

สรุปผลการศึกษา SMEs ประเทศไทย:
บทบาทเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม



บทที่ 7

สรุปผลการศึกษา

SMEs ประเทศไทย: บทบาทเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

จากการดำเนินการศึกษาบทบาทของ SMEs ในพื้นที่ 13 จังหวัดเป้าหมายหลักใน 13 กลุ่มจังหวัดของภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2552-เมษายน 2553 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกใน SMEs และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรวมประมาณ 250 ราย สัมภาษณ์กลุ่มย่อยรวม 16 ครั้ง และสำรวจด้วยแบบสอบถามรวมประมาณ 5,000 ราย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

7.1 ภาคเหนือ

7.1.1 ศักยภาพพื้นที่ และทิศทางการพัฒนา

พื้นที่ภาคเหนือได้ถูกกำหนดให้มีบทบาทสำคัญตามสถานการณ์และสภาวะแวดล้อมของพื้นที่ ดังนี้

1. ภาคเหนือเป็นฐานทรัพยากรป่าไม้และน้ำที่สำคัญของประเทศ เป็นภาคเดียวที่มีสัดส่วนพื้นที่ป่าไม้สูงกว่าระดับรักษาสสมดุลระบบนิเวศน์ โดยมีสัดส่วนพื้นที่ป่าไม้มากที่สุดร้อยละ 54 โดยเฉพาะภาคเหนือตอนบน มีภูมิประเทศเป็นภูเขาสูงและป่าไม้หนาแน่น เป็นต้นกำเนิดของกลุ่มเจ้าพระยา และมีเขื่อนกักเก็บน้ำขนาดใหญ่ เขื่อนภูมิพล และเขื่อนสิริกิติ์ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างกลุ่มที่ 1 ที่หล่อเลี้ยงทั้งภาคเหนือตอนล่างและภาคกลาง
2. เป็นประตูเชื่อมโยงการค้าและบริการสู่กลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนและเอเชียใต้ มีพื้นที่เชื่อมโยงการพัฒนาภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง GMS ทั้งในแนว North-South Economic Corridor และ East-West Economic Corridor ที่เชื่อมโยงสู่กลุ่มประเทศเอเชียใต้ด้านอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
3. เป็นฐานการผลิตพืชผัก ไม้ผล ธัญพืช และอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร โดยกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนเป็นฐานการผลิตพืชผักและไม้ผลที่สำคัญ ส่วนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างเป็นฐานการผลิตธัญพืช และพืชไร่ ที่สำคัญ
4. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ และศูนย์กลางหัตถอุตสาหกรรม โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ และนานาชาติส่วนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกทั้งเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ และกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 มีแหล่งรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งที่ได้รับประกาศเป็นมรดกโลกเช่นกัน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเหนือ

จากยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเหนือ ที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีใน 6 ด้าน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1: สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มของฐานการผลิตที่มีความหลากหลาย คำนี้ถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อคงความเป็นฐานเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ยกระดับการค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน ท้นต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสตลาด เน้นการพัฒนาบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนาเมืองศูนย์กลางความเจริญและเมืองชายแดน เพื่อรองรับการเชื่อมโยงในระดับนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาคมนาคมและสังคมให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง มีความมั่นคง และอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน

ยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาศักยภาพของสถาบันครอบครัวและชุมชนให้มีความเข้มแข็งในการพัฒนาที่นำไปสู่การพึ่งตนเอง มีภูมิคุ้มกันตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์ที่ 6: บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เน้นการอนุรักษ์ฟื้นฟู และใช้ประโยชน์อย่างสมดุล รวมทั้งเตรียมการป้องกันและรับมือกับภัยธรรมชาติ (ที่มา : สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ)

7.1.2 บทบาทของ SMEs ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในพื้นที่ภาคเหนือ

ด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเหนือส่วนใหญ่เป็น SMEs ที่เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนกลไกทางเศรษฐกิจ โดยเป็นธุรกิจเกษตร อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก และธุรกิจบริการ ตามศักยภาพของพื้นที่ ซึ่งเป็นฐานการผลิตด้านเกษตร และเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่สำคัญในหลายจังหวัดทำให้เอื้อต่อธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง และจากภูมิศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน มีจุดผ่านแดนที่สำคัญทั้งด้านชายแดนกับประเทศพม่าและสปป.ลาว เชื่อมโยงอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงด้วย ดังนั้นจึงมีธุรกิจค้าชายแดนอยู่ในพื้นที่จังหวัดที่มีเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ตาก (แม่สอด) เชียงราย (แม่สาย เชียงแสน เชียงของ) และอุตรดิตถ์ (ด่านภูตู)

ในทางสังคม หลายจังหวัดที่เป็นพื้นที่การเกษตรและพื้นที่ติดกับชายแดนนั้น มีการจ้างแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากประเทศพม่า โดยผ่านเข้ามาทางด่านชายแดนแม่สอด แม่สาย ดังนั้น ในพื้นที่เหล่านั้น โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดชายแดน จึงมีประชากรแฝงที่เป็นแรงงานต่างด้าวอยู่จำนวนมาก และมีผลกระทบในเชิงสังคม ในด้านการปกครอง การสาธารณสุข การศึกษา และอื่นๆ

ในส่วนของการประกอบธุรกิจในพื้นที่โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานแรงงานต่างด้าวอยู่มากด้วย จากเหตุผลจากค่าจ้างแรงงานต่ำ และขาดแรงงานในพื้นที่ในบางประเภทธุรกิจนั้น จึงต้องมีการบริหารจัดการแรงงานที่มีประสิทธิภาพและได้รับผลกระทบทางตรงจากมาตรการหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าวด้วย

ในบางพื้นที่ เช่น แม่สอด หรือ เชียงราย ซึ่งมีปัจจัยดึงดูดให้โรงงานอุตสาหกรรมจากที่ต่างๆ เข้าไปตั้งในพื้นที่จำนวนมาก ก็ส่งผลทำให้มีแรงงานทั้งไทยและต่างด้าวอพยพเข้าไปทำงานอยู่ในพื้นที่ และเป็นส่วนสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมในพื้นที่นั้นๆ ด้วย หรือในกรณีของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งดึงดูดทั้งคนไทยและคนต่างชาติให้เข้าไปท่องเที่ยวและตั้งธุรกิจในพื้นที่ มีผลให้โครงสร้างประชากรและโครงสร้างทางสังคมปรับเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน และทำให้เกิดมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องตามมา เพื่อรองรับกับความต้องการของสังคมหรือประชากรที่เปลี่ยนไปในแต่ละพื้นที่นั้น

ในส่วนของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งก่อตั้งขึ้นมากมายในช่วงนับตั้งแต่เริ่มโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นอีกหนึ่งบทบาทของการเชื่อมโยงคนในชุมชน ให้เกิดการจ้างงาน การสร้างรายได้ สร้างความสัมพันธ์ทางสังคม สร้างเศรษฐกิจของชุมชน และยังเป็นกลไกในการรักษารากวัฒนธรรมของชุมชนแต่ละพื้นที่อีก

ในทางวัฒนธรรม ทูทางด้านวัฒนธรรมที่สำคัญในพื้นที่ภาคเหนือ คือ วัฒนธรรมล้านนา ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในกลุ่มภาคเหนือตอนบน และมีอยู่บ้างในบางพื้นที่ของภาคเหนือตอนล่าง นอกจากนี้ ยังมีวัฒนธรรมชนเผ่า ในพื้นที่หลายจังหวัดทางภาคเหนือตอนบน และจังหวัดชายแดน ซึ่งมีประชากรที่เป็นชนเผ่าต่างๆ อยู่ด้วย จึงมีวัฒนธรรมในแบบผสมผสานหลายเชื้อชาติ สำหรับในกลุ่มภาคเหนือตอนล่างนั้น มีวัฒนธรรมไทยจีนซึ่งมีอิทธิพลสำคัญต่อทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม เพราะเป็นวิถีในการดำเนินชีวิต และกระตือรือร้นการดำเนินธุรกิจของพื้นที่ ในขณะที่ประชาชนอีกส่วนหนึ่ง ดำรงอยู่ด้วยวัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งมีแนวทางในการทำธุรกิจที่แตกต่างกันไป

ในพื้นที่ภาคเหนือนั้น หลายจังหวัดทั้งตอนบนและตอนล่าง นอกจากด้านวัฒนธรรมทางด้านศาสนา ประวัติศาสตร์ และประเพณีที่โดดเด่นแล้ว ยังอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ภูเขา ป่าไม้ สายน้ำ ซึ่งเอื้อต่อการใช้ประโยชน์ในเชิงท่องเที่ยวธรรมชาติ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทิศทางที่สำคัญในการสร้างโอกาสทางธุรกิจในพื้นที่สำหรับ SMEs

7.1.3 กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีบทบาทโดดเด่นในพื้นที่ภาคเหนือ

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน)

พื้นที่ภาคเหนือตอนบน นับเป็นแหล่งการค้าและการผลิตที่สำคัญ เป็นฐานการผลิตเกษตรของประเทศทั้งพืชไร่ พืชสวน ไม้ดอก ผักผลไม้ต่างๆ มีจุดขายทั้งด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาที่เข้มแข็ง ซึ่ง SMEs สามารถผสมผสานและสร้างสรรค์ศิลปะรุ่นใหม่บนอัตลักษณ์ของล้านนา และเชื่อมโยงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงตอนบนด้วย

ธุรกิจ SMEs ที่โดดเด่นในพื้นที่ ได้แก่

- ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง (เชียงใหม่)
- ธุรกิจเกษตรและแปรรูปการเกษตร ธุรกิจอาหาร (เชียงใหม่ ลำพูน)
- ธุรกิจหัตถกรรม หัตถอุตสาหกรรม : งานผ้าทอ งานไม้ แกะสลัก กระดาษสา และอื่นๆ (เชียงใหม่ ลำปาง)
- อุตสาหกรรมการผลิต เซรามิกส์ เฟอร์นิเจอร์ไม้ และอื่นๆ (เชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน)
- ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง (เชียงใหม่ ลำปาง แม่ฮ่องสอน)
- ธุรกิจการศึกษา (เชียงใหม่) เช่น โรงเรียนเอกชน โรงเรียนนานาชาติ โรงเรียนกวดวิชาต่างๆ เป็นต้น
- ธุรกิจบริการในแบบ Life Style (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน) เช่น ร้านอาหารแฟรนไชส์ใหม่ โรงแรมขนาดเล็กในแบบโรงแรมบูติกหรือเกสต์เฮาส์ ธุรกิจด้านไอที ธุรกิจสถาบันบันเทิงหรือพักผ่อน ที่ตอบสนองกระแสบริโภคที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและความนิยมวิถีธรรมชาติและตะวันออก เป็นต้น

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน)

เป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นฐานสำคัญของวัฒนธรรมล้านนาตะวันออก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเป็นประตูการค้าชายแดนเชื่อมโยงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวกับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง และเอเชียใต้ เป็นแหล่งผลิตพืชผลเกษตรที่สำคัญ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และสุขภาพ

ธุรกิจ SMEs ที่โดดเด่นในพื้นที่ ได้แก่

- ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง (เชียงราย)
- ธุรกิจค้าชายแดน (เชียงราย)
- ธุรกิจเกษตรและแปรรูปการเกษตร ธุรกิจอาหาร ผลไม้ ซากาแฟ (เชียงราย)
- ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง (เชียงราย)
- หัตถอุตสาหกรรม ผ้าทอ เฟอร์นิเจอร์ไม้ และอื่นๆ (แพร่ เชียงราย)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (ตาก พิชณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย อุตรดิตถ์)

ด้วยศักยภาพทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของพื้นที่ กลุ่มจังหวัดนี้จึงเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเส้นทางเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ และตะวันออก-ตะวันตก (North-South / East-West Corridor) โดยมีพิษณุโลกเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ และการผลิตต่างๆ และจังหวัดตากเป็นจังหวัดชายแดนเชื่อมโยงเส้นทางที่สำคัญ มีโครงการคมนาคมทางบกที่สนับสนุนการขนส่งทั้งผู้โดยสารและสินค้า เป็นแหล่งผลิตทางการเกษตร และอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลการเกษตรที่สำคัญของภาค นอกจากนี้ กลุ่มจังหวัดนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกเชิงประวัติศาสตร์ คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวของจังหวัดเพชรบูรณ์ พิชณุโลก และตาก มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์สามารถนำมาสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และตลาดสินค้าที่ระลึก เช่น ผ้าทอจังหวัดอุตรดิตถ์ ทองลายโบราณจังหวัดสุโขทัย ศิลปะประดิษฐ์และอาหารแปรรูปของจังหวัดพิษณุโลก

ธุรกิจ SMEs ที่โดดเด่นในพื้นที่ ได้แก่

- ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง (พิษณุโลก)
- ธุรกิจค้าชายแดน (ตาก)
- ธุรกิจเกษตรและแปรรูปการเกษตร ค้าพืชไร่ เครื่องจักรกลการเกษตร (ตาก พิชณุโลก สุโขทัย)
- ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง (พิษณุโลก ตาก เพชรบูรณ์)
 - การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ธรรมชาติ (พิษณุโลก ตาก เพชรบูรณ์)
 - การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์/ศาสนา (สุโขทัย พิชณุโลก อุตรดิตถ์)
- ธุรกิจการศึกษา (พิษณุโลก) เช่น โรงเรียนเอกชน โรงเรียนนานาชาติ โรงเรียนกวดวิชาต่างๆ เป็นต้น

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 (นครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร อุทัยธานี)

กลุ่มจังหวัดนี้ เป็นแหล่งผลิตและค้าข้าวที่สำคัญ และพืชผลทางการเกษตรอื่นๆ ด้วย เช่น อ้อย ข้าวโพด มันสำปะหลัง และผลไม้ต่างๆ อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร และเป็นศูนย์กลาง Logistics เชื่อมโยงภาคเหนือ-ภาคกลาง-ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีจังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลางการค้า การขนส่ง และการผลิตที่สำคัญ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่สำคัญ คือ เขตอนุรักษ์พันธุสัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ที่เป็นมรดกโลก และการท่องเที่ยววิถีชีวิตบนลำน้้ำสะแกกรังและเจ้าพระยา สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภาคกลางสู่ภาคเหนือ

ธุรกิจ SMEs ที่โดดเด่นในพื้นที่ ได้แก่

- ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง (นครสวรรค์)
- ธุรกิจเกษตร และแปรรูปการเกษตร (นครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร)
- ธุรกิจขนส่ง Logistics (นครสวรรค์)
- ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และวัฒนธรรม (กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี)

7.1.4 ปัจจัยความสำเร็จของ SMEs ในพื้นที่ภาคเหนือ

- การสร้างจุดขายให้ตัวเอง ทั้งในด้านรูปแบบสินค้า การออกแบบที่ผสมผสานอัตลักษณ์พื้นที่กับรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค การสร้างความแตกต่าง
- การสร้างจุดขายด้วยการบริการพิเศษ ทั้งการจัดส่ง รูปแบบการให้บริการ การออกแบบพื้นที่
- การสร้างอัตลักษณ์ให้สินค้าและบริการของตัวเอง มีความโดดเด่นที่ชัดเจน เป็นที่จดจำ และสนใจของลูกค้า
- การใช้บริการจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ด้านบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการตลาด
- การบริหารจัดการที่ดีด้านทรัพยากร และบุคลากร
- การวาง Position ทางการตลาดที่ชัดเจน สำหรับสินค้าหรือบริการของตน

7.1.5 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ

- ปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทั้งภายในพื้นที่ และจากภายนอกพื้นที่ (ผู้ค้ารายใหญ่ โมเดิร์นเทรด รวมไปถึง จากต่างประเทศ)
- ปัจจัยทางการเมือง ที่ทำให้กระแสการท่องเที่ยวในภาคเหนือลดน้อยลง มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่น้อยลง ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
- สภาพภูมิอากาศที่ร้อนขึ้น ส่งผลกระทบต่อพืชผลทางการเกษตร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพืชผักผลไม้เมืองหนาว ทำให้ต้องมีการดูแลมากขึ้น ต้นทุนสูงขึ้น ในขณะที่อำนาจการกำหนดราคาเป็นของตลาดในกรุงเทพฯ เป็นสำคัญ
- สภาพสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น สภาพหมอกควันในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น
- การได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ในการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ SMEs สามารถพัฒนาสินค้าได้ตามมาตรฐานและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป
- การได้รับการสนับสนุนหรือส่งเสริมด้านการตลาด ทำให้ SMEs และวิสาหกิจชุมชน สามารถขยายพื้นที่การตลาดและนำเสนอสินค้าและบริการไปในผู้บริโภควงกว้างได้มากขึ้น

7.1.6 ภาพอนาคต และความคาดหวัง

- SMEs สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีทิศทางชัดเจนและร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น
- แต่เดิมนั้นจังหวัดทางภาคเหนือสามารถสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวได้โดยการผูกโยงกับ

วัฒนธรรมล้านนา แต่ในระยะหลังที่มีการมุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยละทิ้งการให้ความสำคัญกับด้านวัฒนธรรม ทำให้กระแสความนิยมลดลงไป เพราะขาดเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่สำคัญที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ

- การสืบทอดหรือรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่น ความเป็นล้านนา และได้นำเสนอในรูปแบบสินค้าหรือบริการ ไปพร้อมกับการพัฒนาสินค้าและบริการในรูปแบบต่างๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับผู้ประกอบการต่างๆ ของภาคเหนือ และเป็นจุดขายที่สำคัญในสถานการณ์ที่ต้องแข่งขันกับสินค้าและบริการจากพื้นที่อื่นๆ
- ผู้ประกอบการ SMEs คาดหวังในการที่ SMEs จะสามารถเข้าถึงช่องทางการตลาดได้มากขึ้น มีพื้นที่การค้ามากขึ้นหรือได้รับโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้น เพื่อจะสามารถนำเสนอสินค้าให้กับผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ได้ มีพันธมิตรในทางการค้าในต่างพื้นที่ เพื่อจะสามารถขยายพื้นที่การค้าออกไปในจังหวัดอื่นๆ
- การจัดระเบียบในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยว และสร้างประโยชน์ให้คนในพื้นที่นั้นๆ
- การจัดระบบระเบียบด้านแรงงานต่างด้าว ที่แก้ปัญหาทั้งระบบ

