

# SMEs



## รายงานภาวะเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สาขาบริการสารสนเทศ



โดย ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายพื้นที่/รายสาขา  
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
เมษายน 2552

## คำนำ

รายงานฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา (รส.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานสถานการณ์ภาวะทางเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาขาบริการ ซอฟต์แวร์และ Digital Content ซึ่งเป็นการนำผลการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายงานสาขา และโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายงานสาขา ที่สำนักงานฯ ร่วมกับศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาได้ มาวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา

ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา สสว.

เมษายน 2552

## สารบัญ

	หน้า
บทนำ ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย	
1. โครงสร้างและสถานภาพของสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	
1.1 ลักษณะทั่วไปของบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	1
1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน	2
1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ	3
2. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) สาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	5
3. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) สาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	7
4. ปัญหาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	8
5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	8
6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs สาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	9
7. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ	18
8. แนวโน้มของบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	18
9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	19
10. ตัวอย่างโครงการบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content	19
<b>ภาคผนวก</b>	
<b>สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content</b>	
<b>บรรณานุกรม</b>	

## บทนำ

### ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค โดยมีจำนวนถึงประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาททางเศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าวตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs การนำเข้าและส่งออกของ SMEs การบริโภคภาคเอกชน การค้า การลงทุนของ SMEs และการจ้างงานของ SMEs บทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ ร้อยละ 38.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.1 ของมูลค่าการส่งออกรวม และการจ้างงาน ร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด

#### 1. นิยามการจำแนกขนาด SMEs

การจำแนกขนาดอุตสาหกรรม SMEs ยึดหลักเกณฑ์ตามกฎหมายกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง	
	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร
กิจการการผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	26-50	เกินกว่า 50-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30	16-30	เกินกว่า 30-60

#### 2. โครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศไทยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย โดยจัดเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2,366,227 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด ทั้งนี้ แบ่ง SMEs ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้ SMEs ที่อยู่ภาคการค้าและซ่อมบำรุง จำนวน 973,248 ราย หรือร้อยละ 41.1 จำนวนรองลงมาได้แก่ SMEs ที่อยู่ในภาคการบริการ 708,841 ราย หรือร้อยละ 30.0 และที่อยู่ในภาคการผลิตรวม จำนวน 668,185 ราย หรือร้อยละ 28.2 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด

ตารางที่ 1 จำนวนและการจ้างงานของวิสาหกิจ ปี 2547 - 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทกลุ่มธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	2547			2548			2549			2550		
	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total
<b>จำนวนวิสาหกิจ (ราย)</b>												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	1,384	865,906	867,923	1,481	878,020	880,134	1,211	938,057	939,646	1,266	973,248	974,929
ภาคบริการ	1,106	621,242	623,177	1,138	644,032	646,003	1,192	673,120	674,464	1,223	708,841	710,371
ภาคการผลิตรวม	1,785	691,926	694,026	1,818	696,816	698,949	1,817	661,055	663,465	1,828	668,185	670,596
อื่นๆ	36	20,068	24,524	37	20,201	24,667	12	17,564	21,220	7	15,963	19,472
<b>รวม</b>	<b>4,311</b>	<b>2,199,130</b>	<b>2,209,650</b>	<b>10,493</b>	<b>2,239,069</b>	<b>2,249,753</b>	<b>4,232</b>	<b>2,289,796</b>	<b>2,298,795</b>	<b>4,324</b>	<b>2,366,227</b>	<b>2,375,368</b>
<b>จำนวนการจ้างงาน (คน)</b>												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	433,286	2,331,196	2,764,482	444,493	2,358,189	2,802,682	379,808	2,376,968	2,756,776	401,670	2,431,432	2,833,102
ภาคบริการ	466,515	2,693,370	3,069,885	480,526	2,639,440	3,119,966	536,783	2,857,284	3,394,067	632,213	3,007,968	3,640,181
ภาคการผลิตรวม	1,711,724	3,431,553	5,143,277	1,734,386	3,459,096	5,193,482	1,726,494	3,402,699	5,129,193	1,776,884	3,460,967	5,237,851
อื่นๆ	3,138	1,374	4,512	3,138	1,435	4,573	443	176	618	-	200	200
<b>รวม</b>	<b>2,614,663</b>	<b>8,357,493</b>	<b>10,972,156</b>	<b>2,662,543</b>	<b>8,458,160</b>	<b>11,120,703</b>	<b>2,643,528</b>	<b>8,637,126</b>	<b>11,280,654</b>	<b>2,810,767</b>	<b>8,900,567</b>	<b>11,711,334</b>

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### 3. บทบาททางเศรษฐกิจของ SMEs

#### 3.1 บทบาทด้านการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศในปี 2550 สำหรับ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีมูลค่า 3,244,974.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ มีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 4.2 ต่อปี เมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจพบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม มีบทบาทด้านมูลค่า GDP สูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลางโดยมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อม เท่ากับ 2,175,597.9 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้า คิดเป็นร้อยละ 3.9 และมูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดย่อม มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.6 ของ GDP รวมด้านมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า ในปี 2550 มูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดกลาง เท่ากับ 1,069,376.6 ล้านบาทขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.8 และมีสัดส่วนต่อ GDP รวมคิดเป็นร้อยละ 12.6

โครงสร้างมูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2550 ยังคงมีลักษณะคล้ายคลึงกับปีก่อนหน้าโดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ SMEs มีความเกี่ยวข้องกับภาคการบริการ ภาคการผลิต และภาคการค้าและซ่อมบำรุงเป็นสำคัญ เช่นเดียวกับโครงสร้าง GDP ของประเทศ โดยภาคการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุดมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาได้แก่ ภาคการผลิตซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 30.7 และ ภาคการค้าคิดเป็นร้อยละ 29.1

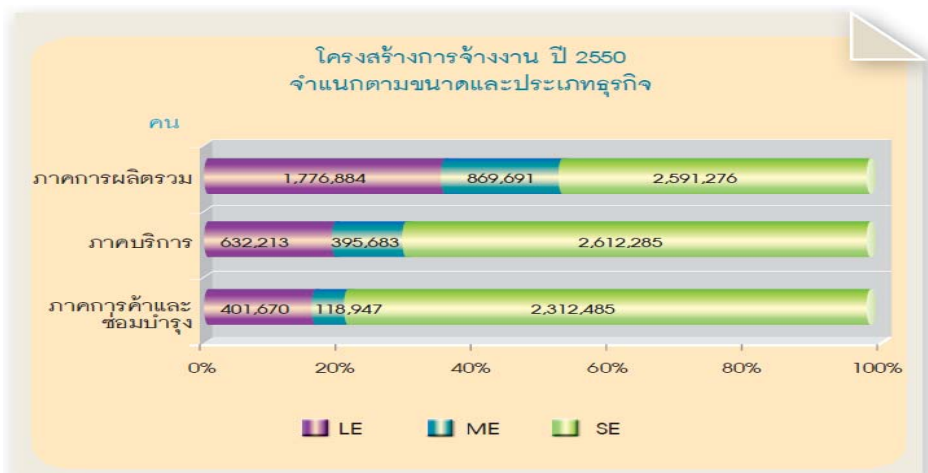
ตารางที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2550 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2546	2547	2548	2549	2550
<b>มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)</b>					
ประเทศ	5,928,974.0	6,503,487.0	7,104,228.0	7,816,474.0	8,485,200.0
ภาคเกษตร	607,863.0	654,810.0	706,285.0	836,077.0	967,091.0
ภาคนอกเกษตร	5,321,111.0	5,848,677.0	6,397,943.0	6,980,397.0	7,518,109.0
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2,691,814.3	2,954,382.0	3,260,301.3	3,589,655.1	3,889,567.5
- SMEs	2,367,109.7	2,598,656.9	2,816,640.7	3,041,895.9	3,244,974.5
• วิสาหกิจขนาดย่อม	1,613,005.2	1,761,455.2	1,901,333.5	2,043,460.3	2,175,597.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	754,104.5	837,201.8	915,307.2	998,435.6	1,069,376.6
- วิสาหกิจอื่นๆ	262,187.0	295,638.0	321,001.0	348,846.0	383,567.0
<b>สัดส่วน (ร้อยละ)</b>					
ประเทศ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ภาคเกษตร	10.3	10.1	9.9	10.7	11.4
ภาคนอกเกษตร	89.7	89.9	90.1	89.3	88.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	45.4	45.4	45.9	45.9	45.8
- SMEs	39.9	40.0	39.6	38.9	38.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	27.2	27.1	26.8	26.1	25.6
• วิสาหกิจขนาดกลาง	12.7	12.9	12.9	12.8	12.6
- วิสาหกิจอื่นๆ	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5
<b>อัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาคงที่ (ร้อยละ)</b>					
ประเทศ	7.1	6.3	4.5	5.1	4.8
ภาคเกษตร	12.7	(2.4)	(1.9)	3.8	3.9
ภาคนอกเกษตร	6.5	7.4	5.2	5.2	4.8
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	8.5	7.4	5.6	5.4	5.5
- SMEs	4.6	7.6	4.9	5.5	4.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	3.9	6.9	4.7	5.4	3.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	6.2	9.1	5.2	5.5	4.8
- วิสาหกิจอื่นๆ	3.0	3.2	3.9	0.0	3.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมวลผลโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
หมายเหตุ : วิสาหกิจอื่นๆ คือ การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ

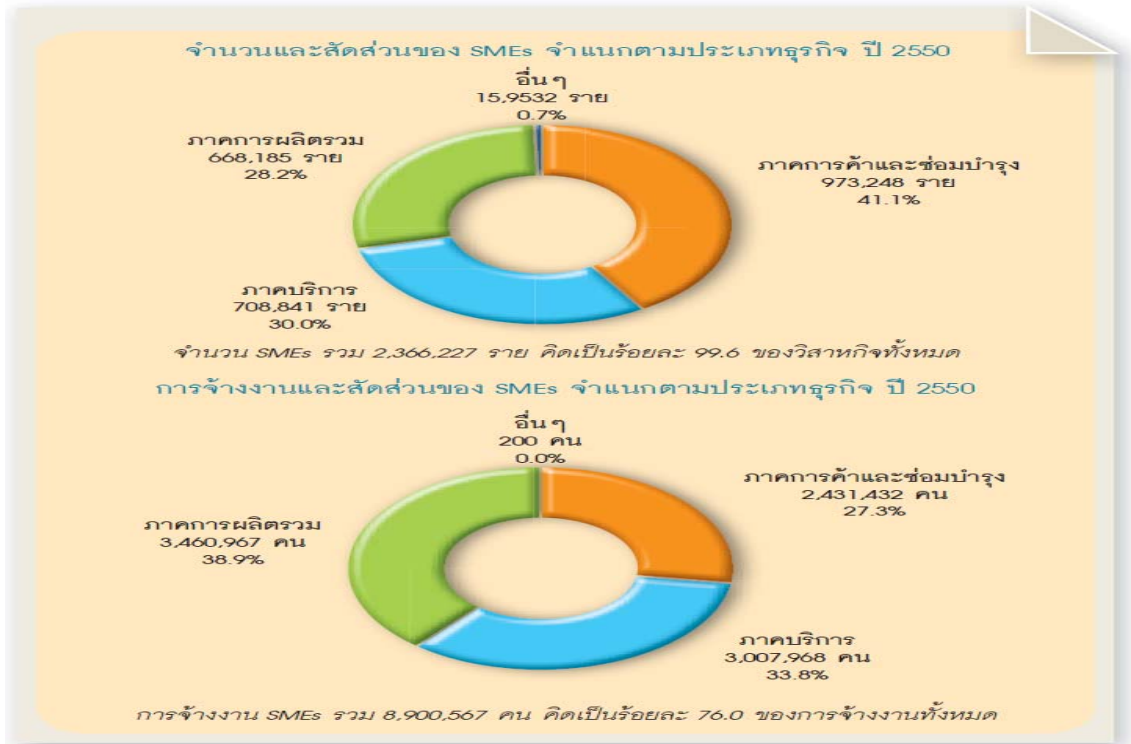
### 3.2 บทบาทด้านการจ้างงาน

แผนภาพที่ 1 โครงสร้างการจ้างงาน ปี 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคมประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

## แผนภาพที่ 2 โครงสร้างจำนวน SMEs และการจ้างงานของ SMEs ปี 2550 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย มีการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 11,711,334 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ 2,810,767 คน และเป็นการจ้างงานใน SMEs จำนวน 8,900,567 คน หรือร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งสิ้น โดยภาคการผลิตเป็นประเภทธุรกิจที่มีการจ้างงานสูงที่สุดร้อยละ 38.9 ของการจ้างงาน ใน SMEs ทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ภาคบริการ ร้อยละ 33.8 และภาคการค้า ที่มีจำนวน SMEs สูงที่สุดนั้นมีการจ้างงานเพียงร้อยละ 27.3 ของการจ้างงานใน SMEs ทั้งหมด

### 3.3 บทบาทด้านการค้าระหว่างประเทศของ SMEs

ตารางที่ 3 สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อการส่งออกรวม ปี 2550

	2548	2549	2550
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ TOTAL EXPORT	29.7%	29.1%	30.1%
สัดส่วน SMEs IMPORT ต่อ TOTAL IMPORT	32.4%	32.7%	29.8%
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ GDP SMEs	40.5%	44.3%	48.8%
สัดส่วน TOTAL EXPORT ต่อ GDP รวมของประเทศ	52.3%	58.3%	61.9%

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 10,126,995.0 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกรวม 5,254,999.3 ล้านบาท มูลค่าการนำเข้ารวม 4,871,995.7 ล้านบาท เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งออกโดยรวมของประเทศ สำหรับ SMEs ในปี 2550 มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศรวม 3,036,484.9 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกของ SMEs จำนวน 1,583,310.1 ล้านบาท และเป็นมูลค่าการนำเข้าของ SMEs รวม 1,453,174.9 ล้านบาท ทั้งนี้การส่งออกของ SMEs มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 10.1 ในขณะที่การนำเข้าหดตัวลงกว่าปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 8.8

#### 4. โครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs

ตามผลการศึกษาโครงการแผนการปรับโครงสร้าง SMEs รายสาขา ซึ่ง สสว. ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทำการศึกษา ได้จำแนกโครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs ในประเทศไทย ออกเป็น 3 ภาค ได้แก่

##### 1) ภาคการผลิต ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

- อุตสาหกรรมวิศวกรรม หมายถึง อุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรกลหรือเทคโนโลยีระดับสูง (High – technology Industries) ในการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม ในบางขั้นตอนการผลิตเป็นเพียงการประกอบชิ้นส่วนโดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง จึงมีผู้ประกอบการ SMEs อยู่เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งออกเป็น 6 สาขา ได้แก่ เหล็กและโลหะประดิษฐ์ เครื่องจักรกล แม่พิมพ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน

- กลุ่มอุตสาหกรรมเบาที่ใช้แรงงานเข้มข้น หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนแรงงานในการผลิตสูง โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ สิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์พลาสติก

- กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง อุตสาหกรรมที่พึ่งพาวัตถุดิบทางการเกษตรเป็นหลัก โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ อาหาร ยาและสมุนไพร เฟอร์นิเจอร์ไม้ ผลิตภัณฑ์ยาง เซรามิกส์

##### 2) ภาคการค้า ประกอบด้วย 2 สาขา ได้แก่ การค้าปลีก และการค้าส่ง

##### 3) ภาคบริการ ประกอบด้วย 9 สาขา ได้แก่ บริการท่องเที่ยว สปาและบริการสุขภาพ ร้านอาหาร การก่อสร้าง บริการขนส่งและโลจิสติกส์ บริการซอฟต์แวร์และDigit Content บริการศึกษา บริการออกแบบ บริการที่ปรึกษา

#### 5. สถานการณ์และปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กล่าวคือ



1. **การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจ** มีการรวมตัวทางเศรษฐกิจทั้งในระดับทวีปาคี ภูมิภาค และพหุภาคี รวมทั้งบทบาทที่เพิ่มขึ้นของประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะจีนและอินเดีย

2. **การเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินโลก** เกิดวิกฤตทางการเงิน ความไม่สมดุล ของเศรษฐกิจประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเงินสกุลต่างๆ ในโลก ตลาดการเงินและ ตลาดทุนมีความเชื่อมโยงกันทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ

3. **การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี** มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของ Information and Communication Technology (ICT) เป็นยุคที่มีการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีหลัก ได้แก่ Biotechnology Material Technology และ Nanotechnology

4. **การเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม** ปัจจุบันทั่วโลกต่างหันมาให้ความสำคัญกับ ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อันเนื่องมาจากความไม่สมดุลกลมกลืนระหว่างการผลิตกับ สภาพแวดล้อม มีการกล่าวถึงเรื่องของ Global Warming และหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

5. **พฤติกรรมผู้บริโภค** การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้ ถึงโอกาสของธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจที่ต้องปรับตัวให้เสนอสินค้าและ บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

6. **การขาดสภาพคล่องทางการเงิน** ในกลุ่ม SMEs เนื่องจากสถาบันการเงินเริ่ม เข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อ

7. **ความผันผวนของต้นทุนพลังงาน และอัตราการแลกเปลี่ยน**

8. **เสถียรภาพทางการเมืองของประเทศ**

ดังนั้นทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมและ SMEs ควรให้ความสำคัญของความ ต่อเนื่องของนโยบาย ในอนาคตอุตสาหกรรมจะเกิดการขยายตัวด้วยการ**เพิ่มผลิตภาพการผลิต** (Productivity) มุ่งเน้นการพึ่งพาวัตถุดิบในประเทศมากขึ้น ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของการผลิตบนฐานความรู้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม **มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพมาตรฐานในด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ ประหยัดพลังงาน** เพื่อลดข้อจำกัดในการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้าที่ใช้ปัจจัยดังกล่าว เป็นกำแพงทางการค้า ตลอดจน**ส่งเสริมให้เกิดและยกระดับเครือข่ายวิสาหกิจในลักษณะ เครือข่าย**ให้ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานทั้งระดับประเทศ ภูมิภาคและโลก

-----

# บริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

## 1. โครงสร้างและสถานภาพของสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

### 1.1 ลักษณะทั่วไปของบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

ตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Telecommunication Technology: ICT) โดยเฉพาะสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ถือได้ว่าเป็นสาขาบริการใหม่ที่เพิ่งจะมีบทบาทต่อทั้งภาคธุรกิจและการบริโภคภายในประเทศในช่วงไม่กี่สิบปีที่ผ่านมา จากคำจำกัดความของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) ได้จำแนกสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ออกเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่หนึ่ง สาขาสื่อสาร (Communications) และกลุ่มที่สอง สาขาไอทีหรือสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ซึ่งครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ 1. กลุ่มธุรกิจอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ (Computer Hardware) 2. กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ (Computer Software) และ 3. กลุ่มธุรกิจบริการด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Services)

สำหรับการศึกษาในสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content สำหรับ SMEs นี้ จะไม่นับรวมสาขาสื่อสาร (Communications) และกลุ่มธุรกิจอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ (Computer Hardware) เนื่องจากทั้งสองกลุ่มธุรกิจควรจะถูกนับรวมในภาคการผลิต และมีลักษณะการดำเนินการโดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่เป็นหลัก เพื่อให้เกิดความประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of scale) ดังนั้น กลุ่มธุรกิจที่ให้บริการโดยวิสาหกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ (Computer Software) กลุ่มธุรกิจบริการด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Services) และกลุ่มธุรกิจบริการ e-commerce

ผู้ศึกษาได้จัดแบ่งสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจหลัก 3 ประเภท ได้แก่

1. กลุ่มธุรกิจการผลิตซอฟต์แวร์สำเร็จรูป
2. กลุ่มธุรกิจการพัฒนาเนื้อหาทางดิจิทัล และ
3. กลุ่มธุรกิจบริการด้านซอฟต์แวร์ ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละกลุ่มธุรกิจ ดังนี้

#### ก. กลุ่มธุรกิจการผลิตซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (Package Software) ได้แก่

1) ระบบปฏิบัติการ (Operating System) เช่น Microsoft Windows หรือ Linux ซึ่งทำหน้าที่ควบคุมบริหารจัดการระบบของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล หรือ Symbian ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

