

การประชุมเต็มคณะ

1. การเตรียมความพร้อมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ท่ามกลางการแข่งขันจากข้อตกลงการค้าเสรี

การเผยแพร่ข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreements-FTA) และการตอบสนองของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โต-ซุง ลี

รองผู้บริหารองค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(SMBA)

สาธารณรัฐเกาหลี

บทย่อ

ที่จริงแล้วข้อตกลงการค้าเสรีในปัจจุบัน ทำให้โลกดูแคบลงและการค้าก็เริ่มแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น สิ่งที่เกิดขึ้น คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นผู้นำธุรกิจในประเทศประสบโอกาสและช่องทางในการทำมาหากินมากขึ้น และ แม้ว่าจะสามารถหาตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น แต่ก็อาจเสียตลาดในประเทศที่คู่แข่งจะแคบลงไปเรื่อยๆ

โดยธรรมชาติแล้ว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักจะเสียเปรียบตกเป็นเหยื่อของบรรษัทข้ามชาติใหญ่ๆ หลายแห่งอยู่แล้ว เช่น เสียเปรียบด้านเงินทุน บุคลากร เทคโนโลยี และตลาดต่างประเทศ ดังนั้น รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือนอกเหนือไปจากการที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องช่วยเหลือตัวเองด้วยพร้อมกัน

การช่วยเหลือของรัฐบาลในเรื่องนี้สามารถทำได้ โดยการทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้มแข็งขึ้น คือ สร้างความเป็นสากลให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และไม่ใช่ว่าเพียงแค่ช่วยเหลือให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพ้นจากความเดือดร้อนหรือการทำพิธีแจกรางวัลประกาศคุณภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดีกันเพียงอย่างเดียว แต่ต้องวางแผนกำหนดมาตรการเพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างๆ คือ ทำอย่างเป็นระบบ และให้สอดคล้องกับความต้องการในระดับประเทศ ทั้งนี้ รัฐบาลสามารถนำมาตรการรูปแบบต่างๆ มาใช้ได้ เช่น สร้างธุรกิจการค้าที่มีลักษณะของการใช้ความคิดริเริ่มแปลก ๆ ใหม่ ๆ , ให้ความช่วยเหลือทางการเงินตามความสามารถในการเติบโตของบริษัท, จัดตั้งระบบการฝึกฝนอบรมพนักงาน, พัฒนาปรับปรุงการใช้แรงงาน ตลอดจนอุปสงค์และอุปทานแรงงาน รวมทั้งสร้างอุปสงค์แก่สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ด้วย

ในส่วนของผู้ประกอบการเองก็ต้องปรับโครงสร้างธุรกิจของตนเองด้วยเช่นกัน เพื่อความอยู่รอดของการประกอบการในยุคโลกาภิวัตน์ โดยให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์เงื่อนไขของตลาดเป็นสำคัญก่อนที่จะยื่นมือขอรับความช่วยเหลือในรูปแบบต่างๆ จากรัฐบาล ทั้งนี้ เพื่อความอยู่รอดของตนเองในยุคโลกาภิวัตน์ด้วย

2. การบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : การท้าทายและโอกาสใหม่ ๆ

โลกาภิวัตน์และบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริการ

ศาสตราจารย์ เจ มิตรา

วิทยาลัยผู้ประกอบการและธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเอสเซกซ์, สหราชอาณาจักร

อีเมล jmitra@essex.ac.uk

บทย่อ

การนำเสนอของ ศาสตราจารย์ เจ มิตราครั้งนี้ เป็นการนำเสนอเรื่องที่สำคัญถึง 3 เรื่องที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระบบเศรษฐกิจที่ตั้งบนพื้นฐานความรู้ (knowledge-based economy)

1. บทบาทและการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตั้งบนพื้นฐานของการบริการ
2. การท้าทายทั้งแบบชั่วคราวและแบบถาวรที่มีต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระหว่างการพัฒนาหรือการได้รับผลกระทบจากการเคลื่อนไหวของโลกาภิวัตน์
3. ความจำเป็นอย่างเร่งด่วนด้านเทคโนโลยีและการจัดองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของที่มาของเทคโนโลยี, ต้นทุนทางมนุษย์และการเชื่อมต่อในสภาพแวดล้อมของโลก

ทั้ง 3 เรื่องข้างต้นนี้มีการเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับขีดความสามารถของรูปแบบการบริการต่าง ๆ โดยที่สามารถนำไปสู่การริเริ่มใหม่ ๆ เพื่อความอยู่รอดและการเจริญเติบโตต่อไป และเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการริเริ่มต่าง ๆ นั้นมีขึ้นได้หลากหลายรูปแบบสำหรับอุตสาหกรรมบริการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างก็สามารถทำงานได้ดีที่สุดท่ามกลางความแตกต่างของส่วนต่างๆของงานบริการชนิดที่ตั้งบนพื้นฐานความรู้

ซึ่งสนับสนุนการพัฒนาต่างๆ ผ่านทางเครือข่าย, การเชื่อมโยงต่อกับห้างร้านบริษัทใหญ่ๆ และกิจกรรมของผู้ใช้รายสุดท้าย (end-user) การนำเสนอของ ศาสตราจารย์ เจ มิตรา วิเคราะห์ต่อไปว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ต่างมีบทบาทที่สำคัญยิ่งอย่างไรในงานบริการด้านข้อมูลและเทคโนโลยีสื่อสาร, งานบริการสื่อสารมวลชนและงานบริการแบบมีอาชีพ รวมทั้งเรื่อง KIBS ในสภาพแวดล้อมของโลก ซึ่งเส้นแบ่งกั้นระหว่างลูกค้าและผู้จัดสรรความรู้, ผลิตภัณฑ์ และการดำเนินการต่างๆ มีความยุ่งยากและเจาะจงเฉพาะมากขึ้น ทั้งนี้ ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องมาจากลักษณะและขอบเขตของเทคโนโลยีที่สำคัญๆ รวมทั้งการจัดองค์กร, การหมุนเวียนของทุนและทรัพยากรทางเทคโนโลยีที่ต่างก็มาจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

การนำเสนอของศาสตราจารย์ เจ มิตราในครั้งนี้จบลงด้วยการให้คำแนะนำด้านพัฒนาการทางนโยบายทั้งในระดับของห้างร้านเอกชนและของรัฐที่จะสนับสนุนระบบเครือข่ายที่ดีขึ้นกว่าเดิม, การให้บริการต่างๆ ด้านเทคโนโลยีเพื่อกิจกรรมด้านเศรษฐกิจที่ยั่งยืนสืบไป

การเจริญเติบโตและการทำทนายที่มีต่อการบริการของวิสาหกิจขนาดย่อย ขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อม
ของระบบเศรษฐกิจของอินเดีย : บทบาทของรัฐ

จี. ยู. เค. ราโอ, Ph.D.

ผู้อำนวยการ, วิทยาลัยการพัฒนาค้าพาณิชย์, สถาบันแห่งชาติด้านวิสาหกิจขนาดย่อย (Micro)
ขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อม (NIMSME) กระทรวงวิสาหกิจขนาดย่อย ขนาดกลางและวิสาหกิจ
ขนาดย่อม, รัฐบาลอินเดีย

Email: registrar@nimsme.org

บทย่อ

การก้าวกระโดดของความก้าวหน้าด้านข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีด้านการคมนาคมได้มี
บทบาททำให้ระยะทางที่ถือว่าไกลแล้วในโลกนี้นั้นไร้สิ้นความหมายโดยสิ้นเชิง คือ สิ่งที่เกิดขึ้นในฟาก
หนึ่งของโลกได้เดินทางไปถึงอีกซีกหนึ่งของโลกในระยะเวลาเพียงชั่ววินาที นอกจากนี้ ตลาดที่เคยปิดใน
ระบบการค้าแต่ก่อนได้กลับเปิดกว้างขึ้น ปรากฏการณ์ใหม่นี้ได้ผลักดันให้ภาคบริการได้อันดับสูงขึ้นเป็น
หนึ่งในบรรดาผู้นำในระบบเศรษฐกิจปัจจุบันในช่วงพริบตาทันที

สิ่งที่อุบัติขึ้นนี้เป็นจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อินเดีย ซึ่งภาคบริการมีส่วนถึงร้อยละ 55 ของยอด
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) แซงหน้าภาคการผลิตและภาคการเกษตรไปหลายช่วงตัว มีการ
คาดการณ์กันว่า ภายในสิ้นทศวรรษนี้ ภาคการบริการซึ่งเติบโตถึงกว่าร้อยละ 42 จะแซงหน้าทุกภาคธุรกิจ
ไปหมด

อาณาบริเวณของภาคบริการนี้รวมถึงหลายส่วน ซึ่งเมื่อยกเว้น การเกษตร การเหมืองแร่และการ
ผลิต แล้วก็จะได้แก่ การศึกษา สาธารณสุข การขนส่ง การเงิน การข่าวสาร การคมนาคม กิจการด้าน
โรงพยาบาล การบันเทิง การพักผ่อน การซ่อมแซมบำรุงรักษา และความงาม คือสรุปแล้ว ทุกอย่างมีส่วน
เกี่ยวข้องทางใดทางหนึ่งกับภาคบริการทั้งสิ้น

งานการศึกษาชิ้นนี้ยังมุ่งไปที่การนำเสนอการวิเคราะห์สั้นๆ ของการเปลี่ยนแปลงของภาคบริการ
ของเศรษฐกิจอินเดีย และการนำเสนอได้มุ่งไปที่ประเด็นของการแบ่งประเภทของภาคบริการ การมีส่วน
เสริมสร้างเศรษฐกิจ ตัวผลักดันที่เด่นๆ ของภาคบริการนี้ และบทบาทของรัฐ การวิเคราะห์สั้นๆ ของการ
เปลี่ยนแปลงของภาคบริการนี้ ซึ่งครอบคลุมปี ค.ศ. 1950-1951 และ ค.ศ. 2006-2007 ได้ติดตามศึกษาอย่าง
ใกล้ชิดถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในส่วนต่างๆ ของแต่ละ
ภาคเศรษฐกิจ นอกจากนี้

ได้มีการศึกษาเรื่องภาคบริการที่สำคัญ เช่น เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ไอที, การศึกษาและการฝึกอบรมด้าน
การประกอบการ, การบันเทิง, การค้าปลีก, การท่องเที่ยว, การบริการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว, การเงิน
สำหรับกิจการค้าขนาดย่อย, การบริการทางโทรคมนาคมที่มีส่วนช่วยเศรษฐกิจและการส่งออก

รายชื่อในภาคผนวกได้อธิบายการบริการด้านต่างๆ ในอินเดียและความสัมพันธ์กับห่วงโซ่ของโลก

ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเจริญเติบโตสูงใน
เกาหลี

ยุน ชุก ปาร์ค Ph.D.

สถาบันธุรกิจขนาดเล็กของเกาหลี สาธารณรัฐเกาหลี

Email: yspark@kosbi.re.kr

บทย่อ

เป็นการบรรยายนำเสนอลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเจริญเติบโตสูงในเกาหลี

ผู้บรรยายได้สำรวจห้างร้านต่างๆ มากกว่า 100 แห่งด้วยกัน ซึ่งจัดได้ว่า พวกนี้อยู่ในกลุ่มบนร้อยละ 10 แรกที่มีการเจริญเติบโตสูงของภาคบริการที่ตั้งบนพื้นฐานแห่งความรู้ระหว่างปี ค.ศ. 2000-2005 ทั้งนี้ มีปัจจัย 6 อย่างที่ใช้ในการสำรวจตรวจสอบลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเจริญเติบโตสูงในเกาหลี ได้แก่ การริเริ่มคิดค้นเทคโนโลยีและการบริการ, การตลาด, การเงิน, ทักษะมนุษย์, การประกอบการ, และนโยบายสาธารณะ การศึกษารั้ครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าการประกอบการมีบทบาทสำคัญในกระบวนการการสร้างความสำเร็จเติบโต นอกจากนี้ นโยบายสาธารณะที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและการเงินมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของห้างร้านต่างๆ ในหลายกรณีอีกด้วย และนี่เป็นการสรุปชั่วคราวในขั้นแรกซึ่งจะทำการยืนยันเพิ่มเติมอีกครั้งหลังการทำการสรุปจริงๆ เสร็จสิ้นแล้ว

การสร้างพันธมิตรเพื่อการแข่งขันในระดับโลก

ดักกลาส ไรน์

ประธาน, เวิลด์คอม กรุ๊ป ออสเตรเลีย

Email: dawright@wrights.com.au

บทย่อ

ปกติวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการหาลูกค้าใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ขณะนี้เป้าหมายทางการตลาดได้ขยายตัวขึ้นอีกมากจนถึงในระดับโลก และบัดนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ได้มีโอกาสให้บริการเกือบจะทุกแห่ง ซึ่งเคยเป็นงานของบรรษัทข้ามชาติ

การที่มีการรวมกลุ่มกันเป็นพันธมิตร วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถทำงานข้ามพรมแดนด้วยกันได้เพื่อสร้างตลาดใหม่ๆและเพิ่มความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ การนำเสนอของดักกลาส ไรน์ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้เข้าร่วมแต่ละฝ่ายจะได้ประโยชน์อย่างไรในการรวมตัวกันสร้างพันธมิตร

การรวมกลุ่มกันของผู้ที่เชี่ยวชาญในท้องถิ่นในตลาดขนาดต่างๆ กันนั้นทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ให้บริการสามารถแข่งขันได้กับ บรรษัทต่างชาติและจะประสบความสำเร็จทั้งในการรวมกลุ่มและประกอบการอย่างเดี่ยวๆ

ผู้บรรยายชี้ให้เห็นถึง World Com Public Relations Group, ซึ่งเป็นห้างร้านของผู้ประกอบการ โดยเป็นผู้นำด้านให้คำปรึกษา, ประชาสัมพันธ์และเป็นผู้นำด้านเครือข่ายชั้นนำของโลก และได้ชนะการแข่งขันได้งานชิ้นสำคัญแทนสำนักงานเอกชนที่ให้คำปรึกษาหารือระหว่างประเทศ ทั้งนี้ World Com Public Relations Group เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีสำนักงานหุ้นส่วนอยู่ 100 แห่งใน 39 ประเทศ และมีลูกจ้าง 1,750 คน โดยมีรายได้ในปี ค.ศ.2006 ที่ 189.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

นวัตกรรมด้านการส่งกำลังบำรุงสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การหาแหล่งกำเนิดในระดับโลก : การเกี่ยวข้องของการส่งกำลังบำรุงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ศาสตราจารย์ เจ มิตร

วิทยาลัยผู้ประกอบการและธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเอสเซกซ์, สหราชอาณาจักร

อีเมล jmitra@essex.ac.uk

บทย่อ

การวางแผนที่ดีและการจัดการของการส่งเสบียงอุปกรณ์สินค้า, การหาแหล่งกำเนิดสินค้า การบริการและทรัพยากรในโลกการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงเป็นสิ่งที่นักวิจัยและนักปฏิบัติต่างๆ สนใจกันมาก นอกจากนี้ สิ่งเหล่านี้ต่างก็เป็นสิ่งสำคัญต่อนักวางแผนด้านนโยบายด้วยเช่นกัน เพราะต่างก็พยายามพัฒนาสภาพที่แวดล้อมและความจำเป็นพื้นฐานที่มีการเอื้ออำนวยต่อการจัดหาแหล่งเสบียงอุปกรณ์และทรัพยากรต่างๆ ของบริษัทห้างร้านต่างๆ

มีเรื่องสำคัญอยู่ 2 เรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาการส่งกำลังบำรุงและการนำการส่งกำลังบำรุงไปใช้ในการอุตสาหกรรม สิ่งแรก คือ บทบาทของเทคโนโลยีที่สำคัญและบทบาทที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการใช้การบริการและผลิตภัณฑ์ที่จัดว่าเป็นเสบียงและอุปกรณ์ในสภาพแวดล้อมที่มีแต่การใช้การบริการมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ ทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและเทคโนโลยีที่ถือว่าสำคัญนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานด้านบริการที่อิงเทคโนโลยีข่าวสาร ต่างก็มีประสบการณ์กับความไม่แน่นอนสูงมาก นอกเหนือไปจากการพัฒนาที่ขาดการวางแผน, การพึ่งพาที่มีน้อยลงต่อการวางแผนทางยุทธศาสตร์ ทั้งนี้ ก็เพราะมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงที่มีอยู่ตลอดเวลา, ผลต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อสิ่งข้างเคียงและผู้ใช้รายสุดท้าย (end-user) ซึ่งต่างก็เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดเล็ก สรุปก็คือ การวางแผนที่ดีและมีประสิทธิภาพด้านการส่งกำลังบำรุงเป็นสิ่งที่ทำหายอย่างมาก

การนำเสนอครั้งนี้ของศาสตราจารย์ เจ มิตรแห่งวิทยาลัยผู้ประกอบการและธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเอสเซกซ์, สหราชอาณาจักรครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงและเน้นหนักด้านลักษณะเฉพาะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเรื่องของบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในฐานะนักวางแผนและผู้ใช้เสบียงอุปกรณ์ในขณะเดียวกัน รวมทั้งสภาพแวดล้อมในโลกที่ให้ทั้งโอกาสและพร้อมทั้งสร้างปัญหาให้กับผู้บริหารในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ การนำเสนอครั้งนี้ยังแนะนำถึงแนวทางที่สังคมเศรษฐกิจที่มีเครือข่ายทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนจะสามารถใช้การจัดการของการส่งเสบียงอุปกรณ์สินค้า, การหาแหล่งกำเนิดสินค้า การบริการและทรัพยากรอื่นๆ ในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของห้างร้านต่างๆ ในการปฏิบัติงานในภูมิภาคต่างๆ

.....

นวัตกรรมด้านการส่งกำลังบำรุงด้านห่วงโซ่การจัดหาอาหาร

โจนาธาน ซัตตัน

ผู้จัดการด้านเทคนิค- ผลิตภัณฑ์สด- ประเทศไทยและมาเลเซีย, เทสโก้โลตัส, สหราชอาณาจักร

อีเมล johnathan.sutton@th.tesco.com

บทย่อ

ห่วงโซ่การจัดหาอาหารได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในรอบหลายปีที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ดังกล่าวมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของข้อเรียกร้องของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น และต้องหาได้ตลอดภายใน 24 ชั่วโมงและตลอด 7 วันใน 1 สัปดาห์ ผู้ผลิต, ผู้จัดหา, และผู้ค้าปลีกต่างก็เร่งพัฒนาและลงทุนในระบบต่างๆ ของตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้นเหล่านี้ โดยการใช้อุปกรณ์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องในระดับสูง พร้อมกับใช้ทางเลือกใหม่ที่ประหยัดต้นทุนที่เรียบง่ายและไม่สิ้นเปลือง ทั้งนี้ ประเด็นเรื่องของผู้จัดหาที่ลงทุนในการนวัตกรรมใหม่ๆ และผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกลงจะเป็นเรื่องที่จะต้องถกเถียงต่อไปในอนาคตอีกหลายปี อย่างไรก็ตาม มีสิ่งหนึ่งที่สำคัญ คือ มีวิธีที่ง่ายมากที่จะพัฒนาคุณภาพห่วงโซ่ด้านการจัดหาและการพัฒนาคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อให้สอดคล้องกับผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น ดังนั้น พวกเราต้องสนใจประเด็นเรื่องต้นทุนและคำนึงถึงเรื่องประโยชน์เพื่อให้มั่นใจได้ว่าห่วงโซ่คุณภาพได้รับการรักษาไว้อย่างดีและความมีประสิทธิภาพจะได้รับการลำเลียงจัดส่งไปยังห่วงโซ่เหล่านี้ได้ด้วยดี

การค้าสมัยใหม่ถูกมองว่าเป็นกรอบที่จะผลักดันให้มีการเปลี่ยนแปลง แต่จะต้องมั่นใจได้ว่าการค้าเหล่านี้ต้องมีการแข่งขันกันโดยเฉพาะในภาคของการตลาดด้านอาหารสดและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับด้านนี้ ต้องเพิ่มคุณค่าให้กับผู้บริโภคไม่เพียงเฉพาะแต่การเพิ่มคุณค่าให้แก่ต้นทุนเท่านั้น

ผู้บรรยายให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรม, ต้นทุน, ผลตอบแทน, กำไร, ความคาดหวังของผู้บริโภคและศึกษาว่าทำไมการพัฒนาการจัดหาด้านห่วงโซ่อาหารมีความสำคัญต่อห้างเทสโก้และต่อผู้บริโภคของเทสโก้

.....

การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีโลจิสติกส์ให้มีความสามารถเกื้อกูลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

ดร. กฤษ จันทรจิราภรณ์, CMC, CSCP

ประธาน ไทยโลจิสติกส์และสังคมการผลิต (TLAPS), ประเทศไทย

Email: drkrizz@yahoo.com

บทย่อ

- สิ่งทีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรรู้เกี่ยวกับโลจิสติกส์และการบริหารด้านห่วงโซ่ของการจัดหา
- ทำไมต้องมีการวางแผนด้านธุรกิจก่อนอื่น
- การเชื่อมต่อระหว่างเทคโนโลยีที่มีความสามารถเข้ากับการวางแผนด้านธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- เทคโนโลยีโลจิสติกส์ที่มีความสามารถคืออะไร
- มาตรฐานในไอซีทีสำหรับโลจิสติกส์
- เทคโนโลยีสำหรับการจัดการกับวัตถุประสงค์ต่างๆ
- แหล่งของผู้ร่วมมือต่างๆ

.....