7.1.7 กรณีศึกษา SMEs ที่มีบทบาทในพื้นที่ภาคเหนือ

ปางช้างแม่สา

(คุณพีชยะ กัลมาพิจิตร : Assisstant to Managing Director ที่ตั้ง 101 หมู่ที่ 9 ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ www.maesaelephantcamp.com , www.gallerymaesa.com)
 “ปางช้างแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9001 เป็นบ้านหลังใหญ่ที่ช้างหลายเชือกอยู่ร่วมกันกับควาญช้างด้วยความรักและความกลมเกลียว”

“ปางช้างแม่สา” ถือเป็นปางช้างที่มีจำนวนช้างมากที่สุดในภาคเหนือด้วยสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ในเขตพื้นที่หุบเขาแม่สา มีการแสดงของช้างที่สร้างความประทับใจกับความสามารรถและพรสวรรค์ของช้างไทยที่ได้รับการฝึกมาอย่างดี เพื่อให้ผู้มาเยี่ยมชมได้รักช้าง เข้าใจวิถีแห่งการเลี้ยงช้าง และร่วมกันอนุรักษ์และสืบสายพันธุ์ช้างต่อไป

กว่าจะเป็นวันนี้ของปางช้างแม่สา

ในอดีตเชียงใหม่ไม่มีช้างที่เป็นช้างป่า แต่มีช้างที่นำมาใช้งานในการลากซุงเนื่องจากช่วงเวลานั้นเชียงใหม่ให้สัมปทานไม้ จึงมีปางช้างเกิดขึ้นอยู่หลายที่ แต่ต่อมาเมื่อการใช้ช้างในการลากซุงเริ่มหายไป และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในเชียงใหม่มากขึ้น จึงได้เกิดมีการทำปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว โดยคุณชูชาติ กัลมาพิจิตร ได้ก่อตั้งปางช้างแม่สาขึ้นเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2519 โดยเริ่มจากการขอเช่าพื้นที่จำนวน 30 ไร่เศษ บริเวณหมู่บ้านแม่แ่ม จากกองพันสัตว์ต่าง ซึ่งเคยเป็นปางช้างเก่าอยู่แล้ว เป็นพื้นที่ป่าอุดมสมบูรณ์ที่อยู่ติดกับลำน้ำแม่สา และได้ขอเช่าช้างจากคนกะเหรี่ยงที่อำเภอสะเมิงจำนวน 5-6 เชือก โดยการแสดงในช่วงแรก

จะเป็นการแสดงเน้นที่การลากซุง จัดซุง ต่อมาในระยะหลังถึงได้มีการเพิ่มการแสดงอื่นๆ ที่ให้ความสนุกสนาน เช่น การให้ช้างเตะฟุตบอล วาดรูป เดินร่าตามจังหวะดนตรี เป็นต้น ในอดีตปางช้างอำเภอแมริมจะมีเพียงสองแห่ง คือ ปางช้างแม่สาและปางช้างโป่งแยง ในช่วงแรกการเดินทางค่อนข้างลำบาก เนื่องจากถนนยังคงเป็นดินลูกรัง ต้องให้รถบัสจอดไว้ถนนด้านข้างแล้วจึงใช้รถเล็กพานักท่องเที่ยวขึ้นมาชม

จนถึงปัจจุบัน ปางช้างแม่สาได้ทำการซื้อช้างจากที่ต่างๆ มาเพื่อทำการฝึกและพัฒนาทักษะต่างๆ และมีช้างอยู่ทั้งหมดถึง 71 เชือก โดยมีความมุ่งมั่นที่จะเผยแพร่ความสามารถของช้างไทยเหล่านี้ให้นักท่องเที่ยวที่หลงเสน่ห์ในความน่ารักของช้างและหวังว่านักท่องเที่ยวที่มาเยือนจะเกิดความรักและตระหนักในคุณค่าของช้างไทย มีความมุ่งมั่นที่จะนำเสนอปางช้างยุคใหม่ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ถึงการดูแลเอาใจใส่ที่ดีต่อช้างทุกเชือกและมีความมั่นใจว่าช้างทุกเชือกอยู่อย่างอึดทนและมีความสุข

จุดเด่นและปัจจัยความสำเร็จ

นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมปางช้างจะมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีลักษณะทั้งแบบเดินทางมาเองและมาเป็นหมู่คณะ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ภายในปางช้างจะจัดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ ประกอบด้วย การแสดงช้าง นั่งช้าง เนิร์สเซอร์รี่ช้าง และหอนิทรรศการที่แสดงผลงานภาพวาดของช้าง

นักท่องเที่ยวไทยมักจะมาเที่ยวในช่วงฤดูหนาว แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะมาตลอดทั้งปี โดยเฉพาะชาวจีน ฤดูฝนจะเป็นนักท่องเที่ยวจากอาหรับ ส่วนคนอเมริกันจะมาในช่วง High Season ประมาณเดือนตุลาคม ถึง กุมภาพันธ์

ปัจจุบันนี้การทำตลาดต่างประเทศ คือ ไปร่วมในงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้นในต่างประเทศ หรืองานส่งเสริมการขายต่างๆ ที่มีการจัดประจำในแต่ละประเทศ เช่น งาน International Travel Mart ในเดือนมีนาคมที่เบอร์ลิน และงาน World Travel Mart ในราวเดือนพฤศจิกายน ของทุกปี โดยจะมีการวางแผนงานล่วงหน้า ทั้งกำหนดการ ค่าใช้จ่าย และผลที่คาดว่าจะได้รับ กลุ่มลูกค้าที่มาท่องเที่ยวจะคละกันไปแล้วแต่ฤดูกาล ถ้าเป็นโปรแกรมทัวร์ที่ต้องการดูช้าง หรือ Shopping จะมาที่ปางช้างแม่สา แต่ถ้าต้องการล่องแพจะไปแม่แตง ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวไทยมาช่วยเยอะในช่วงเทศกาลวันหยุดต่างๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงไปมากจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ

การบริหารจัดการปางช้างแม่สา

เนื่องจากปางช้างแต่ละแห่งในเชียงใหม่มีจุดขายที่มีความแตกต่างกัน ปางช้างแม่สาไม่ได้ถึงขั้นเป็นผู้นำ แต่คิดว่าจะทำให้เป็นมาตรฐานให้เสมอดันเสมอไปตลอด จึงเป็นเหตุผลที่นาระบบมาตรฐานต่างๆ เข้ามาใช้เพื่อควบคุมคุณภาพของปางช้าง ให้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ปัจจุบันปางช้างแม่สาได้รับมาตรฐาน ISO 9001 Version 2000 จากที่ใช้ระบบการจัดการแบบครบวงจรแต่เดิม ได้นำระบบมาตรฐาน

เข้ามาเพื่อช่วยควบคุมระบบการจัดการอีกระดับหนึ่ง และเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการทำงานด้วย โดยได้มีการทำความเข้าใจกับพนักงาน และในอนาคตจะทำระบบ ISO 18000 เป็นเรื่องเกี่ยวกับความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการกำหนดขั้นตอนต่างๆ เกี่ยวกับความปลอดภัย เช่น การขึ้นข้างอย่างไรให้ปลอดภัย การให้อาหารช้าง ควรจะมีระยะห่างเท่าไร และถ้าเกิดเหตุฉุกเฉินจะมีขั้นตอนจัดการอย่างไร

การทำมาตรฐาน ISO ยังมีส่วนช่วยในเรื่องของการควบคุมภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวม เช่น การควบคุมคุณภาพน้ำ จะมีการตรวจสอบโดยการวัดค่าต้นน้ำ และปลายน้ำ เพราะคนที่อยู่ต้นน้ำจริงๆ คือ ชาวเขาที่ปลูกพืช ก่อนที่ข้างจะลงน้ำจะมีโรงอบน้ำให้ก่อน ให้ขับถ่ายก่อนหนึ่งครั้งแล้วหากมีการขับถ่ายลงในแม่น้ำจะมีพนักงานคอยตักเอาออกไป และมูลช้างที่ได้ก็มีมูลค่าช่วยสร้างรายได้ให้กับปาง คือ สามารถนำมาทำเป็นกระดาษ หรือกรอบรูปได้ นอกจากนี้ ยังมีการควบคุมจัดการทรัพยากรป่าควบคู่กับการทำมาตรฐาน ISO ด้วย

ธุรกิจที่ทำอยู่ตอนนี้เป็นธุรกิจครอบครัว การสืบทอดกิจการจะเป็นการสืบสานรุ่นต่อรุ่น โดยปัจจุบันรุ่นลูกแต่ละคนจะดูแลในส่วนที่แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสม

พนักงานของปางช้างมีทั้งหมด 220 คน ความรู้ช้าง 85 คน พนักงานทั่วไปประมาณ 60 คน การจ้างงานส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่ได้มีการจัดการแบ่งเป็นฝ่ายต่างๆ ฝ่ายบริหาร อาจารย์ ความรู้ ฝ่ายบริการ ฝ่ายอาหาร ฝ่ายช่างซ่อมบำรุง มีช้างใหญ่ ช้างเล็ก ๗ลข ทางปางช้างได้มีการพัฒนาเทคนิคคิดค้นกิจกรรมใหม่ๆ ร่วมกัน มีการตรวจสอบความเป็นมาตรฐานอยู่เสมอ

กิจกรรมต่างๆ ของปางช้าง ที่สำคัญได้แก่

ศิลปะขี่ช้าง จากอดีตที่เคยโชว์เพียงแค่ช้างงัดไม้ ก็ได้มีการแสดงถึงความสามารถของช้างเพิ่มขึ้น เช่น เล่นดนตรี วาดรูป ในการฝึกช้างแต่ละเชือกจะใช้เวลาค่อนข้างนานขึ้นอยู่กับช้าง เช่น ช้างวาดรูปใช้เวลาฝึกไม่ต่ำกว่า 2 ปี ช้างแต่ละเชือกจะวาดรูปได้แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับอารมณ์และความรู้สึก โดยเริ่มแรกจะสอนให้ภาพเดียวก่อน แต่ก็สามารถทำได้หลายภาพ ช้างที่วาดรูปได้จะมี 17 เชือก จะสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันในการโชว์แต่ละครั้ง จุดเริ่มของกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ คือการสังเกตว่าช้างสามารถทำอะไรได้บ้าง จากการสังเกตว่าช้างใช้งวงในการจับเหมือนมือ เพราะฉะนั้นการจับพูกันก็น่าจะสามารถทำได้ แต่ก่อนที่จะเริ่มทำก็ได้ออกไปดูงานแสดงของช้างที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง ซึ่งทางศูนย์ก็ฝึกให้ช้างวาดรูปเช่นกัน แล้วจึงมาปรับใช้

การจัดแต่ละกิจกรรมต้องสอบถามความเข้าใจว่าช้างสามารถทำได้หรือไม่ ไม่ใช่การบังคับ อย่างเช่น การวาดรูปจะบังคับให้ช้างทำไม่ได้จะต้องสังเกตไปเรื่อยๆ จากทฤษฎีที่ว่าช้างไม่เห็นสี ดังนั้นความเข้าใจจะเป็นคนกำหนดสี แต่ข้างจะเป็นผู้กำหนดขั้นตอนเองในแต่ละภาพ เป็นการเรียนรู้ร่วมกันและเข้าใจกันระหว่างความและช้าง หากเปลี่ยนความ ภาพก็จะเปลี่ยนไปเช่นกัน

กิจกรรมบ้านความรู้อ่าง เนื่องจากข้อจำกัดของสถานที่ ไม่สามารถทำกิจกรรมประเภทท่องเที่ยว อย่างเป็นทางการ ทางทีมงานจึงได้ร่วมกันคิดกิจกรรมขึ้นมาใหม่คือ การเอนกาท่องเที่ยวมาฝึกเป็นความรู้อ่าง เรียนรู้วิธีการดูแลและเลี้ยงอ่าง ว่ากินอย่างไร ซื่ออย่างไร และบั้งคับอย่างไร เคล็ดล็บของการเป็นความรู้อ่างที่ดี โดยการสอนให้สื่อสารกับอ่างทั้งโดยภาษากายและภาษาพูด มีหลักสูตรครออสความรู้อ่างเบื้องต้นตั้งแต่ 1-3 วัน แต่จะไม่ให้เกิน 3 วัน เพราะลูกค้าจะรับไม่ไหว เป็นกิจกรรมใหม่ที่เริ่มขึ้น ได้ประมาณ 5-6 ปี ซึ่งนอกจากเป็นกิจกรรมใหม่ให้นักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นประโยชน์ในการให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักอ่างและรู้จักการดูแลอ่างมากขึ้นด้วย

โครงการสืบสายพันธุ์อ่าง ปางอ่างแม่สาได้ร่วมมือกับคณะสัตวแพทยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และศูนย์อนุรักษ์อ่างไทย จังหวัดลำปาง จัดทำโครงการสืบสายพันธุ์อ่าง เริ่มประมาณปี 2537 วัตถุประสงค์หลักอยู่ 2 อย่างคือ การทำให้ประชากรอ่างที่อยู่ในปัจจุบันคงสภาพจำนวนให้ได้ยาวนานที่สุด และการเพิ่มประชากรของอ่างในอนาคต โครงการนี้ช่วยในการแก้ไขปัญหาข้อจำกัดของการผสมพันธุ์ของอ่างทั้งด้วยการผสมเทียมแบบเดิมคือ ใช้น้ำเชื้อสดและการใช้น้ำเชื้อแช่แข็ง ซึ่งทุกวันนี้ทางปางอ่างก็ได้พยายามที่จะสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจว่าการนำอ่างมาอยู่ในปางอ่างนั้น มีการบริหารจัดการ และสภาพป่าธรรมชาติในปัจจุบันไม่เอื้ออำนวยให้อ่างเข้าไปใช้ชีวิตอยู่ได้

การบริหารจัดการอ่าง

ปัจจุบันปางอ่างแม่สามีอ่างจำนวน 71 เชือก แต่อ่างที่สามารถจะผสมได้มีเพียง 20 เชือก รวมทั้งตัวผู้และตัวเมีย อ่างเล็กที่ใช้แสดงส่วนใหญ่เกิดในปาง ในอนาคตจะมีปัญหาเรื่องวัยที่ห่างกันค่อนข้างมาก ปกติอ่างที่สามารถพานักท่องเที่ยวไปเดินจะมีอายุประมาณ 20 ปีขึ้นไป ขึ้นอยู่กับขนาดของอ่าง เพราะอ่างใหญ่โดยทั่วไปจะรับน้ำหนักบนหลังได้ประมาณ 200 กิโล ขณะที่อ่างเล็กที่มีอยู่อายุเพียง 10 ปี จะใช้เป็นตัวแทนอ่างที่จะแก่ไป ปัจจุบันอ่างที่สามารถนำมาใส่แหงจะมีจำนวนน้อย และอ่างที่กำลังจะเกษียณมีประมาณ 3 เชือก อายุประมาณ 65 ปี

ในการคัดเลือกอ่างที่จะซื้อเพิ่มแต่ละครั้งจะนำความรู้อ่างที่เก่าแก่ของปางและหม้ออ่างไปดูว่าสุขภาพเป็นอย่างไร ที่สำคัญต้องดูที่สภาวะจิตใจด้วย เนื่องจากอ่างแต่ละเชือกจะมีนิสัยที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการที่จะเอาตัวใหม่เข้ามาแล้วนิสัยไม่ดี ก็จะเป็นตัวที่ตีๆ กลายเป็นไม่ดีได้ และต้องให้ความรู้อ่างไปอยู่ด้วย เพื่อศึกษาพฤติกรรมก่อนเป็นระยะเวลาหนึ่ง

อาหารอ่างส่วนใหญ่จะหาได้ในจังหวัด ที่ปลูกเองจะมีเพียงส่วนน้อย เพราะปลูกไม่ทัน ไม่เพียงพอต่ออ่างทั้งปาง ซึ่งทางปางจะมีคนงานสำหรับตัดหญ้า เนื่องจากอ่าง 1 เชือกจะกินอาหารประมาณ 10% ของน้ำหนักตัว ส่วนใหญ่หญ้าที่ใช่จะเป็นหญ้าใบแหลม ใบไผ่ เนเปียร์ บานา กล้วยกับอ้อยจะใช้เป็นอาหารเสริมเท่านั้น กินมากจะทำให้อ่างอ้วน และถ้าอ้วนมากเกินไปก็จะตกมันได้ หากช่วงไหนมีปัญหาเรื่องความแห้งแล้ง ก็ต้องสลับกับหญ้าแห้ง คือใช้หญ้าม้าที่อัดเป็นฟ่อนๆ หญ้าที่ตัดมาเป็นอาหารคือหญ้าที่ขึ้นเองธรรมชาติ เช่น ตามข้างทาง หรือตามไรนา หญ้าที่ใช้ในปัจจุบันถือว่าเป็นเพียงพอนเนื่องจากเชียงใหม่ยังคงมีพื้นที่ป่าเยอะและพื้นที่รอบเมืองยังมีพื้นที่ที่ว่างเปล่า แต่ไม่ได้จ้างปลูกเพราะไม่มั่นใจว่าหญ้าที่จ้างปลูกจะมีสารเคมีหรือไม่

ปกติช่างจะกินมากกว่าทำงานจึงทำให้ทางปางปิดให้เข้าชมประมาณบ่าย 3 โมง เนื่องจากต้องการให้ช่างได้พักผ่อน ทุกวันนี้ที่ปางมีช่างมาก ดังนั้นจึงสามารถนำออกมาสับเปลี่ยนกันได้ เช่น วันนี้ใช้ 30 เชือก พรุ่งนี้ใช้กลุ่มที่เหลือสับเปลี่ยนกันเพื่อจะไม่ให้ทำงานหนักมากเกินไป จะได้ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ จึงสามารถเพิ่มได้ตามกำลังของช่างที่มี ไม่ได้เป็นการเพิ่มภาระงานให้กับช่างแต่อย่างใด ในอนาคตได้มองหาทำเลที่จะเอาช่างที่ทำงานไม่ได้ และทางปางไม่ต้องการขายจะเก็บไว้และดูแลเชมิชีวิตต่อไปจนกว่าจะล้ม