2) โปรแกรมประยุกต์ (Application Solution) ได้แก่ Microsoft Office และ Pladao Office ซึ่งทำหน้าที่ช่วยงานด้านการจัดพิมพ์การทำตาราง กราฟ งานแสดงผล และฐานข้อมูลอย่างง่าย หรือซอฟต์แวร์ที่ใช้บริหารจัดการธุรกิจเฉพาะด้าน เช่น งานบัญชี การตลาด งานบุคคล งานพัสดุ เป็นต้น

3) โปรแกรมบริหารฐานข้อมูล (Database Management) เป็นซอฟต์แวร์ที่ช่วยด้านการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระบบ โดยสามารถสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะต่างๆ ซึ่งทำให้สามารถดึงข้อมูลออกมาจัดแสดงในรูปแบบต่างๆ ได้ง่าย เช่น Microsoft SQL หรือ Oracle เป็นต้น

4) เครื่องมือที่ใช้พัฒนาซอฟต์แวร์ (Software Tools) เช่น Java Tool Kits เป็นต้น

5) Middleware และ System Software เช่น Antivirus และ Network Program เป็นต้น

**ข. กลุ่มธุรกิจการพัฒนาเนื้อหาทางดิจิทัล (Digital Content) ได้แก่**

งานพัฒนาแอนิเมชันและกราฟิกดีไซน์ งานออกแบบเว็บไซต์ งานพัฒนาเกมส์และสื่อ (Content) บนอุปกรณ์ไร้สาย ตลอดจน งานพัฒนาสื่อสำหรับการเรียน (Computer Assisted Instruction) และ E-Learning งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-commerce เป็นต้น

**ค. การบริการด้านซอฟต์แวร์ (Software Service) ได้แก่**

งานบริการ Professional Service เช่น งานให้คำปรึกษา รับจ้างออกแบบ พัฒนา และวางระบบซอฟต์แวร์ให้กับองค์กร งานการป้องกัน บำรุงรักษา ดูแลระบบ (Maintenance Service) เป็นต้น

**1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน**

บริการซอฟต์แวร์และ Digital Content นับเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในภาคบริการ โดย SMEs มีบทบาทอย่างยิ่งในการขับเคลื่อน จากข้อมูลของศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สสว. พบว่าในปี 2550 บริการซอฟต์แวร์และ Digital Content มีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 8,201 ราย เป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 8,196 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.94 ในส่วนของการจ้างงาน SMEs บริการซอฟต์แวร์และ Digital Content มีการจ้างงานถึง 32,654 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 92.61 ของการจ้างงานรวมในสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

**ตารางที่ 1 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550**

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
7210	การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับฮาร์ดแวร์	214	-	-	214	214	2.61	0.00	2.61
7220	การให้คำปรึกษาและการจัดหาเกี่ยวกับซอฟต์แวร์	2,805	8	1	2,813	2,814	34.30	0.01	34.31
7230	การประมวลผลข้อมูล	1,534	-	-	1,534	1,534	18.71	0.00	18.71
7240	กิจกรรมด้านฐานข้อมูล	729	1	1	730	731	8.90	0.01	8.91
7250	การบำรุงรักษาและการซ่อมแซมเครื่องจักรสำนักงาน เครื่องทำบัญชี และเครื่องคำนวณ	1,381	1	-	1,382	1,382	16.85	0.00	16.85

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
7290	กิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์	1,520	3	3	1,523	1,526	18.57	0.04	18.61
<b>รวม</b>		<b>8,183</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>8,196</b>	<b>8,201</b>	<b>99.94</b>	<b>0.06</b>	<b>100</b>

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ,กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักประกันกันสังคม,การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , BOI ,สำนักเทคนิค กทม. , อบจ. 75 จังหวัด ประมวลผลโดย : ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 5 กุมภาพันธ์ 2552

## ตารางที่ 2 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงาน (คน)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
7210	การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับฮาร์ดแวร์	761	-	-	761	761	2.16	0.00	2.16
7220	การให้คำปรึกษาและการจัดหาเกี่ยวกับซอฟต์แวร์	15,963	1,595	-	17,558	17,558	49.80	0.00	49.80
7230	การประมวลผลข้อมูล	3,409	-	-	3,409	3,409	9.67	0.00	9.67
7240	กิจกรรมด้านฐานข้อมูล	1,248	-	394	1,248	1,642	3.54	1.12	4.66
7250	การบำรุงรักษาและการซ่อมแซมเครื่องจักรสำนักงาน เครื่องทำบัญชีและเครื่องคำนวณ	3,228	80	-	3,308	3,308	9.38	0.00	9.38
7290	กิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์	6,086	284	2,211	6,370	8,581	18.07	6.27	24.34
<b>รวม</b>		<b>30,695</b>	<b>1,959</b>	<b>2,605</b>	<b>32,654</b>	<b>35,259</b>	<b>92.61</b>	<b>7.39</b>	<b>100</b>

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ,กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักประกันกันสังคม,การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , BOI ,สำนักเทคนิค กทม. , อบจ. 75 จังหวัด ประมวลผลโดย : ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 5 กุมภาพันธ์ 2552

### 1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ

จากสถิติ Thailand IT Market Outlook 2006 ซึ่งสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) ได้จัดให้มีการสำรวจตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Telecommunication Technology: ICT) ของประเทศไทย ปี 2548 ขึ้น โดยมอบให้ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติทำการสำรวจ เพื่อประเมินมูลค่าตลาด ICT ซึ่งครอบคลุม 4 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ กลุ่มธุรกิจฮาร์ดแวร์ (Computer Hardware) กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ (Computer Software) กลุ่มธุรกิจบริการด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Services) และกลุ่มธุรกิจสื่อสาร (Communications)

ผลการสำรวจมูลค่าตลาดของบริการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ในปี พ.ศ.2549 มีมูลค่าคิดเป็น 149,229 ล้านบาท ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจฮาร์ดแวร์ (Computer Hardware) จะถือครองส่วนแบ่งมากที่สุดเกือบร้อยละ 50ของตลาด โดยมีมูลค่า 71,112 ล้านบาท ในขณะที่กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์(Computer Software) มีอัตราการเติบโตสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 27 มีมูลค่า 50,917 ล้านบาท ในส่วนของกลุ่มธุรกิจบริการด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Services) มีมูลค่าตลาด 7,738 ล้านบาท

สำหรับกลุ่มซอฟต์แวร์ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่ดำเนินงานส่วนใหญ่โดยผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการสำรวจพบว่าเป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดกว่าร้อยละ 27 ซึ่งเป็นมูลค่าตลาดมาจากซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (Packaged Software) 26,283 ล้านบาท และเป็นมูลค่าจากมูลค่าซอฟต์แวร์ที่รับจ้างทำทั้งระบบ (Outsourced Software) 24,634 ล้านบาท

เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายด้านสารสนเทศ (โดยไม่นับรวมตลาดสื่อสาร) ตามภาคต่างๆ ทางเศรษฐกิจ ดังตารางที่ 1 พบว่า ภาคเอกชนมีการใช้จ่ายด้านสารสนเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49 หรือมีมูลค่า 54,317 ล้านบาท ในขณะที่ภาครัฐเรือนและ สถานประกอบการขนาดเล็ก (Small office/Home office: SOHO) มีการใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละ 34 ของตลาด หรือ 37,592 ล้านบาท ภาครัฐมีการใช้จ่ายอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 18 หรือ 19,654 ล้านบาท

ตารางที่ 3 ค่าใช้จ่ายด้านสารสนเทศตามภาคต่างๆทางเศรษฐกิจ ปี 2548

Sector	Spending (Mil. Baht)		Total (Mil. Baht)	Percentage
	Hardware	Software + Computer Services		
1 Enterprises	15,076	39,241	54,317	49
2 Government	12,528	7,108	19,636	18
3 Small Office /Home Office (SOHO)	35,778	1,814	37,592	34
<b>Total IT Spending</b>	<b>63,382</b>	<b>48,164</b>	<b>111,546</b>	<b>100</b>

ที่มา: Thailand IT Market Outlook 2006

ตารางที่ 4 Thailand ICT Market Outlook 2005 –2008

Market	Value (Mil. Bht)				Average Growth (%)
	2005	2006	2007	2008	
Hardware	63,381	71,112	79,737	89,597	12
Software	41,435	50,917	60,795	77,039	23
Computer Services	6,729	7,738	8,899	10,233	15
Communication	309,859	363,286	440,169	557,616	22 <sup>1</sup>
Total ICT Market	421,403	493,053	589,599	734,485	20

Remarks: Average growth rate has been estimated based on historical data and possibility of emerging of 3 G and Wi-max technology in the 3 year time frame period.

ที่มา: Thailand IT Market Outlook 2006

จากตารางที่ 4 แสดงการเติบโตของตลาด ICT ในอีก 3 ปีข้างหน้า (พยากรณ์เมื่อปี พ.ศ. 2548) คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 โดย มูลค่าตลาดรวมจะอยู่ที่ประมาณ 4.9 แสนล้านบาท ถึงประมาณ 7.3 แสนล้านบาท โดยคาดว่ากลุ่มธุรกิจสื่อสารและกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์จะมีการเติบโตมากที่สุด