4. การทำให้วิสาหกิจรายย่อยมีความเป็นสากล : การเชื่อมโยงในท้องถิ่น-เพื่อการเชื่อมต่อในระดับโลก

การเสริมสร้างบทบาทของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมของห่วงโซ่ของคุณค่าในระดับโลก

การริเริ่มของอินเดีย

โดยชุกกา กอนไดอา

ผู้อำนวยการใหญ่, สถาบันแห่งชาติว่าด้วยวิสาหกิจรายย่อยวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อม (NIMSME), อินเดีย

Email: ck@nisiet.org

บทย่อ

โลกาภิวัตน์มีผลกระทบต่อวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (MSEs) ของประเทศที่กำลังพัฒนาในรูปแบบหลากหลายต่างๆ กัน โดยในประเทศอินเดีย วิสาหกิจที่ต่อต้านต่อโลกาภิวัตน์ต่างก็พบกับความไม่แน่นอน ส่วนในทางตรงกันข้าม วิสาหกิจที่มีความพร้อมสำหรับความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ต่างก็เปลี่ยนแปลงความท้าทายใหม่ๆ ให้กลายเป็นโอกาสและความเข้มแข็งแทนที่ ทำให้สร้างจุดยืนใหม่และยึดที่มั่นหัวหน้าสำหรับผลิตภัณฑ์ของตนได้ในห่วงโซ่ของคุณค่าในระดับโลก

รัฐบาลอินเดียได้ริเริ่มใช้แผนการต่างๆ หลายแบบเพื่อช่วยเหลือวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (MSEs) ให้รวมเป็นหนึ่งเดียวกับห่วงโซ่ของคุณค่าในระดับโลกได้ โดยหนึ่งในแผนการเหล่านี้ คือ "ได้ออกพระราชบัญญัติการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลาง (MSMED) ปี ค.ศ.2006 ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์

การริเริ่มครั้งสำคัญสำหรับการออกพระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ การให้โอกาสแก่วิสาหกิจ ดังกล่าวต่างๆ เข้าถึงการเงิน, การเสริมสร้างการรับรู้, และการสร้างความสามารถ โดยผ่านการแพร่กระจายของ ข่าวสาร การฝึกหัด การแนะนำ การฝึกหัด การเป็นครูพี่เลี้ยง การเฝ้าติดตามผลและการให้บริการทางการ บริหารพัฒนา นอกจากนี้ ยังมีการวางแผนการพัฒนาทางยุทธศาสตร์โดยได้รับผลดีที่เห็นได้ชัดเพื่อให้วิสาหกิจ รายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมเข้าร่วมกัน ได้กับห่วงโซ่ของคุณค่าในระดับโลก

การนำเสนอนี้ ศึกษาถึงการริเริ่มของรัฐบาลอินเดียในรอบปีที่ผ่านมาที่จะสนับสนุนและสร้าง วิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมให้เข้มแข็งมากขึ้น และกำหนดขอบเขตของกลไกของสถาบันที่ เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังเป็นการศึกษาถึงความต้องการที่เร่งด่วนของประเทศที่กำลังพัฒนาที่ต้องกำหนด นโยบายและโครงการที่จะทำให้วิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมมีความพร้อมในเรื่องของต้นทุน คุณภาพ ตลาด และส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะทำให้วิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมมีความพร้อมที่ จะสามารถเข้าแข่งขันในระบบห่วงโซ่ของคุณค่าในระดับโลกในยุคของโลกาภิวัตน์ได้

.....

การเชื่อมโยงวิสาหกิจของอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong sub-region/GMS)เข้ากับตลาดต่างประเทศ: บทบาทของห่วงโซ่ของคุณค่าในระดับโลกและส่วน เกี่ยวข้องต่างๆ ของความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS)

จอร์จ อบอนยี

ศาสตราจารย์ จากแคนาดา

ฝ่ายบริหารสาธารณะและโครงการการศึกษานักบริหาร

โรงเรียนแมกเวลล์, มหาวิทยาลัยชิราทิวส์ สหรัฐฯ

Email : gabonyi@gmail.com

บทย่อ

ความร่วมมือทางเศรษฐกิจของประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong sub-region/GMS) มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มการเชื่อมโยงแก่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ นอกเหนือไปจาก การเชื่อมโยงระหว่างประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงกับระบบเศรษฐกิจโลก แต่การทำทนายที่สำคัญ คือ จะทำอย่างไรที่จะเชื่อมโยงวิสาหกิจในประเทศที่ขึ้นกับระบบเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคแม่น้ำ โขง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทำอย่างไรจะเชื่อมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้ากับตลาดโลกได้ การปรากฏตัว ของห่วงโซ่คุณค่าในโลก (GVC-Global value chains) ร่วมกับเครือข่ายการผลิตระหว่างประเทศ นั้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในการผลิต การค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัว กว้างขวาง ปรากฏการณ์ครั้งนี้ ที่จริงแล้วกลับสร้างโอกาสครั้งสำคัญให้แก่วิสาหกิจต่างๆ ของประเทศ ในอนุ ภูมิภาคแม่น้ำโขงวิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมที่จะเชื่อมโยงเข้ากับ ตลาดโลกได้ นอกจากนี้ การเกิดขึ้นของห่วงโซ่คุณค่าในโลก (GVC-Global value chains)

ร่วมกับเครือข่ายการผลิตกำลังทำให้ระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศกลายเป็นการผลิตที่มีความหลากหลายและแบ่งเป็นส่วนๆ ตามความถนัดเฉพาะมากยิ่งขึ้นทุกที่ที่ข้ามพรมแดนแต่ละประเทศ

สิ่งที่เกิดขึ้น คือ โอกาสครั้งใหญ่สำหรับวิสาหกิจที่มีขนาดเล็กกลับสามารถเข้าสู่ระบบการค้าการผลิตเพื่อการส่งออกขนาดใหญ่ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งยังสามารถสร้างการแข่งขันได้โดยพุ่งเป้าไปสู่กิจกรรมการผลิตและการค้าเฉพาะทาง หรือมุ่งเป้าไปที่ตลาดเฉพาะทาง (niche market) ระดับภูมิภาคหรือแม้แต่ระดับโลกเลยทีเดียว อย่างไรก็ตาม แม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมอาจจะมีปัญหา ข้อจำกัด และอุปสรรคที่จะใช้โอกาสนี้ แต่การร่วมมือกันระหว่างวิสาหกิจต่างๆ ที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มก้อน (clusters) สามารถเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยแก้ปัญหาได้อย่างดี ซึ่งทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการช่วยให้ประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong sub-region/GMS) เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจโลกและระบบห่วงโซ่มูลค่าในโลกได้ทันที

การร่วมมือกันดังกล่าวทำได้โดยใช้กลไกที่มีอยู่แล้วด้านการขนส่ง และการอำนวยความสะดวกทางการค้าข้ามพรมแดนและการแก้ไขปัญหาข้อจำกัดในอุตสาหกรรมต่างๆที่อยู่ในห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งประเทศต่างๆ ก็มีผลประโยชน์ร่วมกันในจุดนี้ การกระทำได้กล่าวเป็นการสร้างความร่วมมือและพัฒนาสิ่งที่มีอยู่แล้วให้เกิดขึ้นจากความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดทางเศรษฐกิจของประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงภายใต้กรอบของเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับโลก

.....

การนำเสนอวิสาหกิจรายย่อยระหว่างประเทศ /

ตัวอย่างจาก เคน- แอตแลนติก

เอโกโก มุกเต

รองประธาน, เทคโนโลยี สถาบันแอฟริกา และรองประธานของสภาการค้าและอุตสาหกรรมเหมืองแร่ และ
หัตถกรรมประเทศแคเมอรูน

Email: emukete@stvgroup.com

บทย่อ

บริษัทบรอดเวล เป็นบริษัทตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2002 ผลิตชุดว่ายน้ำและชุดชั้นใน โดยมีทุนจดทะเบียนเพียง 2,000 เหรียญสหรัฐฯ เท่านั้น มีตลาดต่างประเทศเพียงแค่อุโรป และมีพนักงานเพียง 15 คน แต่พอสิ้นปีกลับมีพนักงานเพิ่มเป็น 20คน และมีตลาดฝรั่งเศสเป็นหลัก

พหุปี ค.ศ.2003 นางแกลโรลีน เคนเดม ซึ่งเป็นผู้จัดการใหญ่ของวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมแห่งนี้ได้ยื่นกิตติศัพท์ของพระราชบัญญัติ The African Growth and Opportunity Act (AGOA) ซึ่งเป็นกลไกการค้าและสิทธิทางการค้าที่สำคัญที่รัฐบาลสหรัฐฯ มอบให้เป็นพิเศษแก่ประเทศแอฟริกาในภูมิภาคนี้

เท่านั้น กลไกการค้าและสิทธิทางการค้าที่สำคัญนี้ คือการยกเว้นภาษีและไม่จำกัดโควต้าในการส่งออกของสินค้ามากกว่า 6,500 ชิ้นไปสหรัฐฯ

นางแคโรลีน เคนเดม ซึ่งเป็นผู้จัดการใหญ่ของวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมแห่งนี้ได้ใช้โอกาสของนี้ทันทีโดยกรไปร่วมในการจัดการประชุมและการแสดงสินค้าหลายแห่งเพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งว่ามันเป็นอย่างไรในเรื่องของแนวโน้ม แหล่งสินค้า ความสามารถ คู่แข่ง ภาษี การกระจายสินค้าตามช่องทางต่างๆ ฯลฯ

นางแคโรลีน เคนเดมไปเยือนสหรัฐฯ เพื่อการนี้โดยเฉพาะนับแล้ว 3 ครั้งต่อปี ทั้งฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออก หลังจากนั้นเพียง 1 ปีเท่านั้นนางแคโรลีน เคนเดมพบว่า ข้อจำกัดของวิสาหกิจเธอคือ ความสามารถทางการผลิตและขนาดของโรงงาน และแม้ว่า เธอจะทุ่มเทการลงทุนไปมากมายแต่ผลลัพธ์กลับไม่ได้ตามที่คาดหมายไว้ ตามเดิมบริษัทผลิตสินค้าได้ 3,000 ชิ้นและพอทุ่มเทเงินลงทุนไปอีก ก็ผลิตได้ถึง 100,000 ชิ้นก็ตาม

พอถึงปีค.ศ.2004 นางแคโรลีน เคนเดมติดต่อสถาบันทางการเงินท้องถิ่นที่มีอยู่ทั้งหมดเพื่อการกู้เงินขยายกิจการแต่หลังจากนั้น 1 ปี ไม่มีสถาบันใดยินดีให้เธอกู้เงิน ดังนั้น เธอจึงตั้งใจเปิดบริษัทเธอให้คนที่ต้องการลงทุนมาถือหุ้น

พอสิ้นปี ค.ศ.2005 หลังจากมีความอดทนมาและใช้หลักการยึดหยุ่นมาตลอด เธอกลับได้หุ้นส่วนมา 4 ราย, บริษัท 2 แห่ง และรายบุคคลอีก 2 ราย ทั้งนี้ ทำให้เธอระดมทุนได้ถึง 1,000,000 เหรียญสหรัฐฯ และสามารถถือหุ้นที่เหลืออีก ร้อยละ 50 ได้สบายๆ

นางแคโรลีน เคนเดมจึงสามารถขยายกิจการได้ ขยายขนาดโรงงานได้และซื้อเครื่องจักรเพิ่มขึ้นได้ และเธอได้มองตลาดสหรัฐฯเป็นหลัก และสถานการณ์บีบบังคับให้เธอต้องเปลี่ยนจากการผลิตชุดว่ายน้ำเป็นชุดทำงาน

นางแคโรลีน เคนเดมได้ย้ายโรงงานไปที่ใหม่และและได้สิทธิสถานะ free trade zone ซึ่งอนุญาตให้โรงงานเธอนำเข้าเครื่องจักร วัตถุดิบ โดยไม่เสียภาษีใดๆ ทั้งสิ้น เธอได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น Ken Atlantic ก็เพราะ พระราชบัญญัติ The African Growth and Opportunity Act-AGOA นี้เองและทำให้เธอมีผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นอีกมาก

นอกจากนี้ โรงงานผลิตสินค้าใหญ่กว่าเดิม 4 เท่าตัว มีชื่อเสียงดังคุณลูกค้ามากกว่าเดิมและมีเครื่องจักรที่ทำให้โรงงานส่งสินค้าไปสหรัฐฯ ได้ทันที ซึ่งแปลว่า ตัวเธอและโรงงานนั้น “พร้อม” สำหรับการส่งออก

มันเป็นการทำทนายที่ยิ่งใหญ่แต่ตัวเธอเองก็รู้สึกสบายใจกับมัน ทั้งนี้ เนื่องจากเธอได้ไปเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่เป็นข้อมูลมาพร้อมสรรพเกี่ยวกับ The African Growth and Opportunity Act-AGOA ทำให้เธอสามารถสร้างความมั่นใจให้กับบริษัทของเธอ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับมันได้

ปี ค.ศ. 2007 ประสบการณ์ของนางแคโรลีน เคนเดมและความรอบรู้เรื่องการตลาดสหรัฐฯ สามารถเรียกความสนใจผู้ผลิตเสื้อผ้ารายใหญ่ของยุโรปได้ ซึ่งก็ได้ร่วมทุนและร่วมมือกันผลิตสินค้ากับ Brodwell Ken-Atlantic ของนางแคโรลีน เคนเดม

ขณะนี้บริษัท Brodwell Ken-Atlantic ได้เจรจาขั้นสุดท้ายกับสถาบันการเงินใหญ่แห่งหนึ่งของฝรั่งเศสเพื่อขอเงินมาทำให้บริษัทมันคงมากขึ้น

บัดนี้ บริษัท Brodwell Ken-Atlantic มีเงินทุนจดทะเบียน 2,000,000 เหรียญสหรัฐฯ และจ้างคนงาน 180 คน สิ้นปีคาดว่าบริษัทจะส่งออกเสื้อผ้าที่ใช้ในโรงพยาบาลถึง 4 คอนเทนเนอร์ นับได้ว่า บริษัท Brodwell Ken-Atlantic ได้เป็นวิสาหกิจหนึ่งที่ใช้ประโยชน์จากบริการ “การจัดการด้านบริการ” จากสภาหอการค้าและอุตสาหกรรม หมือ่งแร่ และหัตถกรรมประเทศแควมรูณ

.....

การประชุมเนื่องคู่ขนาน Parallel sessions

พลวัตการเปลี่ยนแปลงของวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดค่อมในเอเชีย

การพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดค่อมในอินโดนีเซีย

ตุลุต ตัมบันันัน

ศูนย์ศึกษาอุตสาหกรรมและวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดค่อม, ทหาวิทยาลัยตรีศักตี, อินโดนีเซีย

**Email: tulus@fe.trisakti.ac.id; tulustambunan@yahoo.com;
sjahrir@rad.net.id**

บทย่อ

ในประเทศอินโดนีเซียวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดค่อม คือบริษัทที่มีคนงานน้อยกว่า100 คน วิสาหกิจเหล่านี้โดยประวัติศาสตร์แล้วเป็นตัวจักรสำคัญในกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นผู้ที่ให้โอกาสในการจ้างงานรายใหญ่ ดังนั้น เป็นแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิของรายได้สำหรับหลายครัวเรือน สำหรับครัวเรือนที่มีรายค้ำหรือขวานาในชนบท วิสาหกิจเหล่านี้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิสาหกิจเล็ก ๆ เช่นวิสาหกิจรายค้อยที่มีคนงานน้อยกว่า 5 คน และวิสาหกิจขนาดค่อมที่มีคนงาน 5 – 20 คน ก็มีสวนสำคัญที่เป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชนบทของประเทศ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดค่อมในอินโดนีเซีย มีประมาณ ร้อยละ90 ของประเทศ ดังนั้น เป็นแหล่งใหญ่ของการจ้างงานโดยจ้างถึงร้อยละ90 ของแรงงานของประเทศโดยเฉพาะผู้หญิงและคนรุ่นหนุ่มสาว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดค่อมส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ตามชนบทดังนั้น จึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาความสามารถของชาวชนบทโดยเฉพาะผู้หญิงให้เป็นผู้ประกอบการ ตามสถิติทางการของกระทรวง สหกรณ์ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดค่อม พบว่า วิสาหกิจขนาดค่อมในปี ค.ศ. 1997 มีประมาณ 39.7 ล้านหน่วยหรือ ร้อยละ 99.8 ของวิสาหกิจทั้งหมดของประเทศ หรือเพิ่มขึ้นถึง 48 ล้านหน่วยในปี ค.ศ. 2006 พุดได้ว่ามีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นทุกปี

โครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดค่อม พิจารณาจากแต่ละสวนแล้วพบว่าสวนใหญ่เกือบร้อยละร้อยอยู่ในภาคการเกษตร ในขณะที่ภาคการค้าตามคิตๆ ตามค้วยโรงแรมและร้านอาหารเป็นที่ 2 และอุตสาหกรรมการผลิตเป็นที่ 3 ในอุตสาหกรรมการผลิตนี้รวมไปถึงกิจกรรมการผลิตคั้งเดิม เช่น ผลิตภัณฑ์ไม้ รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ เครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้า รองเท้า อาหารและเครื่องคิ้ม มีน้อยเท่านั้นที่อยู่

อุตสาหกรรมเครื่องจักร เครื่องมือ และรถยนต์ สิ่งนี้รวมไปถึงระบบการทำงานต่อเนื่องที่มีบริษัทรถยนต์เช่น โตโยต้า ฮอนด้า โครงสร้างของอุตสาหกรรมสะท้อนให้เห็นว่า วิสาหกิจของอินโดนีเซียไม่เข้มแข็งเท่าของ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้และไต้หวัน

โครงสร้างขนาดของวิสาหกิจบ่งชี้ว่าภาคการเกษตรเป็นส่วนสำคัญของวิสาหกิจขนาดย่อม โดยมีผลผลิตร้อยละ 86 – 87 ส่วนสำคัญที่สองคือ ภาคการค้า โรงแรมและร้านอาหารมีถึง ร้อยละ 74 – 76 ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางมีส่วนสำคัญที่สุดในภาคการเงิน การเช่าและการบริการ ประมาณ ร้อยละ 46 – 47 ตามด้วยการขนส่งและการคมนาคมที่มีสัดส่วนร้อยละ 23.47 ในปี ค.ศ. 2006 ในภาคการผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่เข้มแข็งเท่าวิสาหกิจขนาดใหญ่

ในส่วนของ การเติบโตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เติบโตได้ดีเท่ากับวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลางมีการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 3.96 และ 4.59 ในปี 2001 และร้อยละ 5.38 และ 5.44 ในปี 2006 ตามลำดับ ส่วนวิสาหกิจขนาดใหญ่มีการเติบโตร้อยละ 3.04 ถึง ร้อยละ 5.6 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเติบโตด้านผลิตภัณฑ์ประชาชาติมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยปี ค.ศ. 2003 เติบโตร้อยละ 4.78 ทั้งนี้ร้อยละ 2.66 มาจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เทียบจากร้อยละ 2.12 ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ ปี ค.ศ. 2005 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเติบโตด้านผลิตภัณฑ์ประชาชาติร้อยละ 3.18 และลดลงร้อยละ 3.06 ในปี 2006 วิสาหกิจขนาดย่อมมีส่วนสร้างความเติบโตให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติสูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลางเสมอ ปี ค.ศ. 2006 ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติมีการเติบโตร้อยละ 5.5 โดยร้อยละ 2.15 มาจากวิสาหกิจขนาดย่อมเทียบกับร้อยละ 0.91 จากวิสาหกิจขนาดกลาง

ปี ค.ศ. 1996 มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 9,800 หน่วย ในอุตสาหกรรม หัตถกรรม เฟอร์นิเจอร์ อาหาร อิฐ กระเบื้องหลังคา เครื่องแต่งกาย เหล็ก และผลิตภัณฑ์เหล็ก วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบในชนบทและเป็นกิจกรรมที่คนงานท้องถิ่นมีฝีมือทำได้ ปี ค.ศ. 2002 มีวิสาหกิจ 3,700 หน่วยที่จ้างงานคนงานถึง 58,000 คนส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรม หัตถกรรมและส่งออกส่วนใหญ่ร้อยละ 70 จำหน่ายในตลาดในประเทศ

ก่อนรัฐบาลอินโดนีเซียได้สนับสนุนให้มีการว่าจ้างแบบต่อเนื่องโดยออกกฎกระทรวงเลขที่ 307 ปี ค.ศ. 1976 เป็นเวลา 4 ปี ด้านการผลิตมอเตอร์ไซค์ กฎและระเบียบด้านการว่าจ้างต่อเนื่องถูกใช้ครั้งแรก ในปี ค.ศ. 1981 ที่ระบุว่า ส่วนไหนผลิตโดยผู้ผลิตและส่วนไหนผลิตโดยผู้รับจ้างอีกต่อหนึ่ง เป็นที่รู้กันว่าการเชื่อมโยงต่อเนื่องระหว่างวิสาหกิจต่างๆ และเครือข่ายการว่าจ้างแรงงานในอินโดนีเซีย แพร่หลายมากในอุตสาหกรรมรถยนต์และอุตสาหกรรมเครื่องจักร

รัฐบาลได้สร้างความเข้มแข็งให้กับโครงสร้างอุตสาหกรรมโดยออกแผนการ 5 ปี ชื่อ แผน “ REPELITA 5” ซึ่งกำหนดบทบาทของวิสาหกิจขนาดย่อมในอุตสาหกรรมการผลิต โดยการพัฒนาร่วมมือกันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ผ่านระบบการว่าจ้างงานต่อกัน

อย่างไรก็ตามการพัฒนาอุตสาหกรรมในอินโดนีเซียไม่เหมือนกับในญี่ปุ่น นโยบายของอินโดนีเซียไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เนื่องจากรัฐบาลแทรกแซงกลไกทางตลาดมากเกินไปทำให้การพึ่งพาอาศัยกันระหว่างวิสาหกิจขนาดต่างๆ ไม่เป็นผลรวมทั้งขาดฝีมือและวิสาหกิจต่างๆมีความสามารถทางเทคโนโลยี น้อยมาก

อย่างไรก็ตามในส่วนของกลุ่ม ASTRA ที่ผลิตรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดสามารถพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปี ค.ศ. 2006 บริษัทนี้มีการเชื่อมโยงด้านกรว่าจ้างต่อเนื่องกับบริษัทอื่นอีก 502 บริษัท โดยเป็น 171 บริษัทกับวิสาหกิจขนาดย่อม และ 334 บริษัทวิสาหกิจขนาดกลาง

เป็นที่แน่ชัดว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีนวัตกรรมใหม่ๆ จากการว่าจ้างต่อเนื่องและการค้า นอกจากนี้การเกษตรเป็นภาคขับเคลื่อนสำคัญของวิสาหกิจขนาดย่อม สามารถสรุปได้ว่าตลาดภายในสำหรับผลผลิตการเกษตรทำโดยวิสาหกิจขนาดย่อม

ในส่วนของการส่งออกวิสาหกิจขนาดใหญ่เป็นกำลังสำคัญในการสร้างเครือข่ายการเชื่อมโยงการตลาดด้วย

.....

การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอินเดีย: ประเด็นและข้อกังวลทางนโยบาย

คิชาป ดาส

นักวิจัยสถาบันพัฒนาเศรษฐกิจ IDE – JETRO , ชีบ่า ญูปูนและผู้ช่วยศาสตราจารย์สถาบันพัฒนากรุงราช เมือง
อามดาบาท อินเดีย

Email : keshabdas@gmail.com

บทย่อ

นโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอินเดียหลังการประกาศเอกราชส่วนใหญ่จะเป็นไปในด้านอุตสาหกรรม การจ้างงานและรายได้เพื่อแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในท้องถิ่น เมื่อมีโลกาภิวัตน์วิสาหกิจเล็กก็ได้กำหนดนโยบายเน้นความเป็นนานาชาติ การค้าและการพึ่งพากันในด้านนวัตกรรม การเรียนรู้ การตลาด และยุทธศาสตร์ธุรกิจ

ผู้บรรยายจะเน้นถึงวิสาหกิจขนาดเล็กโดยเน้นประเด็น นโยบายซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการช่วยเหลือแต่ไม่ได้ผลนัก โดยแม้ว่ารัฐบาลจะมีกรอบนโยบายที่ดีแต่ก็มีปัญหาทางด้านเครดิต สินเชื่อ เทคโนโลยีต่ำ คุณภาพต่ำ สาธารณูปโภคพื้นฐานไม่เพียงพอ

รัฐยังได้แทรกแซงโดยการกำหนดจัดพวกวิสาหกิจเข้าเป็นกลุ่ม แต่ก็เปลี่ยนนโยบายเศรษฐกิจมหภาคและนโยบายที่ถูกหันออกเป็นส่วนๆ นอกจากนี้วิสาหกิจรายย่อยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบทกลับได้รับผลกระทบในด้านการผลิตตกต่ำ อุปสงค์ ผลผลิตคุณภาพต่ำ ตำแหน่งงานที่ไม่มั่นคง ทั้งนี้ขอเรียกร้องให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอินเดียให้ดีกว่านี้

.....

ฟรานไชส์และเครื่องมือการกำเนิดของธุรกิจใหม่ ๆ

ฟรานไชส์: แนวโน้มในภูมิภาคและในโลก

แมทธิว ชาย

ประธานสมาคมฟรานไชส์ระหว่างประเทศ (IFA) สหรัฐฯ

Email : mshay@franchise.org/cbond@franchise.org

บทย่อ

ธุรกิจฟรานไชส์เป็นนวัตกรรมใหม่ที่มีตลาดในหลายประเทศ สมาคมฟรานไชส์ระหว่างประเทศ (IFA) มีหน้าที่สนับสนุนผลประโยชน์ของฟรานไชส์ทั่วโลกและสนับสนุนระบบฟรานไชส์ที่มีฐานที่ตั้งในสหรัฐฯ เพื่อให้มีการขยายการปฏิบัติงานไปทั่วโลก สมาคมมีบทบาทแข่งขันในการจัดคณะผู้แทนการค้า งานแสดงสินค้า และจัดหาข้อมูลเกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ

บริษัทที่หวังจะขยายกิจการต้องรู้ว่าการจะเอาแบรนด์เนมหรือยี่ห้อของตนเองเข้าไปในประเทศอื่นจะสร้างกำไร ผลตอบแทน ส่วนแบ่งการตลาด และการยอมรับได้หรือไม่ ขณะนี้สมาชิก สมาคมฟรานไชส์ได้มีอยู่ทั่วโลกมากกว่า 100 ประเทศ

การขยายตัวในต่างประเทศต้องมีความรอบรู้และยอมรับในวัฒนธรรม ภาษา ภูมิศาสตร์ และกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ เมื่อเรียบร้อยแล้วความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ลูกค้า และผู้ร่วมทุนจึงจะตามมา ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญที่จะลดการทำทนายทางด้านกฎหมายติดต่อ และสามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทแม่และบริษัทลูก

.....

ยุทธศาสตร์ของวิสาหกิจในการทำฟรานไชส์ (Franchise)

โจเซ เอมินยาน่า

รองประธานและหัวหน้าบริษัทจอลลิบี ฟิลิปปินส์

Email : jam@jollibee.comph

บทย่อ

การขยายธุรกิจสิ่งที่ทำทนายที่สุดคือ บริหารเงินทุนให้คนอื่นและคุณก็เก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากตรงนั้น ไข่แล้ววิถีทางคือ การฟรานไชส์นั่นเอง แม้ว่าจะดูเหมือนไม่มีอะไรแต่ก็มีเรื่องปวดหัวเยอะแยะ

- ธุรกิจของคุณจะพร้อมหรือป่าวที่จะใช้ฟรานไชส์
- ถ้าใช่ คุณจะฟรานไชส์กับใคร
- คุณจะขยายการเติบโตและรักษามันไว้ได้ไ้โดยการฟรานไชส์ได้หรือเปล่า

มันก็เหมือนการแต่งงานที่คุณจะต้องเลือกคู่ครองที่ถูกต้องเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนและมั่นคง ต้องรู้ปัจจัยอะไรที่มีผลกระทบและรู้ว่าจะให้เบรนต์เนมยี่ห้อของคุณกับใคร และจะรักษาความสัมพันธ์ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างคุณกับฟรานชายส์มีอย่างไร

นายโจเซ เอมินยาน่า เป็นหัวหน้าหน่วยธุรกิจแห่งชาติ ของบริษัทอาหารจอลลีบีจะพูดถึงความสำคัญของการจัดตั้งระบบเครือข่ายฟรานชายส์และการรักษาระบบนี้ไว้ โดยใช้ประสบการณ์จาก จอลลีบี จอลลีบีเป็นผู้นำที่ครอบครองตลาดด้านอุตสาหกรรมอาหารเร่งด่วนในฟิลิปปินส์และได้รับการยอมรับว่าเป็นบริษัทที่ดีที่สุดบริษัทหนึ่งในเอเชีย

.....

การทำฟรานชายส์รายย่อย
ประวิทย์ ชิดณรพงษ์
ประธานและ ซี อี โอ บริษัทเบลค แคนยอน ประเทศไทย

Email : pravit@proline.co.th

สุเมธ กระจ่างเกตุ

ที่ปรึกษาและผู้ให้คำปรึกษาด้านธุรกิจแก่ บริษัทเบลค แคนยอน ประเทศไทย

Email : sumet@loxinfo.co.th

บทย่อ

“ฟรานชายส์รายย่อย” รวมกับ “สินเชื่อรายย่อย” เป็นความคิดของ ดร.ยูนุส ผู้ได้รับรางวัลโนเบล ปี ค.ศ. 2006 ซึ่งเน้นนโยบายการเงินที่ประหยัดต้นทุนให้แก่รายภูธรระดับรากหญ้าของระบบเศรษฐกิจสังคมที่มุ่งพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ ร่วมกับความคิดดั้งเดิมจากสหรัฐอเมริกาในการทำธุรกิจฟรานชายส์ มันเป็นการให้โอกาสกับบุคคลที่ต้องการเงินทุนสร้างธุรกิจและถือปฎิรูปร่างแบบธุรกิจของบริษัทธุรกิจส่วนตัวของใครๆก็ได้ที่ประสบความสำเร็จมาแล้วในการขายของหรือขายบริการให้กับท้องถิ่นนั้นๆ ดังนั้นจึงเป็นการลดความเสี่ยงให้กับผู้ประกอบการรายใหม่

“ฟรานชายส์รายย่อย” ได้รับการยอมรับว่าเป็นการแก้ไขปัญหาทางสังคมที่สามารถนำถือปฎิไปใช้ได้ ในชุมชนต่างๆทั่วไป มันสร้างพลังให้กับคนต่างๆระดับรากหญ้าและทำให้เป็นผู้ประกอบการที่มีฝีมือและเป็นเจ้าของกิจการรายย่อยในธุรกิจระดับเล็กๆได้ ทั้งนี้จะเป็นการสร้างรายได้และตามมาด้วยการยกระดับชีวิตของเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการและครอบครัว ในขณะที่เดียวกันมันจะช่วยท้องถิ่นนั้นๆด้วยที่จะยกระดับคุณภาพชีวิต

ในอนาคต “ฟรานชายส์รายย่อย” สามารถทำให้แพร่หลายได้ในประเทศอาเซียนและเอ็นจีโอ รวมทั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่จะถือปฎิรูปร่างแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอยู่แล้ว เช่น อาหารและของว่าง ลงไปถึงหมู่บ้านและชุมชนมากกว่าที่จะกระจุกตัวอยู่ในเมืองศูนย์กลางใหญ่ๆเท่านั้น

“ฟรานชายส์รายย่อย” สามารถขยายตัวและนำไปใช้กับธุรกิจขนาดเล็กในท้องถิ่นอื่นๆที่ขายบริการและสินค้าในท้องถิ่นได้

.....

3 การทำให้การวิจัยและการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการค้า
การเปรียบเทียบรูปแบบของสำนักงานจดทะเบียนเทคโนโลยี: เสริมสร้างการเชื่อมระหว่างมหาวิทยาลัยกับ
อุตสาหกรรมในเอเชีย

เจมส์ โทเม็คโก

ผู้อำนวยการการบริการด้านธุรกิจและการเงิน

จีทีแซด โครงการไทย เยอรมัน เพื่อการแข่งขันของวิสาหกิจ

Email : james.tomecko@gtz.de

บทย่อ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกทำให้มีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องเปลี่ยนแปลงกระบวนการการสร้างความเร็วเติบโตทางเศรษฐกิจ จากการพึ่งพาทรัพยากรอย่างยิ่งยวดไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆทดแทน การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ก่อผลกระทบกว้างขวางด้านโครงสร้างสถาบันที่จะมาสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ โครงสร้างอันใหม่นี้ส่วนหนึ่งเป็นการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมและสถาบันเพื่อการวิจัยและการพัฒนา

การศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศที่เจริญแล้วพบว่า การเติบโตของการจ้างงานเริ่มจากการจ้างคนงานที่น้อยกว่า 20 คน หรือจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั่นเอง การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครั้งนี้ต่างจากธุรกิจเดิมๆ ที่มีความไม่แน่นอนสูง ที่มุ่งจะส่งออกอย่างเดียว และกระจุกตัวกันในเมืองใหญ่ที่ใกล้กับอุปกรณ์ข้อมูลต่างๆ

เมื่อเศรษฐกิจของเอเชียเปลี่ยนจากแรงงานราคาถูก และจากการแข่งขันต่างๆ การเสริมสร้างนวัตกรรมใหม่ๆกลับกลายมาเป็นสิ่งเร่งด่วน ดังนั้นรัฐบาลประเทศเอเชียหลายประเทศได้หันไปหามหาวิทยาลัยและสถาบันชั้นสูงให้มีบทบาทนำกระบวนการนี้หรืออย่างน้อยก็ให้มีส่วนร่วม อย่างไรก็ตามมันมีวัฒนธรรมทางโครงสร้างและการจัดการบางอย่างที่ขัดขวางการเปลี่ยนแปลงของมหาวิทยาลัยและสถาบันต่างๆ

การนำเสนอนี้จะเอาตัวอย่างจาก สหรัฐฯ ยุโรป และเอเชีย รูปแบบของการเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัยและอุตสาหกรรมรวมทั้งจะเน้นให้เห็นถึงข้อจำกัดที่สถาบันต่างๆของเอเชียกำลังประสบอยู่กับการท้าทายใหม่นี้

.....

การเพาะบ่มทางเทคโนโลยี
โจนาธาน เคิร์กแพทริก
CEO มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีโอคแลนด์ นิวซีแลนด์

Email: jonathan.kirkpatrick@aut.ac.nz

บทย่อ

ตั้งแต่เมื่อ 50 ปีเป็นต้นมาการเพาะบ่มทางธุรกิจได้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจที่สำคัญในหลายประเทศในโลก การทำธุรกิจขนาดเล็กให้เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ต้องการห่วงโซ่ทางคุณภาพซึ่งต้องรวมถึงผู้ประกอบการ รูปแบบธุรกิจ โอกาสทางการตลาดและที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพของผู้เพาะบ่มและทีมบริหาร ครั้งนี้ผู้บรรยายจะเน้นการเพาะบ่มทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จซึ่งจะนำมาซึ่งความมั่งคั่งของผู้ประกอบการและประชาคมระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ผู้เพาะบ่มที่มุ่งหวังแต่ให้บริษัทอยู่รอดมากกว่าการสร้างเติบโตอย่างรวดเร็ว มักจะประสบผลสำเร็จน้อยกว่าผู้ที่มุ่งหวังการสร้างการเติบโตอย่างรวดเร็ว

“ ตั้งเป้าหมายไว้สูงมากกว่าเป้าหมายต่ำ ตั้งเป้าสร้างความเจริญเติบโตอย่างสูงแล้วบริษัทก็จะอยู่รอดของมันเอง ” ความสามารถในการเข้าถึงเงินทุนและตลาดต่างประเทศมีความสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตอย่างสูงและมีผลต่อการเพาะบ่ม รวมทั้งเครือข่ายระดับมืออาชีพที่สามารถสร้างบริการต่างๆให้กับบริษัทที่ทำการเพาะบ่มได้

ความสามารถของผู้ประกอบการที่จะสร้างความเจริญเติบโตต้องการผู้จัดการเพาะบ่มที่มีฝีมือสูงสำหรับบริษัทและสำหรับคนในบริษัท

.....

การสนับสนุนการเงินแก่การค้าของวิจัยและการพัฒนา

รูเบน เจสซอป

ที่ปรึกษาอาวุโส **GTZ - German Technical Cooperation** สำหรับ

Email: reuben.jessop@icon-institute.de

บทย่อ

ผู้นำเสนอจะเสนอหัวข้อการสนับสนุนการเงินแก่การค้าของวิจัยและการพัฒนา ในที่ประชุมนี้ ทั้งนี้เป็นผลงานที่ได้สำรวจมาจากทั่วโลกที่รัฐบาลต่างๆได้ทำไว้เพื่อศึกษาถึงความพยายามของการวิจัยและการพัฒนาและการสนับสนุนให้การวิจัยและการพัฒนาเป็นการค้า นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายของรัฐในแนวมหาภาค ในการที่จะสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนา เช่น การนำนวัตกรรมมาใช้ การส่งเสริม การแข่งขัน การพัฒนาฝีมือเฉพาะ การสร้างงาน และในระดับวิสาหกิจนั้น การวิจัยและการพัฒนามักมีค่าใช้จ่ายที่ถือกันว่ามีความเสี่ยงสูงและผลตอบแทนไม่แน่นอน วิสาหกิจต่างๆมักจะใช้นโยบายสั้นๆและลดความพยายามด้านการวิจัยและการพัฒนาซึ่งก็มีเหตุผล แต่มักจะเสี่ยงสำหรับความอยู่รอดในระยะสั้นและระยะยาวของวิสาหกิจ ทั้งนี้ควรจะมี ความพยายามลดช่องว่างระหว่างเป้าหมายของรัฐบาลกับวิสาหกิจอีกด้วย

.....
ความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและอุตสาหกรรมโดยสมาคมธุรกิจเล็กๆ

เรียวกิจ อิชิกาวา

CEO สมาชิกรหัสพันธ์แห่งชาติว่าด้วยธุรกิจขนาดเล็กร ญี่ปุ่น

Email: ichikawa@mail.chuikai.or.jp

บทย่อ

นอกจากความร่วมมือระหว่างบริษัทและมหาวิทยาลัยแล้ว ความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและอุตสาหกรรมยังมีความเกี่ยวข้องกับสมาคมธุรกิจเล็ก ๆ และสถาบันวิจัยทดลองต่างๆอีกด้วย ทั้งนี้เห็นได้จากฝ่ายอุตสาหกรรมมักจะเป็นสมาคมที่มีแต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นการเปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีส่วนร่วมในความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและอุตสาหกรรม ซึ่งจะยากถ้าไม่ร่วมมือกัน ทั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถแบ่งปันข้อมูลวิจัยและพัฒนาาร่วมกันได้ จุดล่อใจให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและอุตสาหกรรม คือ ผลตอบแทนทางการวิจัยและพัฒนาที่จะได้รับ ที่สำคัญกว่านั้น คือ ยังได้บุคลากรที่สามารถเชื่อมต่อกับผู้เชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยเข้ากับความต้องการของอุตสาหกรรมได้ ส่วนความร่วมมือกัน นั้น ทั้งนี้ผู้ที่เชื่อมความร่วมมือ คือ ผู้ประสานงานระหว่างสองฝ่ายที่จะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต

4 การปลูกฝังทางการตลาด: บทบาทของผู้ประกอบการ

การเพิ่มพลังให้กับโอกาสของผู้ประกอบการในธุรกิจการเกษตรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แอนโทนี่ เอ็ม.โซลา

ประธาน มิคาสแอกโอโรโนมิกส์

สมาคมพัฒนาลุ่มแม่น้ำโขงระหว่างประเทศ สหรัฐ

Email: zolaam@gmail.com

บทย่อ

การนำเสนอเรื่องธุรกิจการเกษตรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมต่อชาวนารายย่อยเข้ากับห่วงโซ่คุณค่าในระดับภูมิภาคและระดับโลก การเชื่อมต่อต้นน้ำและปลายน้ำของห่วงโซ่คุณค่าการเกษตรทำได้โดยผ่านวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเกษตร นอกจากนี้ เขายังได้วิเคราะห์บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านธุรกิจการเกษตรที่สร้างความเข้มแข็งให้กับชาวนา วิสาหกิจรายย่อย อุตสาหกรรมการเกษตรขนาดเล็กและขนาดกึ่งกลาง-กึ่งเล็ก และรายได้ที่ขยายตัวสำหรับผู้ถือหุ้น การนำเสนอครั้งนี้จะมีเรื่อง

- แนวโน้มทางด้านธุรกิจการเกษตรของโลก
- ธุรกิจการเกษตรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (เขมร จีน ยูนาน ลาว พม่า ไทย และเวียดนาม)
- ศึกษาข้อยุ่งยากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านธุรกิจการเกษตรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและแนวโน้มของโลก
- ศึกษาว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านธุรกิจการเกษตรจะเข้าเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าในระดับภูมิภาคและระดับโลกได้อย่างไร
- แนะนำอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตร GMS ที่มีศักยภาพในการส่งออก
- แนะนำมาตรการ รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านใช้ได้ใน การบริหารความเสี่ยงทางการตลาด

.....

4 การปลูกฝังทางการตลาด:บทบาทของผู้ประกอบการ

อันเดร เฮอร์มาน

คณะบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจ

คณะเศรษฐศาสตร์วอร์ซอ โปแลนด์

Email: ahermaster@gmail.com

บทย่อ

การเปลี่ยนแปลงจากระบบตลาดแบบการผลิตมากไปสู่อะบบให้ความสำคัญกับคุณค่า สังคม เศรษฐกิจและเรียนรู้ เศรษฐกิจแบบเรียนรู้และการประกอบการใหม่ๆ ความรู้และหลักการดั้งเดิมของผู้สร้างคุณค่าได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และเงินทุน ระบบเศรษฐกิจแบบเรียนรู้และการบริการใหม่ๆ ผู้ประกอบการที่มีความรู้ในตลาด บทบาทลูกค้าที่มีความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญาและผู้ประกอบการใหม่ๆ อี - ผู้ประกอบการ การประกอบการแบบสถาบันการศึกษา

.....

4 การปลูกฝังทางการตลาด:บทบาทของผู้ประกอบการ

เอฟฟานดี ฮาจีฮาลเร่

หัวหน้าศูนย์พัฒนาผู้ประกอบการ กระทรวงอุตสาหกรรมและทรัพยากรขั้นต้น

บรูไน

Email: effandisalleh@gmail.com

บทย่อ

การนำเสนอที่มุ่งให้การช่วยเหลือทางเทคนิค ซึ่งเป็นโครงการของรัฐบาลที่มุ่งให้บรูไนเป็นส่วนหนึ่งของตลาดโลกและพัฒนาการบริการด้านการตลาดแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โครงการร่วมไปถึงยุทธศาสตร์ทางด้านอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ทางด้านบริการที่ให้ประโยชน์แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และคำแนะนำตลอดจนนำพัฒนาการใช้ธุรกิจใหม่ๆมาใช้

ความต้องการของผู้บริโภคและตลาดเป็นสิ่งที่ท้าทาย มันเกิดขึ้นจากความก้าวหน้าทางด้านชีววิศวกรรมที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ๆมากมายโดยคุณภาพและดีไซน์และผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไป นอกจากนี้ ISO 9000 และ ISO 1400 มีความสำคัญมากขึ้น เพื่อควบคุมมาตรฐานต่างๆ

โลกาภิวัตน์ได้เปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครต่างๆ ทำให้มีการพึ่งพากันมากขึ้น การแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ตลาดมีความต้องการเฉพาะมากขึ้น

.....

5 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: ความเข้มแข็งและข้อจำกัด

บทบาทของวิสาหกิจการค้าในการค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : ความเข้มแข็งและข้อจำกัด

ซีเกอร์ อุเอตะ

ประธาน CEO - COO ชิโกกุ คาโกกิ ญี่ปุ่น

บทย่อ

บริษัท ชิโกกุ คาโกกิ ขายสินค้า 3 ชนิดคือ เครื่องจักร เครื่องบรรจุหีบห่อ และอาหาร แม้ว่าตลาดจะเล็กแต่เราก็ส่งออกได้เยอะแยะ

นายอุเอตะ จะพูดถึงความสำคัญของบริษัทการค้าที่มีบทบาทต่อความพยายามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางหรือวิสาหกิจระหว่างประเทศ

.....

5 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: ความเข้มแข็งและข้อจำกัด

เทง เทง ดา

CEO อินทราโค สิงคโปร์

Email: tengtd@intraco.com

บทย่อ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีอยู่ทั่วไปในกลุ่มอาเซียนและเอเปค มันมีความสำคัญต่อการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจโดยการสร้างงานและนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ อย่างไรก็ตามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นเมื่อเทียบกับบรรษัทใหญ่ๆที่มีเทคโนโลยีสูง ระบบการเงินที่ดี การผลิต การตลาด และการจำหน่ายสินค้าที่ดีกว่า

บริษัทการค้าระหว่างประเทศสามารถเชื่อมต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้จากเครือข่ายการค้า ทรัพยากร เพื่อสร้างงาน สนับสนุนการค้าข้ามพรมแดน การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ และลดความยากจน

.....

การศึกษาเพื่อตั้งเครือข่ายการค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอาเซียน

ดวงพร เหมวิจิตรพันธ์

ที่ปรึกษา สมาคมการบริหารแห่งประเทศไทย (TMA) และผู้จัดการ IMIT ประเทศไทย

Email: duangporn.h@i-mit.co.th

บทย่อ

บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอาเซียนเริ่มมีความสำคัญมากขึ้น มีการสร้างงานมากและสร้างความมั่นคงให้สังคมของอาเซียน

ในปี ค.ศ. 1998 แผนปฏิบัติการฮานอย ที่ประชุมได้ตกลงและได้ระบุให้ประเทศสมาชิกพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนกันระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มประเทศอาเซียน โดย อี – คอมเมิร์ซ และการจับคู่ทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม มักจะมีปัญหาของการขาดแคลนเงินทุน ปัญหาบุคลากรที่ขาดประสบการณ์เมื่อเทียบกับบริษัทใหญ่ๆ เมื่อมีการกีดกันทางการค้าก็จะส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทันที

มีการจัดตั้ง RTH เพื่อเพิ่มจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการค้าระดับภูมิภาคและระหว่างประเทศ

การศึกษานี้เน้นการเปรียบเทียบรูปแบบต่างๆ เพื่อเสนอรูปแบบ เครือข่ายต่างๆที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอาเซียนจะนำไปใช้ได้

.....

6 การค้นหาโอกาสการจ้างงานนอกสถานที่ (outsourcing)

การค้นหาโอกาสการจ้างงานนอกสถานที่

บทเรียนจากการเรียนรู้จากอินเดีย

ราวีชันกา อานันตะกฤษณ์

โคออปชั่นเทคโนโลยี อินเดีย

Email: aravi61@yahoo.com

บทย่อ

การค้นหาแหล่งบริการจากนอกสถานที่ เป็นรูปแบบใหม่ของการทำธุรกิจซึ่งจะเพิ่มกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นขององค์กรนั้น การกระทำได้กล่าวต้องการผู้มีฝีมือทางธุรกิจเป็นพื้นฐานที่สำคัญและถือเป็นยุทธศาสตร์ที่ขาดไม่ได้

อินเดียได้กลายเป็นแหล่งของบริการนอกสถานที่โดยในโลกแห่งธุรกิจแบบนี้อินเดียคุมการบริการรูปแบบนี้ถึงร้อยละ 44 ของการบริการ (OUTSOURCE) ทั้งหมด

รูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจที่นับว่าเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้บริหารปัจจุบัน คือ

- ปรับรูปแบบธุรกิจโดยใช้ความแข็งแกร่งด้านข้อมูล
- รวมรูปแบบการให้คำปรึกษาทางธุรกิจและบริการ ไอทีเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า
- เปลี่ยนจากต้นทุนไปเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า
- เปลี่ยนระบบราคาเพื่อสร้างคุณค่าให้ลูกค้า

ขณะนี้ มี **OUTSOURCING** ที่ตั้งบนพื้นฐานของความรู้ที่ให้คุณค่าแก่องค์กร โดยการใช้กระบวนการทางความรู้ ทั้งนี้ องค์กรต่างๆ ใช้ไอทีเป็นหลักในการบริหารด้วยความเร็ว คุณภาพ และความยืดหยุ่น รวมทั้งใช้องค์ความรู้เพื่อสร้างความแตกต่างและความเป็น “พิเศษ”

.....

การค้นหาโอกาสการจ้างงานนอกสถานที่ (outsourcing)

ดาโต๊ะฮาฟาฮา ฮาซิม

บริษัทพัฒนาอุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาเลเซีย

Email: hafsah@smiddec.gov.my

บทย่อ

เศรษฐกิจมาเลเซียได้เปลี่ยนแปลงจากการผลิตสินค้าพื้นฐานไปเป็นการผลิตและบริการเพื่อส่งออก นโยบายของมาเลเซีย คือใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีให้มากที่สุด มาเลเซียมีระบบเศรษฐกิจที่เปิดมากที่สุดในโลก โดยภาคการค้าคิดเป็นร้อยละ 285 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ในปี ค.ศ. 2006 องค์กรค้าโลกจัดให้มาเลเซียอยู่ในลำดับที่ 19 ด้านการค้าระหว่างประเทศ และเป็นผู้ส่งออกลำดับที่ 19 และเป็นผู้นำเข้าลำดับที่ 23 มาเลเซียมีความสำเร็จในการนำบริษัทระหว่างชาติใหญ่ๆมาตั้งในมาเลเซีย ดังนั้นจึงเพิ่มโอกาสด้าน **OUTSOURCING** ให้แก่บริษัทของมาเลเซีย

มีการนำเสนอด้านไอซีทีและ โลจิสติกส์ ทางด้านบริการและบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความพยายามของมาเลเซียที่จะเป็นเหมือนอินเดียด้าน **OUTSOURCING**

.....

7 ผู้ประกอบการรุ่นหนุ่มสาว

แอนนา เซดโฮวิท

รองผู้อำนวยการ สภาธุรกิจขนาดเล็กของวอซอร์ โปแลนด์

Email: promocja.mirip@pro.onet.pl

บทย่อ

เป็นการไม่ง่ายนักที่จะตั้งบริษัทในโปแลนด์ เพราะมีความเสี่ยงสูงและมหาวิทยาลัยในโปแลนด์ไม่ได้ให้การศึกษาในเรื่องนี้มากนัก นโยบายแห่งรัฐก็ไม่ได้สนับสนุนให้คนตั้งบริษัท แต่ให้อยู่ในบ้านแทน ดังนั้น คนหนุ่มสาวจึงไม่ได้รับการสนับสนุนมากนัก

ความเสี่ยงในการตั้งบริษัทของโปแลนด์สูงมาก คนหนุ่มสาวส่วนใหญ่มักจะเดินทางออกไป
นอกประเทศแทน ดังนั้น ระบบการศึกษาควรสอนให้คนศึกษาเรื่องเฉพาะ โดยเฉพาะด้านธุรกิจการค้า เช่น
นักศึกษาปี 4 ควรทดลองบริหารธุรกิจได้แล้วเหมือนเช่นนักศึกษาในประเทศเนเธอร์แลนด์

ลองคิดดูซิคะ ! คนจะตั้งบริษัท แต่ไม่มีสินเชื่อ ไม่รู้จะไปยืมที่ไหน ขอคำปรึกษาจากใคร
ใครจะกล้าเป็นผู้ประกอบการ แม้ว่าจะมีความตั้งใจสูงก็ตาม

แต่ขอให้ทราบก็แล้วกันนะคะ ว่ามีคนหนุ่มสาวโปแลนด์ที่ผู้ประกอบการ ธุรกิจเติบโตมี
ประสิทธิภาพและมีนวัตกรรมแข่งขันกับบริษัทอื่นได้ในโลก

คุณจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของโปแลนด์ ,ผู้ประกอบการและ
ระบบกฎหมายของโปแลนด์

.....

ผู้ประกอบการรุ่นหนุ่มสาว

รักชัย เร่งสมบุญ

ผู้จัดการ ลามูนอินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย

Email: rakchai@lamoonhomedecor.com

บทย่อ

บริษัทลามูนอินเตอร์เนชั่นแนล เริ่มจากงานกุศลโดยการหาตลาดสำหรับชาวชนบท โดยเรามี
ทรัพยากรจำกัด การบริหาร การเงิน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จำกัด

เราจะผ่านด่านสุดหินเหล่านี้ได้อย่างไรเมื่อต้องแข่งขันกันรุนแรง

อุตสาหกรรมครัวเรือนสามารถบริหารได้เพราะชาวบ้านมีความรู้ มีฝีมือจากบรรพบุรุษ มี
การตลาดและการบริหารเท่านั้นที่ขาดอยู่ ซึ่งถ้าเติมเต็มก็จะแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้

เราต้องพัฒนาระบบการตลาด การขาย ระบบสนับสนุน แต่ปัญหาคือเราไม่สามารถจะรักษานโยบายบางอย่างไว้ได้เมื่อเวลามาถึง เราต้องจับตามองส่วนแบ่งการตลาดและการขยายตัวของธุรกิจของเรา
ทั้งนี้เราต้องเสี่ยงกับระบบการผลิตและเราไม่มีอำนาจต่อรองรวมทั้งเราต้องจำหน่ายสินค้าด้วยตัวเอง แต่เราก็พยายามหาช่องทางในตลาดสหรัฐซึ่งถ้าสำเร็จก็จะให้ประโยชน์แก่บริษัทอื่นด้วย

.....

การผลักดันสู่ความเป็นนานาชาติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการบริหารที่มีพลวัต

จอร์จีโอ เซกกี

ประธาน ลักซ์ ไลฟ์ อิตาลี

Email: g_secchi@hotmail.com

บทย่อ

สินค้าฟุ่มเฟือยเป็นประเด็นร้อนที่สุดที่คนรุ่นหนุ่มสาวอาจจะชอบทำแต่มันก็มีความเสี่ยงสูง เพราะมีความยุ่งยากและแข่งขันสูง และต้องการความเป็นมืออาชีพด้านบริหาร

การไปสู่ความเป็นสากลต้องการเครือข่ายที่สำคัญและการวางแผนที่ดี

บริษัท ลักซ์ ไลฟ์ เป็นตัวอย่างของการจัดการความฟุ่มเฟือยโดยการสร้างโครงสร้างและยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยใช้ทรัพยากรทางการออกแบบจากอิตาลี การทำทายเป็นการขยายธุรกิจเข้าไปในจีน และประเทศในเอเชีย

.....

การศึกษารูปแบบธุรกิจ : แผนการพัฒนาธุรกิจโดยใช้แบรนด์ยี่ห้อ

ชั้น ของชัยโย (ไปรอันชั้น)

สถาบันผู้นำเกาหลี มินจก เกาหลี

Email: kykymhng@gmail.com

บทย่อ

ความสัมพันธ์ระหว่างยี่ห้อสินค้ากับตลาดเกี่ยวข้องกันมาก ผู้บรรยายประสบความสำเร็จในธุรกิจเกาหลี โดยการตั้งร้านจำหน่ายของที่ระลึกในโรงเรียนมัธยม

แผนธุรกิจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจำหน่ายสินค้า โดยร้านจำหน่ายสินค้าไปเชื่อมโยงกับบริษัทอื่นๆในการขายสินค้าของตนเอง

.....

8 การบริหารความเสี่ยงทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จรรยาและความรับผิดชอบทางสังคม

ดาร์ล เมเซอร์

ที่ปรึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ในเอเชียแปซิฟิก (RUSHSAP) ยูเนสโก . กทม

Email: d.macer@unescobkk.org

บทย่อ

จรรยาและความรับผิดชอบทางสังคมเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นในเอเชีย เช่นสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน การบริหารสภาพแวดล้อม การปกป้องผู้บริโภค การต่อต้านคอร์รัปชัน เป็นการเปรียบเทียบด้านจรรยาและความรับผิดชอบทางสังคมของผู้ประกอบการในประเทศต่างๆ

.....

แนวโน้มใหม่ในการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: การใช้ระบบการตลาดเพื่อเข้าถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เจมส์ โทเมกโก

ผู้อำนวยการด้านบริการการเงินและธุรกิจ

GTZ โครงการไทยเยอรมันสำหรับการแข่งขันทางวิสาหกิจ, แคนาดา

Email: James.tomecko@gtz.de

บทย่อ

ในปี ค.ศ. 1970 และ 1980 บริษัทใหญ่ๆมีชื่อว่า ต่อต้านการแข่งขันแต่ปัจจุบันได้กลับกลายเป็นแข่งขันกันมากขึ้น โดยถูกเชื่อมโยงเข้ากับห่วงโซ่คุณค่าในโลกและภูมิภาค โดยซัพพลายเออร์ ผู้แทนจำหน่ายและลูกค้าต่างก็เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เป็นการศึกษาการพัฒนาตลาดเพื่อเข้าถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มากขึ้น โดยศึกษาข้อจำกัดทางการตลาดและเข้าไปช่วยสนับสนุนทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มากขึ้น

.....

การบริหารความเสี่ยงทางตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : บทบาทของรัฐบาล

สนันชาติ เทพหัสดิน

เอกอัครราชทูตไทยประจำแคนาดา

Email: snanchartd@mfa.go.th

บทย่อ

เมื่อพบกับการแข่งขันที่รุนแรงในโลกาภิวัตน์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องออกไปแข่งขันกันนอกประเทศแต่ส่วนใหญ่โดยเฉพาะจากประเทศไทยไม่มีประสบการณ์ด้านการตลาดและการลงทุนต่างประเทศ ขาดเงินทุนและบุคลากรที่เชี่ยวชาญ

เป็นการนำเสนอความเสี่ยงในตลาดต่างประเทศ รัฐบาลจะมีบทบาทอย่างไรในการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จะมีเครื่องมือและกลไกใดที่จะป้องกันการเสียหายและบรรเทาความเดือดร้อนลงได้โดยการศึกษาเปรียบเทียบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศต่างๆ

.....

แนวโน้มการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเอเชียตะวันออก

กี- กวาน ยูน

มหาวิทยาลัยแห่งชาติชุงนัม เกาหลี

Email: kkyoon@cnu.ac.kr

บทย่อ

ศึกษาถึงความร่วมมือร่วมกันระหว่างประเทศในเอเชียตะวันออกและรัฐบาลโดยร่วมกันสร้างและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอี – คอมมิชส์ และการค้าข้ามพรมแดนประเทศต่างๆเรียกร้องให้เกาหลีมีบทบาทเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรอบเอเปครวมทั้งญี่ปุ่นด้วย

.....

9. เงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : แนวโน้มของโลก

เงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มประเทศสภาความร่วมมืออาหรับ

Badr-El-Din A.Ibrahim

ผู้เชี่ยวชาญเศรษฐกิจ สำนักงานรองปลัดกระทรวง ,กระทรวงการคลัง , โอมาน

Email: badr_el_din@hotmail.com

บทย่อ

เงินทุน (venture capital- vc) เงินทุนชนิดนี้เป็นสิ่งใหม่ในกลุ่มประเทศสภาความร่วมมืออาหรับ (AGCC) เดิมทีแล้วธุรกิจ AGCC พึ่งพาอาศัยการออมของครอบครัวหรือเพื่อนๆ แต่เมื่อมีระบบ venture capital- vc กลับต้องการความช่วยเหลือจากผู้ประกอบการในการวิเคราะห์ธุรกิจและการวางแผนในระยะยาวมากขึ้น อนาคตของ venture capital- vc ในประเทศแถบนี้ขึ้นกับ venture capital- vc ของต่างชาติที่จะมาร่วมลงทุนด้วย

ประเทศ AGCC มี venture capital- vc 2 ชนิด คือ แบบตะวันตกและแบบอิสลาม การพัฒนาเงินทุนแบบอิสลามเป็นตัวอย่างที่ดีของการทำธุรกิจในดินแดนแถบนี้ ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมดั้งเดิมที่นั่น

การนำเสนอครั้งนี้พยายามมองหาสถาบันการเงินที่จะให้ venture capital- vc แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและศึกษาว่าทำไม venture capital- vc ถึงไม่ประสบความสำเร็จในดินแดนแถบนี้

.....

เงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : แนวโน้มของโลก

เคนเนต ฮี. ลูคัส

องค์กรวิสาหกิจในแองการา, แคนาดา

Email: ken@availabletech.net

บทย่อ

องค์กร NEA และ NGF เป็นแนวโน้มของโลกที่จะระดมทรัพยากรทางการเงินและเทคโนโลยีในชุมชนในการเริ่มและขยายห้างร้านในท้องถิ่น

องค์กรเหล่านี้จะไปสู่ทรัพยากรทางเทคนิคในชุมชน

.....

เงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : ประสบการณ์ของไต้หวัน

แพทริค หลิน

CEO บริษัทลงทุนทรินิตี้ ไทเป

Email: plin@trinityvc.com.tw

บทย่อ

98 % ของธุรกิจไต้หวันเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งมีบทบาทในการสร้างความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วให้ไต้หวัน ในทางกลับกันยุทธศาสตร์ นโยบายและโครงการต่างๆ ของรัฐบาลกลับช่วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไต้หวันอีกทาง

การนำเสนอเรื่องวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาของอุตสาหกรรม venture capital- vc และ การลงทุนของ venture capital- vc ใน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

.....

อุตสาหกรรมเงินทุนของประเทศไทย : การพัฒนาและแนวโน้ม

คุณากรณ์ มากชัยดี

ประธาน สมาคมทุนไทย , กทม

Email: kunakorn@bvp.co.th

บทย่อ

ศึกษาถึงการล้มละลายทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1987 ถึง 1996 และ 1997 ถึง 2000 และช่วงฟื้นฟู 2001 - 2004

.....

10 เวิร์กช็อปประกอบการสตรี
กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร
โตชิบาไทยแลนด์จำกัด ประเทศไทย

Email: kobkarn@ttc.toshiba.co.th

บทย่อ

ผู้บรรยายเป็นผู้บริหารบริษัทโตชิบา จำกัด และเป็นผู้บริหารรุ่นที่ 2 ที่สร้างความสำเร็จให้กับบริษัทโดยการเน้นคนที่มีหัวใจทำงานซึ่งจะสร้างความแตกต่างและมีความเป็นพิเศษ ทุกคนจะมีโอกาสเท่ากันที่ผู้บริหารจะมีวิสัยทัศน์ และช่วยสร้างสถาปัตยกรรมของบริษัทให้สวยงาม

ทุกคนจะมีเลือดความเป็นนักต่อสู้ในหัวใจ ความรู้สึกและความรักในธุรกิจไม่ใช่ปัญหาแต่กลับจะสร้างความสร้างสรรค์ในจิตใจและบริหารจัดการเรื่องอารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งสร้างความกล้าหาญ ไว้ในใจตัวคุณ ตัดสินใจและเคลื่อนไปข้างหน้าด้วยความมั่นคงให้มีหัวใจในการทำงาน

.....

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผู้หญิงเป็นเจ้าของ : วิเคราะห์ปัจจัยสร้างความเจริญเติบโต

มุฮัมหมัด อาซัม รูมิ

ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยวิสาหกิจสตรี

มหาวิทยาลัยธุรกิจเบดฟอร์ดไชล์, สหราชอาณาจักร

Email: muhammad.roomi@beds.ac.uk

บทย่อ

ศึกษาปัญหาที่ผู้ประกอบการสตรีประสบระหว่างกระบวนการเจริญเติบโตและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ยุทธศาสตร์ต่างๆ

พบว่าสตรีส่วนใหญ่ไม่ค่อยพัฒนาธุรกิจที่มีทิศทางในการสร้างความเจริญเติบโตและผู้ประกอบการสตรีเห็นความสำคัญของสินค้าและบริการใหม่ๆที่มีคุณภาพสูง เห็นเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ และรู้การตลาดที่ถูกต้อง

.....

พลวัตและวิสาหกิจ : ผู้ประกอบการสตรีในสหราชอาณาจักร
สปินเดอร์ ดารีวัล
โรงเรียนบริหาร ,มหาวิทยาลัยเซอร์เรย์ กิลฟอร์ด, สหราชอาณาจักร

Email: s.dhaliwal@surrey.ac.uk

บทย่อ

ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสหราชอาณาจักร จะมีถึง 1 ใน 3 ที่เป็นสตรี และเป็น การศึกษาถึงสตรีในสหราชอาณาจักรโดยพบว่าสตรีในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดความมั่นใจและมีความกดดันทางการเงินรวมทั้งมีปัญหาทางด้านการมีบุตรและการใช้ชีวิตโดยการศึกษาเป็นการออกแบบ สอบถาม

ธุรกิจที่สตรีนิยมทำคือ การแนะนำ การบริการทางธุรกิจ การขาย การตลาด การพิมพ์และการศึกษา

.....

ผู้ประกอบการสตรีและการใช้ อี - ธุรกิจ

ลอร์นา ไรน์

โรงเรียนธุรกิจschulich, มหาวิทยาลัยยอร์ก, แคนาดา

Email: lwright@schulich.yorku.ca

บทย่อ

ศึกษาถึงผลของการวิจัยในตัวเจ้าของของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งแสดง ความแตกต่างระหว่างบุรุษและสตรีในการใช้ อี – ธุรกิจ รวมทั้งข้อแตกต่างระหว่างสตรีด้วยกันเองในระบบ เศรษฐกิจที่ต่างกัน

เน้นถึง อี – ธุรกิจที่ทำธุรกิจข้ามพรมแดนระหว่างประเทศทั้งนี้การนำเสนอ จบที่การให้คำแนะนำผู้ประกอบการสตรีและผู้กำหนดนโยบายของรัฐ

.....