การบริหารความรู้

ที่ปางช่างแม่สาได้จัดตั้งหอความรู้ซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับช่าง แต่ถ้อย่ายังไม่ทั้งหมดเนื่องจากผู้บริหารเองปัจจุบันก็ยังคงต้องศึกษาอยู่ตลอดเวลา ความรู้หรือภูมิปัญญาเกี่ยวกับช่างที่ส่งต่อกันมานั้นเดิมเรียกว่าครูบา แต่ความรู้เกี่ยวกับช่างแบบโบราณนี้จะเริ่มลดลงเนื่องจากในปัจจุบันไม่สามารถขึ้นเป็นครูบาได้ เพราะไม่มีช่างป่าให้คล้อง สำหรับความรู้ที่ส่งผ่านรุ่นต่อรุ่น ยังคงมีบ้างแต่จะไม่ทั้งหมด

ในปัจจุบันจะมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม ไม่ว่าจะในการรักษาหรือดูแลช่าง ควบคู่ไปกับความรู้สมัยใหม่ ซึ่งได้มีนักศึกษาจากคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้เข้ามาฝึกงานที่ปางช่างและได้นำความรู้ที่ได้จากอาจารย์ในปางช่างไปใช้และทำงานในศูนย์อนุรักษ์ช่างไทย หรือตามปางอื่นๆ ด้วย เพราะสัตวแพทย์ที่จบมาส่วนใหญ่จะเรียนเน้นไปทางสัตว์เล็ก ไม่มีหลักสูตรเฉพาะเรื่องช่างเนื่องมาจากองค์ประกอบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับช่างยังน้อย ดังนั้น จึงเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยและอาจารย์ในปางช่าง

ทางปางช่างยังคงสืบสานประเพณีดั้งเดิม พิธีกรรมเกี่ยวกับวันช่างไทยซึ่งได้จัดมา 11 ปี ซึ่งตรงกับวันที่ 13 มีนาคมของทุกปี ทางปางช่างพยายามจะให้เด็กเยาวชนรุ่นใหม่ได้เข้าใจถึงการดูแลที่ถูกต้อง มีความเข้าใจที่ถูกต้องว่าช่างมีการดูแลอย่างไร อยู่อย่างไร และมีนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มาช่วยจัดกิจกรรมให้กับเด็กเยาวชนในพื้นที่ทุกปี

ความคาดหวังในอนาคต

เรื่องของกิจกรรม ได้มีการหารือกับสวนพฤกษศาสตร์ว่าน่าจะร่วมมือกันทำเป็นเส้นทางท่องเที่ยว นั่งช้างให้เดินไปถึงสวนพฤกษฯ ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง แล้วนักท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมต่อที่สวนพฤกษฯ

ในขณะที่เดียวกันทางปางช่างได้มีการสร้างสถานที่พักของช่างไม่ไกลจากที่ปาง เพราะปัจจุบันนี้ทางปางได้นำช่างไปไว้ในพื้นที่ป่าบริเวณด้านหลัง ซึ่งใกล้กับชุมชนแล้วมีปัญหาเพราะบางครั้งช่างหลุดเข้าไปในหมู่บ้าน ซึ่งตอนนี้พยายามจัดให้มีบ้านสำหรับช่างอย่างน้อยประมาณ 40 หลัง ที่มีหลังคาให้เขาสามารถเข้าไปนอนได้ อาจจะสลับอยู่ในป่า 3 วัน อยู่ที่พัก 4 วัน เพื่อลดปัญหาการอยู่ป่าและเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี และได้รับการดูแลที่ทั่วถึงด้วย

7.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

7.2.1 ศักยภาพเชิงพื้นที่และทิศทางในการพัฒนา

จากกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่ม โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ในปี 2551 ได้กำหนดให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีบทบาทที่สำคัญดังนี้

1. การเป็นฐานการผลิตพืชอาหารและพืชพลังงานทดแทนของประเทศ พื้นที่ตอนกลางและตอนล่างของภาคที่มีศักยภาพในการปลูกข้าวหอมมะลิ ได้แก่ พื้นที่บริเวณทุ่งกุลาร้องไห้ และพื้นที่บริเวณทุ่งสัมฤทธิ์ ซึ่งจะต้องเน้นการผลิตที่เพิ่มคุณภาพสินค้าเพื่อการส่งออก และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอย่างต่อเนื่องจริงจัง ส่วนพืชพลังงานทดแทนควรเน้นในพื้นที่ที่เป็นแหล่งวัตถุดิบเดิม ได้แก่ กลุ่มจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มจังหวัดขอนแก่น และกลุ่มจังหวัดอุดรธานี

2. การเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมอาหารและเอทานอลของประเทศ พบว่าพื้นที่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ นครราชสีมา ขอนแก่น และกาฬสินธุ์ โดยสนับสนุนการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตวัตถุดิบให้เพียงพอกับความต้องการของโรงงานเอทานอลที่เพิ่มขึ้น และความต้องการของตลาดอุตสาหกรรมเดิม

3. การเป็นประตูการค้าการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับอินโดจีนโดยพื้นที่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดอุบลราชธานี โดยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองชายแดนหลัก (มุกดาหาร นครพนม หนองคาย อุบลราชธานี) เพื่อให้ทำหน้าที่เป็นฐานการบริการและอำนวยความสะดวกทั้งด้านการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขง

4. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวศึกษาทางโบราณคดี อารยธรรมขอม และยุคก่อนประวัติศาสตร์ โดยพื้นที่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ กลุ่มอีสานตอนกลาง และกลุ่มอีสานตอนล่าง โดยการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการที่เกี่ยวข้องที่อยู่ตามแนวเส้นทางจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ที่มีปราสาทขอมตั้งอยู่ ได้แก่ ปราสาทหินพิมาย ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ ปราสาทตาเมือนธม ตาเมือนโอด และปราสาทเขาพระวิหาร และพัฒนาให้จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดนครราชสีมา เป็นเมืองศูนย์กลางเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวในยุคก่อนประวัติศาสตร์ (ซากไดโนเสาร์ ชุมชนโบราณอารยธรรม บ้านเชียง) ในกลุ่มจังหวัดขอนแก่น กาฬสินธุ์ และอุดรธานี

นอกจากนี้ ยังได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งถือว่าเป็นภาคที่มีการพึ่งพาภาคเศรษฐกิจสูง เป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีทำเลที่ตั้งกลางกลุ่มประเทศอนุภาครวมแม่น้ำโขงและมีบริการพื้นฐานดี จึงเอื้อต่อการพัฒนาความร่วมมือทางด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงมีการกำหนดไว้ 4 ยุทธศาสตร์ ตามรายงานฉบับสมบูรณ์รอบยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่ม โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ในปี 2551 ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้การผลิตทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการของภาคมีมูลค่ามากขึ้นและขยายตัวในระดับสูงใกล้เคียงกับประเทศสามารถสร้างงานและรายได้ให้เกิดขึ้นในภาคและบรรเทาปัญหาความแตกต่างด้านรายได้และการอพยพแรงงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ โดยมีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาคนให้มีสุขภาพดีทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา รวมทั้งยังสามารถรอบรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถดำรงชีพได้อย่างมีคุณภาพ และเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าเป็นพลังทางเศรษฐกิจของภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างสังคมและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง โดยมีเป้าประสงค์เพื่อสร้างความมั่นคงด้านอาหาร แก้ปัญหาความยากจน หนี้สิน และการออมของครัวเรือน มีสัมมาชีพที่มั่นคง สามารถพึ่งตนเองและดูแลครอบครัวได้อย่างอบอุ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมบูรณ์ โดยมีเป้าประสงค์เพื่อฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้กลับมามีชีวิตชีวา ให้มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยความหลากหลายทางชีวภาพทั้งดิน น้ำ และป่าไม้ที่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

7.2.2 บทบาทของ SMEs ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ด้านเศรษฐกิจ

1. การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังคงมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และยังมีส่งผลต่อการขยายตัวของอัตราการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการ SMEs ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะในพื้นที่ 3 กลุ่มจังหวัดที่ดำเนินการศึกษา ได้แก่ กลุ่มจังหวัดขอนแก่น กลุ่มจังหวัดอุดรธานี และกลุ่มจังหวัดสุรินทร์ พบว่ายังคงมีการเติบโตโดยเฉพาะในสาขาธุรกิจสำคัญและโดดเด่นรวม 8 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและการจัดประชุมสัมมนา
- กลุ่มธุรกิจการศึกษา ธุรกิจการบริการด้านการแพทย์และสุขภาพ
- กลุ่มธุรกิจด้านการออกแบบ-ก่อสร้าง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะในส่วนที่ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในลักษณะของการเป็น Sub-contractor ในโครงการขนาดใหญ่ และเป็นผู้รับจ้างสำหรับโครงการขนาดเล็ก
- กลุ่มธุรกิจการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน
- กลุ่มธุรกิจการผลิต การค้า และบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ การสื่อสาร และสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์
- กลุ่มสินค้าภูมิปัญญาดั้งเดิมและพื้นถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะในรายผลิตภัณฑ์ที่มีการผนวกความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ และการพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความทันสมัย
- กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และการผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะธุรกิจด้านเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์
- กลุ่มธุรกิจการค้าปลีก ค้าส่ง ในสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภค

โดยในการประกอบการธุรกิจนั้น มีทั้งการใช้แรงงานในพื้นที่ ซึ่งค่าจ้างแรงงานยังไม่สูงนัก และมีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาจำนวนมากในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และบางส่วนมีการใช้แรงงานต่างด้าว

2. ความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้าน

ในด้านความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พบว่าผู้ประกอบการ SMEs มีความเชื่อมโยงตั้งแต่ความสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น ชุมชน เศรษฐกิจ จนกระทั่งขยายเครือข่ายเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นประเทศลาว ประเทศกัมพูชา รวมไปถึงประเทศเวียดนาม เพราะความจำเป็นต้องพึ่งพากันและกันในทางเศรษฐกิจ ทั้งยังมีความสัมพันธ์ในทางชาติพันธุ์และความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรมผนวกรวมอยู่ด้วย

ด้านสังคมและวัฒนธรรม

1. ความเป็น “สังคมเกษตรกรรมเดิม”

ความเป็นสังคมเกษตรกรรมทำให้สังคมมีลักษณะเอื้อเพื่อเอื้อแก่กัน แม้ว่าในปัจจุบันโครงสร้างทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเปลี่ยนแปลงจากฐานเกษตรกรรม เข้าสู่ภาคการผลิตอุตสาหกรรม และภาคการค้าและภาคบริการ แต่จุดแข็งและปัจจัยความสำเร็จยังคงขึ้นอยู่กับ “ความเป็นเพื่อนฝูง พี่น้อง คนรู้จัก” ยังมีสายใยความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของกิจการกับลูกจ้างที่เหนียวแน่นกว่า นายจ้าง-ลูกจ้าง ยังคงมีลักษณะที่เอื้ออาทรต่อกัน โดยเฉพาะการสร้าง รักษาและขยายฐานลูกค้า รวมทั้งอาศัยการพึ่งพาทางสังคมอยู่มาก

2. ลักษณะเฉพาะของ “คนอีสาน” บุคลิก ชชาติพันธุ์ ภาษาและอื่น ๆ

บุคลิกเฉพาะที่สนุกสนานเฮฮา รักเพื่อนรักกลุ่ม ซื่อสัตย์ต่อคนที่พึ่งพา กัน รวมทั้งมีความยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวได้ดีของคนอีสาน อีกทั้งกระแสมารักและภาคภูมิใจในท้องถิ่นเกิดขึ้นและเติบโตต่อเนื่อง ลักษณะเด่นเหล่านี้ทำให้คนอีสานสมัยปัจจุบันที่เติบโตขึ้นและได้รับการศึกษาเพิ่มเติมจากภายนอก มีความเชื่อมั่นกล้าหาญมากยิ่งขึ้นในการทำธุรกิจ ทั้งการสืบทอดและขยายธุรกิจ SMEs ที่เป็นมรดก หรือการสร้างธุรกิจใหม่ขึ้นมา ทั้งนี้ พื้นที่บางพื้นที่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีลักษณะเฉพาะ เช่น มหาสารคามเคยเติบโตจากการผลิตและการค้าสินค้าเกษตร แต่ในปัจจุบันคนต่างถิ่นได้เข้ามาประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านการศึกษาเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังได้อพยพเข้ามาเพื่อรับราชการและตั้งรกรากทำมาหากินอยู่ได้ เหล่านี้เป็นจุดแข็งที่สร้างปัจจัยสำเร็จ ให้สอดคล้องกับภาพอนาคต SMEs ที่คาดหวังว่าสินค้าและบริการปัจจุบัน จะสามารถคงอยู่และสืบทอดต่อไปให้ลูกหลานได้

3. ลักษณะทางธรรมชาติภูมิประเทศ สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังคงมีธรรมชาติและภูมิประเทศทั้งภูเขาและแม่น้ำ โดยเฉพาะในเขตอีสานตอนบน คือ กลุ่มจังหวัดอุดรธานี ประกอบกับแม่น้ำสายต่างๆ ในลุ่มแม่น้ำโขง-มูล-ชี ทำให้ภูมิภาคนี้อมีแหล่งท่องเที่ยวที่งดงาม มีเอกลักษณ์ที่ดี กระแสความตื่นตัวในปัจจุบันในการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงอยู่ การฟื้นฟูป่า การทำเกษตรที่รักษาระบบนิเวศน์ให้ยั่งยืน ทำให้ ธุรกิจ SMEs และวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีโอกาสเติบโต ได้แก่ 1) กลุ่มกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ 2) กลุ่มการผลิต บรรจุ ค่าขายและส่งออก สินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ซึ่งแม้ในระยะแรกจะต้องลงทุนสูง ทั้งด้านฝีมือแรงงาน ทุน ปัจจัยการสร้าง ความรู้และทักษะในการผลิต ฯลฯ แต่ก็มีโอกาสอย่างสูงในการผลิต ค่าขายและส่งออกด้วยตนเอง

4. ลักษณะเฉพาะทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี

จังหวัดต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่างมีลักษณะทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีที่แตกต่างกันหลากหลายไปแต่ละจังหวัด รวมถึงภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตสินค้าใช้สอยในครัวเรือนที่แต่เดิมเป็นการผลิตเพียงเพื่อใช้สอย แลกเปลี่ยน มอบให้ และทำบุญ เป็นต้น แต่ปัจจุบันมีการปรับตัวเป็นสินค้าเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มปลูกหม่อน เลี้ยงไหม ทอผ้า ซึ่งหากมีการพัฒนาต่อยอดให้ดีสามารถเป็นสินค้าระดับ

ประเทศและระดับนานาชาติได้ เช่น ผ้าไหมจิม ทอมสันด์ (มาจาก SMEs แต่ปัจจุบันเป็นธุรกิจขนาดใหญ่) ผ้าไหมปักธงชัยที่โคราช ผ้าไหมตุ้มทองที่บุรีรัมย์ ผ้าไหมกลุ่มแม่บ้านท่าสว่างที่สุรินทร์ ผ้าไหมชนบทที่ขอนแก่น และผ้าไหมี่ขีดบ้านนาชาติที่อุดรธานี เป็นต้น

นอกจากนี้ จุดแข็งด้านวัฒนธรรมยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดกลุ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในภาคอีสานอย่างกว้างขวาง ก่อให้เกิดเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด เช่นเดียวกับที่กล่าวมาแล้วในประเด็นจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศน์ อาทิ จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์สำคัญ เช่น อารยธรรมบ้านเชียง จังหวัดขอนแก่นมีอุทยานไดโนเสาร์ และแหล่งโบราณคดีระดับชาติต่างๆ ส่วนจังหวัดสุรินทร์จะเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ปราสาทหินต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับ นครวัด-นครธมในประเทศกัมพูชา

7.2.3 ธุรกิจ SMEs ที่มีความโดดเด่นตามกลุ่มจังหวัด

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 (จังหวัดอุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู และเลย)

กลุ่มจังหวัดอุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู และเลย มีศักยภาพการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีภูมิประเทศสวยงาม สภาพอากาศหนาวเย็นในฤดูหนาว มีอุทยานแห่งชาติหลายแห่ง อาทิเช่น ภูหลวง ภูเรือ ภูกระดึง นอกจากนี้ยังมีแหล่งอารยธรรมบ้านเชียงซึ่งสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเมืองมรดกโลกหลวงพระบางของประเทศลาวและเมืองเวียงของประเทศเวียดนามได้ และยังมีศักยภาพการพัฒนาด้านการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรทั้งอ้อย ข้าว มันสำปะหลัง และยางพารา เนื่องจากมีโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตรขนาดใหญ่อยู่จำนวนมาก อาทิเช่น โรงสีข้าว โรงงานน้ำตาล แป้งมัน และเป็นพื้นที่ที่มีการปลูกยางพารามากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นอกจากนี้ ในด้านการค้าและการลงทุนก็มีความโดดเด่น โดยกลุ่มจังหวัดอุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู และเลย มีศักยภาพการพัฒนาด้านการค้าและการลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีจำนวนด่านที่เป็นช่องทางการค้าหลายแห่ง โดยเฉพาะด่านท่าลี่เป็นจุดที่สามารถนำสินค้าภายใต้โครงการ Contract Farming ที่ร่วมมือกับ สปป.ลาว ได้โดยไม่เสียภาษี และด่านหนองคายยังเป็นด่านที่มีมูลค่าการค้ามากที่สุดใภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น

ธุรกิจ SMEs ในมิติทางเศรษฐกิจที่มีความโดดเด่นในกลุ่ม

- 1). การท่องเที่ยว โรงแรม และเกี่ยวเนื่อง (อุดรธานี/หนองคาย/เลย) โดยเป็นท่องเที่ยวระดับชุมชนท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์-วัฒนธรรม เช่น มรดกโลกบ้านเชียง และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น เชียงคาน ภูเรือ ภูกระดึง
- 2). ธุรกิจด้านบริการ (อุดรธานี/หนองคาย)
- 3). การขนส่งและโลจิสติกส์ (อุดรธานี/หนองคาย)
- 4). การค้าปลีก การค้าส่ง และการค้าชายแดน (อุดรธานี/หนองคาย/หนองบัวลำภู/เลย)

ธุรกิจ SMEs ในมิติทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นในกลุ่ม

- 1). อุตสาหกรรมการผลิตอาหาร และอาหารแปรรูปเกษตร (อุดรธานี/หนองคาย/หนองบัวลำภู/เลย)
- 2). การทอผ้า สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม (อุดรธานี/หนองคาย/หนองบัวลำภู/เลย)
- 3). ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน (อุดรธานี/หนองคาย/หนองบัวลำภู/เลย)

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง (จังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ และร้อยเอ็ด)

กลุ่มจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ และร้อยเอ็ด มีศักยภาพการพัฒนาทั้งในด้านอุตสาหกรรม การค้า และบริการ เนื่องจากตั้งอยู่กลางภาค และมีบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกครบ โดยเฉพาะด้าน Logistic มีถนนสายสำคัญ ได้แก่ East-West Economic Corridor พาดผ่าน มีสถานการศึกษาและศูนย์ราชการจำนวนมาก และเป็น ICT City และมีศักยภาพการพัฒนาการผลิตเกษตรโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ นอกจากนี้ ยังมีศักยภาพในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบที่สำคัญ คือ อ้อย มันสำปะหลัง และมีศักยภาพพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากมีมหาวิทยาลัย สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน สถานประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่อยู่เป็นจำนวนมาก สามารถส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของภาคได้ และมีแหล่งโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ จึงควรมีทิศทางการพัฒนา ดังนี้

ธุรกิจ SMEs ในมิติทางเศรษฐกิจที่มีความโดดเด่นในกลุ่ม

- 1). ธุรกิจโรงแรมเชิงการประชุมและสัมมนา (ขอนแก่น)
- 2). ท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และการคมนาคมขนส่ง (ขอนแก่น)
- 3). โรงงานอุตสาหกรรม เครื่องจักรอุปกรณ์ชิ้นส่วนยานยนต์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และวัสดุก่อสร้าง (ขอนแก่น/มหาสารคาม)
- 4). การก่อสร้าง (ขอนแก่น/มหาสารคาม)
- 5). เครื่องจักรอุปกรณ์ ชิ้นส่วนยานยนต์ (ขอนแก่น/มหาสารคาม)
- 6). การท่องเที่ยว โรงแรมและเกี่ยวเนื่อง (กาฬสินธุ์/ร้อยเอ็ด)
- 7). การค้าปลีกและค้าส่ง (ขอนแก่น/มหาสารคาม)

ธุรกิจ SMEs ในมิติทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นในกลุ่ม

- 1). การเกษตรและการแปรรูปอาหาร (ขอนแก่น/มหาสารคาม)
- 2). การศึกษา (ขอนแก่น/มหาสารคาม)
- 3). สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (ขอนแก่น/กาฬสินธุ์/ร้อยเอ็ด)

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (จังหวัดสุรินทร์ บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา) จังหวัดสุรินทร์ บุรีรัมย์ ชัยภูมิ และนครราชสีมาเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และอารยธรรมขอม เนื่องจากมีอุทยานแห่งชาติที่สำคัญหลายแห่ง อาทิ เขาใหญ่ ผาหินงาม ฯลฯ และมีแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมขอมที่สำคัญ อาทิ ปราสาทหินพิมาย ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ และปราสาทตาเมือนทม ที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราวกับแหล่งท่องเที่ยวนครวัดของประเทศกัมพูชาได้ และมีศักยภาพการพัฒนาด้านเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ นอกจากนี้ ยังมีศักยภาพการพัฒนาอุตสาหกรรม ทั้งอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอาหารและพลังงานทดแทน อุตสาหกรรมใหม่และสิ่งทอ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตร คือ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ไข่ ไก่ ไหม และเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีกด้วย

ธุรกิจ SMEs ในมิติทางเศรษฐกิจที่มีความโดดเด่นในกลุ่ม

- 1). การค้าปลีก การค้าส่ง และการค้าชายแดน (นครราชสีมา/สุรินทร์)
- 2). ธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรมและเกี่ยวเนื่อง (สุรินทร์/บุรีรัมย์/นครราชสีมา/ชัยภูมิ)
- 3). การผลิตอุตสาหกรรมเกษตร (สุรินทร์/บุรีรัมย์/นครราชสีมา/ชัยภูมิ)

ธุรกิจ SMEs ในมิติทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นในกลุ่ม

- 1). ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารและการเกษตร (สุรินทร์/บุรีรัมย์/นครราชสีมา/ชัยภูมิ) ได้แก่ ข้าวหอมมะลินิเวศน์ พืชผัก และเนื้อสัตว์ปลอดสารพิษ
- 2). ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (สุรินทร์/บุรีรัมย์/นครราชสีมา/ชัยภูมิ) ได้แก่ อุตสาหกรรมครัวเรือนและชุมชน ด้านการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ผลิตผ้าไหม และการต่อยอดภูมิปัญญาพื้นถิ่น

7.2.4 ปัจจัยความสำเร็จในอดีต

1. การดำเนินธุรกิจค้าขายแบบดั้งเดิมและลักษณะความสัมพันธ์แบบพี่น้องของคอนีसान สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอดีตได้อย่างเพียงพอ เนื่องจากบุคลิกของคอนีसानดังกล่าวมีลักษณะ “เปิด” และ “ยืดหยุ่น” ซึ่งต้อนรับให้คนอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาประกอบอาชีพค้าขาย-บริการ คนต่างถิ่นที่เข้ามาใหม่จึงสามารถปรับตัวเข้ากับสังคมคอนีसानได้ไม่ยากนัก
2. การมีแรงงานและที่ดิน ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตหลักในพื้นที่อย่างพอเพียงและมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการขยายตัวในการดำเนินธุรกิจทั้งในภาคการเกษตรและภาคการผลิตอย่างรวดเร็ว
3. ลักษณะการค้าที่มีความช่วยเหลือเกื้อกูลกันทางธุรกิจในพื้นที่ อาทิเช่น กลุ่มพ่อค้าไทยเชื้อสายจีนที่เข้ามาตั้งรกรากในพื้นที่ภาคอีสานตั้งแต่อดีต
4. โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ
5. ผู้บริโภคยังมีช่องทางการซื้อและข้อมูลข่าวสารที่จำกัด

7.2.5 ปัจจัยเอื้อและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs

ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ

- 1). **ที่ดิน** ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความได้เปรียบในเรื่องพื้นที่ที่ยังมีปริมาณมาก ซึ่งสามารถจัดสรรที่ดินทั้งในด้านการทำเกษตรกรรม การเพาะปลูก หรือแม้กระทั่งการใช้ที่ดินสำหรับเป็นปัจจัยการผลิตสำคัญในการขยายธุรกิจในภาคอุตสาหกรรม
- 2). **แรงงาน** จากการมีจำนวนมากของแรงงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่งผลให้ระดับค่าจ้างงานของแรงงานในพื้นที่น้อยกว่าค่าจ้างแรงงานในพื้นที่อื่นๆ นอกจากนี้ ในส่วนของการผลิตแรงงานก็มีมือพบว่าจากจำนวนสถานศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกว่า 12 แห่ง สามารถผลิตแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานในภาคอุตสาหกรรมได้ในปริมาณที่เพียงพอ และมีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานในพื้นที่
- 3). **โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)** พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการดำเนินธุรกิจที่สามารถรองรับการเจริญเติบโตของประชากร การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม การค้า การลงทุน และการพัฒนาในพื้นที่ได้อย่างเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ จำนวนสถานศึกษาในระดับต่างๆ การเข้าถึงบริการสาธารณสุขพื้นฐาน รวมถึงการบริการด้านการเงินและธนาคารที่มีจำนวนมาก อันเนื่องมาจากอัตราการขยายตัวของประชากรและการเติบโตของธุรกิจทั้งในภาคการผลิต การค้า และการบริการในพื้นที่ที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

- 1). **เงินทุน** พบว่าอุปสรรคด้านเงินทุนในการดำเนินธุรกิจเป็นอุปสรรคสำคัญที่สุดของผู้ประกอบการ SMEs ใน 12 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้ สามารถประมาณได้ว่ามีผู้ประกอบการ SMEs มากกว่าร้อยละ 80-90 ไม่สามารถเข้าถึงเงินทุนจากธนาคารและประสบปัญหาด้านหนี้นอกระบบ ทั้งนี้ ควรส่งเสริมการระดมทุนด้วยระบบสหกรณ์ กลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งเป็นพลังทางสังคมดั้งเดิมที่ควรจะได้รับการส่งเสริม
- 2). **ขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูการทำเกษตร** แรงงานภาคเกษตรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดน้อยลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของกิจการในภาคอุตสาหกรรม และแรงจูงใจในเรื่องค่าตอบแทนที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าตอบแทนจากการขายแรงงานในภาคเกษตร
- 3). **วิธีการจัดการที่ทันสมัย** โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการจัดการการลงทุนให้เกิดความคุ้มค่าและด้านการพัฒนาศักยภาพการขยายการลงทุน เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ส่วนใหญ่ขาดความรู้ทักษะ และประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการทางการเงิน การบริหารสินค้าคงคลัง อุปกรณ์ และกำลังคน
- 4). **Know-how's ความรู้เชิงปฏิบัติการ** โดยเฉพาะการไม่สามารถพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ในการผลิตสินค้าและการให้บริการซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดปัญหาด้านการพึ่งภายนอกและปัญหาด้านการขาดการออกแบบ พัฒนาสินค้าและบริการ

5). ทายาททางธุรกิจ ผลจากการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้แรงงานฝีมือด้านงานศิลปหัตถกรรมมีจำนวนลดน้อยลง และขาดทายาทในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้า การจักสาน การทำอาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์แสดงถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชน

7.2.6 ภาพอนาคตที่อยากให้เกิด

1. **ภาคอุตสาหกรรม** มีการสร้างนวัตกรรมการผลิตและผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง โดยส่งเสริมและพัฒนาในด้านการออกแบบ พัฒนา สินค้าและบริการ ที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงสร้างความเข้าใจในการเพิ่มความแปลกใหม่ที่ตรงต่อรสนิยมของลูกค้าเพื่อสร้างมูลค่าสินค้าและบริการ

2. **ภาคการค้า** การค้าปลีกและการค้าส่งจะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการแข่งขันปัจจุบัน และมีการคิดค้นนวัตกรรมบริการ รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงการให้บริการ

3. **ภาคบริการ** ส่งเสริมและพัฒนาด้านมาตรฐานการบริการที่มีความเป็นสากล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพและประสิทธิภาพของสินค้าบริการ แต่ยังคงเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะของความเป็นท้องถิ่นอีสานเพื่อทำให้การบริการมีอัตลักษณ์ที่เด่นชัด

4. **ภาคการเกษตร** เพิ่มการสนับสนุนภาคการเกษตรเพราะการเกษตรยังคงเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป อาจมีการสนับสนุนให้ปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น พืชพลังงาน อาทิ มันสำปะหลัง

5. **ภาคผลิตภัณฑ์ชุมชน** การสร้างนวัตกรรมการผลิตที่นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่

7.2.7 กรณีศึกษา SMEs ที่มีบทบาทในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดสุรินทร์)

สหกรณ์เกษตรกรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์

ผู้จัดการสหกรณ์เกษตรกรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์ โดยพื้นเพเดิมเป็นคนจังหวัดสมุทรปราการ และได้ย้ายเข้ามาอยู่ที่สุรินทร์ในปี พ.ศ. 2530 โดยเข้าเป็นอาสาสมัคร มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม ขององค์กรพัฒนาเอกชน และได้รวมกันกับกลุ่มชาวบ้านในชุมชนจัดตั้งสหกรณ์เกษตรกรอินทรีย์ข้าวสุรินทร์ โดยมีแนวทางสำคัญคือ มุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตบนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเอง ตลอดจนการพัฒนารูปแบบกลไกในการรองรับ จัดการ ผลผลิต ด้วยรูปแบบของสหกรณ์การเกษตรเพื่อส่งเสริมด้านการตลาด ทั้งในด้านการพัฒนาคุณภาพของสินค้า การกำหนดราคาที่เป็นธรรมต่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ในพื้นที่ และยังมีส่วนช่วยในการบรรเทาปัญหาด้านพ่อค้าคนกลาง โดยทั้งนี้กิจกรรมการผลิตสินค้าหลักของสหกรณ์เกษตรกรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์ ได้แก่ การผลิตข้าวอินทรีย์ การผลิตพันธุ์ข้าวอินทรีย์พื้นบ้าน และสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างอื่น อาทิเช่น ไข่ไก่อินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และอื่นๆ

ความเป็นมา

ตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 กลุ่มชาวบ้านในจังหวัดสุรินทร์ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มสหธรรมเพื่อการพัฒนา กลุ่มเกษตรธรรมชาติทำตม และกลุ่มเกษตรธรรมชาติสุรินทร์ ได้ร่วมกันก่อตั้ง “กลุ่มชาวนาค้าข้าว” เพื่อทำการส่งออกข้าวไปจำหน่ายยังตลาดในประเทศแถบยุโรป โดยมีองค์กรพัฒนาเอกชนในพื้นที่เป็นผู้รับผิดชอบในด้านการให้คำปรึกษา แนะนำ และสนับสนุนกระบวนการทำงาน ประกอบด้วย โครงการเสริมประสิทธิภาพเกษตรกรสุรินทร์ (คสป.) คณะกรรมการศาสนาเพื่อการพัฒนาสุรินทร์ (ศพพ.) และโครงการเสริมกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาชุมชน (ครพ.) อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการดำเนินงานร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นภายในกลุ่ม จากเดิมที่ทำการจำหน่ายข้าวร่วมกันในนามกลุ่มชาวนาค้าข้าว ได้เปลี่ยนมาให้แต่ละกลุ่มแยกกันจำหน่าย แต่ก็ยังคงมีตลาดส่งออกในประเทศแถบยุโรปเป็นตลาดปลายทางเหมือนเดิม

โดยในส่วนของกองทุนชาวนั้น ในปี พ.ศ. 2539 กองทุนข้าวสมัครขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กับ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ประเทศไทย และได้เข้าโรงสีของสมาชิกกลุ่มซึ่งตั้งอยู่ยังบ้านนานวน ต.คอโค อ.เมือง สุรินทร์ เป็นที่สี่ขาวสาร ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 ทางกลุ่มได้กลับมาซ่อมบำรุงโรงสีรวมที่บ้านโคกมะกะ เพื่อใช้เป็นที่สีข้าวของกลุ่มอีกครั้งหนึ่ง จนต่อมาในปี พ.ศ. 2544 งานกองทุนข้าวได้พัฒนาขยายตัวมีการเปิดรับสมาชิกจากเครือข่ายเกษตรกรทางเลือกสุรินทร์เพิ่มเติม ได้แก่ กลุ่มเกษตรธรรมชาติทำตม กลุ่มอาชีพทางเลือก-ทัพไทย-ถนอม กลุ่มสี่ขาวกล้อง กลุ่มฟื้นฟูการเกษตรศิขรมภูมิ และกลุ่มป่าชุมชนหนองเยาะ และต่อมาในปี พ.ศ. 2546 องค์กรกองทุนข้าวที่ดำเนินงานในรูปแบบการรวมตัวของกลุ่มชาวบ้านแบบไม่เป็นทางการ ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบและพัฒนาองค์กรเป็นนิติบุคคลทางกฎหมายโดยการจดทะเบียนเป็น สหกรณ์เกษตรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์ จำกัด เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2546 และในปี 2548 กองทุนข้าวได้รับการพัฒนามาเป็นลำดับ จนสามารถยกระดับขึ้นมาและได้รับการรับรองจากองค์กรหน่วยงาน ที่ดำเนินงานในด้านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และระบบการค้าที่เป็นธรรมทั้งในระดับประเทศและสากล อาทิเช่น สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และ Fair-trade Labeling Organization (FLO) การรับรองกลุ่มผู้ผลิตจาก FLO ซึ่งเป็นองค์กรการค้าที่เป็นธรรมระดับสากลที่ต่างประเทศให้การยอมรับ (ที่มา : ไกรศักดิ์ ศรีพนม, เว็บไซต์เสียงคนอีสาน, ศูนย์ข้อมูล กป.อพช. อีสาน 53/1 ช.ธรรมโรราน ต.ในเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 3200)

แนวทางการดำเนินที่สำคัญ

สหกรณ์เกษตรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์ มีแนวคิดหลักที่เป็นพื้นฐานการดำเนินงานดังนี้ (ไกรศักดิ์ ศรีพนม, เว็บไซต์เสียงคนอีสาน, ศูนย์ข้อมูล กป.อพช. อีสาน 53/1 ช.ธรรมโรราน ต.ในเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 3200)

1. ดำเนินการพัฒนาระบบตลาดเพื่อส่งเสริมกระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์
2. ดำเนินการประกันราคาข้าวเปลือกให้สมาชิก โดยมีราคาที่แตกต่างกันตามประเภทของข้าวเปลือก (ราคาประกันกำหนดปีต่อปี) และในกรณีที่ราคาตลาดสูงเท่ากับราคาประกัน จะมีการรับซื้อข้าวเปลือกโดยบวกเพิ่มตามอัตราที่กำหนด
3. ดำเนินการสนับสนุนงานพัฒนาในส่วนขององค์กรชาวบ้านและองค์กรพัฒนาเอกชน โดยมีการจัดสรรรายได้จากการขายข้าวอินทรีย์ กล่าวคือ 1 บาทต่อกิโลกรัมจากการขายข้าวสารเพื่อสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มเกษตรกรธรรมชาติ และอีก 1 บาทต่อกิโลกรัมจากการขายข้าวสารเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานส่งเสริมขององค์กรพัฒนาเอกชน
4. จัดสรรผลกำไร โดยในกรณีที่สหกรณ์ฯ มีผลกำไร

