



บัณฑิตวิทยาลัย

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

องค์ความรู้จากบริการวิชาการเรื่อง”กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการ SME ‘s เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”

โดย นางสาวสุกฤตา เดชพิสุธีธรรม

รหัส 54-99018-02938

การจะเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (ASEAN Economic Community) นั้นส่งผลให้มีการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจและทำให้การประกอบธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการทั้งหลาย นอกจากจะต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการภายในประเทศด้วยตนเองแล้วยังต้องพบกับคู่แข่งที่เข้ามาจากภายนอกประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะที่เป็นกลุ่มทุนขนาดใหญ่หรือกลุ่มทุนข้ามชาติ เนื่องจากกลุ่มทุนเหล่านี้จะมีเงินลงทุนจำนวนมาก มีสาขาอยู่ตามที่ต่างๆ ซึ่งจะเป็นสายป่านที่สามารถนำมาช่วยเหลือในการลงทุนเพื่อเปิดกิจการใหม่ในที่ใหม่ๆ ได้ง่ายกว่ากลุ่มทุนขนาดเล็ก

สำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ของไทยหลายรายมีการปรับตัวในรูปแบบต่างๆ เช่น การรวมกลุ่มผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกัน มีความเกี่ยวข้องหรือส่งเสริมกันที่เรียกกันว่า คลัสเตอร์ (cluster) หรืออาจเป็นการแตกไลน์ทางธุรกิจ โดยขยายกิจการออกไปในเรื่องอื่นๆ เพิ่มเติม กลุ่มเหล่านี้ได้แก่ เครือซีพี เครือสหพัฒน์ และเครือเซ็นทรัล เป็นต้น

ขณะเดียวกันยังมีผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่ประกอบธุรกิจแบบปัจเจก คือ ดำเนินกิจการเพียงลำพัง และไม่มีการแตกไลน์ทางธุรกิจเพื่อเป็นสายป่านให้กิจการของตน เพราะมีทุนไม่มากเท่ากลุ่มข้างต้น ทำให้ต้องเผชิญกับภาวะความเสี่ยงทางธุรกิจสูง คนไทยไม่ได้ถูกฝึกให้ทำงานเป็นทีมชอบที่จะทำคนเดียว เด่นคนเดียว เพราะเคยชินกับการมีชื่อเสียงเพียงคนเดียว แต่ถ้ำลัมก็จะล้มคนเดียวเหมือนกัน อย่างที่เราชอบพูดเล่นกันว่า ศิลปินเดี่ยว นั่นคือสะท้อนความเป็นตัวตนของคนไทยได้พอดี และนี่กลายเป็นข้อด้อยของคนไทยในการทำงานหากจะแข่งขันกับสากล