

SMEs



รายงานภาวะเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สาขาบริการที่ปรึกษา



โดย ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายพื้นที่/รายสาขา
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เมษายน 2552

คำนำ

รายงานฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา (รส.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานสถานการณ์ภาวะทางเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาขาบริการที่ปรึกษา ซึ่งเป็นการนำผลการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายงานสาขา และโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายงานสาขา ที่สำนักงานฯ ร่วมกับศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาไว้มาวิเคราะห์ และประมวลผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา

ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา สสว.

เมษายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทนำ ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย	
1. โครงสร้างและสถานภาพของบริการที่ปรึกษา	
1.1 ลักษณะทั่วไปของบริการที่ปรึกษา	1
1.2 ประเภทของบริการที่ปรึกษา	1
1.3 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน	2
2. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) สาขาบริการที่ปรึกษา	3
3. การวิเคราะห์ SWOT analysis ของสาขาบริการที่ปรึกษา	5
4. ปัญหาของบริการที่ปรึกษา	7
5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในสาขาบริการที่ปรึกษา	7
6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาบริการที่ปรึกษา	9
7. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ	17
8. แนวโน้มของบริการที่ปรึกษา	17
9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	17
10. ตัวอย่างโครงการสาขาบริการที่ปรึกษา	17
ภาคผนวก	
สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาบริการที่ปรึกษา	
บรรณานุกรม	

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 ยึดหลักเกณฑ์ตามกฎหมายกระทรวงอุตสาหกรรมว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 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 ที่อยู่ในการบริการ 708,841 ราย หรือร้อยละ 30.0 และที่อยู่ในการผลิตรวม 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
จำนวนวิสาหกิจ (ราย)												
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
รวม	4,311	2,199,130	2,209,650	10,493	2,239,069	2,249,753	4,232	2,289,796	2,298,795	4,324	2,366,227	2,375,368
จำนวนการจ้างงาน (คน)												
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
รวม	2,614,663	8,357,493	10,972,156	2,662,543	8,458,160	11,120,703	2,643,528	8,637,126	11,280,654	2,810,767	8,900,567	11,711,334

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

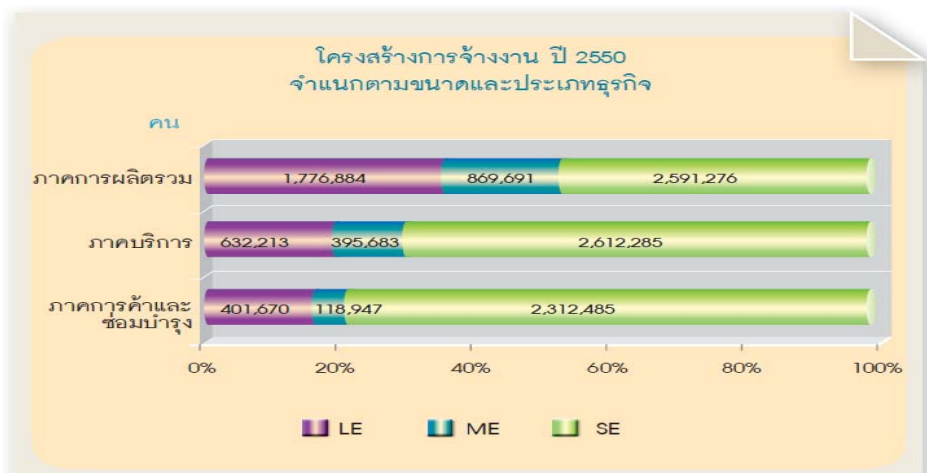
ตารางที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2550 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2546	2547	2548	2549	2550
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)					
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
- วิสาหกิจอื่น ๆ	262,187.0	295,638.0	321,001.0	348,846.0	383,567.0
สัดส่วน (ร้อยละ)					
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
- วิสาหกิจอื่น ๆ	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5
อัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาคงที่ (ร้อยละ)					
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
- วิสาหกิจอื่น ๆ	3.0	3.2	3.9	0.0	3.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมวลผลโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
หมายเหตุ : วิสาหกิจอื่น ๆ คือ การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ

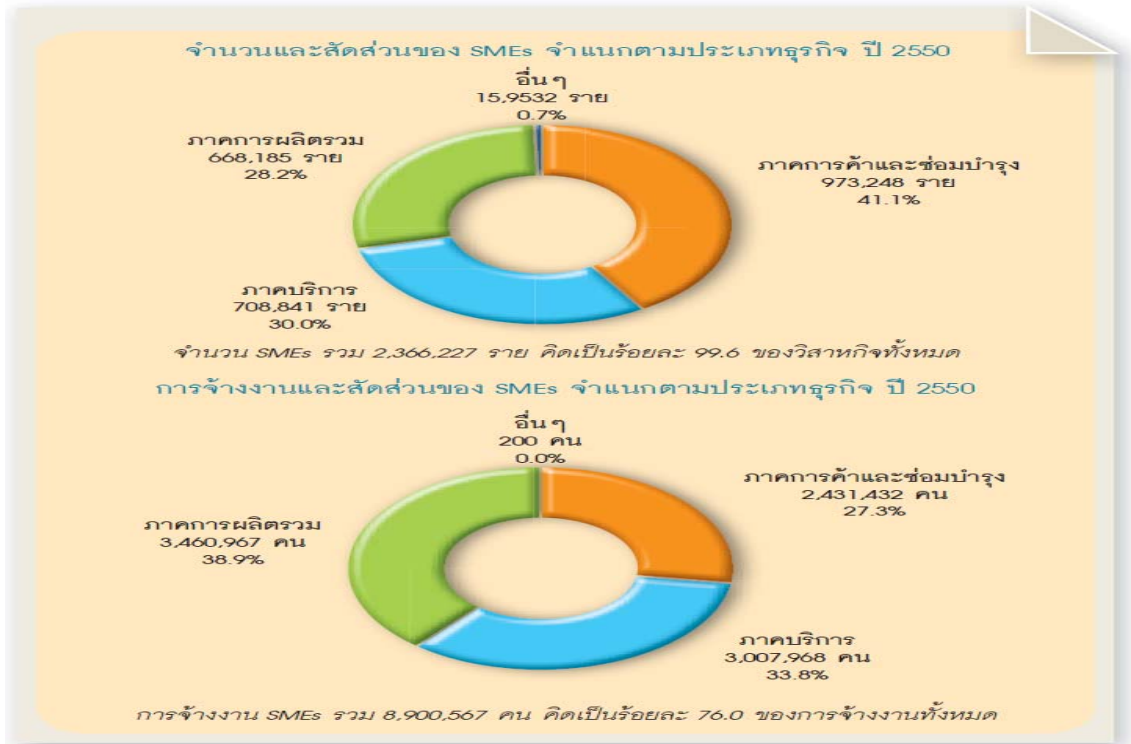
3.2 บทบาทด้านการจ้างงาน

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

สาขาบริการที่ปรึกษา

1. โครงสร้างและสถานภาพของบริการที่ปรึกษา

1.1 ลักษณะทั่วไปของบริการที่ปรึกษา

ที่ปรึกษาคือ ผู้ประกอบวิชาชีพซึ่งอาจเป็นรายบุคคลหรือนิติบุคคลที่เป็น ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทที่ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างสูง และมีความรู้ทางวิชาการ ประสบการณ์ และความสามารถให้บริการที่ปรึกษา และเสนอแนะ ความรู้ทางวิชาการในสาขาต่างๆ อาทิ วิศวกรรม สถาปัตยกรรม เศรษฐศาสตร์ สังคม และการเมือง ทั้งนี้ รูปแบบการให้บริการประกอบด้วย การศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนโดยพิจารณาด้านเทคนิค เศรษฐกิจ การเงิน สังคม และสิ่งแวดล้อม การศึกษาสำรวจและออกแบบในรายละเอียดทางด้านวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม และการวางแผนและควบคุมการก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่และซับซ้อน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการทำงานหลายๆ ด้าน โดยจำเป็นต้องใช้วิศวกรที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้องทั้งทางเทคนิค วิศวกรรม เศรษฐศาสตร์ การเงิน และการบริหาร เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ เพื่อหาวิธีการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ว่าจ้างในงานศึกษานี้ได้แบ่งบริการที่ปรึกษาออกเป็น 5 กลุ่ม คือ (1) ที่ปรึกษาทางกฎหมาย-สำนักงานกฎหมาย (2) ที่ปรึกษาทางบัญชี-สำนักงานบัญชี (3) ที่ปรึกษาทางสถาปัตยกรรม (4) ที่ปรึกษาทางวิศวกรรม (5) ที่ปรึกษาทางธุรกิจ-สำนักงานที่ปรึกษาธุรกิจ (6) ที่ปรึกษาในด้านอื่นๆ เช่น ที่ปรึกษาทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

กลุ่มวิชาชีพเหล่านี้มีลักษณะงานที่สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นอิสระ ความสามารถเฉพาะตัว และชื่อเสียงของผู้ประกอบการที่ได้สะสมมาจากการดำเนินงานที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดศักยภาพของการแข่งขัน ซึ่งทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถดำรงอยู่คู่กับธุรกิจขนาดใหญ่ในการให้บริการที่ปรึกษาได้ โดยแบ่งเขตการแข่งขันได้ค่อนข้างชัดเจน องค์กรรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ซึ่งมีการบริหารงานซับซ้อนและบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศ จะหันไปใช้บริการของสำนักงานที่ปรึกษาขนาดใหญ่ ในขณะที่ธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม หรือบุคคลธรรมดาทั่วไป ซึ่งข้อปัญหาหรือความจำเป็นที่ต้องใช้บริการวิชาชีพมิใช่เป็นเรื่องที่ซับซ้อนมากมาย จึงมักจะใช้บริการจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการที่ปรึกษา จึงเป็นโอกาสสำคัญของ SMEs ในการรักษาตลาดไว้ให้คงอยู่ด้วยศักยภาพการให้บริการที่เข้มแข็ง

