

บทที่ 5

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

5.1 แนวคิดการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย พ.ศ. 2545-2549

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแผนยุทธศาสตร์ในระดับแผนประสานงานเพื่อใช้เป็นแผนแม่บทสำหรับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยในระยะ พ.ศ. 2545-2549 ที่หน่วยงานปฏิบัติที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปแปลงจากมาตรการลงสู่แผนปฏิบัติการ ซึ่งจะประกอบไปด้วย โครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องในทิศทางเดียวกันและตอบสนองต่อเป้าหมายของแผน

ยุทธศาสตร์ของแผนกำหนดขึ้นจากการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของตัวแปรภายในหรือตัวแปรที่ควบคุมได้ และตัวแปรภายนอกที่ระบุถึงข้อจำกัดหรือภัยคุกคามและโอกาส พร้อมทั้งการประมวลจากแนวทางพัฒนาที่สำคัญประกอบด้วย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 เจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภา แผนแม่บทการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ภาคการผลิต) ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้จากการสัมมนาระดับชาติเมื่อ 8-9 มิถุนายน 2544 และการประมวลข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากการสัมมนาเพื่อยกร่างแผนการส่งเสริม ตลอดจนองค์ความรู้พื้นฐานจากงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีองค์ประกอบของแผนตามลำดับ คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดพันธกิจเพื่อนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ตามวิสัยทัศน์ที่ปรารถนาและการกำหนดเป้าประสงค์ที่สอดคล้องกับพันธกิจในแต่ละด้านและกำหนดเป้าหมายที่เป็นรูปธรรมของแผน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน

เพื่อให้แผนส่งเสริมฉบับนี้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของรัฐบาลที่มีจุดมุ่งหมายเร่งด่วนในการผลักดันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป้าหมายดังนั้น จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์โดยแยกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ยุทธศาสตร์หลักที่ต้องใช้ดำเนินการกับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่ทั่วประเทศ (Broad Based Strategies) และ ส่วนที่สอง คือ ยุทธศาสตร์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย (Sectoral Strategies) หมายถึง ยุทธศาสตร์ที่มุ่งหมายให้นำไปใช้กับกลุ่มที่รัฐบาลต้องการผลักดันให้เกิดผลสำเร็จเป็นพิเศษ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการส่งออก ยุทธศาสตร์สำหรับสร้างผู้ประกอบการใหม่และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่และยุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

5.2 จุดเน้นและความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์

จุดเน้นของยุทธศาสตร์ ให้ความสำคัญเฉพาะประเด็นหลักที่จำเป็นต้องเร่งรัดดำเนินการให้เกิดผลสำเร็จอย่างแท้จริงในช่วงระยะเวลาของแผน 4 ประการ คือ

5.2.1 ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเร่งด่วน 2 ปัญหาหลัก คือปัญหาด้านการเงินและปัญหาด้านการตลาดที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยกำลังประสบต่อเนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจเร่งรัดสร้างความเข้มแข็งในฐานะทางการเงินและการดำเนินการฟื้นฟูและขยายโอกาสทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อผลักดันให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยการกำหนดมาตรการส่งเสริมให้สามารถบังเกิดผลได้ภายใน 3-5 ปีข้างหน้า

5.2.2 การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการภาครัฐให้มีความพร้อมและกระจายอย่างทั่วถึง การลดปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจที่เกิดจากกฎ ระเบียบและข้อบังคับของภาครัฐ

5.2.3 การเสริมสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและยกระดับทักษะของแรงงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การส่งเสริมเทคโนโลยี การวิจัยพัฒนาและการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งส่งเสริมความเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มวิสาหกิจ (Cluster)

5.2.4 การมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาและวางรากฐานเพื่อให้เกิดการเติบโตในวิสาหกิจยุทธศาสตร์สำคัญเฉพาะกลุ่ม ประกอบด้วย

1) **วิสาหกิจส่งออก** โดยเน้นการวางตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ที่มีโอกาสและศักยภาพสูงในตลาดส่งออก และการยกระดับสินค้าและบริการส่งออกจากสภาพการแข่งขันที่ถูกบีบคั้น 2 ทาง (Nut-Cracker) ไปสู่ตลาดในระดับที่สูงขึ้น

2) **การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่** โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ (New Economy) เพื่อให้เป็นพลังขับเคลื่อนหลักในการสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจไทยการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างงานและสร้างรายได้

3) **วิสาหกิจชุมชน** ให้มีการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นในการผลิตสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาดและมีคุณภาพสูง รวมทั้งมีการเชื่อมโยงและเกิดกลุ่มการพัฒนาาร่วมกัน

ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและส่งต่อกระบวนการพัฒนา โดยเริ่มจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งถือเป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจในภูมิภาคและท้องถิ่น โดยที่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ยุทธศาสตร์ในระดับนี้จึงเป็นการสร้างและพัฒนาให้วิสาหกิจดังกล่าวสามารถเติบโตและปรับตัวไปเป็นวิสาหกิจที่มีวิธีการผลิต การจัดการ และการดำเนินงานด้านการตลาดตามวิธีการสมัยใหม่ รวมทั้งยุทธศาสตร์การเร่งสร้างผู้ประกอบการรายใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ (New Economy) เพื่อให้เป็นหัวจักรของกระบวนการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทยเข้าสู่สากล วิสาหกิจทั้งสองกลุ่มนี้เมื่อเกิดและเติบโตได้แล้วจะผนึกกำลังร่วมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปที่มีอยู่เดิม เป็นวิสาหกิจที่เป็นกลไกหลักในระบบเศรษฐกิจของประเทศ กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมต่อไปคือ ยุทธศาสตร์เพื่อ