ในปัจจุบัน การดำเนินงานของสหกรณ์เกษตรกรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์มีช่องทางการตลาดที่สำคัญ 2 ช่องทาง กล่าวคือ ตลาดในประเทศโดยร้านข้าวหอม (จังหวัดสุรินทร์) และตลาดต่างประเทศ โดยเครือข่ายตลาดในยุโรปและอเมริกา ได้แก่ ฝรั่งเศส อเมริกา อังกฤษ และออสเตรเลีย เป็นต้น โดยมีสัดส่วนการขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 40 และการส่งออกข้าวไปยังต่างประเทศในนามของสหกรณ์การเกษตรฯ คิดเป็นร้อยละ 60 ของกำลังการผลิตในกลุ่มสมาชิกทั้งหมด ทั้งนี้ เงินทุนสำหรับการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์ฯ มาจาก 3 แหล่ง คือ เงินทุนจากการรวมหุ้นของชาวบ้านที่เป็นสมาชิก จากการกู้ยืมเงินธนาคารของรัฐบาลและธนาคารพาณิชย์ต่างๆ และจากเงินค่าสินค้าล่วงหน้าที่ลูกค้าจ่ายค่าสินค้าให้แก่สหกรณ์ฯ

จุดเด่นของสินค้าและผลิตภัณฑ์

สำหรับจุดเด่นของสินค้าสหกรณ์เกษตรกรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์นั้น มุ่งเน้นความเป็นอินทรีย์ที่มีการรับรองทั้งด้านแหล่งผลิตและมาตรฐานการผลิตสินค้าที่ชัดเจน สอดคล้องกับแนวโน้มในด้านรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขภาพอนามัย ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในด้านรสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ และความสะอาดปลอดภัย ที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย ซึ่งกล่าวได้ว่าสหกรณ์เกษตรกรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์เป็นกลุ่มสหกรณ์ที่มีการเริ่มทำเกษตรอินทรีย์เป็นกลุ่มแรกๆ เป็นยังกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐาน และสามารถพัฒนาสู่การส่งออกไปยังต่างประเทศ

ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชน

ผลกระทบในด้านมิติทางสังคม ทั้งในด้านคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ ผลประโยชน์ส่วนรวมอันจะเกิดขึ้นในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ และความเชื่อมโยงในครอบครัวของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นหุ้นส่วนนั้น พบว่ามีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีรายได้จากการสินค้าที่สามารถนำมาดำรงชีวิตประจำวันได้ดีขึ้นกว่าแต่ก่อน ส่งผลให้หนี้สินลดลง เริ่มมีการเก็บออมในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ และยังเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับความเป็นอยู่ในเศรษฐกิจท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรม

ในด้านปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของสหกรณ์เกษตรอินทรีย์ กองทุนข้าวสุรินทร์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และปัญหาด้านการต้นทุนทางการเงินของสหกรณ์ในส่วนของการดอกเบี้ย นอกจากนี้สหกรณ์ยังประสบปัญหาในด้านสาธารณูปโภค บางรายการ เช่น ระบบไฟฟ้า ที่ไม่สามารถเข้าถึงสมาชิกในกลุ่มสหกรณ์อีกด้วย ในขณะที่เดียวกันปัญหาสำคัญที่มักจะพบในการดำเนินงานสหกรณ์กลุ่มอื่นๆ อาทิเช่น ปัญหาด้านภาษีการค้า ภาษีเทศบาลหรือภาษี ส่วนท้องถิ่น รวมไปถึงข้อบังคับหรือข้อผูกมัดกับลูกค้าและการขนส่ง ข้อกฎหมายข้อบังคับในการว่าจ้าง หรือ แม้กระทั่งปัญหาการศึกษาของลูกจ้าง/พนักงาน กลับไม่พบในการดำเนินงานของสหกรณ์เกษตรอินทรีย์กองทุนข้าวสุรินทร์

ในส่วนของการได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคเอกชนนั้น พบว่ากลุ่มสหกรณ์ยังคงต้องการได้รับความช่วยเหลือค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นในด้านการเข้าถึงบริการข้อมูลและให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน สนับสนุน หรือเงินทุนช่วยเหลือ รวมทั้งบริการหรือปรับปรุงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน อาทิ พลังงาน ประปา โทรศัพท์ ถนน เป็นต้น และที่สำคัญการได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือในด้านบริการอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการก็นับเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากที่ผ่านมา แม้ว่ากลุ่มสมาชิกจะได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนาทักษะความรู้ในเรื่องเกษตรอินทรีย์มาพอสมควร แต่ยังคงขาดองค์ความรู้สำคัญในเรื่องอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยเอื้อต่อการผลิตสินค้าอินทรีย์

ภาพอนาคต

การมองสถานการณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในอนาคต มีความเห็นว่าสถานการณ์ด้านประชากรตลาด และรสนิยมของผู้บริโภคยังคงมีความสำคัญ โดยเฉพาะการที่ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสนใจเรื่องอาหารสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น เกษตรอินทรีย์จึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่ควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ ในด้านแรงงานและวัตถุดิบ พบว่าแรงงานค่อนข้างขาดแคลน ส่วนหนึ่งอาจเป็นสาเหตุมาจากการย้ายถิ่นฐานและการอพยพเข้ามาขายแรงงานในเมืองใหญ่ ส่งผลให้แนวโน้มการใช้เครื่องจักรในการผลิตเพื่อทดแทนแรงงานคนสูงมากขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเมื่อมีการเปรียบเทียบมูลค่าผลผลิตกับต้นทุนแล้วอาจเกิดการขาดทุน และส่งผลต่อการมีหนี้สินเพิ่มขึ้น และท้ายที่สุดปัจจัยสำคัญอีกประการที่เกษตรกรไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ คือ สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม ดินฟ้าอากาศ และภัยธรรมชาติ โดยการผลิตรัฐอินทรีย์ต้องอาศัยสภาพสิ่งแวดล้อม จะต้องเป็นไปตามฤดูกาลของการปลูกข้าว หากเกิดการเปลี่ยนแปลง จะส่งผลกระทบต่อที่เป็นผลเสียต่างๆ เช่น การวางแผนการผลิตข้าวของสมาชิก เป็นต้น

ในส่วนของการความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มสมาชิกในรูปแบบสหกรณ์การเกษตร เจ็อนไซหรือข้อกำหนดในด้านการค้าที่มีความเป็นธรรมและเอื้อประโยชน์ทั้งต่อผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย รวมถึงผู้บริโภค มีความสำคัญและเป็นตัวผลักดัน โดยเห็นว่าควรให้ความสำคัญในด้านการมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ในลักษณะของกระบวนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม และต้องคิดถึงอาชีวอนามัยผู้บริโภคเป็นหลัก

7.3 ภาคกลาง และภาคตะวันออก

7.3.1 ศักยภาพพื้นที่ และทิศทางการพัฒนา

พื้นที่ภาคกลาง และภาคตะวันออก มีบทบาทการพัฒนาพื้นที่ที่สำคัญ คือ

1. พื้นที่การเกษตรกรรม/ธุรกิจแปรรูปการเกษตร (ภาคกลางตอนบน)
2. แหล่งธุรกิจประมง/อาหารทะเลสดและแปรรูป (สมุทรสาคร สมุทรสงคราม)
3. พื้นที่อุตสาหกรรมหลัก (ระยอง อุดรธานี สระบุรี สมุทรสาคร สมุทรปราการ)
4. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและเกษตรเชิงนิเวศน์ (ภาคตะวันออก)
5. โครงสร้างพื้นฐานสำหรับการขนส่งระหว่างประเทศ ท่าเรือน้ำลึก (ชลบุรี ระยอง)
6. ธุรกิจการค้าชายแดน (ตราด กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์)

7.3.2 บทบาทของ SMEs ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก

ทุนทางเศรษฐกิจ และสังคม

• ในพื้นที่ภาคกลางทั้งตอนบนและตอนล่าง เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำหลายสาย ทำให้เป็นพื้นฐานสำคัญของสังคมวิถีเกษตร การทำเกษตรแปรรูป การประมงน้ำจืดตามแหล่งน้ำต่างๆ เป็นแหล่งผลิตอาหาร-อาหารแปรรูป และวิถีชีวิตริมน้ำ จากการทำมีการตั้งบ้านเรือนตามแนวลำน้ำมาแต่เริ่มแรก และมีการต่อยอดในปัจจุบันในด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรม เชิงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพตามเส้นทางแม่น้ำต่างๆ

• มีแหล่งทรัพยากรและวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมหนัก เช่น หิน ปูนซิเมนต์ ในจังหวัดสระบุรี ทำให้มีสระบุรีกลายเป็นพื้นที่ฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและลพบุรี จากพื้นที่การเกษตร ได้ปรับสู่พื้นที่เมืองอุตสาหกรรม จากการทำอยู่ใกล้กรุงเทพฯ ทำให้มีข้อได้เปรียบในการลงทุนอุตสาหกรรมประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ส่วนในภาคตะวันออกซึ่งมีแหล่งก๊าซธรรมชาติสำหรับเป็นวัตถุดิบในธุรกิจปิโตรเลียมและปิโตรเคมี ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนจากพื้นที่เกษตร เป็นพื้นที่เมืองอุตสาหกรรมหลักเช่นกัน จากการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และอื่นๆ ต่อเนื่องตามมารวมทั้งนิคมอุตสาหกรรมผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนต่างๆ ซึ่งแม้การเติบโตในภาคอุตสาหกรรมของพื้นที่เหล่านี้จะนำด้วยอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แต่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมและบริการในระดับ SMEs ต่อเนื่องตามมาจำนวนมาก

• มีแหล่งทรัพยากรทางทะเล ทำให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยว และประมง ทั้งในส่วนภาคตะวันออกที่มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลและประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้มีทุนทางธรรมชาติ ทั้งในการเกษตร การประมงทะเล และการท่องเที่ยวด้วย และกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และเพชรบุรี ซึ่งเป็นศูนย์กลางของธุรกิจประมงทะเล อาหารทะเลต่างๆ และในด้านการท่องเที่ยวด้วย

ทุนทางวัฒนธรรม

พื้นที่สำคัญในภาคกลาง ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์สำคัญ คือจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นราชธานีเก่าเป็นระยะเวลายาวนาน ทำให้เป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งศิลปะ หัตถกรรม สถาปัตยกรรม ซึ่งนำไปสู่การประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ทั้งในด้านการท่องเที่ยว การบริการต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง การทำของฝากของที่ระลึกต่างๆ นอกจากนี้ ยังมีจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีเขาวังเป็นสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งในสมัยรัชกาลที่ 4 และเป็นต้นแบบของแรงบันดาลใจในสถาปัตยกรรมหลายแห่งในจังหวัด

แหล่งกำเนิดศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ที่มีต้นกำเนิดจากวิถีชีวิตชนบทไทย เช่น ลำตัด ลิเก ดนตรีพื้นบ้าน ฯลฯ เป็นอีกหนึ่งวัฒนธรรมที่สำคัญของคนภาคกลาง ที่ควรให้ความสำคัญและสามารถนำมาต่อยอดในการสร้างมูลค่าหรือการประกอบธุรกิจต่อไปได้

และในหลายพื้นที่ ซึ่งมีความหลากหลายของเชื้อชาติที่อพยพเข้ามาอาศัยในสมัยต่างๆ เช่น มอญ ทำให้มีทุนทางวัฒนธรรมในการต่อยอดภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์ เช่น อาหาร ศิลปะ ประเพณี และสถาปัตยกรรมต่างๆ

7.3.3 กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีบทบาทโดดเด่นในพื้นที่ภาคกลาง และภาคตะวันออก

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 (อยุธยา สระบุรี ปทุมธานี นนทบุรี)

ด้านเศรษฐกิจ

ธุรกิจด้านการผลิต : อาหาร เกษตรแปรรูป ชิ้นส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ วัสดุก่อสร้าง

ธุรกิจด้านการค้า : ร้านอาหาร ของฝากของที่ระลึก ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น

ธุรกิจด้านบริการ : โรงแรม/รีสอร์ทสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็ก และการบริการที่รองรับเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมการผลิต เช่น ธุรกิจซ่อมบำรุง จัดหาคนงาน บริการรับส่งพนักงาน

ด้านวัฒนธรรม

ของฝากของที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จากวัฒนธรรมและศิลปโบราณที่อยุธยา วัฒนธรรมมอญที่ปากเกร็ด

อาหารตามเชื้อชาติดั้งเดิม

สถาปัตยกรรมดั้งเดิมที่ประยุกต์กับศิลปะปัจจุบัน

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (กาญจนบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม ราชบุรี)

ด้านเศรษฐกิจ

- ธุรกิจการเกษตรและเกษตรแปรรูป อาหาร ผักผลไม้สดและแปรรูป
- การผลิตเซรามิก เครื่องปั้นดินเผา ที่ราชบุรี
- ด้านการค้าชายแดน ที่กาญจนบุรี การค้าพืชไร่
- ธุรกิจที่รองรับด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ โรงแรม รีสอร์ท ที่กาญจนบุรี
- ธุรกิจอาหาร การจัดโต๊ะจีนและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ด้านวัฒนธรรม

SMEs ที่มีชื่อเสียงและโดดเด่นในช่วงหลัง ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำ ตลาดโบราณ โฮมสเตย์ เช่น ตลาดสามชุก-สุพรรณบุรี ตลาดเจ็ดเสมียน-ราชบุรี ตลาดน้ำดอนหวายและคลองมหาสวัสดิ์ ในจังหวัดนครปฐม

ในจังหวัดสุพรรณบุรี ยังมีบุคคลสำคัญที่มีชื่อเสียงในเรื่องศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และน่าจะได้นำมาสร้างสรรค์และต่อยอดในการสร้างมูลค่าต่อไปได้

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 (สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)

ด้านเศรษฐกิจ

- ธุรกิจการเกษตรและเกษตรแปรรูป อาหาร ผักผลไม้ สดและแปรรูป
- ธุรกิจประมง อาหารทะเลสด แซ่เย็นแช่แข็ง และแปรรูป การทำนาเกลือที่สมุทรสาคร สมุทรสงคราม
- ธุรกิจที่รองรับด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ โรงแรม รีสอร์ท ที่เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์

ด้านวัฒนธรรม

- ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำ ตลาดโบราณ โฮมสเตย์ (ตลาดน้ำอัมพวา)
- อาหารและขนมไทย ที่เพชรบุรี

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด)

ด้านเศรษฐกิจ

- อุตสาหกรรมการผลิต ชิ้นส่วนยานยนต์ โลหะ
- อุตสาหกรรมขนส่ง
- ธุรกิจการเกษตรและเกษตรแปรรูป อาหาร ผักผลไม้ สดและแปรรูป ธุรกิจอาหารทะเลสด และแปรรูป
- ธุรกิจการบริการที่รองรับเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมการผลิต เช่น ธุรกิจซ่อมบำรุง จัดหา

คนงาน บริการรับส่งพนักงาน ฯลฯ

- ธุรกิจที่รองรับด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ของฝากของที่ระลึก
- ด้านการค้าชายแดน ที่ตราด
- อัญมณีและเครื่องประดับ ที่จันทบุรี ตราด

ด้านวัฒนธรรม

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือเชิงนิเวศน์ที่เชื่อมโยงกับสวนผลไม้ สวนเกษตรต่างๆ

7.3.4 ปัจจัยความสำเร็จในอดีต

- การรักษามาตรฐานด้านคุณภาพในการผลิต และคุณภาพการให้บริการ
- การประชาสัมพันธ์ที่ดี และการเข้าถึงลูกค้าหรือผู้บริโภค
- มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต
- มีการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอยู่เสมอ
- มีการบริหารจัดการธุรกิจที่ดี

7.3.5 ปัจจัยเอื้อและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs

ปัจจัยเอื้อ

- มีการคมนาคมที่สะดวก ใกล้กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดหลักของผู้บริโภค
- มีพื้นที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้มีแหล่งวัตถุดิบ แรงงานและตลาดเพิ่มขึ้น
- พื้นที่มีองค์ประกอบค่อนข้างครบถ้วนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ เช่น ทิวทัศน์ธรรมชาติ ทิวทัศน์ประวัติศาสตร์ และทิวทัศน์สังคม

อุปสรรค

- วิถีชีวิตของคนในพื้นที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสนิยมเกิดความเสี่ยงในการสืบสานวัฒนธรรม
- คนรุ่นใหม่ได้รับการศึกษาสูงขึ้น จึงเลือกที่จะทำงานในกรุงเทพฯ มากกว่าจะสืบทอดกิจการของครอบครัวที่ต่างจังหวัด
- นโยบายการพัฒนาพื้นที่ไม่ต่อเนื่องและยังให้ความสำคัญกับ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านน้อย
- ปัญหาด้านทุนการผลิตและการขนส่งที่สูงขึ้น
- มีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดมลภาวะทางน้ำ อากาศและเสียง

7.3.6 ภาพอนาคตและความคาดหวัง

ภาพอนาคตที่อยากให้เกิด

- อยากให้คนรุ่นใหม่กลับมามีประกอบธุรกิจในพื้นที่
- การอยู่ร่วมกันระหว่างชุมชนเมือง และชุมชนอุตสาหกรรม โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับชุมชน และสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนมากขึ้น
- มีอุตสาหกรรมการผลิตที่เน้นเทคโนโลยีสะอาด ส่งเสริมภูมิปัญญาให้เป็นที่แพร่หลาย
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

ความคาดหวัง

- ให้มีพื้นที่จำหน่ายสินค้าในช่วงเทศกาล หรือมีพื้นที่ถาวรที่นำเสนอองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตไทยของพื้นที่
- ให้มีเส้นทางท่องเที่ยวแบบ package เชื่อมโยงระหว่างท่องเที่ยวทางบกและทางน้ำ
- ต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างใกล้ชิด จริงจัง รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และเข้าถึงสะดวก
- แผนงานที่รองรับ SMEs รับจ้างผลิต (OEM) ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจของโลก
- การสนับสนุนเรื่องข่าวสารข้อมูลต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการที่สนใจ
- ต้องการให้มีการอบรมพัฒนาช่างฝีมือแรงงานอย่างจริงจัง
- ต้องการข้อมูลสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับธุรกิจทางการเกษตร

7.3.7 กรณีศึกษา SMEs ที่มีบทบาทในพื้นที่ภาคกลาง และภาคตะวันออก

ผู้ประกอบการกลุ่มเบญจรงค์บ้านดอนไถ่และโฮมสเตย์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

1. กลุ่มผู้ผลิตเครื่องเบญจรงค์

เบญจรงค์เป็นของใช้ล้ำค่าที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณเกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ ปัจจุบันได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้เป็นงานหัตถกรรมอันทรงคุณค่า สามารถสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม ประเพณี อันดีงาม วิถีชีวิตของผู้คนแต่ละยุคสมัย โดยการอวดลวดลายอันวิจิตรบรรจงที่ช่างศิลป์ได้แต่งแต้มสีสันอันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น สีแดง สีเหลือง สีขาว สีดำ และสีเขียว จึงเป็นที่มาของคำว่า เบญจรงค์ 5 สี ส่วนชื่อที่เรียกว่า เบญจรงค์ หมายถึง เครื่องเคลือบที่มีการวาดสีลงไปทั้ง 5 สี แต่ปัจจุบันพบว่ามีการใช้สีมากกว่า 30 สี รวมถึงการออกแบบลวดลายต่างๆ ด้วยการวาดสีลงไป 5 สี ซึ่งลวดลายที่รู้จักมากที่สุด ได้แก่ ลายกนก ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ลายเทพพนม ลายนรสิงห์ ตลอดจนลวดลายดอกไม้ ลายสัตว์ และลวดลายจากเรื่องราวเกียรติ เป็นต้น สำหรับลวดลายต่างๆ ที่วาดลงบนเครื่องเบญจรงค์ นั้น เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน วัฒนธรรม ความเชื่อแบบไทย และวิถีชีวิตของคนไทย

ความเป็นมา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มเบญจรงค์บ้านดอนไถ่ดีและโฮมสเตย์ ตำบลดอนไถ่ดี อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ประธานกลุ่มเล่าว่าตนเริ่มต้นจากการเป็นผู้ผลิตหลักเพียงร้านเดียวและได้พัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่อง จนถึงทุกวันนี้มีกลุ่มหลัก 5 ร้านค้า คือ อุไรเบญจรงค์ แดงเบญจรงค์ หนูเล็กเบญจรงค์ ยืนยงเบญจรงค์ และสังวาลย์เบญจรงค์ ซึ่งเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยยอดขายที่ดี เนื่องจากเครื่องเบญจรงค์ของที่นี่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทั้งศิลปะ ความประณีตละเอียดอ่อนและความเอาใจใส่ของช่างฝีมือบวกกับความมานะอุตสาหะในการฝึกฝน ทุ่มเท ตลอดจนความสามารถในการเข้าถึงศิลปะอย่างแท้จริงของคนในชุมชน นับเป็นงานศิลปะชั้นเยี่ยมที่ทรงคุณค่าในด้านฝีมือของคนไทย ที่กลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกถึงความสวยงามล้ำค่าของสินค้าและวัฒนธรรมอันดีงามของชาติไทยในสากล

การให้ชุมชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต/บริการ/การค้า และการจัดสรรค่าตอบแทน

กลุ่มผู้ผลิตเบญจรงค์มีส่วนช่วยให้สังคมในชุมชนมีความเข้มแข็ง อีกทั้งเป็นงานที่เปรียบเสมือนหน้าที่ของทุกคนในพื้นที่ที่จะต้องช่วยกันสืบสานเอกลักษณ์ไทยให้สามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ชุมชนแห่งนี้ยังมีการฝึกกำลังเป็นหนึ่งเดียวระหว่างชุมชนหลายชุมชน มีการถ่ายทอดการเรียนรู้สู่เยาวชนรุ่นใหม่ๆ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีการหาตลาดใหม่ๆ รวมถึงการเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดยผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมและยอดจำหน่ายได้สูงสุด คือ เครื่องเคลือบดินเผาเบญจรงค์

ความคาดหวังในอนาคตต่อการประกอบการ SMEs ให้ยั่งยืนและมีศักยภาพมากที่สุด

แนวโน้มในอนาคต สำหรับศักยภาพของกลุ่มผลิตเบญจรงค์ในพื้นที่ภาคกลาง ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในเรื่องของลวดลายและรูปแบบที่ไม่เหมือนใคร สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าเป็นอย่างมาก รวมทั้งขั้นตอนการผลิตชิ้นงานที่มีความพิถีพิถันในทุกขั้นตอนตั้งแต่การเลือกดินที่มีคุณภาพ การกำหนดอุณหภูมิในเตาเผา ตลอดจนช่างลงสีและเขียนลายต้องได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี รูปแบบและลวดลายจะมีทั้งแบบเก่าแบบใหม่ มีการผลิตสินค้าในครัวเรือน ธุรกิจสปา ของขวัญของชำร่วย ซึ่งได้รับความนิยมมาก ในขณะที่วัดเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจเนื่องจากมีการนำเบญจรงค์ติดผนังแทนกระจก เป็นต้น

สมาชิกกลุ่มได้มีการต่อยอดธุรกิจเบญจรงค์ ควบคู่กับการให้บริการที่ทุกรูปแบบ โฮมสเตย์ในระดับมาตรฐานในบริเวณเดียวกัน เนื่องจากกลุ่มเห็นว่าภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่ร่มรื่น ซึ่งนอกจากจะบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติที่เงียบสงบแล้ว ยังเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ด้านการเขียนลายเบญจรงค์แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าพักรวมถึงผู้ที่สนใจทั่วไปด้วย ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงมีการให้บริการเช่าสถานที่สำหรับจัดงานมงคลสมรส หรือเป็นสตูดิโอนอกสถานที่ในรูปแบบบ้านเรือนไทย ซึ่งใช้เรือนรับรองของโฮมสเตย์มาตกแต่ง ทำให้สามารถสร้างรายได้อีกทางหนึ่งแก่กลุ่ม

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ / โฮมสเตย์

จังหวัดสมุทรสงคราม ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มริมทะเลโดยตลอด นอกจากนี้ยังมีลำคลองน้อยใหญ่จำนวนมาก สภาพพื้นที่เช่นนี้ทำให้เกิดความสะดวกในด้านการคมนาคมทางน้ำและการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ประกอบกับสภาพพื้นที่ของจังหวัดมีทั้งชุมชนที่เป็นตลาดและสวนผลไม้ จึงทำให้เอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในจังหวัดสมุทรสงครามจึงได้รับความนิยมและทวีเพิ่มมากขึ้นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อมาการศึกษา เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมและหัตถกรรมท้องถิ่น การท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ ส่งผลให้ชื่อเสียงของหมู่บ้านให้เป็นที่รู้จักทั้งในและนอกประเทศ ทำให้คนรักหงแหงและภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการรวมกลุ่ม มีพลังที่จะสร้างชุมชนให้เข้มแข็งพร้อมทั้งทำความเข้าใจระหว่างคนภายนอกกับคนในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีความร่วมมือเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บางชุมชนเริ่มปลูกผักสวนครัวทำเกษตรอินทรีย์ ลดการใช้สารพิษ สร้างรายได้ลดรายจ่าย และสร้างคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้น มีการพัฒนาความรู้ในการให้บริการการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น มีการพัฒนาม้าน้ำร้อนและที่อยู่อาศัยให้มีความสะอาดและน่าอยู่มากขึ้น ซึ่งในปี 2552 หอการค้าจังหวัดสมุทรสงครามได้ประมาณการว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดน่าจะมียอดประมาณ 600 แห่ง

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโฮมสเตย์ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติ ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน รongลงมาคือ วัยสูงอายุ โดยเป้าหมายในการเดินทางเข้ามาเพื่อศึกษาดูงาน ท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ทั้งนี้หากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะเข้าไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดราชการ แต่หากเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเข้ามาในช่วงวันหยุด นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญที่เข้ามาพักในรูปแบบโฮมสเตย์ จะมาจากสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมนี และเนเธอร์แลนด์

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม คือ กิจกรรมดังต่อไปนี้

- 1) การท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา เพื่อชิมอาหารพื้นบ้านทั้งควาวหวาน อาหารพื้นบ้านที่แม่ค้าและพ่อค้าพายเรือ มาขายให้เลือกซื้อเลือกชิม รวมถึงอาหารที่ขายอยู่ตามร้านอาหารบนฝั่งก็มีให้เลือกชิมมากมาย เมนูเด็ดที่ไม่ควรพลาด คือปลาหมึกและกุ้ง ที่ย่างกันสดๆ บนเตาพร้อมน้ำจิ้มรสแซบ ก๋วยเตี๋ยวเรือเลิศรส รวมถึงขนมพื้นบ้านอย่างขนมไข่ที่มีรู้นหลากสีสรรอยู่ข้างในน่ารับประทานยิ่งนัก ขนมหวานก็มีทองหยิบ ทองหยอด ขนมสอดไส้ อากาหาเครื่องต้มแก็กระหายน้ำก็มีกาแฟโบราณ ไอศกรีมผลไม้ตามฤดูกาล น้ำผลไม้สดสมุนไพรต่างๆ ที่มีขายอยู่ทั่วไปบนสองข้างทาง
- 2) ชมร้านค้าขายของที่ระลึกและวิถีชีวิตชาวบ้าน ของที่ระลึกยอดฮิตที่ได้รับความนิยม คือ โปสการ์ด หมวก หรือเสื้อยืดเก๋ๆ
- 3) ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมนี้ นักท่องเที่ยวบางคนนิยมล่องเรือชมทิวทัศน์ของแม่น้ำแม่กลองเพื่อชมวิถีชีวิตและบ้านเรือนริมน้ำที่จะได้เห็นตลอดทางที่เรือแล่นไป หรืออาจจะแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น วัดบางแคน้อย ค่ายบางกุ้ง โบสถ์คริสต์
- 4) ล่องเรือชมหิ่งห้อย ถือเป็นไฮไลต์เด็ดของการมาท่องเที่ยวที่อัมพวาเลยก็ว่าได้ นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ต่างประทับใจเป็นอย่างมากกับกิจกรรมนี้หิ่งห้อยที่ส่องแสงประกายความงามยามค่ำคืน ได้ต้นลำพูสองฝั่งคลองของอัมพวา

สำหรับสื่อที่มีผลอย่างมากต่อการเดินทางเข้ามายังโฮมสเตย์ จะเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อนบอกต่อ แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ และบริษัททัวร์

3 ผลกระทบจากการทำโฮมสเตย์

1. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เมื่อชุมชนมีชื่อเสียงเริ่มมีนายทุนภายนอกเข้ามาซื้อที่ดินจำนวนมาก มีการพังทลายของดินริมตลิ่ง เกิดของเสีย ขยะมูลฝอย น้ำเสีย รวมถึงมลภาวะทางเสียง ส่งผลกระทบต่อชุมชนใกล้เคียง เนื่องจากมีปริมาณนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนขีดความสามารถในการรองรับ

2. ผลกระทบด้านวัฒนธรรม ซึ่งชุมชนบางแห่งได้มีการประยุกต์และดัดแปลงสิ่งของ เช่น งานปัก งานทอผ้า งานจักสาน ออกขายเพื่อเป็นที่ระลึก มีการรื้อฟื้น ฟื้นฟูการแสดง และการละเล่นต่างๆ ซึ่งจากเดิมเคยทำเป็นพิธีการใหญ่ต่อระดมคนและมีการจัดเตรียมล่วงหน้า แต่เมื่อนักท่องเที่ยวมาบ่อยขึ้น การทำเป็นพิธีการใหญ่กลายเป็นภาระจึงมีการปรับให้เรียบง่ายขึ้น

3. ผลกระทบด้านสังคม ผู้ได้รับประโยชน์หรือเข้าถึงทรัพยากรคือผู้นำในชุมชน คือคนที่มีประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถและจะเป็นผู้กำหนดเกณฑ์เพื่อให้เกิดมาตรฐาน ที่ทำให้คนระดับกลางหรือระดับล่างในชุมชนขาดโอกาส

ทรัพยากรธรรมชาติ หากมีการใช้ประโยชน์ก็ต้องมีการดูแลรักษาและสร้างกตึกาเพื่อการใช้อย่างยั่งยืน ซึ่งการท่องเที่ยวได้สร้างโอกาสให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมชาติท้องถิ่น การจัดการทางวัฒนธรรมมีความจำเป็นและต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อเลือกนำเสนอในสิ่งที่เป็นสาระและสอดคล้องกับวิถีชุมชน โดยผลทางสังคมยังพบเห็นในลักษณะมือใครยาวสาวได้สาวเอา จึงควรมีข้อกำหนดหรือมาตรการด้านการบริหารจัดการโฮมสเตย์ที่คนในชุมชนมีความตระหนักและร่วมมือกันสร้างกฎ ระเบียบ ที่มีการกระจายรายได้อย่างยุติธรรม และการท่องเที่ยวยังเป็นรายได้เสริมและมีส่วนร่วมกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนอีกด้วย

4 ความคาดหวังจากภาครัฐ

1. ต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักหมู่บ้าน ด้วยการสนับสนุนการจัดทำสื่อแผ่นพับ วิซีดี แผนที่จังหวัด พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ถนน ป้าย ศาลาประชาคม ห้องน้ำ รวมถึงสนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น อุปกรณ์ดนตรี ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน รวมทั้งการอบรมทักษะเสริม เช่น การนวดแผนไทย การบริหารจัดการผลประโยชน์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การทำสินค้าที่ระลึก การบริการ การพูดในที่ชุมชน จิตสำนึกในการอนุรักษ์ การบริหารจัดการกลุ่มและบทบาทหน้าที่ของกรรมการ อีกทั้งยังต้องการให้มีการจัดฝึกอบรมภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่นด้วย

2. ต้องการที่จะให้สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ทำหนังสือแนะนำของดีประจำท้องถิ่น ร้านอาหาร ที่พักหรือโฮมสเตย์ และออกประเมินโฮมสเตย์ที่ผ่านมาตรฐานทุกเดือน รวมถึงการดูแล ติดตามอย่างต่อเนื่อง สนับสนุน มีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติต่างๆ

3. ต้องการความรู้ด้านการบริหารจัดการ เพื่อจักได้นำมาใช้ในการดำเนินกิจการของตน โดยมุ่งเน้นขอให้มีการจัดประชุมระดับภาค พร้อมทั้งเวทีการเรียนรู้และกระบวนการจัดการให้คณะกรรมการชุมชนพร้อมทั้งหาทางจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนากิจการและสร้างฐานเครือข่ายธุรกิจ

4. ต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์อย่างจริงจัง เพราะที่ผ่านมาผลตอบรับดี และเป็นการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศได้อีกทาง

7.4 ภาคใต้

7.4.1 ศักยภาพพื้นที่ และทิศทางการพัฒนา

ภาคใต้ เป็นพื้นที่ที่โอบล้อมด้วยชายฝั่งทะเลทั้งสองด้าน มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ มีศักยภาพทั้งด้านการเกษตร อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว โดยบทบาทการพัฒนาพื้นที่ที่สำคัญ ได้แก่

1. เป็นฐานการผลิตยางพารา และปาล์มน้ำมันครบวงจร โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนที่เป็นแหล่งยางพาราที่สำคัญ และภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีสุราษฎร์ธานีและชุมพรเป็นแหล่งอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำมันปาล์ม
2. เป็นฐานการผลิตอาหารทะเลแปรรูป โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน
3. เป็นฐานท่องเที่ยวทางทะเลชั้นนำของโลก โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยมีภูเก็ต กระบี่ พังงา เป็นศูนย์กลาง
4. เป็นประตูการค้าและการขนส่งเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านด้านใต้และสู่นานาชาติ และมีพื้นที่เชื่อมโยงฝั่งทะเลอันดามันและอ่าวไทย (Land bridge) บริเวณสงขลา-สตูล
5. เป็นฐานอุตสาหกรรมเหล็ก และมีศักยภาพในอุตสาหกรรมพลังงานจากก๊าซธรรมชาติในฝั่งอ่าวไทย

ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคใต้

จากยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคใต้ ที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีใน 5 ด้าน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างความเข้มแข็งภาคการผลิตหลักให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยการพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูป ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ประมง และผลไม้ และการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สร้างรายได้อย่างเต็มศักยภาพและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ขยายฐานเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มความหลากหลายของแหล่งรายได้และการจ้างงานของภาค โดยพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน สร้างโอกาสการพัฒนาการรองรับการขยายการลงทุน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ รวมถึงการพัฒนาการคมนาคมขนส่งทางทะเลเพื่อเชื่อมโยงสู่นานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาคมนาคม และสังคมให้มีคุณภาพและมีภูมิคุ้มกันที่ดีเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการพัฒนาภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมระดับชุมชน โดยการสร้างเศรษฐกิจชุมชน และส่งเสริมการใช้กระบวนการชุมชนเข้มแข็งเพื่อสร้างสันติสุข

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ฟื้นฟูและบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาสมดุลเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน
(ที่มา : สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคใต้)

7.4.2 บทบาทของ SMEs ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในพื้นที่ภาคใต้

ด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจของภาคใต้ทางฝั่งอ่าวไทยและภาคใต้ชายแดนอยู่บนพื้นฐานของการเกษตรเป็นหลัก โดยเฉพาะการปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมัน รวมถึงการทำประมง ขณะที่อุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรขั้นต้น ส่วนทางฝั่งอันดามันนั้น เศรษฐกิจหลักอยู่ที่ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่อง ซึ่งการท่องเที่ยวของภาคใต้นั้น เป็นกิจกรรมสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับภูมิภาคและของประเทศ เพียงแต่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเช่น ภูเก็ต กระบี่ สมุย เท่านั้น

ด้านการค้าขายแดนระหว่างภาคใต้กับมาเลเซียมีมูลค่าการค้าสูงที่สุดเมื่อเทียบกับมูลค่าการค้าชายแดนในช่องทางอื่นๆ โดยคิดเป็นร้อยละ 75 ของมูลค่าการค้าผ่านแดนของประเทศ และมูลค่าการค้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เป็นการค้าผ่านด่านสะเตาะและปะดังเบซาร์ จังหวัดสงขลา โดยเป็นทั้งสินค้าพืชผลการเกษตร ผักผลไม้ ยางพาราขั้นปฐม สินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ

ในทางสังคม จุดแข็งของภาคใต้ คือชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งมาจากพื้นฐานความเข้มแข็งทางด้านศาสนา ชุมชนมีความสัมพันธ์และช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จนกลายเป็นพื้นที่ที่มีขยายโยการคุ้มครองทางสังคมที่แข็งแกร่ง และมีบทบาทในการฟื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ชุมชนไม้เรียง และสมาพันธ์ประมงพื้นบ้านและป้าชายเลนภาคใต้ เป็นต้น