1.2 ประเภทของบริการที่ปรึกษา สามารถแยกประเภทของการให้บริการที่ปรึกษา ได้ดังนี้

1) **ที่ปรึกษาทางบัญชี – สำนักงานบัญชี** ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาทางบัญชี เช่น การตรวจสอบบัญชีและเอกสารทางบัญชี การวางระบบบัญชี หรือแม้กระทั่งรับทำบัญชีให้กับผู้ว่าจ้าง ซึ่งอาจรวมถึงการดำเนินการทางด้านภาษีด้วย โดยการรับทำบัญชีอาจจะรับทำบัญชีทั่วไป เช่น การทำงบการเงินต่างๆ หรือ อาจจะเน้นการทำบัญชีเฉพาะบางกรณี เช่น การปิดบัญชีเพื่อเลิกกิจการ เป็นต้น

2) **ที่ปรึกษาทางกฎหมาย – สำนักงานกฎหมาย** ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาด้านกฎหมายแก่บุคคลและนิติบุคคลในด้านต่างๆ เช่น ปัญหาทางกฎหมายทั่วไป (แพ่ง พาณิชย์

อาญา) กฎหมายเยาวชนและครอบครัว แรงงาน ภาษีอากร (วางแผนภาษี) ศุลกากร ปกครอง ทรัพย์สินทางปัญญา และการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น หรือให้คำปรึกษาตามกฎหมายพิเศษต่างๆ อาทิเช่น กฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I.) เป็นต้น นอกจากนี้อาจทำหน้าที่ว่าความให้กับคดีต่างๆ เช่น งานฟ้องต่าง แก่ต่าง และดำเนินกระบวนการพิจารณาในศาลทั่วราชอาณาจักร ในคดีประเภทต่างๆ

3) **ที่ปรึกษาทางสถาปัตยกรรม** ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาทางด้านงานทางสถาปัตยกรรมซึ่งอาจรวมถึง งานสถาปัตยกรรมหลัก (Architecture) ภูมิสถาปัตยกรรม (landscape architecture) สถาปัตยกรรมภายในและมัณฑนศิลป์ (interior architecture) สถาปัตยกรรมผังเมือง (urban architecture) เป็นต้น ซึ่งจะรวมถึงการให้บริการทางด้านการออกแบบ เขียนแบบด้วย

4) **ที่ปรึกษาทางวิศวกรรม** ให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับวิศวกรรมในด้านต่างๆ เช่น วิศวกรรมโยธา วิศวกรรมเคมี วิศวกรรมการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ทางวิศวกรรม เทคโนโลยีเชิงวิศวกรรม วิศวกรรมอุตสาหการ และวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

5) **ที่ปรึกษาทางธุรกิจ** อาจให้คำปรึกษาทางด้านการวางแผนธุรกิจทั่วไป การจัดตั้งธุรกิจ การบริหารกิจการ การจัดการ การตลาด การประชาสัมพันธ์ การลงทุน การบริหารการเงิน เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นในลักษณะการให้บริการปรึกษาในด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ หรือหลายๆ ด้านพร้อมกัน

6) **ที่ปรึกษาในด้านอื่นๆ** คือ ที่ปรึกษาที่มีได้รวมอยู่ในที่ปรึกษา 5 ประเภทแรก เช่น ที่ปรึกษาทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในองค์กร เป็นต้น หรืออาจรวมถึงที่ปรึกษาทางด้านสุขภาพ จิตวิทยา ฯลฯ

1.3 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน

บริการที่ปรึกษา นับเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในภาคบริการ โดย SMEs มีบทบาทอย่างยิ่งในการขับเคลื่อน จากข้อมูลของศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สสว. พบว่าในปี 2550 บริการที่ปรึกษา มีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 17,352 ราย เป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 17,330 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.87 ในส่วนของการจ้างงาน SMEs บริการที่ปรึกษา มีการจ้างงานถึง 79,882 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 93.86 ของการจ้างงานรวมในสาขาบริการที่ปรึกษา

ตารางที่ 1 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
7310	การวิจัย และการพัฒนา การทดลองทางด้านวิทยาศาสตร์ธรรมชาติและวิศวกรรม	457	5	2	462	464	2.66	0.01	2.67
7320	การวิจัยและการพัฒนาการทดลองด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	32	-	-	32	32	0.18	0.00	0.18
7411	บริการทางกฎหมาย	6,160	14	4	6,174	6,178	35.58	0.02	35.60

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
7412	บริการการบัญชี การทำบัญชีและการตรวจสอบบัญชี และการให้คำปรึกษาด้านภาษี	3,158	5	4	3,163	3,167	18.23	0.02	18.25
7413	การวิจัยตลาดและการสำรวจความคิดเห็น	160	1	1	161	162	0.93	0.01	0.93
7414	บริการการให้คำปรึกษาทางธุรกิจและการจัดการ	7,297	41	11	7,338	7,349	42.29	0.06	42.35
รวม		17,264	66	22	17,330	17,352	99.87	0.13	100

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

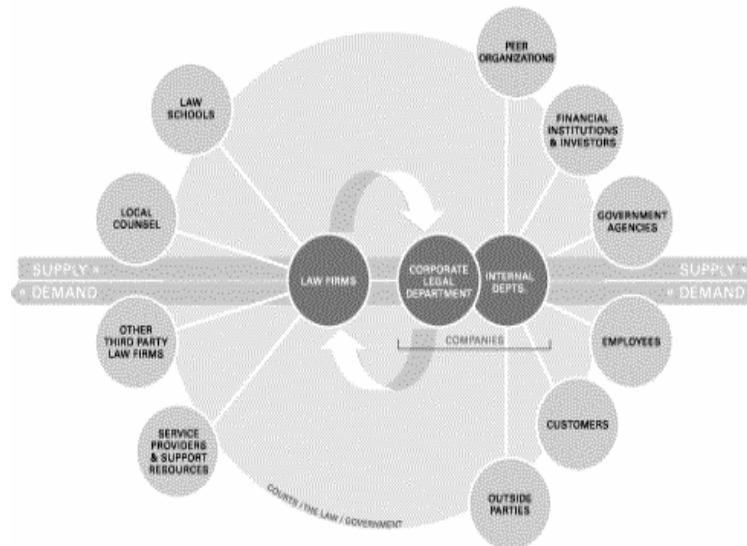
ตารางที่ 2 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงาน (คน)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
7310	การวิจัย และการพัฒนา การทดลองทางด้านวิทยาศาสตร์ธรรมชาติและวิศวกรรม	4,003	326	548	4,329	4,877	5.09	0.64	5.73
7320	การวิจัยและการพัฒนาการทดลองด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	209	-	-	209	209	0.25	0.00	0.25
7411	บริการทางกฎหมาย	24,707	833	-	25,540	25,540	30.01	0.00	30.01
7412	บริการการบัญชี การทำบัญชีและการตรวจสอบบัญชี และการให้คำปรึกษาด้านภาษี	17,229	930	1,990	18,159	20,149	21.34	2.34	23.68
7413	การวิจัยตลาดและการสำรวจความคิดเห็น	1,714	448	209	2,162	2,371	2.54	0.25	2.79
7414	บริการการให้คำปรึกษาทางธุรกิจและการจัดการ	27,458	2,025	2,475	29,483	31,958	34.64	2.91	37.55
รวม		75,320	4,562	5,222	79,882	85,104	93.86	6.14	100

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

2. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) สาขาบริการที่ปรึกษา

เนื่องจากธุรกิจบริการให้คำปรึกษาความรู้ทางวิชาชีพทั้ง 3 กลุ่ม มีหลักในการบริการเดียวกัน ดังนั้นในที่นี้จึงเลือกนำเสนอห่วงโซ่อุปทานเฉพาะการให้บริการทางด้านกฎหมาย



ที่มา : e-TechNews

จากภาพสามารถอธิบายได้ดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง อยู่ตรงศูนย์กลาง คือ ตัวสำนักงานกฎหมาย และการบริหารภายในองค์กร

กลุ่มที่สอง คือกลุ่มหน่วยขับเคลื่อนพื้นฐานทางด้านอุปสงค์ของการให้บริการทางกฎหมาย (primary external drivers of demand) ซึ่งแบ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องของกลุ่มย่อย 6 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่ม Peer Organization เช่น สำนักงานคู่แข่ง หรือสำนักงานพันธมิตร การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสำนักงานช่วยให้อุปสงค์ของการให้บริการคำปรึกษาทางกฎหมายเพิ่มขึ้น
- 2) กลุ่มสถาบันทางการเงินและนักลงทุน ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องการคำปรึกษาทางด้านกฎหมาย เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน
- 3) กลุ่มลูกค้าของสำนักงาน ซึ่งรวมทั้งบุคคลธรรมดา และองค์กรทางธุรกิจ
- 4) กลุ่มพนักงานและลูกจ้างของสำนักงานกฎหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กรกับตัวองค์กรก็มีส่วนทำให้อุปสงค์ต่อบริการคำปรึกษาทางกฎหมายเพิ่มขึ้น เช่น การทำสัญญาว่าจ้าง สิทธิประโยชน์ของลูกจ้าง
- 5) กลุ่มองค์กรภาครัฐ เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญไม่น้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ ที่ทำให้อุปสงค์ของการให้บริการทางกฎหมายเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรภาครัฐ (Government Bodies) เป็นผู้ออกกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ และออกระเบียบการบังคับใช้กฎหมายให้แก่ภาคเอกชน และทุกภาคส่วนของระบบเศรษฐกิจใช้เป็นกฎกติกาในการอยู่ร่วมกันในสังคม
- 6) กลุ่ม outside parties เป็นกลุ่มบุคคลที่สามที่มีส่วนทำให้อุปสงค์ของการให้บริการทางกฎหมายของสำนักงานกฎหมายเพิ่มขึ้น เช่น การเรียกร้องค่าเสียหาย หรือผู้ที่จะเรียกร้องค่าเสียหายกับลูกค้าของสำนักงาน