การส่งออก โดยการยกระดับความเป็นสากลของวิสาหกิจกลุ่มอิสระ (Stand Alone) ด้วยวิธีการพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการผลิต การจัดการ และการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ การรวมกลุ่มรวมทั้งการสร้างและขยายโอกาสการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าและบริการส่งออกที่ต้องกำหนดสินค้าและบริการเป้าหมาย (Product Positioning) และกำหนดตลาดส่งออกเป้าหมายที่มีแนวโน้มผลสำเร็จสูง ซึ่งการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มนี้สามารถแข่งขันในระดับตลาดภูมิภาคและตลาดโลกได้อย่างยั่งยืนถือเป็นเป้าหมายขั้นสุดท้ายของกระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ

5.3 การกำหนดความเร่งด่วนของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์จะประกอบไปด้วยมาตรการต่างๆ ซึ่งในแต่ละยุทธศาสตร์จะมีทั้งมาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน และมาตรการในระยะปานกลางและระยะยาว ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการประเมินสภาพความรุนแรงของปัญหาที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งการพิจารณาจากความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมกำหนดยุทธศาสตร์ของแผนประสงค์ให้ภาครัฐดำเนินการในบางมาตรการเป็นการเร่งด่วนในลำดับแรก

5.3.1 มาตรการที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน ประกอบด้วย มาตรการทางการเงินในส่วนที่ต้องแก้ไขปัญหาหนี้เสียของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและแก้ปัญหาการไม่ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินต่างๆ มาตรการเพื่อแก้ปัญหาทางการตลาดและมาตรการเพื่อแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเฉพาะกลุ่ม สาเหตุที่ต้องดำเนินการเป็นลำดับแรก เพราะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ของประเทศในปัจจุบันยังอยู่ในสภาพของการได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากวิกฤติการณ์ทางการเงินที่ผ่านมามาตั้งแต่เมื่อกลางปี 2540 ขาดความสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่อยู่ในระบบของสถาบันการเงินและในตลาดทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่ต้องประสบกับปัญหาหนี้สภาพเป็นลูกหนี้ NPL การมีเงินทุนที่เพียงพอและมีต้นทุนที่เหมาะสมเป็นเงื่อนไขประการแรกและเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจฟื้นตัวได้

นอกจากนี้ แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมเริ่มฟื้นตัวได้โดยลำดับ แต่ก็มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไปส่งผลให้ตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังอยู่ในภาวะซบเซา การสร้างโอกาสให้วิสาหกิจส่วนมากขยายการผลิตและขยายตลาดได้กว้างขวางยิ่งขึ้น จึงเป็นมาตรการเร่งด่วนในระยะปัจจุบันด้วยเช่นกันผลที่คาดหวังอีกประการหนึ่งของมาตรการเร่งด่วน คือ เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันวิสาหกิจกลุ่มผู้ประกอบการส่งออก กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ให้เกิดขึ้นและดำรงอยู่ได้เป็นผลสำเร็จ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เป็นรากฐานของท้องถิ่นได้ผลตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการด้วยเช่นกัน

5.3.2 มาตรการที่จะดำเนินการในระยะปานกลางและระยะยาว หมายถึง มาตรการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างและการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น อย่างไรก็ตามเนื่องจากการดำเนินงานตามมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีความเป็นบูรณาการและเอื้ออำนวยซึ่งกันและกัน การดำเนินงานตามมาตรการระยะปานกลางและระยะยาวในบางเรื่องจึงต้องปฏิบัติไปพร้อมๆ กันกับมาตรการเร่งด่วน เพราะเป็นกิจกรรมที่ต้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน ดังนั้นจึงอาจมีมาตรการบางเรื่องในมาตรการระยะปานกลางและระยะยาวที่จำเป็นต้องดำเนินไปพร้อมกับมาตรการเร่งด่วนด้วยเช่นกัน

5.4 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545-2549

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะ พ.ศ. 2545-2549 แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือยุทธศาสตร์หลักที่ใช้กับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่ และยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจเฉพาะกลุ่ม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์หลักที่ใช้กับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่

5.4.1 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

5.4.2 ยุทธศาสตร์การสร้างและการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

5.4.3 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจเฉพาะกลุ่ม

5.4.4 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมสู่ระดับสากล

5.4.5 ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

5.4.6 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการแก้ปัญหาความยากจนและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

5.5 รายละเอียดยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545-2549

ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์หลักที่ใช้กับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่

5.5.1 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมาได้ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูง ทั้งด้านสถานภาพและฐานะทางการเงิน อันเนื่องมาจากสถาบันการเงินยังไม่สามารถทำงานได้ตามปกติ ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดแคลน

เงินทุนหมุนเวียนที่จะนำไปใช้ในการประกอบการ และการขาดแคลนเงินทุนที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตต่อไปในอนาคต นอกจากนี้การหัดตัวของความต้องการในสินค้าและบริการได้ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสามารถในการเข้าถึงตลาด ประกอบกับความสามารถในการปรับตัวด้านการตลาดต่ำอยู่แล้วจึงทำให้ต้องได้รับผลกระทบมากขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนที่มีเงื่อนไขเหมาะสมและการขาดแคลนสภาพคล่องของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อันเนื่องมาจากระบบการเงินยังไม่สามารถทำงานได้ตามปกติ
- (2) เพื่อสร้างโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากตลาดทุนที่มีลักษณะหลากหลาย นอกจากแหล่งเงินทุนเดิม ๆ ที่ส่วนใหญ่เป็นการกู้ยืมจากสถาบันการเงินได้มากขึ้น
- (3) เพื่อสร้างและขยายโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะตลาดภาครัฐซึ่งเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของตลาดภายในประเทศ และตลาดการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน
- (4) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น การออกแบบ การเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย
- (5) เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมทางการค้าและทางธุรกิจระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับวิสาหกิจขนาดใหญ่และวิสาหกิจจากต่างประเทศ

กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

- 1) กลยุทธ์การฟื้นฟูสภาพและพัฒนาฐานะและความเข้มแข็งทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูสภาพและพัฒนาฐานะความเข้มแข็งทางการเงินของวิสาหกิจเป็นยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญที่ต้องดำเนินการให้เป็นผลสำเร็จลำดับแรกสุด เพื่อผลักดันให้วิสาหกิจฟื้นตัวและสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ การพัฒนาฐานะความเข้มแข็งทางการเงินประกอบด้วย การเร่งรัดแก้ปัญหา NPL เพื่อให้วิสาหกิจที่ยังมีคู่ทางของธุรกิจที่ดีให้สามารถกู้ยืมหรือระดมทุนจากสถาบันการเงินในระบบหรือตลาดทุนได้ ขณะเดียวกันต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของต้นทุนอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมที่ยังอยู่ในระดับสูง เพื่อให้มีระดับต่ำกว่าราคาตลาดเป็นการลดต้นทุนของวิสาหกิจในระยะแรกจนกว่าจะสามารถฟื้นฟูกิจการหรือสามารถยืนอยู่ด้วยตนเองได้ นอกจากนี้ การผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งปัจจุบันมีอยู่เป็นจำนวนมากที่ต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากระบบมาเป็นการใช้เงินทุนในระบบให้มากขึ้นด้วย การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการเงิน เช่น ระบบการร่วมลงทุนที่ใช้แนวคิดที่แตกต่างจากการพิจารณาปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ และการเข้าช่วยเหลือวิสาหกิจให้มีความพร้อมในเรื่อง

ระบบบัญชีและการจัดทำแผนธุรกิจ ขณะเดียวกันจำเป็นต้องพัฒนาตลาดทุน โดยการเพิ่มศักยภาพและบทบาทของตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (MAI) ให้เป็นแหล่งระดมเงินทุนที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำหรับระยะยาวจำเป็นต้องกำหนดนโยบายการเงินและนโยบายสถาบันการเงินที่เอื้อประโยชน์โดยนโยบายการเงินอาจมุ่งเน้นที่การกำหนดวงเงินสนับสนุนและอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม ส่วนนโยบายสถาบันการเงินควรมุ่งเน้นให้ธนาคารเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นสถาบันการเงินที่เอื้อประโยชน์แก่วิสาหกิจอย่างแท้จริง โดยการปรับปรุงระเบียบให้มีความเหมาะสมมากขึ้น

2) กลยุทธ์การปรับปรุงสภาพแวดล้อม การสร้างโอกาสและการขยายตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การดำเนินยุทธศาสตร์การตลาด จำเป็นต้องควบคู่กันไปทั้งการสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและการขยายตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ในด้านการสร้างโอกาสมุ่งเน้นที่การสร้างสภาพแวดล้อมทางการตลาด อาทิเช่น การสนับสนุนด้านข้อมูลการตลาด การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เช่น การขนส่ง การบรรจุภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพ เป็นต้น ส่วนการขยายตลาด ได้แก่ การเพิ่มจำนวนผู้ซื้อ ผู้ขาย การขยายจุดกระจายสินค้า การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการค้าทั้งสินค้าและบริการของภูมิภาค ซึ่งจะเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในระยะยาวที่จะต้องดำเนินการเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศที่มีโอกาสสูง เนื่องจากมีข้อได้เปรียบทั้งบทบาททางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง และข้อได้เปรียบจากสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ขณะเดียวกันก็ต้องแก้ปัญหาให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับผลกระทบจากการนำเข้าสินค้าและบริการที่มีต้นทุนต่ำกว่า แต่ด้อยคุณภาพและอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมภายในประเทศได้ควบคู่กันไปด้วย

5.5.2 ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่วนใหญ่มีลักษณะการประกอบการที่เป็นเอกเทศ ไม่มีการรวมกลุ่มช่วยเหลือซึ่งกันและกันมากนัก ทำให้ขาดโอกาสและพลังในการประกอบธุรกิจและการเข้าถึงบริการของภาครัฐ ในส่วนของภาครัฐเองก็ไม่สามารถศึกษารวบรวมข้อมูล ศึกษาถึงความต้องการและจัดบริการที่เหมาะสมให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ นอกจากนี้การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอและเหมาะสม เป็นเรื่องที่มีความจำเป็นเพื่อแก้ปัญหาและอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่สำคัญคือ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงแก้ไขเปลี่ยนแปลง กฎหมาย ระเบียบ ที่มีผลทำให้วิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมต้องเสียเปรียบวิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งการออกกฎระเบียบใหม่ที่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยตรง ส่วนโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจจะต้องเร่งสร้างและปรับปรุงปัจจัยที่สามารถเกื้อหนุนวิสาหกิจให้มีศักยภาพสูงขึ้นที่สำคัญได้แก่ การปรับปรุงองค์การบริหารจัดการ องค์การของรัฐที่ให้บริการแก่ผู้ประกอบการ การปรับปรุงการให้บริการและเพิ่มหน่วยให้บริการด้านการทดสอบมาตรฐาน หน่วยงานให้บริการด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม การตลาดที่สำคัญคือ การขนส่งและบรรจุภัณฑ์และการเงิน เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ให้สามารถจัดบริการส่งเสริมของภาครัฐให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคเอกชน
- (2) เพื่อสร้างและปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกในการผลิต การจัดการและการตลาดแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- (3) เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคอันเกิดจากนโยบาย กฎหมายและกฎระเบียบของภาครัฐ

กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงกฎระเบียบและการให้บริการภาครัฐ เพื่อให้เอื้อต่อการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในอดีตที่ผ่านมาการออกกฎหมาย นโยบาย และกฎระเบียบต่างๆ ของภาครัฐเป็นไปเพื่อการควบคุมมากกว่าการส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวก นอกจากนี้ระเบียบกฎเกณฑ์ที่มีมานานแล้ว ยังไม่สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เป็นปัญหาอุปสรรคและเพิ่มต้นทุนในการประกอบการ ภาครัฐจึงต้องศึกษาหาแนวทางขจัดปัญหาอุปสรรคเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำหรับโครงสร้างพื้นฐานอื่นที่สำคัญและจำเป็นต้องดำเนินการประกอบด้วยการปรับปรุงองค์การให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้า การให้บริการทางเทคโนโลยี การตลาดและการเงิน เป็นต้น

2) กลยุทธ์การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และสร้างความเข้มแข็งขององค์กรภาคเอกชน

เป็นยุทธศาสตร์การผนึกกำลังร่วมกันทั้งรัฐและผู้ประกอบการ โดยภาครัฐทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนมากกว่าการกำกับและควบคุม ส่วนเอกชนจำเป็นต้องให้ความร่วมมือด้านข้อมูล ที่ถูกต้องและตรงกับสภาพปัญหาที่แท้จริงที่มุ่งหวังให้รัฐส่งเสริมและสนับสนุน กลไกสำคัญที่สามารถเป็นจุดเริ่มต้นของความร่วมมือคือการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบ

โดยการสร้างแรงจูงใจที่จะให้วิสาหกิจขึ้นทะเบียน รวมทั้งการสนับสนุนให้วิสาหกิจจัดทำบัญชีที่เหมาะสมและการวางรากฐานธรรมาภิบาลของธุรกิจในระดับที่พอควร เช่น การส่งเสริมให้ใช้ระบบข้อมูลและความโปร่งใสในการตัดสินใจ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค

5.5.3 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างยั่งยืน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยยังขาดความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีและการบริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและพัฒนากิจกรรมใหม่ ๆ ทางธุรกิจ เนื่องจากยังไม่มีกำลังพอที่จะมีบุคลากรและองค์ความรู้ได้เองภายในกิจการ ขาดการค้นหาและพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรม ขาดบุคลากรที่มีความสามารถทางเทคโนโลยี การจัดการและการบัญชี นอกจากนี้หากต้องการให้ความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนจะต้องสร้างความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายหรือเกาะกลุ่มกัน(Cluster) เพื่อลดต้นทุนในการจัดหาวัตถุดิบ การพัฒนาเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงแหล่งและบริการสนับสนุนต่าง ๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยใช้ “ปัญญา ความรู้และฝีมือ” เป็นเครื่องมือที่สำคัญเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน
- (2) เพื่อสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพร้อมในการปรับปรุงขีดความสามารถในการผลิต การจัดการ และการตลาดให้ได้มาตรฐานสากล
- (3) เพื่อเร่งสร้างและพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้ได้มาตรฐาน มีความเป็นมืออาชีพ และมีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น
- (4) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาของบุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สอดคล้องกับความต้องการและแนวโน้มธุรกิจ และสร้างหลักประกันคุณภาพแก่ลูกค้าผ่านระบบการทดสอบฝีมือแรงงาน รวมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมและหลักประกันการทำงานที่ดี
- (5) เพื่อส่งเสริมการเกาะกลุ่มเชื่อมโยงกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจครบวงจร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ รวมทั้งลดต้นทุนด้านการผลิต และการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

- 1) กลยุทธ์การยกระดับประสิทธิภาพและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร สารสนเทศ (ICT) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจภาคการผลิต การค้าและบริการให้สูงขึ้นได้มาตรฐานสากล และเป็นไปตามหลักการบริหารจัดการที่ดี