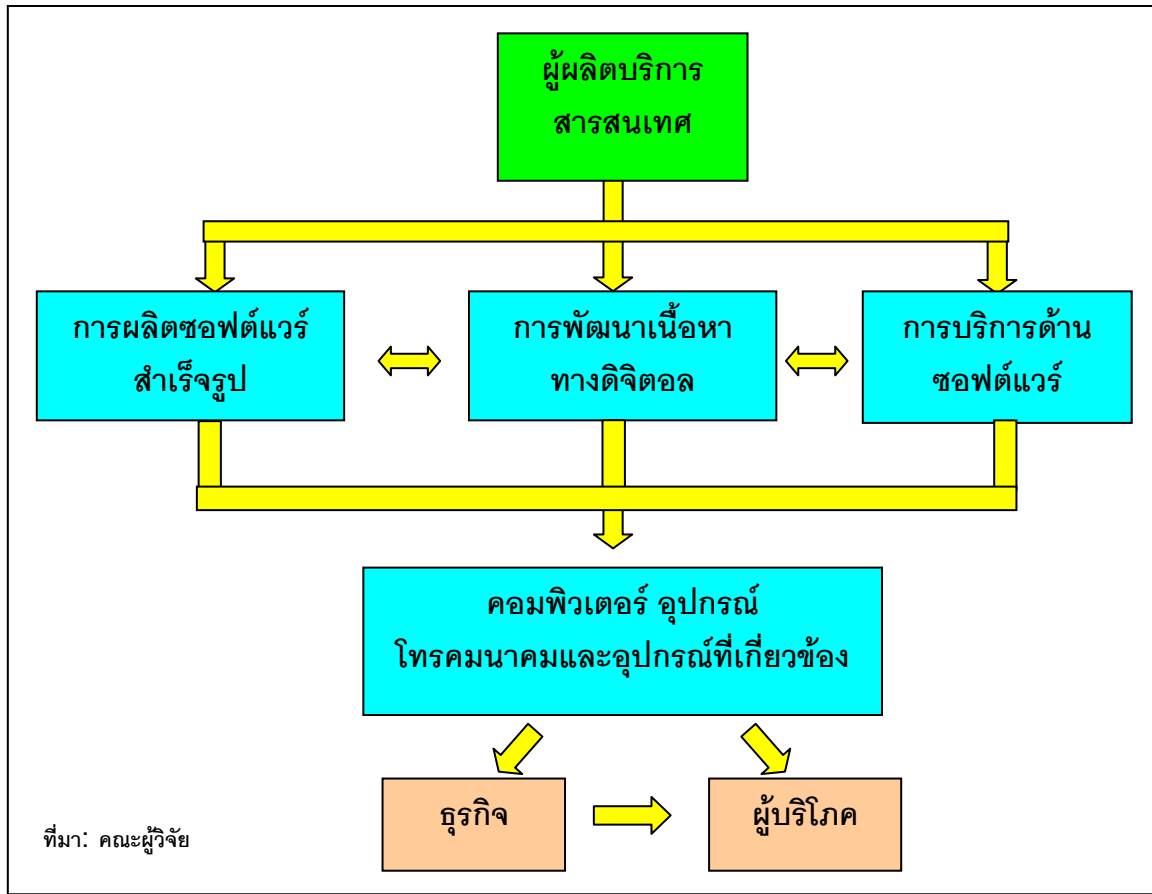
สำหรับการเติบโตในกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์และการบริการ คาดว่าจะมีการเติบโตจากภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่ต้องลงทุนเพื่อการรับมือกับการแข่งขัน โดยตลาดสื่อสารและภาครัฐจะเป็นตัวผลักดันหลักในการลงทุนด้าน Business Solution ทั้งในระบบบริหารทรัพยากรองค์กร ระบบจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) และการสร้างองค์ความรู้ และการเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูลระหว่างระบบ (Enterprises Application Integration) ซึ่งสอดคล้องกับความพยายามผลักดันการนำระบบสารสนเทศไปใช้ในสาขาภาคการผลิตต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการผลิต

## 2. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) สาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

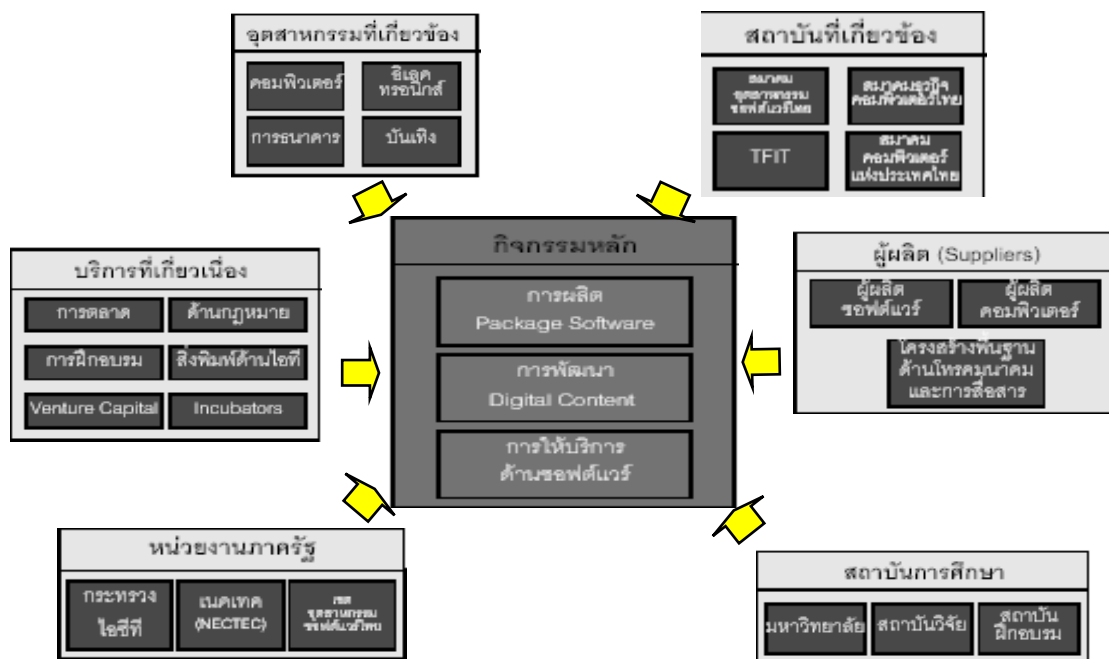
จากภาพที่ 1 จะเห็นว่าภาคบริการ สาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content (SMEs) มีห่วงโซ่อุปทานที่เริ่มจาก ผู้ผลิตซอฟต์แวร์ซึ่งทำหน้าที่ผลิตบริการทั้งสามด้าน คือ ซอฟต์แวร์สำเร็จรูป การผลิตเนื้อหาดิจิทัล และ บริการด้านซอฟต์แวร์ ซึ่งทั้งสามส่วนจะต้องทำงานร่วมกันและประสานกัน เพื่อส่งต่อไปให้กับส่วนที่เป็น Hardware ได้แก่ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์โทรคมนาคมและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจในสาขาอื่นๆ ทั้งด้านการผลิต การค้า และบริการ ตลอดจนถึงผู้บริโภคที่จะเป็นผู้ใช้บริการเหล่านั้นทั้งโดยตรงและโดยอ้อม

ในขณะที่เดียวกันสาขาดังกล่าวก็เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสาขาอื่นอีกมาก ดังแสดงในภาพที่ 2 เริ่มตั้งแต่อุตสาหกรรมต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ การบันเทิง เป็นต้น บริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การตลาด สิ่งพิมพ์ เป็นต้น สถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมด้านสารสนเทศต่างๆ หน่วยงานภาครัฐ และ สถาบันการศึกษา

แผนภาพที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่าของสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content (SMEs)



แผนภาพที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่าของสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content (SMEs)



### 3. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) สาขาบริการซอฟต์แวร์ และ Digital Content

#### จุดแข็ง (Strength)

1. ซอฟต์แวร์ของไทยเด่นในสาขาที่เกี่ยวข้องกับ Graphic design
2. แรงงานในสาขาซอฟต์แวร์ของไทยมีทักษะด้านศิลป์
3. แรงงานในสาขาซอฟต์แวร์ของไทยมีทักษะที่ดีในการพัฒนาเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของคนในประเทศ

#### จุดอ่อน (Weakness)

1. จำนวนบุคลากรที่มีทักษะสูงยังไม่เพียงพอ
2. บริษัทส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ผลงานยังไม่เป็นที่รู้จักและที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีน้อย ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ไทยส่งออกบริการซอฟต์แวร์ได้น้อย
3. ผู้ประกอบการของไทยยังขาดทักษะในการบริหารจัดการที่ดี
4. ผู้ประกอบการของไทยยังขาดทักษะในการทำตลาดต่างประเทศทำให้ซอฟต์แวร์ของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในระดับสากล ส่งผลให้ผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ไทยยังคงเน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลัก
5. ขาดแหล่งทุนในการพัฒนาและขยายกิจการ

#### โอกาส (Opportunity)

1. ประเทศที่พัฒนาแล้วมีแนวโน้มการใช้บริการ Outsourcing เพิ่มขึ้น
2. โครงสร้างประชากรรุ่นใหม่มีความสนใจและมีอุปสงค์ต่อซอฟต์แวร์ที่สูงกว่าคนรุ่นเก่า
3. รัฐบาลเริ่มมีการหันมาสนับสนุนอย่างเฉพาะเจาะจงขึ้นเช่น การตั้ง Software Park
4. มีการพัฒนา Open source software ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อซอฟต์แวร์พื้นฐานได้ในราคาต่ำ และเป็นการเพิ่มอุปสงค์ต่อซอฟต์แวร์อื่นๆ

#### อุปสรรค (Threat)

1. สาธารณูปโภคด้านโทรคมนาคมของไทยยังมีราคาแพงเกินไป
2. การคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญา (IPR) ของไทยยังไม่จริงจังพอ ทำให้ขาดแรงจูงใจในการพัฒนาของตนเอง
3. อุปสงค์ภายในประเทศยังมีปริมาณน้อยเกินไป บริษัทส่วนใหญ่ใช้ software น้อย และนิยมใช้ software จากต่างประเทศ
4. เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก ทำให้ต้อง update บ่อย
5. แหล่งทุนแบบ venture capital ยังไม่รู้จักสาขานี้เท่าที่ควรจึงทำให้หาแหล่งทุนยาก
6. การเปิดแบบทวิภาคีกับสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มที่จะใช้หลักเกณฑ์การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เข้มงวดกว่าของ WTO



#### 4. ปัญหาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

จากผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่าสาเหตุหลักที่ทำให้ไทยส่งออกบริการซอฟต์แวร์ได้น้อย เกิดจากปัญหาคุณภาพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ของไทยยังไม่ได้มาตรฐานสากล และการขาดทักษะในการทำการตลาดต่างประเทศ ทำให้ซอฟต์แวร์ของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในระดับสากล ส่งผลให้ผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ไทยยังคงเน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลัก

ส่วนข้อจำกัดในการส่งออกงานด้านมัลติมีเดียนี้ เกิดจากการที่ผลงานของผู้ประกอบการไทยในด้านนี้ยังไม่เป็นที่รู้จักกันในตลาดโลก ผู้ประกอบการขาดความเข้าใจในวัฒนธรรมและเนื้อหา (Content) ของประเทศอื่นๆ จึงยังไม่สามารถพัฒนาผลงานของตนให้มีความเป็นสากล รวมทั้งขาดประสบการณ์และโอกาสในการทำงานที่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์

