรือในปัจจุบันเป็นผู้ประกอบการ SMEs startup เกิดการเติบโต ยั่งยืนในยุคที่สถานการณ์โลกเปลี่ยนแปลง สิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs เหล่านี้อยู่ได้จะต้องนำการตลาดออนไลน์มาสนับสนุน

สนุนการติดต่อสื่อสาร รับข้อมูลและจำหน่ายสินค้า ขณะเดียวกันผู้ประกอบการ SMEs startup จะต้องมีการสร้างเครือข่ายเพราะการสร้างเครือข่ายทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจของตนเองรวมทั้งได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ อย่างไรก็ตามการมีเครือข่ายในธุรกิจก็จะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ คิดใหม่ ทำสิ่งใหม่ๆ โดยคิดริเริ่มจากทรัพยากรที่มีอยู่ในธุรกิจ ท้องถิ่นหรือการนำทรัพยากรอื่นๆ มาทำให้เกิดสิ่งใหม่ และหากผู้ประกอบการ SMEs มีความคิดสร้างสรรค์ก็ทำให้เกิดนวัตกรรมในการนำมาใช้อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน ทำให้การปฏิบัติงานรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดทุกภาคส่วนเข้ามาสนับสนุนการทำให้เกิดเครือข่าย การสนับสนุนนวัตกรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs มีความเข้มแข็ง อย่างไรก็ตามทฤษฎีฐานทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร แนวคิดความสามารถเชิงพลวัต และความคิดสร้างสรรค์ มาสนับสนุนการอธิบายบทความวิชาการนี้ (ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา, อรุณรัตน์ ชินวรรณ, โสภภาพ กล่ำสกุล และ คงขวัญ ศรีสะอาด. (2559) และแสดงดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเอส เอ็ม อี กรณีศึกษาเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

อ้างอิง

กรธวัฒน์ สกลคฤหเดช และคณะ. (2559). ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของประเทศไทย. วารสารเกษมบัณฑิต ปีที่ 17 ฉบับที่ 2.

ธนิต โสรัตน์. (2562). เดือนแรงงานไทยปรับตัวเทคโนโลยีเสี่ยงทำตกงานพุ่ง. ผู้จัดการออนไลน์. ค้นเมื่อ สิงหาคม 2562 จาก <https://mgronline.com/business/detail/9620000016989>

พะยอม ศรีสมัย. (2551). ความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดวิจารณ์ญาณ ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. สาขาวิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา, อรุณรัตน์ ชินวรรณ, โสภภาพ กล่ำสกุล และ คงขวัญ ศรีสะอาด. (2016, Sep – Dec 22-34). การเรียนรู้ขององค์กรและความสามารถเชิงพลวัตที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน. WMS Journal of Management Walailak University. Vol.5 No.3

มารศรี เจริญปฏิบัติ. (2552). อิทธิพลของคุณสมบัติของทรัพยากรความสามารถองค์กรและความสามารถของผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานขององค์กร : กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.วิทยานิพนธ์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.กรุงเทพฯ

- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ .(2562). กิจกรรมเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation: NEC). กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562. จาก <http://info.dip.go.th/โครงการ/โครงการหลกสอ/NEC/tabid/131/Default.aspx>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2560- 2564. กรุงเทพฯ. สำนักนายกรัฐมนตรี.
- Helfat, C. E. (1997). Know-How and asset complementarity and dynamic capability
- Guilford, J.P. (1956). Structure of Intellect Psychological. New York : McGraw-Hill Book Co. accumulation: the case of R&D. Strategic Management Journal. 18(5): 339-360.
- Wang, C. L. and Ahmed, P. K. (2007). Dynamic Capabilities: a review and research agenda. International Journal of Management Reviews. 9(1): 31-51.
- Wanerfelt. B. (1984). “ A Resource-Based Vew of the Firm ” .Strategic Management Journal. 5(2): 171-180.
- Teece, David J., Pisano, Gary, and Shuen, Amy. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. Stategic Management Journal. Vol Vol. 18:7. 509–533 (1997) การกำหนด