แนวทางการดำเนินการเพื่อพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการที่สูงขึ้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการลดต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดการสูญเสีย โดยการปรับปรุง เทคนิคการผลิตด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสม การปรับปรุงระบบการจัดหาวัตถุดิบ การปรับปรุงระบบการควบคุมสต็อกวัตถุดิบและสินค้าซึ่งวิสาหกิจจะต้องเป็นผู้นำที่จะดำเนินการเอง โดยภาครัฐจะเป็นผู้ชี้ให้เห็นประโยชน์ รวมทั้งการให้การสนับสนุนบางส่วนเพื่อให้มีการนำระบบวินิจฉัย (Shindan) และระบบบริการพี่เลี้ยง (Mentor) และระบบที่ปรึกษาเฉพาะมาใช้ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องเพิ่ม ประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิต เช่น แรงงาน เทคโนโลยีและบุคลากร รวมทั้งส่งเสริมให้มีการ ปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ทันสมัยและได้มาตรฐาน มีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการของ ตลาดโลกและการสนับสนุนให้วิสาหกิจมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมากขึ้น การสร้างระบบเลียนแบบ ผู้นำและการเทียบเคียง (Best Practice and Benchmarking) ก็เป็นเครื่องมือที่สำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ เพื่อให้วิสาหกิจสามารถเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายว่าจะสามารถส่งออกสู่ตลาดโลกได้ มากขึ้น ตลอดจนดำเนินการเพื่อการปรับปรุงวิธีการบริหารจัดการจากที่ส่วนใหญ่เป็นระบบครอบครัวให้ เป็นระบบที่ใช้มืออาชีพ ปรับปรุงคุณภาพ การบริหารจัดการโดยเสริมสร้างให้ผู้ประกอบการได้มีความรู้ ความเข้าใจและสามารถนำเทคโนโลยีการจัดการที่เหมาะสมมาใช้มากขึ้น รวมไปถึงการส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการตามแนวทางของธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2) กลยุทธ์การส่งเสริมการค้า วิจัย การค้นหาและพัฒนานวัตกรรมร่วมกันระหว่าง รัฐบาล สถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

จะต้องสร้างให้ผู้ประกอบการตระหนักว่าการค้นคว้าวิจัย คือ เงื่อนไขสำคัญที่สามารถทำให้ วิสาหกิจสามารถปรับเปลี่ยน โครงสร้างและเติบโตยั่งยืนอยู่ได้ในอนาคต ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบกระบวนการผลิตและการทดสอบตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ ลดต้นทุน และ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาด ผลักดันให้ภาคการผลิตปรับปรุงโครงสร้างจาก การรับจ้างผลิตสู่การมีแบบและการมีชื่อของตนเอง การส่งเสริมการค้าวิจัย ซึ่งจะต้องมีภาครัฐเป็น ผู้นำและผู้ลงทุนในระยะแรก โดยการสร้างความร่วมมือกันระหว่างรัฐบาล สถาบันการศึกษาและ ผู้ประกอบการสำหรับการสร้าง ประดิษฐ์กรรมหรือนวัตกรรม ด้วยการผลักดันให้มีการนำนวัตกรรมที่ คิดค้นขึ้นเกิดผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยที่ผู้คิดค้นได้ประโยชน์จากการขายงานประดิษฐ์กรรม ขณะเดียวกันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสิทธิบัตรในงาน ประดิษฐ์กรรมดังกล่าวเพื่อมาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการต่อไปได้

3) กลยุทธ์การเชื่อมโยงวิสาหกิจและการพัฒนาคลัสเตอร์วิสาหกิจครบวงจร (Cluster) ผ่านระบบการรวมกลุ่มวิสาหกิจ ระบบเครือข่ายข้อมูลข่าวสารและระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

กลไกเพื่อนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจทั้งเพื่อการแข่งขัน และเพื่อการร่วมมือ โดยการเชื่อมโยงกับกิจการขนาดใหญ่หรือผู้ประกอบการภายนอกประเทศที่มีทุนและเทคโนโลยีสูงกว่าที่เข้ามาดำเนินกิจการภายในประเทศและขณะเดียวกันก็สามารถทำให้วิสาหกิจสามารถที่จะค้าขายสินค้าและบริการของตนในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง คือ การสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจ โดยการรวมกลุ่มกันให้มีลักษณะของการทำธุรกิจในรูปแบบกลุ่มวิสาหกิจครบวงจร (Cluster) และ การพัฒนาหรือประยุกต์ใช้ระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) วิธีการดังกล่าวนี้ นอกจากจะเป็นการลดต้นทุนในการทำธุรกิจแล้ว ยังมีผลต่อการสร้างศักยภาพการพัฒนาเทคโนโลยี และความเชี่ยวชาญเฉพาะในเวลาเดียวกันอีกด้วย การผลักดันยุทธศาสตร์สร้างวิสาหกิจครบวงจร (Cluster) และห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อาจดำเนินโดยการพัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารให้มีการกระจายทั่วถึงในระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจให้มีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการรวมกลุ่ม การจัดตั้งสมาคมหรือสหกรณ์ การดำเนินการอุดหนุนและส่งเสริมให้เกิดการรับช่วงการผลิต รวมทั้งการศึกษาวิจัยเพื่อนำไปสู่การจัดทำโครงการนำร่องเพื่อการสร้างกลุ่มที่เหมาะสมในแต่ละภูมิภาค

4) กลยุทธ์การพัฒนาความสามารถและคุณภาพชีวิตของทรัพยากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ทรัพยากรมนุษย์เป็นทั้งเครื่องมือ (Mean) และเป็นเป้าหมายผลลัพธ์ (End) ของกระบวนการพัฒนา ซึ่งรวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นเรื่องสำคัญทั้งในระยะสั้นระยะยาวเพื่อสร้างประสิทธิภาพของธุรกิจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจที่สำคัญ คือ การสร้างทักษะและการเพิ่มขีดความสามารถของกำลังแรงงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการพัฒนาให้เกิดการเรียนรู้เพิ่มเติมและการศึกษาดูงานจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริง รัฐให้การอุดหนุนและส่งเสริมเพื่อสร้างระบบจูงใจให้วิสาหกิจมีการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์เพิ่มขึ้น การให้แรงงานเพิ่มทักษะในการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่เกษียณอายุแล้ว ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะต้องดำเนินการ ในขณะที่เดียวกันเมื่อแรงงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นก็ควรจะต้องได้รับผลตอบแทนที่สอดคล้องกันเพื่อสร้างแรงจูงใจให้แรงงานมีความรักและมุ่งมั่นในการพัฒนางาน มีรายได้ที่สามารถนำไปจุนเจือครอบครัวที่เพียงพอ นำไปสู่คุณภาพชีวิตและคุณภาพครอบครัวที่สมบูรณ์และอบอุ่น

ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจเฉพาะกลุ่ม

5.5.4 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมสู่ระดับสากล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ทำการส่งออกขาดความสามารถและกำลังในการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลต่างประเทศและการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากไม่มีโอกาสติดต่อกับตลาดต่างประเทศมาก่อนและการส่งออกยังเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงและต้นทุนสูงกว่าการขายในประเทศ นอกจากนี้ตลาดต่างประเทศยังมีการแข่งขันสูง ทั้งด้านคุณภาพและพฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงเร็ว การกำหนดข้อกีดกันทางการค้ารูปแบบใหม่ ๆ

รวมทั้งยังต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคจากกฎระเบียบและการดำเนินของภาครัฐ การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการผลิต การให้บริการและการตลาดให้ได้มาตรฐานสากล สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของตลาดต่างประเทศและลดปัญหาอุปสรรคในการส่งออกจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อส่งเสริมการแสวงหาตลาด การสร้างโอกาสทางการตลาดและการทำตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
- (2) เพื่อลดปัญหาอุปสรรคการส่งออกที่เกิดจากกฎหมาย นโยบาย กฎระเบียบและข้อบังคับจากการดำเนินงานของภาครัฐ
- (3) เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลและชุดข้อมูลทางการตลาดเชิงลึกให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่งออกได้เรียนรู้และเข้าใจถึงพฤติกรรมตลาดในประเทศต่าง ๆ และข้อมูลการตลาดอื่น ๆ เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางการตลาดได้ดียิ่งขึ้น

กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดส่งออก

การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดส่งออก ประกอบด้วย การขยายตลาดส่งออกเดิม และการแสวงหาตลาดใหม่ การเพิ่มขีดความสามารถดังกล่าวจำเป็นต้องดำเนินการ โดยการสร้างกิจกรรมเพื่อให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักของประเทศผู้นำเข้า การปรับปรุงบริการขนส่งและการกระจายสินค้า การจัดตั้งบริษัทการค้าทำหน้าที่ส่งออกแทนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งยังไม่มีขีดความสามารถที่จะส่งออกเองได้ ในขณะที่เดียวกันผลักดันให้ผู้ประกอบการส่งออกมีขีดความสามารถในการแข่งขันได้ทั้งในระดับตลาดที่มีเทคโนโลยีและมีคุณภาพสินค้าสูงของประเทศที่ก้าวหน้า และตลาดระดับต่ำที่มีราคาถูกเป็นหลัก โดยเน้นตลาดเฉพาะ (Niche Market) ภายใต้อาชีพได้เปรียบทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม

2) กลยุทธ์การพัฒนาการผลิต การจัดการ และการบริการให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

มาตรฐานของระบบการผลิตและมาตรฐานในตัวสินค้าและบริการเป็นเงื่อนไขสำคัญในการผลักดันให้สินค้าและการเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก การยกระดับคุณภาพให้มีมาตรฐานจำเป็นต้องดำเนินการ โดยการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ การสร้างความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการพัฒนาแก่ผู้ประกอบการในเรื่องระบบมาตรฐานต่าง ๆ อาทิเช่น QSMEs, GAP, GMP และ HACCP เป็นต้น นอกจากนี้ ในปัจจุบันบางกลุ่มประเทศมีการกำหนดมาตรฐานเป็นการเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างหรือสูงกว่ามาตรฐานสากลทั่วไป ภาครัฐจึงจำเป็นต้องสร้างระบบข้อมูลข่าวสารให้ผู้ส่งออก

ได้รับรู้และเข้าใจข้อกำหนดทางการค้าที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ส่งออก รวมทั้งการจัดบริการวิเคราะห์ ทดสอบ และตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้าไว้บริการผู้ประกอบการส่งออกอย่างทั่วถึง

3) กลยุทธ์เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดีและลดภาระความเสียเปรียบของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกที่เกิดจากกฎหมายนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐและ การกีดกันทางการค้า

ปัจจุบันวิสาหกิจบางส่วนที่ทำการผลิตสินค้าปลายน้ำยังได้รับผลกระทบจากโครงสร้างภาษี เนื่องจากวัตถุดิบต้นน้ำที่รัฐต้องการคุ้มครองและปกป้อง ทำให้มีต้นทุนแฝงสูง ส่งผลให้เกิด ความยากลำบากในการส่งออกที่ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ การลดภาระภาษีนำเข้าวัตถุดิบและ การลดหย่อนภาษีส่งออกและคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ก็ยังมีปัญหาความล่าช้าและไม่สะดวก การแก้ปัญหาดังกล่าวเป็นภารกิจที่รัฐต้องเร่งรีบดำเนินการเพื่อลดปัญหาอุปสรรคของการส่งออก นอกจากนี้การผลักดันการส่งออกโดยการจัดตั้งศูนย์กลางเพื่อทำหน้าที่ในการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ รวมทั้งการให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อช่วยเหลือผู้ส่งออกและการทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารกลางก็เป็น ยุทธศาสตร์ที่สำคัญเพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการส่งออกให้ขยายตลาดได้สูงขึ้นในด้านการสร้างความสัมพันธ์และการเจรจาทางการค้า การหาตลาดรวมทั้งข้อมูลข่าวสารตลอดจนการเพิ่มบทบาท บุคลากรภาครัฐในและต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการส่งออก

5.5.5 ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ผู้ที่จบการศึกษาสูงทั้งระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาในสังคมไทย ยังมีวิสัยทัศน์ที่ต้องการ ประกอบอาชีพที่มีความเสี่ยงต่ำและมีเงินเดือนแน่นอน ในลักษณะของการเป็นลูกจ้างหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ที่ดำเนินการสืบเนื่องมาจากรุ่นก่อน มีพื้นฐานความรู้ ไม่สูงนัก มีความสามารถจำกัดในการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มสูงและขาดการ วางระบบการจัดการทางการเงินและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ แม้จะมีบัณฑิตจบใหม่ที่มี พื้นฐานความรู้ทางเทคโนโลยีสูงสนใจที่จะประกอบธุรกิจส่วนตัว แต่กลุ่มคนพวกนี้กลับขาดความรู้และ ประสบการณ์พื้นฐานที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ อย่างไรก็ตามวิกฤตการณ์เศรษฐกิจทำให้คนหนุ่มสาว จำนวนมากต้องออกจากงาน หหมดโอกาสในการทำงานกับวิสาหกิจขนาดใหญ่จึงเป็น โอกาสดีที่จะผัน ตัวเองเข้าสู่ธุรกิจในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันได้สร้างโอกาสในการประกอบการ ของธุรกิจขนาดย่อมมากขึ้น เช่น การแข่งขันที่เน้นความเร็วด้านการผลิตและการบริการ ความต้องการ ของตลาดที่มีลักษณะเฉพาะส่วนมากขึ้น และพฤติกรรมตลาดในปัจจุบันยังตอบสนองต่อการคิดค้น และสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ค่อนข้างดี รวมทั้งแนวโน้มการทำธุรกิจที่เน้นการสร้าง เครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจมากกว่าการขยายการลงทุนของกิจการ สภาพเช่นนี้ได้สร้างโอกาสและ กลุ่มทางที่ดีให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ ๆ ทั้งภาคการผลิต การค้าและบริการ

นอกจากภาครัฐจะต้องดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเดิม เพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านการผลิต การจัดการ และการตลาดสูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันจะต้องสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้สมัยใหม่ โดยเฉพาะในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โทรคมนาคม ให้มีความสามารถทางด้านการผลิต การจัดการและการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความรู้เหล่านี้จะเป็นพลังขับเคลื่อนและสร้างผลดีต่อระบบเศรษฐกิจในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

(1) เพื่อเร่งสร้างและพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยให้ความสำคัญกับสาขาที่ใช้ความรู้และทักษะสูง

(2) เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการประกอบกิจการของผู้ประกอบการรายใหม่ รวมทั้งจัดตั้งอำนาจความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นธุรกิจและการประกอบกิจการสมัยใหม่

(3) เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจที่ใช้ความรู้ ทักษะ และฝีมือเป็นเครื่องมือหลักในการประกอบธุรกิจ

กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) กลยุทธ์การพัฒนาและเชื่อมโยงงาน ศึกษา วิจัย และพัฒนานวัตกรรมสู่การผลิตเชิงพาณิชย์

เพื่อให้งานศึกษาวิจัยและการพัฒนานวัตกรรมเป็นสิ่งจูงใจสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการพัฒนางานวิจัยในด้าน Software ให้มีมากขึ้น วิธีการดังกล่าวนี้จะเป็นการผลักดันให้เกิดการนำนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มากขึ้น ได้อย่างเป็นผลสำเร็จ

2) กลยุทธ์การสร้างและปลูกจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจุบันผู้สำเร็จการศึกษาโดยส่วนใหญ่ของประเทศยังคงมุ่งหวังที่จะเป็นลูกจ้างในหน่วยงานต่างๆ และธุรกิจเอกชน เพื่อให้สังคมของประเทศมีความเป็นสังคมผู้ประกอบการสูงขึ้น จำเป็นที่จะต้องปลูกสร้างจิตสำนึกของผู้จบการศึกษาใหม่ให้มีความมุ่งมั่นและประสงค์ที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือเป็นเจ้าของธุรกิจเมื่อจบการศึกษาแล้ว นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่เดิมเคยอยู่นอกระบบ ทายาทของผู้ประกอบการ และลูกจ้างในสถานประกอบการเป็นกลุ่มเป้าหมาย ในการผลักดันให้เป็นผู้ประกอบการใหม่ด้วยเช่นกัน ในระยะยาว การสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับปรุงระบบการศึกษาทั้งในระดับมัธยมศึกษา อาชีวศึกษาและปริญญา ปรับปรุงหลักสูตรให้ผู้ที่มีการศึกษาได้มีโอกาสเรียนรู้ ทั้งแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นจากผู้ประกอบการ ได้พบเห็นผลสำเร็จของผู้ประกอบการและมุ่งหวังที่จะสร้างตนเองให้เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคต

3) กลยุทธ์การสร้างโอกาส โดยอาศัยการสนับสนุนมาตรการ การสร้าง บ่มเพาะ และการจัดตั้งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ให้กับผู้ประกอบการใหม่และกลุ่มวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่

การสร้างผู้ประกอบการใหม่ให้เกิดขึ้นในสัดส่วนที่สูงกว่าเดิมจำเป็นต้องมีในระยะแรก จำเป็นจะต้องมีการบ่มเพาะผู้ประกอบการ (Incubation Center) โดยภาครัฐมีบทบาทในการสนับสนุนและจัดตั้งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน (Facilities Center) แก่ผู้ประกอบการใหม่ และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ (New Economy) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้มีความสามารถในเรื่องคอมพิวเตอร์ ทั้งในด้าน Hardware และ Software แต่ขาดความรู้ด้านการประกอบการสามารถที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังต้องมียุทธวิธีในการสร้างโอกาส ด้วยการให้ความรู้พื้นฐานของการประกอบการ การกระตุ้นให้มีความประสงค์ที่จะเป็นผู้ประกอบการ การให้ปัจจัยที่สนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ เช่น เงินทุน และเทคโนโลยี การสนับสนุนด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และการให้บริการสถานที่ประกอบกิจการ โดยรัฐควรให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จนกว่าผู้ประกอบการใหม่ดังกล่าวจะยืนหยัดเพื่อตัวเองได้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ และสามารถแข่งขันในระยะแรกได้

4) กลยุทธ์การเสริมสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่

การเสริมสร้างบรรยากาศเป็นการกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ที่ได้ผลดียิ่งขึ้น กิจกรรมที่ควรจะดำเนินการ ได้แก่ การให้บริการอำนวยความสะดวกในการจดทะเบียนธุรกิจใหม่ การส่งเสริมการก้าวแบบ แฟรนไชส์ ซึ่งเป็นรูปแบบการประกอบการที่สามารถผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งการมีคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ดูแลมาตรการในการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่เป็นการเฉพาะ

5.5.6 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการแก้ปัญหาความยากจนและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

จากการสำรวจสถานภาพวิสาหกิจไทยขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ พบว่าธุรกิจไทยเป็นจำนวนมากกว่าร้อยละ 70 เป็นธุรกิจที่อยู่นอกระบบที่มีขนาดเล็กมาก มีแรงงานไม่เกิน 5 คน เกือบทั้งหมดต้องพึ่งพาเงินทุนของตนเองหรือของครอบครัวในการประกอบธุรกิจ

การส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน แม้มีหน่วยงานของรัฐดำเนินการอยู่จำนวนมากน้อยแต่เป็นไปในลักษณะการให้สวัสดิการหรือการให้การช่วยเหลือมากกว่าการพัฒนาสภาพแวดล้อมของธุรกิจอย่างเป็นระบบและจริงจัง ยังขาดการประสานเชื่อมโยงนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งปัญหาที่เกิดจากการมองข้ามบทบาทสำคัญของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนซึ่งมีส่วนสำคัญในการเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้และกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อยกระดับความสามารถในการประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง อยู่รอด และเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง
- (2) เพื่อนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอดและขยายผลให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์มากขึ้น
- (3) เพื่อให้วิสาหกิจมีบทบาทในการสร้างงานและสร้างรายได้ในภูมิภาคต่างๆ เพิ่มมากขึ้น
- (4) เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจการผลิต การค้า และบริการของชุมชนให้เกื้อหนุนและอำนวยความสะดวกซึ่งกันและกัน

กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

- 1) กลยุทธ์การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิดผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

เนื่องจากยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่อีกจำนวนมากที่มีการนำมาใช้ผลิตสินค้าและบริการในวงแคบ โดยทั่วไปแล้วสังคมไทยในทุกภูมิภาคได้มีการคิดค้นและพัฒนาภูมิปัญญาไว้มากมาย การพัฒนางานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีคุณค่าสามารถนำมาผลิตสินค้าและบริการ ให้เกิดสินค้าและบริการประเภทใหม่ได้อย่างหลากหลาย จึงเป็นจุดสำคัญที่จะเป็นประโยชน์ในการเพิ่มรายได้และกระจายความเจริญสู่ชุมชน

- 2) กลยุทธ์การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาพร้อมกันทั้งระบบ และการส่งเสริมให้เกิดผลถึงระดับจังหวัด ท้องถิ่น และชุมชนโดยเร็ว

การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการรวมกลุ่ม โครงการพัฒนาข้อมูลข่าวสาร การอบรมให้ความรู้ความเข้าใจ สร้างสรรค์ให้ผู้ประกอบการเกิดความคิดและความต้องการที่จะร่วมมือผลิตสินค้าและบริการร่วมกัน โดยแต่ละภาคส่วนของกลุ่มจะทำกิจกรรมที่ตนเองมีความถนัดและมีข้อได้เปรียบ นอกจากนี้ การจัดหาสินเชื่อเป็นกรณีพิเศษ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่ำก็เป็นกลไกสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มได้เช่นกัน

- 3) กลยุทธ์การสร้างตลาดและการกระจายสินค้าจากธุรกิจชุมชนไปสู่ตลาด

ดำเนินการสร้างตลาดเพื่อเป็นจุดขายสินค้าให้แก่วิสาหกิจชุมชน โดยจะต้องเป็นจุดขายที่สามารถขายสินค้าให้กับผู้ซื้อในท้องถิ่นและผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องพัฒนาให้เป็นผู้ใช้สำคัญต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาจุดขายในเมืองทุกเมืองและกรุงเทพมหานครเพื่อให้สินค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง นอกจากจุดขายแล้วยังจำเป็นต้องเร่งสร้างจุดกระจายสินค้าเพื่อทำหน้าที่จัดสินค้าและดูแลสต็อกสินค้า เพื่อให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้รวดเร็วและตรงเวลาตามความต้องการของผู้ใช้ซึ่งในอนาคตจะเป็นจุดแข็งของสินค้าชุมชนต่อไป