ดังนั้นปัจจุบัน ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่จึงเน้นการผลิตงานเพื่อตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ได้แก่ งานพัฒนาโปรแกรมเพื่อธุรกิจของไทย หรืองานด้าน E-Learning, CAI, Web Design และ Mobile Content ซึ่งเน้นการพัฒนาเพื่อรองรับความต้องการของตลาดในประเทศ ซึ่งได้แก่ การออกแบบเสียงเรียกเข้า และการออกแบบรูปภาพหน้าจอที่ใช้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Local Education Content รวมถึงการรับจ้างเขียนเว็บเพจ ส่วนงานรับจ้างเขียนโปรแกรม ผลงาน Animation และ Games จะเป็นแหล่งผลิตสำหรับตลาดในแถบอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น และภูมิภาคอาเซียน

นอกจากนี้สาขานี้ ยังเป็นสาขาในภาคบริการที่ค่อนข้างใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับสาขาการผลิตและสาขาบริการอื่นๆ ทำให้ฐานข้อมูลของกลุ่มผู้ให้บริการส่วนนี้ยังมีไม่ค่อนมากนัก อย่างไรก็ตามปัจจุบันสาขาดังกล่าวได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนโดยตรงจากหน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA), ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เป็นต้น ดังนั้น การจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการในส่วนดังกล่าวได้มีการจัดทำไว้แล้วส่วนหนึ่ง แต่ยังไม่ครบสมบูรณ์เท่าฐานข้อมูลของผู้ประกอบการสาขาอื่นๆ

#### 5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

ตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ถือได้ว่าเป็นสาขาบริการที่ครอบคลุมหลายกลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการสื่อสาร และกลุ่มธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ซึ่งครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ 1. กลุ่มธุรกิจอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ (Computer Hardware) 2. กลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ (Computer Software) และ 3. กลุ่มธุรกิจบริการด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Services) แต่สำหรับ SMEs เป้าหมายสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content จะพิจารณาเฉพาะกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์ และกลุ่มธุรกิจบริการด้านคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ควรจะถือเป็นรวมในภาคการผลิต และมีลักษณะการดำเนินการโดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่เป็นหลัก

ในการคัดเลือก SMEs เป้าหมายซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาได้แก่ กลุ่ม SMEs เป้าหมายจะต้องเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญในห่วงโซ่การผลิต มีความสำคัญในแต่จำนวนกิจการ การผลิต การจ้างงาน การส่งออก และการใช้วัตถุดิบในประเทศ รวมไปถึงมีโอกาสการขยายตัวสูง เป็นต้น ประกอบกับการศึกษาสถานภาพอุตสาหกรรมของสาขาบริการซอฟต์แวร์และDigital Contentดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาทำการคัดเลือกกลุ่มธุรกิจ SME เป้าหมาย โดยมีรายละเอียดแบ่งเป็นกลุ่มๆ พร้อมเหตุผลในการคัดเลือกดังต่อไปนี้

### (1) กลุ่มธุรกิจด้านซอฟต์แวร์ (Computer Software)

ได้แก่ ซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (Package Software) และบริการซอฟต์แวร์ (Software services) เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่ SMEs มีความสำคัญในห่วงโซ่การผลิต มีอัตราการขยายตัวสูงมากถึงร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับการเติบโตของกลุ่มธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และDigital Content ที่มีอัตราการขยายตัวสูงเพียงร้อยละ 20 และเป็นสาขาที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานให้แก่กลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรมสาขาอื่นๆ

นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจดังกล่าว ยังได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมโดยตรงจากสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) ที่ทำหน้าที่ดูแลและพัฒนาผู้ประกอบการในตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Telecommunication Technology: ICT) อีกด้วย

### (2) กลุ่มธุรกิจการพัฒนาเนื้อหาทางดิจิทัล (Digital Content)

ได้แก่ กลุ่มธุรกิจ E-commerce, กลุ่มธุรกิจที่พัฒนาเนื้อหาทางดิจิทัล โดยเฉพาะเพื่อให้เหมาะกับผู้ใช้ของไทย รวมทั้งกลุ่มธุรกิจบริการฝึกอบรมการใช้ซอฟต์แวร์ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุน SMEs สาขาอื่นๆ เช่น กลุ่มธุรกิจ E-commerce ถือได้ว่ามีส่วนช่วยเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายและการทำการตลาดที่มีต้นทุนต่ำให้กับธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีเงินลงทุนต่ำ, กลุ่มธุรกิจที่พัฒนาเนื้อหาทางดิจิทัล ช่วยส่งเสริมสังคมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจที่มีฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) เป็นต้น

## 6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs สาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

### ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน

มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content มีปัจจัยพื้นฐานและประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจที่ดี เพื่อเตรียมพร้อมตั้งรับการแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่จากการเปิดเสรีภาคบริการ และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะถูกขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์หลัก 2 กลยุทธ์ ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์หลักของสสว. คือ กลยุทธ์การสร้างเสริมปัจจัยพื้นฐานที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการ และ กลยุทธ์การเสริมสร้างทักษะการบริหารจัดการ และทักษะความรู้เฉพาะด้าน

## แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน

มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content มีปัจจัยพื้นฐานและประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจที่ดี เพื่อเตรียมพร้อมตั้งรับการแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่จากการเปิดเสรีภาคบริการ และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์รายสาขาที่พยายามผลักดันให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมตามแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (2550-2554) โดยในหลายๆยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมภาคบริการในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ในกลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาบุคลากรภาคบริการ และกลยุทธ์ที่ 4.3 การส่งเสริมการสร้างตราสินค้าในสาขาบริการที่มีศักยภาพ ยุทธศาสตร์ที่ 6 เรื่องการพัฒนาปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจสำหรับ SMEs ในกลยุทธ์ที่ 6.2 การยกระดับความรู้และทักษะของบุคลากรของ SMEs

ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการโลจิสติกส์นี้ จะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆที่หลากหลาย ได้แก่ การสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้, การส่งเสริมและเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการทั้งความรู้เชิงลึกด้านบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content และการบริหารจัดการต่างๆ ตลอดจนการผลักดันมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของตัวผู้ประกอบการบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content เอง เป็นต้น

หน่วยงานของภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content นี้ ได้แก่

- กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมด้านสารสนเทศให้แก่ผู้ประกอบการ เป็นพี่เลี้ยงในการพัฒนาแนวคิดการประกอบการด้านสารสนเทศให้แก่ผู้ประกอบการรายใหม่ และสนับสนุนการพัฒนาระบบเชื่อมโยงฐานข้อมูลต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ให้ภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั้งภาคการผลิต การค้าและบริการ
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
- กระทรวงอุตสาหกรรม มีส่วนร่วมในการศึกษาค้นคว้าและให้ข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการในสาขาอุตสาหกรรมอื่นๆ กับผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content เพื่อการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- กระทรวงพาณิชย์ เน้นผลักดันเรื่องการสร้างปัจจัยพื้นฐานด้านต่างๆ เช่นการจดทะเบียนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นในการให้บริการกับผู้ประกอบการสารสนเทศ ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์และขยายตลาดสู่ต่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ตลอดจนผลักดันด้านสนับสนุนแหล่งเงินทุนต่างๆ

- กระทรวงศึกษาธิการ และสถาบันการศึกษา ทั้งระดับอาชีวศึกษา และอุดมศึกษา ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับความต้องการของตลาดด้านสารสนเทศ ตลอดจนพัฒนาหลักสูตรทั้งการอบรมและปริญญาที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ส่งเสริมและสนับสนุนให้บริการอบรมและเพิ่มทักษะความรู้ด้านบริหารจัดการ และให้คำปรึกษาในการประกอบธุรกิจ
- สมาคมต่างๆ เช่น สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย, สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการในการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเรียกร้องขอความช่วยเหลือในประเด็นต่างๆ และเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ สู่สมาชิก

สำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content นี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเป็นหน่วยงานกลางในการกำกับดูแลภาพรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ ควรทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ประสานงานและให้ข้อมูลต่างๆ กับสมาชิกของสำนักงาน และพยายามขยายฐานสมาชิกเพื่อกระจายข้อมูลต่างๆ เท่านั้น

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะถูกขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์หลักที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์หลักของสสว. โดยแต่ละกลยุทธ์มีโครงการสนับสนุน (ตัวอย่าง) ดังต่อไปนี้

#### **กลยุทธ์ที่ 1.1 การสร้างเสริมปัจจัยพื้นฐานที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการ**

เนื่องจากผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content โดยเฉพาะผู้ให้บริการ e-commerce โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังเผชิญปัญหาขาดปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นโดยเฉพาะปัจจัยด้านเงินทุน ทำให้ผู้ประกอบการดำเนินกิจการได้ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรสนับสนุนในด้านปัจจัยพื้นฐานที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งมีโครงการสนับสนุนต่างๆ ดังต่อไปนี้

##### โครงการสนับสนุน

- **โครงการสร้างแหล่งเงินทุนเฉพาะหรือเป็นผู้ร่วมทุนในกิจการ:** ผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ของไทย โดยเฉพาะที่เป็น SMEs ยังไม่สามารถหาแหล่งสนับสนุนได้ง่ายนัก รัฐบาลจึงจำเป็นต้องสร้างแหล่งทุนเฉพาะหรือเป็นผู้ประสานงานให้ venture capital ต่างๆ ยินดีที่จะให้ทุนแก่ธุรกิจนี้มากขึ้น ซึ่งโครงการดังกล่าวสอดคล้องกับสิ่งที่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ดำเนินการอยู่แล้ว นอกจากนี้ โครงการดังกล่าว ยังสามารถผลักดันให้สถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง เช่น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SMEs Bank) ริเริ่มโครงการที่มีลักษณะดังกล่าวเช่นเดียวกันได้ด้วย
- **ประสานงานการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อเอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ:** เนื่องจากสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ถือได้ว่าเป็นสาขาการบริการที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้กฎหมายบางอย่างไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบการ และเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ในลักษณะดังกล่าว ดังนั้น สสว. ควรจะทำหน้าที่ประสานงานในการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบต่างๆ