ส่วนเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้อ้างเป็นอุปสรรคสำคัญในการลงทุน และการสร้างงานของผู้ประกอบการในแต่ละระดับ

จากความเข้มแข็งของชุมชน การประกอบอาชีพหรือการค้าเนินธุรกิจในพื้นที่จึงมีการเกื้อกูลกันอย่างชัดเจน ทั้งการรวมกลุ่มในแบบวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มในรูปแบบต่างๆ หรือการเชื่อมโยงกันของกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น การเลี้ยงนกเขาชวา ซึ่งในห่วงโซ่มูลค่า มีทั้งการทำฟาร์มเลี้ยงนก การทำกรงนก ส่วนประกอบหรือเครื่องประดับตกแต่งของกรงนก การค้าและการจัดงานแข่งขันต่างๆ ซึ่งเป็นการสร้างเศรษฐกิจให้ชุมชนโดยรวมด้วย กลุ่มทอผ้าเกาะยอ ซึ่งมีการสอนและสืบทอดงานฝีมือในกลุ่มสมาชิก เป็นการสร้างรายได้และสร้างความเข้มแข็งในชุมชนด้วย และในหลายพื้นที่ มีการรวมกลุ่มกันด้วยสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งเป็นเหมือนแหล่งทุนในการประกอบอาชีพ และเป็นสวัสดิการชาวบ้านอีกด้วย

ในทางวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรมอันเกิดจากการพัฒนา การปรับตัว ปรับวิถีชีวิตของคนในภาคใต้ที่ประกอบด้วยคนไทยและอีกหลายชาติพันธุ์ที่อยู่ร่วมกันในคาบสมุทรมีคนมาเลย์ คนจีน คนมุสลิม และคนที่มาจากอินเดียฝ่ายใต้ แต่กลุ่มชนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไทยสยาม แต่จากการที่ชนชาติได้ มีทำเลถิ่นฐานค่อนข้างหลากหลาย ทั้งที่ราบตามแนวชายฝั่ง ปากอ่าว ท่าเรือ ที่ราบเชิงเขา ตามแนวสายน้ำน้อยใหญ่ ตามเกาะต่างๆ ทำให้วัฒนธรรมของชาวใต้มีความแตกต่างกันตามถิ่นที่อยู่ ตามความเชื่อ เชื้อชาติ

และศาสนา ซึ่งภูมิปัญญาชาวบ้านภาคใต้ นั้น มีบริบทสำคัญของสังคมภาคใต้เป็นบ่อปมเพาะ อันได้แก่ สภาวะธรรมชาติ ภาวะสร้างสรรค์ คติความเชื่อเกี่ยวกับโลกและจักรวาล และคติความเชื่อและความศรัทธา อันเนื่องจากศาสนา (อันได้แก่ พุทธ พราหมณ์ และอิสลาม) และส่งผลต่อวิถีการดำเนินธุรกิจหรือการประกอบอาชีพที่แตกต่างกันของกลุ่มคนในแต่ละพื้นที่ด้วย

ในด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ภาคใต้เป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมของสังคมเกษตรที่ได้มีการสืบสานความรู้และความชำนาญต่างๆ สืบต่อมาถึงรุ่นปัจจุบัน การใช้วัสดุจากธรรมชาติมาดัดแปลงเป็นเครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวันต่างๆ

ด้านประเพณี ภาคใต้มีงานประเพณีหลักทั้งในทางพุทธศาสนาที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี เช่น งานประเพณีชักพระและงานแห่ผ้าขึ้นพระธาตุ มีงานประเพณีของคนไทยเชื้อสายจีน เช่น งานสมโภชเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยวที่ปัตตานี และงานเทศกาลกินเจที่ภูเก็ต เป็นต้น และมีวัฒนธรรมเฉพาะในส่วนของคนไทยมุสลิม มีศิลปะการแสดงเฉพาะถิ่น คือ การแสดงโนราห์ หนังตะลุง มีวัฒนธรรมการแต่งกายทั้งในแบบไทยมุสลิม วัฒนธรรมการแต่งกายของเจ้าสาวไทยเชื้อสายจีนแบบบาบ๋าเพอรานากัน ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ เหล่านี้ นอกจากเป็นวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละกลุ่มแล้วยังเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดธุรกิจการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่

7.4.3 กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีบทบาทโดดเด่นในพื้นที่ภาคใต้

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง)

จังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เป็นแหล่งพืชผลเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูป แหล่งผลิตข้าวและปศุสัตว์ ประมง โดยเฉพาะลุ่มน้ำปากพนังและลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยบริเวณเชื่อมต่อกับชุมพร-สุราษฎร์ธานี เป็นแหล่งผลิตปาล์มน้ำมันและการแปรรูปขั้นต้น ส่วนบริเวณเชื่อมต่อกับสุราษฎร์ธานี-นครศรีธรรมราช เป็นแหล่งผลิตยางพารา แปรรูปยาง และไม้ยางพารา ส่วนพื้นที่เกาะต่างๆ ในทะเลอ่าวไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ

ธุรกิจ SMEs ที่โดดเด่นในพื้นที่ ได้แก่

จังหวัดชุมพร

- ธุรกิจผลิตอาหารจากสินค้าเกษตร
- ธุรกิจผลิตสินค้าหัตถกรรม

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

- ธุรกิจการท่องเที่ยว
- ธุรกิจผลิตอาหารจากสินค้าเกษตร

จังหวัดนครศรีธรรมราช

- ธุรกิจค้าปลีก ค้าส่งพืชผลการเกษตร

- ธุรกิจผลิตสินค้าหัตถกรรม
- ธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร
- ธุรกิจผลิตอาหารจากสินค้าเกษตร

จังหวัดพัทลุง

- ธุรกิจผลิตอาหาร และเครื่องดีมีจากสินค้าเกษตร

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง)

เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพโดดเด่นในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ โดยมีเกาะภูเก็ตเป็นศูนย์กลางที่ได้รับสมญานามว่าเป็น "ไข่มุกอันดามัน" และมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ เช่น หมู่เกาะพีพี หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ เป็นต้น

ธุรกิจ SMEs ที่โดดเด่นในพื้นที่ ได้แก่

จังหวัดระนอง

- ธุรกิจการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ธุรกิจประมง แพปลา และที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมประมงทะเล
- ธุรกิจหัตถกรรม เช่น กระเป๋าหนังปลากระเบน

จังหวัดกระบี่

- ธุรกิจการท่องเที่ยว และบริการที่เกี่ยวข้อง
- ธุรกิจผลิตอาหารจากสินค้าเกษตร

จังหวัดภูเก็ต

- ธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น สปา โรงแรม บ้านพัก บริการนำเที่ยว เรือนำเที่ยวต่างๆ
- ธุรกิจทางการศึกษา
- ธุรกิจด้านไอซีที สารสนเทศที่รองรับธุรกิจการท่องเที่ยวสมัยใหม่ในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ การรองรับลูกค้าและผู้สนใจ
- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

จังหวัดพังงา

- ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง
- ธุรกิจผลิตสินค้าหัตถกรรม

จังหวัดตรัง

- ธุรกิจแปรรูปไม้ยางพารา
- ธุรกิจสินเชื่อและการเงิน
- ธุรกิจอาหาร ร้านอาหาร โรงแรม

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)

มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซียและมีพื้นที่เปิดสู่ทะเลทั้งด้านอันดามันและอ่าวไทยมีบทบาทเป็น

แหล่งอุตสาหกรรมแปรรูปยางและไม้ยางพารา และอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลที่สำคัญของภาค มีแหล่งท่องเที่ยวเมืองชายแดนรองรับนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน และแหล่งท่องเที่ยวในทะเล ได้แก่ บริเวณเกาะตะรุเตา - อาดัง - ราวี - หลิเบ๊ะในจังหวัดสตูล และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับโลกมุสลิมที่สามารถใช้เป็นสื่อกลางในการสร้างความร่วมมือและการค้าระหว่างกันได้

ธุรกิจ SMEs ที่โดดเด่นในพื้นที่ ได้แก่

จังหวัดสงขลา

- ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ เช่น โรงแรม รถรับจ้าง ร้านอาหาร
- ธุรกิจแปรรูปอาหารทะเลรายย่อย เช่น ลูกชิ้นปลา ธุรกิจแพปลา
- ธุรกิจศิลปะหัตถกรรม เช่น การทำผ้าทอเกาะยอ การทำกรงนก และธุรกิจที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต เช่น การเลี้ยงนกเขาชวา
- ธุรกิจทางการศึกษา โรงเรียนนานาชาติ โรงเรียนเอกชน โรงเรียนกวดวิชา
- ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ที่พัก อสังหาริมทรัพย์

จังหวัดสตูล

- ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ

จังหวัดปัตตานี นราธิวาส ยะลา

- ธุรกิจศิลปะหัตถกรรม การทำผ้าคลุมหมสำหรับสตรีมุสลิม
- ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประมงทะเล อาหารทะเล
- ธุรกิจแปรรูปอาหารพื้นบ้าน
- ธุรกิจยางพารา การแปรรูปยางและไม้ยางพารา การทำเฟอร์นิเจอร์ไม้ยาง

7.4.4 ปัจจัยความสำเร็จของ SMEs ในพื้นที่ภาคใต้

- การสร้างจุดขายให้ตัวเอง โดยนำจุดเด่นด้านวัฒนธรรมวิถีไทยประเพณีที่สำคัญในท้องถิ่นเพื่อมาต่อยอดเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของทุกคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
- การใช้ความได้เปรียบจากปัจจัยการผลิต คือ วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ ร่วมกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการต่างๆ
- การใช้ฐานการบริโภคจากประชากรในพื้นที่ ซึ่งมีกำลังซื้อสูง

7.4.5 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

- ศักยภาพของพื้นที่ที่เอื้อในการประกอบธุรกิจทั้งด้านการเกษตร การค้าชายแดน การท่องเที่ยว การประมง และอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ
- มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่งทางบก/ทางน้ำ โลจิสติกส์ และ

- คลังสินค้า ที่สามารถเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนกับภูมิภาคอื่นๆ และกับมาเลเซีย สิงคโปร์
- มีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกสายทั้งทางบก และทางอากาศ รองรับการทำธุรกิจและนักท่องเที่ยว อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวยังเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ (World Destination)
- อุปสรรคสำคัญ คือ ด้านภัยธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น และมีความไม่แน่นอน และปัญหาทางการเมืองและความมั่นคง ที่เป็นอุปสรรคต่อความเชื่อมั่นในการลงทุนในบางพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ภาคใต้ชายแดน

7.4.6 ภาพอนาคต และความคาดหวัง

- องค์กรส่วนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการวางแผน กติกา และมีการดูแลให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้ใช้ทรัพยากรและคนในท้องถิ่น เช่น สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ
- การแก้ปัญหามืองในประเทศและปัญหาความมั่นคง ให้เกิดความเชื่อมั่นต่อทั้งนักลงทุนและนักท่องเที่ยว
- การสนับสนุนจากภาครัฐ ที่มีการบูรณาการกันอย่างจริงจัง มีความชัดเจนด้านข้อมูลและนโยบาย และเข้าถึงได้โดยง่าย
- มีการสืบทอด ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมให้เด็กรุ่นใหม่ได้เรียนรู้และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs ต่างๆ

7.4.7 กรณีศึกษา SMEs ที่มีบทบาทในพื้นที่ภาคใต้

บริษัทเครือข่ายผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ตำบลกะหรอ อำเภอเทพา จังหวัดนครศรีธรรมราช

“บริษัทเครือข่ายผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด” เป็นบริษัทของชุมชน ที่จัดตั้งถือขึ้นดำเนินการโดยชุมชนอย่างแท้จริง ผลิตแป้งขนมจีนซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านอย่างหนึ่งของคนภาคใต้ส่งออกจำหน่ายไปหลายจังหวัด เช่น จังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา กระบี่ และสุราษฎร์ธานี ภายใต้เครื่องหมายกลุ่มเครือข่ายยมนา ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มอาชีพและชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ถือเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายแป้งขนมจีนเส้นสดรายใหญ่ของภาคใต้ และนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ลดต้นทุนและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

ความเป็นมา

ความเป็นมาของบริษัท เกิดจากเวทีประชุมของผู้นำชุมชนในภาคใต้ที่จังหวัดสงขลาประมาณปลายปี 2535 จากการประสานงานของสถาบันพัฒนาชุมชน มูลนิธิหมู่บ้าน โดยที่ประชุมได้เสนอแนวคิดค้นหารูปแบบ เพื่อการสร้างงานให้ชุมชนในรูปแบบธุรกิจชุมชน เพื่อให้เกิดแนวร่วมในการพัฒนาเครือข่ายร่วมกันในอนาคต หลังจากนั้นได้มีการไปศึกษาดูงานเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนในภาคอีสานหลายจังหวัด รวมทั้งโรงงานขนมจีนของบริษัท พ.ศ.ช. ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ที่จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตแป้งสำหรับทำเส้นขนมจีนจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตเส้นขนมจีนในภาคอีสาน หลังจากกลับมาจากการศึกษาดูงานแล้วมาคิดว่า

จะทำอะไรที่สามารถต่อยอดอาชีพของคนในจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งมีอาชีพเป็นเกษตรกรได้ เมื่อเห็นว่าในจังหวัดนครศรีธรรมราชนิยมบริโภคขนมจีนกันมากและรวมทั้งภาคใต้ในจังหวัดอื่นๆ ด้วย จึงเกิดความคิดว่ามีความเป็นไปได้สูงในการที่จะนำธุรกิจตัวนี้มาทำในภาคใต้ จนได้ข้อสรุปร่วมกันในการที่จะจัดตั้งโรงงานแป้งขนมจีนเป็นธุรกิจของชุมชน อันจะนำไปสู่การเรียนรู้ ภูมิปัญญา และสามารถพัฒนาไปสู่ความเป็นชุมชนอย่างเข้มแข็งได้

การให้ชุมชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต/บริการ/การค้า และการจัดสรรค่าตอบแทน

โรงงานจัดตั้งขึ้นด้วยการระดมทุนจากสมาชิกในชุมชน การกู้เงินจากธนาคาร และการร่วมหุ้นจากองค์กรชุมชนอีก 5 แห่ง ซึ่งแต่ละองค์กรมีสมาชิกอยู่เป็นจำนวนมาก รวมแล้วสมาชิกที่ได้รับผลประโยชน์ทางอ้อมนี้ไม่ต่ำกว่า 70,000 คน

ในการทำแป้งขนมจีนของโรงงานในช่วงแรกนั้นจะใช้สูตรแป้งหมักตามสูตรของภาคอีสานตามที่ได้อศึกษาดูงานมา แต่ก็เกิดปัญหาขึ้น กล่าวคือ แป้งขนมจีนมีกลิ่นจากการหมักส่งผลให้ตลาดท้องถิ่นไม่ยอมรับ จึงต้องไปศึกษาสูตรของท้องถิ่นจากหลายแห่ง เช่น ในตัวเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช อำเภอปากพ่อง อำเภอทุ่งสง อำเภอสิชล และจังหวัดสุราษฎร์ธานี จนได้สูตรที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดท้องถิ่น คือ ใช้วิธีการแช่แป้งแล้วบดในขณะที่ภาคอีสานใช้วิธีการหมัก ภาคตะวันออกและภาคกลางใช้วิธีการบ่ม ซึ่งนับเป็นการเรียนรู้วิธีการผลิตแป้งขนมจีนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมถ่ายทอดกันมาหลายชั่วอายุคน แล้วนำมาดัดแปลงประยุกต์ให้เหมาะสมกับการทำแบบอุตสาหกรรมได้อย่างกลมกลืน

โรงงานผลิตแป้งขนมจีนแห่งนี้จะใช้ข้าวสารจากลุ่มน้ำปากพ่องมาเป็นวัตถุดิบ ซึ่งเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรชาวปากพ่องที่ขายข้าวสารได้ราคาถูก กระบวนการผลิตจะนำข้าวสารที่ได้มาแช่น้ำไว้ประมาณ 1 คืน จากนั้นจะนำไปเข้าเครื่องบดและร่อน ก่อนที่จะนำไปพักไว้ในบ่อพักอีก 1 คืน โดยเติมเกลือลงไปช่วยทำให้ยีสต์เพิ่มจำนวนและช่วยไม่ให้แป้งบูด สามารถเก็บไว้ได้นาน จากนั้นจึงถ่ายน้ำออกนำไปแป้งเข้าเครื่องอัดเพื่อบีบน้ำออกอีกครั้งจนได้เป็นก้อนแป้ง แล้วนำมาซึ่งน้ำหนักบรรจุพร้อมที่จะส่งจำหน่ายได้

การพัฒนาต่อยอดด้วยเทคโนโลยี

ปัจจุบัน ถึงแม้ว่าบริษัทเครือข่ายผลิตภัณฑ์อาหารจะเดินไปได้อย่างน่าพอใจ แต่ไม่หยุดนิ่งเพียงแค่นี้ ได้มีการประสานกับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ในการวิจัยและพัฒนาต่อยอดจากโรงงานแป้งขนมจีนเพื่อเพิ่มมูลค่าและการขยายงาน ในการนำเอาแป้งมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง เช่น เส้นหมี่ เนื่องจากเป็นความต้องการของตลาดประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย หรือการนำน้ำที่เหลือจากการผลิตมาทำน้ำส้ม ซึ่งจะทำให้โรงงานนี้พัฒนาไปสู่การเป็นโรงงานต้นแบบที่สามารถทำผลผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนั้นได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อยู่เสมอทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น และฝรั่งเศสมาเรียนรู้และทำการศึกษาวิจัยกระบวนการของชุมชน เป็นการศึกษากระบวนการของชุมชนที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจ

การผลิตแข่งขันเงิน แม้จะเป็นผลผลิตพื้นบ้านจากภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่จำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่ต้องการผลิตแข่งขันเงินให้ได้ปริมาณมาก ในแต่ละวัน อีกทั้งความทันสมัยของเทคโนโลยีนอกจากจะทำให้ผลิตแข่งได้ปริมาณมากแล้ว ยังช่วยลดการใช้พลังงาน ลดระยะเวลาตั้งแต่ผลิตได้จำนวนที่มากขึ้น และนอกจากจะทำให้การทำงานสะดวกรวดเร็วขึ้นแล้ว ยังสร้างงานให้คนในพื้นที่อีกด้วยถือเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ร่วมกับภูมิปัญญาชาวบ้านได้เป็นอย่างดี