กลุ่มที่สาม เป็นกลุ่มทางด้าน Supply Network ในธุรกิจการบริการให้คำปรึกษาทางกฎหมาย เริ่มต้นด้วย

- 1) โรงเรียนกฎหมาย (Law School) ทั้งระดับการศึกษาในมหาวิทยาลัย และเนติบัณฑิตสภา เป็นเสมือนองค์กรที่ทำหน้าที่ผลิตบุคลากรทางกฎหมาย ซึ่งถือวัตถุดิบเป็นสำคัญใน Law Value Chain

2) กลุ่มนักกฎหมายที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ เป็นเสมือนผู้สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ Law Value Chain

3) กลุ่มฝ่ายบริการสนับสนุน เช่น งานวิจัยทางวิชาการกฎหมาย

กลุ่มที่สี่ เป็นกลุ่มพื้นฐานของ Law Value Chain ได้แก่ ระบบงานยุติธรรม เช่น ศาลองค์กรภาครัฐ และรวมถึงตัวบทกฎหมาย

3. การวิเคราะห์ SWOT analysis ของสาขาบริการที่ปรึกษา

3.1 จุดแข็ง (Strength)

1) ประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาหลายแห่งที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาชีพร่างด้านต่างๆ ทั้งทางด้านบัญชี กฎหมาย สถาปัตยกรรม และ วิศวกรรม จึงสามารถผลิตบุคลากรในวิชาชีพดังกล่าวได้เป็นจำนวนมากค่อนข้างมากในแต่ละปี ดังนั้นในด้านของจำนวน ประเทศไทยจึงมีค๋อยขาดแคลนบุคลากรมากนัก

2) สำนักงานการให้บริการความรู้ทางวิชาชีพขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับประโยชน์จากโครงสร้างการดำเนินงานที่ไม่ซับซ้อน ทำให้ดำเนินงานเร็วและมีต้นทุนการบริการต่ำ จึงสามารถรับงานที่มีค่าบริการที่ไม่สูง ราคาทำให้บริการไม่แพงมาก จุดแข็งที่สำคัญของสำนักงานขนาด SMEs คือ สามารถมีความสำคัญใกล้ชิดกับลูกค้า สามารถตอบสนองของความต้องการของธุรกิจขนาดเล็กได้ดี และใช้ทุนในการจัดตั้งกิจการไม่มากนัก

3) ประเทศไทยมีสภาวิชาชีพต่างๆ ที่คอยควบคุมมาตรฐานของบุคลากรในวิชาชีพในระดับหนึ่ง เช่น สภาสถาปนิก สภาวิชาชีพบัญชี สภาวิศวกร และ เนติบัณฑิตยสภา เป็นต้น

3.2 จุดอ่อน (Weakness)

1) แม้ประเทศไทยจะมีบุคลากรทางวิชาชีพทั้งทางด้านบัญชี กฎหมาย สถาปัตยกรรม และ วิศวกรรม มาก แต่พบว่าบุคลกรดังกล่าวมีคุณภาพ ความรู้ความสามารถ และจริยธรรมทางวิชาชีพหลายระดับ แม้ประเทศไทยจะมีสภาวิชาชีพที่ควบคุมมาตรฐานบุคลากรวิชาชีพ แต่การดูแลมาตรฐานนั้นก็ทำได้ในระดับหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นเพียงแต่การคัดกรองบุคคลที่มีความสามารถในการประกอบวิชาชีพกับไม่มีความสามารถเพียงพอ แต่ไม่สามารถแยกแยะได้มากนักระหว่างบุคคลที่มีความสามารถมากกับน้อย หรือมีความชำนาญเฉพาะในด้านใดๆ

2) ขาดการจัดทำดัชนีวัดความสามารถของบริษัทที่ปรึกษา คือ ไม่มีระบบมาตรฐานที่ชัดเจนในการจัดลำดับความสามารถวิสาหกิจที่ให้คำปรึกษา ผู้ใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาส่วนใหญ่ต้องอาศัยการหาข้อมูลจากคำบอกเล่า และชื่อเสียงที่บอกต่อๆ กันมา ซึ่งบางครั้งก็ได้รับการตรงตามความต้องการ แต่บางครั้งก็ไม่ได้ได้รับความพอใจจากการใช้บริการบริษัทที่ปรึกษามากนัก สิ่งเหล่านี้เป็นจุดอ่อนที่ทำให้ผู้ใช้บริการขาดความเชื่อมั่นในการรับบริการจากบริษัทที่ปรึกษาโดยเฉพาะบริษัทที่ปรึกษาที่เป็น SMEs ดังนั้นในบางครั้งบริษัทที่ปรึกษาขนาดใหญ่อาจได้เปรียบบริษัทที่ปรึกษา SMEs ในแง่ของความมั่นใจของลูกค้าในคุณภาพของบริการ

3) บุคลากรทางวิชาชีพทั้งที่เป็นที่ปรึกษาอิสระและที่ทำงานให้บริษัทที่ปรึกษา ในบางครั้งยังขาดทักษะทางด้านภาษาโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในการประกอบวิชาชีพ ซึ่งเป็นการตัดโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม โดยเฉพาะ

ที่ปรึกษาที่เป็น SMEs ยังนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในระบบการทำงานไม่มากนัก จึงไม่สามารถใช้ประโยชน์จาก Software สำเร็จรูปที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน เช่น โปรแกรมการช่วยออกแบบทางสถาปัตยกรรม โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป เป็นต้น

4) สมาคมหรือองค์กรกลางที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพที่ปรึกษาโดยตรงมีไม่มาก และที่มีอยู่ก็ยังคงทำหน้าที่ไม่ชัดเจนและมีบทบาทไม่มากนัก อันที่จริงแล้วองค์กรกลางเหล่านี้จะมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกให้ผู้ให้และผู้รับบริการมีโอกาสได้รับรู้ข้อมูลซึ่งกันและกันมากขึ้น และยังคงเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ให้บริการที่ปรึกษาด้วยกันในการแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ และประสบการณ์

5) การส่งเสริมของภาครัฐในภาคการให้บริการที่ปรึกษายังมีน้อย และไม่ค่อยเป็นรูปธรรมมากนัก แม้รัฐจะเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของภาคบริการที่ปรึกษา แต่ยังไม่ค่อยมีมาตรการในเชิงรุกมากนัก

3.3 โอกาส (Opportunity)

1) ในภาวะการณ์ปัจจุบัน วิชาชีพต่างๆ มีการดำเนินงานที่ซับซ้อน จึงมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับงานหลักที่ตนถนัด และ outsource งานบางชนิดให้กับบริษัทอื่น ซึ่งรวมถึงความต้องการที่จะใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้วย เช่น วิชาชีพบางแห่งอาจมีความสามารถในการออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ทำการตลาดได้ดี แต่ขาดความเข้าใจทางด้านกฎหมายและการทำบัญชี จึงอาจไปใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาทางกฎหมายและบัญชีได้ และดังที่เคยได้กล่าวไว้แล้วว่าในขณะนี้ไม่เพียงแต่วิชาชีพขนาดใหญ่เท่านั้นที่ใช้บริการบริษัทที่ปรึกษา วิชาชีพขนาดเล็กเองก็เริ่มมีการใช้บริการมากขึ้น และวิชาชีพขนาดเล็กเหล่านี้เองที่มีโอกาสจะเข้ามาเป็นลูกค้าของบริษัทที่ปรึกษาที่เป็น SMEs เพิ่มขึ้น

2) เมื่อภาวะการแข่งขันสูงขึ้นวิชาชีพต่างๆ พยายามสร้างจุดแข็งของตนด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งรวมถึงการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่างจากที่มีอยู่ในตลาดธุรกิจนั้นๆ ดังนั้นความต้องการบริการที่ปรึกษาจึงมีลักษณะที่หลากหลายและมีความแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์มากขึ้น จึงเป็นโอกาสของบริษัทที่ปรึกษาในการสร้าง niche market ของตน โดย SMEs ทางด้านการบริการให้คำปรึกษาสามารถจะพัฒนาตนเอง หรือสำนักงานของตนให้เป็นสำนักงานที่มีความแตกต่างและมีคุณภาพที่โดดเด่นในสาขาเฉพาะที่ตลาดต้องการ เช่น สำนักงานกฎหมายที่ให้บริการด้านการจัดสิทธิบัตรในทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานบัญชีหรือบริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาธุรกิจชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นต้น

3) ในช่วงที่มีการเปิดเสรีภาคบริการมากขึ้น ธุรกิจต่างชาติอาจมีความต้องการบริการที่ปรึกษาจากที่ต่างๆ มากขึ้น หากธุรกิจที่ปรึกษาในประเทศไทยมีความสามารถและมีศักยภาพมากพอก็จะสามารถดึงดูดลูกค้าต่างชาติในส่วนี้ได้

4) ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้ามาก หากบริษัทที่ปรึกษาต่างๆ มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีส่วนนี้ หรือมีการพัฒนา software ใหม่ๆ ที่เหมาะกับบริการที่ปรึกษาของตนโดยเฉพาะ จะเป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้

3.4 อุปสรรค (Threat)

1) การเปิดเสรีทางภาคบริการถึงแม้จะเปิดโอกาสให้ธุรกิจที่ปรึกษาในแต่ละประเทศมีตลาดลูกค้าที่กว้างขึ้น แต่อาจมีผลทำให้ข้อเรียกร้องของลูกค้าจากประเทศที่มีความก้าวหน้าและความพร้อมทางธุรกิจ

มีขอบเขตกว้างขวางมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นแรงกดดันสำคัญต่อสำนักงานให้คำปรึกษาขนาดใหญ่ในประเทศไทย และมีโอกาสความเป็นไปได้สูงที่บริษัทจากต่างประเทศจะสามารถช่วงชิงตลาดไปจากสำนักงานขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการคำปรึกษากับบริษัทธุรกิจต่างชาติ ในส่วนที่มีผลกระทบต่อเนื่องกับสำนักงานขนาดกลางและขนาดย่อม คือ สำนักงานที่ปรึกษาเหล่านี้อาจถูกสำนักงานขนาดใหญ่ของไทยเบียดตลาดต่อไปเป็นลูกโซ่ โดยสรุปคือสำหรับ SMEs ที่ปรึกษาความรุนแรงจากการแข่งขันทั้งภายในและจากต่างประเทศ จะมีมากขึ้น

2) ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสารสนเทศเป็นไปอย่างรวดเร็ว แม้การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริการทางด้านที่ปรึกษามาก แต่หากผู้ประกอบการในด้านที่ปรึกษาแต่ละแห่งไม่มีการปรับตัวหรือเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้กับกิจการของตน ก็อาจจะสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการรายอื่น หรือสูญเสียตลาดลูกค้าของตนไปได้ ผู้ประกอบการและผู้ให้คำปรึกษาจึงควรมีความตื่นตัวทางด้านเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา

4. ปัญหาของบริการที่ปรึกษา

ปัญหาของภาคบริการที่ปรึกษานั้นอาจจะวิเคราะห์ได้จากส่วนที่เป็นจุดอ่อนของอุตสาหกรรม ดังที่ได้กล่าวไว้ในส่วนของ weakness ใน SWOT analysis นั่นคือ ปัญหาเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ที่ต้องการใช้บริการที่ปรึกษาต่อคุณภาพของบริการ ทั้งนี้เป็นเพราะประเทศไทยยังขาดระบบมาตรฐานหรือตัวชี้วัดที่แสดงถึงระดับความน่าเชื่อถือหรือระดับคุณภาพของบริการที่เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะสำหรับบริษัทที่ปรึกษาขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้ต้องการรับบริการส่วนใหญ่ต้องอาศัยการศึกษาผลงานของผู้ให้บริการหรือการสอบถามจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน

ปัญหาถัดมาคือปัญหาทางด้านการพัฒนาบุคลากร ทั้งในแง่ความรู้ทางภาษาและทักษะอื่นๆ เช่น ความสามารถของบุคลากรในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ภายในองค์กรเพื่อให้การให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังขาดองค์กรกลางที่เข้มแข็งที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาภาคบริการที่ปรึกษา รวมทั้งภาครัฐเองยังไม่มีมาตรการที่เป็นรูปธรรมมากนักในการส่งเสริมภาคบริการในกลุ่มที่ปรึกษา

5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในสาขาบริการที่ปรึกษา

5.1 เกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก SMEs เป้าหมาย

1) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 และ กรอบแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ปี 2550 – 2554

2) เป็นบริการที่ปรึกษาที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจอื่นๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็น SMEs

5.2 กลุ่มธุรกิจเป้าหมาย จากเกณฑ์ดังกล่าวไว้ในหัวข้อที่ 4.1 กลุ่มธุรกิจเป้าหมายในภาคบริการที่ปรึกษา คือ

1) “SMEs ที่ให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ” โดยเฉพาะที่ปรึกษาทางธุรกิจที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน

สาเหตุที่เลือกบริการที่ปรึกษาทางธุรกิจเป็นกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย เพราะถือเป็นกลุ่มธุรกิจสำคัญ ที่อยู่ในฐานะธุรกิจที่สนับสนุนการประกอบการและการพัฒนาธุรกิจอื่นๆ อีกต่อหนึ่ง โดยเฉพาะธุรกิจที่เป็น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ทั้งนี้เป็นเพราะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอาจจะมีเงินทุนไม่มาก หรืองานที่จะต้องใช้บริการที่ปรึกษาไม่ได้เป็นโครงการใหญ่ จึงมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ปรึกษาขนาดเล็ก มากกว่าขนาดใหญ่ ซึ่งถือเป็นตลาดผู้รับบริการที่สำคัญของผู้ให้บริการที่ปรึกษาที่มีลักษณะเป็น SMEs เช่นเดียวกัน

SMEs ที่ให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ จะมีบทบาทต่อการพัฒนาธุรกิจประเภทต่างๆ มาก หาก SMEs ทางด้านที่ปรึกษาเหล่านี้มีบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ที่จะไปแนะนำการดำเนินธุรกิจในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การบริหารจัดการองค์กร การบริหารบุคคล การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ การบริหารการเงิน ซึ่งบางครั้งมีการให้คำปรึกษาทางด้านบัญชีและด้านกฎหมายด้วย เป็นต้น

และเนื่องจากในปัจจุบันความต้องการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมีมากขึ้น การส่งเสริมที่ปรึกษาเฉพาะเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญ ตัวอย่างที่ปรึกษาในลักษณะนี้ คือ ที่ปรึกษาทางธุรกิจ ด้านการตลาดที่เชี่ยวชาญการทำตลาดในประเทศจีนโดยเฉพาะ หรือที่ปรึกษาทางธุรกิจด้านการจัดการที่ เน้นการจัดการธุรกิจสปาโดยเฉพาะ เป็นต้น

2) “SMEs ที่ให้บริการที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม” สาเหตุที่เลือก “SMEs ที่ให้บริการที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม” เป็น SMEs เป้าหมายนั้น สืบเนื่องมาจาก

(1) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตและการปรับโครงสร้างการผลิตสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการบนพื้นฐานความรู้และนวัตกรรม และจาก

(2) กรอบแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ปี 2550 – 2554 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 คือยุทธศาสตร์การเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต กลยุทธ์ที่ 2 ของยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ กลยุทธ์การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี โดยมีการเสนอแผนงาน 3 แผนงาน คือ **แผนงานการสร้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม** แผนงานเพิ่มศักยภาพของ SMEs ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และ แผนงานส่งเสริมการใช้และพัฒนานวัตกรรมของ SMEs

การจะนำไปสู่การเพิ่มผลิตภาพและมูลค่าเพิ่มดังกล่าวได้นั้นต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งบางครั้งสิ่งเหล่านี้ไม่ได้มีอยู่ในทุกวิสาหกิจ บางวิสาหกิจเล็งเห็นความสำคัญของบุคลากรในส่วนนี้ แต่ยังมีขาดความรู้ความสามารถในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ประโยชน์ได้เอง ทางออกหนึ่งของปัญหานี้ คือ การ outsource งานบางอย่างให้บริษัทที่ปรึกษาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นผู้ดำเนินการ หรือเป็นผู้ให้คำปรึกษาในการวางแผนการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในกิจการของตน เนื่องจากที่ปรึกษาในลักษณะนี้ในประเทศไทยยังมีไม่มาก จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้อง “สร้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม” ขึ้นมาดังที่ได้ระบุไว้ในแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ปี 2550 – 2554

6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาบริการที่ปรึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การกระตุ้นอุปสงค์ของบริการที่ปรึกษาจากผู้ประกอบการ SMEs

ในปัจจุบันแม้ธุรกิจต่างๆ มีแนวโน้มจะใช้บริการบริษัทที่ปรึกษามากขึ้น แต่ก็ยังมีวิสาหกิจจำนวนมากโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดเล็กที่คิดว่าการใช้บริการที่ปรึกษาเป็นสิ่งสิ้นเปลืองและไม่มีความจำเป็นจริงๆ ที่จริงแล้วหากกิจการเหล่านั้นมีการใช้บริการที่ปรึกษาในบางเรื่องอาจทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยประโยชน์ที่ได้รับจากคำแนะนำของบริษัทที่ปรึกษาอาจมีมากกว่าต้นทุนที่เสียไปในการจ้างที่ปรึกษาก็เป็นได้ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของที่ปรึกษาว่าให้คำปรึกษาได้ถูกต้องตรงจุดหรือไม่ และขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการเองว่าสามารถดำเนินการได้ตามคำแนะนำหรือไม่

ในการสร้างแรงจูงใจในการใช้บริการที่ปรึกษานั้นทำได้หลายวิธี เช่น การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบถึงประโยชน์ของการใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาผ่านสื่อต่างๆ หรือแสดงให้เห็นถึงตัวอย่างของผู้ที่ใช้บริการแล้วประสบความสำเร็จในธุรกิจ นอกจากนี้การเปิดโอกาสให้บริษัทที่ปรึกษาและวิสาหกิจต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน รวมถึงผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการกับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการมีโอกาสได้มาพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันก็เป็นอีกทางหนึ่งที่จะสร้างแรงกระตุ้นอุปสงค์ต่อการใช้บริการที่ปรึกษา

ในด้านของที่ปรึกษาเป้าหมาย คือ ที่ปรึกษาทางธุรกิจ และ ที่ปรึกษาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม อาจมีการวางกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการ เช่น สำหรับธุรกิจที่เพิ่งก่อตั้งใหม่ๆ อาจจะสามารถให้บริการในการดำเนินงาน การบริหารจัดการ หรือการแก้ไขปัญหา จึงอาจมีความจำเป็นต้องใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในการวางแผนในบางเรื่อง เป็นต้น

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 การกระตุ้นอุปสงค์ของบริการที่ปรึกษาจากผู้ประกอบการ SMEs

วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์นี้มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมให้วิสาหกิจต่างๆ ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ที่ได้รับจากการรับบริการที่ปรึกษา ทำให้อุปสงค์ต่อบริการที่ปรึกษาเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ให้และผู้รับบริการที่ปรึกษา สำหรับผู้ให้บริการที่ปรึกษาจะมีตลาดเพิ่มขึ้น ส่วนผู้รับบริการที่ปรึกษาก็มีโอกาสพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาขององค์กรได้

แนวทางในการปฏิบัติ แนวทางในการปฏิบัติ เพื่อให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ที่ 1 แบ่งออกเป็น 2 กลยุทธ์หลักๆ คือ

กลยุทธ์ที่ 1: ผลักดันให้เกิดการยอมรับผู้ประกอบการที่ปรึกษา

กลยุทธ์ที่ 2: สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการใช้บริการที่ปรึกษา