ให้รองรับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก เช่น เรื่องการยอมรับการทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์, การใช้ E-invoice, กฎหมายป้องกันการทุจริตและการละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นต้น

- **โครงการส่งเสริมการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา:** เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์เนื่องจากมีความเสี่ยงสูง แต่อาจถูกทำสำเนาหรือเลียนแบบได้ง่าย ซึ่งโครงการดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีหน่วยงานของรัฐที่มีความรู้และทักษะด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศเป็นผู้ดูแล เช่น สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) เป็นต้น

### **กลยุทธ์ที่ 1.2 การเสริมสร้างทักษะการบริหารจัดการ และทักษะความรู้เฉพาะด้าน**

เนื่องจากแนวโน้มการแข่งขันที่เข้มข้นผลักดันให้ภาคธุรกิจต้องยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจในทุกวิถีทาง ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ซึ่งอยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องระบบสารสนเทศและการพัฒนาอย่างถูกต้องตามมาตรฐานสากล จึงจำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจแก่บุคลากรทั้งกลุ่มธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

นอกจากนี้กลุ่มผู้ประกอบการบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ซึ่งส่วนใหญ่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ทำให้ผู้ให้บริการบางรายยังขาดทักษะการบริหารจัดการที่ดี ดังนั้น การส่งเสริมและเพิ่มทักษะความรู้ด้านการบริหารจัดการและการค้าจึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรจะมองข้าม และควรเร่งดำเนินการ ซึ่งมีโครงการสนับสนุนดังตัวอย่างต่อไปนี้

#### โครงการสนับสนุน

- **โครงการอบรมความรู้เชิงลึกด้านสารสนเทศให้แก่ผู้ประกอบการด้านสารสนเทศรายใหม่ :** ควรเร่งให้มีการประสานงานระหว่างผู้ประกอบการและสถาบันการศึกษาเพื่อปรับปรุงหลักสูตรให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในทางปฏิบัติและตรงกับความต้องการของสาขาซอฟต์แวร์ ซึ่งโครงการดังกล่าวหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ สถาบันการศึกษาของรัฐที่เปิดสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ และอาจรวมไปถึงสมาคมของผู้ประกอบการภาคเอกชนที่มีทักษะความรู้เฉพาะด้านด้วย
- **โครงการเพิ่มพูนทักษะด้านการบริหารจัดการ และการค้าให้กับผู้ประกอบการ** โดยการจัดโครงการหลักสูตรระยะสั้นและระยะกลางในเรื่องการบริหารจัดการสำหรับธุรกิจบริการ ซึ่งประกอบด้วย การบริหารจัดการองค์กร, การตลาด, การเงิน, การบริหารจัดการลูกค้า รวมไปถึงเรื่องสู่ทางการขยายตลาดสู่ระดับสากล เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเพิ่มพูนทักษะด้านอื่นๆ นอกเหนือจากความชำนาญเฉพาะด้าน
- **โครงการให้คำปรึกษากับผู้ประกอบการ:** เนื่องจากผู้ประกอบการในสาขาดังกล่าวจะเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งมักจะขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการ ดังนั้น การให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการจะมีส่วนผลักดันความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งโครงการดังกล่าวสอดคล้องกับสิ่งที่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(สสว.) ได้ดำเนินการอยู่แล้ว แต่การให้บริการปรึกษาด้านสารสนเทศยังไม่ได้ครอบคลุมในส่วนนี้ ซึ่งทางหน่วยงานอาจจะร่วมมือกับสมาคมต่างๆ เช่น สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) เพื่อจัดผู้เชี่ยวชาญในด้านสารสนเทศมาเป็นที่ปรึกษาให้กับ สสว.

### **กลยุทธ์ที่ 1.3 ยกกระดับมาตรฐานการให้บริการของผู้ประกอบการสารสนเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น**

การสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผู้ให้บริการให้อยู่ในมาตรฐานระดับสากลให้ได้ เพื่อขยายตลาดการให้บริการไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียนนี้ โดยมีโครงการสนับสนุนดังตัวอย่างต่อไปนี้

#### โครงการสนับสนุน

- **โครงการส่งเสริมการสร้างตราสินค้า (brand):** จากการที่ซอฟต์แวร์ไทยยังไม่เป็นที่รู้จักทั้งในส่วนของผู้ใช้ในประเทศและต่างประเทศ รัฐจะเป็นจะต้องเข้ามาช่วยสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าว ด้วยมาตรการต่างๆ เช่น การจัดแข่งขันประกวดซอฟต์แวร์ไทย การรับรองมาตรฐาน เป็นต้น ซึ่งโครงการดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีหน่วยงานของรัฐที่มีความรู้และทักษะด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศเป็นผู้ดูแล เช่น สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) เป็นต้น
- **โครงการ TRUST MARK สร้างความเชื่อมั่น:** เนื่องจากผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content มักจะถูกมองว่าไม่มีความน่าเชื่อถือ และผู้ใช้บริการไม่เชื่อมั่น ซึ่งส่งผลต่อปัญหานานัปการ เช่น ผู้ซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่กล้าชำระเงินออนไลน์ให้กับผู้ให้บริการเนื่องจากกลัวปัญหาการฉ้อโกง เป็นต้น ดังนั้นควรจะมีตรารับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ซึ่งโครงการดังกล่าวได้มีการดำเนินการไปบ้างแล้ว โดยกระทรวงพาณิชย์แต่ยังมิได้รับการผลักดันเต็มที่

### **ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มผลิตภาพของภาคการผลิตและการค้า**

ยุทธศาสตร์นี้เป็นการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมภาคอื่นๆ ทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ หันมาให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากความรู้ และเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของตน เพื่อประโยชน์ต่อการผลิต การจัดการ การจำหน่ายสินค้าของตน และการเข้าถึงบริการต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะถูกขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์หลัก 2 กลยุทธ์ ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์หลักของสสว. คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการใช้ระบบ software สำหรับ SMEs และกลยุทธ์การสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายด้วย e-commerce

## แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มผลิตภาพของภาคการผลิต และการค้า

ยุทธศาสตร์นี้เป็นการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมภาคอื่นๆ ทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ หันมาให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากความรู้ และเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของตน เพื่อประโยชน์ต่อการผลิต การจัดการ การจำหน่ายสินค้าของตน และการเข้าถึงบริการต่างๆของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์รายสาขาที่พยายามผลักดันสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมตามแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (2550-2554) ในหลายๆยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพและความสามารถทางนวัตกรรมของ SMEs ในภาคการผลิต ในกลยุทธ์ที่ 2.2 การส่งเสริมการใช้และพัฒนานวัตกรรมของ SMEs และกลยุทธ์ที่ 2.3 เรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ(แผนงานส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มผลิตภาพ), ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า ในกลยุทธ์ที่ 3.1 เรื่องเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs ภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก (เพิ่มประสิทธิภาพ SMEs ภาคการค้าโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และพัฒนาระบบข้อมูล SMEs ภาคการค้า) และ ยุทธศาสตร์ที่ 6 เรื่องการพัฒนาระบบข้อมูลในการดำเนินธุรกิจสำหรับ SMEs ในกลยุทธ์ที่ 6.6 การบริหารจัดการระบบข้อมูลสำหรับ SMEs (พัฒนาฐานข้อมูล)

ภายใต้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มผลิตภาพของภาคการผลิต และการค้านี้ จะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆที่หลากหลาย ได้แก่ การส่งเสริมการใช้ software สำหรับ SMEs โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และให้ความรู้แก่ SMEs ในการนำ software ต่างๆมาใช้งาน, การสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายด้วย E-commerce

หน่วยงานภาครัฐจะต้องมีส่วนผลักดันการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มผลิตภาพของภาคการผลิต และการค้า ได้แก่

- กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมด้านสารสนเทศที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ และสนับสนุนการพัฒนาระบบเชื่อมโยงฐานข้อมูลต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ให้ภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั้งภาคการผลิต การค้าและบริการ

- กระทรวงอุตสาหกรรม มีส่วนร่วมในการศึกษาค้นคว้าและให้ข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการในสาขาอุตสาหกรรมอื่นๆ กับผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content เพื่อการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

- สมาคมต่างๆ เช่น สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย, สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการในการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเรียกร้องขอความช่วยเหลือในประเด็นต่างๆ และเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ สู่มหาชน

- สำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content นี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ควรทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ประสานงานและให้ข้อมูลต่างๆ กับสมาชิกของสำนักเท่านั้น

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะถูกขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์หลัก 2 กลยุทธ์ ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์หลักของสสว. โดยแต่ละกลยุทธ์มีโครงการสนับสนุน (ตัวอย่าง) ซึ่งกิจกรรม/ โครงการสนับสนุนของยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าของผู้ประกอบการ เพื่อให้การขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศให้เพิ่มขึ้นและเป็นการสร้างอัตราการเติบโตของยอดขาย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### **กลยุทธ์ที่ 2.1 การส่งเสริมการใช้ระบบ software สำหรับภาคการผลิต การค้า และบริการ**

การใช้ระบบสารสนเทศในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และการให้บริการ จะเป็นช่องทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ดังนั้น ประเทศไทยควรเร่งส่งเสริมการใช้ระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

#### โครงการสนับสนุน

- **โครงการตลาดนัด software สำหรับ SMEs:** เนื่องจาก สสว. มีกลุ่มสมาชิก SMEs ในภาคการผลิตอื่นๆ อยู่เป็นฐานแล้ว การจัดตลาดนัด software สำหรับ SMEs มีจุดมุ่งหมายที่จะประชาสัมพันธ์แนะนำการใช้ software จากผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจซอฟต์แวร์โดยตรง ตลอดจนทำให้ผู้ผลิตมีโอกาสได้รับฟังความต้องการจากกลุ่มลูกค้า SMEs โดยตรง ซึ่งโครงการดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจ SMEs สามารถขยายช่องทางจัดจำหน่ายภายในประเทศได้เพิ่มมากขึ้น
- **โครงการเผยแพร่ความรู้สู่ SMEs ด้วยระบบสารสนเทศ:** เนื่องจากปัญหาการขาดทักษะด้านเทคโนโลยีของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ทำให้ไม่กล้าที่จะหันมาใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ ดังนั้น ทางสสว. ควรจะประสานกับทางผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจ software เพื่อสนับสนุนส่งเสริม software ที่เหมาะสมสำหรับ SMEs มาใช้ในราคาที่สมเหตุสมผล
- **โครงการให้บริการระบบสารสนเทศ และข้อมูลสารสนเทศสำหรับผู้ประกอบการ SMEs:** เนื่องจากปัญหาการเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการ SMEs และการให้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ทั่วถึง ดังนั้น สสว. ควรจะมีการจัดทำระบบสารสนเทศให้บริการ ICT เช่น อีเมลแก่ผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยใช้อีเมล หรือเชื่อมโยงการส่งข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานแก่ผู้ประกอบการที่มีอีเมลเดิมอยู่แล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการเริ่มคุ้นเคยกับการใช้ระบบสารสนเทศและได้รับทราบข้อมูลต่างๆ กิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงาน
- **โครงการพัฒนา Software การบริหารจัดการในสาขาการผลิตรายสาขา:** เนื่องจากความต้องการของภาคการผลิตหลายสาขา มีความต้องการนำระบบสารสนเทศไปใช้ในกระบวนการผลิต และการบริหารจัดการ แต่เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็ก จึงทำให้ไม่มีเงินทุนในส่วนนี้ ดังนั้น สสว. ควรที่จะ



คัดเลือกสาขาการผลิตที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ และมีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการผลิต Software ต้นแบบ และขยายผลไปยังสาขาการผลิตอื่นๆ

### **กลยุทธ์ที่ 2.2 การสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายด้วย e-commerce**

ยุคตลาดไร้พรมแดนที่ขอบเขตทางภูมิศาสตร์ไม่ได้เป็นอุปสรรคในการค้าขายอีกต่อไป e-commerce หรือการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กลายเป็นเครื่องมือทางการค้า และการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจออนไลน์ และธุรกิจทั่วไป ดังนั้น การสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายด้วย e-commerce จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการ

#### โครงการสนับสนุน

- **โครงการสนับสนุน e-commerce เอื้ออาทร แก่ SMEs:** เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการ E-commerce ที่มีลักษณะเป็น E-marketplace ที่ดีและมีฐานลูกค้าค่อนข้างมาก ดังนั้น สสว. ควรให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทาง สสว. เพื่อจัดทำโครงการส่งเสริมการใช้ e-commerce เป็นช่องทางจัดจำหน่ายให้กับ SMEs โดยบทบาทหน้าที่ของ สสว. มิได้ดำเนินการเป็น E-marketplace รายใหม่ แต่ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน และประชาสัมพันธ์เพื่อให้ช่องทางที่มีอยู่ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- **โครงการอบรม SMEs เพื่อใช้ e-commerce เป็นช่องทางการตลาดแนวใหม่:** การแข่งขันที่รุนแรงในยุคไร้พรมแดน จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการในภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ จะต้องหาช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางการตลาดใหม่ๆ ซึ่งการเปิดเว็บไซต์เป็นหนึ่งในช่องทางที่มีต้นทุนที่ต่ำ และมีประสิทธิภาพสูง หากแต่ผู้ประกอบการทั่วไป ไม่เข้าใจวัตถุประสงค์และวิธีการที่ถูกต้อง ดังนั้น สสว. ควรจะหาผู้เชี่ยวชาญด้านนี้ มาจัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการและมีการวัดผลอย่างเป็นรูปธรรม

### **ยุทธศาสตร์ที่ 3 การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ และประสานงานหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ดูแลกลุ่มผู้ประกอบการบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content**

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้มีการร่วมมือกันในระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสาขาบริการซอฟต์แวร์ และ Digital Content มีการร่วมมือกันในลักษณะเป็นเครือข่าย หรือ คลัสเตอร์อุตสาหกรรม หรือส่งเสริมการจัดตั้งสมาคม ชมรมในกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่มีการรวมกลุ่ม โดยอาจมีการส่งเสริมให้มีผู้ประสานงาน หรือตัวกลางการพัฒนาเครือข่าย (Cluster Development Agent: CDA) ในแต่ละกลุ่มธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะถูกขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์หลักที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์หลักของสสว. ซึ่งกิจกรรม/ คือการสร้างคลัสเตอร์หน่วยงาน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ บริการซอฟต์แวร์และ Digital Content สำหรับ SMEs โครงการสนับสนุนของยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมให้เกิดการช่วยเหลือพึ่งพา มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมและทำธุรกรรมภายในกลุ่มเพื่อให้การพัฒนาสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content เป็นไปอย่างครบวงจร

### แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ และประสานงานหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ดูแลกลุ่มผู้ประกอบการสารสนเทศ

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้มีการร่วมมือกันในระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสาขาบริการซอฟต์แวร์ และ Digital Content มีการร่วมมือกันในลักษณะเป็นเครือข่าย หรือ คลัสเตอร์อุตสาหกรรม หรือส่งเสริมการจัดตั้งสมาคม ชมรมในกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่มีการรวมกลุ่ม โดยอาจมีการส่งเสริมให้มีผู้ประสานงาน หรือตัวกลางการพัฒนาเครือข่าย (Cluster Development Agent: CDA) ในแต่ละกลุ่มธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์รายสาขาที่พยายามผลักดันสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมตามแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 (2550-2554) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ (Entrepreneur Development) ในกลยุทธ์ที่ 1.5 การสร้างโอกาสทางธุรกิจและการให้ความรู้ด้านการตลาด (ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ)

แม้ว่า ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการด้านสารสนเทศจะสามารถรวมตัวกันได้ระดับหนึ่ง ได้แก่ สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย และสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย แต่การรวมกลุ่มดังกล่าวก็ยังไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร

สำหรับยุทธศาสตร์การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ และประสานงานหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ดูแลกลุ่มผู้ประกอบการโลจิสติกส์นี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ควรทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน อำนวยความสะดวกและสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ให้กับสมาคม เช่น การจัดสถานที่ประชุม ตลอดจนนำเสนอข้อมูลด้านสารสนเทศของสมาคมมาเผยแพร่ให้สมาชิกของสสว. รับทราบ

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะถูกขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์หลักที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์หลักของสสว. ซึ่งกิจกรรม/ โครงการสนับสนุนของยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมให้เกิดการช่วยเหลือพึ่งพา มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมและทำธุรกรรมภายในกลุ่มเพื่อให้เกิดการพัฒนาสาขาบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content เป็นไปอย่างครบวงจร โดยแต่ละกลยุทธ์มีโครงการสนับสนุน (ตัวอย่าง) ดังต่อไปนี้

#### กลยุทธ์ที่ 3.1 สร้างคลัสเตอร์หน่วยงาน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ สารสนเทศ สำหรับ SMEs

การขาดอำนาจเจรจาต่อรอง และการเรียกร้องสิทธิต่างๆของผู้ประกอบการขนาดเล็ก มักจะเป็นอุปสรรคที่ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กหลายรายไม่สามารถอยู่รอดในสนามการค้าที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงได้ การรวมตัวกันเพื่อผนึกกำลังและเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน

##### โครงการสนับสนุน

- **โครงการ cluster สารสนเทศสำหรับ SMEs:** แม้ว่าปัจจุบันกลุ่มสารสนเทศ จะมีการรวมกลุ่มกันอยู่บ้าง แต่ก็มีอุปสรรคในเรื่องของการบริหารจัดการทำให้การรวมกลุ่มไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร ดังนั้น สสว. ควรจะมีส่วนร่วมผลักดันให้เกิดกลุ่มคลัสเตอร์ในรูปแบบต่างๆ เช่น สมาคม ชมรม โดยเป็นผู้สนับสนุน

- ปัจจัยพื้นฐานต่างๆ เช่น สถานที่, งบประมาณในการจัดประชุม เนื่องจากการรวมกลุ่มในช่วงแรกๆ กลุ่มคลัสเตอร์จะเผชิญปัญหาเกี่ยวกับการประสานงาน และค่าใช้จ่ายเบื้องต้น
- **โครงการจัดทำฐานข้อมูลกลางของผู้ประกอบการ SMEs** : ในยุคที่เทคโนโลยีมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว ระบบสารสนเทศเริ่มเข้าไปมีบทบาทต่อทุกๆภาคอุตสาหกรรม ทั้งภาคการผลิต และภาคบริการ แต่ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content มีลักษณะที่กระจุกกระจายตัวกัน และมีจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการหันมาใช้ระบบสารสนเทศมีต้นทุนในการหาข้อมูลและคัดเลือกระบบที่สูงมาก ดังนั้น การจัดทำฐานข้อมูลโดยจำแนกประเภทและมีระบบการติดตามสถานะภาพของบริษัท จึงมีความสำคัญที่จะให้ข้อมูลแก่ผู้ประกอบการในสาขาอื่นๆ
- **การประสานงานหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง** เพื่อให้การส่งเสริม SMEs เป็นไปในทิศทางเดียวกัน: แม้ว่าขณะนี้จะมีหน่วยงานหลายหน่วยที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมสาขาซอฟต์แวร์ แต่ก็ดูเหมือนว่าทิศทางต่างๆ ยังไม่มีการประสานกัน อย่างชัดเจน รัฐบาลจึงต้องกำหนดนโยบายให้ชัดเจนว่าหน่วยงานใด มีหน้าที่ในส่วนใด

## 7. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ

7.1 **นโยบายรัฐบาล** รัฐบาลได้แถลงนโยบายเมื่อเดือนธันวาคม 2551 ซึ่งมีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทั้งด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ โดยสนับสนุนให้มีการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในภูมิภาค (นโยบายข้อ 4.5.2)

7.2 **แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ฉบับที่ 2) ของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556** กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้จัดทำแผนแม่บทดังกล่าว โดยมีเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ 1) ประชาชนอย่างน้อยร้อยละ 50 สามารถเข้าถึงและใช้ ไอซีที ได้อย่างมีวิจรรย์ญาณและรู้เท่าทัน 2) ยกกระดับความพร้อมด้านไอซีทีในการจัดอันดับดัชนีชี้วัดความพร้อมของการพัฒนาไอซีที และโอกาสในการใช้ประโยชน์จากไอซีทีในการพัฒนาประเทศ (Networked Readiness Rankings) ให้อยู่ในระดับสูงติดอันดับ 1 ใน 25 และ 3) มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมไอซีที ต่อ GDP ไม่น้อยกว่าร้อยละ 15

## 8. แนวโน้มของบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโครงสร้างของธุรกิจบริการซอฟต์แวร์ ความสำคัญและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค คาดการณ์แนวโน้มของบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content ในปี 2552 ดังนี้

8.1 ซอฟต์แวร์ด้านธุรกรรมการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต และการให้บริการธนาคารบนเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านความปลอดภัย เช่น ระบบการตรวจสอบและป้องกันการฉ้อโกง IDM Fraud Detection and Prevention ควบคู่กันไปด้วย

8.2 การให้บริการซอฟต์แวร์ด้านสุขภาพ มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีการแข่งขันกันในธุรกิจสปาและบริการเพื่อสุขภาพสูง

8.3 ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการใช้ซอฟต์แวร์และอินเทอร์เน็ต เพื่อสืบค้นข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาล และอาจมีการขยายช่องทาง การสืบค้นข้อมูลบนโทรศัพท์มือถือ

## 9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลโครงสร้างพื้นฐาน SWOT Analysis สภาพปัญหา ความสำคัญของ SMEs บนห่วงโซ่อุปทาน แนวโน้มของบริการซอฟต์แวร์และ Digital Content มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1) การพัฒนาศักยภาพของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นโอกาสทางการค้าของไทยในตลาดสากล โดยหัวใจสำคัญอยู่ที่ การพัฒนาคอนเทนต์ (Content) ให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น จึงควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถด้านการตลาด เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

2) ควรส่งเสริมการรวมตัวกันของผู้ผลิตสินค้าดิจิทัลเพื่อการส่งออกอย่างจริงจังในรูปแบบ Content Aggregator ทำหน้าที่เป็นตัวกลางรวบรวมและจัดจำหน่ายดิจิทัลคอนเทนต์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

3) การรับจ้างผลิตจากต่างประเทศ (Outsourcing) ควรกำหนดแนวทางการสร้างความร่วมมือในการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการไทย

## 10. ตัวอย่างโครงการบริการซอฟต์แวร์และDigital Content

1. **ชื่อโครงการ:** เว็บไซต์ศูนย์กลางข้อมูลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Thailand Portal e-Commerce website)

### 2. หลักการและเหตุผล

เนื่องจากกลุ่มผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ซึ่งยังคงกระจุกกระจายตัวกันอยู่แม้ว่าจะมีความพยายามรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเกิดขึ้นจนกลายเป็นสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย แต่ทางผู้ประกอบการเองพบปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการเริ่มต้น และพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้ นั่นก็คือ การขาดแคลนแหล่งความรู้ที่รวมข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบการ ซึ่งมีกระจุกกระจายอยู่ในแหล่งต่างๆ ดังนั้น จึงเล็งเห็นว่าน่าจะมีแหล่งที่รวบรวมข้อมูลต่างๆ ทั้งกิจกรรมของภาครัฐที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ, ข่าวสารที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ, บทความความรู้ต่างๆ ทั้งทางด้านเทคนิคและการตลาด ตลอดจนเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน

ดังนั้น โครงการเว็บไซต์ศูนย์กลางข้อมูลผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Thailand Portal e-Commerce website) จึงถูกนำเสนอขึ้นมา ในรูปแบบของระบบเว็บท่า (Web Portal) เพื่อเป็นแหล่งกลางในการรวบรวม และเผยแพร่ ความรู้ในรูปแบบดิจิทัล และสื่อประสมที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ประกอบการ นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจ ที่ต้องการค้นหาข้อมูลในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ e-commerce ได้เข้ามาค้นหาข้อมูล ความรู้ได้โดยไม่จำกัดเวลา และสถานที่ รวมทั้งเป็นแหล่งกลางให้ผู้ปฏิบัติงานในสาขาต่างๆ ได้มาแลกเปลี่ยนและเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่นผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

### 3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อเป็นศูนย์กลางรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ประกอบการ นักเรียน นักศึกษา และบุคคลที่สนใจ

3.2 เพื่อให้เกิดเวที (Forum) ระดมความคิดเห็น อย่างเป็นรูปธรรม และต่อเนื่องของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อันจะทำให้เกิดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกันและกันในวงธุรกิจประเภทเดียวกัน

3.3 เพื่อเป็นแหล่งกระจายข่าวสารข้อมูลกิจกรรมของภาครัฐ ผู้ผู้ประกอบการเอกชน ทำให้กิจกรรมต่างๆ ของภาครัฐสามารถส่งข้อมูลถึงกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการได้โดยตรง

### 4. ขอบเขตการดำเนินงาน/วิธีการดำเนินงาน

ขอบเขตการดำเนินงาน เว็บไซต์ดังกล่าวจะเป็น เว็บท่าที่รวบรวมข้อมูล และรายละเอียดของผู้ประกอบการเฉพาะในประเทศไทย เท่านั้น โดยการจัดทำเว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐอาจจะร่วมกับทางสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย ในการจัดทำเว็บไซต์ดังกล่าว และให้ข้อมูลต่างๆ มีจุดส่วนรวมอยู่ที่เว็บไซต์ของสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

### 5. กรอบระยะเวลาดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานการพัฒนาเว็บไซต์ มีกรอบเวลาโดยประมาณ 9 เดือน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แผนงาน/กิจกรรม	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>การรวบรวมข้อมูล</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• ค้นหารายละเอียด ผู้ประกอบการ</li><li>• แบ่งกลุ่มผู้ประกอบการ cluster</li><li>• รวบรวมข้อมูลหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง</li></ul>	↔	↔							
<b>การพัฒนา และวางระบบเว็บ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• การปรับปรุงการออกแบบหน้าเว็บ</li><li>• การใส่ระบบ</li><li>• การทดสอบระบบ</li><li>• ปรับระบบ webboard เพื่อเกิด forum</li><li>• แบบฟอร์มเว็บโดยรวม</li></ul>	↔	↔	↔	↔					

แผนงาน/กิจกรรม	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>การเพิ่มเติมรายละเอียดในเว็บ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● บทความส่วนต่างๆ</li> <li>● ข่าวเกี่ยวกับ e-commerce</li> <li>● directory สมาชิกผู้ประกอบการ</li> <li>● การติดตามตอบปัญหาต่างๆใน forum</li> </ul>	←								→
	←								→
				←			→		
	←								→
<b>กิจกรรมสมาชิกสัมพันธ์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● สร้าง E-Commerce Knowledge Community</li> </ul>							←		→

### 6. งบประมาณที่คาดว่าจะต้องใช้

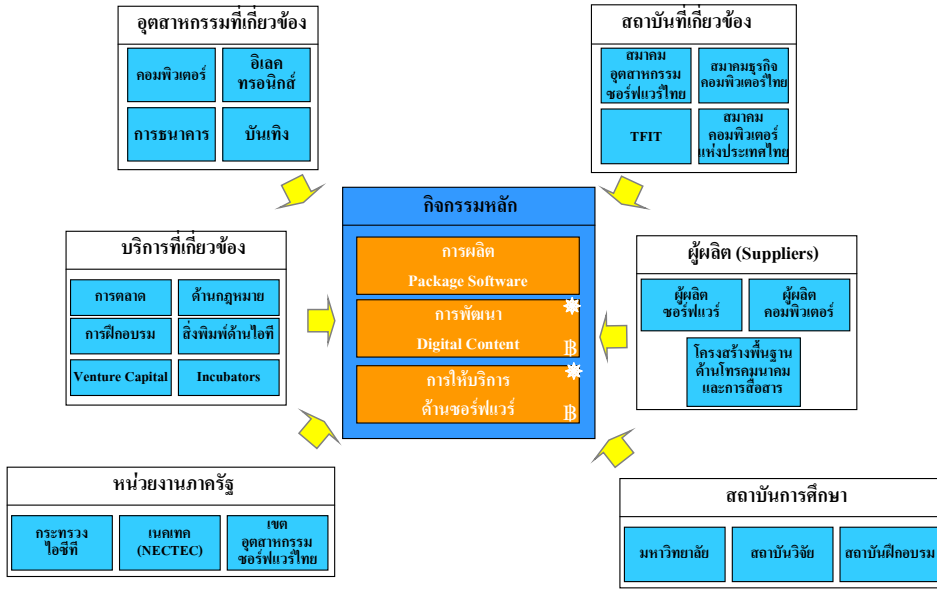
ประมาณ 850,000 บาท โดยงบประมาณดังกล่าว เป็นค่าใช้จ่ายในการจัดทำระบบ และรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้และข้อมูลผู้ประกอบการทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เว็บไซต์ดังกล่าวเป็นที่รู้จัก

### 7. ประโยชน์/ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นแหล่งรวบรวมความรู้ให้กับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเป็นการสร้างแหล่งสังเคราะห์ของผู้ประกอบการ ซึ่งจะทำให้การวางกรอบกิจกรรมต่างๆของภาครัฐสามารถส่งข่าวสารข้อมูลถึงผู้ประกอบการได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย

# ภาคผนวก

# ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์



หมายเหตุ : \* = SMEs โดยใช้เกณฑ์การจ้างงาน จำนวนโรงงาน และเงินทุนจดทะเบียน  
 ₤ = ค่าเงิน F = พลังงาน





## บรรณานุกรม

ดร. สมศักดิ์ เต็มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายสาขา

ดร. สมศักดิ์ เต็มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา

ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550 และแนวโน้มปี 2551

รายงานการศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา ปี 2551 โครงการ การศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา (วต.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สัมมะโนอุตสาหกรรม 2550 , สัมมะโนธุรกิจทางการค้าและ ธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย (BOI)  
<http://www.boi.go.th>

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม  
<http://www.ieat.go.th>

แนวโน้มซอฟต์แวร์ ปี 2552 กรุงเทพธุรกิจ ออนไลน์  
[http://www.bangkokbiznews.com/2008/10/03/news\\_300055.php](http://www.bangkokbiznews.com/2008/10/03/news_300055.php)

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA)

---

# SMEs

รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม