

ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อเข้าสู่ตลาดการ  
แข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

The Thai Condiment Entrepreneurs' Competency to the Market  
Competition in the ASEAN Economic Community (AEC)



ธันยมัย เจียรกุล  
ณัฐพล พนมเลิศมงคล  
สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ  
ปีการศึกษา 2555

ชื่อเรื่อง ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อเข้าสู่ตลาดการแข่งขันใน  
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผู้วิจัย รัชมย์ เกียรกุล ญัฐพล พนมเลิศมงคล และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

สถาบัน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ปีที่พิมพ์ 2557

สถานที่พิมพ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

แหล่งที่เก็บรายงานฉบับสมบูรณ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

จำนวนหน้างานวิจัย 202 หน้า

คำสำคัญ เครื่องปรุงรสไทย ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ศักยภาพของผู้ประกอบการ การบริหาร  
จัดการ ความสามารถในการประกอบการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

### บทคัดย่อ

รายงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อเข้าสู่ตลาด  
การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาให้ทราบ (1) ปัจจัยการ  
บริหารจัดการของผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ  
เครื่องปรุงรสไทย เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (2) ปัจจัยความสามารถในการประกอบการ  
ที่ส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อเข้าสู่ประชาคม  
เศรษฐกิจอาเซียน และ (3) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ  
ปรุงรสไทย เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ( In-depth Interview )  
ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการเครื่องปรุงรสไทย จำนวน 11  
แห่ง และบริษัทผู้ซื้อเครื่องปรุงรสไทยรายหลัก จำนวน 5 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 16 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ 4 ด้านนั้น ด้านกลุ่ม  
ลูกค้าเป้าหมายคือ ลูกค้าบุคคล ทุกระดับ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือ โรงแรม ร้านอาหาร  
โรงเรียนสอนทำอาหาร ด้านความสามารถหลัก เครื่องปรุงรสไทยต้องรักษารสชาติและเอกลักษณ์  
ความเป็นไทยแบบดั้งเดิมไว้ ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้ ธุรกิจต้องมีการลดต้นทุนวัตถุดิบ ภาษี และการ  
ขนส่ง โดยการสร้างพันธมิตรกับผู้ผลิตวัตถุดิบ และด้านข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งในประเด็นนี้  
แบ่งเป็นด้านผู้ประกอบการ และด้านรัฐบาล ซึ่งในด้านผู้ประกอบการต้องมีการคิดค้นนวัตกรรม

สินค้าใหม่อยู่เสมอ เน้นการคัดเลือกแรงงานที่มีคุณภาพ มีการจัดการการผลิตและการรักษาคุณภาพ สินค้าให้ได้ตามมาตรฐานสากล ให้ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป และต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อบังคับ กฎหมาย และระเบียบในการทำการค้าในแต่ละประเทศ รวมถึงเข้าใจวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคของคนในแต่ละประเทศ มีการสร้างตราสินค้าและสื่อสารตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและมีความเข้มแข็ง เน้นสินค้าที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนในด้านรัฐบาลนั้น ผู้ประกอบการต่างมีความคิดเห็นว่า รัฐบาลต้องให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในเรื่องโครงสร้างราคา แหล่งทุนต้นทุนต่ำ ความรู้เกี่ยวกับประเทศต่างๆ ส่วนปัจจัยด้านความสามารถในการประกอบการ มี 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ต้องมีโครงสร้างองค์กรที่ดี การจ้างแรงงานมักจะจ้างแรงงานคนไทยมากกว่าแรงงานต่างด้าว มีการเน้นการอบรม พัฒนาบุคลากรของตนเองอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทั้งในระดับบริหารและพนักงาน มีการกำหนดค่าตอบแทน สวัสดิการ และค่าครองชีพให้จูงใจ พัฒนาทั้งคนและกระบวนการในการปฏิบัติงาน และมีการสื่อสารระหว่างผู้บริหารและพนักงานอย่างสม่ำเสมอ 2) ด้านการตลาด ผู้ประกอบการต้องสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และรักษารสชาติดั้งเดิมและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและทันสมัย การตั้งราคาเครื่องปรุงรสไทย ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ และควรให้ความสำคัญการเลือกใช้ช่องทางจำหน่ายที่ครอบคลุม และควรให้ความสำคัญการสื่อสารการตลาดทุกรูปแบบ โดยผ่านเครื่องมือการจัดแสดงสินค้า การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ 3) ด้านการดำเนินการผลิต ต้องมีการวางแผนการจัดหาวัตถุดิบที่แม่นยำ และมีแหล่งวัตถุดิบเป็นของตนเอง หรือมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตวัตถุดิบ หากจำเป็นต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ต้องมีการบริหารต้นทุนในด้านการขนส่งให้ดี ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาสินค้า และควรมีการควบคุมคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอน 4) ด้านการเงินและบริหารความเสี่ยงทางการเงิน ควรมีการจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำ มีการกำหนดแผนการดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว รักษาเครดิตของตนเองกับทางธนาคารที่ดี และบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยการทำ Forward สกุลเงิน

Research Title The Thai Condiment Entrepreneurs' Competency to the Market Competition in the ASEAN Economic Community (AEC)

Researcher(s) Tanyamai Chiarakul, Nattapon Panomlertmongkol and Suthinan Promsuwan

Institution Huachiew Chalermprakiet University

Year of Publication 2014

Publisher Huachiew Chalermprakiet University

Sources Huachiew Chalermprakiet University

No. of Pages 202 pages

Keywords Thai Condiment, AEC, Entrepreneurs' Competency, Management, Entrepreneurial Capabilities

Copyright Huachiew Chalermprakiet University

#### **ABSTRACT**

This research project was a study on “The Potential of Thai Condiment Entrepreneurs towards ASEAN Economic Community (AEC)”. It focused on 1) Related factors on “Management of Entrepreneurs”, regarding effects on competitive potential towards AEC, 2) Factors on “Entrepreneurial Capabilities”, regarding effects on competitive potential towards AEC, and 3) Guidelines for development of entrepreneur’s competitive potential towards AEC. Research methodologies used were mainly in-depth interview and analysis on secondary data collected from two groups of samples, including eleven condiment entrepreneurs and five buyers of Thai condiment products in Thailand.

The result showed that the factors on management and administration of entrepreneurs, divided into four categories as follow. Firstly, main customers were individuals from all levels while minor customers consisted of hotels, restaurants and cooking schools. About main capability, Thai condiment products should maintain traditional and original taste. Next, outcome of competitive cost study showed that cost reduction on raw materials, taxes and transportations should be implemented by building up relationships with suppliers / producers of raw materials. Regarding the competitive advantage, it had been analyzed in two aspects, entrepreneurs and governments. Entrepreneurs should encourage innovations, focused on labor quality and production management in order to ensure product quality and acquire international certification

in accordance with global standards. Moreover, they should acquire a clear understanding on trade rules and regulations as well as cultures and consumer behaviors in responding country. Besides that, entrepreneurs should create trademarks, promote their own brands and at the same time enhancing environmental-friendly goods with Corporate Social Responsibility. For governments, entrepreneurs expected that governments should provide assistance and supports in market price structure control, low cost material resources and information on various countries.

About entrepreneurial capabilities, there were four related factors. 1) Human Resources Management; appropriate organizational structure was required. Thai condiment industry mostly hired Thai workers rather than foreign workers. Training and personnel development activities were provided regularly and continuously in both management and operational levels. Competitive compensation packages and welfares were fairly provided. In addition, development on personnel and operation processes as well as cross-communication between management and employees were conducted periodically. 2) Marketing; innovations were encouraged. Original taste and distinctive traditional Thai characteristics were preferable. However, packaging should be modified into modern designs. Pricing of Thai condiment products should be aligned with quality. Furthermore, entrepreneurs should pay attention to suitable distribution channels and diverse marketing communication strategies through trade fairs and exhibitions, advertising, sales promotion and social media. 3) Production; accurate raw material planning was essential. And it was better to buildup either one's raw material resources or strong relationship with producers of those inputs. In case of imports, transportation costs should be managed efficiently. Modern Technologies should be applied to production processes. Accordingly, a certain Research and Development (R&D) as well as a strict quality control unit should be setup. 4) Finance and financial risk management; funding of the business should bear low cost. Moreover, both short-term and long-term operation plan should be setup clearly. And more importantly, it was recommended to maintain good credits with commercial banks and manage exchange rate risks by using forward contracts.

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณราย แสงวิเชียร คณบดีคณะบริหารธุรกิจและมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ที่ให้การสนับสนุนทั้งในด้านงบประมาณวิจัย เวลา และแหล่งค้นคว้าข้อมูล และได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากผู้ประกอบการและผู้บริหารบริษัทผลิตเครื่องปรงรสีไทย รวมทั้งบริษัทผู้ซื้อเครื่องปรงรสีไทยทุกท่าน ที่ได้สละเวลาในการให้สัมภาษณ์และเพิ่มพูนข้อมูลแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยตระหนักถึงความเสียสละของทุกท่าน และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ รวมถึงผู้ร่วมวิจัยทุกท่านที่ได้ช่วยลงแรงกาย แรงใจ และเสียสละเวลาในการทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ประสบความสำเร็จด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ ให้แก่เหล่าคณาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบความกตัญญูคุณเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขออภัยไว้เพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่าน ที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

คณะผู้วิจัย  
พฤษภาคม 2557