กลยุทธ์ที่ 1: ผลักดันให้เกิดการยอมรับผู้ประกอบการที่ปรึกษา

มาตรการ

- ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ที่วิสาหกิจต่างๆ จะได้รับจากการใช้บริการที่ปรึกษาผ่านสื่อประเภทต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจจะสะท้อนถึงความสำเร็จของผู้ประกอบการในวิสาหกิจต่างๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่เคยใช้บริการที่ปรึกษา ไม่ว่าจะเป็นที่ปรึกษาระดับ SMEs

หรือบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งอาจรวมถึงการประชาสัมพันธ์ศักยภาพและความสามารถของผู้ประกอบการที่
ปรึกษาในประเทศไทย

■ ส่งเสริมให้มีการสร้างระบบมาตรฐานที่ปรึกษาให้ชัดเจนมากขึ้น ปัจจุบันผู้รับบริการมีปัญหาด้าน
ความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่ปรึกษา โดยเฉพาะจากบริษัทที่ปรึกษาขนาดเล็กกว่าจะมีคุณภาพในการให้
คำปรึกษาอย่างน้อยเพียงใด การสร้างระบบมาตรฐานที่เป็นสากลเกี่ยวกับคุณภาพของผู้ให้บริการจะทำให้
ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นในการรับบริการมากขึ้น ปัจจุบันมีหน่วยงานรัฐบางแห่งได้ริเริ่มการสร้างระบบ
มาตรฐานดังกล่าว เช่น ศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย กระทรวงการคลัง มีการริเริ่มดำเนินการสำรวจ วิเคราะห์
และประเมินขีดความสามารถของที่ปรึกษาไทยในปัจจุบัน และมีการจำแนกระดับขีดความสามารถของที่
ปรึกษาไทย (Level of Competence) ออกเป็น 5 ระดับ คือ

- ระดับ 4 มีขีดความสามารถสูงมาก และประสบการณ์สูง สามารถไปต่างประเทศเองได้
- ระดับ 3 มีขีดความสามารถสูง สามารถทำงานภายในประเทศได้เอง โดยไม่ต้องการ
คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญต่างชาติ
- ระดับ 2 มีขีดความสามารถปานกลาง สามารถทำงานภายใต้การนำของผู้เชี่ยวชาญ
ต่างชาติ
- ระดับ 1 มีขีดความสามารถต่ำอยู่ในระดับพื้นฐาน ทำงานในระดับสนับสนุน (Support Staff) ได้
- ระดับ 0 ไม่มีความสามารถ

อย่างไรก็ตามทางหน่วยงานจะมีการจัดระดับเฉพาะหน่วยงานที่จดทะเบียนกับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษา
ไทยเท่านั้น และในการจดทะเบียนก็จะบังคับเฉพาะบริษัทที่มาทำงานเป็นที่ปรึกษาให้ภาครัฐ แม้ว่าบริษัทที่
ปรึกษาอื่นๆ จะสามารถจดทะเบียนได้แต่ยังมีแรงจูงใจไม่มากนัก ดังนั้นการขยายแนวคิดนี้ออกไปในวงที่
กว้างขึ้น โดยมีการปรับระดับการประเมินขีดความสามารถให้เหมาะสม โดยเฉพาะกับบริษัทที่ปรึกษาไทยที่
เป็น SMEs ก็จะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้รับบริการในการลดต้นทุนในการหาข้อมูลด้านคุณภาพของบริษัทที่
ปรึกษา และเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่ปรึกษาพัฒนาตนเอง เพื่อให้ผลการประเมินขีดความสามารถ
อยู่ในระดับสูง

กลยุทธ์ที่ 2: สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการใช้บริการที่ปรึกษา

มาตรการ

- อาจเสนอให้มีการลดหย่อนทางด้านภาษีกรณีที่วิสาหกิจต่างๆ มีการใช้บริการบริษัทที่ปรึกษา
เพื่อพัฒนากิจการในด้านต่างๆ
- จัดให้มีโครงการต่างๆ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้และผู้รับบริการที่ปรึกษามาพบกัน เช่น งานแฟร์ทางด้าน
การให้คำปรึกษา เพราะปัญหาหลักอย่างหนึ่งของตลาดการให้บริการที่ปรึกษา คือ ผู้ต้องการรับบริการไม่รู้
จะไปหาผู้ให้บริการจากแหล่งใด และผู้ให้บริการไม่ทราบว่าวิสาหกิจรายใดต้องการรับบริการ การอำนวยความสะดวกดังกล่าวจะทำให้อุปสงค์และอุปทานด้านการให้คำปรึกษามาพบกันได้ง่ายขึ้น หรืออย่างน้อย
ให้ผู้ที่สนใจในการรับบริการมีโอกาสมาสำรวจตลาดว่าปัจจุบันมีการให้บริการด้านใด และตนจะสามารถใช้
ประโยชน์จากบริการใดได้บ้าง เป็นการสร้างแรงจูงใจในการใช้บริการที่ปรึกษาได้อีกต่อหนึ่ง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- (1) สมาชิวิชาชีพต่างๆ เช่น สถาสถาปนิก สถาวิชาชีพบัญชี สถาวิศวกร และ เนติบัณฑิตยสภา เป็นต้น
- (2) หน่วยงานภาครัฐ เช่น ศูนย์ข้อมูลทีปรึกษาไทย กระทรวงการคลัง สสว. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น
- (3) สมาคมทีปรึกษาประเภทต่างๆ เช่น สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย (ส.บ.ช.) สมาคมทีปรึกษาธุรกิจไทย สมาคมทีปรึกษาพัฒนาธุรกิจ สมาคมวิศวกรออกแบบและทีปรึกษาเครื่องกลและไฟฟ้าไทย สมาคมวิศวกรทีปรึกษาไทย สถาบันทีปรึกษาและพัฒนาธุรกิจ เป็นต้น
- (4) สถาบันการศึกษา

หน่วยงานภาครัฐและสมาคมทีเกี่ยวกับบริการทีปรึกษาอาจประสานงานกันในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการทีปรึกษาของผู้ประกอบการมากขึ้น และอาจร่วมมือกันจัดงานแฟร์ตลาดนัดพบระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการทีปรึกษา สำหรับสมาชิกวิชาชีพต่างๆ อาจมีการปรึกษาหารือร่วมกับสมาคมผู้ประกอบการทีปรึกษา สถาบันการศึกษา และหน่วยงานรัฐ เช่น ศูนย์ข้อมูลทีปรึกษาไทย กระทรวงการคลัง ในการพัฒนาระบบมาตรฐานทางด้านการให้คำปรึกษา เพื่อให้ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นและใช้บริการด้านทีปรึกษามากขึ้น ในส่วนของสสว. เองนอกจากจะเป็นผู้ให้คำปรึกษาด้วยตัวเอง ยังควรส่งเสริมการใช้บริการทีปรึกษาของผู้ประกอบการ SMEs โดยอาจให้เงินสมทบหรืออำนวยความสะดวกในการจัดหาและจัดจ้างบริษัททีปรึกษา เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันทางสสว. ก็มีโครงการดังกล่าวอยู่บ้างแล้ว แต่อาจจะมีการจัดการให้เป็นระบบและครอบคลุมในวิสาหกิจสาขาต่างๆ มากขึ้น

กรอบระยะเวลาในการปฏิบัติ ในระยะสั้นหน่วยงานภาครัฐสามารถประสานงานกันในการจัดงานแฟร์หรือตลาดนัดพบระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการด้านทีปรึกษา รวมถึงการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ทีผู้ประกอบการต่างๆ จะได้รับจากการใช้บริการทีปรึกษา

ในระยะยาวควรจะมีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการทีปรึกษาให้ชัดเจน และมีการปรับมาตรฐานดังกล่าวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างพันธมิตรในกลุ่มวิชาชีพ

เนื่องจากในปัจจุบันการประกอบธุรกิจของการให้บริการคำปรึกษาความรู้ทางวิชาชีพ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มของการบัญชี ทางกฎหมาย หรือสถาปนิก ก็ตาม ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการอิสระ เช่น ผู้สอบบัญชีอิสระ คือเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคล ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับงาน การรวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายสำนักงาน จะทำให้สามารถรับงานในปริมาณทีมากขึ้น และมีความหลากหลายในงานทีรับ

สำหรับวิสาหกิจให้คำปรึกษาทีมีลักษณะเป็นสำนักงานให้คำปรึกษานั้นแม้จะมีการรวมตัวของผู้ให้คำปรึกษาจำนวนหนึ่ง แต่หากเป็นวิสาหกิจขนาดเล็กก็ยังคงมีข้อจำกัดในด้านต่างๆ เช่น ข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทีต้องการบริการทีปรึกษา หรือความสามารถในการรวบรวมหรือเสาะแสวงหาข้อมูลทีเป็นประโยชน์ต่อการให้คำปรึกษา เช่น ข้อมูลของสถานการณ์ของธุรกิจทีตนให้คำปรึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับข้อกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ของภาครัฐ ซึ่งหาก SMEs ทีปรึกษามีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือหรือ

สร้างพันธมิตรในกลุ่มวิชาชีพก็อาจสามารถลดต้นทุนบางอย่าง เช่น ต้นทุนทางด้านข้อมูล ลงได้ และการสร้างเครือข่ายนี้ยังอาจนำมาซึ่งการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพนั้นๆ มีวิสัยทัศน์ที่กว้างขึ้น การให้คำปรึกษาก็อาจจะมีคุณภาพมากขึ้น

สำหรับกลยุทธ์ในการสร้างพันธมิตรในกลุ่มวิชาชีพอาจเริ่มจากการสร้างแรงจูงใจในการสร้างเครือข่ายวิชาชีพ เช่น การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการวิชาชีพหรือสำนักงานที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้องทราบถึงประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายพันธมิตร และรัฐอาจให้การส่งเสริมในด้านต่างๆ ในการสร้างเครือข่าย เช่น ให้แรงจูงใจทางด้านภาษีหากมีการจัดตั้งเครือข่าย เป็นต้น

