

โครงการพัฒนาผู้ประกอบการและเตรียมความพร้อมธุรกิจสู่สากล ปี 2555

การเสริมสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ

ผู้รับผิดชอบโครงการ ดร.วีระพัฒน์ กฤตธนาทิพย์ ผู้อำนวยการสถาบันนวัตกรรมและธุรกิจการค้าเสรี
หน่วยงาน สถาบันนวัตกรรมและธุรกิจการค้าเสรี มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
โทรศัพท์ 02-7229681 โทรสาร 02-7229681. E-mail: tri.yok@gmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนาผู้ประกอบการและเตรียมความพร้อมธุรกิจ สู่สากล ปี 2555 การเสริมสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยการสนับสนุนจากสำนักพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จากการดำเนินกิจกรรมตามกรอบโครงการนวัตกรรมฯ พบว่า มีผู้ประกอบการให้ความสนใจสมัครเข้าร่วมโครงการในระยะที่ 1 จำนวน 327 ราย จากทั่วประเทศโดยได้จัดการอบรมใน 4 พื้นที่ คือ จังหวัดพิจิตร เพชรบุรี ขอนแก่น และส่วนกลางคือกรุงเทพฯและปริมณฑล ทำการคัดเลือกผู้ผ่านเกณฑ์ระดับคะแนนเพื่อเข้าร่วมอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติการในระยะ 2 โดยเป็นการเผยแพร่ความรู้ด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ เพื่อต่อยอดธุรกิจการค้า จำนวน 63 ราย โดยผู้ประกอบการได้รับการบ่มเพาะตามกรอบหลักสูตรที่ต้องศึกษาดูงาน อบรม สัมมนา เพื่อเรียนรู้การทำแผนนวัตกรรมทางธุรกิจ จากกิจกรรมดังกล่าวผู้เข้าอบรมได้มีการนำเสนอแผนนวัตกรรมทางธุรกิจ จำนวน 51 ราย และทำการคัดเลือกต้นแบบมาทำการพัฒนาต่อยอดจำนวน 15 ราย ซึ่งมีทั้งรูปแบบของนวัตกรรมธุรกิจที่เป็นผลิตภัณฑ์ บริการ รูปแบบธุรกิจ และ กระบวนการ ซึ่งต้นแบบทั้ง 15 ราย ได้รับคำปรึกษาและผลักดันจากทีมที่ปรึกษา จนได้ต้นแบบนวัตกรรม และนำเสนอนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อให้เกิดโอกาสทางการตลาด ผ่านการจัดกิจกรรม business matching จากกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นช่องทางในการพัฒนาผู้ประกอบการต้นแบบนวัตกรรมให้เล็งเห็นถึงการแปรรูปมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์ เป็นทรัพย์สินทางปัญญา สุนวัตกรรมที่จับต้องได้เกิดมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ และก้าวสู่ตลาดได้จริง อย่างไรก็ตามในกรอบของการดำเนินโครงการเป็นเพียงการสร้าง blue print หรือพิมพ์เขียวในการพัฒนาแนวคิดสร้างสรรค์ สุนวัตกรรมตามกรอบเวลาและทรัพยากรที่มีอยู่เป็นการเปลี่ยนแปลงจากการขายวัตถุดิบ การขายสินค้าที่เหมือนกัน ในตลาดล่าง ให้ก้าวสู่คุณค่า มูลค่าสูง และสร้างจุดขายจากเรื่องราวทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สร้างความแตกต่าง ความจำเพาะของสินค้าและบริการ ซึ่งนวัตกรรมที่เกิดขึ้นเป็นเพียงต้นแบบที่ผู้ประกอบการต้องนำไปต่อยอด และปกป้องสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาต่อเนื่องให้เกิด impact กับธุรกิจ สังคม ชุมชน และภาพรวมของประเทศต่อไป

1. บทนำ (หลักการและเหตุผล)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีภารกิจในการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการโดยตรง ดำเนินกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องตลอดมา จากสภาพปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่ไม่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการของตนเองให้แข่งขันได้ ตลอดจนขาดประสิทธิภาพในการสร้างนวัตกรรมสินค้าและบริการ เพื่อนำเสนอถึงคุณค่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ ให้กับผู้บริโภค จึงทำให้การพัฒนาธุรกิจมีความล่าช้าและขาดความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องดำเนินแผนงานเสริมสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจภายใต้โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ และเตรียมความพร้อมธุรกิจสู่สากล เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้เรียนรู้ถึงการพัฒนาตัวสินค้าและบริการ การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการธุรกิจ และการริเริ่มธุรกิจรูปแบบใหม่ ให้มีคุณภาพและ

ประสิทธิภาพที่ดีขึ้นกว่าเดิม ตลอดจนสร้างโอกาสในการเปิดมุมมองใหม่ๆ สร้างความเข้าใจในความเป็นตลาดสากล ในอันที่จะนำไปสู่ภาวะความพร้อมและความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในอนาคตประเทศไทยจะต้องก้าวเข้าสู่สมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ซึ่งทุกสาขาธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อแข่งขันและรองรับกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่กำลังจะเกิดขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับตัวเตรียมความพร้อมรองรับสำหรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการเสริมสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ จะเป็นอาวุธที่สำคัญให้ภาคธุรกิจใช้เป็นเครื่องมือ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เทียบเท่าธุรกิจของต่างชาติ

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

2.1 เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจแนวคิดกระบวนการและมีศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจของตนเองที่จะส่งผลกระทบต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจ

2.2 เพื่อสร้างต้นแบบนวัตกรรมทางธุรกิจที่จะขยายผลในการสร้างรูปแบบธุรกิจหรือการบริหารจัดการแนวใหม่ให้มีมูลค่าเพิ่มหรือประสิทธิภาพสูงขึ้น

2.3 เพื่อยกระดับธุรกิจไทยให้สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศสามารถแข่งขันในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3. การดำเนินโครงการ

3.1 รูปแบบโครงการ

3.1.1 จัดอบรมให้ความรู้

3.1.2 ให้คำปรึกษาเชิงลึก ณ สถานที่ประกอบการ

3.1.3 จัดกิจกรรมเผยแพร่ต้นแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ

3.2 วิธีดำเนินโครงการ

3.2.1 จัดทำแผนกลยุทธ์การพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ พร้อมแนวคิดกระบวนการ และหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้สำหรับการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ

3.2.2 ดำเนินการเพื่อสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ ให้ผู้ประกอบการรับทราบในส่วนกลาง 1 ครั้ง และในส่วนภูมิภาค 3 ครั้ง

3.2.3 ดำเนินการคัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจที่มีศักยภาพและความพร้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 60 ราย เพื่อพัฒนาแนวคิดกระบวนการพัฒนาและการจัดทำแผนนวัตกรรมทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ พร้อมกำหนดตัวชี้วัด หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลในการพัฒนาแต่ละราย และภาพรวมของแผนงาน

3.2.4 กำหนดหลักเกณฑ์และคุณสมบัติในการคัดเลือกผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาตามข้อ 3.2.3 เพื่อสร้างต้นแบบการพัฒนาวัตกรรมทางธุรกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ราย

3.2.5 คัดเลือกผู้ผ่านหลักเกณฑ์การประเมินตามข้อ 3.2.4 จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ราย เพื่อสร้างต้นแบบการพัฒนาวัตกรรมทางธุรกิจ พร้อมกำหนดตัวชี้วัด หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลในการพัฒนาแต่ละราย และภาพรวมของแผนงาน

3.2.6 จัดทำคู่มือการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจและกรณีศึกษา

3.2.7 จัดกิจกรรมเผยแพร่การพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ

3.2.8 ดำเนินการเผยแพร่ต้นแบบนวัตกรรมทางธุรกิจที่ได้รับการพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด

3.3 กลุ่มเป้าหมาย (ผู้รับบริการ)

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรม SMEs ไทย ในสาขาอุตสาหกรรม ต่างๆ
2. กลุ่มธุรกิจสหกรณ์ในประเภทต่างๆ เช่น การเกษตร การประมง ร้านค้า ออมทรัพย์ เครดิตยูเนียน นิคม และบริการ
3. กลุ่มธุรกิจร้านค้าส่ง-ค้าปลีกไทยในทุกๆ ภูมิภาคของประเทศ
4. กลุ่มของผู้ประกอบการใหม่ที่เคยเข้าร่วมโครงการผู้ประกอบการใหม่ (NEC) ที่มีความสนใจในการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ
5. กลุ่มธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ธุรกิจการบิน ธุรกิจการโรงแรม โรงพยาบาล ธุรกิจกิจกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจสินค้าท่องเที่ยว เป็นต้น

3.4 พื้นที่บริการวิชาการ

พื้นที่หรือจังหวัดที่มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

3.5 ระยะเวลาดำเนินโครงการ

210 วัน

3.6 สถานที่จัดโครงการ

ใน 4 พื้นที่ประกอบด้วย 1) ขอนแก่น 2) พิจิตร 3) เพชรบุรี และ 4) กรุงเทพฯและปริมณฑล

3.7 การประเมินโครงการ

- วิธีการ : วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ
- เครื่องมือ : แบบประเมินความพึงพอใจ

3.8 การติดตามผลความสำเร็จโครงการภายหลังเสร็จสิ้นโครงการ

- วิธีการ : พัฒนาด้านนวัตกรรมธุรกิจ
- เครื่องมือ : แบบรายงานการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจเบื้องต้น การผลิต ยอดขาย และการขยายกำลังการผลิตสินค้าและบริการ ที่เป็นการต่อยอดจากต้นแบบนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

3.9. การบูรณาการกับพันธกิจหลัก

การให้บริการทางวิชาการเชิง implementation โดยการทำงานบูรณาการระหว่าง มหาวิทยาลัยที่มีภารกิจหลักด้านการสร้างบุคลากร คิตรีเริ่มสร้างสรรค์ และต่อยอดนวัตกรรมใหม่ ให้ใช้งานได้จริง โดยเฉพาะในระดับ SMEs ถือเป็นกรณีศึกษาที่เป็นการบูรณาการให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างเข้มแข็ง เกิดผลกระทบด้านการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การสร้างตราสินค้า ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การแปรทรัพย์สินทางปัญญาให้มีมูลค่า การสร้างเรื่องราวและมูลค่าผ่านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่ถือเป็นการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจเป้าหมาย เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

4. ผลการดำเนินโครงการ

4.1 ผลการดำเนินงาน (เชิงคุณภาพ : ประโยชน์หรือผลกระทบของโครงการ)

1. กิจกรรมเผยแพร่ความรู้ผู้ประกอบการให้ความสนใจสมัครเข้าร่วมโครงการ เพื่อต่อยอดสู่ธุรกิจการค้า จำนวน 65 ราย

2. การประชุมเชิงปฏิบัติการอบรมเข้ม และการนำเสนอแผนนวัตกรรมทางธุรกิจ จำนวน 51 ราย

3. การให้คำปรึกษาและพัฒนาต้นแบบ ด้วยการคัดเลือกต้นแบบมาทำการพัฒนาต่อยอดจำนวน 15 ราย

4. กิจกรรม business matching ที่เป็นการนำเสนอนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อให้เกิดโอกาสทางการตลาด ให้เป็นช่องทางในการพัฒนาผู้ประกอบการต้นแบบนวัตกรรมให้เล็งเห็นถึงการแปรรูปมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์ เป็นทรัพย์สินทางปัญญา สู่นวัตกรรมที่จับต้องได้ เกิดมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ และก้าวสู่ตลาดได้จริง ตัวอย่างนวัตกรรมต้นแบบจากการดำเนินโครงการ

1. วิสาหกิจชุมชนหนองโสน ดำเนินแผนนวัตกรรมธุรกิจ “Oryzané น้ำมันรำข้าวบำรุงผม” ได้รับการพัฒนาตราสินค้าภายใต้ชื่อ “Oryzané”
2. แม่ตะเพียนกล้วยตาก ดำเนินแผนนวัตกรรมธุรกิจ “Banana Gold Sweez” ได้รับการพัฒนาตราสินค้าใหม่ ภายใต้ชื่อ “Fruitaré”
3. ทีที การ์เด็นส์ แอน โกท ฟาร์ม ดำเนินแผนนวัตกรรมธุรกิจ “Interactive tourism” ได้รับการพัฒนา นวัตกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบ interactive eco-tourism
4. บริษัท เวลด์ ลีตเตอร์ เทคโนโลยีจำกัด ดำเนินแผนนวัตกรรมธุรกิจ “Snow Shine” ต่อยอดความคิดจากหลอดไฟเพดานรถยนต์ มาเป็นผลิตภัณฑ์ LED ที่ให้ความสว่างมาก กินไฟน้อย ปลอดภัยความร้อนต่ำ พัฒนาระบบปิดตัวเองอัตโนมัติ ในชื่อ Snow Shine เป็นต้น

4.2 ผลการประเมินโครงการ (เชิงปริมาณ : ร้อยละและค่าเฉลี่ยเต็ม 5)

ผลจากการวิเคราะห์แบบประเมินโครงการ ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ ดังนี้

รายการประเมิน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ยคะแนนที่ได้รับ
1. รูปแบบการจัดกิจกรรม	34.4	59.4	3.1	3.1	-	4.3
2. หัวข้อการสัมมนาและความรู้ที่ได้รับ	50.0	50.0	-	-	-	4.5
3. ระยะเวลาในการจัดสัมมนา	43.8	43.8	12.5	-	-	4.3
4. สถานที่ในการจัดสัมมนา	59.4	31.3	9.4	-	-	4.5
5. เอกสารประกอบการสัมมนา	53.1	40.6	6.3	-	-	4.5
6. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	62.5	34.4	3.1	-	-	4.6
7. ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของการสัมมนาเพิ่มขึ้น	18.8	71.9	9.4	-	-	4.1
8. โอกาสที่คาดว่าจะนำความรู้จากการสัมมนาไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจ	46.9	46.9	6.3	-	-	4.4
รวม						4.4

4.3 ผลการบูรณาการกับพันธกิจหลัก

สถาบันนวัตกรรมฯ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาบุคลากรให้กับประเทศ การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ต่อยอดสู่นวัตกรรม เพื่อให้สามารถใช้งานได้จริงในภาค SMEs ผ่านการสร้างต้นแบบที่เป็นพิมพ์เขียว และขยายผลในทุกภาคส่วนในระยะถัดไป ในอันที่จะผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ จากการดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการฯ ที่มีการบูรณาการทั้งภาครัฐและเอกชนในธุรกิจ SMEs ให้ปรับเปลี่ยนแนวคิดจากฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สร้างมูลค่าเพิ่ม พัฒนาจุดขาย ให้สามารถแข่งขันได้ รองรับการเปิด AEC ถือเป็นความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมเชิงประจักษ์ในการต่อยอดด้านวิชาการ ให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการผ่านนวัตกรรม ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเตรียมความพร้อมด้านการแข่งขันให้ก้าวสู่สากล

4.4 ความรู้ที่ได้จากการบริการวิชาการ

ผลงานตีพิมพ์ ในวารสารนานาชาติ จำนวน 1 บทความ

Suwandee S., V. Krittanathip, C. Ratanamaneichat, S. Rakkarn, S. Cha-um (2013) Creativity, innovation and development of novel products in cooperative sector Thailand. Procedia 88: 28-36.

5. ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

ไม่มี

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลหรือความรู้ที่ได้จากการบริการวิชาการไปใช้

ในการดำเนินโครงการตามกรอบกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเป็นเพียงการสร้าง blue print หรือพิมพ์เขียวในการพัฒนาแนวคิดสร้างสรรค์ สู่นวัตกรรมตามกรอบเวลาและทรัพยากรที่มีอยู่ เป็นการเปลี่ยนแปลงจากการขายวัตถุดิบ การขายสินค้าที่เหมือนๆ กัน ในตลาดล่าง ให้ก้าวสู่คุณค่า มูลค่าสูง และเรื่องราวทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สร้างความแตกต่าง ความจำเพาะของสินค้าและบริการ ซึ่งนวัตกรรมที่เกิดขึ้นเป็นเพียงต้นแบบที่ผู้ประกอบการต้องนำไปต่อยอด และปกป้องสิทธิ์ของทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาต่อเนื่องให้เกิด impact กับธุรกิจ สังคม ชุมชน และประเทศต่อไป

6.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาหรือจัดโครงการบริการวิชาการครั้งต่อไป

ในการดำเนินกิจกรรมตามกรอบของโครงการนวัตกรรมฯ ผู้เชี่ยวชาญและทีมที่ปรึกษาได้เห็นข้อเด่น และข้อด้อยของผู้ประกอบการที่หลากหลายโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อเด่น

1. ผู้ประกอบการดั้งเดิมมีความมั่นใจ เชื่อมั่นในกรอบความคิด ในธุรกิจที่ดำเนินการด้วยประสบการณ์ และสามารถยืดหยุ่นปรับตัวมาได้อย่างต่อเนื่อง
2. ผู้ประกอบการมีฐานองค์ความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงเครือข่ายที่เข้มแข็งในส่วนของต้นน้ำ และกลางน้ำ

3. ผู้ประกอบการมีฐานทางธุรกิจด้านสินทรัพย์และพร้อมลงทุนต่อยอดนวัตกรรมสู่การผลิตได้จริง พร้อมลงทุนในการตั้งระบบการผลิตที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่
4. ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่น ตั้งใจ และแนวคิดในการพัฒนาต่อเนื่องให้เกิด impact กับธุรกิจ สังคม ชุมชน และประเทศ

ข้อดี

1. ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีแนวคิดสร้างสรรค์ เป็นนวัตกรรม สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทรงคุณค่า ขณะการประกวดในหลายๆ เวที แต่ขาดประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจ และงบลงทุน โดยเฉพาะด้านการตลาด ซึ่งต้องการการเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการดั้งเดิมที่มีฐานด้านสินทรัพย์ที่มั่นคง ผ่านระบบการร่วมทุนต่อยอดนวัตกรรมสู่การตลาด
2. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เป็นวิสาหกิจชุมชน ยังคงยึดติดกับระบบการคิดแบบเดิมๆ แข่งขันกันที่ราคาอย่างเดียวทำให้ระบบการตลาดเสียหาย ไม่ยอมคิดนอกกรอบในการพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็น premium ต่อยอดเรื่องราวที่ทรงคุณค่าภายในของตัวสินค้าและบริการ หรือการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาร่วมสร้างจุดขายและมูลค่าตอบแทนที่สูงกว่า
3. ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจในการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ผ่านการยื่นขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร การออกแบบผลิตภัณฑ์ และตราสินค้า จึงทำให้เกิดการแข่งขันในลักษณะการลอกเลียนแบบ (copy) การต่อยอด และการละเมิด ส่งผลให้ลดศักยภาพการแข่งขัน
4. ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชน ยังคงขาดฐานองค์ความรู้ในด้านการดำเนินธุรกิจแบบ green business ที่ต้องเร่งเปลี่ยนของเสีย ของตกเกรด และวัตถุดิบที่ด้อยค่า ให้เป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงผ่านการต่อยอดนวัตกรรมใหม่ๆ
5. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงขาดฐานการคิดแบบก้าวกระโดด ผ่านการพัฒนาวัตกรรม ที่เป็นเครื่องมือ โดยมองว่าเป็นเรื่องของการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่ต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก เนื่องจากมองในมิติของการ import technology จากต่างประเทศ ขาดการเชื่อมโยงกับหน่วยงาน องค์กรที่เป็นหน่วยวิจัยและพัฒนาในประเทศที่พร้อมจะช่วยผลักดันผู้ประกอบการ
6. ขาดการเชื่อมโยงด้านการตลาด โดยเฉพาะผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่เป็นนวัตกรรม และผันตัวเองมาเป็นผู้ประกอบธุรกิจ และกำลังแสวงหาพันธมิตร ในการร่วมลงทุนให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ บนฐานของนวัตกรรม

จากข้อเด่น และข้อดีดังกล่าว หากผู้ประกอบการ SMEs สามารถปิดข้อดี เติมเต็มจุดเด่นให้เป็นแรงผลักดันธุรกิจให้ก้าวไปข้างหน้าด้วยฐานของนวัตกรรม ร่วมกับการเชื่อมโยงธุรกิจ น่าจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจของประเทศเดินหน้าต่อไป พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และการก้าวเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC ในปี 2558 ได้อย่างมั่นคง

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการ