

Next Normal

การปรับตัวธุรกิจ MSME ไทย หลังวิกฤตโควิด-19



EXECUTIVE SUMMARY

Next normal กับการเปลี่ยนแปลง

- Next normal หรือความปกติถัดไป เป็นปรากฏการณ์ที่จะเกิดขึ้นภายหลังวิกฤตโควิด-19 ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิตคน พฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่จะแตกต่างไปจากเดิม
- การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นมีการพูดถึงในหลากหลายบริบททั้งพฤติกรรมคน รูปแบบธุรกิจ นโยบายมหภาค หรือแม้กระทั่งความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยการศึกษาครั้งนี้เลือกศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเป็นสำคัญโดยเน้นเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ซึ่งพบว่าการเปลี่ยนแปลงในยุค Next normal มาจากทั้งวิกฤตโควิด-19 โดยตรง (ความปลอดภัยและสุขอนามัย, เทคโนโลยีและดิจิทัล, ทักษะแรงงาน) และโดยอ้อม (การแข่งขัน, การเงิน, เครือข่ายและหุ้นส่วนทางธุรกิจ)
- การศึกษาครั้งนี้สนใจใน 6 ธุรกิจสำคัญ คือ ผลิตอาหาร ผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ค้าปลีก ค้าส่ง ขนส่งสินค้า การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญกว่า 30 ราย และเก็บข้อมูลแบบสอบถามจาก MSME 1,400 ราย ระหว่างวันที่ 15 - 31 สิงหาคม 2564 จาก 6 ภูมิภาค (เหนือ, ใต้, อีสาน, กลาง, ตะวันออก, กรุงเทพฯและปริมณฑล) โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (Micro)



อนาคตของ 6 ธุรกิจ ในยุค Next normal จากมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ

- **ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องบุงห่ม** การออกแบบสินค้าให้มีจุดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างตัวตนให้กับสินค้าเพราะอนาคตจะมีการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการปรับตัวของธุรกิจก็ต้องเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้เร็วยิ่งขึ้นผ่านช่องทางการขายบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจเสื้อผ้าในอนาคต
- **ธุรกิจผลิตอาหาร** เทคโนโลยีจะมีความสำคัญในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ทางอาหาร โดยเฉพาะเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนดิจิทัลก็มีส่วนสำคัญให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้าได้เร็ว สะดวก และมากขึ้น รวมไปถึงความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นสิ่งจำเป็นและทวีความสำคัญในอนาคต
- **ธุรกิจค้าปลีก** รายย่อยมักเสียเปรียบจากทุน, กลยุทธ์, เทคโนโลยี/ดิจิทัล ที่เป็นเทรนด์อนาคตหลังจากนี้ ทำให้ประเด็นการเข้าใจลูกค้าในพื้นที่เป็นเรื่องสำคัญที่เป็นการสร้างจุดแข็งให้กับผู้ประกอบการรายย่อยได้ในอนาคต



อนาคตของ 6 ธุรกิจ ในยุค Next normal จากมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ

- **ธุรกิจค้าส่ง** การแข่งขันในอนาคตของค้าส่งจะรุนแรงมากยิ่งขึ้นจากทั้งผู้เล่นรายใหญ่ จากต่างประเทศผ่านรูปแบบออนไลน์ ทำให้สินค้าที่หลากหลาย และตรงความต้องการผู้ซื้อ และการควบคุมต้นทุนสำคัญมากในอนาคตซึ่งระบบและการบริหารจัดการเป็นสิ่งจำเป็นในอนาคต
- **ธุรกิจขนส่งสินค้า** ภาพรวมธุรกิจได้รับผลบวกจากพฤติกรรมคนที่ใช้ออนไลน์มากขึ้น และจะยังเติบโตต่อไป แต่ความต้องการเรื่องมาตรฐานการให้บริการ ทั้งเรื่องความปลอดภัยและความรวดเร็วจะมีมากขึ้น ทำให้การพัฒนาคนเป็นหัวใจสำคัญในการแข่งขันในอนาคต
- **ธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง** ภาพรวมธุรกิจได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 มากที่สุดเพราะเกี่ยวข้องโดยตรงทั้งเรื่องการเดินทาง และการสัมผัสทางกายภาพ ความเชื่อมั่นในความปลอดภัย และขนาดกลุ่มลูกค้าที่จะเล็กลงแต่มีความต้องการเฉพาะมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงดิจิทัลการเข้าถึงลูกค้าจะเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจในอนาคต



ความพร้อมของ MSME ต่อ Next normal

- **ธุรกิจการผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม** 68.2% ของกลุ่มตัวอย่าง ยังไม่มีการเข้าตลาดออนไลน์ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และลักษณะของประเภทสินค้าเอง โดยธุรกิจให้ความสำคัญกับแรงงานที่ทำงานได้หลากหลาย (Multiskills) มากกว่าการเพิ่มทักษะใหม่ (ที่ยังไม่มีในองค์กร) แต่ธุรกิจมีความต้องการแรงงานที่มีทักษะเฉพาะทางเพิ่มมากขึ้นในอนาคต
- **ธุรกิจผลิตอาหาร** ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอย่างมาก แต่กว่า 78.8% ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ายังไม่มีมาตรฐานการผลิต โดยเฉพาะมาตรฐาน อย.และ/หรือ มาตรฐาน GMP
- **ธุรกิจค้าปลีก** 89.9% ของกลุ่มตัวอย่างมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในธุรกิจ แต่เน้นในเรื่องการชำระเงินออนไลน์ และเพื่อการประชาสัมพันธ์ ธุรกิจเป็นหลัก โดยธุรกิจให้ความสำคัญในการเลือกสินค้าที่มีความหลากหลาย และเลือกสินค้ามาจำหน่ายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจของตน แต่ก็ยังประสบปัญหาด้านการแข่งขัน โดยเฉพาะการมีคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น



ความพร้อมของ MSME ต่อ Next normal

- **ธุรกิจค้าส่ง** 76.0% เน้นให้แรงงานสามารถทำงานที่หลากหลาย (Multiskills) เนื่องจากจะทำให้ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานได้อย่างคล่องตัวขึ้น แต่ธุรกิจมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจไม่มากนัก โดยส่วนใหญ่เน้นในเรื่องการชำระเงินออนไลน์เท่านั้น
- **ธุรกิจขนส่งสินค้า** 85.6% มีการอบรมเพิ่มทักษะของแรงงาน (Upskill/Reskill) ในปัจจุบันแล้ว และมีความต้องการอบรมทักษะของแรงงานเพิ่มเติมมากขึ้นอีกในอนาคต แต่ในการนำเทคโนโลยี/ระบบ มาใช้เพื่อลดต้นทุนในกิจการมีเพียง 25.8% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่านั้น
- **ธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง** กว่า 60.0% ให้ความสำคัญต่อการดูแลความปลอดภัย และสุขอนามัยของลูกค้า และพนักงานมาเป็นอันดับแรก แต่ 69.8% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้นยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานการบริการ (SHA) ที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการในยุคการท่องเที่ยววิถีใหม่



แนวทางการปรับตัว

ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MSME

- ทุกรัฐกิจควรเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดออนไลน์เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางจำหน่าย และขยายฐานลูกค้า
- ควรนำเทคโนโลยีและดิจิทัลเข้ามาใช้ในกิจการ รวมถึงพัฒนาทักษะของแรงงานให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะธุรกิจขนส่งสินค้า การผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม และการผลิตอาหาร
- การสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการเพื่อให้ธุรกิจมีศักยภาพในการแข่งขัน โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องที่ควรนำวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนมาใช้เป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และธุรกิจการค้าปลีกโดยใช้ความชำนาญเชิงพื้นที่ในการจัดหาสินค้าให้ตรงความต้องการของลูกค้า และการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- การรวมกลุ่มหรือการหาคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อสร้าง Chain ของธุรกิจที่เอื้อผลประโยชน์แก่กัน รวมถึงการกระจายข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ต้องมีความร่วมมือระหว่างธุรกิจเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

- สนับสนุนเงินทุนในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการต่อไปได้
- การอบรมผู้ประกอบการทั้งด้านการตลาด การวางแผนธุรกิจ การบริหารจัดการบัญชี และเทคโนโลยี โดยเฉพาะธุรกิจรายเล็กที่ขาดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งรูปแบบการอบรมควรเป็นกลุ่มอบรมขนาดเล็ก และมีความต่อเนื่อง
- การอบรมแรงงานด้านฝีมือการผลิต การให้บริการ และทักษะการใช้งานเทคโนโลยี เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนากิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้น
- ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแข่งขันทางธุรกิจที่แท้จริง ทั้งในเรื่องการตั้งราคา กฎระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น รวมถึงสร้างระบบการแข่งขันที่เหมาะสมกับธุรกิจ และเป็นธรรมกับทุกขนาดธุรกิจ
- การรวบรวมฐานข้อมูลกลุ่มแรงงานที่ต้องการทำงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งแรงงานที่ต้องการได้ง่ายขึ้น
- สนับสนุนให้เกิดการสร้างเครือข่ายของธุรกิจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ความช่วยเหลือกันระหว่างธุรกิจ และสร้างโอกาสการเติบโตทางธุรกิจในอนาคต

Contents



01

ความหมายและประเด็นศึกษา Next normal
ของการศึกษาคครั้งนี้

02

สาขาธุรกิจและวิธีการศึกษา

03



ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม

- Case study ธุรกิจผลิตเสื้อผ้า

12



ธุรกิจผลิตอาหาร

- Case study ธุรกิจผลิตผลิตอาหาร

20



ธุรกิจค้าปลีก

- Case study ธุรกิจการค้าปลีก

29



ธุรกิจค้าส่ง

- Case study ธุรกิจการค้าส่ง

37



ธุรกิจขนส่งสินค้า

- Case study ธุรกิจขนส่งสินค้า

45



ธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

- Case study ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก

57

ภาคผนวก

ความหมายและประเด็นศึกษา Next normal ของการศึกษาครั้งนี้

แหล่งศึกษาข้อมูล Next normal



Next normal ความปกติถัดไปเป็นปรากฏการณ์ที่บริษัท McKinsey & Company เริ่มใช้ตั้งแต่ช่วงวิกฤตการณ์การเงินของสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ 2552 และถูกพูดถึงอีกครั้งและมากกว่าก่อนหน้าจากวิกฤตโควิด-19 ที่มีผลรุนแรงและส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตคน พฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมาก รวมไปถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่จะแตกต่างไปจากเดิม ทั้งนี้การนิยามปัจจุบันยังไม่มี ความชัดเจน ขึ้นกับบริบทที่ต้องการใช้ บางครั้งใช้ New normal ก็มีความหมายใกล้เคียงกัน ทั้งนี้การศึกษาครั้งนี้ขอบเขตศึกษาจะเน้นการปรับตัวทางธุรกิจจึงให้ความสำคัญในเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภค และรูปแบบการดำเนินธุรกิจหลังจากวิกฤตโควิด-19

จากศึกษาบทวิเคราะห์มีการพูดถึงประเด็นที่น่าจะเกิดขึ้นภายหลังยุคโควิด-19 ที่เรียกว่า Next normal ไว้หลายประเด็น โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นที่น่าสนใจ 6 ประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับวิกฤตโควิด-19 โดยตรงและโดยอ้อม ดังนี้



Trusted MSME

ความปลอดภัยและมาตรฐานการผลิต (สุขอนามัย)

ธุรกิจต้องคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยในการผลิต/ให้บริการ รวมไปถึงมาตรฐานการผลิตเพราะคน (ลูกค้าและแรงงาน) จะยังคงใส่ใจต่อสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมในอนาคตต่อไป



Digital MSME

เทคโนโลยีและดิจิทัล

ธุรกิจต้องปรับการใช้เทคโนโลยีหรือดิจิทัลให้ทันต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปไม่ว่าจะเป็นการเข้าสู่ Online / Delivery / Digital payment รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดต้นทุนแรงงาน



Smart MSME

ทักษะแรงงาน

แรงงานต้องถูก Upskills / Reskills ใหม่ๆ เพื่อให้ทำงานด้านใหม่ๆได้ รวมถึงต้องทำงานได้หลากหลาย Multiskills และมีความยืดหยุ่น



Unique MSME

เอกลักษณ์ของสินค้า/ประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ

อนาคตธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ของสินค้า และเน้นสร้างประสบการณ์การใช้บริการมากขึ้นเพราะลูกค้ามีตัวเลือกและสามารถค้นหา / เปรียบเทียบ / ตัดสินใจด้วยเหตุผลมากยิ่งขึ้น



Lean MSME

การวางแผนทางการเงิน

ธุรกิจจะต้องวางแผนทางการเงินใหม่ เน้นลดต้นทุนให้ได้มากที่สุดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และความคล่องตัวในการปรับตัวอย่างธุรกิจ

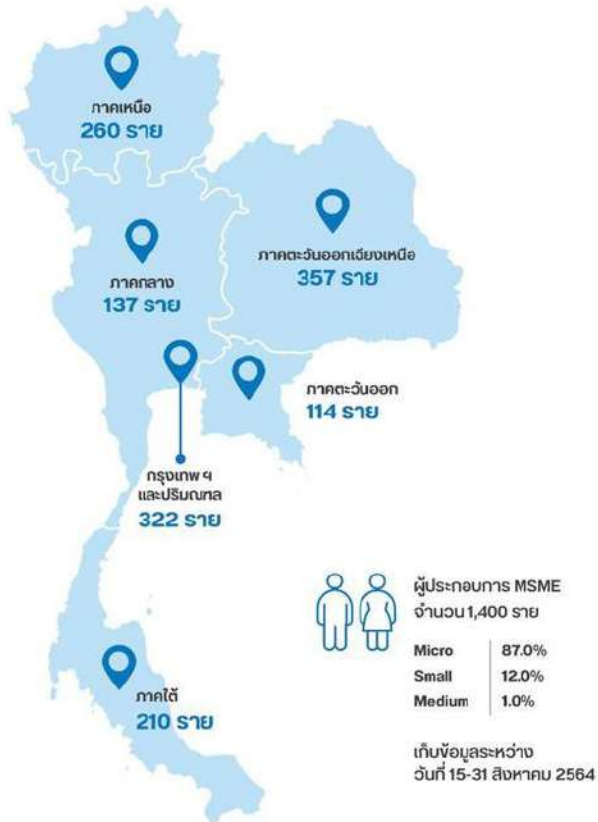


Integrated MSME

เครือข่ายและหุ้นส่วน

ธุรกิจควรรวมอยู่กันเป็นเครือข่ายเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรอง และเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความช่วยเหลือ และควรมีหุ้นส่วนทางธุรกิจเพื่อเสริมจุดแข็งแต่ละด้านเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สาขาธุรกิจและวิธีการศึกษา



สาขาธุรกิจที่ศึกษา

สาขาที่ศึกษาได้แก่ ผลิตอาหาร, ผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม, ค้าปลีก, ค้าส่ง, ขนส่งสินค้า และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (โรงแรมที่พัก, ร้านอาหาร, ขนส่งคนไม่ประจำทาง, บริษัททัวร์)

วิธีการศึกษา

การศึกษารับน้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นทั้งนักวิชาการและผู้ประกอบการ 30 ท่าน ต่อมุมมองของ Next normal กับธุรกิจ MSME และการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึก และความพร้อมรวมถึงความคิดเห็นต่อประเด็น Next normal โดยมีสัดส่วนการเก็บข้อมูลกระจายทั้ง 6 ภูมิภาค (เหนือ, ใต้, กลาง, อีสาน, ตะวันออก, กรุงเทพฯ และปริมณฑล)

สัดส่วนการเก็บข้อมูล

มีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ประกอบการประมาณ 1,400 ราย จาก 6 ภูมิภาค และ 6 สาขาธุรกิจเชิงลึก โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (Micro)





ธุรกิจผลิตเสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่ม

140,610 ราย มูลค่าทางเศรษฐกิจ (GDP MSME)
111 พันล้านบาท
คิดเป็น **2.1%**

ธุรกิจ MSME กลุ่มเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มและสิ่งทอในประเทศไทย มีจำนวน 140,610 ราย (ข้อมูลปี 2563) ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ (GDP MSME) อยู่ที่ 111 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 2.1% ของ GDP MSME ทั้งหมด



ข้อมูลลักษณะของธุรกิจ



8 ปี

อายุเฉลี่ยของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม

ด้านการจ้างแรงงานของธุรกิจ



15 คน

กลุ่มผลิตเสื้อผ้าพื้นเมือง/วิสาหกิจชุมชน

มีการจ้างแรงงานรวมเฉลี่ย 15 คน ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างรายวัน/พาร์ทไทม์เฉลี่ย 6 คน



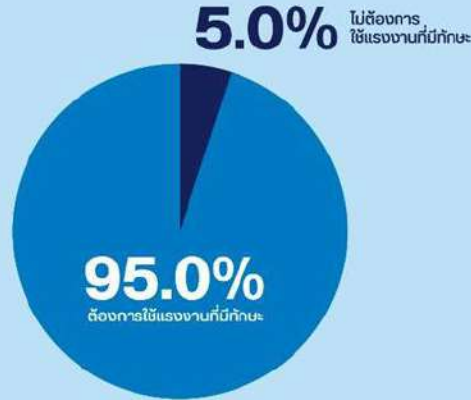
13 คน

กลุ่มผลิตทั่วไป

ใช้แรงงานเฉลี่ย 13 คน ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างประจำเฉลี่ย 10 คน



ความต้องการใช้แรงงานของธุรกิจ



ปัญหาด้านแรงงานที่ธุรกิจเผชิญในปัจจุบัน

33.3% เผชิญปัญหาด้านแรงงานที่หายาก

27.3% ปัญหาด้านการหาแรงงานที่มีทักษะ โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานที่มีทักษะการถักทอผ้า รวมถึงการตัดเย็บที่มีความซับซ้อน

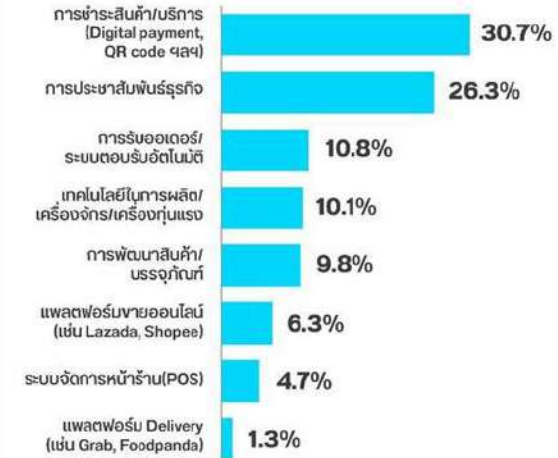
22.0% มีปัญหาด้านการการเข้า-ออกของแรงงานสูง

การใช้ธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม

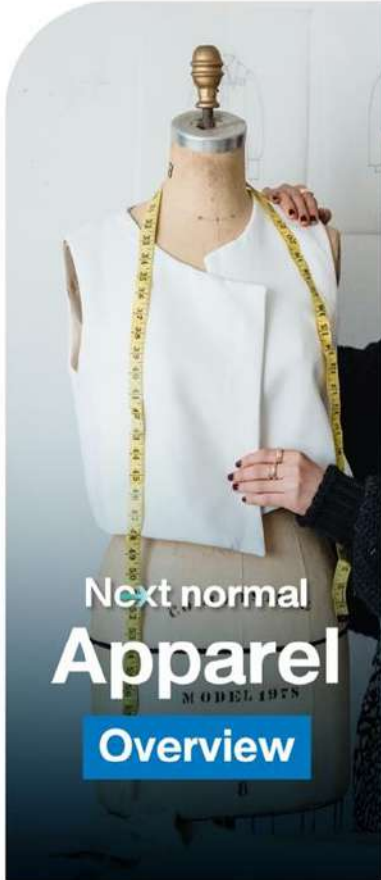
69.3% ของธุรกิจผลิตเสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่ม มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

30.7% ของธุรกิจผลิตเสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่ม ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

รูปแบบการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ



มุมมองของผู้เชี่ยวชาญต่อธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ในยุค Next Normal



**Trusted
MSME**

1. มาตรฐานการผลิตมีความสำคัญ และต้องควบคู่ไปกับมาตรฐานด้านสุขอนามัยของลูกค้าและแรงงานตามมาตรฐานรัฐ



**Digital
MSME**

1. การเพิ่มช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์ม Online-shopping ให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้ตามความต้องการ

2. การมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง ตามเทคโนโลยีการผลิตต่างๆ ที่สามารถทำให้การผลิตรวดเร็วขึ้น

3. การรองรับการทำธุรกรรมแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ที่มีพฤติกรรมใช้จ่ายผ่านออนไลน์มากขึ้น

4. การสร้างและพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมา เพื่อช่วยในการออกแบบสินค้าตามความต้องการของลูกค้าและสามารถประเมินราคาที่ออกแบบได้



**SMART
MSME**

1. ในอนาคตผู้ประกอบการจะต้องเพิ่มทักษะแรงงานให้มีความสามารถเฉพาะทางมากขึ้น เช่นทักษะในการตัดเย็บที่มีความซับซ้อน รวมถึงทักษะด้านดิจิทัล



**Unique
MSME**

1. สินค้าต้องมีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อสร้างจุดเด่นให้สินค้าและเป็นการสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งจากทั้งตลาดออนไลน์และต่างประเทศ

2. การใส่ใจความคิดสร้างสรรค์ตามยุคตามสมัย ลงไปในสินค้า เพื่อผลิตสินค้าออกมาได้ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า



**LEAN
MSME**

1. ควร มีระบบการจัดการสินค้าในสต็อกให้เก็บไว้น้อยที่สุดเพื่อลดต้นทุน โดยเฉพาะเกรดที่เปลี่ยนเร็วจะทำให้วัตถุดิบต้องเปลี่ยนเร็วขึ้น

2. พยายามหาแหล่งวัตถุดิบในพื้นที่ที่มีคุณภาพเพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง และค่านายหน้า



**INTEGRATED
MSME**

1. การมีเครือข่ายหรือหุ้นส่วนทางธุรกิจในอนาคต จะมีส่วนช่วยต่อยอดทางธุรกิจ ทั้งเสริมจุดแข็ง และลดจุดด้อยซึ่งกันและกัน

2. การรวมกลุ่มกันเพื่อแชร์ข้อมูลข่าวสารจะเป็นประโยชน์ซึ่งกันและกันมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็ก

Highlight สำคัญของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มในยุค Next normal

การออกแบบสินค้าให้มีจุดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างตัวตนให้กับสินค้า ประกอบกับการปรับตัวของธุรกิจที่ต้องเข้าถึง กลุ่มลูกค้าให้ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ผ่านช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เป็นสิ่งจำเป็นที่ธุรกิจต้องมีในยุค Next Normal

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบัน



*หมายเหตุ การให้ลำดับความสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

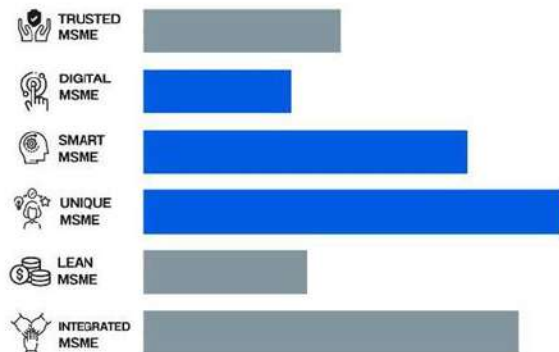
เสื้อผ้ากับการออกแบบเป็นของคู่กัน ดังนั้นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดเพราะการแข่งขันที่รุนแรงหลังจากนี้ทั้งจากออนไลน์ และ สินค้าต่างประเทศ การปรับตัวให้สินค้ามีเอกลักษณ์และแตกต่างจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก

แพลตฟอร์มออนไลน์ของตลาดเสื้อผ้าถือเป็นตลาดใหม่ที่สำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องเรียนรู้และก้าวเข้าโลกดิจิทัลอย่างเสียไม่ได้ อีกทั้งเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก็ยังช่วยทำให้รูปแบบเสื้อผ้าสวยสดกรีน รวมถึงเทคโนโลยี การให้บริการลูกค้าในการทดลองใส่เกิดความแตกต่างทางธุรกิจ



ธุรกิจเสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่ม ยังไม่เข้าตลาดออนไลน์ และส่วนมาก มีความกังวลในการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในการดำเนินงาน เพราะขาด ความพร้อม และความรู้ในการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบัน



*หมายเหตุ จากการนิยามคะแนนในข้อคำถามตามประเด็นความพร้อมต่อ Next normal โดยมีข้ออยู่ในแต่ละประเด็น

68.2%

ของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม **ยังไม่มี**การเข้าร่วมแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ เนื่องจากผู้ประกอบการมองถึงข้อจำกัดทางด้านกลุ่มลูกค้า และลักษณะการให้บริการ อาทิ การให้บริการตัดเย็บเสื้อผ้า หรือการทำเสื้อสกรีน ลูกค้าจำเป็นต้องติดต่อออกแบบที่ร้าน หรือกลุ่มเสื้อผ้าพื้นเมืองมีกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในพื้นที่เป็นหลัก

ความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอนาคต

40.6%

ของธุรกิจที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกิจการอยู่แล้ว **จะมีความต้องการ**ต้องใช้น่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และพัฒนาสินค้า และการให้บริการที่ทันสมัย

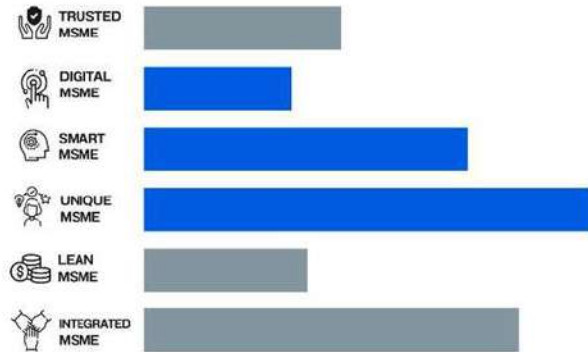
55.4%

ของธุรกิจที่ยังไม่มีเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกิจการปัจจุบัน **และยังมีความกังวล** และข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีในอนาคต ด้วยข้อจำกัดด้านทักษะการใช้งานของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ

ทักษะความรู้และความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มผู้ประกอบการสูงอายุ เป็นข้อจำกัดสำคัญในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

ธุรกิจผลิตเสื้อผ้ามีความต้องการใช้ แรงงานที่มีทักษะเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ปัจจุบันเน้นใช้แรงงานที่ทำงานได้ หลากหลาย เนื่องจากแรงงานที่มีทักษะ เชี่ยวชาญเฉพาะทางหายาก

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบัน



*หมายเหตุ จากการนับคะแนนในข้อคำถามตามประเด็นความพร้อมต่อ Next normal โดยมีร้อยละในแต่ละประเด็น

79.9%

ของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ในปัจจุบันใช้แรงงานแบบให้ทำหลากหลาย (Multiskills) มากกว่าการให้ทักษะใหม่ (Upskill/Reskill) จากหน้างานเดิม และการผลิตก็ต้องการกลุ่มแรงงานที่มีทักษะเฉพาะทางมากขึ้น แต่มีข้อจำกัดการหาแรงงานที่มีทักษะทางด้านการผลิตเสื้อผ้าที่หาได้ยาก

52.6%

ของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ยังไม่มีการเพิ่มทักษะแรงงานใหม่ แต่อนาคตต้องการเพิ่มทักษะแรงงาน โดยเฉพาะทักษะทางด้านการตัดเย็บที่ซับซ้อน เพื่อนำมาสร้างสินค้าให้มีประสิทธิภาพ และทันสมัยตามเทรนด์ของกลุ่มลูกค้า

53.7%

ของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตเสื้อผ้าพื้นเมือง ให้ความสำคัญในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้า โดยเฉพาะที่เอาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างลวดลายลงไปในพื้นที่

76.3%

ของผู้ประกอบการกลุ่มผลิตเสื้อผ้าทั่วไปให้ความสำคัญในการเลือกใช้ประเภทผ้าที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละธุรกิจซึ่งสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และเป็นการสร้างความหลากหลายและแตกต่างจากคู่แข่ง

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการผลิตเสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่ม 57.1% เจอปัญหาด้านการแข่งขันในปัจจุบัน โดย 30.1% ของร้อยละดังกล่าว เผชิญการแข่งขันในด้านการลดราคาสินค้า และ 29.2% เจอปัญหาในการเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่ง



TANDT

คุณนาวุฒิ รนสารวิมล (กรุงเทพมหานคร)

เจ้าของธุรกิจ

“ผ่านวิกฤตโควิด-19 มาได้ เพราะปรับเข้า **Platform Online** ได้ทันและยังคงเป็นตลาดหลักในอนาคตต่อไป”

ความเป็นมา

ธุรกิจ TANDT เป็นธุรกิจที่เจ้าของเป็นดีไซเนอร์คนไทย เริ่มจากการทำธุรกิจตัวคนเดียว เดิมโตมากขึ้น แบ่งแยกแผนการทำงานชัดเจน มีหน้าร้านอยู่ที่สยามพารากอนและเอ็มโพรียม เน้นการออกแบบเสื้อผ้าผู้หญิงที่ขอบแต่งตัวและมีรูปแบบเฉพาะของแบรนด์

การปรับตัวทางธุรกิจ

จากวิกฤตโควิด-19 ธุรกิจได้ผ่านช่วงเวลานี้ไปได้เพราะปรับตัวเข้าแพลตฟอร์มออนไลน์ Lazada ได้ทัน ซึ่งไม่ได้คาดคิดมาก่อนว่าจะมีลูกค้าในตลาดออนไลน์ และไม่ได้มีความเชี่ยวชาญการทำตลาดออนไลน์มาก่อนหน้า แต่ก็ต้องลองและเรียนรู้ปรากฏว่าได้การตอบรับที่ค่อนข้างมาก ยอดขายจึงไม่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 เพราะยอดขายมาได้ในออนไลน์แทน

ประเด็นสำคัญในการปรับตัวของธุรกิจ ยุค “Next Normal” ที่ชัดเจน ด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัล (Digital MSME)

- 1 การเข้าแพลตฟอร์มออนไลน์มีความสำคัญอย่างมาก เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย เพราะในปัจจุบันลูกค้ามีความเคยชินกับการซื้อสินค้าออนไลน์
- 2 เพิ่มการออกแบบคอลเล็กชันย่อยเพิ่มขึ้น นอกจากการออกแบบในคอลเล็กชันหลัก เพื่อสามารถดึงดูดให้ลูกค้าคอยติดตามสินค้า และอัปเดตความน่าสนใจผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง



Digital MSME



ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MSME

- ควรมีการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานเพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น การออกแบบลวดลาย การเลือกสี เทคนิคการถักทอหรือตัดเย็บที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เป็นต้น
- ควรพิจารณาการเข้าร่วมในแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่มีความสำคัญ และเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในด้านการขยายฐานลูกค้า และการประชาสัมพันธ์สินค้า
- ธุรกิจที่พร้อมและลูกค้าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ควรเตรียมการใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น การใช้เทคโนโลยี VR เพื่อให้ลูกค้าสามารถลองสินค้าผ่านออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจลดต้นทุนที่เกิดจากการการปรับแก้สินค้าได้ หรือการนำเอาระบบมาช่วยด้านการบริหารจัดการ เช่น ระบบ POS เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น





ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

- สนับสนุนฐานข้อมูลกลุ่มแรงงานที่มีทักษะทางด้านการผลิตเสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่ม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งแรงงานที่ต้องการได้ง่ายขึ้น
- จัดอบรมให้ความรู้กับผู้ประกอบการด้านธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะธุรกิจรายเล็กที่ขาดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งรูปแบบการอบรมควรเป็นกลุ่มอบรมขนาดเล็ก และมีความต่อเนื่อง
- จัดอบรมทักษะแรงงานในด้านฝีมือการออกแบบ และผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม รวมถึงทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ธุรกิจมีแรงงานที่มีศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจในอนาคต
- สนับสนุนเงินทุนในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการต่อไปได้



ธุรกิจผลิตอาหาร

138,349 ราย

มูลค่าทางเศรษฐกิจ (GDP MSME)

366 พันล้านบาท

คิดเป็น **6.8%**

ธุรกิจ MSME กลุ่มผลิตอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย มีจำนวน 138,349 ราย (ข้อมูลปี 2563) ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ (GDP MSME) อยู่ที่ 366 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 6.8% ของ GDP MSME ทั้งหมด

ข้อมูลลักษณะของธุรกิจ



8 ปี

อายุเฉลี่ยของธุรกิจผลิตอาหาร



7 คน

แรงงานรวมเฉลี่ยของธุรกิจ จากแรงงานรวมส่วนใหญ่เป็นการจ้างงานประเภทลูกจ้างประจำเฉลี่ย 4 คน

ความต้องการใช้แรงงานของธุรกิจ

53.9%

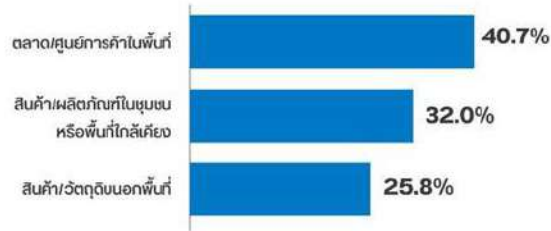
ของธุรกิจผลิตอาหารจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะ

46.1%

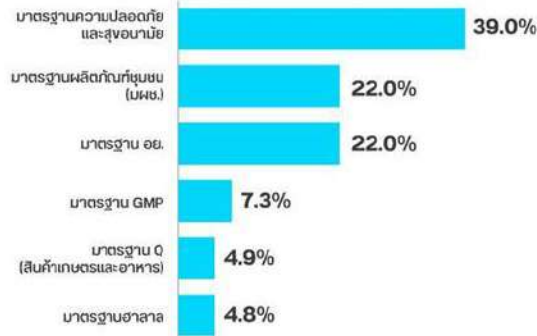
ของธุรกิจผลิตอาหารมองว่าไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะ



3 อันดับแหล่งที่มาของวัตถุดิบหลัก



ใบรับรอง/มาตรฐานการผลิตของธุรกิจผลิตอาหาร



การใช้ธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจผลิตอาหาร

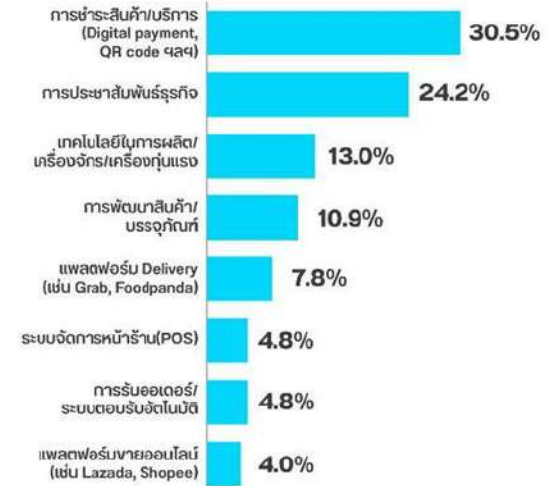
95.4%

ของธุรกิจผลิตอาหาร มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

4.6%

ของธุรกิจผลิตอาหารยังไม่มีมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

รูปแบบการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจผลิตอาหาร



มุมมองของผู้เชี่ยวชาญต่อธุรกิจผลิตอาหาร ในยุค Next Normal



Next normal Food Overview



Trusted MSME

1. ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจจะต้องได้รับมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร เช่น ออ. และมีการคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยในการผลิต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า
2. ธุรกิจต้องมีการจัดหาวัตถุดิบการผลิตที่มีมาตรฐานรับรองและมีคุณภาพมากขึ้น ประกอบกับเกณฑ์ความนิยมสินค้าออนไลน์ที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขอนามัยมากขึ้น



Digital MSME

1. ผู้ประกอบการจะต้องมีการนำเทคโนโลยีการผลิตแบบใหม่ โดยเฉพาะนวัตกรรมที่สามารถผลิตอาหารเพื่อสุขภาพที่มีความอร่อยมากขึ้น เข้ามาใช้ในธุรกิจ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด
2. ธุรกิจควรเข้าร่วมแพลตฟอร์มออนไลน์ และการขนส่งเดลิเวอรี่ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า และเป็นการขยายฐานลูกค้าผ่านออนไลน์
3. ธุรกิจต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น ระบบ POS เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนและจัดการวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. นำระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดการสัมผัสระหว่างพนักงานและลูกค้า
5. ใช้สื่อ Social Media และ Digital Marketing ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย



SMART MSME

1. พัฒนาศักยภาพแรงงานให้มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตมากยิ่งขึ้น และพัฒนาองค์ความรู้ด้านดิจิทัลและการตลาด เพื่อให้แรงงานสามารถใช้ระบบดิจิทัลในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



Unique MSME

1. ธุรกิจควรสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้กับสินค้า เช่น จุดเด่นด้านคุณภาพวัตถุดิบ หรือแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า



LEAN MSME

1. ธุรกิจต้องมีการวางแผนทางการเงิน และลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น



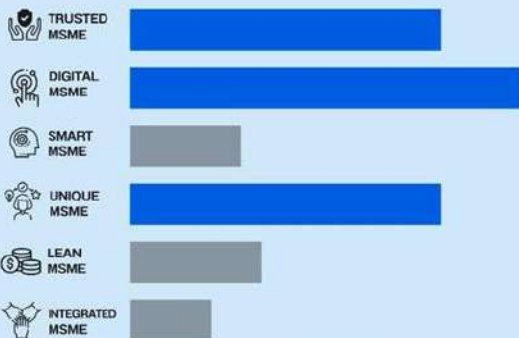
INTEGRATED MSME

1. ธุรกิจควรเข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อให้เข้าถึงข่าวสารที่สำคัญผ่านเครือข่าย ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ รวมถึงการมีคู่ค้าด้านวัตถุดิบในการผลิตซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนด้านวัตถุดิบลงได้

เทคโนโลยีและดิจิทัลมีส่วนสำคัญให้ เกิดนวัตกรรมอาหาร และการเข้าถึง ลูกค้ายุคใหม่

รวมถึงมาตรฐานและสุนามัย ในการผลิตมีความสำคัญต่อเกรด อาหารเพื่อสุขภาพในอนาคต

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ผลิตอาหารในปัจจุบัน



*หมายเหตุ การให้ลำดับความสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

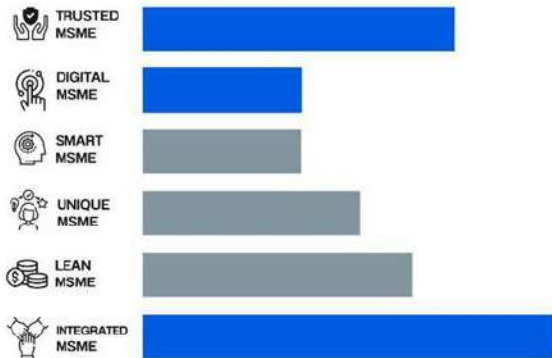
ดิจิทัลและเทคโนโลยีใหม่ๆ มีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจผลิตอาหาร ในอนาคต เพราะจะช่วยให้เกิดนวัตกรรมการผลิตอาหารใหม่ ๆ ที่จะเน้น สุนภาพมากยิ่งขึ้น จะทำอะไรให้อาหารมีรสชาติอร่อยและดีต่อสุขภาพ เป็นโจทย์ที่ท้าทาย นอกจากนั้นการเข้าร่วมแพลตฟอร์มออนไลน์ และการขนส่ง **เดลิเวอรี่** เป็นสิ่งที่เสี่ยงไม่ได้ในอนาคตเพราะเป็นทั้งการรักษา ฐานลูกค้าเก่า และขยายฐานลูกค้าใหม่

อาหารกับความบันเทิงและปลอดภัยเป็นสิ่งที่เสี่ยงไม่ได้ในอนาคตและ Next normal จะยิ่งทวี ความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยสินค้าออร์แกนิก จะเป็น Next normal และไม่ลืมสร้าง **เอกลักษณ์ เฉพาะตัวให้แก่สินค้า** เช่น การนำเสนอจุดเด่นของวัตถุดิบที่มีคุณภาพ หรือนำเข้าวัตถุดิบ คุณภาพดีแปลกใหม่มาจากต่างประเทศ



ธุรกิจผลิตอาหาร ให้ความสำคัญ ความปลอดภัยและสุขอนามัยของลูกค้า/ ผู้มาใช้บริการเป็นอันดับแรก แต่ส่วนใหญ่ ยังขาดมาตรการผลิตที่สำคัญ และยังไม่ เข้าร่วมตลาดออนไลน์

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ผลิตอาหารในปัจจุบัน



*หมายเหตุ จากการนับคะแนนในข้อคำถามตามประเด็นความพร้อมต่อ Next normal โดยมีข้ออยู่ในแต่ละประเด็น

66.3%

ของผู้ประกอบการผลิตอาหาร ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขอนามัยของลูกค้า/ผู้มาใช้บริการ และความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน/สถานประกอบการเป็นอันดับแรก

แต่
78.8%

ของผู้ประกอบการผลิตอาหารยังไม่มี การรองรับมาตรฐานการผลิตทั้งมาตรฐาน ออย. และ/หรือมาตรฐาน GMP

67.8%

ของผู้ประกอบการผลิตอาหาร ยังไม่มีการเข้าร่วมแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ และ/หรือเดลิเวอรี่เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าการผลิตของธุรกิจเป็นการผลิตตามยอดคำสั่งซื้อเท่านั้น รวมถึงการขนส่งผู้ประกอบการจะเป็นผู้ขนส่งสินค้า หรือลูกค้าเดินทางมารับสินค้าเอง

ความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอนาคต

41.3%

ของธุรกิจที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกิจการอยู่แล้ว มีความต้องการต้องใช้เพิ่มเติมมากยิ่งขึ้นในอนาคต

24.0%

ของธุรกิจที่ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน ยังคงมีความกังวลต่อการนำมาใช้ในอนาคต

87.1%

ของธุรกิจผลิตอาหารมีการรวมกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจ และ/หรือ หุ้่นส่วนทางธุรกิจ (คู่ค้า หรือหุ้นส่วน)

โดย 68.4% เป็นการรวมกลุ่มเครือข่ายเป็นการรวมกลุ่มของเครือข่ายในกลุ่ม Line หรือกลุ่ม Facebook เพื่อรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเบื้องต้นเท่านั้น ส่วน 31.6% มีการทำหุ้นส่วน หรือคู่ค้า เพื่อผลประโยชน์ในการดำเนินงานของธุรกิจ



บริษัท อีหล่าคำแพง อินเตอร์ฟู้ดส์ จำกัด

คุณกิ่งกาญจน์ วิทยารุ่งเรืองศรี (จ.มหาสารคาม)

เจ้าของธุรกิจ

ความเป็นมา

จากประสบการณ์ที่เคยใช้ชีวิตที่ต่างประเทศมากกว่า 10 ปี ทำให้เห็นปัญหาการซื้ออาหารไทยของคนไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะปลาร้าที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของอาหารอีสาน จึงเป็นจุดให้น้ำไปต่อยอดธุรกิจทั้งพัฒนาการผลิตและสร้างภาพลักษณ์ของปลาร้าใหม่ จนเป็นแบรนด์ "อีหล่าคำแพง" เพื่อจำหน่ายปลาร้าปรุงรสบรรจุขวดที่ได้มาตรฐาน ออ. และ GMP. และส่งออกต่างประเทศได้

การปรับตัวทางธุรกิจ

จากวิกฤติโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคหันมาทำอาหารทานเอง และให้ความสำคัญด้านมาตรฐานอาหารปลอดภัยมากขึ้น อีกทั้งการลดต้นทุนหรือเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าก็เป็นอีกทางออกที่ทำให้ให้ธุรกิจสามารถผ่านวิกฤตินี้ไปได้ ซึ่งกระบวนการผลิตปลาร้าจะเกิดจากปลาร้าหรือเป็นจำนวนมาก ทางบริษัทจึงได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาเป็นผงแกงพร้อมปรุง (Ready To Cook) ที่ได้มาตรฐาน สะอาด และถูกสุขอนามัย เพื่อปรับสินค้าให้เข้ากับวิถีชีวิตใหม่ เป็นการเพิ่มมูลค่า และสามารถส่งออกได้ต่างประเทศได้ ในปัจจุบันมีจำหน่ายที่ประเทศเยอรมันและไต้หวัน และยังได้พัฒนาปลาร้าสุดครีโตนี เพื่อให้ตอบใจผู้บริโภคสายสุขภาพอีกด้วย

ประเด็นสำคัญในการปรับตัวของธุรกิจยุค "Next Normal" ที่ชัดเจนด้านการคำนึงถึงสุขอนามัย ความปลอดภัย และมาตรฐานการผลิต (Trusted MSME)

- 1 สุขอนามัยเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจอาหาร เนื่องจากมีผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยตรง และจากวิกฤติโควิด-19 ผู้บริโภคจะคำนึงถึงมาตรฐานความปลอดภัยมากขึ้น
- 2 การใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตจะทำให้ควบคุมมาตรฐานได้ง่ายขึ้น และยังช่วยลดความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนที่เกิดจากมนุษย์ได้
- 3 ผู้บริโภคจะให้ความสนใจอาหารทางเลือกมากขึ้น เช่น Keto, Vegan และ Plant-based food ทำให้ธุรกิจอาหารจำเป็นต้องศึกษาและปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป



“มาตรฐาน และความปลอดภัย
ถือเป็นหัวใจของธุรกิจอาหาร”



Trusted
MSME



ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MSME

- ควรให้ความสำคัญด้านมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้า โดยเฉพาะมาตรฐานพื้นฐาน เช่น อย. เป็นต้น และยังคงคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในการผลิตอาหารเพิ่มขึ้น เพราะจะมีความสำคัญต่อไปในอนาคต
- ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านการผลิตเพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ การด้านการบริหารจัดการ เช่น ระบบ POS เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้านตลาดออนไลน์ทั้งในรูปแบบแพลตฟอร์มขายสินค้า เดลิเวอรี่ และ Social Media เพื่อยขยายฐานลูกค้าและประชาสัมพันธ์ธุรกิจให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- ควรให้ความสำคัญในเรื่องวัตถุดิบของอาหาร หรือแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพื่อสร้างความแตกต่างและมั่นคงใจต่อผู้ซื้อ
- ควรเริ่มให้ความสำคัญต่อการเก็บข้อมูลจากลูกค้า เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าและนำมาประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของลูกค้า



ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

- อำนวยความสะดวกให้ธุรกิจเข้าสู่ตลาดออนไลน์ ทั้งในด้านการสร้างเพจ การทำเว็บไซต์ธุรกิจ การเข้าถึงลูกค้าทางออนไลน์ และการทำโฆษณาบนออนไลน์ รวมถึงติดตามการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ
- ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานและสุขอนามัย รวมถึงมีที่ปรึกษาเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม และสามารถเข้าถึงการมีมาตรฐานการผลิตของสินค้าได้
- สนับสนุนให้ธุรกิจหันมาใช้เทคโนโลยี/เครื่องจักรในการผลิต รวมถึงการพัฒนาสินค้า และบรรจุภัณฑ์





ธุรกิจค้าปลีก

902,537 ราย มูลค่าทางเศรษฐกิจ (GDP MSME)

1,161 พันล้านบาท

คิดเป็น 21.6%

ธุรกิจ MSME กลุ่มค้าปลีกในประเทศไทยมีจำนวน 902,537 ราย ไม่รวมค้าปลีกรถจักรยานยนต์ / รถยนต์ (ข้อมูลปี 2563) ซึ่งมูลค่าทางเศรษฐกิจ (รวมทั้งค้าปลีกและค้าส่ง) อยู่ที่ 1,161 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 21.6% ของ GDP MSME ทั้งหมด



ข้อมูลลักษณะของธุรกิจ

ธุรกิจค้าปลีกจกัรยณต์/รดยณต์

9 ปี อายุเฉลี่ยของธุรกิจค้าปลีก

7 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่ใช้ลูกจ้างประจำเฉลี่ย 4 คน

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค Modern Trade

10 ปี อายุเฉลี่ยของธุรกิจค้าปลีก

5 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัว 2 คน

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคดั้งเดิม

6 ปี อายุเฉลี่ยของธุรกิจค้าปลีก

3 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัว

ความต้องการใช้แรงงานของธุรกิจ

82.2% ของธุรกิจจกัรยณต์/รดยณต์ มีความต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะ

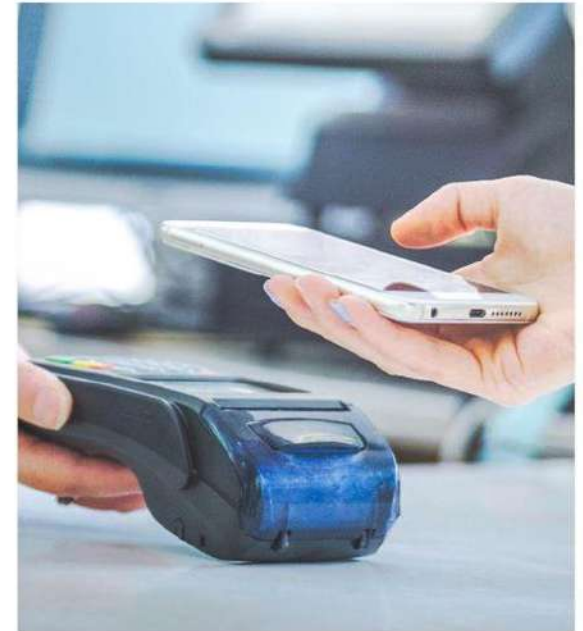
15.6% ของธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค (Modern trade) ที่มีความต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะ

5.6% ของธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค (ดั้งเดิม) ที่มีความต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะ

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ธุรกิจค้าปลีก

89.9% ของธุรกิจค้าปลีก มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

10.1% ของธุรกิจค้าปลีก ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ



มุมมองของผู้เชี่ยวชาญต่อธุรกิจค้าปลีก ในยุค Next Normal



Trusted
MSME

1. ธุรกิจต้องมีการดำเนินการด้านมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า



Digital
MSME

1. ธุรกิจควรใช้ Social Media ในการขายสินค้าและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์
2. ธุรกิจต้องมีการรองรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากลูกค้ามีการทำธุรกรรมผ่านออนไลน์มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นทางเลือกการสัมผัสระหว่างพนักงานและลูกค้า
3. ธุรกิจควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ เช่น ระบบ POS เพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจ



SMART
MSME

1. ธุรกิจต้องมีการพัฒนาทักษะแรงงานทั้งด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในอนาคต และฝึกแรงงานให้สามารถทำงานได้อย่างหลากหลาย (Multiskills) เพื่อให้ธุรกิจมีความคล่องตัว



Unique
MSME

1. ธุรกิจค้าปลีกจะต้องให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ในเชิงพื้นที่ โดยเลือกขายสินค้าตามความต้องการของคนในท้องถิ่น
2. การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง



LEAN
MSME

1. เน้นสินค้าที่สามารถซื้อขายได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ธุรกิจมีสภาพคล่องของทุนหมุนเวียน และลดต้นทุนของธุรกิจที่เกิดจากการสต็อกสินค้า



INTEGRATED
MSME

1. การรวมกลุ่มของธุรกิจที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดในครั้งเดียว
2. การรวมกลุ่มทางธุรกิจเพื่อกระจายข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และแบ่งปันข้อมูลแหล่งสินค้า เพื่อให้ธุรกิจมีต้นทุนต่ำลง

Highlight สำคัญของธุรกิจค้าปลีกในยุค Next normal

การเข้าใจลูกค้าในพื้นที่ เป็นจุดแข็ง ของผู้ประกอบการ ค้าปลีกรายย่อย

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ค้าปลีกในปัจจุบัน

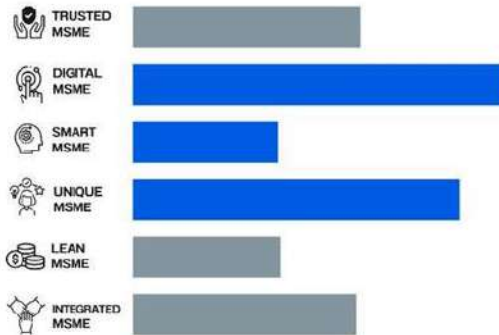


*หมายเหตุ: การให้ลำดับความสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ความเข้าใจลูกค้าในพื้นที่เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะ MSME เนื่องจากไม่ใช่ผู้ผลิต และไม่มีอำนาจต่อรองด้านราคามากนัก ดังนั้นการเลือกสินค้า และจัดรูปแบบนำเสนอสินค้าอย่างเข้าใจคนในพื้นที่ และให้บริการอย่างจริงจัง จึงเป็นการสร้างเอกลักษณ์ และความแตกต่างของ MSME ค้าปลีก



ความพร้อมของธุรกิจ MSME ค้าปลีกในปัจจุบัน



*หมายเหตุ จากการนับคะแนนในข้อคำถามตามประเด็นความพร้อมต่อ Next normal โดยมีข้อยกเว้นในแต่ละประเด็น



**MSME ค้าปลีกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลส่วนใหญ่ ในเรื่องการชำระ
เงินออนไลน์ และประชาสัมพันธ์ธุรกิจเป็นหลัก
แต่หากมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลแล้วจะมีความต้องการใช้
เพิ่มเติมต่อไป**

89.9% ของธุรกิจค้าปลีกมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจโดย 40.4% เป็นการใช้อย่างจริงจังชำระสินค้า/บริการ (Digital payment, QR code ฯลฯ) เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนมาทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น

ส่วน 21.5% ใช้ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านโลกออนไลน์ โดยเฉพาะผ่านเพจ Facebook ในส่วนการนำมาใช้ในการจัดระบบหน้าร้าน (POS) มีเพียง 17.8% เท่านั้น

92.2% ของค้าปลีกดั้งเดิมยังไม่เข้าร่วมแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่วน 79.3% ของค้าปลีก Modern Trade ยังไม่เข้าร่วมแพลตฟอร์มออนไลน์

ความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอนาคต

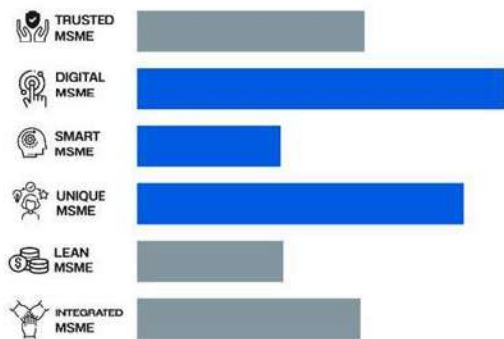
71.5% ของธุรกิจที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกิจการอยู่แล้ว มีความต้องการต้องเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้นในอนาคต เพื่อทำให้การให้บริการทันสมัยมากขึ้น และยกระดับการให้บริการเทียบเท่าร้านค้าปลีกชั้นนำ

10.1% ของธุรกิจที่ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ยังคงมีความกังวลต่อการนำมาใช้ในอนาคต

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกคิดว่า ตนให้ความสำคัญกับการคัดสรร สินค้ามาจัดจำหน่ายเพื่อให้ตรงกับ ความต้องการของลูกค้าใน ท้องถิ่นแล้ว

แต่ส่วนใหญ่กำลังเจอปัญหาด้าน การแข่งขัน

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ค้าปลีกในปัจจุบัน



*หมายเหตุ จากการนับคะแนนในข้อคำถามตามระดับความพร้อมต่อ Next normal โดยมีร้อยละในแต่ละประเด็น

55.6%

ของธุรกิจค้าปลีก MSME ให้ความสำคัญกับการขายสินค้าที่มีความหลากหลาย และการเลือกสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในท้องถิ่นแล้ว แต่ 62.5% ของธุรกิจค้าปลีกกำลังเผชิญปัญหาด้านการแข่งขันในปัจจุบันโดย 64.3% ของค้าปลีกดั้งเดิมมีปัญหาด้านการแข่งขัน โดยเฉพาะการเสียเปรียบจากคู่แข่งที่มีเงินทุนสูง/กลยุทธ์ที่ดีกว่าและจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจรายใหญ่เข้าไปตามท้องถิ่นมากขึ้น ส่งผลทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง

61.2% ของ Modern trade มีปัญหาด้านการแข่งขัน โดยเฉพาะจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้น

55.1% ของค้าปลีกรถจักรยานยนต์/รถยนต์ มีปัญหาด้านการแข่งขัน โดยเฉพาะจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น และการแข่งขันการลดราคา

85.0%

ของธุรกิจค้าปลีกให้ความสำคัญกับแรงงานที่สามารถทำงานได้อย่างหลากหลาย (Multiskills) เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานทักษะสูง

ยกเว้นธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์/รถยนต์ที่ 82.0% มีความต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะใหม่ (Upskill/Reskill) เนื่องจากต้องการช่างที่ชำนาญด้านการบำรุงรักษารถจักรยานยนต์/รถยนต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีบ่อย



อีหล่า

อีหล่า มาร์เก็ต

คุณรักอิสระ มุกดา ม่วง (จ.อุดรธานี)

เจ้าของธุรกิจ

ความเป็นมา

แรกเริ่มธุรกิจเป็นร้านขายของชำขนาดเล็ก สถานที่เป็นห้องแถวที่เปิดมาเป็นเวลา 5 ปี และเมื่อผู้ประกอบการเรียนจบ จึงได้พัฒนาธุรกิจใหม่ เพื่อให้ต่างไปจากเดิม มีจุดขายที่ชัดเจน และที่สำคัญคือ ตอบสนองของคนในชุมชนได้มากขึ้น จนกระทั่งกลายเป็น "อีหล่า มาร์เก็ต" ขายสินค้าที่ยืดหยุ่นเข้ากับวิถีชุมชน ซึ่งปรับปรุงรูปแบบร้านให้มีสีสันที่แตกต่างไปจากรายขายของชำที่หลายคนเคยเห็น และแปลกใหม่ในพื้นที่

การปรับตัวทางธุรกิจ

จากผลกระทบการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของลูกค้า ทำให้มีปริมาณการซื้อของลดลง ประมาณร้อยละ 30 แต่ร้านยังคงมีลูกค้าประจำที่มาใช้จ่ายอยู่ต่อเนื่อง และลักษณะเฉพาะตัวของร้านและการให้บริการทำให้มีฐานลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

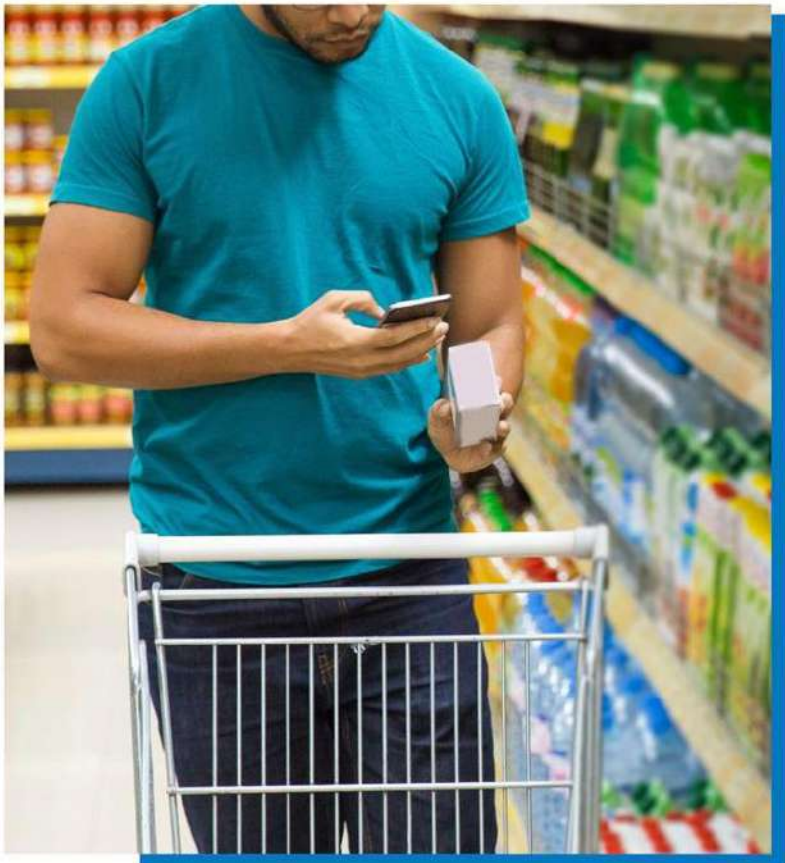
“สร้างบริการรูปแบบใหม่ ให้กับลูกค้าของโซเชียลช่วย เพื่อเปลี่ยนภาพลักษณ์ และขยายฐานลูกค้า”

ประเด็นสำคัญในการปรับตัวของธุรกิจ ยุค “Next Normal” ที่ชัดเจนด้านเอกลักษณ์ และประสบการณ์ลูกค้า (Unique MSME)

- 1 ให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าและการตกแต่งร้านให้มีลักษณะเฉพาะตัว เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ในการมาซื้อของ
- 2 การคิดสรรสินค้าลักษณะเฉพาะ และตรงตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ โดยอาศัยจุดแข็งความเป็นคนท้องถิ่นที่ย่อมเข้าใจวิถีชีวิตคนท้องถิ่นด้วยกัน



Unique MSME



ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MSME

- ควรสร้างการให้บริการรูปแบบใหม่เชิงพื้นที่ โดยใช้ความชำนาญของพื้นที่และการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงความต้องการสินค้าของคนในพื้นที่และสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง
- ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยให้การดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจ
- ควรมีการฝึกทักษะแรงงานใหม่โดยเฉพาะด้าน IT/Digital เพื่อรองรับแนวโน้มการใช้ที่จะมีการขึ้นในอนาคต





ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

- ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแข่งขันทางธุรกิจที่แท้จริง ทั้งในเรื่อง การตั้งราคา กฎระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น
- สร้างระบบการแข่งขันที่เหมาะสมกับธุรกิจ และเป็นธรรมกับทุกขนาดธุรกิจ





ธุรกิจค้าส่ง

205,538 ราย มูลค่าทางเศรษฐกิจ (GDP MSME)
1,161 พันล้านบาท
คิดเป็น **21.6%**

ธุรกิจ MSME กลุ่มค้าส่งในประเทศไทยมีจำนวน 205,538 ราย ไม่รวม
ค้าส่งรถจักรยานยนต์ / รถยนต์ (ข้อมูลปี 2563) ซึ่งมูลค่าทางเศรษฐกิจ
(รวมทั้งค้าปลีกและค้าส่ง) อยู่ที่ 1,161 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 21.6%
ของ GDP MSME ทั้งหมด



ข้อมูลลักษณะของธุรกิจ

ธุรกิจค้าส่งสินค้าเกษตร

7 ปี อายุเฉลี่ยของธุรกิจค้าส่ง

6 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่ใช้ลูกจ้างประจำเฉลี่ย 4 คน

ธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค

6 ปี อายุเฉลี่ยของธุรกิจค้าส่ง

4 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่ใช้ลูกจ้างประจำเฉลี่ย 2 คน

ธุรกิจค้าส่งวัสดุก่อสร้าง

12 ปี อายุเฉลี่ยของธุรกิจค้าส่ง

7 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยของธุรกิจ

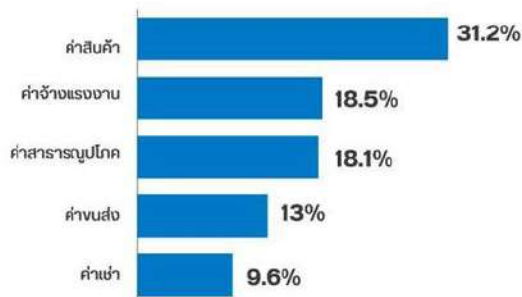
ส่วนใหญ่ใช้ลูกจ้างรายวัน/พาร์ทไทม์เฉลี่ย 3 คน

ความต้องการใช้แรงงานของธุรกิจ

68.3% ของธุรกิจค้าส่งมองว่าธุรกิจยังไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะเฉพาะด้าน และเป็นธุรกิจที่มีความต้องการแรงงานน้อยกว่าภาคธุรกิจอื่นๆ

31.7% ของธุรกิจค้าส่งที่มีความจำเป็นในการใช้แรงงานที่มีทักษะ

5 อันดับต้นๆ ของธุรกิจ



แหล่งที่มาของสินค้าในธุรกิจ

40% ธุรกิจค้าส่งส่วนใหญ่มีการรับสินค้ามาจากนอกพื้นที่

43.3% ของการรับสินค้ามาจากนอกพื้นที่ คือธุรกิจค้าส่งวัสดุก่อสร้าง



การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ธุรกิจค้าส่ง

95.1% ของธุรกิจค้าส่ง มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

4.9% ของธุรกิจค้าส่ง ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

มุมมองของผู้เชี่ยวชาญต่อธุรกิจค้าส่ง ในยุค Next Normal



Trusted MSME

1. สินค้าที่ขายต้องมีมาตรฐาน รับรอง มีความสะอาด และความปลอดภัย เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญกับประเด็นด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยมากขึ้น



Digital MSME

1. ธุรกิจต้องมีการรองรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ตามพฤติกรรมกรรมการชำระเงินของลูกค้าที่เปลี่ยนมาใช้จ่ายผ่านออนไลน์มากขึ้น
2. การนำธุรกิจเข้าสู่ออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์และขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งจะเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กับธุรกิจ
3. การใช้เทคโนโลยีด้านระบบบริหารคลังสินค้าเข้ามาใช้ในธุรกิจ เพื่อให้สามารถบริหารสต็อกสินค้าและต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ธุรกิจต้องมีการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า และพัฒนาสินค้าและบริการ



SMART MSME

1. ธุรกิจต้องมีแรงงานที่สามารถทำงานได้อย่างหลากหลาย (Multiskills) เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว
2. ผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมที่จะเปิดรับและเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อพัฒนาธุรกิจ ได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป



Unique MSME

1. ธุรกิจต้องมีการขายสินค้าที่ทันสมัยและหลากหลายตามความต้องการของลูกค้าในท้องถิ่น (Local Expertise) มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อให้ธุรกิจสามารถรู้ถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในท้องถิ่น
3. ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าในราคาที่เหมาะสม เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า มากกว่าการแข่งขันด้านราคา



LEAN MSME

1. ธุรกิจต้องมีแหล่งสินค้าที่หลากหลาย เพื่อลดต้นทุนของธุรกิจ
2. เน้นสินค้าที่สามารถขายได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ธุรกิจมีทุนหมุนเวียนสำหรับการสต็อกสินค้า
3. ลดต้นทุนในด้านการบริการเสริม เช่น การบริการขนส่งสินค้า โดยการหาหุ้นส่วนทางธุรกิจช่วยดำเนินการแทน
4. ลดต้นทุนภายในธุรกิจ เช่น การลดการใช้พลังงานไฟฟ้า หรือเปลี่ยนมาใช้พลังงานแสงอาทิตย์แทน



INTEGRATED MSME

1. การเข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจที่สามารถช่วยผลิตสินค้าเพื่อลดต้นทุนของสินค้าที่ขายได้
2. การเข้าร่วมเครือข่ายของธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อแบ่งปันข้อมูลของแหล่งสินค้า ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถจัดหาสินค้าได้หลากหลายและครบวงจรมากขึ้น
3. การรวมกลุ่มของธุรกิจเพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เพื่อรับมือกับสภาวะตลาดและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

สินค้าที่หลากหลาย และตรงความต้องการผู้บริโภค ในพื้นที่ กับการใช้ระบบบริหาร จัดการเพื่อควบคุมต้นทุนมีความ สำคัญมากต่อการแข่งขันในอนาคต

ความพร้อมของธุรกิจ MSMEค้าส่งในปัจจุบัน



*หมายเหตุ การให้ลำดับความสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

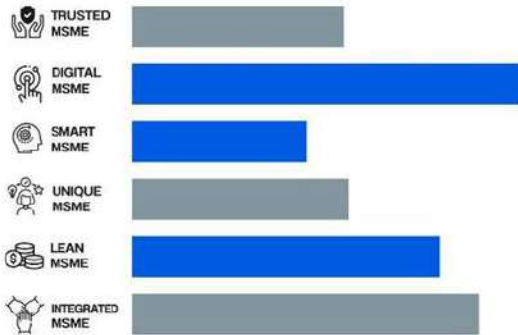
สินค้าที่หลากหลายและเข้าใจคนในพื้นที่จริงๆ บวกกับมาตรฐานของสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจกับลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญของ MSME เพราะความเสียหายเปรียบด้านทุนจากรายใหญ่ และคนจะกังวลต่อความปลอดภัยของสูงอนามัยและมั่นใจสินค้าจากร้านขนาดเล็ก

การควบคุมต้นทุนมีความสำคัญมากในการแข่งขันที่จะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต ทั้งจากผู้ค้าส่งรายใหญ่ที่ได้เปรียบจากขนาด และผู้ผลิตที่จะส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการ MSME ให้คล่องตัวด้วยระบบบริหารจัดการเป็นสิ่งจำเป็น



ธุรกิจค้าส่งเน้นให้แรงงาน ทำงานที่หลากหลาย (MultiSkills) มากกว่าการเพิ่มทักษะใหม่ และยังใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนา ธุรกิจด้านต้นทุนไม่มากนัก

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ค้าส่งในปัจจุบัน



*หมายเหตุ จากการมีทักษะในเชิงคำถามตามประเด็นความพร้อมต่อ Next normal โดยมีข้ออยู่ในแต่ละประเด็น

76.0%

ของค้าส่ง MSME เน้นให้แรงงานทำงานแบบหลากหลาย (Multiskills) เนื่องจากจะทำให้ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น และ 46.0% ของค้าส่งวัสดุก่อสร้าง **เพิ่มทักษะแรงงานใหม่ (Upskill/Reskill)** ให้มีความรู้เกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง การก่อสร้าง และการซ่อมแซม อีกทั้งบางธุรกิจที่มีการใช้ระบบจัดการหน้าร้าน(POS) ทำให้แรงงานต้องมีทักษะการใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าว และ 34.0% ของค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคได้เพิ่มทักษะแรงงานใหม่ (Upskill/Reskill)

95.1%

ของธุรกิจค้าส่งมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ **โดย 45.2%** ของธุรกิจค้าส่งให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีด้านการชำระสินค้า/บริการ(Digital payment, QR code ฯลฯ) มาใช้ในกิจการ แต่มีเพียง **22.8%** ของธุรกิจค้าส่งที่มีการใช้การจัดการระบบหน้าร้าน(POS) และ **17.6%** ของธุรกิจค้าส่งมีการใช้ระบบเทคโนโลยีในการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้งที่ระบบมีความสำคัญในการช่วยบริหารจัดการธุรกิจ เช่น ระบบการจัดการสต็อก และการจัดการต้นทุนของธุรกิจ

64.0%

ของธุรกิจค้าส่งได้ปรับตัวทางด้านต้นทุนในด้านการดำเนินการ โดย 88.2% เป็นการลดต้นทุน อาทิ การหาคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อลดต้นทุนในการขนส่งสินค้า การลดการสต็อกสินค้า หรือการหาแหล่งสินค้าที่มีราคาถูกกว่าแหล่งสินค้าอื่นๆ เนื่องจากสามารถปรับได้ง่าย

และ 11.8% เป็นการปรับขนาดธุรกิจให้คล่องตัวมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการลดจำนวนแรงงาน



เคียงซูเปอร์มาร์เก็ต

คุณกฤษดากร อภิชนตระกูล (จ.ขอนแก่น)
ผู้บริหาร

ความเป็นมา

จากร้านค้าของครอบครัวชาวจีนที่เปิดมาตั้งแต่ พ.ศ. 2480 ผู้เลี้ยงพาณิชย์ ร้านค้ามีชื่อที่ขายสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ต่อมาดำเนินธุรกิจในชื่อ เคียงซูเปอร์มาร์เก็ต

เคียงซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นทั้งร้านค้าส่งที่จัดส่งวัตถุดิบหลายประเภทให้กับคู่ค้าโดยเฉพาะร้านอาหารและโรงแรม และเป็นร้านค้าปลีกท้องถิ่นที่เข้าใจคนในพื้นที่มากกว่าใคร มีรูปแบบการทำธุรกิจที่แตกต่าง เพราะไม่ใช่ร้านที่จะทำร้านคอนเซ็ปต์เดียว ขายของแบบเดียวกัน แล้วขยายสาขาไป แต่ธุรกิจทำให้ร้านทั้ง 8 สาขาไม่เหมือนกันเลย บางร้านขายของใช้ บางร้านขายของทำเบเกอรี่ เคียงซูเปอร์มาร์เก็ต จึงเป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่ และมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการครบถ้วน

การปรับตัวทางธุรกิจ

การแข่งขันค้าส่งและค้าปลีกที่รุนแรง การควบคุมต้นทุนให้สามารถแข่งขันกับรายใหญ่ได้เป็นเรื่องที่สำคัญ ดังนั้นจึงได้มีการเปลี่ยนแปลงระบบบริหารจัดการแบบดั้งเดิมให้เป็นระบบและมีมาตรฐาน ซึ่งเป็นจุดสำคัญในการควบคุมต้นทุนให้สามารถแข่งขันได้ในสภาวะปัจจุบัน

“ยกเครื่องธุรกิจ ใช้ระบบบริหารจัดการ เพื่อควบคุมต้นทุนให้แข่งขันได้ จนปัจจุบันขยาย 8 สาขา”

ประเด็นสำคัญในการปรับตัวของธุรกิจ

ยุค “Next Normal” ที่ชัดเจน

ด้านต้นทุนการดำเนินงาน (Lean MSME)

- 1 การบริหารจัดการต้นทุน โดยการหาแหล่งสินค้าหลายแห่ง
- 2 การเน้นขายสินค้าให้ได้ไว เพื่อมีเงินทุนสำหรับสต็อกสินค้าในแต่ละเดือน
- 3 การใช้ระบบและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดต้นทุนในการดำเนินกิจการ



LEAN
MSME



ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MSME

- ควรนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการธุรกิจเข้ามาใช้งานในกิจการ เช่น เทคโนโลยีด้านระบบบริหารคลังสินค้าเพื่อให้สามารถบริหารสต็อกสินค้า และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ควรเก็บข้อมูลลูกค้าแล้วนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจ หรือพัฒนาการบริการ ให้ดียิ่งขึ้น
- เลือกสินค้าที่มาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า



ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

- สนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในกิจการเพื่อให้ธุรกิจ MSME ปรับใช้ให้สามารถแข่งขันได้
- ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแข่งขันทางธุรกิจที่แท้จริง ทั้งในเรื่องการตั้งราคา กฎระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น
- สร้างระบบการแข่งขันที่เหมาะสมกับธุรกิจ และเป็นธรรมกับทุกขนาดธุรกิจ





ธุรกิจขนส่งสินค้า

33,470 ราย

มูลค่าทางเศรษฐกิจ (GDP MSME)

300 พันล้านบาท

คิดเป็น **5.6%**

ธุรกิจ MSME กลุ่มธุรกิจขนส่งสินค้า ในประเทศไทยมีจำนวน 33,470 ราย (ข้อมูลปี 2563) ซึ่งมูลค่าทางเศรษฐกิจ (การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า) อยู่ที่ 300 พันล้านบาทหรือคิดเป็น 5.6% ของ GDP MSME ทั้งหมด

ข้อมูลลักษณะของธุรกิจ



7 ปี

อายุเฉลี่ยของธุรกิจขนส่งสินค้า

ด้านการจ้างแรงงานของธุรกิจ



12 คน

กลุ่มธุรกิจขนส่งสินค้า

ใช้แรงงานเฉลี่ย 12 คน ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างประจำเฉลี่ย 9 คน



3 คน

กลุ่มธุรกิจรถรับจ้างขนของ

ใช้แรงงานเฉลี่ย 3 คน ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างประจำเฉลี่ย 2 คน

ความต้องการใช้แรงงานของธุรกิจ

82.8%

ของธุรกิจกลุ่มขนส่งสินค้ามีความต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะ

83.3%

ของธุรกิจกลุ่มรถรับจ้างขนของ ไม่ต้องการแรงงานที่มีทักษะอื่น นอกจากการขับรถ และขนของ/ยกของ ซึ่งเป็นสิ่งที่แรงงานต้องทำอยู่แล้ว



การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ

87.9%

ของธุรกิจกลุ่มขนส่งสินค้ามีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจ

33.3%

ของธุรกิจกลุ่มรถรับจ้างขนของที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ



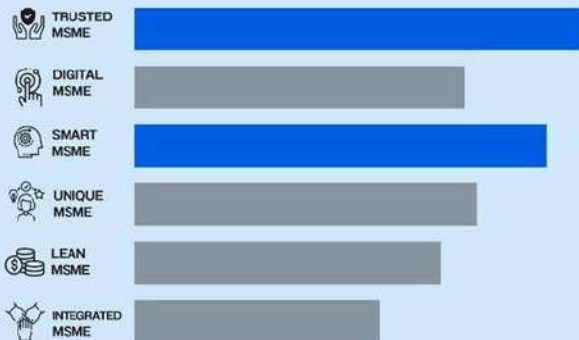
มุมมองของผู้เชี่ยวชาญต่อธุรกิจขนส่งสินค้า ในยุค Next Normal



 Trusted MSME	 Digital MSME	 SMART MSME	 Unique MSME	 LEAN MSME	 INTEGRATED MSME
<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการสร้างมาตรฐานและรักษามาตรฐานของธุรกิจ เช่น ความรวดเร็ว ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัยของสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการของลูกค้า 2. เพิ่มการสร้างมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านสุขภาพอนามัย เช่น ลดการสัมผัสของพนักงาน และสินค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. โยนาคธุรกิจควรนำเทคโนโลยีมาใช้แทนการใช้แรงงาน เพื่อช่วยลดความผิดพลาดของธุรกิจ เช่น ขั้นตอนการคิดแยกสินค้า 2. ธุรกิจต้องมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ เช่น ระบบวางแผนการขนส่ง และระบบแจ้งเตือน เพื่อลดข้อผิดพลาดในการจัดส่ง และเป็นการทำงานความสะดวกให้แก่ลูกค้า 3. เพิ่มการใช้สื่อ Social Media เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และประชาสัมพันธ์การให้บริการต่างๆ ของธุรกิจ 4. ธุรกิจต้องรองรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามพฤติกรรมทางการเงินของลูกค้าที่เปลี่ยนไป และเพื่อลดการสัมผัสระหว่างพนักงานและลูกค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจต้องมีกรอบแผนและพัฒนามือแรงงาน ให้ความใส่ใจในการให้บริการ มีความรับผิดชอบ และมีความพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้ หากธุรกิจมีแรงงานที่มีคุณภาพ ลูกค้าก็จะประทับใจในการได้รับบริการ ซึ่งจะสร้างความได้เปรียบให้กับคู่แข่ง 2. การนำเครื่องมือใหม่เข้ามาใช้ในการพัฒนาแรงงาน เพื่อพัฒนาธุรกิจ เช่น Lean canvas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างเอกลักษณ์ในการบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ 2. มีการสร้างการบริการเฉพาะด้าน (Specialize) เช่น บริการรับพัสดุถึงหน้าบ้าน ไม่ต้องยุ่งยากไปตอคิว เพื่อสร้างจุดเด่นและลดการแข่งกันระหว่างคู่แข่งได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เน้นการเพิ่มรายได้ของธุรกิจมากกว่าการลดจำนวนแรงงาน เนื่องจากการใช้แรงงานยังคงมีความจำเป็นในธุรกิจขนส่งสินค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการมีพันธมิตรทางธุรกิจ (Partner) เพื่อลดขั้นตอนในการทำงานของธุรกิจ 2. มีการใช้เครื่องจักรธุรกิจเพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการติดตามข่าวสารของธุรกิจประเภทเดียวกัน 3. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการระดมทุน และองค์ความรู้ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาธุรกิจต่อไปได้

มาตรฐานการให้บริการ และพัฒนาคนเป็นหัวใจ สำคัญสำหรับธุรกิจขนส่ง

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ขนส่งสินค้าในปัจจุบัน



*หมายเหตุ การให้ลำดับความสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

มาตรฐานและความปลอดภัยในการให้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้าคือด้านที่มีความสำคัญมากที่สุดจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เนื่องด้วยลูกค้ามีคาดหวังให้สินค้าถูกส่งถึงที่หมายอย่างปลอดภัย รวดเร็วตรงต่อเวลา และสามารถติดตามได้ จึงทำให้ความมั่นใจและความไว้วางใจของลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่ง รายนั้น ๆ เป็นอย่างมาก

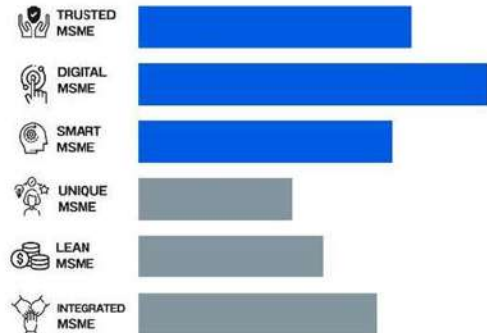
การให้บริการจึงเป็นด้านที่จำเป็นต้องรักษาและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในอนาคต และเนื่องด้วยความกังวลด้านสุขภาพของลูกค้าที่มากขึ้นจากสถานการณ์ โควิด-19 ทำให้ความปลอดภัยของลูกค้าที่ใช้บริการและสุขภาพของพนักงานบริการและสถานประกอบการเป็นสิ่งที่คุณเชี่ยวชาญให้ความสำคัญมากประกอบกันกับมาตรฐานการบริการในยุค Next Normal

การพัฒนาคนให้มีทักษะใหม่ๆมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจขนส่งที่แข่งขันกันสูง โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มักเสียเปรียบด้านทุน จึงต้องพัฒนาคนในองค์กรให้เก่ง และใช้จำนวนที่น้อยกว่า



ธุรกิจขนส่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มทักษะแรงงาน (Upskill/Reskill) และธุรกิจที่เพิ่มทักษะไปแล้วในปัจจุบันจะต้องการเพิ่มทักษะต่อไปในอนาคต

ความพร้อมของธุรกิจ MSME ขนส่งสินค้าในปัจจุบัน



*หมายเหตุ จากการวิเคราะห์แนวโน้มกิจการตามประเด็นความหรือต่อ Next normal โดยมีข้ออยู่ในแต่ละประเด็น

56.9%

ของธุรกิจกลุ่มขนส่งสินค้ามีการเพิ่มทักษะของแรงงานใหม่ (Upskill/Reskill) แต่มีเพียง 16.7% ของธุรกิจขนส่งสินค้าที่มีการอบรมเพิ่มทักษะของแรงงาน (Upskill/Reskill) เท่านั้นและพบว่า 85.6% ที่มีการอบรมเพิ่มทักษะของแรงงาน (Upskill/Reskill) ในปัจจุบันแล้ว จะมีความต้องการอบรมทักษะของแรงงานเพิ่มเติมมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากการขยายตัวของการขนส่งสินค้าในปัจจุบันทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัว ทั้งในเรื่องของการจัดการคลังสินค้า การจัดการระบบขนส่ง เพื่อความรวดเร็ว และตรงต่อเวลา รวมถึงการให้บริการที่สร้างประทับใจให้ลูกค้า

85.9%

ของธุรกิจขนส่งที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ โดย 38.4% ของร้อยละดังกล่าว มุ่งเน้นไปในเรื่องของการใช้เพื่อชำระสินค้า/บริการ (Digital payment, QR code ฯลฯ) เนื่องจากการปรับตัวของลูกค้า/ผู้ใช้บริการ ที่มีการลดการสัมผัส ลดการใช้เงินสด โดยธุรกิจเริ่มเห็นความสำคัญมากขึ้นในช่วงวิกฤตโควิด-19

33.8% ของธุรกิจขนส่งมีการเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมลูกค้า และปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจ

25.8% ของธุรกิจขนส่งมีการใช้เทคโนโลยี/ระบบ ที่ใช้ในธุรกิจเพื่อลดต้นทุน

42.2%

ของธุรกิจขนส่งสินค้าให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย และสุขอนามัยของพนักงาน/สถานประกอบการเป็นอันดับแรก เนื่องจากแรงงานต้องมีการเดินทางไปจัดส่งสินค้าในพื้นที่ต่างๆ และเสี่ยงต้องพบปะผู้คนเป็นจำนวนมาก



Makesend

คุณเด่นพิพัฒน์ ใจตรง (กรุงเทพมหานคร)

ผู้บริหาร

“Upskill/Reskill คนโดยใช้เครื่องมือ
ทำธุรกิจใหม่แบบ Tech startup”

ความเป็นมา

บริษัท Makesend เป็นบริษัทขนส่งสินค้า เพิ่งเปิดดำเนินการไม่ถึง 1 ปี มาจากการปรับ Business model ของ AIRPORTELS ซึ่งเป็นบริษัทขนส่งสินค้า บ้าน-โรงแรม-สนามบิน ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 โดยมี Concept “ส่งวันเดียวถึง” ปัจจุบันเปิดใน กทม. ปริมณฑล ชลบุรี เพชรบุรี นครศรีธรรมราช นครราชสีมา ขอนแก่น

การปรับตัวทางธุรกิจ

AIRPORTELS ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 อย่างมาก เพราะลูกค้า 90% คือนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่การปรับตัวของคนในองค์กรด้วยเครื่องมือแบบ startup ทำให้เปลี่ยนแปลงธุรกิจและคว้าโอกาสจากการเติบโตของธุรกิจขนส่ง

ประเด็นสำคัญในการปรับตัวของธุรกิจ ยุค “Next Normal” ที่ชัดเจนด้านพัฒนาคน (Smart MSME)

แรงงานจะต้องใส่ใจงานบริการ และมีการอบรมเพิ่มทักษะการให้บริการ และรักษามาตรฐานเวลาในการขนส่ง เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

การใช้เครื่องมือเพื่อพัฒนาธุรกิจ เช่น Lean canvas ในการเปลี่ยนแปลง Business model



ขยายพื้นที่ให้บริการ
ครอบคลุมพื้นที่



SMART
MSME



ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MSME

- ควรเร่งสร้างมาตรฐานของธุรกิจ เช่น ความรวดเร็ว ความตรงต่อเวลา และความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการของลูกค้า
- ควรมีการสร้างการบริการเฉพาะด้าน (Specialize) เช่น การส่งอาหารแช่เย็น การส่งถึงหน้าบ้าน เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่น ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาดได้
- ควรนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เพื่อช่วยลดความผิดพลาดของธุรกิจ เช่น ขั้นตอนการคัดแยกสินค้า
- ควรพัฒนาทักษะแรงงานทั้งทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี เช่น การใช้ระบบการจัดการคลังสินค้าและการจัดการระบบขนส่ง เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและตรงต่อเวลาในการขนส่งสินค้า และทักษะด้านการให้บริการที่มีมาตรฐานเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า
- ควรเก็บข้อมูลลูกค้าแล้วนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจ หรือพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น



ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

- สนับสนุนด้านเงินทุนให้กับธุรกิจในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาการให้บริการของกิจการ
- ส่งเสริมการอบรมทักษะใหม่ให้กับแรงงานเพื่อปรับใช้กับเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ใช้งานระบบการจัดการคลังสินค้า ระบบการจัดการด้านขนส่ง เพื่อให้ลดต้นทุนธุรกิจขนาดเล็กให้สามารถแข่งขันได้





ธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

452,266 ราย มูลค่าทางเศรษฐกิจ (GDP MSME)
502 พันล้านบาท
คิด **9.3%**

ธุรกิจ MSME กลุ่มการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
(การท่องเที่ยว ขนส่งมวลชนไม่ประจำทาง ร้านอาหารและโรงแรมที่พัก)
ในประเทศไทยมีจำนวน 452,266 ราย (ข้อมูลปี 2563) ซึ่งมูลค่าทางเศรษฐกิจ
(GDP MSME) ของกลุ่มการท่องเที่ยวและเกี่ยวข้อง ยกเว้น ขนส่งมวลชน
ไม่ประจำทาง อยู่ที่ 502 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 9.3% ของ GDP MSME ทั้งหมด



ข้อมูลลักษณะของธุรกิจ

ธุรกิจการท่องเที่ยว

9 ปี อายุเฉลี่ยของธุรกิจการท่องเที่ยว

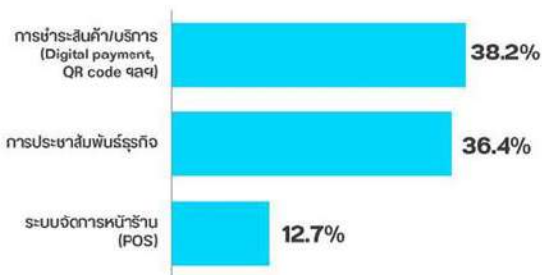
14 คน จำนวนแรงงานรวมเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่เป็นแรงงานประเภท

- ลูกจ้างประจำเฉลี่ย 7 คน
- ลูกจ้างที่รับเหมาเป็นงาน/ฟรีแลนซ์/Outsource เฉลี่ย 4 คน

92% ของธุรกิจการท่องเที่ยวต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะ

3 อันดับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจการท่องเที่ยว



ธุรกิจด้านการขนส่งมวลชนไม่ประจำทาง

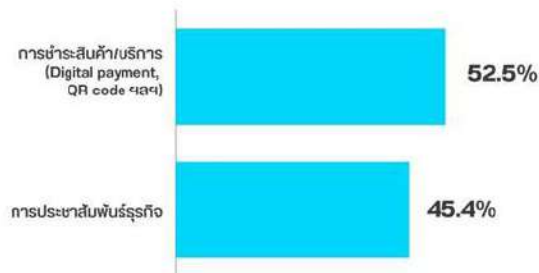
5.5 ปี อายุเฉลี่ยของธุรกิจด้านการขนส่งมวลชนไม่ประจำทาง

4 คน จำนวนแรงงานรวมเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่เป็นแรงงานประเภทลูกจ้างประจำเฉลี่ย 2 คน

82.4% ธุรกิจการขนส่งมวลชนไม่ประจำทางต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะ

2 อันดับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจด้านการขนส่งมวลชนไม่ประจำทาง



ข้อมูลลักษณะของธุรกิจ

ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล

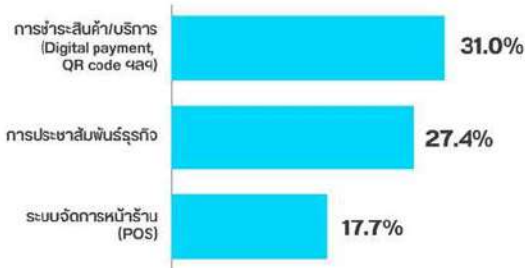
 **6 ปี** อายุเฉลี่ยของธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล

  **10 คน** จำนวนแรงงานรวมเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่เป็นแรงงานประเภทลูกจ้างประจำเฉลี่ย 7 คน

72.7% ของธุรกิจการท่องเที่ยวต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะ

3 อันดับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลใน ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล



ธุรกิจร้านอาหาร

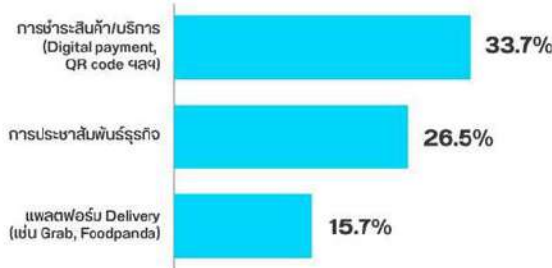
 **5 ปี** อายุเฉลี่ยของธุรกิจร้านอาหาร

  **5 คน** จำนวนแรงงานรวมเฉลี่ยของธุรกิจ

ส่วนใหญ่เป็นแรงงานสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 2 คน

51.4% ของธุรกิจร้านอาหารมองว่าไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะ

3 อันดับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจร้านอาหาร



แหล่งที่มาวัตถุดิบหลักของธุรกิจร้านอาหาร

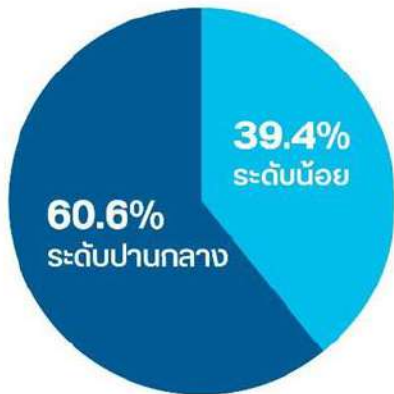
48.3% รับมาจากตลาด/ศูนย์การค้าในพื้นที่

27.1% รับมาจากสินค้า/ผลิตภัณฑ์ในชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง



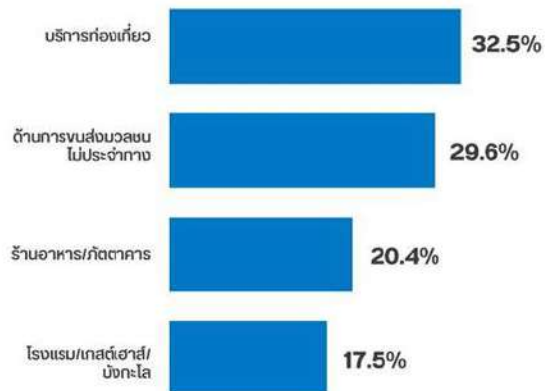
มากกว่า 60.0% ที่ธุรกิจมีเงินหมุนเวียนอยู่ในระดับที่น้อย จากวิกฤตโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยตรง

ระดับเงินหมุนเวียนของธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



ธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบจากวิกฤตไวรัสโควิด-19 มาตั้งแต่ปี 2563 ส่งผลกระทบต่ออย่างมากต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้งการปิดตัวชั่วคราว และจำนวนลูกค้าที่ลดลง ทำให้ในปัจจุบันธุรกิจเจอปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มีระดับเงินหมุนเวียนส่วนใหญ่ 60.6% อยู่ในระดับที่น้อย โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ การท่องเที่ยว ขนส่งมวลชน ไม่ประจำทาง ร้านอาหาร และโรงแรม/ที่พัก ตามลำดับ

สาขาธุรกิจที่มีเงินหมุนเวียนอยู่ในระดับน้อย



มุมมองของผู้เชี่ยวชาญต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ในยุค Next Normal



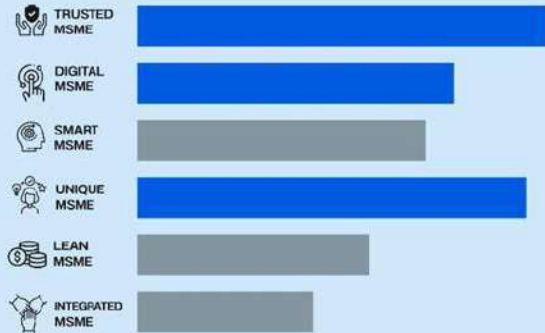
 Trusted MSME	 Digital MSME	 SMART MSME	 Unique MSME	 LEAN MSME	 INTEGRATED MSME
<ol style="list-style-type: none"> 1. การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยและมาตรฐานการบริการ เพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น 2. การได้รับมาตรฐาน เช่น โครงการมาตรฐานความปลอดภัยสุขภาพ (SHA Plus+) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเพิ่มช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้บริการต่างๆ เช่น การเข้าร่วมแพลตฟอร์มกับ Online Travel Agency (OTA) ระบบจองห้องพัก ระบบจองรถรับ-ส่ง การรองรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจต้องเพิ่มทักษะแรงงานให้มีความสามารถในการทำงาน ที่หลากหลาย (Multiskill) และเพิ่มทักษะของแรงงาน (Upskill/Reskill) เพื่อรองรับการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย หากแรงงานมีทักษะหลากหลาย จะทำให้สามารถต่อยอดธุรกิจได้ดี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การให้บริการเพื่อเสริมสร้างความประทับใจ - การพัฒนาจุดเด่นและเอกลักษณ์ในการบริการ เพื่อเป็นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า เช่น บริการส่งอาหารฟรี บริการรถรับส่งฟรี เป็นต้น 2. การมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนการบริการให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลง <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการมีขนาดเล็ก - เพิ่มทางเลือกในการให้บริการมากขึ้น เช่น Food Delivery 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การปรับลดต้นทุนธุรกิจ ควรพิจารณาผลกระทบของคุณภาพในการให้บริการและมาตรฐานการบริการ ร่วมด้วย 2. การปรับขนาดของธุรกิจ (Business Scale) ให้พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และพยายามลดต้นทุนลง เพื่อลดผลกระทบ หากธุรกิจจำเป็นต้องปิดกิจการชั่วคราว ตามมาตรการของภาครัฐ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสร้างเครือข่ายธุรกิจในการเชื่อมโยงบริการให้ครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 2. การร่วมกันพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของพื้นที่ ให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

■ ประกอบไปด้วยบริษัททัวร์, โรงแรมและที่พัก, ร้านอาหาร, การขนส่งมวลชน (ไม่ประจำทาง)

ความเชื่อมั่นปลอดภัย/เอกลักษณ์ดิจิทัล เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องในยุค Next normal



ความพร้อมของธุรกิจ MSME การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



*หมายเหตุ การให้ลำดับความสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

แม้ธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องมีการให้บริการลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ แต่ผู้เชี่ยวชาญ ในธุรกิจนี้ยกให้ความปลอดภัยและมาตรฐานการให้บริการ มีระดับความสำคัญสูงสุด เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจต่อการเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและสร้างแรงดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการ จึงมีความจำเป็นที่ธุรกิจจะต้องยกระดับความปลอดภัยและสุขอนามัยให้เพิ่มสูงขึ้นในยุค Next normal เช่น การได้รับการรับรองโครงการมาตรฐานความปลอดภัยสุขอนามัย (SHA+) เป็นต้น

เมื่อสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้แล้ว การพัฒนาเอกลักษณ์และการมอบประสบการณ์ที่ดี เพื่อสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ ในธุรกิจเดียวกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาการให้บริการเพื่อเสริมสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า เช่น บริการอำนวยความสะดวกหรือบริการส่งอาหารจากร้านอาหาร ซึ่งนอกจากจะเป็นการอำนวยความสะดวกแล้ว ยังเป็นการลดการสัมผัสระหว่างลูกค้าและพนักงานร้านได้อีกด้วย และเมื่อพิจารณาความคล่องตัวของ การปรับเปลี่ยนธุรกิจ พบว่าการพัฒนาการให้บริการสามารถทำได้ง่ายกว่าการสร้างจุดเด่นจากทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านเอกลักษณ์ที่ใช้ต้นทุนในการพัฒนาที่สูงกว่า

นอกจากนี้เพื่อการจัดการและบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้ามากขึ้น เทคโนโลยีและระบบดิจิทัลจึงมีความสำคัญและถูกนำมาประยุกต์ใช้มากขึ้น และมีความสำคัญในธุรกิจภาคการท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่อง เช่น การใช้ Social Media ในการสื่อสารกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การมีระบบจองห้องพัก การเข้าร่วมแพลตฟอร์มกับ Online Travel Agency (OTA) ระบบการจองการเข้ารับบริการรับ-ส่ง และระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งการอำนวยความสะดวกเหล่านี้ยังเป็นการเสริมเอกลักษณ์และประสบการณ์ต่อการใช้บริการของลูกค้าภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี



ตราสัญลักษณ์ SHA เป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของธุรกิจการท่องเที่ยว มาจากโครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยความที่เป็นความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในธุรกิจการท่องเที่ยว ได้กำหนดมาตรฐานเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการปรับปรุงสถานประกอบการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ (New normal) สร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจให้กับผู้ที่มาใช้สินค้าและบริการ

SHA Plus คือมาตรฐาน SHA เดิม และมีเงื่อนไขเพิ่มว่า พนักงานต้องได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันเชื้อโควิด-19 แล้วไม่ต่ำกว่า 70% ของทั้งองค์กร และ 100% กับพนักงานหน้าด่าน (Frontline) ที่ต้องพบเจอลูกค้าทุกวัน

ปัจจุบันกิจการที่สามารถขอรับมาตรฐาน SHA

มีทั้งหมด 10 ประเภท คือ

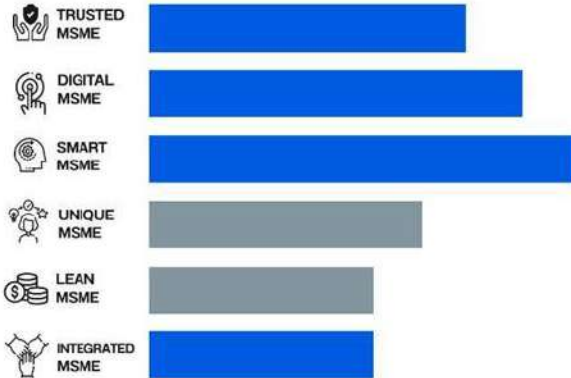
1. ภัตตาคาร/ร้านอาหาร
2. โรงแรมที่พัก และสถานที่จัดประชุม
3. นันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว
4. ยานพาหนะ
5. บริษัทนำเที่ยว
6. สุขภาพและความงาม
7. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า
8. กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว
9. โรงละคร โรงมหรสพและการจัดกิจกรรม
10. ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่น ๆ

SHA Plus = SHA และ พนักงานรับการฉีดวัคซีนอย่างน้อย 70%



ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ ในเรื่องสุนนามัยของลูกค้า และพนักงาน แต่ยังไม่ได้รับ มาตรฐานรับรอง

ความพร้อมของธุรกิจ MSME การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



*หมายเหตุ จากการนิยามในหัวข้อตามต้นประเด็นความพร้อมต่อ Next normal โดยมีร้อยละในแต่ละประเด็น

63.7%

ของธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย และสุนนามัยของลูกค้า และพนักงานที่ให้บริการมากที่สุด และความคิดเห็นของผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความสำคัญด้านมาตรฐานการบริการ และความปลอดภัย/สุนนามัย มากที่สุดในการดำเนินงานของธุรกิจ

แต่เพียง 30.2% ของธุรกิจการท่องเที่ยว และเกี่ยวข้องที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการบริการ (SHA) โดย

36.0% ของธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหมดมีใบรับรองมาตรฐาน SHA
31.2% ของธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโลทั้งหมดมีใบรับรองมาตรฐาน SHA

14.1% ของธุรกิจร้านอาหารมีใบรับรองมาตรฐาน SHA

10.8% ของธุรกิจการขนส่งมวลชนไม่ประจำทางทั้งหมดมีใบรับรองมาตรฐาน SHA

75.4%

ของผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญในการเลือกใช้แหล่งวัตถุดิบในพื้นที่ เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่หาง่ายและสามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้

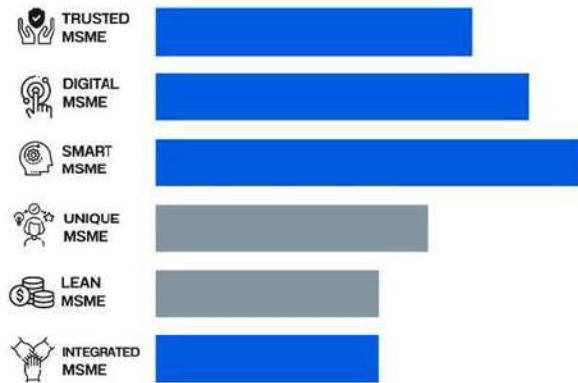
17.4%

ของธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ที่มีการรวมกลุ่มกันของธุรกิจ ใน Chain เนื่องจากข้อจำกัดทางการเข้าถึงข้อมูล และทักษะการเจรจาทางธุรกิจของธุรกิจรายย่อย



ธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล เพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจเป็นหลัก และ ยังเน้นการทำงานแบบ Multiskill อยู่ โดยมีการ Upskill/Reskill ใหม่ไม่มากนัก

ความพร้อมของธุรกิจ MSME การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



*หมายเหตุ จากการนับคะแนนในข้อคำถามตามประเด็นความพร้อมต่อ Next normal โดยมีข้อน้อยในแต่ละประเด็น

89.4%

ของธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจ

โดย 34.2% ใช้ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านเพจ Facebook เป็นหลัก และ 33.9% ใช้ในการชำระสินค้า/บริการ(Digital Payment, QR code ฯลฯ)

93.9%

ของธุรกิจร้านอาหารมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่ง โดย 43.2% เข้าร่วมแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ออนไลน์ และ 27.7% นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการจัดการระบบหน้าร้าน (POS)

54.4%

ของธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีการใช้แรงงานที่มีทักษะแรงงานให้ทำงานได้หลากหลาย (Multiskills)

20.9%

ของธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีการอบรมให้แรงงานมีทักษะเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Upskill/Reskill) โดยอยู่ในกลุ่ม ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล 48.1% ธุรกิจการท่องเที่ยว 26.9% ธุรกิจร้านอาหาร 24.0% และธุรกิจด้านการขนส่งมวลชนไม่ประจำทาง 1.0%





โรงแรมต๋อซ่อง

คุณเพชร ออ์ซุง (จ.เชียงใหม่)

เจ้าของธุรกิจ

ความเป็นมา

เริ่มแรกเป็นหอพักขนาด 17 ห้อง แล้วจึงมีการปรับปรุงให้เป็นโรงแรมขนาดเล็กในปี 2551 และทำธุรกิจโรงแรมแบบมีใบอนุญาตในปี พ.ศ. 2562 กลุ่มลูกค้าในช่วงก่อนโควิด-19 เป็นต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย หลังจากได้รับผลกระทบจากโควิด-19 โรงแรมได้ปรับกลุ่มเป้าหมายเป็นโดยเน้นลูกค้าภายในประเทศ

การปรับตัวทางธุรกิจ

โรงแรมได้รับผลกระทบจากโควิด-19 อย่างมาก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนต่างชาติ จึงได้ทำการปรับกลุ่มเป้าหมาย การให้บริการเป็นลูกค้าภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการนำสัตว์เลี้ยงมาเข้าพัก และระหว่างนั้นก็เร่งปรับปรุงจนได้รับมาตรฐาน SHA Plus+ และมีการสร้างเอกลักษณ์ในการให้บริการโดยร่วมมือกับชุมชนในท้องถิ่น เพื่อนำวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นมาเป็นจุดขายให้กับผู้ใช้บริการ

“ยังเป็นโรงแรมขนาดเล็ก ยังต้อง**สร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ** และใช้ความร่วมมือกับชุมชนเพื่อสร้างเอกลักษณ์”

ประเด็นสำคัญในการปรับตัวของธุรกิจ

ยุค **“Next Normal”** ที่ชัดเจนด้าน**สร้างเอกลักษณ์ (Unique MSME)** และการมี**มาตรฐานและความปลอดภัย (Trusted MSME)**

- 1 การสร้างเอกลักษณ์ของการให้บริการโดยร่วมมือกับชุมชนในการนำ**เอาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม** มาเป็นจุดดึงดูดผู้บริโภค
- 2 การปรับปรุงให้ได้**มาตรฐาน SHA Plus+** เพื่อสร้างความมั่นใจในการ**เข้าใช้บริการ**



Unique MSME



Trusted MSME



ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจ MSME

- ควรให้ความสำคัญต่อมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัย เช่น การได้รับการรับรองโครงการมาตรฐานความปลอดภัยสุขอนามัย (SHA Plus) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ
- ควรให้ความสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์ของสถานประกอบการและการให้บริการ เพื่อสร้างจุดเด่นในการใช้บริการ
- ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการดำเนินงานกิจการทั้งในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ และ Social Media เพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับผู้ใช้บริการ และเป็นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ
- ควรมีการสร้างเครือข่ายธุรกิจโดยเฉพาะกับชุมชน และกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการเชื่อมโยงบริการให้ครบวงจรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าใหม่ที่เน้นความเฉพาะทางมากยิ่งขึ้น



ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

- สนับสนุนให้ธุรกิจได้รับมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย โดยเฉพาะมาตรฐานความปลอดภัยสุขอนามัย (SHA Plus) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มาใช้บริการ
- การสนับสนุนให้มีความร่วมมือระหว่างในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิด cluster ของธุรกิจที่มีการเอื้อประโยชน์ต่อกัน เช่น โรงแรมที่พักในจังหวัดกับรถที่ให้บริการในท้องถิ่น โดยไม่ต้องผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้น

הכנסת

รูปแบบคำถามในการเก็บข้อมูลแต่ละด้าน

ด้านมาตรฐานการผลิต/การบริการและความปลอดภัย/สุขอนามัย (Trusted MSME)

ความปลอดภัยและสุขอนามัยของ ลูกค้า/ผู้ใช้บริการ

ในปัจจุบันธุรกิจของท่าน มีการดูแลความปลอดภัยและสุขอนามัย ลูกค้า/ผู้ใช้บริการ ในรูปแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เจลแอลกอฮอล์และหน้ากากอนามัย
- มีการวัดอุณหภูมิก่อนเข้าใช้บริการ
- การเว้นระยะห่าง
- ต้องสแกนไทยชนะ ก่อนเข้า-ออกใช้บริการ
- ต้องมีการสวมใส่หน้ากากก่อนเข้าใช้บริการ
- ต้องมีเอกสารหรือใบรับรองการได้รับวัคซีน
- อื่นๆ (ระบุ.....)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนนับจากปัจจุบันธุรกิจของท่านจะมีการดูแลความปลอดภัย และสุขอนามัย ลูกค้า/ผู้ใช้บริการเพิ่มเติมหรือไม่

- ไม่เพิ่มเติม
- คาดว่าจะมี
- เพิ่มเติม (ระบุ.....)

ความปลอดภัยและสุขอนามัยของ พนักงาน/สถานประกอบการ

ในปัจจุบันธุรกิจของท่าน มีการดูแลความปลอดภัยและสุขอนามัย พนักงาน/สถานประกอบการ ในรูปแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เจลแอลกอฮอล์
- มีการวัดอุณหภูมิก่อนเข้า-ออกงาน
- ต้องสแกนไทยชนะก่อนเข้า-ออกงาน
- การเว้นระยะห่าง
- ต้องผ่านการตรวจหาเชื้อโควิด-19
- ต้องมีการสวมใส่หน้ากากหรือ Face shield ขณะทำงาน
- ควบคุมดูแลความสะอาดของอุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ
- ควบคุมดูแลความสะอาดของสถานประกอบการ
- อื่นๆ (ระบุ.....)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงมี หรือมีการดูแลความปลอดภัย และสุขอนามัย พนักงาน/สถานประกอบการ เพิ่มเติมหรือไม่

- ไม่เพิ่มเติม
- คาดว่าจะมี
- เพิ่มเติม (ระบุ.....)

รูปแบบคำถามในการเก็บข้อมูลแต่ละด้าน

ด้านมาตรฐานการผลิต/การบริการและความปลอดภัย/สุขอนามัย (Trusted MSME)

มาตรฐานการผลิต/การบริการ

ในปัจจุบันธุรกิจของท่านได้รับใบรับรองหรือมาตรฐานใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มี
- มาตรฐาน อย.
- มาตรฐาน GMP
- มาตรฐาน SHA
- มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม
- มาตรฐานความปลอดภัย
- มาตรฐาน Q (สินค้าเกษตรและอาหาร)
- มาตรฐานสุขอนามัย
- มาตรฐาน มอก.
- มาตรฐานการป้องกันโรคโควิด-19
- มาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ
- อื่นๆ (ระบุ.....)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะมีการขอ/ขอเพิ่มใบรับรองหรือมาตรฐานหรือไม่

- ไม่ขอ
- คาดว่าจะมี
- ขอ (ระบุ.....)

การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจของท่านมีการจัดการ หรือลดของเสีย ที่เกิดขึ้นจากการผลิต รวมไปถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือไม่ อย่างไรบ้าง

- ไม่มี
- มี (ระบุ.....)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงมี หรือมีการจัดการหรือลดของเสีย ที่เกิดขึ้นจากการผลิต รวมไปถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติมหรือไม่

- ไม่เพิ่มเติม
- คาดว่าจะมี
- เพิ่มเติม (ระบุ.....)

รูปแบบคำถามในการเก็บข้อมูลแต่ละด้าน

ด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัล (Digital MSME)

ใช้แพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์

ธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม มาช่วยในการดำเนินกิจการหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มี ใช้แพลตฟอร์มขายออนไลน์ (เช่น Lazada, Shopee, Amazon ฯลฯ)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงใช้หรือมีการนำเทคโนโลยี/ดิจิทัลมาช่วยในกิจการเพิ่มเติม หรือไม่

- ใช้แพลตฟอร์มขายออนไลน์ (เช่น Lazada, Shopee, Amazon ฯลฯ) ไม่มี คาดว่าจะมี มี

ใช้แพลตฟอร์มเดลิเวอรี่

ธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม มาช่วยในการดำเนินกิจการหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มี ใช้แพลตฟอร์ม Delivery(เช่น Grab, Foodpanda, lineman ฯลฯ)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงใช้หรือ มีการนำเทคโนโลยี/ดิจิทัลมาช่วยในกิจการเพิ่มเติม หรือไม่

- ใช้ แพลตฟอร์ม Delivery (เช่น Grab, Foodpanda, lineman ฯลฯ) ไม่มี คาดว่าจะมี มี

ใช้เทคโนโลยี/ระบบ ที่ใช้ในธุรกิจเพื่อลดต้นทุน

ธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม มาช่วยในการดำเนินกิจการหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มี มีเทคโนโลยีในการผลิต/เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรง

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงใช้หรือ มีการนำเทคโนโลยี/ดิจิทัลมาช่วยในกิจการเพิ่มเติม หรือไม่

- มีเทคโนโลยีในการผลิต/เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรง ไม่มี คาดว่าจะมี มี

มีการชำระสินค้า/บริการ

ธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม มาช่วยในการดำเนินกิจการหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มี การชำระสินค้า/บริการ (Payment, QR code ฯลฯ)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงใช้หรือมีการนำเทคโนโลยี/ดิจิทัลมาช่วยในกิจการเพิ่มเติม หรือไม่

- การชำระสินค้า/บริการ (Payment, QR code ฯลฯ) ไม่มี คาดว่าจะมี มี

มีการเก็บข้อมูลลูกค้า

ธุรกิจของท่านมีการเก็บข้อมูลลูกค้าไว้ชัดเจนหรือไม่

- มี ไม่มี

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงมี หรือมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพิ่มเติมหรือไม่

- การสะสมแต้ม/บัตรสมาชิก ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- การจัดโปรโมชั่น/ลดราคาสินค้า ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- การบริการหลังการขาย ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- การรับประกัน/เคลมสินค้า ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- อื่นๆ (ระบุ.....) ไม่มี คาดว่าจะมี มี

รูปแบบคำถามในการเก็บข้อมูลแต่ละด้าน

ด้านแรงงาน (Smart MSME)

เพิ่มทักษะแรงงานใหม่

ปัจจุบันธุรกิจของท่าน มีการอบรมและพัฒนาทักษะ ฝีมือของแรงงาน (Upskill/Reskill) หรือไม่

- ไม่มี มี

เหตุผลในการมีการอบรมและพัฒนาทักษะ ฝีมือแรงงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ต้องการให้แรงงานมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในสาขาอาชีพนั้นสูงขึ้น
- ต้องการให้แรงงานมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในสาขาอาชีพอื่นเพิ่มเติม
- ปฏิบัติตามพร.บ.ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน
- เพื่อนำไปใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษี
- อื่นๆ (ระบุ.....)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน จะมีการอบรมและพัฒนาทักษะฝีมือของแรงงานเพิ่มเติม (Upskill/Reskill) หรือไม่

- ไม่มี คาดว่าจะมี มี (ระบุ.....)

ปรับทักษะแรงงานให้ทำงานได้หลากหลาย

ปัจจุบันธุรกิจของท่าน ส่วนใหญ่แรงงานมีความสามารถทำงานได้หลากหลายตำแหน่ง (Multiskills) หรือไม่

(Ex. พนักงาน 1 คน มีความสามารถทั้งด้านการตลาดและมีความสามารถด้าน IT หรือพนักงานที่มีความสามารถทั้งด้านการขายออนไลน์และด้านบัญชี เป็นต้น)

- ไม่มี
 มี

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน จะมีการปรับทักษะแรงงาน เพื่อให้สามารถทำงานได้หลากหลาย (Multiskills) หรือไม่

- ไม่มี
 คาดว่าจะมี
 มี (ระบุ.....)

รูปแบบคำถามในการเก็บข้อมูลแต่ละด้าน

ด้านเอกลักษณ์ และประสบการณ์ลูกค้า (Unique MSME)

สินค้า/บริการมีความหลากหลายแตกต่างจากคู่แข่ง

ในปัจจุบัน ท่านคิดว่าเหตุผลที่ลูกค้ามีการกลับมาซื้อซ้ำ สินค้า/บริการ คืออะไร
(ตอบเหตุผลสำคัญที่สุดจำนวน 3 ข้อ เท่านั้น)

- มีให้เลือกได้หลากหลาย และตรงกับความต้องการของลูกค้า

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงมี
หรือมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพิ่มเติมหรือไม่

- ความหลากหลาย
และตรงกับความต้องการของลูกค้า ไม่มี คาดว่าจะมี มี

สินค้า/บริการมีเอกลักษณ์เฉพาะ

ในปัจจุบัน ท่านคิดว่าเหตุผลที่ลูกค้ามีการกลับมาซื้อซ้ำ สินค้า/บริการ คืออะไร
(ตอบเหตุผลสำคัญที่สุดจำนวน 3 ข้อ เท่านั้น)

- มีเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้า และบริการ

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงมี
หรือมีการพัฒนาสินค้าและบริการเพิ่มเติมหรือไม่

- เอกลักษณ์เฉพาะของสินค้า
และบริการ ไม่มี คาดว่าจะมี มี

รูปแบบคำถามในการเก็บข้อมูลแต่ละด้าน

ด้านต้นทุนการดำเนินงาน (Lean MSME)

การปรับขนาดธุรกิจให้มีความคล่องตัวมากขึ้น

ในปัจจุบัน ธุรกิจของท่านมีการปรับตัว/แผนการดำเนินงาน ด้านต้นทุน และภาระค่าใช้จ่ายอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ลดขนาด/พื้นที่ สถานประกอบการ
- เปลี่ยนจากพื้นที่เช่า มาใช้ที่อยู่อาศัยเป็นสถานประกอบการ
- ลดจำนวนแรงงาน

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะมีการปรับตัว /แผนการดำเนินงานด้านต้นทุนเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร

- ขนาด/พื้นที่ สถานประกอบการ ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- เปลี่ยนจากพื้นที่เช่า มาใช้ที่อยู่อาศัยเป็นสถานประกอบการ ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- ลดจำนวนแรงงาน ไม่มี คาดว่าจะมี มี (เพิ่ม/ลด)
(เพิ่ม/ลด)

การปรับต้นทุนการผลิตให้ลดลง

ในปัจจุบัน ธุรกิจของท่านมีการปรับตัว/แผนการดำเนินงาน ด้านต้นทุน และภาระค่าใช้จ่ายอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หาแหล่งวัตถุดิบอื่นๆที่มีราคาถูกกว่า หาวัตถุดิบอื่นทดแทน
- การนำเทคโนโลยี/เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรง เพื่อลดต้นทุน
- หาผู้ค้าทางธุรกิจ เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน
- ลดปริมาณสินค้า/การให้บริการ

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะมีการปรับตัว /แผนการดำเนินงานด้านต้นทุนเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร

- การนำเทคโนโลยี/เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรง เพื่อลดต้นทุน ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- หาวัตถุดิบอื่นทดแทน ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- หาผู้ค้าทางธุรกิจ เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน ไม่มี คาดว่าจะมี มี
- หาแหล่งวัตถุดิบอื่นๆที่มีราคาถูกกว่า ไม่มี คาดว่าจะมี มี

รูปแบบคำถามในการเก็บข้อมูลแต่ละด้าน

ด้านการบูรณาการ และหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Integrated MSME)

เครือข่ายทางธุรกิจ (สมาคม/ชมรม/กลุ่ม Line หรือกลุ่ม facebook ฯลฯ)

ในปัจจุบันธุรกิจของท่านมีการรวมกลุ่มและการเข้าถึงเครือข่ายทางธุรกิจ (สมาคม/ชมรม/กลุ่ม Line หรือกลุ่ม Facebook ฯลฯ) หรือไม่

- ไม่มี มี (ระบุ.....)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะยังคงเป็นสมาชิกกลุ่ม หรือมีการเข้าร่วมกลุ่มและเข้าถึงเครือข่ายทางธุรกิจ เพิ่มเติมหรือไม่

- ไม่มี คาดว่าจะมี
 มี (ระบุ.....)

หุ้นส่วนทางธุรกิจ (คู่ค้า หรือหุ้นส่วน)

ในปัจจุบัน ธุรกิจของท่านมีการปรับตัว/แผนการดำเนินงานด้านต้นทุน และการระงับค่าใช้จ่ายอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หาคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะมีการปรับตัว / แผนการดำเนินงานด้านต้นทุนเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร

- หาคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน ไม่มี คาดว่าจะมี มี

การเลือกใช้วัตถุดิบในพื้นที่

ธุรกิจของท่านมีแหล่งที่มาสินค้า/วัตถุดิบหลักจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ตลาด/ศูนย์การค้าในพื้นที่
 สินค้า/ผลิตภัณฑ์ในชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง
 สินค้าจากต่างประเทศ
 สินค้า/วัตถุดิบนอกพื้นที่
 มี (ระบุ.....)

ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน นับจากปัจจุบัน ธุรกิจของท่านจะมีการหาแหล่งสินค้า/วัตถุดิบหลักกับคู่ค้าในพื้นที่เพิ่มเติม หรือไม่

- ไม่มี คาดว่าจะมี
 มี (ระบุ.....)

ਕਰਕਾਂ