อย่างไรก็ตามบ่อยครั้งพบว่าเมื่อมีการสร้างเครือข่ายขึ้นมาไม่ว่าจะเป็นแบบที่เป็นทางการ เช่น การตั้งสมาคม และ สถาบัน หรือเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ แต่เครือข่ายเหล่านั้นไม่มีการบริหารจัดการที่ดีพอ อาจทำให้องค์กรที่จัดตั้งประสบกับปัญหา และไม่ได้ได้รับความสนใจไปในที่สุด ดังนั้นนอกจากรัฐจะส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายเหล่านี้แล้ว ยังควรหาวิธีที่จะส่งเสริมให้เครือข่ายเหล่านี้คงอยู่ต่อไปได้ ประเด็นสำคัญคือจะต้องทำให้เครือข่ายเหล่านี้มีการบริหารจัดการที่ดี ทำให้สมาชิกในองค์กรมีส่วนร่วมในด้านต่างๆ ซึ่งอาจทำได้โดยในช่วงแรกๆ ที่มีการจัดตั้งเครือข่ายรัฐอาจส่งผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ไปสังเกตการณ์และให้คำแนะนำกลุ่มเครือข่าย หรือประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อช่วยเหลือในด้านการวางระบบเครือข่าย การกำหนดข้อตกลงต่างๆ ในเบื้องต้น และหลังจากที่เครือข่ายหรือองค์กรเหล่านี้แข็งแรง ภาครัฐอาจลดบทบาทลงเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุนเท่านั้น

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างพันธมิตรในกลุ่มวิชาชีพ

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ภาคส่วนต่างๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านที่ปรึกษาได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่ม ซึ่งอาจรวมถึงการประหยัดจากการรวมกลุ่ม เช่น การประหยัดต้นทุนจากการร่วมกันรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การเก็บข้อมูลทางสถิติ การประชาสัมพันธ์ในการสร้างอุปสงค์โดยรวมของบริษัทที่ปรึกษา เป็นต้น และยังอาจรวมถึงประโยชน์จากการที่บุคลากรและวิสาหกิจผู้ให้บริการที่ปรึกษามีโอกาสในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน

แนวทางในการปฏิบัติ ในงานศึกษานี้จึงได้เสนอแนะกลยุทธ์และมาตรการในการส่งเสริมการสร้างพันธมิตรในกลุ่มวิชาชีพดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1: การสร้างแรงจูงใจในการสร้างเครือข่ายพันธมิตร

กลยุทธ์ที่ 2: ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ (เช่น หน่วยงานรัฐ องค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการ และ สถาบันการศึกษา) ในการจัดตั้งและพัฒนาการบริหารจัดการเครือข่าย

กลยุทธ์ที่ 1: การสร้างแรงจูงใจในการสร้างเครือข่ายพันธมิตร

มาตรการ

- ประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงประโยชน์ของการสร้างกลุ่มพันธมิตร ดังได้กล่าวไว้ในตอนต้นว่าการสร้างเครือข่ายพันธมิตรมีประโยชน์หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการรวมตัวกันเพื่อพัฒนาบุคลากร องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างความเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้รับบริการ และการประหยัดจากการรวมกลุ่มในด้านต่างๆ หากสามารถทำให้ผู้ประกอบการให้คำปรึกษาตระหนักถึงประโยชน์เหล่านี้ จะเป็นแรงจูงใจใน

การสร้างเครือข่ายพันธมิตรโดยสมัครใจ ซึ่งจะทำให้เครือข่ายอยู่ได้อย่างมั่นคงมากกว่าการบีบบังคับให้สร้างเครือข่าย

■ สร้างแรงจูงใจทางด้านภาษี หากมีการจัดตั้งเครือข่าย เช่น อาจมีการเสนอให้มีการลดหย่อนภาษีให้กับผู้ที่เป็นสมาชิกสมาคมหรือเครือข่ายต่างๆ ที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นทางการ การใช้มาตรการในลักษณะนี้เป็นเพียงการสร้างแรงจูงใจขั้นต้นให้เกิดการสร้างเครือข่าย แต่แรงจูงใจที่แท้จริงควรมาจากการที่ผู้เข้าร่วมร่วมในเครือข่ายได้รับหรือมองเห็นประโยชน์จากการรวมกลุ่ม และมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการดำเนินงานต่างๆ ของเครือข่ายอย่างแท้จริง มิใช่เป็นเพียงการมีชื่ออยู่ในกลุ่มเพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่รัฐเสนอให้เท่านั้น

กลยุทธ์ที่ 2: ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ (เช่น หน่วยงานรัฐ องค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการ และสถาบันการศึกษา) ในการจัดตั้งและพัฒนากิจการบริหารจัดการเครือข่าย

มาตรการ

1) อำนวยความสะดวกในการจัดตั้งเครือข่าย เช่น จัดทำ directory ของผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มที่ปรึกษาใกล้เคียงกัน ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐในการอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลและกฎระเบียบต่างๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

2) ประสานงานกับภาคส่วนต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้การบริหารงานและการจัดการเครือข่ายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น รัฐอาจส่งผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เข้าไปช่วยสังเกตและให้คำแนะนำการบริหารจัดการเครือข่าย ซึ่งอาจรวมถึงด้านการวางระบบเครือข่าย การกำหนดข้อตกลงต่างๆ ระหว่างสมาชิกในเครือข่าย การบริหารการเงิน และการจัดกิจกรรม เป็นต้น การประสานงานด้านนี้มีส่วนสำคัญต่อความอยู่รอดของเครือข่าย เพราะบ่อยครั้งจะพบว่าเมื่อมีการจัดตั้งเครือข่ายหรือองค์กรต่างๆ ขึ้นมาทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดีแล้วเครือข่ายเหล่านั้นก็อาจจะคงอยู่ต่อไปได้อย่างเข้มแข็งอย่างไรก็ตามรัฐควรเข้าเป็นเพียงผู้ประสานงานในการให้ความช่วยเหลือ แต่มิใช่เป็นผู้บริหารองค์กรเอง โดยรัฐอาจเข้าไปให้ความช่วยเหลือในช่วงแรกๆ ที่มีการจัดตั้งเครือข่าย แต่เมื่อเครือข่ายหรือองค์กรเหล่านี้แข็งแรง ภาครัฐควรจะลดบทบาทลงเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุนเท่านั้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับแผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 2 เหมือนกับแผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 โดยหน่วยงานภาครัฐต่างๆ อาจร่วมมือกันประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของการจัดตั้งเครือข่ายทางด้านที่ปรึกษา และอาจประสานงานกันในการอำนวยความสะดวกส่งเสริม และให้การสนับสนุนการจัดตั้งสมาคมที่ปรึกษาเฉพาะทางด้านต่างๆ รวมถึงพัฒนาสมาคมหรือองค์กรเครือข่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแล้วให้มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา และสภาวิชาชีพ โดยสสว. อาจมีส่วนในการจัดการสัมมนาหรือระดมความคิดเห็นในด้านการจัดตั้งสมาคมที่ปรึกษา หรือพัฒนาสมาคมที่ปรึกษาที่มีอยู่ โดยเฉพาะสมาคมที่ปรึกษาที่ประกอบด้วยผู้ประกอบการให้คำปรึกษาในระดับ SMEs หรือผู้ให้บริการที่ปรึกษาที่มีบทบาทในการให้คำปรึกษาแก่วิสาหกิจ SMEs อื่นๆ เป็นต้น

กรอบระยะเวลาในการปฏิบัติ ในระยะสั้นแต่ละหน่วยงานสามารถเริ่มดำเนินการในการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ที่ภาคส่วนต่างๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านที่ปรึกษา จะได้รับจากการจัดตั้งเครือข่ายทางด้านที่ปรึกษาเฉพาะด้าน ส่วนในระยะยาวหน่วยงานต่างๆ อาจจะมีการสนับสนุนในหลายๆ ด้านเพื่อให้เกิดการจัดตั้งสมาคมหรือองค์กรเครือข่ายที่เป็นทางการ ซึ่งอาจจะต้องใช้เวลาพอสมควร อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐเองควรจะมีบทบาทเพียงแค่อำนวยความสะดวกในการจัดตั้งและให้คำปรึกษาในด้านการจัดการองค์กรในช่วงแรก แต่ในระยะยาวการบริหารงานและการตัดสินใจต่างๆ ต้องเกิดขึ้นจากสมาชิกหรือคณะกรรมการภายในองค์กรเอง โดยภาครัฐจะเป็นเพียงผู้ให้ความร่วมมือและผู้สนับสนุนอยู่ห่างๆ เท่านั้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมบทบาทขององค์กรวิชาชีพ สมาคม หรือสถาบันที่เกี่ยวกับการให้คำปรึกษาในการเป็นศูนย์กลางด้านต่างๆ

แม้ว่าปัจจุบันองค์กรวิชาชีพต่างๆ จะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวิชาชีพ เช่น สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย (ส.บ.ช.) จัดให้มีการเผยแพร่ความรู้ อบรมสัมมนา เพื่อทำให้นักบัญชีพัฒนาคุณภาพ มีระบบบรรษัทภิบาลที่ดี เพื่อลดความเสี่ยงจากการสอบบัญชี หรือหลักสูตรการตรวจสอบบัญชีแบบครบวงจร ฯลฯ แต่การดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่างๆ ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถแพร่หลายไปยังต่างจังหวัดได้ หรือยังไม่สามารถครอบคลุมสำนักงานขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างทั่วถึง ซึ่ง SMEs ที่ปรึกษาเหล่านี้เป็นกลุ่มที่สมควรได้รับการพัฒนาและเพิ่มพูนทักษะให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี

ดังนั้นภาครัฐจึงควรส่งเสริมองค์กรวิชาชีพหรือเครือข่ายวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้คำปรึกษาให้ เป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ เช่น ศูนย์กลางทางด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจรวมถึงการรวบรวม directory ของผู้เชี่ยวชาญหรือสำนักงานที่ให้คำปรึกษา ข้อมูลสถิติด้านต่างๆ หรือข้อมูลด้านโครงการสนับสนุนต่างๆ ของภาครัฐ เป็นต้น และเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาบุคลากรในวิชาชีพ หรือพัฒนาการดำเนินงานของสำนักงานที่ปรึกษา เช่น การส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ มาใช้ในสำนักงาน หรือส่งเสริมให้มีการสร้างและใช้ software สำเร็จรูป ที่เอื้ออำนวยต่องานที่ปรึกษาในระดับ SMEs เป็นต้น

