

ผลกระทบจากวิกฤติโควิด-19 กับวิสาหกิจชุมชน

ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง

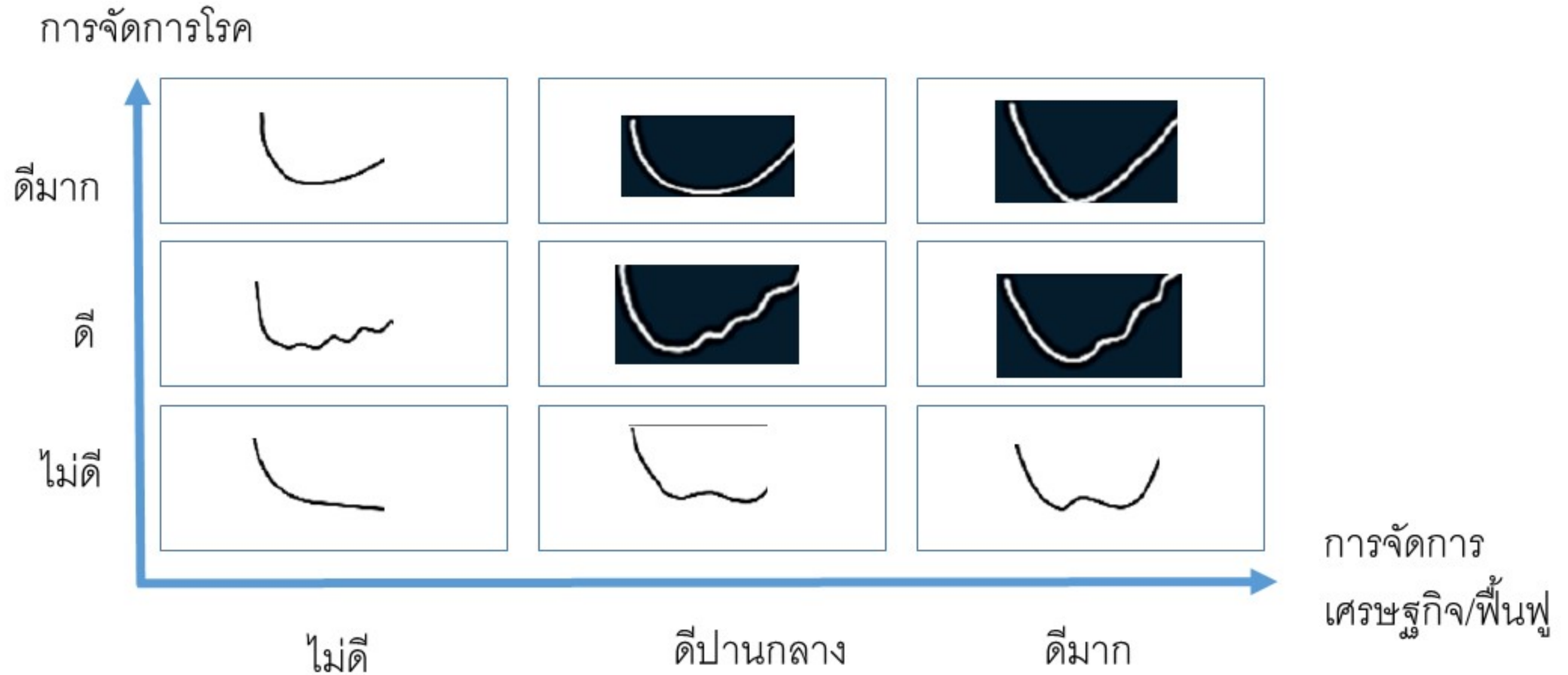
รองคณบดีฝ่ายสื่อสารองค์กรและพันธกิจสังคม

วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

11 เมษายน 2563

ประเมินสถานการณ์ ผลกระทบ และความยืดหยุ่น

ปรับปรุงจากเอกสารของ McKinsey & Company



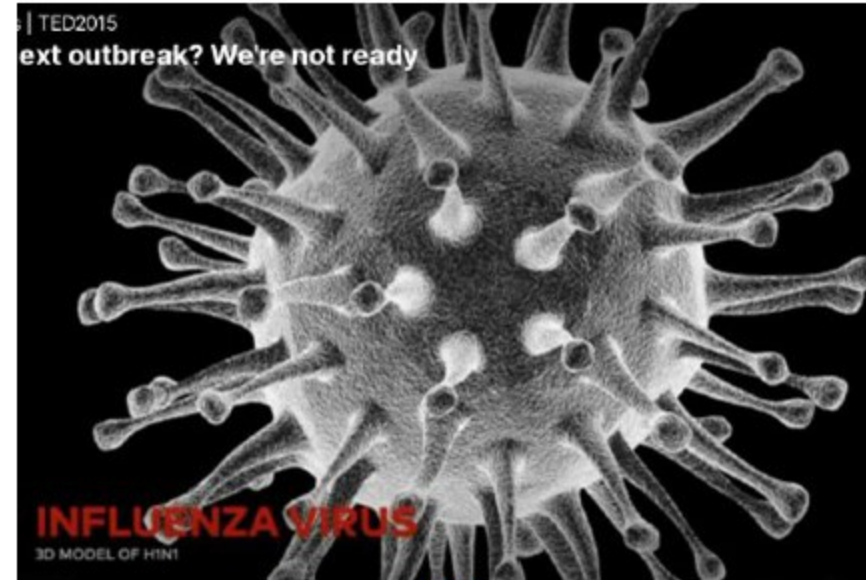
สถานการณ์จะยืดเยื้ออย่างไร



ลักษณะของปัญหาและผลกระทบ

วิกฤตินี้จะนำไปสู่ภาวะ **great depression** ของโลก เหมือนกับหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 อันเนื่องมาจากความเสียหายที่เกิดขึ้น เป็นความเสียหายที่มีต่อภาคบริการ และการบริการของเมือง ทั้งสาธารณะและเอกชน ซึ่งต่างจากวิกฤติทางการเงินของผู้ประกอบการ (หรือระบบเศรษฐกิจและการเงิน) เหมือนปี 2540

การเดินทาง ทั้งในและระหว่างประเทศ จะฟื้นตัวอย่างช้าๆ ที่สำคัญไปกว่านั้น คือ จะเกิดสภาวะของ **การหดตัวของอุปสงค์รวมทางการตลาด / ของระบบเศรษฐกิจ**



การหดตัวของอุปสงค์รวม

ธุรกิจ/วิสาหกิจบางประเภทเสียหายอย่างรุนแรง เช่น ท่องเที่ยวโดยชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชน ฯลฯ

ข้อเสนอแนะเบื้องต้นต่อองค์กรชุมชน

องค์กรชุมชน = วิสาหกิจชุมชนที่รวมตัวกันขึ้นเป็นองค์กรเพื่อการประกอบการ



กลุ่มนี้ จะคล้ายคลึงกับธุรกิจ
หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ
และอาหารจำเป็นสำหรับ
**stay at home or
work from home**

วิสาหกิจชุมชนที่มีฐานการ
ค้าขายออนไลน์ และมี
ผลิตภัณฑ์บริการด้าน
อาหารเพื่อสุขภาพ และ
สมุนไพร

วิสาหกิจด้านท่องเที่ยว
เครื่องแต่งกาย ของที่ระลึก/
ของฝาก

วิสาหกิจกลุ่มนี้ต้องการ
กลยุทธ์การปรับตัวและ
การสร้างสรรค์

กลุ่มนี้ จะได้รับผลกระทบ
มากกว่าธุรกิจท่องเที่ยวกระแส
หลัก เพราะไม่มีสายป่านแบบ
ธุรกิจทั่วไป โอกาสที่ล้มหาย
ตายจากไป (แม้ว่าโควิดจะ
หายไป) จะมีสูงมาก

ข้อเสนอแนะเบื้องต้นต่อองค์กรสนับสนุน

องค์กรสนับสนุน = หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ที่ทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรชุมชน

Consult &
coaching

ไปช่วยสนับสนุนการนำสินค้า
ของชุมชนที่ยังไปต่อได้ เข้าสู่
ตลาดแบบออนไลน์

Co-creation &
Co-production

ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และเพิ่ม
การสร้างสรรคให้สอดคล้อง
สถานการณ์

Social
investment
project

ประสานเครือข่ายเงินทุน
สนับสนุนเศรษฐกิจภาคชุมชน
เช่น **COVIDCAP.COM**