บริษัท ได้พัฒนาไปสู่การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการแก้ไขปัญหาต้นทุนการผลิต และปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งนอกจากจะช่วยลดการสูญเสียและลดการใช้พลังงานแล้วยังช่วยเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทอีกทางหนึ่งด้วย โดยมีการปรับปรุงและพัฒนาขั้นตอนในกระบวนการผลิตแข่งขันเงิน ตั้งแต่กระบวนการจัดเก็บวัตถุดิบ การล้างข้าว การแช่ข้าว การไม่ข้าว การนบน้ำแป้ง การแยกแป้ง และการบรรจุแป้งขนมจีนลงในถุง เพื่อลดการสูญเสียแป้งในกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุด โดยได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น

ความคาดหวังในอนาคตต่อการประกอบการ SMEs ให้ยั่งยืนและมีศักยภาพมากที่สุด

กรรมการผู้จัดการบริษัทและผู้นำชุมชน ได้ฝากแนวคิดไว้ว่า “ประเทศไทยมีทรัพยากรมหาศาล แต่เราขาดแว่นในการส่องดู ขาดคนที่เป็นปัญญาชนที่เป็นหัวสมองต่างๆ ที่จะมาคิดค้น และที่สำคัญคือขาดการประสานกันคือ วิชาการเราไม่ เรามีทุน (เงิน) เรามีภูมิปัญญาคือชุมชน เรามีกฎหมาย แต่ 4 กลุ่มนี้อยู่คนละแห่งกัน ทำอย่างไรให้คน 4 กลุ่มนี้มาจับมือร่วมกัน ประเทศไทยจึงจะไม่จน ที่ผ่านมาเราไม่ได้มีการประสานกัน นักวิชาการคิดไปทางหนึ่ง ทุนก็อยู่ทางหนึ่ง ภูมิปัญญา (ชุมชน) ก็ทำกันไปทางหนึ่ง กฎหมายก็ไม่เปิดช่องให้ชุมชน หรือให้คนไทยได้ทำงานตามภูมิปัญญาของชุมชน ถ้าต่างฝ่ายต่างคิดรับรองว่าไม่มีวันสำเร็จ ต้องทำให้คนทั้ง 4 กลุ่มนี้มาประสานกันให้ได้ ถ้าทำได้ หมู่บ้านละล้านก็ไม่จำเป็นต้องทิ้งลงมา เราเอาชุมชนมาเป็นทุนโดยการผลักดันทีละตัว แต่กฎหมายต้องเปิดช่องให้เรารวมได้ ให้เราทำภาคีกันได้ เช่นเดียวกับบริษัท ความหวังสูงสุดของการก่อตั้งบริษัทนี้ขึ้นมาไม่ได้หวังว่าชาวบ้านหรือชุมชนจะร่ำรวยแต่ประการใด แต่มุ่งหวังเพื่อให้ชาวบ้านสามารถเลี้ยงตัวเองได้จากต้นทุน หรือทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมากมายในชุมชนและรู้สึกตัวตัวเองเป็นเจ้าของพร้อมที่จะรักษา ดูแล และใช้อย่างรู้คุณค่า”

7.5 กรุงเทพมหานคร

ในภาพรวม กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางของการบริหารประเทศ ศูนย์กลางธุรกิจการค้า แหล่งค้าขายสินค้าอุตสาหกรรม/สินค้าอุปโภคบริโภค แหล่งนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ และเป็นภาพของแหล่งเมืองใหม่/ความทันสมัย แม้ว่าเศรษฐกิจหลักจะถูกนำด้วยธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ธุรกิจส่วนใหญ่ทั้งในการผลิต การค้า และการบริการที่มีอยู่มากมายในกรุงเทพฯ ล้วนแต่เป็น SMEs ทั้งสิ้น

ทุนทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

วัฒนธรรมด้านอาหารการกิน : เมืองแห่งร้านอาหารการกิน (Gastronomy) มีทั้งร้านอาหารนานาชาติ (อาหารญี่ปุ่น อาหารจีน อาหารอินเดีย) ร้านอาหารแต่ละภูมิภาค ร้านอาหารที่อิงวัฒนธรรมด้านศาสนา

วัฒนธรรมและวิถีชุมชนทางด้านเชื้อชาติ ที่เห็นเด่นชัด ได้แก่

- ชุมชนชาวจีนที่เยาวราช ที่นำวัฒนธรรมและความเชื่อแบบจีนมาประยุกต์ในด้านการค้า และสร้างเป็นเทศกาลและแหล่งท่องเที่ยว เช่น เทศกาลกินเจ เทศกาลตรุษจีน เป็นต้น
- ชุมชนมอญ ที่เขตหนองจอก (คลอง 14) และบางขุนเทียน เป็นต้น นำวัฒนธรรมด้านอาหารและฝีมือหัตถกรรมพื้นบ้านมาสร้างเป็นศูนย์กลางการค้าและท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

วัฒนธรรมและวิถีชุมชนที่มาจากอาชีพดั้งเดิม

- เปลี่ยนวิถีเกษตรกรรมดั้งเดิม เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพฯ ตะวันออก และพื้นที่กรุงธนฯ ซึ่งสอดคล้องกับอัตลักษณ์เชิงนโยบาย
- ชุมชนบ้านใหม่ เขตราชเทวี พื้นที่กรุงเทพฯ กลาง ที่เคยผลิตผ้าไหมป้อนให้จิม ทอมป์สัน
- ชุมชนบ้านบุ เขตบางกอกน้อย พื้นที่กรุงธนฯ เหนือ ที่ผลิตขนลงหินอันมีชื่อเสียง
- ชุมชนบ้านบาตร เขตป้อมปราบฯ พื้นที่กรุงเทพฯ กลาง ที่ผลิตบาตรพระ

7.5.1 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ

ปัจจัยเอื้อ

1. ปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง เช่น อินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถประชาสัมพันธ์ในต้นทุนที่ถูกได้ในทุกธุรกิจ
2. การขึ้นทะเบียนพื้นที่อนุรักษ์ ช่วยลดความกดดันจากการรุกล้ำพื้นที่จากนายทุน

อุปสรรค

1. ผลกระทบจากชุมนุมทางการเมือง
2. ค่าแรง โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ กลาง ซึ่งแรงงาน ต้องเดินทางเข้ามาทำงานเป็นระยะทางไกล จึงมีค่าแรงค่อนข้างสูง
3. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของคนในพื้นที่ ทำให้อาชีพหลักเปลี่ยนแปลงไป เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีอุตสาหกรรมจำนวนมาก หรือ

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่เข้ามาในพื้นที่กรุงเทพฯ รอบนอก เป็นจำนวนมาก จนทำให้เกิดปัญหาด้านสภาพแวดล้อมและการจราจรขนส่ง

4. การเปิดเสรีทางการค้า ทำให้สินค้าจากต่างประเทศเข้าได้ง่ายขึ้น ซึ่งกระทบต่อผู้ผลิตภายในประเทศ
5. ปัญหาน้ำท่วมและการกัดเซาะของน้ำทะเลในเขตชายทะเลบางชุมชน มีผลต่อการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในเขตชายฝั่งทะเล อาทิ ร้านอาหารชายทะเลบางชุมชนเียน ป่าชายเลน เป็นต้น

7.5.2 ภาพอนาคต และความคาดหวัง

- จากการสำรวจข้อมูล SMEs ในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการที่จะรักษาระดับยอดขาย/ลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน
- ต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเฉพาะด้านกฎระเบียบด้านต่างๆ ที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยพร้อมทั้งยกเลิกและแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน สำหรับในหน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการอยากให้ช่วยเหลือสนับสนุนในด้านการถ่ายทอดความรู้ด้านบริหารจัดการธุรกิจ และรวมกลุ่มผู้ประกอบการ
- อยากให้มีกิจกรรมที่มีส่วนพัฒนาความเป็นอยู่ของสังคมโดยรวม หรือสิ่งแวดล้อมโดยรวม คำนึงถึงความสะอาด ทัศนียภาพของท้องถิ่น รวมไปถึงให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านรักษาสิ่งแวดล้อม อาทิ ไม่ปล่อยควันเสียจากการผลิต

7.5.3 กรณีศึกษา SMEs ที่มีบทบาทในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ร้านยาหอมหมอหวาน

ประวัติความเป็นมา

เจ้าของกิจการซึ่งเป็นผู้สืบทอดกิจการร้านยาหอมหมอหวาน รุ่นที่ 4 เล่าประวัติความเป็นมาของร้านว่า หมอหวานเป็นชื่อของคุณตาทวด ซึ่งเกิดในสมัยรัชกาลที่ 5 และเป็นหมอแผนโบราณในสมัยนั้นด้วย ได้นำสมุนไพรมาปรุงเป็นยา ซึ่งแต่เดิมก็มีขายมากมายหลายชนิด ไม่ได้มีแต่ยาหอม มีทั้งยากวาดคอเด็ก ยาแก้ไข้ ยาสตรีต่างๆ เชื่อว่าในสมัยนั้น วงการยาของไทย เริ่มที่จะรับเอาความทันสมัยเข้ามา สังเกตจากเครื่องมือบางอย่างที่ไม่ได้ใช้เฉพาะของแพทย์แผนโบราณเท่านั้น ถัดจากรุ่นคุณทวดก็จะมีลูกๆ ที่ทำต่อๆ มาแต่ก็ค่อยๆ ลดทอนลงเรื่อยๆ จนถอยย่ำเสียชีวิต ก็มีแนวคิดว่าจะเลิกทำ แต่ลูกค้าที่ซื้อยามานานก็ยังต้องการอยู่ จึงผลิตเพื่อเป็นการบริการลูกค้าดั้งเดิมซึ่งมีอยู่ประมาณ 20 ราย ครอบคลุม ระหว่างนั้นคุณภานี้เริ่มมองเห็นเสน่ห์ของตำรับยาไทยโบราณหลายๆ อย่าง เช่น ตัวชะมดเข็ด คนโบราณคิดได้อย่างไรว่าจะนำมาเป็นยาได้ ตัว همینแต่กลับมองว่าเป็นยา นำมาผสมแล้วทำให้ตัวยามีกลิ่นหอม แสดงคนสมัยก่อนฉลาดมาก จึงเริ่มคิดว่า ถ้าลูกค้ากลุ่มเดิมหมดไปแล้วจะทำยาต่อไหม ตัดสินใจทำต่อโดยไม่ได้รับแรงกดดันจากครอบครัวแต่มองว่าเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษทำมาเสียดาย อยากที่จะรักษาไว้

ยาหอมกับสังคมไทยยุคใหม่

มีงานวิจัยเล่มหนึ่งที่พูดถึงวัฒนธรรมการใช้ยาหอม ว่าอยู่ในสังคมไทยมากกว่า 300 ปีแล้ว แต่สาเหตุที่ถูกเบียดออกไปไม่ใช่เพราะเรื่องสรรพคุณ แต่เป็นค่านิยมความเชื่อที่คนทั่วไปมองว่าการใช้ยาหอมมันเขย ก็เลยมองหาจุดแข็งของว่ามีอะไรที่จะทำให้คนไทยใช้ยาหอม ในเรื่องของสรรพคุณด้วยคิดว่าต้องดีแน่นอน เพราะใช้กันมายาวนานจนถึงทุกวันนี้ ในเรื่องของการผลิต คงจะมีคนที่ชอบจุดเด่นของการทำด้วยมือ ประกอบกับมีบ้านหลังนี้ ที่สร้างขึ้นเมื่อปี 2467 ที่นี่เป็นทุกอย่าง ทั้งที่ปรุงยา จำหน่าย เป็นคลีนิกเป็นจุดแข็งได้เช่นกัน มีนักท่องเที่ยวแวะเข้ามาชมบ้าง มีแนวคิดที่จะให้พื้นที่ตรงนี้เป็นแหล่งแวะเที่ยวด้านภูมิปัญญาของคนสมัยก่อน ถ้าคนปัจจุบันได้รู้ ก็น่าจะภูมิใจในรากเหง้าของตัวเอง จึงเลือกที่จะนำเสนอร้านยาหอมหวานไปในแนวทางนี้

เป้าหมายคือการสานต่อกิจการที่เป็นมรดกจากบรรพบุรุษ ไม่ได้หวังผลตอบแทนกลับมาที่เป็นเงินหรือผลกำไรสูงสุดอย่างเดียว แต่ต้องการสืบทอดให้คงอยู่จากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายจึงไม่ใช่การผลิตขนาดใหญ่เพื่อขยายตลาดให้กว้างขวาง แต่เป็นการเน้นกลุ่มที่ให้ความสำคัญและประทับใจในภูมิปัญญาไทย การผลิตแบบไทย หอมหวานพยายามนำเสนอผลงานให้ออกมาแตกต่างจากที่อื่นในลักษณะของการเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม การนำเสนอเรื่องราวต่างๆ คือคนส่วนใหญ่ที่รู้จักจะฟังเรื่องราวก่อน แล้วสนใจซึ่งในท้ายที่สุดจึงเข้ามาสู่อัตว์ของผลิตภัณฑ์

ลักษณะพิเศษของธุรกิจ

เป็นการเล่าเรื่อง การสื่อสารความเป็นยาหอมหวานเพื่อที่จะให้คนรุ่นใหม่ ได้รู้สึกว่ายาหอมแท้ที่จริงแล้วไม่ได้เขย ให้เขารู้สึกว่ายาหอมเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่คู่สังคมไทยมานาน วิธีการนำเสนอที่แตกต่างและความน่าสนใจในประวัติที่เก๋อบจะเป็นตำนานการปรุงยาของบ้านนี้

จุดเปลี่ยนในการดำเนินธุรกิจ

การไปออกจำหน่ายที่เสถียรธรรมสถาน และการได้ไปแสดงในที่ต่างๆ ตลอดจนการเริ่มมีการเข้ามาของสื่อของของคนรุ่นใหม่เป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้ร้านยาหอมหวานเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ความเชื่อมโยงกับ สังคม และวัฒนธรรม

เป็นเรื่องของภูมิปัญญาไทย ความฉลาดของคนโบราณที่คิดด้วยขึ้นมา ต่อไปก็นำภูมิปัญญาตรงนั้นมาประยุกต์กับงานวิจัยที่มันเป็นเชิงวิทยาศาสตร์ สำหรับกลุ่มคนที่ต้องการผลทางวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ยืนยัน จริงๆ แล้วหนึ่งตำรับจะประกอบไปด้วยตัวยากว่า 40-50 ชนิด มีกระบวนการในการปรุงเป็นชั้นเป็นตอนซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สะสมกันมาหลายชั่วคน

ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ ที่มีประวัติศาสตร์ของกรุงรัตนโกสินทร์ อยู่แล้ว เช่น เสาชิงช้า โบสถ์พราหมณ์ ตัวอาคารเองก็เป็นแบบเก่าแต่เดิม ละแวกนี้ก็เป็นแหล่งการทำธุรกิจเก่าแก่หลายย อย่าง อาทิ ชุมชนบ้านหม้อ ชุมชนที่เขาติทอง ถนนดินสอ เป็นต้น เป็นบรรยากาศที่เชื่อมโยงวิถีแบบไทยไปในตัว

อนาคตของยาแผนโบราณ

ในภาพรวม สมาคมผู้ผลิตยาสมุนไพร มีแนวคิดร่วมกันในเรื่องกฎระเบียบต่างๆ หรือการเสนอแนวคิดให้มีโรงงานกลาง เป็นอีกแนวทางที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เพราะร้านยาแผนโบราณโดยตัวเองค่อนข้างเล็ก ไม่เหมาะที่จะทำโรงงานกันเอง เนื่องจากการทำระดับโรงงานจำเป็นต้องได้มาตรฐาน GMP ซึ่งต้องใช้ทุนสูง ดังนั้นจึงควรจะมีหลักเกณฑ์มาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก เพื่อไม่เป็นการปิดโอกาสของผู้ประกอบการรายเล็ก ซึ่งบางรายเขาเลิกกิจการไปด้วยข้อจำกัดเหล่านี้

ในส่วนของร้านยาหมอหวานเองหลังจากที่ทำความเข้าใจกับกลุ่มผู้บริโภค พบว่ากลุ่มลูกค้าเริ่มมีอายุลดลงมา ดังนั้น ถ้าทำตรงนี้สำเร็จสามารถที่จะเปลี่ยนทัศนคติของคนกลุ่มใหม่ได้มากขึ้น ก็น่าจะทำให้ลูกค้าเพิ่มขึ้น หรือแนวโน้มแพทย์แผนตะวันออกเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้น การที่คนเริ่มให้ความสนใจในรากเหง้าความเป็นตัวตนของคนสมัยก่อน น่าจะทำให้ลูกค้าขยายเพิ่มขึ้น

ในอนาคตต้องทำเรื่องของ การสร้างมาตรฐาน การปรับปรุงสถานที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยอยากให้ร้านเป็นต้นแบบของธุรกิจการผลิตยาแผนโบราณไทย

ปัญหาหรืออุปสรรค

การที่รัฐบาลเปลี่ยนแปลงบ่อย การสานต่อนโยบายไม่ต่อเนื่อง การต้องเข้าไปนำเสนอแนวทางต่างๆ ในนามของสมาคมเพื่อที่จะทำงานร่วมกัน มักจะสะดุดบ่อยครั้งด้วยการเปลี่ยนแปลงระดับนโยบาย

กฎระเบียบต่างๆ ไม่เอื้อต่อการพัฒนาผู้ประกอบการรายเล็กๆ น่าจะมีข้อกำหนดที่มีเฉพาะสำหรับรายเล็กเพื่อเอื้อให้สามารถดำเนินการได้ ในขณะที่ไม่มีกระบวนการผลิตในแบบเดียวกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ วัตถุประสงค์ที่หายากขึ้นทุกวัน อยากให้ภาครัฐช่วยสนับสนุนเข้ามาช่วยการปลูกพืชสำหรับปรุงยา

การวางตำแหน่งธุรกิจในอนาคต

ให้ร้านยาหมอหวานเป็นผู้ประกอบการไทยที่สานต่อกิจการที่เป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษมาต่อยอดให้เป็นกิจการสร้างสรรค์ที่เป็นที่ภูมิใจของสังคมไทย