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมบทบาทขององค์กรวิชาชีพ สมาคม และสถาบัน ที่เกี่ยวกับบริการที่ปรึกษาให้ เป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ

วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาองค์กรวิชาชีพและสมาคมที่เกี่ยวข้องที่ปรึกษาที่มีอยู่หรือที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่ ให้เป็นศูนย์กลางทางด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงการเป็นศูนย์กลางทางด้านข้อมูลข่าวสารและการพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการให้คำปรึกษา รวมถึงการพัฒนาบุคลากรทางด้านที่ปรึกษา ทั้งนี้เพื่อให้ภาคบริการที่ปรึกษาพัฒนาและเติบโตต่อไปได้

แนวทางในการปฏิบัติ ในงานศึกษานี้ได้เสนอกลยุทธ์และมาตรการในการพัฒนาองค์กรเหล่านี้ให้ เป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: ส่งเสริมให้องค์กรวิชาชีพ สมาคม และสถาบันที่เกี่ยวกับบริการที่ปรึกษาให้ เป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวิชาชีพนั้นๆ

กลยุทธ์ที่ 2: ส่งเสริมบทบาทขององค์กรวิชาชีพ สมาคม และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ปรึกษาให้เป็นศูนย์กลางในการการพัฒนาองค์ความรู้และเพิ่มพูนทักษะทางด้านวิชาชีพแก่ผู้ให้บริการที่ปรึกษาให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี

กลยุทธ์ที่ 1: ส่งเสริมให้องค์กรวิชาชีพ สมาคม และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ปรึกษาให้เป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับวิชาชีพนั้นๆ

มาตรการ

รัฐอาจให้การสนับสนุนทั้งทางด้านเงินทุน ข้อมูล และบุคลากรในการส่งเสริมให้องค์กรวิชาชีพ สมาคม และสถาบัน ที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ปรึกษา

1) สร้างระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการที่ปรึกษา โดยเฉพาะที่ปรึกษาในระดับ SMEs ซึ่งอาจรวมถึง directory ของผู้ให้บริการที่ปรึกษา ข้อมูลทางสถิติ งานศึกษาหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่างๆ ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะเทียบ และโครงการสนับสนุนต่างๆ ของภาครัฐ

2) จัดทำ website ในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ให้และผู้รับบริการที่ปรึกษา ในปัจจุบัน website เป็นสื่อที่ทรงพลังในการเผยแพร่และการได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการลดต้นทุนในการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ที่ 2: ส่งเสริมบทบาทขององค์กรวิชาชีพ สมาคม และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ปรึกษาให้เป็นศูนย์กลางในการการพัฒนาองค์ความรู้และเพิ่มพูนทักษะทางด้านวิชาชีพแก่ผู้ให้บริการที่ปรึกษาให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี

มาตรการ

ภาครัฐอาจให้การสนับสนุนด้านเงินทุนและผู้เชี่ยวชาญแก่องค์กรวิชาชีพ สมาคม และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ปรึกษาในการ

▪ พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ปรึกษา เช่น

- ส่งเสริมให้องค์กรวิชาชีพ สมาคม หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ปรึกษาจัดการอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะทางด้านวิชาชีพ โดยอาจร่วมกับสถาบันการศึกษาและองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดการอบรม หรือจัดให้มีการสัมมนาในประเด็นต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการด้านการให้คำปรึกษาและบุคคลต่างๆ ที่อยู่ในวิชาชีพนั้นๆ ได้เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในด้านต่างๆ และได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

- ส่งเสริมให้มีการส่งนักศึกษาในวิชาชีพด้านต่างๆ ไปฝึกงานกับผู้ประกอบการจริง การฝึกงานจะทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้การทำงานจากสถานการณ์และประสบการณ์จริง เพื่อจะได้มีทักษะที่ดีเมื่อสำเร็จการศึกษาไปประกอบอาชีพต่างๆ ต่อไป

▪ นำ Information Technology มาใช้ในสำนักงานที่ปรึกษา ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความเจริญก้าวหน้าอย่างมาก หากบริษัทที่ปรึกษาไม่มีการปรับตัวเพื่อที่จะนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้จะทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในบริการเดียวกันได้

▪ สร้าง software สำเร็จรูป ที่เอื้ออำนวยต่องานที่ปรึกษาในระดับ SMEs เช่น ซอฟต์แวร์กลาง ทางด้านบัญชี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านบัญชีในวงกว้าง นอกจากนี้การจะทำให้ software เหล่านี้เป็นที่รู้จักและใช้อย่างแพร่หลายนั้นอาจใช้วิธีการต่างๆ เช่น การนำซอฟต์แวร์เข้าสู่สถาบันการศึกษา ทั้งนี้เพราะเมื่อนักศึกษาค้นเคยกับโปรแกรมที่ใช้ในสถาบันการศึกษา เมื่อจบการศึกษาก็จะต่อยอดนำมาใช้ได้ และจะเกิดการบอกแบบปากต่อปาก ทำให้มีการใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับแผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 3 คล้ายกับแผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 2 แต่อาจรวมถึงหน่วยงานหรือสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและสารสนเทศด้วย โดยภาคส่วนต่างๆ อาจส่งเสริม อำนวยความสะดวก และให้ความร่วมมือในการสนับสนุนให้สมาคมที่ปรึกษาเฉพาะด้านเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูล และพัฒนาวิสาหกิจและบุคลากรด้านที่ปรึกษาเฉพาะด้านนั้นๆ โดยหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐอาจให้การสนับสนุนองค์กรเหล่านี้ในด้านต่างๆ เช่น การจัดอบรมสัมมนาเรื่องของการนำเทคโนโลยีและ Software ใหม่ ๆ มาใช้ในการให้บริการของบริษัทที่ปรึกษา หรือประสานงานระหว่างสถาบันการศึกษาและสมาคมทางด้านที่ปรึกษาเฉพาะด้านต่างๆ ในการเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าไปฝึกงานในบริษัทที่ปรึกษาหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

หน่วยงานภาครัฐอาจมีการประสานงานกันในการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากหน่วยงานต่างๆ ของทางภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับบริการและโครงการที่หน่วยงานต่างๆ ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่ปรึกษา ทุกระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบันศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย กระทรวงการคลัง มีการรวบรวมข้อมูลด้านผู้ประกอบการที่ปรึกษาอยู่พอสมควร หน่วยงานต่างๆ จึงอาจให้การสนับสนุนศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย ในการทำวิจัยและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทที่ปรึกษา เป็นต้น

กรอบระยะเวลาในการปฏิบัติ ในระยะสั้นหน่วยงานภาครัฐอาจเริ่มที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทุกระดับต่างๆ พร้อมกับประสานงานกันในการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูลที่รวบรวมได้ว่าจะเผยแพร่ผ่าน website ของแต่ละองค์กรหรือมีการจัดทำ website รวม เป็นต้น นอกจากนี้การจัดการสัมมนาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ และจัดการอบรมการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในด้านการบริการที่ปรึกษา ก็สามารถเริ่มวางแผนทำได้ในระยะสั้น

มาตรการระยะกลางอาจรวมถึงการประสานงานระหว่างสถาบันการศึกษาและวิสาหกิจที่ปรึกษา โดยอาจจะเป็นการประสานงานโดยตรงหรือผ่านองค์กรกลางต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีโอกาสได้เข้าไปฝึกงานในบริษัทที่ปรึกษาหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจริงๆ

มาตรการในระยะยาว อาจรวมถึงการทำการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและ Software ต่างๆ เพื่อใช้กับการให้บริการที่ปรึกษาเฉพาะด้าน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ และรวมถึงการนำเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่ๆ เข้าไปใช้ในสถาบันการศึกษา เพื่อให้นักศึกษารุ่นใหม่ๆ มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและองค์ความรู้ที่ทันสมัยเหล่านั้น

7. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ

7.1 **ศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย กระทรวงการคลัง** การจัดจ้างที่ปรึกษา เพื่อดำเนินงานให้กับหน่วยงานภาครัฐ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ได้กำหนดให้ต้องว่าจ้างที่ปรึกษาที่ขึ้นทะเบียนกับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย กระทรวงการคลัง โดยศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย ได้จัดทำระบบฐานข้อมูลที่ปรึกษาเพื่อให้ผู้ใช้งานได้สืบค้นและคัดเลือกที่ปรึกษาที่มีคุณสมบัติในเบื้องต้นเหมาะสมกับงาน เป็นแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์โครงสร้างของที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญไทย รวมทั้งศึกษาหาแนวทางในการส่งเสริม พัฒนาที่ปรึกษาไทยและผู้เชี่ยวชาญ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ และสามารถแข่งขันกับที่ปรึกษานานาชาติได้

7.2 **ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535** ระเบียบดังกล่าวมีความครอบคลุมการจัดซื้อ จัดจ้างพัสดุ และการจ้างที่ปรึกษาของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งกำหนดให้ที่จ้างที่ปรึกษาที่มีสัญชาติไทย และได้จดทะเบียนไว้กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาของกระทรวงการคลัง โดยมีรายละเอียดการจัดจ้างตามมาตรา 74-94

8. แนวโน้มของบริการที่ปรึกษา

จากสถานะการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2550 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ผู้ประกอบการโดยเฉพาะ SMEs ได้รับผลกระทบโดยตรงจากวิกฤติเศรษฐกิจดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการคำสั่งซื้อลดลง การไม่มีเสถียรภาพทางการเงินและอัตราแลกเปลี่ยน ความผันผวนของดอกเบี้ย ดังนั้น ในปี 2552 คาดการณ์ว่าผู้ประกอบการจะใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ และที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมากขึ้น โดยเฉพาะที่ปรึกษาทางธุรกิจมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุด และการให้บริการมีแนวโน้มจะเป็นที่ปรึกษาด้านการเงินและการปรับโครงสร้างหนี้

9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลโครงสร้างพื้นฐาน SWOT Analysis สภาพปัญหาความสำคัญของ SMEs บนห่วงโซ่อุปทาน และแนวโน้มของบริการที่ปรึกษา เห็นควรกำหนดแนวทางการส่งเสริมบริการที่ปรึกษา ดังนี้

- 1) ภาครัฐควรผลักดันให้เกิดการพัฒนาบริการที่ปรึกษา เพื่อให้เกิดการยอมรับและเกิดต้นแบบธุรกิจบริการที่ปรึกษา
- 2) ควรสนับสนุนให้มีการพัฒนาซอฟต์แวร์กลางที่สามารถนำไปใช้ได้ในวงกว้าง เช่น software ทางการบัญชี Software ทางเศรษฐกิจ Software ทางสถิติ
- 3) ควรแสวงหาช่องทางการใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีภาคบริการ โดยภาครัฐสนับสนุนที่ปรึกษาที่มีความพร้อมในการขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศ

10. ตัวอย่างโครงการสาขาบริการที่ปรึกษา

1. **ชื่อโครงการ** การจัดงานตลาดนัดผู้ให้และผู้รับบริการที่ปรึกษาในระดับ SMEs

2. **หลักการและเหตุผล**

ในปัจจุบันมีทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่ในการให้บริการที่ปรึกษาแก่ผู้ประกอบการในระดับต่างๆ อย่างไรก็ตามปัญหาหลักประการหนึ่งของตลาดการให้บริการที่ปรึกษา คือ ผู้ต้องการรับบริการไม่รู้จะไปหาผู้ให้บริการจากแหล่งใด และผู้ให้บริการไม่ทราบว่าวิสาหกิจรายใดต้องการรับบริการ

การอำนวยความสะดวกให้ผู้ให้และผู้รับบริการมีโอกาสได้พบกันจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ตลาดการให้บริการที่ปรึกษาเติบโต โดยโครงการ “การจัดงานตลาดนัดผู้ให้และผู้รับบริการที่ปรึกษาในระดับ SMEs” จึงจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ให้และผู้รับบริการที่ปรึกษา รวมทั้งหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถสำรวจอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจนี้ได้ในระดับหนึ่ง

3. วัตถุประสงค์

- (1) ส่งเสริมให้ผู้ประสงค์และอุปทานด้านการให้คำปรึกษามาพบกันได้ง่ายขึ้น
- (2) เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีสนใจในการรับบริการที่ปรึกษาทั้งในระดับบุคคล ระดับวิสาหกิจ และระดับองค์กร มีโอกาสมาสำรวจตลาดว่าปัจจุบันมีการให้บริการที่ปรึกษาในด้านใด และตนจะสามารถใช้ประโยชน์จากบริการใดได้บ้าง ซึ่งถือเป็นการสร้างแรงจูงใจในการใช้บริการที่ปรึกษาได้อีกต่อหนึ่ง

4. ขอบเขตการดำเนินงาน/กลุ่มเป้าหมาย

อุปทานบริการที่ปรึกษาจะเน้นไปยังผู้ประกอบการในระดับ SMEs ที่ให้บริการด้านที่ปรึกษาไม่ว่าจะเป็นที่ปรึกษาในภาพกว้าง หรือที่ปรึกษาเฉพาะทางด้านต่างๆ และผู้ให้บริการจากหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ

อุปสงค์ของบริการที่ปรึกษาจะรวมทั้งในระดับบุคคล สถาบัน องค์กร และวิสาหกิจประเภทต่างๆ โดยอาจจะเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs

5. วิธีการดำเนินการ

- (1) จัดตั้งคณะกรรมการจัดงาน
- (2) พิจารณาถึงหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น สสว. ศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย (กระทรวงการคลัง) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สมาคมที่เกี่ยวข้องกับที่ปรึกษาด้านต่างๆ เช่น สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย (ส.บ.ช.) สมาคมที่ปรึกษาธุรกิจไทย สมาคมที่ปรึกษาพัฒนาธุรกิจ สมาคมวิศวกรออกแบบและปรึกษาเครื่องกลและไฟฟ้าไทย สมาคมวิศวกรที่ปรึกษาไทย สถาบันที่ปรึกษา และพัฒนาธุรกิจ เป็นต้น

(3) วางแผนการดำเนินงานในรายละเอียด เช่น การพิจารณากิจกรรมที่จะจัด กำหนดช่วงเวลา และสถานที่ กำหนดว่าผู้ประกอบการรายใดสามารถมาออกบูธได้ หรือผู้ร่วมงานจะเป็นบุคคล หน่วยงาน หรือวิสาหกิจใดได้บ้าง เลือกสถานที่ในการจัดงาน วางแผนการใช้งบประมาณ กำหนดกฎระเบียบต่างๆ ฯลฯ

(4) ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการที่ปรึกษาที่ต้องการมาออกบูธและผู้ร่วมจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ทราบ และประสานงานกันเพื่อให้การจัดงานเป็นไปโดยเรียบร้อย

(5) ประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจเข้าร่วมงานทราบผ่านสื่อชนิดต่าง

(6) จัดงาน และประชาสัมพันธ์ผลความสำเร็จของงาน

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

(1) ผู้ประกอบการที่ปรึกษาที่เข้าร่วมงานมีโอกาสได้ประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเอง หรือแม้กระทั่งสามารถสร้างลูกค้ารายใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

(2) หน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการที่ปรึกษาด้านต่างๆ ได้ประชาสัมพันธ์บริการที่องค์กรต่างๆ มีให้แก่ผู้ที่สนใจได้ทราบ

(2) ผู้ที่สนใจในการรับบริการที่ปรึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับบริการด้านที่ปรึกษามากขึ้น และสามารถเลือกบริการรวมถึงผู้ให้บริการที่ปรึกษาที่เหมาะสมกับความต้องการของตนได้

7. กรอบเวลาในการดำเนินการ

มีกรอบระยะเวลาประมาณ 1 ปี โดย

เดือนที่ 1 : จัดตั้งคณะกรรมการจัดงาน พิจารณาถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เดือนที่ 2- 3 : วางแผนการดำเนินงานในรายละเอียด ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน

เดือนที่ 4-6 : ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการที่ปรึกษาที่ต้องการมาออกบูธและผู้ร่วมจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ทราบ และประสานงานกันเพื่อให้การจัดงานเป็นไปโดยเรียบร้อย

เดือนที่ 7-10 : ประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจเข้าร่วมงานทราบผ่านสื่อชนิดต่าง โดยในระหว่างนี้ก็มีมีการเตรียมการจัดงาน

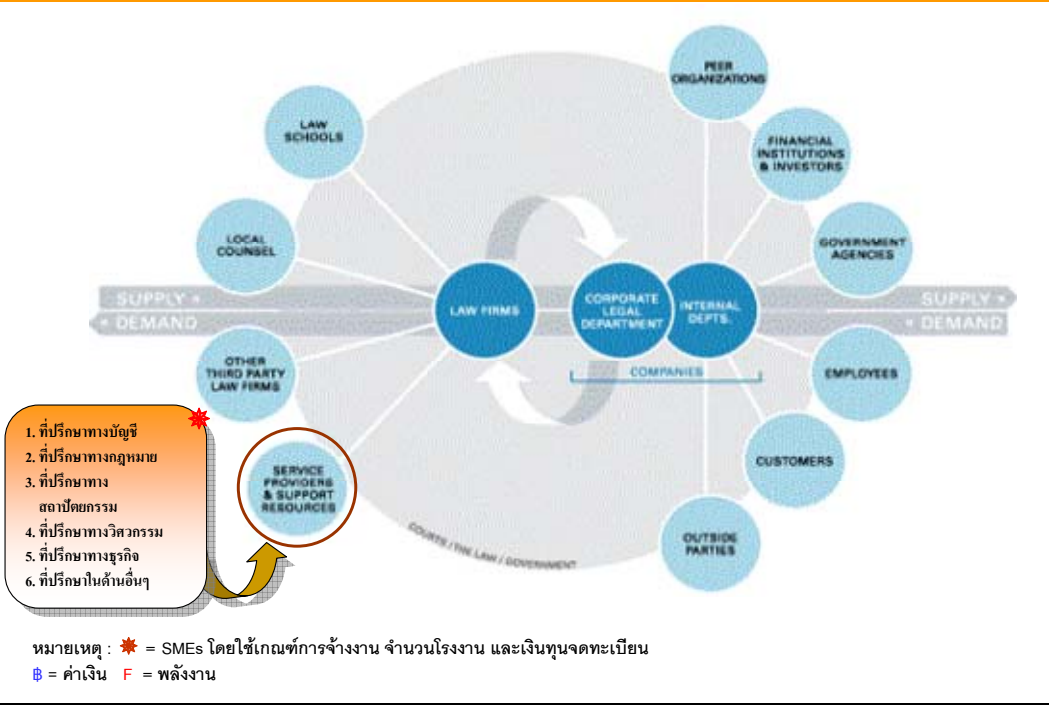
เดือนที่ 11-12: จัดงาน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของงานผ่านสื่อต่างๆ

8. งบประมาณที่คาดว่าจะต้องใช้

ประมาณ 6,000,000 บาท โดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายทางด้านการดำเนินงานในการจัดงาน ค่าสถานที่ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม และผลตอบแทนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน เช่น กรรมการจัดงาน ผู้ประสานงาน และผู้ดำเนินการในด้านต่างๆ เป็นต้น

ภาคผนวก

ห่วงโซ่อุปทานบริการที่ปรึกษา



บรรณานุกรม

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายสาขา

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา

ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550 และแนวโน้ม ปี 2551

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

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สัมมะโนอุตสาหกรรม 2550 , สัมมะโนธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545

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

SMEs

รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม