



A goal without a plan
is just a wish.

{ เป้าหมายที่ปราศจากแผน
เป็นเพียงแคความฝัน }



SMEs INTERNATIONALIZATION

สรุปหัวใจหลัก การส่งเสริม SMEs ไทยก้าวไกลสู่สากล

สสว.  สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

สารบัญ

012 บทนำ

016 กฎหมายและนโยบายการส่งเสริม SMEs

ของภาครัฐบาล และพฤติกรรมการค้าเงินธุรกิจของภาคเอกชนของประเทศต้นแบบในกลุ่ม OECD (ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ สหพันธ์รัฐรัสเซีย และสหรัฐอเมริกา)

033 กฎหมายและนโยบายการส่งเสริม SMEs

ของภาครัฐบาล และพฤติกรรมการค้าเงินธุรกิจของภาคเอกชนของประเทศใน ASEAN Economic Community +6 (ราชอาณาจักรกัมพูชา ไทย บรูไนดารุสซาลาม สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสาธารณรัฐอินเดีย)

082 การวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบาย

และมาตรการการพัฒนา SMEs ระหว่างประเทศ
ต้นแบบในกลุ่ม OECD กลุ่ม ASEAN Economic
Community +6 และประเทศไทย (Benchmarking)

087 สรุปและข้อเสนอแนะ

ต่อการนำมาประยุกต์ใช้กับ SMEs ประเทศไทย

103 บรรณานุกรม

104 ภาคผนวก

105 คณะผู้จัดทำ

บทสรุปผู้บริหาร

Executive Summary

ในหลายประเทศ SMEs ถือเป็น เป็นกลไกสำคัญที่มีบทบาทขับเคลื่อน เศรษฐกิจของประเทศ โดยประเทศไทยเอง มีจำนวน SMEs มากถึงร้อยละ 99 แต่ SMEs เหล่านี้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ มวลรวม ในประเทศ (GDP) ได้เพียงร้อยละ 42.35 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม ทั้งประเทศเท่านั้น ภาครัฐบาลจึงมีนโยบาย ส่งเสริมสนับสนุน SMEs ให้มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและ สามารถแข่งขันได้ ผ่านโครงการต่างๆ อาทิ การอบรม การบ่มเพาะธุรกิจ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อพัฒนาให้ SMEs สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ มวลรวมในประเทศ (GDP) ได้มากขึ้น อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการ รวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) อย่างสมบูรณ์ผ่านแผนประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน (AEC Blueprint) ในปีพ.ศ.2558



จากการรวมตัวกันเป็นประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) SMEs ใน ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการเตรียม ความพร้อม และปรับตัวในการดำเนิน ธุรกิจให้มีความเป็นสากล (SMEs Internationalization) เพื่อเข้าสู่ตลาด ต่างประเทศ ทั้งด้านการบริหารจัดการ แรงงาน การลงทุนในต่างประเทศ การเปิดสาขา การหาตัวแทน และ หุ้นส่วนในต่างประเทศ ตลอดจน การแสวงหาแหล่งวัตถุดิบเพื่อให้ สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ อย่างยั่งยืน

สำหรับภาครัฐบาลเองก็ต้องกำหนดนโยบายและมาตรการ ที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ให้มีความเหมาะสม และเป็นแนวทางปฏิบัติให้ SMEs ไทยสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับนานาชาติได้ เพื่อให้เกิดการมุ่งสู่ ความเป็นสากลหรือ SMEs Internationalization ได้เป็นไปใน ทิศทางเดียวกัน

โดยผลการศึกษาวิเคราะห์กฎหมาย นโยบาย และมาตรการที่ เกี่ยวข้องกับ SMEs ของประเทศต้นแบบใน OECD (ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ สหพันธ์รัฐรัสเซีย และสหรัฐอเมริกา) และ ASEAN +6 (ราชอาณาจักรกัมพูชา ไทย บรูไนดารุสซาลาม สาธารณรัฐแห่ง-สหภาพพม่า สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตย-ประชาชนลาว สาธารณรัฐสิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสาธารณรัฐอินเดีย) ทำให้ประเทศไทยได้ แนวคิดที่น่าสนใจ และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับ SMEs ไทยให้ มี ความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งแบ่งออก เป็น 7 ด้าน ดังนี้



1



ด้านภาษีอากร

ประเทศไทยควรนำแนวทางของประเทศอังกฤษ มาเป็นต้นแบบในการให้สิทธิพิเศษทางภาษีอากรแก่ SMEs โดยกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสมในการยกเว้นการเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพ ในการดำเนินธุรกิจในระยะแรกให้แก่ SMEs ของไทย และยังเป็นการเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ นอกจากนี้ประเทศไทยควรนำต้นแบบนโยบายการหักลดหย่อนภาษีอากรของประเทศญี่ปุ่น มาปรับใช้เป็นมาตรการเสริมกับนโยบายการยกเว้นภาษีอากรตามช่วงเวลาที่เหมาะสม อันจะเป็นการส่งเสริม SMEs ให้มีโอกาสและศักยภาพในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

2



การจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กรส่งเสริม SMEs ในเมืองต่างๆ

ปัจจัยที่ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือการมีหน่วยงานกลางที่มีภารกิจในการดูแลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยตรง ทำหน้าที่นำนโยบายในการพัฒนา SMEs มาดำเนินการในทางปฏิบัติ และเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการขยายการให้บริการต่างๆ ตลอดจนความช่วยเหลือแก่ SMEs อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ

นอกจากนี้ควรให้ความช่วยเหลือและพัฒนา SMEs ตามความต้องการในแต่ละท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาที่ตรงความต้องการและสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเมื่อพิจารณาจากการวางระบบขององค์กรที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุน SMEs ของประเทศต้นแบบแล้วจะเห็นได้ว่าประเทศไทยควรมีหน่วยงานกลางตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และมีหน่วยงานสาขาย่อยอยู่ในต่างจังหวัดเพื่อให้การส่งเสริม SMEs กระจายอย่างทั่วถึงทั่วประเทศ และควรมีการจัดตั้งศูนย์อบรมด้านต่างๆ รวมทั้งการให้คำปรึกษาในแต่ละสาขาเพิ่มเติม โดยอีกทางเลือกหนึ่งคือการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ ในการช่วยจัดฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแก่ SMEs

3



ด้านส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา

สำหรับประเทศไทย แม้ว่ามีหน่วยงานที่ช่วยเหลือและให้การสนับสนุนด้านการทำวิจัยและพัฒนาอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์ แห่งชาติ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และศูนย์วิจัยต่างๆ ในมหาวิทยาลัย เป็นต้น แต่เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการของประเทศเกาหลีใต้แล้วจะเห็นได้ว่าหากประเทศไทยมีการจัดทำเป็นโครงการอย่างประเทศเกาหลีใต้ที่ได้จัดทำเป็นโครงการใหญ่ที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลาง โดยประกอบด้วยหน่วยงานร่วมหลายหน่วยงานที่ดำเนินการเป็นไปในระบบเดียวกัน ตลอดจนมีการกำหนดโครงการที่เน้นเฉพาะไปที่การพัฒนาและวิจัยแล้วนั้นก็จะเป็นการสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมมากกว่าการส่งเสริมการพัฒนาและวิจัยแบบไม่มีการรวมศูนย์ อันจะทำให้เห็นนโยบายด้านการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาของไทยไม่โดดเด่นและได้ผลมากเท่าที่ควร

ดังนั้น หากเป็นไปได้ควรมีหน่วยงานกลางจากภาครัฐบาลที่ดำเนินการจัดทำโครงการขึ้น พร้อมทั้งจัดสรรทุนสนับสนุนและเป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันวิจัยต่างๆ ให้เข้าร่วมในโครงการที่จัดทำดังกล่าวเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มีลักษณะเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วประเทศ และสร้างให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์กับ SMEs ตลอดจนเกิดการพัฒนาประเทศในภาพรวม

โดยประเทศไทยควรจะพิจารณาการส่งเสริมให้ SMEs ได้เล็งเห็นความสำคัญและมีโอกาสในการใช้ประโยชน์จากการวิจัยและพัฒนากับการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงหรือนวัตกรรมใหม่ๆ ด้วยการสร้างแรงจูงใจจากการเพิ่มสัดส่วนในการหักค่าใช้จ่ายของ SMEs ที่ใช้ไปกับการวิจัยและพัฒนาตั้งเช่นมาตรการของประเทศอังกฤษ โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคยุโรปหลายประเทศ เช่น เนเธอร์แลนด์ ก็ได้มีการใช้มาตรการดังกล่าวนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการวิจัยและพัฒนาขึ้นเพราะนอกจากจะเกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดแล้วยังเป็นการช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศอีกด้วย

การบ่มเพาะธุรกิจ

สำหรับประเทศไทยได้ดำเนินการดังกล่าวคือ มีการจัดตั้งหน่วยงานกลางที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมความรู้และทำหน้าที่ดูแลให้เกิดการบ่มเพาะ การส่งเสริม และการพัฒนา SMEs ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือโดยการให้คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะขึ้นในมหาวิทยาลัยต่างๆ เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่มีหน้าที่และความเชี่ยวชาญเฉพาะในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น ด้าน Entrepreneurship และหน่วยงานที่รับผิดชอบนโยบายด้าน SMEs เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ทั้งนี้เพื่อให้การบ่มเพาะผู้ประกอบการในแต่ละปีเป็นไปตามแผนแม่บท แผนปฏิบัติการ รวมถึงให้สอดคล้องกับธุรกิจแต่ละประเภท (Sector) ทิศทางหลักของประเทศ (Priority) และระบบเศรษฐกิจในภาพรวม โดยหากมีการร่วมมือกันระหว่าง SMEs และสถาบันการศึกษาต่างๆ ก็จะเป็นผลให้การบ่มเพาะวิสาหกิจนั้นมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

สำหรับมาตรการในการจัดตั้งและดำเนินการศูนย์บ่มเพาะที่พิจารณาแล้วว่าเป็นประโยชน์กับประเทศไทยได้ คือ นโยบายของประเทศเกาหลีใต้ กล่าวคือ ประเทศเกาหลีใต้มีนโยบายในการสร้างธุรกิจใหม่หรือที่เรียกว่า “โครงการ Biz-Start-ups” เพื่อกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจ โดยประกอบด้วย การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจทั้งในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ การมีหลักสูตรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ (Start-Up Course) เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ และการมีชมรมผู้ประกอบการ (Entrepreneur Club) เพื่อเป็นการขยายขอบเขตของมาตรการสร้างธุรกิจใหม่ ด้วยการใช้เครือข่ายเดียวกันทั้งสามโครงการ คือ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ ทำให้โอกาสในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่และธุรกิจใหม่มีจำนวนและประสิทธิผลมากขึ้น

การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการส่งออกสินค้าและบริการไปยังต่างประเทศนั้น เป็นสิ่งที่ทำทนายอย่างมาก โดยประเทศต้นแบบทั้งสามประเทศ (สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่น) ต่างให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ แก่ SMEs ในการสนับสนุนด้านการส่งออก ตั้งแต่การให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก การเตรียมความพร้อมให้ ผู้ประกอบการ ให้ความรู้ในเรื่องการทำตลาดต่างประเทศ การช่วยเหลือในทุกด้านที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ รวมถึงการแนะนำตลาดที่มีความเป็นไปได้ให้แก่ SMEs เป็นต้น โดยมีหน่วยงานกลางที่ดูแลโดยตรงแบบเบ็ดเสร็จทั้งระบบ (หน่วยงานซึ่งประกอบด้วยโครงการย่อยๆ ที่ต่างกัน ภายในมาตรการหลักเดียวกันและตั้งอยู่บนฐานการเริ่มต้นดูแลช่วยเหลือและพัฒนาไปตลอดทั้งวงจร) และมีมาตรการเฉพาะ

โดยมาตรการดังกล่าวเป็นประโยชน์มากสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย เพราะเป็นรูปแบบการให้บริการช่วยเหลือและมีการสนับสนุนการส่งออกธุรกิจแบบครบวงจรตั้งแต่เริ่มต้น มีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการช่วยเหลือและพัฒนา SMEs ทั้งด้านการส่งออก การให้สินเชื่อ การให้ความรู้เรื่องการทำตลาดในต่างประเทศ การฝึกอบรมด้านการขยายตลาดในแต่ละประเทศ รวมทั้งการแนะนำตลาดที่มีความเป็นไปได้ให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการที่ต้องการส่งสินค้าและบริการไปยังตลาดต่างประเทศได้มีช่องทางการพัฒนาที่รวดเร็วยิ่งขึ้น



ธุรกิจสีเขียว

การทำธุรกิจสีเขียว หรือ Go Green นั้นเป็นนโยบายใหม่ที่หลายประเทศทั่วโลกให้ความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในแถบยุโรปและญี่ปุ่น โดยเน้นที่การออกนโยบายสนับสนุน มาตรการให้ลดและประหยัดการใช้พลังงาน การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ประเทศอังกฤษมีการจัดตั้งโครงการ Green Deal ซึ่งเริ่มดำเนินการเมื่อปีพ.ศ.2553 ที่รณรงค์ และดำเนินการให้ภาคประชาชนรวมถึงภาคธุรกิจต่างๆ ร่วมกันประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม ประเทศญี่ปุ่นมีมาตรการชัดเจน และเป็นรูปธรรมในการสนับสนุนการทำธุรกิจสีเขียว โดยใช้มาตรการทางภาษีเข้ามาเป็นสิ่งกระตุ้นให้มีการคำนึงถึงการใช้พลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการให้หักค่าเสื่อมในอัตราพิเศษร้อยละ 30 หรือผู้เสียภาษีจะเลือกที่จะได้ภาษีคืนร้อยละ 7 ก็ได้ เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยได้ดำเนินโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) โดยกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อให้สถานประกอบการทั่วประเทศใส่ใจในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสู่การเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียว” และมีสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้เมื่อสามารถดำเนินได้ตามเงื่อนไข อาทิ การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี การยกเว้นอากร การยกเว้นภาษี เป็นต้น

7



การพัฒนาด้านเทคนิค / นวัตกรรมใหม่

ประเทศไทยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่ทำหน้าที่ในการค้นคว้าและนำเทคนิคนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ แต่สำหรับ SMEs แล้วยังไม่ได้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้มากเท่าที่ควร

ดังนั้นจึงควรนำมามาตรการส่งเสริม SMEs ด้านการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมจากประเทศนิวซีแลนด์มาประยุกต์ใช้ โดยมีการสนับสนุนทางการเงินในรูปแบบการให้บัตรกำนัลและการให้เงินสนับสนุนการวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ตลอดจนการสร้างให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และแปลกใหม่ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ของ SMEs

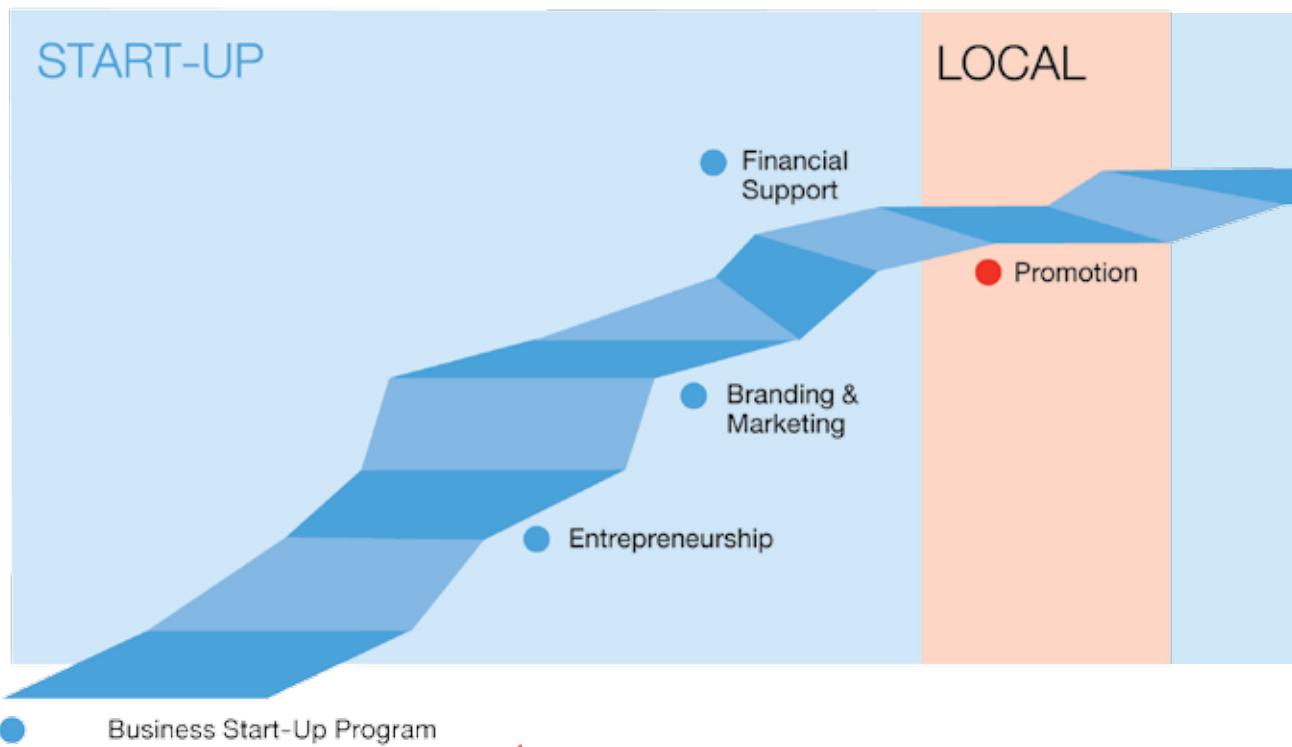
โดยรัฐบาลของประเทศนิวซีแลนด์มีโครงการสนับสนุนและสร้างนักศึกษาที่มีความสามารถในการทำธุรกิจให้เข้าร่วมโครงการฝึกงานในเรื่องการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกิจการที่ได้รับเงินสนับสนุน และมีโครงการนำนักศึกษาที่จบการศึกษาเข้ามาฝึกงานกับบริษัทที่ต้องการขยายการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรมและความสามารถในการทำการค้าพาณิชย์ ซึ่งนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการต้องจบการศึกษาในด้านที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม การออกแบบ และ

การตลาด โดย MSI (Ministry of Science and Innovation) จะให้การสนับสนุนโดยจ่ายค่าจ้างนักศึกษาจบใหม่เป็นจำนวนครึ่งหนึ่งของค่าจ้างแต่ไม่เกิน 60,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี

สำหรับประเทศไทยควรนำมามาตรการดังกล่าวมาปรับใช้กับเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs และส่งเสริมให้นักศึกษาตลอดจนเยาวชนได้มีโอกาสในการปฏิบัติงานจริงและรู้จักการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีเพื่อสร้างให้เกิดนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่แก่ประเทศชาติ

สำหรับในด้านของ SMEs Internationalization หรือการนำพา SMEs สู่ระดับสากลอย่างมีมาตรฐาน ทั้งในลักษณะของการตั้งรับคู่แข่งที่จะเข้ามาแข่งขันภายในประเทศหรือการรุกสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งในภาคการค้า การผลิต และการลงทุน เพื่อเตรียมพร้อมในการแข่งขันกับคู่แข่งทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ ทำให้สรุปรูปแบบสำหรับการนำพา SMEs สู่ระดับสากล (Models for SMEs Internationalization) ได้เป็น 2 โมเดล ได้แก่ Normal Track Model และ New Track Model แสดงได้ดังภาพ

ภาพที่ 1 โมเดล SMEs Internationalization: Normal Track Model



จากโมเดล SMEs Internationalization: Normal Track Model แสดงกระบวนการผลักดัน SMEs ตั้งแต่เริ่มต้นทำธุรกิจ สำหรับ SMEs ที่มีศักยภาพปกติที่ต้องการความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจและไม่เสี่ยงจนเกินไป และเหมาะสมกับตลาดภายในประเทศมากกว่า ซึ่งภาคีรัฐบาลควรให้การสนับสนุนอย่างค่อยเป็นค่อยไปและเป็นขั้นตอน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ขั้นตอน โดยเริ่มจากการช่วยเหลือในการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ (Business Start-up) ตามด้วยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์และการทำการตลาด (Branding & Marketing) การช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน (Financial Support) จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนการลงมือปฏิบัติ เข้าสู่ตลาดและการขายจริงในระดับท้องถิ่น (Local Market) จนกระทั่งก้าวสู่การขายในระดับประเทศ (Domestic Market) จนเป็นที่ยอมรับ จากนั้นจึงเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Born Global) ทั้งด้านการบริหารจัดการ แรงงาน การลงทุนในต่างประเทศ ด้วยการหาคู่ค้าในต่างประเทศ หรือการศึกษาตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศ เพื่อดำเนินการค้าขายในต่างประเทศด้วยตนเอง โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

1

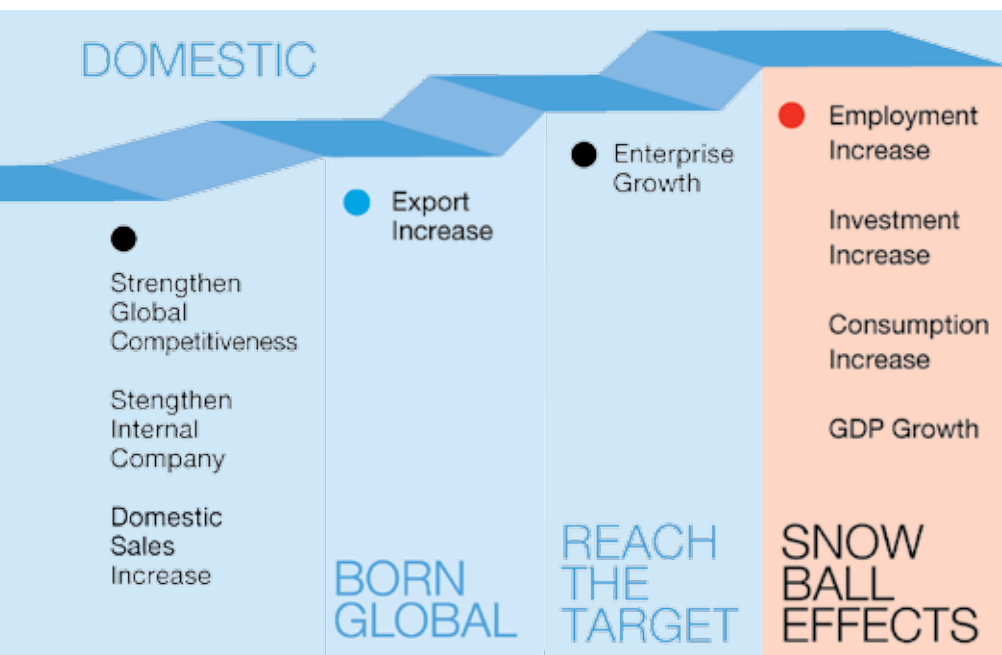
การช่วยเหลือการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ (Business Start-up) ภาคีรัฐบาลมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อให้คำแนะนำ หรืออบรมในด้านการเขียนแผนธุรกิจ การจดทะเบียนบริษัท การวางแผนด้านภาษี การวางแผนการผลิตสินค้า เป็นต้น

2

การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ภายหลังจากผู้ประกอบการตั้งต้นธุรกิจแล้ว ภาคีรัฐบาลมีการจัดตั้งหน่วยงานช่วยพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านนวัตกรรมใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเปิดตลาดใหม่ในต่างประเทศ การลงทุนในต่างประเทศ เป็นต้น

3

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการทำการตลาด (Branding & Marketing) ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการทำการตลาด เช่น การเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับสถาบันวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือสถาบันการศึกษาที่มีผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เช่น การให้คูปองนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการในการเข้าไปใช้บริการตามสถาบันต่างๆ



4

การช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Financial Support)
 ภาครัฐบาลมีการช่วยเหลือให้ SMEs เข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อเริ่มต้นธุรกิจหรือขยายกิจการ เช่น การประสานความร่วมมือระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ประกอบการในการให้สินเชื่อแก่ SMEs อย่างเป็นทางการหรือเป็นรูปธรรม อาทิ กองทุนตั้งตัวได้ เป็นต้น

5

การออกวางตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น (Local Market)
 SMEs ส่วนใหญ่ มักเริ่มต้นการขายสินค้าในระดับท้องถิ่นของตนเองมีความชำนาญก่อน เช่น ระดับตำบล อำเภอ จังหวัด หรือภูมิภาค เป็นต้น โดยมุ่งเน้นที่การสร้างความรู้จักและกระตุ้นการซื้อเป็นสำคัญ (Promotion)

6

การก้าวเข้าสู่การจำหน่ายสินค้าในระดับประเทศ (Domestic Market)
 หลังจาก SMEs มีความชำนาญในตลาดท้องถิ่นที่ตนเองคุ้นเคยแล้ว มักจะเริ่มขยายตลาดสู่ระดับประเทศ โดยการมองหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถกระจายสินค้าได้ครอบคลุมทั่วประเทศ อาทิ ศูนย์การค้าต่างๆ หรือร้านสะดวกซื้อที่มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ เป็นต้น จนกระทั่งมียอดขายสูงขึ้น (Domestic Sales Increase) แปรนัยเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือในระดับประเทศ ทั้งนี้ควรสร้างระบบการบริหารงานภายในบริษัทให้ดีเป็นระบบ (Strengthen Internal company) เสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันเตรียมความพร้อมให้กับบริษัทในการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ (Strengthen global competitiveness)

7

การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Born Global) SMEs มักก้าวเข้าสู่ตลาดต่างประเทศด้วยการรับผลิตสินค้าให้กับบริษัทในต่างประเทศ (OEM) หรือการหาผู้ค้าในต่างประเทศ เช่น ผู้จัดจำหน่ายหรือร้านค้าใหญ่ๆ ในต่างประเทศ ทั้งนี้ อาจเกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐด้วยการจัดกิจกรรมจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การสนับสนุนจัดแสดงสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ (Trade Fair) หรือการศึกษาตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศเพื่อดำเนินการค้าขายในต่างประเทศด้วยตนเองจนกระทั่งยอดการส่งออกมีปริมาณสูงขึ้น (Export Increase)

8

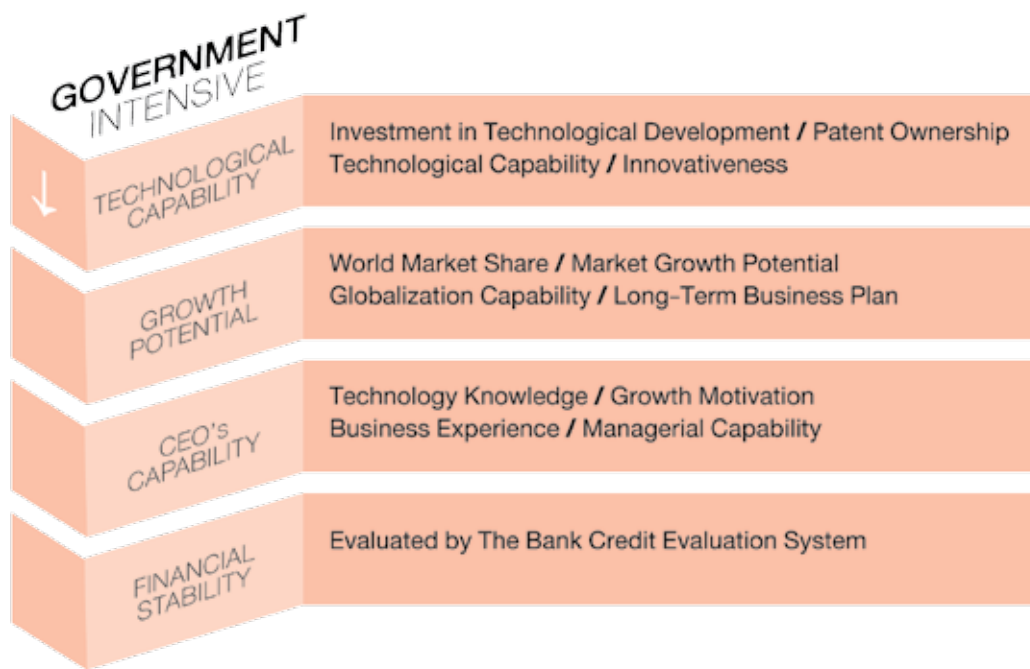
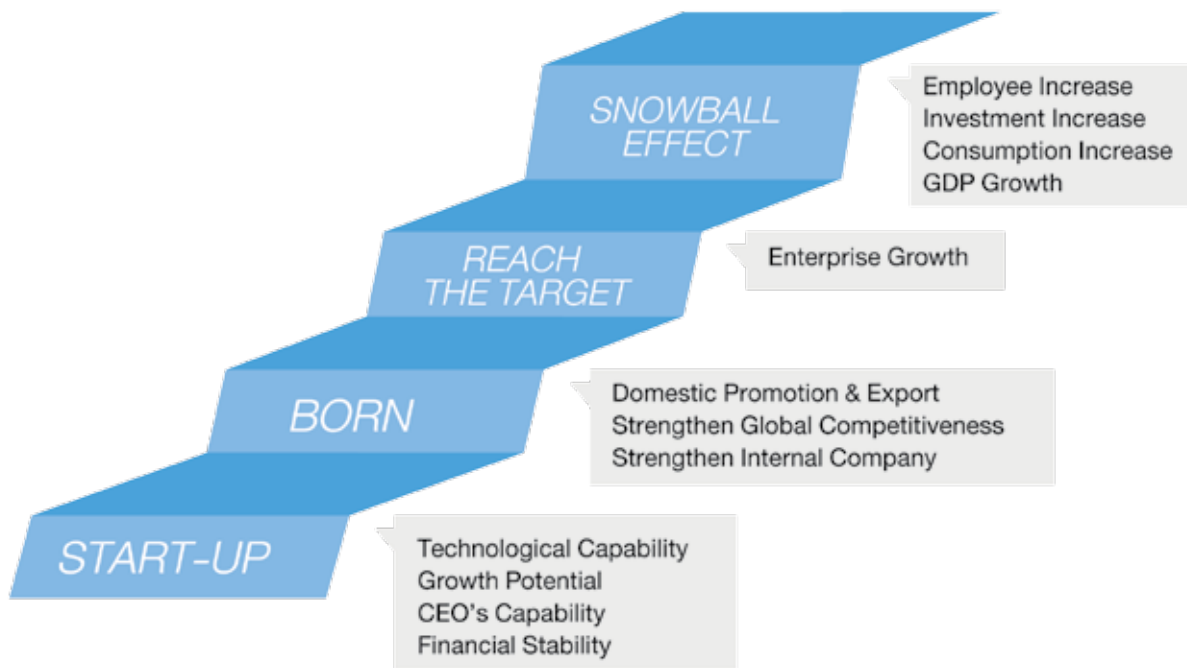
การบรรลุเป้าหมายด้วยการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน (Reach the Target by Enterprise Growth)
 การรักษาตลาดในประเทศและต่างประเทศให้มั่นคง ทำกิจกรรมทางการตลาด การรักษายอดขาย การเพิ่มช่องทางการขาย การรักษาสฐานลูกค้าเก่าด้วยการสร้างความสัมพันธ์ (CRM) รวมถึงการทำการตลาดเพื่อสังคม (CSR) จะช่วยให้เกิดความมั่นคงเติบโตของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

9

การเกิดผลกระทบต่อเนื่องในระดับประเทศ (Snow Ball Effects)
 ได้แก่ อัตราการจ้างงานของประเทศที่เพิ่มขึ้น (Employment Increase) อัตราการลงทุนของประเทศเพิ่มขึ้น (Investment Increase) อัตราการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น (Consumption Increase) และตามมาด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจมวลรวมของประเทศ (GDP Growth)

ภาพที่ 2 โมเดล

SMEs Internationalization: New Track Model



จากโมเดล SMEs Internationalization: New Track Model แสดงกระบวนการผลักดัน SMEs ที่มีศักยภาพทางธุรกิจและผู้ประกอบการ โดยเริ่มต้นคิดธุรกิจจากนวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่มีความต้องการอยู่ในตลาดทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีศักยภาพในด้านความรู้หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศพอสมควร SMEs เหล่านี้สามารถข้ามขั้นตอนตามกระบวนการปกติได้หลายขั้นตอน โดยสามารถรวบรัดขั้นตอนในการก้าวสู่ SMEs Internationalization ได้โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ →

- 1 **การช่วยเหลือการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ (Business Start-up)** ภาครัฐบาลมีการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษเพื่อดูแล SMEs กลุ่มพิเศษนี้โดยเฉพาะ เพื่อให้คำแนะนำหรืออบรมในด้าน การเขียนแผนธุรกิจ การจดทะเบียนบริษัท การวางแผนด้านภาษี การวางแผนการผลิตสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้ SMEs ที่จะสามารถเข้าสู่ระบบ New Track Model ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจาก คณะกรรมการ 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technological Capability) ศักยภาพที่จะเจริญเติบโตในตลาดทั้งในและต่างประเทศ (Growth Capability) ศักยภาพ ความรู้ความสามารถของเจ้าของบริษัทเอง (CEO's Capability) ความมั่นคงทางการเงิน (Financial Stability) นอกจากนี้ อาจผ่านการพิจารณาตามกระบวนการ หรือผ่านการประกวด ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดย SMEs ที่ผ่านการคัดเลือกจะเข้าสู่กระบวนการสนับสนุนของรัฐบาล แบบเข้มข้นและรวดเร็วทั้ง 4 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษา การอบรม หรือการศึกษาดูงานต่างประเทศ SMEs จะได้รับการดูแลเป็นพิเศษในเรื่องการจดสิทธิบัตรในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากเป็นสินค้า ที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง
- 2 **การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Born Global)** SMEs เหล่านี้สามารถข้ามขั้นเข้าสู่กระบวนการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ โดยอาจเปิดตลาดในประเทศไปพร้อมๆ กัน โดยการหาคู่ค้าในต่างประเทศ เช่น ผู้จัดจำหน่ายหรือร้านค้าใหญ่ๆ ในต่างประเทศ ทั้งนี้อาจเกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐด้วยการจัด กิจกรรมจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การสนับสนุนจัดแสดงสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ (Trade Fair) หรือการหาช่องทางทางการขายพิเศษที่เฉพาะสำหรับสินค้าประเภทนั้นๆ ทั้งนี้ ในระหว่างที่ทำการ โปรโมทสินค้าให้เป็นที่รู้จักภายในประเทศ ก็ทำการส่งออกไปยังต่างประเทศด้วย (Domestic Promotion & Export) นอกจากนี้ควรสร้างระบบการบริหารงานภายในบริษัทให้ดีเป็นระบบ (Strengthen Internal Company) และเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันเตรียมความพร้อมให้กับบริษัทในการก้าวสู่ตลาด ต่างประเทศ (Strengthen Global Competitiveness)
- 3 **การบรรลุเป้าหมายด้วยการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน (Reach the Target by Enterprise Growth)** การรักษาตลาดในประเทศและต่างประเทศให้มั่นคง ทำกิจกรรมทางการตลาด การรักษายอดขาย การเพิ่มช่องทางการขาย การรักษาสถานลูกค้าเก่าด้วยการสร้างความสัมพันธ์ (CRM) รวมถึงการทำ การตลาดเพื่อสังคม (CSR) จะช่วยให้เกิดความมั่นคงเติบโตของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน
- 4 **การเกิดผลกระทบต่อเนื่องในระดับประเทศ (Snow Ball Effects)** ได้แก่ อัตราการจ้างงานของ ประเทศที่เพิ่มขึ้น (Employment Increase) อัตราการลงทุนของประเทศเพิ่มขึ้น (Investment Increase) อัตราการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น (Consumption Increase) และตามมาด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจ มวลรวมของประเทศ (GDP Growth)

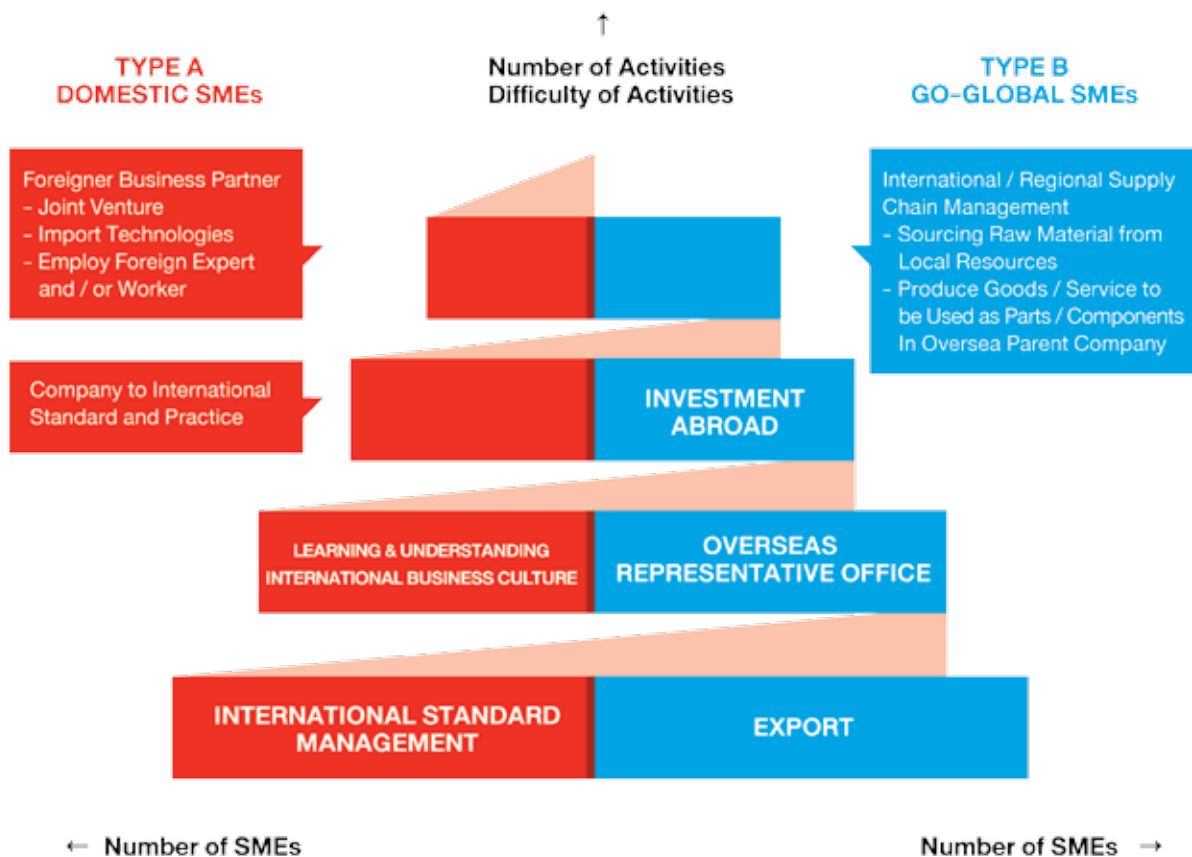
ทั้งนี้หากมีการนำแนวคิดที่ประสบความสำเร็จของประเทศต้นแบบมาประยุกต์ใช้กับ SMEs ไทย ได้อย่างเหมาะสมแล้ว จะเป็นผลให้ SMEs ไทยสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง และพัฒนาศักยภาพของ ตนเองขึ้นถึงระดับที่แข่งขันได้ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม หรือ สสว. ในฐานะที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุน ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ก็ต้องเป็นหน่วยงานหลักมีหน้าที่รับผิดชอบ ในการพัฒนาศักยภาพของ SMEs ไทยอย่างครบวงจร เพื่อให้ SMEs ไทยสามารถเติบโตได้ อย่างสมดุลและยั่งยืนและเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทยต่อไป

บทนำ

ปัจจุบัน ประเทศต่างๆ มีการยกระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ แนวคิดในการส่งเสริม SMEs ตลอดจนนโยบายและมาตรการในการส่งเสริม SMEs ตามลักษณะเฉพาะของแต่ละประเทศ ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดทางด้านธุรกิจ การผลิต การค้า การบริการ และการลงทุน โดยไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดย่อม ทั้งที่ประกอบธุรกิจอยู่ภายในประเทศ หรือ ประกอบธุรกิจในต่างประเทศ ล้วนแต่หลีกเลี่ยงไม่พ้นในการเข้าไปติดต่อ รวมถึงเกี่ยวข้องกับต่างชาติหรือที่เรียกว่า “การเข้าสู่ความเป็นสากล (Internationalization)”

ภาพที่ 3 แสดง

Overall image of SMEs Internationalization



อย่างไรก็ตามในประเทศไทยยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนอยู่หลายประการเกี่ยวกับคำว่า “Internationalization” โดยเฉพาะในประเด็นของ SMEs ไทยที่มีความจำเป็นในการเตรียมพร้อม เพื่อเข้าสู่การทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับต่างชาติมากยิ่งขึ้น และเมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างสมบูรณ์ในปี พ.ศ.2558 ประเทศสมาชิกอาเซียนต่างต้องเปิดเสรีในภาคการค้า ภาคบริการ ภาคการผลิต และภาคการลงทุนให้กันและกัน เป็นผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างกัน ทั้งการเคลื่อนย้ายเงินทุนและแรงงาน ตลอดจนความร่วมมือในด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน

ประเทศไทยทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการ จึงต้องเร่งปรับตัว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในการบริหารจัดการ เทคโนโลยีการผลิต การตลาด ฝีมือแรงงาน และการรู้จักใช้ประโยชน์สูงสุดจากการเปิดเสรีดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลักดัน SMEs ไทยให้เข้าสู่ความเป็นผู้นำของอาเซียน เพื่อการก้าวสู่ความเป็นนานาชาติ หรือ SMEs Internationalization โดยแนวทางการปฏิบัติครอบคลุมไปถึงด้านต่างๆ ดังนี้

1



การบริหารจัดการที่เป็นระบบสากล

2



การนำเทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่าจากต่างประเทศเข้ามาใช้

3



การแสวงหาและใช้แหล่งวัตถุดิบใหม่

ที่ถูกกว่าหรือดีกว่า (Source of Raw Material) จากต่างประเทศ

4



การตลาดและการส่งออก (Export Market)

เช่น การเข้าร่วมในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ (International Trade Fair) การตั้งตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ การออกไปตั้งสำนักงานขายในต่างประเทศ (Sale Representative Office) เป็นต้น

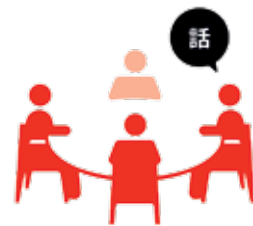
5



การลงทุน (Investment)

ทั้งในลักษณะของการร่วมลงทุนเป็นหุ้นส่วนกับต่างชาติ การผลิตสินค้าและบริการในประเทศ และการออกไปผลิตสินค้าและบริการในต่างประเทศ

6



การเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมในการทำธุรกิจระดับสากล (International Business culture)

เช่น การตอบจดหมายธุรกิจที่ได้รับทาง E-Mail ภายในวันเดียว

การมีผู้ร่วมงานเป็นชาวต่างชาติ (Foreign Partner)

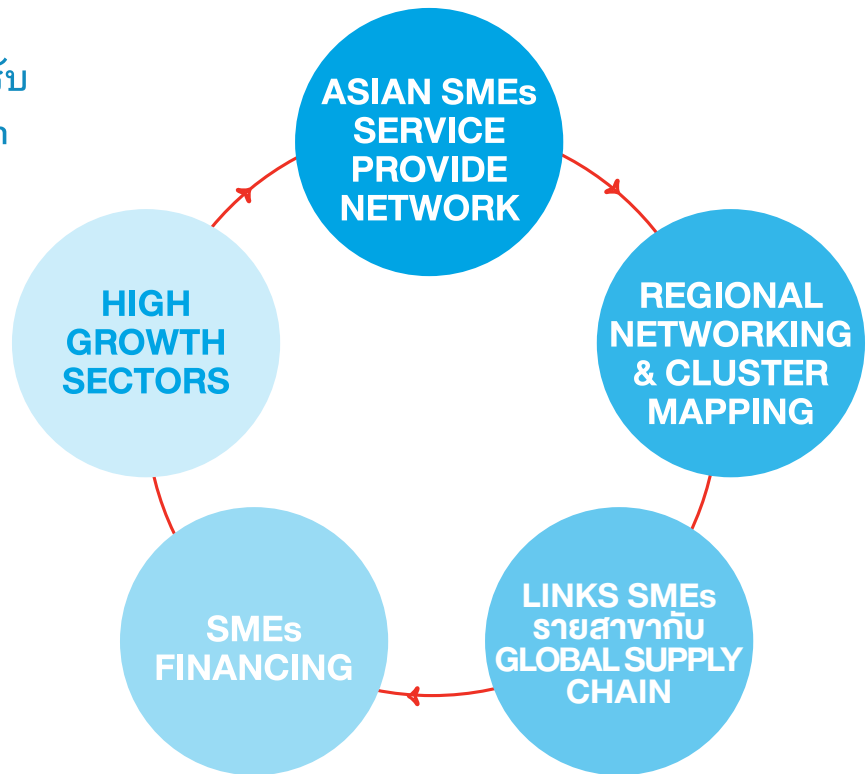
ทั้งที่เป็นผู้ชำนาญการเฉพาะทาง แรงงานไร้ฝีมือ การจ้างที่ปรึกษาชาวต่างชาติ (Business Alliance Abroad) รวมถึงการเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจระหว่างประเทศ

7



ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยและ ผู้ที่มีภารกิจความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ได้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Internationalization อย่างแท้จริงจนสามารถปรับตัวเข้าสู่ความเป็นสากลในการทำธุรกิจได้ ทั้งในการทำธุรกิจภายในประเทศและการทำธุรกิจที่ก้าวออกไปสู่การทำธุรกิจนอกประเทศ ตลอดจนมีความพร้อมและสามารถแข่งขันได้ในยุคสมัยที่โลกธุรกิจอยู่ในระดับสากล

ภาพที่ 4 แสดงกลยุทธ์สำหรับ SMEs Internationalization



นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริม SMEs ไทยให้ตระหนักถึงการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ AEC และการสร้างให้เกิดวิสัยทัศน์หลักในการผลักดัน SMEs ไทยให้เข้าสู่ความเป็นผู้นำทางธุรกิจ ในภาคการผลิตการค้าและการบริการ เพื่อการเป็นศูนย์กลางของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอาเซียน หรือที่เรียกว่าการมุ่งสู่ความเป็นนานาชาติ หรือ “SMEs Internationalization” นั้นเอง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ศึกษาถึงจำนวนวิสาหกิจในประเทศไทยเมื่อปี.ศ.2555 พบว่าประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจมากถึงร้อยละ 99 แต่ SMEs เหล่านี้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ได้เพียงร้อยละ 42.35 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศเท่านั้น ประเทศไทยจึงต้องเร่งพัฒนาศักยภาพของ SMEs และเสริมสร้างขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจ ตลอดจนยกระดับประเทศเข้าสู่ความเป็นสากล ทั้งนี้เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ SMEs ไทยมีช่องทางการทำธุรกิจไปยังประเทศต่างๆ มากขึ้นจนถึงระดับที่สามารถแข่งขันกับนานาชาติประเทศได้ทั้งในภูมิภาคและในระดับโลก

ภาพที่ 5 แสดง SMEs Internationalization ของประเทศไทย



นอกจากนี้ยังเป็นการนำประเทศไปสู่การเติบโตอย่างรวดเร็ว และยั่งยืนบนฐานขององค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการ ใช้นวัตกรรม การสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในภูมิภาค ดังหลายๆ ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริม SMEs มาแล้ว ทั้งในภูมิภาคเอเชีย และภูมิภาคอื่นๆ เช่น มาเลเซีย เวียดนาม ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน เกาหลีใต้ และประเทศในกลุ่ม OECD เช่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งประเทศเหล่านี้มีภาคอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่ง มีระบบการบริหารจัดการ ในการสนับสนุนการพัฒนา SMEs ที่ดี สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน รวมถึงเป็นประเทศที่ SMEs มีบทบาทหลักในการสร้างการเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยภาพรวมของประเทศ

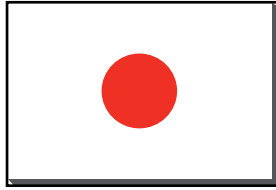
หนังสือเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษวิเคราะห์กฎหมาย นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ของประเทศต้นแบบ ใน OECD และ ASEAN +6 ซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยได้แนวคิด ที่น่าสนใจ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ประโยชน์กับสถานการณ์ ทางเศรษฐกิจของประเทศและต่อการพัฒนาศักยภาพของ SMEs ไทย ให้สามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับนานาชาติและมุ่งสู่ความเป็นสากล หรือ SMEs Internationalization ได้ต่อไป

กฎหมายและนโยบาย การส่งเสริม SMEs

ของภาครัฐบาล และพฤติกรรมการค้าในธุรกิจ
ของภาคเอกชนของประเทศต้นแบบในกลุ่ม OECD
(ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ สหพันธรัฐรัสเซีย และสหรัฐอเมริกา)



ในบทนี้ จะกล่าวถึงกฎหมาย และนโยบายการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐบาล ตลอดจนพฤติกรรมการค้าในธุรกิจของภาคเอกชนของประเทศต้นแบบในกลุ่ม OECD ประกอบด้วย ประเทศญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ สหพันธรัฐรัสเซีย และสหรัฐอเมริกา โดยพิจารณาจากการเป็นประเทศที่มีภาคอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่ง มีระบบการบริหารจัดการในการสนับสนุนการพัฒนา SMEs ที่ดี และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน มั่นคง รวมถึงเป็นประเทศที่มี SMEs ที่มีบทบาทหลักในการช่วยให้ภาพรวมของเศรษฐกิจ และการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศมีการเจริญเติบโต โดยมีรายละเอียด ดังนี้



2.1 ประเทศญี่ปุ่น

2.1.1 โครงสร้าง SMEs ของประเทศญี่ปุ่น

นิยาม SMEs ของประเทศญี่ปุ่น

ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	แรงงาน (คน)
 การผลิต	≤ 300	≤ 300
 การค้าส่ง	≤ 100	≤ 100
 การค้าปลีก	≤ 50	≤ 50
 บริการ	≤ 50	≤ 50

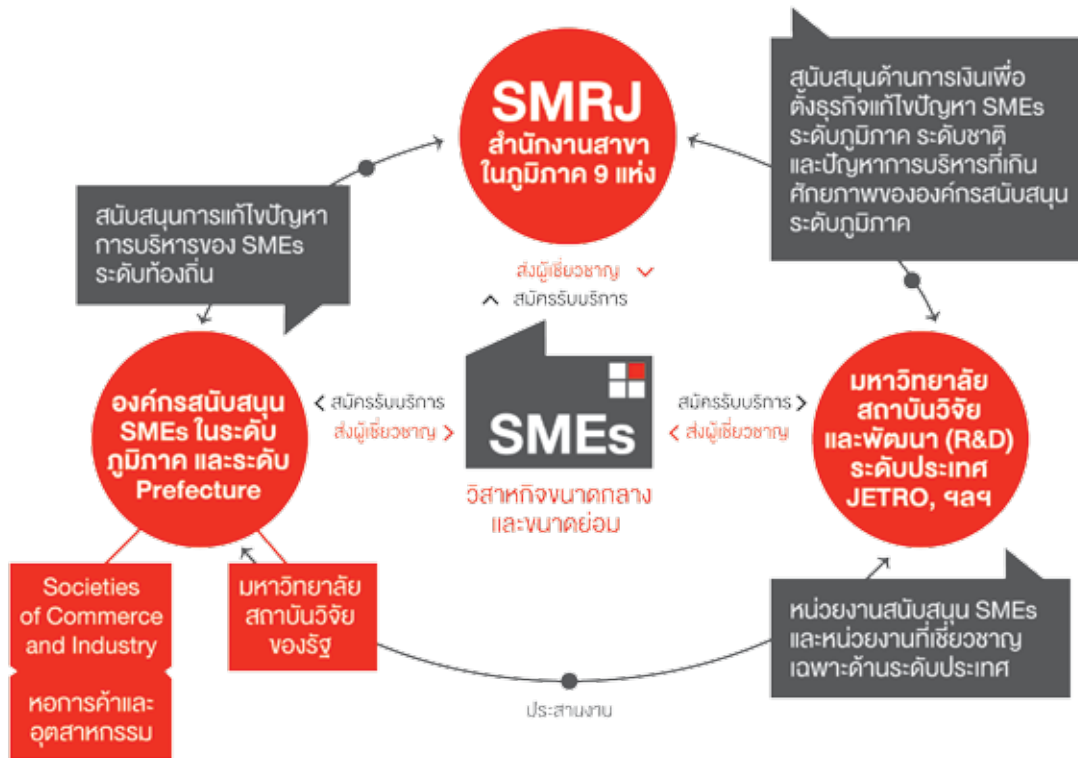
จำนวนบริษัทในประเทศญี่ปุ่นมีทั้งหมดประมาณ 4,213,000 บริษัท แบ่งออกเป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กจำนวนประมาณ 4,201,000 บริษัท (คิดเป็นร้อยละ 99.7) ในจำนวนนี้เป็นบริษัทขนาดเล็กจำนวนประมาณ 3,665,000 บริษัท (คิดเป็นร้อยละ 87) และบริษัทขนาดใหญ่จำนวนประมาณ 12,000 บริษัท (คิดเป็นร้อยละ 0.3)

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของประเทศญี่ปุ่น

ช่วงหลายปีที่ผ่านมา ญี่ปุ่นเผชิญกับภาวะความต้องการซื้อในประเทศที่ลดลง ซึ่งแรงกดดันนี้ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ของญี่ปุ่นเริ่มแสวงหาโอกาสส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยประมาณร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการ SMEs ทั้งหมดของญี่ปุ่นต้องการดำเนินธุรกิจส่งออก มูลค่าส่งออกของ SMEs ญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 2 เท่าจากปีพ.ศ.2545 เป็น 5,000 ล้านบาท หรือประมาณ 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปีพ.ศ.2552

ภาพที่ 6 เครือข่ายสนับสนุน SMEs โดยมี SMRJ เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน

SMEs Agency (กำหนดนโยบาย SMEs) METI Regional Bureaus



2.1.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาล และภาคเอกชนในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นมีการจัดโครงสร้างการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจ โดยรวมศูนย์กลางภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน (Ministry of Economy, Trade, and Investment-METI) ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านการบริการ SMEs และมีการรวมศูนย์กลางชัดเจนภายใต้องค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (The Small and Medium Enterprise Agency-SMEA) และองค์กรเพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และนวัตกรรมภาคแห่งประเทศญี่ปุ่น(Organization for Small and Medium Enterprise and Regional Innovation, Japan-SMRJ) โดย SMRJ ถือเป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุนให้บริการแก่ SMEs ในระดับภูมิภาค ในปัจจุบันมีสาขา 9 แห่ง ในภูมิภาค และสำนักงานย่อยอีก 1 แห่งในจังหวัดโอกินาวา นอกจากนี้ยังมีมหาวิทยาลัยสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Universities) จำนวน 9 แห่ง

2.1.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของประเทศญี่ปุ่น



ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมายสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ Small and Medium-sized Enterprise Basic Act ฉบับแก้ไขปีพ.ศ.2542 โดยกฎหมายฉบับนี้ได้วางนโยบายหลักในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

สำหรับในปีพ.ศ.2555 รัฐบาลแห่งประเทศญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งกิจการประเภทอื่นที่ได้รับผลกระทบจากมหาอุทกภัยสึนามิ โดยรัฐบาลได้จัดสรรเงินงบประมาณเพื่อให้ฟื้นฟูกิจการ โดยนอกจากการจัดสรรเงินช่วยเหลือแล้วยังมีโครงการต่างๆ ที่ช่วยให้กิจการที่ได้รับผลกระทบนั้นได้กลับมาฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับนโยบายในการพัฒนา SMEs ด้านอื่นๆ ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

> การให้การสนับสนุนการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านรากฐานของธุรกิจ

- การลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการชั่วคราว จากร้อยละ 18 เหลือร้อยละ 15 ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2555 จนถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ.2558 อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาดังกล่าวจะมีการเพิ่มภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นกรณีพิเศษอีกร้อยละ 10 เพื่อนำภาษีที่ได้ไปช่วยในการก่อสร้างสิ่งที่ยเสียหายจากมหาอุทกภัยสึนามิ

- มาตรการด้านภาษีที่ช่วยส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอนุญาตให้มีการหักค่าเสื่อมในอัตราพิเศษร้อยละ 30 หรือได้เครดิตภาษีคืนร้อยละ 7 สำหรับการซื้อเครื่องจักรและเครื่องมือบางประเภท

- อนุญาตให้นำค่าเลี้ยงรับรองและค่าใช้จ่ายด้านการสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาหักเป็นค่าใช้จ่ายได้ถึงร้อยละ 90 ของค่าใช้จ่ายดังกล่าวเป็นจำนวนถึง 6 ล้านบาท โดยเริ่มจากปีภาษี พ.ศ.2555 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ.2557

- การขาดทุนสะสม (Loss Carry Forward) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตั้งแต่ 1 เมษายน พ.ศ.2555 จะได้รับการขยายเวลาจาก 7 ปีเป็น 9 ปี

> มาตรการในการทำให้การรับช่วงสัญญาที่มีความเป็นธรรมและเหมาะสม

เพื่อสร้างความมั่นใจว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกับผู้อื่นอย่างเหมาะสมในการทำสัญญารับช่วงการทำงานต่อรัฐบาลแห่งประเทศญี่ปุ่นจึงได้มีนโยบายที่จะสร้างความตื่นตัวในการที่จะให้การปฏิบัติต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

> มาตรการในการขยายโอกาสของ SMEs ในการได้รับการสั่งซื้อสินค้าจากหน่วยงานราชการ

โดยจัดให้มี “Contract Policy of the Government Regarding Small and Medium Enterprises” ซึ่งจะประกอบไปด้วยมาตรการต่างๆ ที่จะสนับสนุนในเรื่องดังกล่าว



- > **มาตรการที่จะช่วยทำให้ธุรกิจมีความมั่นคง**

เพื่อเป็นการช่วย SMEs ผ่านทางหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (Central Federation of Societies of Commerce and Industry Japan : CFSCIJ) ในการที่จะให้คำปรึกษา โดยศูนย์ให้คำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจ ในหอการค้า และอุตสาหกรรมทั่วทั้งประเทศ
- > **มาตรการให้การสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงและการรับช่วงต่อของธุรกิจ**

ด้วยการจัดให้ ผู้มีประสบการณ์ทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจอยู่ใน Business Support Council for SMEs
- > **การขยายขีดความสามารถในด้านเทคโนโลยี เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศให้กับผู้ผลิต**

รัฐบาลมีนโยบายในการที่จะสนับสนุนในด้านการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกับการสนับสนุนให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยจะใช้มาตรการพิเศษทางภาษีช่วยในการส่งเสริมให้เกิดการทำวิจัยการพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์
- > **การให้ความสนับสนุนในการตั้งธุรกิจ / เปลี่ยนธุรกิจ / การพัฒนาธุรกิจใหม่**

เพื่อที่จะช่วยสนับสนุนธุรกิจเกิดใหม่หรือเปลี่ยนธุรกิจผ่านการช่วยเหลือในรูปแบบการให้กู้ยืมหรือการค้ำประกันของสถาบันการเงินของรัฐ นอกจากนี้ยังจะมีการวางมาตรการภาษี (Support for Tackling Business Challenges) ที่จะช่วยสำหรับกิจการที่มีการลงทุนใหม่อีกด้วย
- > **การให้การสนับสนุนการพัฒนาการทำธุรกิจต่างประเทศ (Support for Overseas Business Development)**

ภายใต้โครงการ “Framework for Supporting SMEs in Overseas Business” ที่แก้ไขเมื่อเดือนมีนาคม ปีพ.ศ.2555 สำหรับโครงการดังกล่าวนี้จะสนับสนุนด้านการเงินและการขยายการลงทุนเพื่อที่จะดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศ
- > **มาตรการในการพัฒนาบุคลากรและการจ้างงาน**

จัดให้มีการจัดหาผู้ทำงานและผู้จ้างที่เหมาะสมกันเพื่อที่จะได้ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสในการเข้าไปฝึกงานกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- > **มาตรการสำหรับ SMEs ในอุตสาหกรรมขนส่ง**

สนับสนุนให้มีการทำอุตสาหกรรมด้านคลังสินค้า และให้เงินสนับสนุนในการปรับปรุงยานยนต์ที่ใช้ในการขนส่งและธุรกิจที่ใช้ยานยนต์ในการขนส่ง
- > **มาตรการในการสนับสนุนการสร้างธุรกิจการก่อสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

โดยการจัดให้มีโครงการที่เรียกว่า “Construction Enterprise Partnership Frontier Program” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการสร้างสิ่งปลูกสร้างและส่งเสริมให้มีแรงงานผู้ที่มีฝีมือเข้ามาช่วยพัฒนาธุรกิจด้านการก่อสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเติบโตยิ่งขึ้น



2.2 ประเทศเนเธอร์แลนด์

2.2.1 โครงสร้าง SMEs ของประเทศเนเธอร์แลนด์

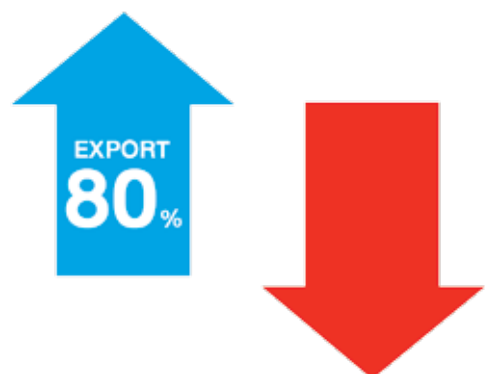
นิยาม SMEs ของประเทศเนเธอร์แลนด์

ขนาดของธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านยูโร)	แรงงาน (คน)
 ขนาดกลางและขนาดเล็ก	< 23	> 100
 ขนาดใหญ่	23 ขึ้นไป	100 ขึ้นไป

ประเทศเนเธอร์แลนด์มีบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) อยู่ประมาณ 860,554 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 99.6 ของวิสาหกิจทั้งหมด มีการจ้างงานอยู่ที่ร้อยละ 67.2 ของการจ้างงานทั้งหมดภายในประเทศ โดย SMEs มีการจ้างงานอยู่ที่ร้อยละ 87.5 ในภาคอุตสาหกรรมโรงแรมและร้านอาหาร แต่ในทางตรงกันข้าม SMEs มีการจ้างงานเพียงร้อยละ 12.7 เท่านั้น ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้า ก๊าซ และน้ำ

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของประเทศเนเธอร์แลนด์

ประเทศเนเธอร์แลนด์เป็นหนึ่งในประเทศที่ทำการค้าระหว่างประเทศมากเป็นอันดับต้นๆ โดยมียอดการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 80 ของ GDP ของประเทศ และมียอดการ re-export ผ่านประเทศถึงร้อยละ 50 ของการส่งออกทั้งหมด โดยที่ร้อยละ 38 ของ SMEs ในประเทศเนเธอร์แลนด์เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ เช่น การส่งออก การนำเข้า และการลงทุน เป็นต้น โดยแบ่งออกเป็นการนำเข้าร้อยละ 27 และการส่งออกร้อยละ 19 ซึ่งมีประเทศเยอรมันเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญของประเทศเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดเรื่องการกีดกันทางการค้า โดยตัวเลขการส่งออกไปประเทศเยอรมันคิดเป็นร้อยละ 25 ของ SMEs ทั้งหมด



2.2.2 พหุติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศเนเธอร์แลนด์

ประเทศเนเธอร์แลนด์มีการสนับสนุนส่งเสริมพัฒนา SMEs ในด้านต่างๆ อย่างมากมาย ดังนี้



Open Innovation

ประเทศเนเธอร์แลนด์มีการสนับสนุน SMEs ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยนโยบาย Open Innovation หรือ การประสานความร่วมมือระหว่าง SMEs กับเครือข่ายบริษัทหรือองค์กร ที่ให้บริการ R&D โดยเป็นการว่าจ้าง พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือทำวิจัยแบบ เหม้าจ่ายครั้งเดียว



Innovation Vouchers

เป็นการให้สินเชื่อจากภาครัฐบาลแก่ SMEs เพื่อซื้อบริการข้อมูลสาธารณะ หรือเพื่อการหาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการผลิตใหม่ๆ ซึ่งโดย ปกติ Innovation Vouchers จะ ให้สำหรับ SMEs จำนวนไม่เกิน 10,000 ยูโร



NL Agency

เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวง เศรษฐกิจ กระทรวงเกษตร และ กระทรวงนวัตกรรมในประเทศ เนเธอร์แลนด์ โดยเป็นจุดให้บริการ ที่เชื่อมโยงภาคธุรกิจ สถาบัน องค์กรความรู้ต่างๆ และภาครัฐบาลได้ อย่างครบวงจร ซึ่ง SMEs สามารถ ติดต่อขอข้อมูล ขอคำปรึกษาและ คำแนะนำ ด้านการเงิน กฎหมาย รวมถึงการสร้างเครือข่ายได้ โดย NL Agency มีลักษณะการดำเนินงาน 5 ด้าน ได้แก่ พลังงาน และการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Energy and Climate Change) การค้าการลงทุนระหว่างประเทศ (EVD International) การพัฒนา นวัตกรรม (Innovation) สิ่งแวดล้อม (Environment) และสำนักงานสิทธิ บัณฑิต (Patent Office)

2.2.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริม การพัฒนา SMEs ของประเทศเนเธอร์แลนด์

ก. สำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ประเทศเนเธอร์แลนด์เป็นหนึ่งในประเทศสมาชิก ของสหภาพยุโรป จึงได้มีการนำนโยบายหลักในการ ส่งเสริม และพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของสหภาพยุโรปที่มาจาก Small Business Act

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

โครงการค้ำประกันเงินกู้ของ SMEs (SME Loan Guarantee Scheme หรือ Borgstelling-sregeling MKB) โครงการนี้เป็นการให้สิทธิพิเศษแก่ กิจการที่มีการจ้างงานน้อยกว่า 250 คน ที่จะได้รับ การค้ำประกันเงินกู้บางส่วน ซึ่งทำให้เจ้าของกิจการที่ เข้าร่วมโครงการนี้จะได้รับวงเงินกู้ที่มากกว่าการขอ กู้ โดยไม่มีการค้ำประกันจากรัฐบาล เจ้าของกิจการจะ ต้องรับประกันหนี้ของบริษัท อย่างน้อยร้อยละ 25 และผู้ที่ต้องการขอสินเชื่อสามารถติดต่อได้โดยตรง กับธนาคารที่เข้าร่วมโครงการ




โครงการ Growth Facility Scheme (Regeling Groeifaciliteit) รัฐบาลมีโครงการช่วยเหลือเรื่อง การระดมทุน ภายใต้ผู้ระดมทุนซึ่งเป็นผู้ที่จัดให้มีการร่วมทุนของ SMEs ที่ได้รับการประกันจากรัฐบาล หากบริษัทดังกล่าวขาดทุนในการลงทุนร้อยละ 50 บริษัท ที่ขาดทุนนี้สามารถขอรับเงินส่วนที่เสียไปในการลงทุน ได้จากกระทรวงการเศรษฐกิจ โดยระยะเวลาของการ ค้ำประกันนั้นสูงถึง 12 ปี การได้สิทธิไม่เสียภาษีสำหรับ บริษัทที่ใหม่ โดยเกิดจากการที่รัฐบาลต้องการเพิ่มค่า ลดหย่อนสำหรับบริษัทส่วนบุคคลใหม่ การให้ประกัน สินเชื่อเพื่อการส่งออก (Export Credit Insurance : ECI) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ส่งสินค้า ออกไปขายยังต่างประเทศนั้น สามารถที่จะขอสินเชื่อ เพื่อการส่งออกที่เป็นการประกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจาก การทำธุรกรรมกับผู้ซื้อต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการไม่ ชำระเงินค่าสินค้า



2.3 ประเทศอังกฤษ

2.3.1 โครงสร้าง SMEs ของประเทศอังกฤษ

นิยาม SMEs ของประเทศอังกฤษ

ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)	รายได้ (ยูโร)
 ขนาดย่อย (Micro)	< 10	< 2,000,000
 ขนาดเล็ก (Small)	10-50	< 10,000,000
 ขนาดกลาง (Medium)	51-250	< 50,000,000

ในปีพ.ศ.2555 ประเทศอังกฤษมีจำนวนบริษัททั้งหมด 4.8 ล้านบริษัท โดยมีการจ้างงานทั้งหมด จำนวน 23.9 ล้านคน และมีรายได้ทั้งสิ้น 3,100,000 ล้านยูโร ซึ่ง SMEs คิดเป็นร้อยละ 99.9 ของธุรกิจทั้งหมด มีการจ้างแรงงาน 14.1 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 59.1 ของการจ้างงานภาคเอกชน และรายได้ส่วนของ SMEs จำนวน 1,500 ยูโร คิดเป็นร้อยละ 48.8 ของรายได้ทั้งหมดของภาคธุรกิจ

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของประเทศอังกฤษ

ประเทศอังกฤษมีธุรกิจขนาดเล็กและมีอัตราการจ้างงานเท่ากับร้อยละ 47 คิดเป็นรายได้ร้อยละ 34.4 ของธุรกิจทั้งหมด และจากจำนวนบริษัททั้งหมดร้อยละ 62.7 หรือประมาณ 3 ล้านราย มีการประกอบกิจการในภาคอุตสาหกรรมก่อสร้างจำนวน 907,000 รายหรือประมาณ 1 ใน 5 ของธุรกิจทั้งหมด จากการสำรวจข้อมูลในปี พ.ศ.2555 พบว่ามี SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตร ป่าไม้ และประมง คิดเป็นร้อยละ 15 ของผู้ประกอบการ SMEs ทั้งหมด และมีการจ้างงานนานกว่า 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 95.4 ของการจ้างงานทั้งหมด มีเพียงร้อยละ 25.3 ที่อยู่ในอุตสาหกรรมการเงินและประกันภัย นอกจากนี้ในช่วงต้นปีพ.ศ.2555 จำนวน SMEs คิดเป็นจำนวนร้อยละ 99.9 ของธุรกิจภาคเอกชนทั้งหมด และยังคงคิดเป็นร้อยละ 59.1 ของการจ้างงานภาคเอกชน และคิดเป็นร้อยละ 48.8 ของมูลค่าการค้าขายทั้งหมดในภาคเอกชน

2.3.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศอังกฤษ

ธุรกิจขนาดเล็กถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอังกฤษอย่างมาก โดยทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนได้เล็งเห็นความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในระยะยาว เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการที่กำลังตั้งธุรกิจใหม่สามารถเริ่มดำเนินธุรกิจได้

2.3.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของประเทศอังกฤษ

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

กฎหมายว่าด้วยธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Act) ของสหภาพยุโรปที่ใช้กับทุกประเทศสมาชิกได้วางหลักการไว้ 10 ประการที่อยู่ในกฎหมายว่าด้วยธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งประเทศสมาชิกต้องนำไปปรับใช้และปฏิบัติตามนโยบายส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดเล็กทั้งในระดับสหภาพยุโรปและระดับประเทศสมาชิก โดยใช้คำขวัญว่า “Think Small First” มีรายละเอียดดังนี้

หลักการข้อที่ 1

สหภาพยุโรปและประเทศสมาชิกควรสร้างสภาพแวดล้อมภายในที่ผู้ประกอบการและธุรกิจครอบครัวจะสามารถที่จะประสบความสำเร็จและสร้างกิจการได้ ทั้งนี้ต้องมีการดูแลที่ดีเพื่อที่จะให้ผู้ประกอบการมีอนาคตที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องปรับระดับการคุ้มครองผู้ประกอบการที่มีศักยภาพที่จะสามารถทำธุรกิจได้ เช่น เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและผู้หญิง ด้วยการทำให้เงื่อนไขในการถ่ายโอนธุรกิจมีความง่ายมากยิ่งขึ้น

คณะกรรมการสหภาพยุโรปได้นำหลักการข้างต้นนี้มาปรับใช้ในหลายมาตรการ อาทิ

- สนับสนุนการแลกเปลี่ยนและการอำนวยความสะดวกในด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของผู้ประกอบการธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจที่ดีที่สุดใน การให้การศึกษาแก่ธุรกิจขนาดเล็ก

- โครงการ “European SMEs Week” เริ่มจัดขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ.2552 และจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี จึงเป็นเสมือนรณรงค์ขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมโครงการต่างๆ ในรูปแบบของการรณรงค์ขึ้นทั่วประเทศยุโรป มีวัตถุประสงค์ในการที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่สหภาพยุโรปรวมทั้งองค์กรต่างๆ ในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นของประเทศสมาชิกได้ดำเนินการเพื่อที่จะสนับสนุนวิสาหกิจขนาดเล็ก ขนาดย่อม และขนาดกลาง

- โครงการ “Erasmus for Young Entrepreneurs” ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการฝึกปฏิบัติการด้วยการให้โอกาสผู้ประกอบการได้เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ และยังเป็น การช่วยเหลือให้มีการปรับปรุงทักษะในการใช้ภาษาอีกด้วย

การจัดตั้งเครือข่ายทูตสัมพันธ์ไมตรีของผู้ประกอบการหญิงของสหภาพยุโรปเพื่อที่จะส่งเสริมการเป็นพี่เลี้ยงด้านการทำธุรกิจที่สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้หญิงเพื่อที่จะลงมือสร้างธุรกิจของตนเอง



หลักการข้อที่ 2

ประเทศสมาชิกต้องสร้างความมั่นใจว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์สุจริตแต่ต้องประสบกับปัญหาจนล้มละลายจะต้องได้รับโอกาสอย่างรวดเร็วที่จะทำธุรกิจอีกเป็นครั้งที่สอง หรือที่เรียกว่า “Second Chance Policy” โดยคณะกรรมการสหภาพยุโรปได้นำนโยบายนี้ไปปฏิบัติด้วยการอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเรื่องการปฏิบัติที่ดีที่สุดในการดำเนินนโยบายที่ให้โอกาสครั้งที่สองแก่ผู้ประกอบการในระหว่างประเทศสมาชิก

หลักการข้อที่ 3

สหภาพยุโรปและประเทศสมาชิกจะต้องสร้างกฎเกณฑ์ให้เข้ากับคำขวัญที่ว่า “Think Small First” โดยการคำนึงถึงคุณลักษณะของธุรกิจขนาดเล็กเมื่อร่างกฎหมาย และทำให้กฎหมายที่มีอยู่มีความคล่องตัวมากขึ้นที่จะปฏิบัติตามตัวอย่างของการปฏิบัติตามนโยบายนี้โดยคณะกรรมการสหภาพยุโรป อาทิ การตรวจสอบการนำหลักการนี้ไปใช้ในการออกกฎหมายต่างๆ ในประเทศสมาชิกสร้างความมั่นใจว่าผลของการออกนโยบายต่างๆ จะไม่เป็นการก่อกำแพงที่เพิ่มขึ้นในเรื่องค่าธรรมเนียมและอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจต่อธุรกิจขนาดเล็กและการกำหนดให้ต้องมีการศึกษาผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างน้อย 8 สัปดาห์ก่อนที่จะทำโครงการขอเสนอกฎหมายใดๆ ที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจ

หลักการข้อที่ 4

สหภาพยุโรปและประเทศสมาชิกจะต้องทำให้การบริการงานสาธารณะมีความสอดคล้องกับความต้องการของ SMEs เพื่อให้เจ้าของกิจการไม่ต้องประสบกับความยากลำบากในการติดต่อกับทางราชการ ทั้งนี้ควรมีการจัดให้มีบริการต่างๆ ของราชการผ่านทางเว็บไซต์และจัดให้มีจุดรวมศูนย์บริการที่ครบวงจรด้วย

หลักการข้อที่ 5

การปรับปรุงเครื่องมือสำหรับนโยบายสาธารณะให้เหมาะสมกับความต้องการของ SMEs โดยการที่ประเทศสมาชิกสมัครใจที่จะใช้ Code of Best Practice เพื่อเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานราชการที่จะใช้กรอบนโยบายของคณะกรรมการสหภาพยุโรปว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างโดยรัฐในส่วนที่จะอำนวยความสะดวกให้กับ SMEs ที่จะได้มีส่วนร่วมในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาล และลดขั้นตอนของการติดต่อกับราชการ รวมทั้งทำให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างโดยรัฐบาลนั้นมีความโปร่งใส และสร้างโอกาสในการมีส่วนร่วมของ SMEs

หลักการข้อที่ 6

สหภาพยุโรปและประเทศสมาชิกต้องอำนวยความสะดวกให้แก่ SMEs ในการเข้าถึงสินเชื่อในรูปแบบต่างๆ โดยกรรมการได้ดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวด้วยการให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศสมาชิกในการปรับปรุงโครงการเตรียมความพร้อมสำหรับการลงทุนที่มีคุณภาพสูง

หลักการข้อที่ 7

สหภาพยุโรปและประเทศสมาชิกควรที่จะส่งเสริมและให้การสนับสนุนแก่ SMEs ในการใช้สิทธิพิเศษของการที่สหภาพยุโรปนั้นเป็นตลาดร่วม โดยการที่ส่งเสริมให้เกิดความรู้และความเข้าใจในการใช้สิทธิของการเป็นสมาชิกในสหภาพยุโรป รวมทั้งให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ผ่านคุณภาพมาตรฐานที่สหภาพยุโรปได้กำหนดไว้ นอกจากนี้จะต้องมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในเรื่องการเข้าถึงเรื่องการค้าคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาด้วย

หลักการข้อที่ 8

สหภาพยุโรปและประเทศสมาชิกควรที่จะสนับสนุนการปรับทักษะต่างๆ ของผู้ประกอบการ SMEs ในด้านการทำธุรกิจ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจและด้านนวัตกรรมต่างๆ เพื่อดำเนินการให้สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว คณะกรรมการฯ ได้จัดให้มีโครงการที่จะเผยแพร่การสนับสนุน SMEs ของสหภาพยุโรปและประเทศสมาชิกจึงได้จัดงานที่ชื่อว่า Leonardo Da Vinci Programme ขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยเป็นการให้เงินสนับสนุนในโครงการกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้การศึกษาแบบสายอาชีพ การส่งคนไปแลกเปลี่ยนในการฝึกอบรมในประเทศสมาชิก การสร้างเครือข่ายธุรกิจ เป็นต้น

หลักการข้อที่ 9

สหภาพยุโรปและประเทศสมาชิกควรที่จะสนับสนุนให้ SMEs ได้มีความคิดที่จะเปลี่ยนความท้าทายต่างๆ ในธุรกิจมาเป็นโอกาสด้วยการให้ความรู้และข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็น รวมทั้งความเชี่ยวชาญและสิทธิประโยชน์ด้านการเงินเพื่อที่ SMEs เหล่านี้จะได้มีโอกาสทำธุรกิจสีเขียว ซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่และมีการเพิ่มการใช้พลังงานธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

หลักการข้อที่ 10

ต้องมีการสนับสนุน และส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากการเจริญเติบโตของตลาดภายนอกสหภาพยุโรปด้วยการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในการฝึกอบรมด้านธุรกิจ และการให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดที่เน้นในเรื่องการออกไปขายสินค้าหรือให้บริการในตลาดต่างประเทศ ในการนี้คณะกรรมการได้จัดให้มีการรวมตัวกันของที่ปรึกษาด้านการค้าจากประเทศสมาชิกและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับด้านธุรกิจของสหภาพยุโรปได้รวมกลุ่มเป็น Market Access Teams มาช่วยในการให้ความรู้และฝึกอบรม SMEs ในการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ในส่วนนี้เป็นการสรุปสาระสำคัญของมาตรการและโครงการต่างๆ ที่ประเทศอังกฤษได้ดำเนินการในปีพ.ศ.2554-2555 เพื่อพัฒนาและส่งเสริม SMEs ของประเทศอังกฤษให้เป็นประเทศที่ดีที่สุดในยุโรป ตั้งแต่การเริ่มจัดตั้งธุรกิจด้านเงินทุนและการเจริญเติบโตของธุรกิจ SMEs ดังนี้

นโยบายการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีโอกาสในการเข้าร่วมกระบวนการในการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาล โดยได้ตั้งเป้าหมายว่าจะให้หน่วยงานราชการมีสัญญาจัดซื้อจัดจ้างกับ SMEs อย่างน้อยร้อยละ 25 ของสัญญาทั้งหมดที่รัฐบาลทำในแต่ละปี

รัฐบาลทำความตกลงกับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่จะช่วยส่งเสริม SMEs ในการปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้โครงการที่ชื่อว่า Project Merlin Lending Commitments โดยในปีพ.ศ.2554 ได้มีการปล่อยสินเชื่อจำนวนถึง 190 ล้านปอนด์

การลดภาระในเรื่องของการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ยุกและซับซ้อน ด้วยการไม่ผ่านข้อเสนอในการออกกฎระเบียบ โดยมีหลายกรณีที่หากประกาศออกเป็นกฎหมายแล้วจะเป็นผลให้เกิดต้นทุนสำหรับ SMEs จำนวนมากถึง 250 ล้านปอนด์ต่อปี นอกจากนี้ยังให้มีการผ่อนผันการชำระหนี้ตามกฎหมายภายในที่ให้สิทธิพิเศษแก่ธุรกิจขนาดเล็กและบริษัทที่เพิ่งเริ่มกิจการใหม่ 3 ปี

นโยบายการปรับปรุงการให้บริการสาธารณะของรัฐบาลที่มีมาตรการรองรับ โดยจะมีการลดจำนวนของ SMEs ในสหราชอาณาจักรที่จะต้องมีการตรวจสอบบัญชีของบริษัท และการลดอุปสรรคของการทำบัญชีการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก

การให้การสนับสนุนด้านเงินทุนที่อยู่ในโครงการ Enterprise Investment Scheme (EIS) and Venture Capital Trusts (VCT) เพื่อส่งเสริมให้มีการระดมทุนช่วย SMEs ในการดำเนินธุรกิจ

นับตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2554 เป็นต้นไป รัฐบาลจะงดเว้นการเก็บภาษีของบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนกว่า 330,000 SMEs โดยได้รับสิทธิพิเศษไม่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 3 ปี

การเปิดตัวโครงการการค้ำประกันทางการเงินแก่วิสาหกิจเพื่อการส่งออก Export Enterprise Finance Guarantee เพื่อช่วย SMEs ในการเข้าถึงการค้าระหว่างประเทศ

การเพิ่มสัดส่วนการให้เครดิตภาษีในค่าใช้จ่ายของ SMEs เพื่อการวิจัยและพัฒนาเป็นจำนวน 200 เปอร์เซ็นต์ในปีพ.ศ.2554 และ 225 เปอร์เซ็นต์ในปีพ.ศ.2555


จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นเพียงตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าประเทศอังกฤษได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนา SMEs เป็นอย่างมาก และได้มีนโยบายประจำปีที่มีกิจการหรือโครงการต่างๆ ที่เป็นรูปธรรมและสามารถปฏิบัติได้จริง ทั้งยังมีองค์กรหรือหน่วยงานเฉพาะที่ดูแลให้เป็นไปตามที่รัฐบาลกำหนด



2.4 สหพันธรัฐรัสเซีย

2.4.1 โครงสร้าง SMEs ของสหพันธรัฐรัสเซีย

นิยาม SMEs ของสหพันธรัฐรัสเซีย

ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)	รายได้ (ยูโร)
 ขนาดย่อย (Micro)	< 15	< 1,500,000
 ขนาดเล็ก (Small)	16-100	< 10,000,000
 ขนาดกลาง (Medium)	101-250	< 25,500,000

สหพันธรัฐรัสเซียมีส่วนนิสหกิจ โดยแบ่งเป็นของบริษัทขนาดเล็กร้อยละ 85.9 และเป็นบริษัทขนาดจิ๋ว (Micro) ที่มีจำนวนแรงงานไม่เกิน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 43 ของรายได้ของ SMEs ทั้งหมด นอกจากนี้ร้อยละ 99.9 ของธุรกิจเจ้าของคนเดียวยังเป็น SMEs แต่แท้จริงแล้วธุรกิจเจ้าของคนเดียวกว่า 100 รายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีจำนวนแรงงานตั้งแต่ 250 คน ถึง 800 คน

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของสหพันธรัฐรัสเซีย

อุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของ SMEs ที่จดทะเบียนได้แก่ ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง รถยนต์และบริการซ่อม สินค้าใช้สอยในครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 38 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และบริการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 21 ธุรกิจก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 11 ธุรกิจเหมือง การผลิตและขนส่งไฟฟ้า ก๊าซ และน้ำ คิดเป็นร้อยละ 11

สำหรับ SMEs ที่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวมีส่วนการจ้างงานอยู่ที่ภาคอุตสาหกรรมการค้าปลีกค้าส่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57 ธุรกิจขนส่งและการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 9 ธุรกิจเหมือง การผลิตและขนส่งไฟฟ้า ก๊าซ และน้ำ คิดเป็นร้อยละ 9 ส่วนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจเกษตรและป่าไม้ มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7



2.4.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการให้บริการ และส่งเสริมพัฒนา SMEs ของสหพันธรัฐรัสเซีย

ประเทศรัสเซียเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสูง มีการจัดการด้านการส่งเสริมสนับสนุน SMEs อย่างเข้มข้น โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานที่สนับสนุนพัฒนา SMEs อย่างมากมาย อาทิ Enterprise Europe Network, Gate to Russian Business and Innovation Networks (Gate2RuBIN), Export Insurance Agency of Russia (EXIAR)

2.4.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสหพันธรัฐรัสเซีย

ก. สารสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

กฎหมายว่าด้วยการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสหพันธรัฐรัสเซีย (Law on Development Small and Medium Enterprises in Russian Federation) หรือ No. 209-FZ มีรายละเอียด ดังนี้

1) สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร

กฎหมายว่าด้วยการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กำหนดให้ SMEs มีสิทธิเลือกระหว่าง (1) เสียภาษีอากรตามกฎหมายว่าด้วยภาษีอากร หรือ (2) ได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (เว้นแต่การนำเข้าสินค้าเข้ามาในประเทศ) ภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่จะต้องเสียภาษีพิเศษ (Special Tax) ในอัตราร้อยละ 6 ของรายได้หรือร้อยละ 15 ของรายได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายอย่างใดอย่างหนึ่ง

2) กฎหมายกำหนดให้มีการส่งเสริม SMEs

SMEs ที่ประสงค์จะรับการช่วยเหลือจากรัฐบาลมีสิทธิยื่นคำขอรับการสนับสนุน โดยต้องระบุจำนวนลูกจ้างและรายได้ที่อยู่ในข่ายที่มีสิทธิได้รับสิทธิประโยชน์จากรัฐบาล โดยประเภทของการสนับสนุนจากรัฐบาล มีดังต่อไปนี้ →

- การสนับสนุนทางการเงิน โดยการให้เงินอุดหนุนหรือการค้ำประกันสินเชื่อ
- การช่วยเหลือทางด้านสินทรัพย์ โดยการให้ครอบครอง หรือใช้สอยที่ดิน อาคาร สิ่งก่อสร้าง เครื่องจักร อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการขนส่ง โดยจะต้องครอบครองและใช้สอยสินทรัพย์ดังกล่าวตามวัตถุประสงค์ของการประกอบธุรกิจภายใต้เงื่อนไขของรัฐบาล
- การสนับสนุนทางด้านข้อมูล โดยการจัดตั้งเว็บไซต์เพื่อให้บริการข้อมูล
- การให้คำปรึกษา โดยการจัดตั้งองค์กรให้คำปรึกษาแก่ SMEs การส่งเสริมการฝึกอบรม โดยรัฐบาลจะจัดโปรแกรมฝึกอบรมให้แก่บุคลากร
- การส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ อุตสาหกรรมการผลิต และพัฒนาฝีมือแรงงาน
- การส่งเสริม SMEs ทางด้านการส่งออก โดยการสร้างความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ และประเทศต่างๆ และสนับสนุนสินค้าและบริการของรัสเซียในการส่งออก
- การส่งเสริมการเกษตร

นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ประเทศไทยมีนโยบายและมาตรการต่างๆ ที่เป็นการสนับสนุน SMEs ดังที่จะกล่าวต่อไปนี้



1. Government Regulation No. 178

เป็นระเบียบที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อให้มีการจัดตั้งและพัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ โดยกำหนดให้ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ส่งเสริม SMEs ตั้งแต่การเริ่มต้นทำธุรกิจ เช่น การเช่าทรัพย์สินและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกฎหมายและการบัญชี เป็นต้น

3. นโยบายการพัฒนาระบบสินเชื่อสำหรับ SMEs

4. นโยบายการจัดตั้งและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริม SMEs ทางด้านวิทยาศาสตร์และทางด้านเทคนิค

2. นโยบายการส่งเสริม SMEs ที่ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกและส่งออกการบริการ

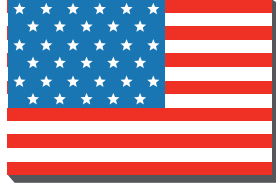
- การให้เงินอุดหนุนบางส่วนแก่สินเชื่อดีระยะสั้น (ไม่เกิน 3 ปี)

- การให้เงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนเกี่ยวกับการรับรองและการจดทะเบียนสินค้าและการบริการเพื่อการส่งออก

- การให้เงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในงานแสดงสินค้าและการจัดนิทรรศการในต่างประเทศ

ตารางที่ 1 รายการโครงการพัฒนาและมาตรการส่งเสริม SMEs ในภูมิภาค Novosibirsk

รายการโครงการพัฒนา	จำนวนเงิน
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมลูกจ้าง SMEs 	ร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่าย
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการการแสดงผลสินค้า 	ร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่าย
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนค่าดอกเบี้ยเงินกู้ 	ร้อยละ 90 ของดอกเบี้ย
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนค่าเช่าสินทรัพย์ (การเช่าระยะยาว) 	ร้อยละ 25 ของค่าเช่า
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนค่าเช่าสินทรัพย์ (การเช่าระยะสั้น) 	ร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่าย
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการรับรองการส่งออก 	ร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่าย
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนค่าสินทรัพย์ถาวร 	ร้อยละ 25 ของค่าใช้จ่าย
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสิทธิบัตร และค่าใช้จ่ายเพื่อจดทะเบียนและให้ได้รับความคุ้มครองทางทรัพย์สินทางปัญญา 	ร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่าย
<ul style="list-style-type: none"> • การให้เงินอุดหนุนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า 	ร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่าย



2.5 ประเทศสหรัฐอเมริกา

2.5.1 กฎหมาย และนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริม การพัฒนา SMEs ในประเทศสหรัฐอเมริกา



หน่วยงานของรัฐบาลในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ถูกจัดตั้งขึ้น เพื่อให้การสนับสนุนผู้ประกอบการและธุรกิจขนาดย่อม ได้แก่ หน่วยงานที่เรียกว่า “Small Business Administration” หรือที่เรียกย่อว่า SBA โดยหน่วยงานนี้ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลัก ที่ให้คำปรึกษาและฝึกอบรมในด้านต่างๆ รวมทั้งส่งเสริม และพัฒนาธุรกิจ แก่ธุรกิจขนาดย่อม โดยสำนักงาน SBA ได้มีการช่วยเหลือดังกล่าว ผ่านสำนักงานเขต (SBA District Offices) ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา SBA ได้วางข้อกำหนดสำหรับกิจการที่จะอยู่ในกรอบของธุรกิจ ขนาดย่อม คือเป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกจ้างไม่เกิน 500 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีไม่เกิน 7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยการให้ ความช่วยเหลือที่สำคัญที่ SBA ให้แก่กิจการขนาดย่อม แสดงรายละเอียดดังนี้

การให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน

รัฐบาลของประเทศสหรัฐอเมริกา ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่ธุรกิจขนาดย่อมผ่านทาง SBA ในหลายรูปแบบ โดยโครงการช่วยเหลือด้านการเงินที่สำคัญมีดังนี้ →

โครงการเงินกู้ยืมสำหรับธุรกิจขนาดย่อม

SBA จะให้การสนับสนุนด้านการเงินผ่านทางโครงการให้กู้ยืมเงินที่เรียกว่า Loan Programs ซึ่งมีเงินกู้หลายประเภท อาทิ Microloan Program ที่ให้เงินกู้จำนวนไม่มาก และเป็นเงินกู้ระยะสั้นสำหรับธุรกิจขนาดย่อม เป็นต้น

โครงการเงินกู้ประเภท 7(a)

โครงการเงินกู้ประเภทหนึ่งคือ 7(a) Loan Program ซึ่งถือเป็นโครงการความช่วยเหลือประเภทเงินกู้ที่ SBA ได้ให้แก่ทั้งกิจการธุรกิจขนาดย่อมที่เริ่มกิจการแล้วหรือที่เพิ่งจะเริ่มดำเนินการที่อาจจะไม่มีสิทธิในการขอเงินกู้ในการดำเนินการธุรกิจจากแหล่งเงินกู้อื่นๆ โดยที่ SBA ไม่ได้เป็นผู้ที่ปล่อยเงินกู้เอง แต่จะให้การช่วยเหลือผ่านการการันตีเงินกู้บางส่วนที่สถาบันการเงินให้สินเชื่อ ซึ่งโครงการนี้ถือเป็นเงินกู้ที่ใช้มากที่สุดในการให้การช่วยเหลือธุรกิจขนาดย่อม

โครงการเงินช่วยเหลือเพื่อการส่งออก Export Loan Programs

SBA มีนโยบายและการดำเนินการในการช่วยเหลือธุรกิจส่งออก โดยการจัดสรรเงินช่วยเหลือเป็นเงินกู้ในโครงการต่างๆ แบ่งเป็นโครงการที่สำคัญ ดังนี้ →

2.5.2 การให้คำปรึกษาและการฝึกอบรม

นอกจากความช่วยเหลือในด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการขนาดย่อมแล้ว SBA ยังได้มีโครงการให้ความช่วยเหลือในด้านการให้คำปรึกษาที่จำเป็นแก่การดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจการสร้างธุรกิจไปจนถึงการให้คำแนะนำในการนำธุรกิจเข้าไปสู่ตลาดระหว่างประเทศ

โครงการเงินกู้เร่งด่วน

โครงการเงินกู้ของ SBA ประเภทนี้เป็นโครงการที่มีกระบวนการปล่อยสินเชื่อที่รวดเร็ว สำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อมที่อยู่ในกลุ่มที่ถูกจัดสรรเป็นพิเศษคือ ผู้กู้ยืมที่รับราชการทหาร ทหารผ่านศึก หรือจากชุมชนที่ได้รับความเดือดร้อน เป็นต้น

โครงการผู้ให้กู้เงินในชนบท

SBA ได้จัดให้มีโครงการที่จะสนับสนุนการให้เงินกู้แบบวิธีพิเศษสำหรับชุมชนขนาดเล็กและผู้ให้กู้ในชนบท ในโครงการที่เรียกว่า Small/Rural Lender Advantage (S/RLA) เพื่อเป็นการขยายการส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งของชุมชนท้องถิ่น

โครงการ Export Express Program

เป็นโครงการเพื่อช่วยเหลือด้านเงินกู้ให้ผู้ส่งออกรายเล็กที่ต้องการเงินไม่เกิน 50,000 เหรียญสหรัฐ ให้รับเงินกู้ได้อย่างรวดเร็วและไม่ยุ่งยาก

โครงการ Export Working Capital Program (EWCP)

โดย SBA ช่วยให้ผู้ส่งออกขนาดย่อมได้มีเงินทุนในการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกได้ โดย SBA จะเป็นผู้ค้ำประกันเงินกู้ให้กับผู้ส่งออกถึงร้อยละ 90 และเงินกู้ที่มียอดสินเชื่อไม่เกิน 5 ล้านเหรียญสหรัฐ

โครงการ International Trade Loan Program

โครงการนี้ให้ความช่วยเหลือธุรกิจส่งออกขนาดย่อมด้วยการให้เงินกู้สำหรับสินทรัพย์ และเงินทุนในการดำเนินการที่ต้องการเริ่มหรือกำลังดำเนินการที่เกี่ยวกับการส่งออก SBA จะค้ำประกันเงินกู้ให้กับผู้ส่งออกถึงร้อยละ 90 และเงินกู้ที่มียอดสินเชื่อไม่เกิน 5 ล้านเหรียญสหรัฐ



กฎหมายและนโยบาย การส่งเสริม SMEs

ของภาครัฐบาล และพฤติกรรมการค้าในธุรกิจของ
ภาคเอกชนของประเทศใน ASEAN Economic
Community +6 (ราชอาณาจักรกัมพูชา ไทย
บรูไนดารุสซาลาม สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า
สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มาเลเซีย
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
สาธารณรัฐสิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม
สาธารณรัฐอินโดนีเซีย
สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น
เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์
และสาธารณรัฐอินเดีย)



ในบทนี้ จะกล่าวถึงกฎหมาย และนโยบายการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐบาลตลอดจน
พฤติกรรม การดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนของประเทศใน ASEAN Economic Community
+6 ประกอบด้วย ราชอาณาจักรกัมพูชา ไทย บรูไนดารุสซาลาม สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า
สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสิงคโปร์
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น
(สำหรับประเทศญี่ปุ่น ได้อธิบายรายละเอียดในบทที่ 2 แล้ว) เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย
นิวซีแลนด์ และสาธารณรัฐอินเดีย โดยมีรายละเอียด ดังนี้



3.1.ราชอาณาจักรกัมพูชา

3.1.1 โครงสร้าง SMEs ของราชอาณาจักรกัมพูชา

นิยาม SMEs ของราชอาณาจักรกัมพูชา

ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)	รายได้ (ดอลลาร์สหรัฐ)
 ขนาดย่อย (Micro)	< 10	< 50,000
 ขนาดเล็ก (Small)	11-50	50,000 – 250,000
 ขนาดกลาง (Medium)	50-100	250,000 – 500,000

ในปีพ.ศ.2552 มีผู้ประกอบการ จำนวน 36,116 ราย ที่ขึ้นทะเบียนกับ MIME (Ministry of Industry, Mines and Energy) และในจำนวนนี้เป็นธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหัตถกรรม จำนวน 35,560 ราย และมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 8.3 จากสถิติในปีพ.ศ.2552 จำนวนร้อยละ 98.5 ของผู้ประกอบการทั้งสิ้น เป็นโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งในกลุ่มของ SMEs เหล่านี้มีจำนวนร้อยละ 1.5 เป็นโรงงานขนาดใหญ่ นอกจากนี้ ในปีพ.ศ.2555 หน่วยงาน FASMEC (Federation of Associations for Small and Medium Enterprises of Cambodia) ยังประมาณการว่าผู้ประกอบการ SMEs ของประเทศกัมพูชา มีจำนวนมากถึง 500,000 ราย

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของราชอาณาจักรกัมพูชา

ภาคอุตสาหกรรมเป็นหัวใจสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชา โดยส่วนใหญ่ได้รับการผลักดันจากการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและรองเท้าไปยังสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ในปีพ.ศ.2554 สหรัฐอเมริกานำเข้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและรองเท้าจากกัมพูชาเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.8 คิดเป็น 2,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและรองเท้าไปยังสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วร้อยละ 51.1 คิดเป็น 1,620 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



3.1.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาท ของภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของราชอาณาจักรกัมพูชา →



3.1.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุน และส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของ ราชอาณาจักรกัมพูชา

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

1) นโยบายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมในภาพรวม

การบังคับใช้กฎหมายสำหรับ SMEs ประเทศ
กัมพูชาไม่มีการออกกฎหมายเฉพาะสำหรับ
SMEs แต่กระทรวงพาณิชย์ได้นำกฎหมายเกี่ยวกับ
กฎระเบียบการค้าและสิทธิในการลงทะเบียนมาบังคับ
ใช้กับบริษัทที่จดทะเบียนในกัมพูชาและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

2) นโยบายวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมตามแผนเฉพาะด้าน

2.1 ระบบภาษีและอัตราภาษีสำหรับ SMEs

ภาษีที่เกี่ยวข้องกับ SMEs คือ ภาษีการขาย
ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีรายได้ส่วนบุคคล ภาษี
จากผลกำไร ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสำหรับสินค้า
และบริการบางประเภท ภาษีเก็บจากการขาย หรือ
การให้บริการในทุกขั้นตอน

2.2 การให้บริการข้อมูลการฝึกอบรมบุคลากร สำหรับผู้ประกอบการ SMEs

กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่ให้บริการข่าวสาร
ทางการตลาดผ่านทางแผนพับ จดหมายข่าวของ
กระทรวงและโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังได้พัฒนาระบบ
เผยแพร่ข่าวสารทางการตลาดผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ →

รัฐบาลได้จัดให้มีบริการ One-Stop Service เกี่ยวกับการลงทุนในกัมพูชา และได้มีการออกกฎหมายการลงทุนแห่งกัมพูชา เพื่อจัดตั้งสภาพัฒนาแห่งกัมพูชา (Council for the Development of Cambodia: CDC) โดยทำหน้าที่กำกับดูแลและออกกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน ทั้งการลงทุนโดยภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อเป็นการลดขั้นตอนเกี่ยวกับการติดต่อหน่วยงานต่างๆ ในการขออนุญาตและจดทะเบียนเพื่อเริ่มดำเนินการลงทุน CDC จึงให้บริการแบบ Single Window สำหรับโครงการที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุนที่มีมูลค่าการลงทุนไม่เกิน 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(EMCS: Electronic Marketing Communication System)

การพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคลและการเสริมสร้างศักยภาพแก่บุคลากรนั้นกระทำโดย

1. ปรับปรุงคุณภาพการศึกษา
2. ปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านสุขภาพ
3. ดำเนินนโยบายเรื่องเพศ (Gender policy)
4. ดำเนินนโยบายเรื่องประชากร (Population Policy)

2.3 การให้บริการด้านการจัดการทรัพยากร

หน่วยงานที่ช่วยสนับสนุนให้การบริการด้านการบริหารจัดการทรัพยากร ได้แก่ Small and Medium Industries Association of Cambodia (SMI), Private Sector Promotion In Rural Areas (PSP หรือ PSP- GTZ) เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ได้ให้การสนับสนุนการบริหารจัดการระบบ IT และให้การสนับสนุนเกี่ยวกับเรื่องใบรับรอง ISO 9001: 2000

3) นโยบายระดับภูมิภาคสำหรับ SMEs

ปัจจุบันยังคงมีการส่งเสริมและสนับสนุนโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ โดยกระตุ้นให้มีการคิดค้นสินค้าใหม่ๆ กระตุ้นความเป็นผู้ประกอบการและความมั่นใจในตนเองในประชากรชาวชนบท ซึ่งส่งผลให้เกิดเครือข่ายการเชื่อมโยงสินค้าและตลาด ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และกระตุ้นให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย

นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs











“Rectangular Strategy-Phase II” เป็นกลยุทธ์ที่สองต่อจาก SMEs Development Strategic Framework ซึ่งมีผลใช้ในปีพ.ศ.2553-2558 โดยมีหลักสำคัญว่ารัฐบาลยังคงดำเนินการปรับปรุงบรรยากาศแวดล้อมทางธุรกิจของ SMEs โดยให้การสนับสนุนด้านต่างๆ ได้แก่ กฎและระเบียบการจัดการเงินทุน ตลอดจนผลักดันการปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมและเทคโนโลยี SMEs บูรณาการ SMEs ให้เป็น Global Value Chain เป็นต้น



3.2 ประเทศไทย

3.2.1 โครงสร้าง SMEs ของประเทศไทย

นิยาม SMEs ของประเทศไทย

ขนาดของธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	แรงงาน (คน)
 Small	 ภาคการผลิต	≤ 50	≤50
	 ภาคการค้าส่ง	≤ 50	≤25
	 ภาคการค้าปลีก	≤ 30	≤15
	 ภาคบริการ	≤ 50	≤50
 Medium	 ภาคการผลิต	50-200	51-200
	 ภาคการค้าส่ง	50-100	26-50
	 ภาคการค้าปลีก	30-60	16-30
	 ภาคบริการ	50-200	51-200

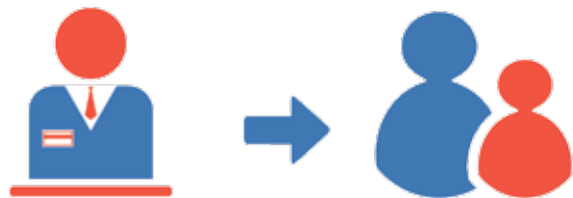
ในปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวน SMEs เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการทั้งประเทศที่เป็น SMEs มีจำนวน 2.92 ล้านราย คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 2,894,780 ราย วิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 18,387 ราย และวิสาหกิจขนาดใหญ่ จำนวน 9,140 ราย

ภาพรวม SMEs ของประเทศไทย

SMEs เป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ศึกษาถึงจำนวนวิสาหกิจในประเทศไทย เมื่อปีพ.ศ.2555 พบว่า สามารถสร้างผลผลิตให้แก่ประเทศมากถึง 1.8 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.35 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อีกทั้ง SMEs ยังก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 10.5 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของจำนวนการจ้างงานรวม ตลอดจน SMEs ยังเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของภาคการส่งออกของไทย โดยมีมูลค่าการส่งออกถึง 1.7 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.4 ของมูลค่าส่งออกรวม

3.2.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศไทย

สำหรับการส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศไทย ภาครัฐบาลได้มีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อดูแลช่วยเหลือ SMEs อาทิ กระทรวงอุตสาหกรรมผ่านสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงพาณิชย์ สภาหอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยรัฐบาลได้ระดมเงินประมาณ 10,000 ล้านบาทในการส่งเสริมภาค SMEs แต่สิ่งที่ประเทศไทยยังขาดคือ นวัตกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์ได้มีการจัดตั้งศูนย์ประสานงานและบริการข้อมูลประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือศูนย์ AEC เพื่อสร้างความตื่นตัว การกระจายข้อมูลและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับ AEC ในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้



1. **ด้านการลงทุน** ได้แก่ ศูนย์บริการนักลงทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น
2. **ด้านการเงิน** ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นต้น
3. **ด้านการตลาด** ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น
4. **ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี** ได้แก่ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) (ส.ส.ท.) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันอาหาร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นต้น

โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ได้มีการดำเนินกิจกรรมในการส่งเสริมและช่วยเหลือ SMEs ตามนโยบายของภาครัฐบาลผ่านโครงการต่างๆที่เกิดขึ้นมาแล้ว อาทิ

- โครงการ SMEs Power เพื่อชดเชยดอกเบี้ย 241.81 ล้านบาท สำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง
- โครงการ OTOP Plus เพื่อเป็นการพัฒนาสินค้าในกลุ่ม OTOP
- โครงการ AEC Ready เป็นการเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการ

- โครงการ GO SMEs หรือโครงการกองทุนตั้งตัว
- โครงการ Beyond Border หรือโครงการเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า
- โครงการคูปองนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการ SMEs
- โครงการ SMEs Corporate Venture หรือ โครงการเพิ่มโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุน

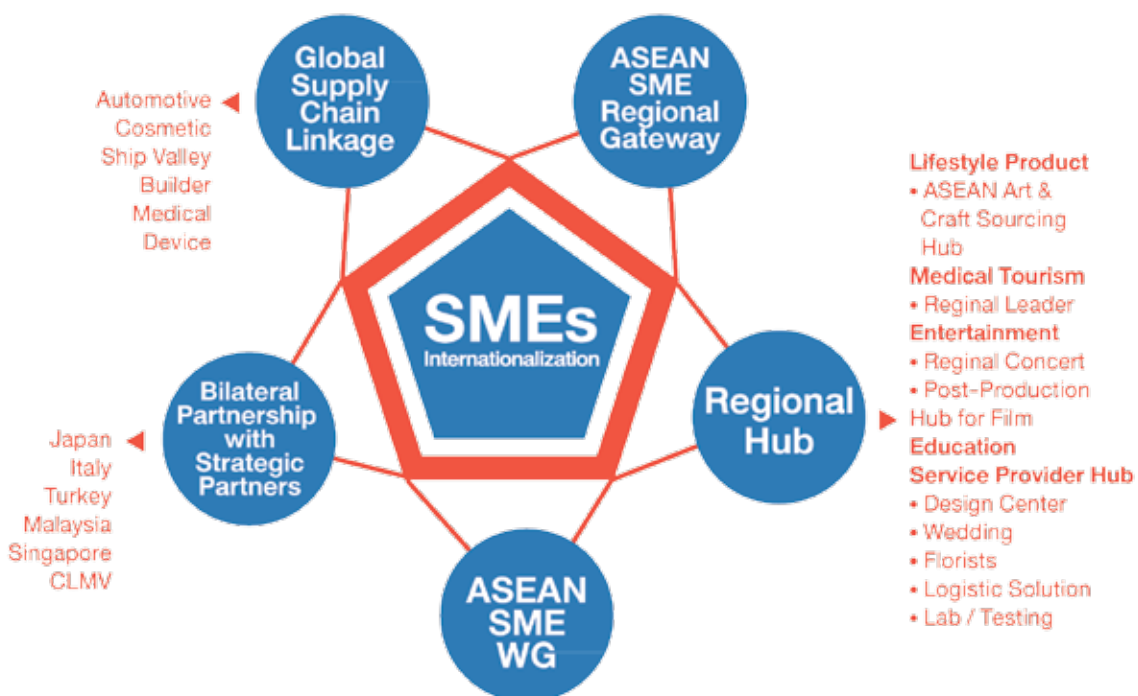


- โครงการส่งเสริมให้ SMEs มีธรรมาภิบาล และสนับสนุนการเข้าถึงสินเชื่อ สร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจประเทศ

นอกจากนี้ประเทศไทยยังเร่งส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของ SMEs โดยเสริมสร้างขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจ เพื่อยกระดับประเทศให้เข้าสู่ความเป็นสากลผ่านการเปิดโอกาสให้ SMEs ไทย ได้มีช่องทางการทำธุรกิจไปยังต่างประเทศจนถึงระดับที่สามารถแข่งขันกับนานาประเทศทั้งในภูมิภาคและในระดับโลกได้ หรือที่เรียกว่าการมุ่งสู่ความเป็นนานาชาติ หรือ “SMEs Internationalization” ซึ่งแสดงได้ดังภาพ

ภาพที่ 7 SMEs Internationalization ของประเทศไทย

SMEs International Concept for Thailand



3.2.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของประเทศไทย

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

1) พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 เป็นกฎหมายแม่บทในการส่งเสริม SMEs ไทย ซึ่งได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้มีอำนาจหน้าที่ดังนี้

1.1) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดประเภทและขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม

1.2) กำหนดประเภทและขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สมควรได้รับการส่งเสริม รวมทั้งเสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.3) ประสานและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้อง

1.4) ศึกษาและจัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ

1.5) เสนอแนะต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการปรับปรุงพระราชบัญญัตินี้ รวมทั้งการดำเนินการให้มีกฎหมายใหม่ การแก้ไขเพิ่มเติมหรือการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

1.6) บริหารกองทุนตามนโยบายและมติของคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหาร

1.7) ดำเนินงานธุรการของคณะกรรมการคณะกรรมการบริหาร และคณะอนุกรรมการซึ่งคณะกรรมการหรือคณะกรรมการบริหารแต่งตั้ง

1.8) ปฏิบัติงานอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน หรือตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการบริหารมอบหมาย

2) ประมวลรัษฎากรและพระราชกฤษฎีกาที่เกี่ยวข้องกับภาษีอากรโดยอาศัยอำนาจตามประมวลรัษฎากร เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการให้ประโยชน์ทางธุรกิจ SMEs โดยการยกเว้นและลดหย่อนภาษีดังต่อไปนี้

2.1) ยกเว้นภาษีเพื่อบรรเทาภาระหรือสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจต่างๆ โดยมีการยกเว้นภาษีตามประมวลรัษฎากรที่สำคัญ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 หลักเกณฑ์การยกเว้นภาษีเพื่อบรรเทาภาระหรือสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจ SMEs

หลักเกณฑ์	กฎหมายอ้างอิง ค.ม.ประมวลรัษฎากร
<ul style="list-style-type: none"> ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับเงินได้สุทธิ 150,000 บาทแรก สำหรับเงินได้ทุกประเภท 	พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 470
<ul style="list-style-type: none"> ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับเงินได้สุทธิ 150,000 บาทแรก แก่บุคคลที่มิใช่บุคคลธรรมดาและเงินได้สุทธิไม่เกิน 5,000,000 บาท 	พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 530
<ul style="list-style-type: none"> ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เงินปันผลหรือประโยชน์จากการถือหุ้น บุคคล ซึ่งเป็นบุคคลร่วมลงทุน ได้รับจากการถือหุ้นในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) 	พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 396
<ul style="list-style-type: none"> ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เงินปันผลจากการถือหุ้น หรือผลประโยชน์จากการถือหุ้นที่บุคคลได้รับจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เป็นบุคคลร่วมลงทุน (VC) 	พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 396 และ กฎกระทรวง ฉบับที่ 126
<ul style="list-style-type: none"> ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม รายรับจากการประกอบกิจการขายสินค้า หรือให้บริการที่อยู่ในบังคับ ต้อง เสียภาษีมูลค่าเพิ่มแต่มีรายรับไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปีภาษี หรือต่อรอบระยะเวลาบัญชี 	มาตรา 81/1 แห่งประมวลรัษฎากร และพระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 432

ที่มา: กรมสรรพากร, พ.ศ.2555

2.2) การลดอัตราภาษี รัฐบาลได้ตราพระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตรา และยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 530) พ.ศ.2554 ลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 3 รอบระยะเวลาบัญชีโดยเริ่มตั้งแต่ปีบัญชี พ.ศ.2555 จากอัตราร้อยละ 23 เหลืออัตราร้อยละ 20 ในปีพ.ศ.2556 และ พ.ศ.2557 ดังตารางที่ 3

2.3) หักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมในอัตราเร่ง บริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ซื้อทรัพย์สินแล้วใช้งาน เกิน 1 รอบระยะเวลาบัญชี สามารถหักค่าสึกหรอ และค่าเสื่อมราคา โดยกำหนดประเภททรัพย์สิน และอัตราที่ให้หักค่าสึกหรอ ไว้ในพระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ 145)

ตารางที่ 3 หลักเกณฑ์รายการลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล

หลักเกณฑ์	อัตรากำไร (ร้อยละ)			กฎหมายอ้างอิง ตามประมวลรัษฎากร
	2555	2556	2557	
<ul style="list-style-type: none"> นิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท ได้รับการลดภาษี กำไรสุทธิ <ul style="list-style-type: none"> 1 - 150,000 150,001 - 1,000,000 1,000,001 - 30,000,000 	ยกเว้น	ยกเว้น	ยกเว้น	พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 530
<ul style="list-style-type: none"> บริษัทที่นำหลักทรัพย์ มาจดทะเบียนกับ ตลาดหลักทรัพย์ ตามกฎหมายว่าด้วย หลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์ 	23	20	20	พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 530

ที่มา: กรมสรรพากร, พ.ศ.2555

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ลักษณะของธุรกิจ SMEs ที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีตามที่กล่าวข้างต้น ได้แก่

1. นิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและให้บริการไม่เกิน 30 ล้านบาทต่อรอบระยะเวลาบัญชี
2. นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 200 ล้านบาทและจ้างแรงงาน ไม่เกิน 200 คน
3. นิติบุคคลที่นำหลักทรัพย์มาจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ MAI
4. Venture Capital (VC) ที่ถือหุ้นในบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดินไม่เกิน 200 ล้านบาท และ จ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน
5. เป็นกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ใน บัญชีบัญชีมูลค่าเพิ่ม ที่มีรายรับไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี หรือต่อรอบระยะเวลา บัญชี ได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม



3.3 ประเทศบรูไนดารุสซาลาม

3.3.1 โครงสร้าง SMEs ของประเทศบรูไนดารุสซาลาม

นิยาม SMEs ของประเทศบรูไนดารุสซาลาม

ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)	ร้อยละ
 ขนาดย่อย (Micro)	1-5	52.30
 ขนาดเล็ก (Small)	6-50	43.80
 ขนาดกลาง (Medium)	51-100	2.23
 ขนาดใหญ่ (Large)	100 ขึ้นไป	1.63

สำหรับประเทศบรูไนดารุสซาลามนั้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ถือเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศ ซึ่งร้อยละ 52.3 ของวิสาหกิจทั้งหมดอยู่ในกลุ่มวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ร้อยละ 43.8 อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ร้อยละ 2.23 อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium) และร้อยละ 1.63 อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดใหญ่ (Large) โดยมีสัดส่วนของ SMEs ประมาณร้อยละ 39 ของ SMEs จะอยู่ในภาคการผลิตและก่อสร้าง ร้อยละ 32 อยู่ในภาคบริการ และร้อยละ 23.5 อยู่ในภาคการค้า โดยมีแรงงานทั้งสิ้นประมาณร้อยละ 97 คิดเป็นจำนวน GDP ที่ร้อยละ 56.53 และมีการส่งออกอยู่ที่ประมาณร้อยละ 15

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของประเทศบรูไนดารุสซาลาม

ในภาพรวมของธุรกิจในประเทศบรูไนดารุสซาลามนั้น ร้อยละ 98 ของธุรกิจในประเทศบรูไนดารุสซาลามเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยจำนวนร้อยละ 92 ของการว่าจ้างงานทั้งหมดอยู่ในภาคเอกชน



3.3.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาท ของภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการให้บริการ และส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศบรูไนดารุสซาลาม

ประเทศบรูไนดารุสซาลามมีหน่วยงานหลักที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายการเงินการคลัง คือ Brunei Currency and Monetary Board (BCMB) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงการคลังของบรูไนดารุสซาลาม และมีหน่วยงานที่ให้บริการและส่งเสริมพัฒนา ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือในการส่งเสริม SMEs ตัวอย่างเช่น Asia Inc Forum Sdn Bhd การให้บริการสาธารณะเพื่อช่วยเหลือ SMEs The Entrepreneurial Development Centre (ศูนย์พัฒนาผู้บริหารกิจการ) การตั้งศูนย์บ่มเพาะสำหรับ SMEs เป็นต้น



3.3.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริม การพัฒนา SMEs ของประเทศบรูไนดารุสซาลาม

ประเทศบรูไนดารุสซาลามไม่ได้บัญญัติกฎหมายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้โดยเฉพาะ แต่มีกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการประกอบธุรกิจของ SMEs เช่น กฎหมายภาษีอากร การจัดเก็บและสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรในประเทศบรูไนดารุสซาลาม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. สารสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

1) การยกเว้นภาษีเงินได้แก่ธุรกิจใหม่ที่เพิ่งเริ่มดำเนินกิจการ

สำหรับนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นใหม่ตามกฎหมายบรูไนและมีสถานประกอบการอยู่ในประเทศจะได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับเงินได้สุทธิ 500,000 ดอลลาร์บรูไนแรกเป็นเวลาสามปีภาษีติดต่อกัน

2) การหักลดหย่อนภาษี

• สิทธิประโยชน์เกี่ยวกับลูกจ้าง ได้แก่ (1) การหักลดหย่อนค่าใช้จ่ายสำหรับเงินที่นายจ้างจ่ายสมทบกองทุนที่ผ่านการรับรอง เช่น กองทุน Tabung Amanah Pekerja และกองทุน Supplementary Contribution และ (2) การหักลดหย่อนสำหรับการจ่ายเงินเดือนในระหว่างการลาคลอดของแรงงานหญิงที่เป็นสมาชิกของกองทุน Tabung Amanah Pekerja ได้ไม่เกิน 15 สัปดาห์

• การหักลดหย่อนภาษีเพื่อการเพิ่มทุน (Accelerate Capital Allowance) เป็นการส่งเสริมภาคการผลิต รัฐจึงให้มีการหักลดหย่อนภาษีในปีแรกสำหรับค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างอาคารเพื่อใช้ในการอุตสาหกรรม รวมถึงอาคารโรงแรมในอัตราร้อยละ 20 ในปีภาษีนั้น และสามารถหักลดหย่อนได้อีกร้อยละ 4 ต่อปีจนกว่าจะเท่ากับจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้ไปทั้งหมด



- การหักลดหย่อนภาษีสำหรับค่าใช้จ่ายในการลงทุนเกี่ยวกับเครื่องจักรและโรงงาน (1) ในปีแรก หักลดได้สูงสุดไม่เกินร้อยละ 40 และสามารถหักลดหย่อนภาษีในปีต่อๆ มาได้ในอัตราร้อยละ 3-25 (2) ในปีที่เสียค่าใช้จ่ายเพื่อการลงทุน นอกจากข้อ (1) หักลดหย่อนได้ในอัตราร้อยละ 33.5 เป็นเวลา 3 ปีติดต่อกัน เว้นแต่เป็นค่าเครื่องจักรและโรงงานที่ไม่เกิน 2,000 ดอลลาร์บรูไน สามารถหักลดหย่อนได้ 100 เปอร์เซ็นต์ และ (3) สำหรับค่าใช้จ่ายค่าคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อื่นๆ บางประเภท สามารถหักลดหย่อนได้ 100 เปอร์เซ็นต์ เฉพาะที่ไม่เกิน 30,000 ดอลลาร์บรูไนต่อรอบปีภาษี

3) เครดิตภาษี

- การปรับปรุงองค์กรให้ทันสมัยหรือการเปลี่ยนเครื่องจักร หรืออุปกรณ์ติดตั้งในระหว่างปีพ.ศ.2555-2560 โดยมีสิทธิได้รับเครดิตภาษีเป็นเวลา 2 ปีในอัตราร้อยละ 15 ของค่าใช้จ่าย

- นายจ้างที่จ่ายเงินสมทบแก่กองทุน Tabung Amanah Pekerja มีสิทธิได้รับเครดิตภาษีในอัตราร้อยละ 10 ของจำนวนภาระภาษีที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังมีสิทธิได้เครดิตภาษีร้อยละ 50 เป็นเวลาไม่เกิน 36 เดือน สำหรับการจ่ายเงินเดือนไม่เกินเดือนละ 3,000 ดอลลาร์บรูไนแก่ลูกจ้างใหม่ที่เป็นคนสัญชาติบรูไนหรือมีถิ่นที่อยู่ถาวรในบรูไนดารุสซาลาม

ข. นโยบายและมาตรการการส่งเสริม SMEs

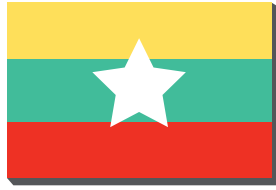


1) ศูนย์พัฒนาผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Development Centre: EDC)

ซึ่งเป็นหน่วยงานของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติ (MIPR) ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนา SMEs ภายใต้ นโยบายและยุทธศาสตร์ของ MIPR โดย EDC ได้จัดโครงการต่างๆ เช่น โครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Training Program) โครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubation Program) การอบรมเชิงปฏิบัติการ SMEs ฮาลาล เป็นต้น

2) คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งบรูไน (Brunei Economic Development Board: BEDB)




ได้จัดทำโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริม SMEs และ กิจกรรมทั่วไปที่เพิ่งเริ่มต้นดำเนินกิจการ ดังนี้ Grant Schemes จำนวน 7 โครงการ เช่น Youth Skills Development Programme (YSDP) Village Enterprise Financial Grant เป็นต้น โดยกำหนด ผู้ที่มีสิทธิขอรับเงินทุน วิธีการ เงื่อนไข และจำนวน เงินแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ



3.4 สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า

3.4.1 โครงสร้าง SMEs ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า

นิยาม SMEs ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า

ขนาดของธุรกิจ	แรงงาน (คน)	ทุนจดทะเบียน (จ๊าด)
 ขนาดเล็ก (Small)	10-50	≤ 1,000,000
 ขนาดกลาง (Medium)	51-100	≤ 1,500,000
 ขนาดใหญ่ (Large)	≥100	≥ 1,500,000

หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยนเงิน 1 ดอลลาร์สหรัฐ = 6.75 จ๊าด

ในปัจจุบันเศรษฐกิจของพม่าถูกขับเคลื่อนโดย SMEs มากที่สุด ซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 90 ของภาคอุตสาหกรรม และร้อยละ 99 เป็นของภาคการผลิต โดยจดทะเบียนในรูปแบบของวิสาหกิจขนาดเล็กมากที่สุด จำนวน 33,863 ราย คิดเป็นร้อยละ 78 เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 6,359 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.6 และวิสาหกิจขนาดใหญ่ จำนวน 3,213 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ประเทศพม่ามีจำนวนแรงงานทั้งสิ้น จำนวน 28 ล้านคน และโดยส่วนมากเคยใช้แรงงานในภาคเกษตรมาก่อน

ภาพรวม SMEs ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า

ประเทศพม่า มีรายได้ประชาชาติ GDP ในปีพ.ศ.2554 จำนวน 83,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีจำนวน GDP ในปีพ.ศ.2555 จำนวน 89,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตามสัดส่วนของภาคเศรษฐกิจจริงต่อ GDP พบว่า ภาคบริการมีสัดส่วนต่อ GDP มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.6 ภาคเกษตร คิดเป็นร้อยละ 36.4 และภาคอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 26 ตามลำดับ



3.4.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า



เมื่อปีพ.ศ.2554 รัฐบาลพม่าเริ่มมีแผนการดำเนินงานในการส่งเสริม SMEs มากขึ้น มีการจัดหาและระดมทุนจากต่างประเทศ เพิ่มการแบ่งประเภทอุตสาหกรรม และมีการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตในการให้ข้อมูลมากขึ้น โดยประเทศพม่า MIDC (Myanmar Industrial Development Committee) มีนโยบายที่เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนา SMEs อาทิ โครงสร้างอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่บนหลักเกณฑ์ของการพัฒนาโดยใช้การเกษตรเป็นพื้นฐาน การเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการผลิตที่มีปริมาณมาก และมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตลอดจนเกิดการผลิตรถจักรยาน และเครื่องมือที่จำเป็นต่อโรงงานและอุตสาหกรรมประเภทใหม่ และมีการสร้างแนวปฏิบัติที่เหมาะสมเพื่อยกระดับให้เป็นรัฐอุตสาหกรรม โดยสถาบันของรัฐบาลพม่าที่มีส่วนในการส่งเสริมการพัฒนา SMEs (Kan Zaw, 2006; Khin and Htwe, 2007) โดยมีคณะกรรมการสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรม (Criminal Investigation Department: CID) และมีนายกรัฐมนตรีเป็นผู้นำ

3.4.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ประเทศพม่าไม่มีกฎหมาย SMEs โดยเฉพาะ แต่รัฐบาลก็ได้ออกกฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนา SMEs เช่น Myanmar Private Industrial Enterprise Law (MPIE), Myanmar Citizen Investment Law (MCIL), The Union of Myanmar Foreign Investment Law (MFIL), The Income Tax Law, The Private Industrial Enterprise Law, Cottage Industries Promotion Law เป็นต้น

นอกเหนือจากนี้ ไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและไม่มียุทธศาสตร์เฉพาะในการส่งเสริม SMEs ด้านภาษีอากร จึงอาจเป็นอุปสรรคในการส่งเสริม SMEs ของรัฐบาลพม่า

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

SMEs ส่วนใหญ่ในพม่าที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลจะเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small and Medium Industries: SMIs) การสนับสนุนและส่งเสริม SMIs ส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตอุตสาหกรรม (Industrial Zones) โดยเป็นการสนับสนุนมาตรฐานทางด้านเทคนิคและคุณภาพ สำหรับวิธีการนั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของอุตสาหกรรม




รัฐบาลมีนโยบายให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่อุตสาหกรรมบางประเภทที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรม แต่เนื่องจากงบประมาณที่จำกัด รัฐบาลพม่าจึงกำหนดมาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางการเงินในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น การฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก นอกจากนี้ธนาคารกลางแห่งประเทศพม่า (Central Bank of Myanmar: CBM) ได้ทำหน้าที่ดูแลการเงินของรัฐบาลเสมือนเป็นธนาคารของรัฐบาล



3.5 สาธารณรัฐฟิลิปปินส์

3.5.1 โครงสร้าง SMEs ของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์

นิยาม SMEs ของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์

ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)	ทุนจดทะเบียน (เปโซ)
 ขนาดย่อย (Micro)	< 100	3,000,000 – 15,000,000
 ขนาดเล็ก (Small)	< 200	15,000,000 – 100,000,000
 ขนาดกลาง (Medium)	200 ขึ้นไป	100,000,000 ขึ้นไป

ประเทศฟิลิปปินส์มีบริษัทขนาดเล็ก อยู่ประมาณ 66,535 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.5 ของวิสาหกิจทั้งหมด มีอัตราการจ้างงานจาก MSMEs (Ministry of Cooperative and Small and Medium Enterprises) จำนวนทั้งสิ้น 3,595,641 คน ในปีพ.ศ.2552 คิดเป็นร้อยละ 63.2 ของอัตราการจ้างงานทั้งหมด จากทุกประเภทธุรกิจภายในประเทศ

โดยอัตราการจ้างงานส่วนใหญ่มาจากธุรกิจประเภทค้าส่งและค้าปลีก จำนวน 1,250,453 ราย อุตสาหกรรมการผลิต จำนวน 637,524 ราย โรงแรมและร้านอาหาร จำนวน 482,357 ราย และอสังหาริมทรัพย์และการศึกษา จำนวน 509,422 ราย

ภาพรวม SMEs ของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์

ในประเทศฟิลิปปินส์นั้นมีธุรกิจที่ยังไม่ได้จดทะเบียนจำนวนมาก โดยธุรกิจประเภทสิ่งทอ ยานยนต์ และไฟฟ้า มักมีปัญหาในเรื่องการเงินจึงไม่สามารถทำการกู้ได้เพราะขาดความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ยังพบว่ามีปัญหาเรื่องหนี้ค้าง โดยรัฐบาลพยายามหาทางช่วยเหลือ โดยการตั้งหน่วยงานดูแล เช่น Small Business Guarantee and Finance Corporation มีหน้าที่พัฒนาช่วยเหลือด้านแรงงาน ทักษะการทำงาน นอกจากนี้ SMEs ของฟิลิปปินส์มีการแบ่งคลัสเตอร์ อุตสาหกรรมย่อยเป็น 5 แห่งให้ดูแลกันและกัน โดยมีรัฐบาลคอยให้คำปรึกษารวมถึงเพิ่มทักษะด้านการตลาดส่งเสริมผลิตภัณฑ์

ภาพที่ 8 แสดงหน่วยงานที่ส่งเสริม SMEs ในสาธารณรัฐฟิลิปปินส์



ประเทศฟิลิปปินส์นั้นนับเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันกันของ SMEs เพราะไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ เนื่องมาจากการมีหลักประกันที่จำกัด การขาดการวางแผนทางการเงิน และแผนธุรกิจไม่เพียงพอตามความต้องการของธนาคาร เป็นผลให้ไม่สามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ขอสินเชื่อได้ นอกจากนี้ยังมีเรื่องศักยภาพทางการเงินของ SMEs ความเสี่ยงที่สูงในการให้กู้ยืม

3.5.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและเอกชน ในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์

ประเทศฟิลิปปินส์มีการจัดตั้งศูนย์ APEC Center for Technology Exchange and Training for SMEs (ACTETSME) โดยมีจุดประสงค์เพื่อช่วยพัฒนาผู้ประกอบการ การสร้างเครือข่าย และการเพิ่มทักษะทางเทคโนโลยี นอกจากนี้รัฐบาลได้ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ โดยมีกฎหมาย Foreign Investment Act 1991 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักที่ให้สิทธิพิเศษต่างๆ เพื่อจูงใจนักลงทุนทั้งจากภายในและต่างประเทศ ต่อมาในปีพ.ศ.2539 มีการแก้ไขกฎหมายการลงทุนโดยผ่อนปรนเงื่อนไขการลงทุนขั้นต่ำ เพื่อชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้นตามกฎหมาย Foreign Investment Act 1991 ซึ่งนักลงทุนชาวต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของกิจการได้โดยไม่ต้องมีคันทองถิ่นร่วมทุน ยกเว้นธุรกิจที่อยู่ในรายการต้องห้าม (The Foreign Investment Negative List)

ประเทศฟิลิปปินส์ถือได้ว่ามีข้อได้เปรียบด้านทรัพยากรบุคคลที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ สามารถเรียนรู้ได้เร็วและเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ รัฐบาลจึงมีการออกนโยบายให้การสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศในเกือบทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจ และให้สิทธิพิเศษเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการลงทุนในการพัฒนาประเทศ หรือสิทธิพิเศษเพื่อเพิ่มแรงจูงใจประกอบด้วยภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ลดลงเหลือร้อยละ 32 และการคิดอัตราภาษีเพียงร้อยละ 5 สำหรับบริษัทที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ นอกจากนี้บริษัทข้ามชาติที่กำลังมองหาสำนักงานใหญ่ระดับภูมิภาคยังมีสิทธิได้รับการยกเว้นภาษี และนำเข้าสินค้าปลอดอากรของอุปกรณ์บางชนิด

3.5.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

กฎบัตรว่าด้วยวิสาหกิจรายย่อยขนาดกลางและขนาดย่อม (Magna Carta for Micro Small and Medium Enterprises) หรือ R.A. 6977 เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการจัดตั้งองค์กรให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดย่อมขนาดเล็ก และขนาดกลาง (Micro, Small, and Medium Enterprises: MSMEs) และการสนับสนุนส่งเสริม MSMEs ในฟิลิปปินส์ โดยกฎบัตรถูกบัญญัติขึ้นเพื่อให้มีการนำนโยบายการสนับสนุนและส่งเสริม MSMEs ไปสู่การปฏิบัติจริง ซึ่งเน้นการสนับสนุนและส่งเสริมความเข้มแข็ง การเติบโตและการพัฒนาของ MSMEs ในภาคการผลิตของเศรษฐกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในชนบทและเกษตรกรรม ซึ่งรัฐบาลได้ตระหนักถึงความต้องการของ MSMEs และดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนผู้ประกอบการ เพื่อให้มีจำนวน MSMEs มากขึ้นและผลักดันให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เช่น การขยายโครงการฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการ และโครงการพัฒนาทักษะแก่ผู้ใช้แรงงาน การให้ความสะดวกแก่ MSMEs ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การให้ประกันความเท่าเทียมกันในการได้รับการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์จากรัฐบาล การเพิ่มและส่งเสริมโครงการช่วยเหลือทางการเงินแก่ MSMEs และลดความเข้มงวดและความยุ่งยากในการปฏิบัติตามเงื่อนไขในการได้รับความช่วยเหลือทางการเงิน เป็นต้น

Omnibus Investment Code of 1987 (OIC) บัญญัติขึ้นเพื่อผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นไปตามหลักการ และวัตถุประสงค์ของเศรษฐกิจชาตินิยม เป็นการติดตามความเป็นไปได้ของแผนเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลจะกำหนดแผนการส่งเสริมอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมของ SMEs ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และนำแผนดังกล่าวไปปฏิบัติจริง ภายใต้เงื่อนไขที่เป็นการสนับสนุนการแข่งขันและป้องกันการผูกขาดทางการค้า

กฎหมายว่าด้วยบารังไกวิสาหกิจรายย่อย พ.ศ.2545 (Barangay Micro Business Enterprises Act of 2002: BMBE) หรือ R.A. 9178 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยที่จดทะเบียนภายใต้ BMBE โดยจะได้รับสิทธิประโยชน์ เช่น การยกเว้นภาษีเงินได้จากการดำเนินกิจการที่ได้จดทะเบียน การยกเว้นไม่อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายค่าจ้างขั้นต่ำ การได้รับสิทธิพิเศษในการหาหลักประกันสินเชื่อ การได้รับการส่งเสริมการค้าและการลงทุน เป็นต้น

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

นโยบายและมาตรการที่สำคัญในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ของประเทศฟิลิปปินส์เป็นลักษณะของโครงการส่งเสริม MSMEs ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงต่างๆ ดังนี้



DOST

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
(Department of Science and Technology: DOST)

- MSME Technology Upgrading Program
- Technology Business Incubator Program



DOLE

กระทรวงแรงงานและการจ้างงาน
(Department of Labor and Employment: DOLE)

- Small and Medium Enterprise Manager Training
- SME Productivity Improvement Program



DA

กระทรวงเกษตร
(Department of Agriculture: DA)
จัดให้มี Agri-Business Marketing Support Service เพื่อให้บริการทางด้านการส่งเสริมการตลาด



DENR

กระทรวงสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
(Department of the Environment and Natural Resources: DENR)
จัดให้มี Environmental Regulations Clearance Program

ด้านมาตรการทางการเงินในประเทศฟิลิปปินส์ ได้แก่ สินเชื่อสำหรับ MSMEs ซึ่งได้รับจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน ซึ่งโดยส่วนใหญ่การให้บริการสินเชื่อจากภาครัฐบาลแบ่งเป็น 3 สถาบันการเงินหลัก ได้แก่ Development Bank of Philippines (DBP) Land Bank of Philippines (LBP) และ Small Business Guarantee Finance Corporation (SBGFC) โดยการปล่อยสินเชื่อให้แก่ธนาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ยังมีนโยบายให้สินเชื่อแก่ MSMEs ที่เข้าร่วมโครงการสินเชื่ออุตสาหกรรมควบคุมมลพิษ และโครงการสินเชื่อผู้ประกอบการหญิง และ LBP ยังบริการให้สินเชื่อแก่กสิกรและชาวประมงด้วย

นอกจากนี้รัฐบาลได้จัดตั้งโครงการ SMEs Unified Lending Opportunities for National Growth (SULONG) เพื่อให้บริการสินเชื่อแก่ MSMEs โดยได้รับความร่วมมือจาก Land Bank of the Philippines (LBP) Development Bank of Philippines (DBP) Small Business Corporation (SBC) และสถาบันการเงินอื่นๆ ในการลดขั้นตอนการขอสินเชื่อ และกำหนดอัตราดอกเบี้ยเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็นอัตราดอกเบี้ยระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยโครงการ SULONG นี้ทำให้จำนวน MSMEs สามารถเข้าถึงโอกาสทางการเงินได้มากขึ้น

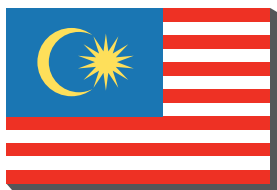
กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry: DTI) ได้จัดตั้ง Small Business Guaranteed Finance Corporation (SBGFC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงให้แก่สถาบันการเงินในการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ MSMEs ต่อมา SBGFC ได้รวมเข้ากับ Guarantee Fund for Small and Medium Enterprises (GFSME) แล้วมีชื่อใหม่ว่า Small Business Corporation (SBC) ให้บริการสินเชื่อและประกันสินเชื่อแก่ MSMEs ในสถาบันการเงินของฟิลิปปินส์ 45 แห่ง

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้จัดตั้งโครงการ Small Enterprise Technology Upgrading Program (SET-UP) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดเล็ก โดยการสนับสนุนการพัฒนาทางเทคโนโลยีคุณภาพ ทักษะของบุคลากร รวมถึงการลดต้นทุนการผลิตและการจัดการของเสีย นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งศูนย์ Philippine Trade Training Center (PTTC) เพื่อทำการวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและเป็นผู้ให้บริการการรับรอง ISO และ HACCP

Bureau of Export Trade Promotion เป็นองค์กรของ DTI มีหน้าที่ในการส่งเสริมการส่งออกแก่ผู้ประกอบการในฟิลิปปินส์ โดยการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการส่งออกและการตลาดเพื่อแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

Philippine Trade Training Center (PTTC) เป็นศูนย์ฝึกอบรมเกี่ยวกับการค้า จัดตั้งขึ้นโดย DTI เป็นผู้จัดกิจกรรมการอบรมและสัมมนาให้แก่ผู้ประกอบการส่งออก ซึ่งรวมถึง SMEs ด้วย มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ และพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการส่งออกทางด้านการผลิต คุณภาพของสินค้า การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของอาหาร รวมถึง E-Commerce และ E-Business นอกจากนี้ PTTC ยังได้จัดกิจกรรม เช่น การจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของฟิลิปปินส์สู่ตลาดโลก เป็นต้น







3.6 ประเทศมาเลเซีย

3.6.1 โครงสร้าง SMEs ของประเทศมาเลเซีย

นิยาม SMEs ของประเทศมาเลเซีย

ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)	ทุนจดทะเบียน (ริงกิต)
 ขนาดย่อย (Micro)	≤ 5	≤ 250,000
 ขนาดเล็ก (Small)	5-50	250,000 - 10,000,000
 ขนาดกลาง (Medium)	51-150	10,000,000 - 25,000,000

ในประเทศมาเลเซียมี SMEs อยู่ในภาคการบริการ คิดเป็นร้อยละ 87 ภาคการผลิต คิดเป็นร้อยละ 7 และภาคการบริการ คิดเป็นร้อยละ 6 โดยธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดจิ๋ว คิดเป็นร้อยละ 79 (มีพนักงานน้อยกว่า 5 คน) ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่ Klang Valley คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ Johor คิดเป็นร้อยละ 10.3 ทั้งนี้ SMEs มีระยะเวลาการก่อตั้งน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียมีการกำหนดแผนแม่บท SMEs “Game Changer” เพื่อใช้แนวทางไปสู่แนวทางการพัฒนาใหม่ในทุกภาคส่วนจนกระทั่งถึงปี พ.ศ.2563 โดยกลยุทธ์นี้จะเริ่มดำเนินการต่อจากแผนเริ่มต้นของ SMEs ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งจะทำให้โครงสร้างปัจจุบันเข้มแข็งขึ้น และเพื่อสนับสนุนการปฏิรูปเศรษฐกิจขนาดใหญ่ด้วย

แผนแม่บท SMEs มาเลเซียใหม่ มีความแตกต่างจากกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ โดยจะพิจารณาจากหลักฐานและการวิเคราะห์ที่น่าเชื่อถือเป็นหลัก แผนแม่บทนี้จะมีการนำระบบการตรวจสอบที่ครอบคลุมและการประเมินผล (M&E) มาใช้ ซึ่งจะเป็นแผนสด (Live Plan) ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ โดยแผนจะเปลี่ยนไปตามความต้องการที่จัดให้เข้ากับความต้องการทางเศรษฐกิจของ SMEs



3.6.2 พหุติกรรม / กิจกรรม / บทบาท

ของภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศมาเลเซีย

แผนแม่บทได้เสนอโครงสร้างใหม่ที่ทำให้การพัฒนา SMEs เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับนโยบายแห่งชาติที่ต้องการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปีพ.ศ.2563 ผ่านการใช้นวัตกรรมและการเติบโตโดยใช้แรงผลักดันทางการผลิต โดยมีวิสัยทัศน์ คือ การสร้าง SMEs ให้แข่งขันในตลาดโลกให้ทั่วทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความมั่งคั่งและนำไปสู่สภาพความเป็นอยู่ที่ดีในสังคมของชาติ กำหนดเป้าหมาย คือ ในปีพ.ศ.2555-2563 สามารถเพิ่มการสร้างธุรกิจ จำนวนร้อยละ 6 ขยายจำนวนของบริษัทนวัตกรรมและมีการเติบโตสูง จำนวนร้อยละ 10 เพิ่มการผลิต (สองเท่าจากปีพ.ศ.2553-2563) ทำให้เป็นทางการมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 15 ของ GNI

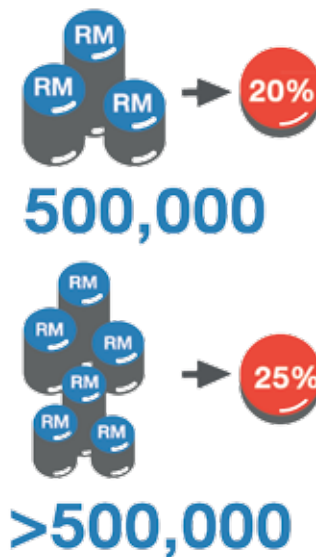
โดยสรุปการดำเนินการเริ่มต้นภายใต้แผนแม่บท SMEs มีดังนี้

- การรวมการจดทะเบียนธุรกิจและใบอนุญาตเพื่อทำธุรกิจได้ง่ายขึ้น
- Technology Commercialisation Platform (TCP) เพื่อกระตุ้นนวัตกรรม
- SME Investment Program (SIP) เพื่อเตรียมแหล่งเงินทุนเบื้องต้น
- Going Export (GoEx) Programme เพื่อเร่งสร้างให้ SMEs มีความเป็น International
- Inclusive Innovation เพื่อสร้างอำนาจให้กับกลุ่มจำนวนร้อยละ 40

3.6.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของประเทศมาเลเซีย

ก. สารสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

สำหรับมาเลเซียนั้นไม่มีกฎหมายส่งเสริม SMEs ไว้โดยเฉพาะ แต่ระบบกฎหมายภาษีอากรในประเทศได้มีการจัดเก็บภาษีอากร และกำหนดสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรเพื่อเป็นการส่งเสริมธุรกิจ SMEs ได้แก่ ภาษีเงินได้นิติบุคคล รัฐบาลจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราคงที่ร้อยละ 20 จากกำไรสุทธิ แต่จัดเก็บจาก SMEs ในอัตราดังต่อไปนี้



ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

รัฐบาลมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริม การเติบโตและเพิ่มศักยภาพทางนวัตกรรมของ SMEs จึงได้กำหนดนโยบายการพัฒนา SMEs ไว้ในบทที่ 3 ของแผนพัฒนาฉบับที่ 10 พ.ศ.2554-2558 (Tenth Malaysia Plan 2011-2015) ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้



1

รัฐบาลกำหนดให้มีการลดภาระทางการเงินที่กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ โดยการยกเว้นค่าธรรมเนียมที่รัฐเรียกเก็บจากการประกอบกิจการทั้งหมดหรือบางส่วนให้แก่ SMEs ที่มีลูกจ้างไม่เกิน 5 คน

2

จัดตั้งโครงการพัฒนาทักษะแรงงานเพื่อเสริมสร้างความสามารถและประสิทธิภาพแก่ SMEs

3

จัดตั้งโปรแกรม SMEs University Internship ให้นักศึกษาประกอบธุรกิจเป็นเวลา 2-3 เดือนเพื่อให้มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจและมีทักษะการทำธุรกิจ ในทางปฏิบัติและสนับสนุนการแข่งขันการวางแผนทางธุรกิจ ในสถาบันการศึกษา

4

นโยบายเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ระบบการสนับสนุน SMEs เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการแก่ SMEs ได้อย่างเต็มที่ โดยมีโครงการต่างๆ เช่น

- จัดตั้งการรับรองคุณภาพแห่งชาติเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ SMEs พัฒนาระบบสินค้า ให้คำแนะนำในการสร้างตราสินค้า และขยายการบริการไปสู่ชุมชนเล็กๆ และจัดให้มีร้านค้าปลีกขายสินค้าจากโรงงานเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดให้แก่ SMEs อีกด้วย

- ส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ โดยการออกใบรับรอง 1-InnoCERT เพื่อแสดงว่า SMEs มีประสิทธิภาพทางนวัตกรรมใหม่และทางพาณิชย์ และ SMEs ที่ได้รับใบรับรอง 1-InnoCERT นั้นจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการจัดกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา

- การขยายการให้บริการของ SME Corp. Malaysia โดยจัดตั้งสำนักงานสาขาในทุกรัฐเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเงินทุน การส่งเสริม SMEs การให้คำปรึกษาและคำแนะนำ และทำหน้าที่เป็นสำนักงานหักบัญชี (Clearing House) เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ SMEs รวมทั้งเป็นศูนย์กลางข้อมูลทางการค้าออนไลน์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ

5

ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจนได้เป็นอันดับ 1 จากการจัดอันดับการได้รับสินเชื่อ (Getting Credit) จากธนาคารโลก (World Bank) เป็นเวลา 3 ปี ติดต่อกัน ตั้งแต่ปีพ.ศ.2551 -2553



สภาพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งชาติ (NSDC: National SME Development Council) เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม SMEs ในประเทศมาเลเซีย และเป็นผู้ประสานความร่วมมือระหว่างกระทรวง หน่วยงานของภาครัฐบาล และภาคเอกชน รวมถึงผลักดันการดำเนินการตามโครงการพัฒนา SMEs โดยกำหนดแผนแม่บทและกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริม SMEs ดังต่อไปนี้

1. แผนแม่บทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2555-2563

(SMEs Masterplan 2012-2020) กำหนดทิศทางในการพัฒนา SMEs และเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามแผนแม่บทฯ NSDC จึงได้จัดตั้ง 6 โครงการ (Six High Impact Programmes: HIPs) อันเป็นการนำไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่

HIP 1

การบูรณาการด้านการจดทะเบียน และการออกใบอนุญาตการประกอบธุรกิจ

HIP 2

จัดตั้งเครือข่ายแพลตฟอร์ม (Platform) เทคโนโลยีการสื่อสารทั่วประเทศ

HIP 3

โครงการลงทุน SMEs เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินในระยะเริ่มต้น

HIP 4

โครงการส่งออกให้ความช่วยเหลือ SMEs ผู้ส่งออกรายใหม่

HIP 5

โครงการเร่งการพัฒนา โดยการสร้างธุรกิจตัวอย่างในหมู่บ้านเป้าหมาย

HIP 6

รวบรวมนวัตกรรมเพื่อสร้างศักยภาพทางนวัตกรรมแก่กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าร้อยละ 40

2. โครงการส่งเสริม SMEs เช่น

- 1) จัดตั้งคณะกรรมการวางระเบียบวาระการประชุมแห่งชาติ (National Steering Committee) เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพของการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ
- 2) แคมเปญ “SMEs Week” จัดกิจกรรมการแข่งขัน การจัดนิทรรศการ การจัดหลักสูตรสร้างความรู้ และสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ

3. SMEs Corporation Malaysia (SMEs Corp.)

เป็นผู้ประสานงานการสนับสนุนและส่งเสริม SMEs โดยทำหน้าที่เป็นสำนักเลขาธิการของ NSDC เพื่อการส่งเสริม SMEs จัดสรรงบประมาณเพื่อผลักดันโครงการส่งเสริม SMEs และเป็นผู้ประสานงานระหว่างกระทรวงและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง โครงการที่สำคัญที่ SME Corp. ได้ดำเนินการ ได้แก่



Business Accelerator Programme (BAP)

ให้คำแนะนำทางธุรกิจและเทคนิค สร้างความเข้มแข็งแก่ธุรกิจ และให้ความช่วยเหลือในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของ SMEs

Skills Upgrading Programme

เสริมสร้างทักษะการบริหารธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SMEs และเพิ่มความเชี่ยวชาญและความสามารถแก่ลูกจ้างของ SMEs

Enrichment & Enhancement Programme (E²)

ให้คำแนะนำทางธุรกิจและเทคนิค สร้างความเข้มแข็งแก่ธุรกิจ และให้ความช่วยเหลือในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของวิสาหกิจรายย่อย

SMEs @ UNIVERSITY PROGRAMME

เป็นการเปิดโอกาสการเรียนรู้ให้แก่ผู้บริหาร SMEs เพื่อการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์

The National Mark of Malaysian Brand

ส่งเสริมตราสินค้ามาเลเซีย (Malaysian Brand) เพื่อเพิ่มระดับมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า SMEs ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบและประเมินมาตรฐานและคุณภาพแล้วจะได้รับสิทธิในการใช้ตราสินค้ามาเลเซีย

Business Matching

จัดหาสินค้าและบริการให้แก่บริษัทรายใหญ่และบริษัทข้ามชาติ และส่งเสริมการแข่งขันเพื่อให้ SMEs เป็นผู้จัดส่ง (Supplier) ชิ้นส่วน อุปกรณ์ สินค้า และบริการให้แก่บริษัทรายใหญ่และบริษัทข้ามชาติ

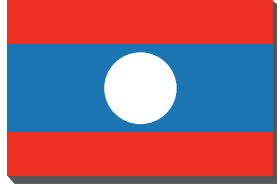
SMEs Expert Advisory Panel (SEAP)

ให้ความช่วยเหลือทางเทคนิคในสถานประกอบการ โดยผู้เชี่ยวชาญในแต่ละอุตสาหกรรมเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยี และให้คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจ

ให้ความช่วยเหลือทางด้านสินเชื่อแก่ SMEs โดยรัฐบาล รับภาระดอกเบี้ยร้อยละ 2 โดยจ่ายให้แก่สถาบันที่เข้าร่วมโครงการ

SMEs Competitiveness Rating for Enhancement (SCORE)



ส่งเสริมความเป็นเลิศในกลุ่มผู้ประกอบการโดยการจัดอันดับ SMEs และยังเป็น การประเมินการเติบโตของ SMEs ในประเทศ



3.7 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

3.7.1 โครงสร้าง SMEs ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

นิยาม SMEs ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)	มูลค่าทรัพย์สิน (กีบ)
 ขนาดเล็ก (Small)	< 19	≤ 250,000,000
 ขนาดกลาง (Medium)	19 – 99	≤ 1,200,000,000

สำหรับประเทศลาวมี SMEs ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดเล็ก มีแรงงานน้อยกว่า 19 คน และวิสาหกิจขนาดกลาง แรงงาน 19-99 คน มี GDP คิดเป็นร้อยละ 6-9 และมีแรงงานใน SMEs ประมาณร้อยละ 83 มีอัตราการจ้างงาน SMEs ขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 22.9 ของการจ้างงานทั้งหมดภายในประเทศ และ SMEs ขนาดกลางมีอัตราการจ้างงาน อยู่ที่ร้อยละ 28.1 ของการจ้างงานทั้งหมดภายในประเทศ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศลาว ประกอบธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมา คือ อุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 17.6

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

รัฐบาลลาวได้ทำข้อตกลงว่าภายในสิ้นปีพ.ศ.2558 จำนวน SMEs จะเพิ่มขึ้น 100 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวน 45,000 กิจการในปีพ.ศ.2552 และจะมีผู้หญิงเป็นเจ้าของกิจการมากกว่าร้อยละ 48 การทำนิติกรรม เพื่อดำเนินธุรกิจใหม่จะใช้เวลาไม่เกิน 15 วัน ที่เกี่ยวกับกฎหมายสัญญา และภายในปีพ.ศ.2556 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจจะต้อง ลดลงร้อยละ 15 จำนวนวันที่ใช้ในการขนส่งสินค้าไปต่างประเทศจะลดลงร้อยละ 20 นอกจากนี้ประเทศลาวเริ่มมีการ ออกแบบหลักสูตรเกี่ยวกับ SMEs สำหรับการเรียนการสอน ในระดับมัธยมและอาชีวศึกษาแล้ว โดยได้รับความช่วยเหลือ จากหน่วยงาน Lao-India Entrepreneurship Development



3.7.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการให้บริการและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศทางและนโยบายการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ของประเทศลาว มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ทิศทาง และนโยบายการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

นโยบายระดับภูมิภาค สำหรับ SMEs
การจัดตั้งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ODOP โดยได้รับความช่วยเหลือด้านเทคนิคจาก JICA มีการทำโครงการนำร่องที่แขวงสะหวันนะเขตและแขวงสาละวันระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ.2552-เดือนธันวาคม พ.ศ.2554 (ระยะเวลา 3 ปี) โครงการนำร่องดังกล่าวครอบคลุมกว่า 20 โครงการ และจำแนกผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานฝีมือ งานเกษตร ป่าไม้และประมง อาหารสำเร็จรูป สินค้าจากโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศ
การสนับสนุน SMEs ผู้ตลาดต่างประเทศ
SMEs ลาวส่วนใหญ่ยังคงทำการค้าระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศและยังไม่พร้อมที่จะทำธุรกิจหรือลงทุนในต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรมและพาณิชย์เป็นผู้รับผิดชอบออกนโยบายเพื่อสนับสนุนการส่งสินค้าออกยังต่างประเทศของ SMEs
นโยบายการจ้างงานและการทำงานสำหรับ SMEs
ไม่มีกฎหมายบังคับใช้โดยตรงสำหรับ SMEs แต่ใช้กฎหมายแรงงานทั่วไปฉบับที่ 06/PO ลงวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ.2549

สำหรับโครงการต่างๆ ที่สนับสนุน SMEs ในประเทศลาวนั้น ได้ดำเนินนโยบายตามแนวทางการสนับสนุนและการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) การให้ความช่วยเหลือโดยทวิภาคีและหน่วยงานช่วยเหลือข้ามชาติอื่นๆ

ตารางที่ 5

โครงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องใน SMEs ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่สำคัญและโปรแกรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม / ชื่อโปรแกรมการค้าที่เกี่ยวข้อง	หุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา	พื้นที่หลักของการสนับสนุน	ระยะเวลา	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)
ภาคเอกชนและวิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง โครงการสร้างการพัฒนาที่สอง	ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank: ABD)	นโยบายการพัฒนา SMEs และการประสานงานเข้าถึง การให้สินเชื่อและบริการ เครือข่ายของผู้ให้บริการที่มี ประสิทธิภาพการกำกับดูแลและ การค้าสำหรับการเจริญเติบโต SMEs (บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มี ประสิทธิภาพการเผยแพร่ของข้อมูล การค้า) และเพศ Mainstreaming ในภาค SMEs	พ.ย. พ.ศ.2552 - ก.ย. พ.ศ.2556	25.0
การสนับสนุนสำหรับ กรอบความร่วมมือหลังโปรแกรม		ประสิทธิภาพการกำกับดูแล การเข้าถึงเงินทุน การเข้าถึงบริการ การยอมรับเทคโนโลยี WTO นโยบาย SMEs ให้บริการเครือข่าย	พ.ศ.2552-2557	1.0
GMS SPS การตรวจตรา และโครงการการจัดการ		สุขภาพสัตว์และพืชและ ความปลอดภัย ของอาหารของมนุษย์	พ.ศ.2555-2560	9.0
สิ่งอำนวยความสะดวก ทางการพัฒนาการค้า	World Bank, Aus AID, European Commission	การสนับสนุนการ MOIC เกี่ยวกับการค้ารวมทั้ง SPS	พ.ศ.2550-2556	TBC*
บริการที่ปรึกษา SMEs	International Finance Corporation, World Bank Group	พระราชกฤษฎีกาการทำธุรกรรม ที่มีความปลอดภัยและสตรี สนับสนุนสำหรับ CIB ออนไลน์ ภาวี่สำหรับ SMEs การสนับสนุน ทางธุรกิจ Business Forum ลาว	พ.ศ.2550-2556	< 500,000
SMEs และการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์	การพัฒนาความร่วมมือ เยอรมันผ่าน GIZ	การสำรวจขององค์กร การจัดเตรียมของธุรกิจ บริการด้านการพัฒนา การสนับสนุนการพัฒนา ความสามารถในการที่ SMEPDO	Phases 1-2 จาก พ.ศ.2547-2555 Phase 3 เริ่ม ส.ค. พ.ศ.2555	TBC*

*TBC = to be confirmed

ที่มา: Asian Development Bank, 2012

ในการประสานงานด้านการพัฒนาและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่สำคัญ จะเน้นกลยุทธ์และกิจกรรมที่สำคัญ โดยโครงการในการสร้างพัฒนาภาคเอกชน และวิสาหกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลางนั้น มีแนวทางการดำเนินงาน ตามนโยบายการสนับสนุนและการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) การให้ความช่วยเหลือโดยทวิภาคี และหน่วยงานช่วยเหลือข้ามชาติต่างๆ ทั้งนี้เพื่อประสานความร่วมมือ ระหว่างหน่วยงานให้เกิดความช่วยเหลือ SMEs อย่างมีประสิทธิภาพ

3.7.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและการพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Decree on the Promotion and Development of Small and Medium Sized Enterprises) เป็นกฎหมายที่กำหนดทิศทางและนโยบาย การส่งเสริม SMEs โดยให้มีการจัดตั้งกองทุน เพื่อการส่งเสริมและพัฒนา SMEs และจัดตั้ง องค์กรที่ทำหน้าที่ส่งเสริม SMEs อีกทั้งให้มีการออกกฎระเบียบและมาตรการต่างๆ เพื่อส่งเสริม การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของ SMEs โดย เน้นที่การขยายการผลิตสินค้าการจัดกิจกรรม ทางการค้าและการบริการ ยกเว้นความเป็น อยู่ของประชาชน และการวางรากฐานการ พัฒนาความทันสมัยและการพัฒนาเข้าสู่ภาค อุตสาหกรรมเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของ ประเทศอย่างมั่นคง

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ปัจจุบันเศรษฐกิจของสปป.ลาว ได้ดำเนินการภายใต้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 ซึ่ง กำหนดให้มีการพัฒนา SMEs โดยสร้างความเข้มแข็ง ส่งเสริมการผลิตให้มีการเติบโตอย่างน้อยร้อยละ 15 ต่อปี และผลักดันให้สินค้าผลิตภัณฑ์ SMEs ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น นอกจากนี้ยัง ได้กำหนดมาตรการให้กระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการประสานงานและบริหารจัดการเพื่อให้การส่งเสริม และพัฒนา SMEs เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง จะต้องเพิ่มการอำนวยความสะดวกทางการค้าแก่ SMEs ให้สามารถเข้าถึงตลาดมากขึ้น และเพิ่มศักยภาพในการ แข่งขันของผลิตภัณฑ์ลาว

SMEPDO (National SME Promotion and Development Office) เป็นองค์กรสนับสนุนส่งเสริม SMEs ได้ประกาศ แผนพัฒนา SMEs ไว้เป็นการเฉพาะ ซึ่งในขณะนี้ เป็น แผนฉบับที่ 2 (Second National SMEs Development Plan 2011-2015) ต่อเนื่องจากแผนพัฒนา SMEs ฉบับแรก โดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และให้มีหน่วยงานกำกับดูแล และติดตามผลการปฏิบัติตามแผนพัฒนาฯ ซึ่งพอสรุป รายละเอียดได้ดังนี้ →

1. เสริมสร้างประสิทธิภาพในด้านการบังคับใช้กฎหมาย เสริมสร้างความเข้มแข็งของธนาคาร และสถาบันการเงิน พัฒนาความหลากหลายของการบริการทางการเงินสำหรับ SMEs ทำให้มีการกำหนดแผนธุรกิจที่เป็นไปได้และเพิ่มโอกาสด้านสินเชื่อ

2. สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยบรรจุในระบบการศึกษา เพื่อกระตุ้นคนรุ่นใหม่ให้สนใจประกอบธุรกิจ สร้างศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจให้มีความพร้อมที่จะแข่งขันในตลาด ผูกอบรมผู้ประกอบการใหม่ ส่งเสริมและช่วยเหลือผู้ประกอบการสตรี

3. การจัดตั้งเครือข่ายการให้บริการเพื่อการพัฒนาทางธุรกิจ (Business Development Service: BDS) โดยการ (1) ให้ข้อมูลการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษา (2) การพัฒนาทักษะแรงงาน (3) การทัศนศึกษาภายในประเทศและต่างประเทศ (4) การเรียนทางไกลผ่านระบบดาวเทียม และ (5) ให้บริการข้อมูลทางเว็บไซต์และจัดพิมพ์คู่มือแจกจ่ายแก่ประชาชน

4. เชื่อมโยงธุรกิจระหว่างวิสาหกิจขนาดใหญ่และ SMEs โดยจัดตั้งฐานข้อมูลของโอกาสทางธุรกิจ การสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดใหญ่และ SMEs

5. ส่งเสริมศักยภาพในการผลิตเพื่อเพิ่มคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการของ SMEs โดยการจัดทำแผนปฏิบัติการการทำงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ และจัดตั้งสถาบันเพื่อการรับรองคุณภาพและมาตรฐาน

6. ผลักดันการเข้าถึงตลาดและขยายตลาดแก่ SMEs โดยการจัดตั้งฐานข้อมูลและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจและการตลาด การวิจัยภาคสินค้าและบริการ SMEs ศึกษาศักยภาพและความได้เปรียบเสียเปรียบสนับสนุน SMEs ในการมีส่วนร่วมในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการการค้าในประเทศและต่างประเทศ และมุ่งเน้นการค้าและยุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมการส่งออก

นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ส่งเสริมการเข้าถึงความช่วยเหลือทางการเงินรูปแบบต่างๆ แก่ SMEs รวมทั้งได้มีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของกฎระเบียบที่ทำให้มีรูปแบบสินเชื่อสำหรับ SMEs มากขึ้น และมีการฝึกอบรมการดำเนินการ และการสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการสินเชื่อ การกำหนดแผนพัฒนาธุรกิจ การจัดทำบัญชี และการทำรายงานทางการเงิน โดยรัฐบาลได้ดำเนินการจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนา SMEs อีกด้วย



3.8 สาธารณรัฐสิงคโปร์

3.8.1 โครงสร้าง SMEs ของสาธารณรัฐสิงคโปร์

นิยาม SMEs ของสาธารณรัฐสิงคโปร์

ประเภทธุรกิจ	คำนิยาม
 <p>ภาคการผลิต</p>	<p>สินทรัพย์ถาวร < 15,000,000 ดอลลาร์สิงคโปร์</p>
 <p>ภาคการบริการ</p>	<p>การจ้างงาน < 200 คน</p> <p>สินทรัพย์ถาวร < 15,000,000 ดอลลาร์สิงคโปร์</p>

จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศสิงคโปร์มีจำนวน 130,000 วิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 99 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด ซึ่ง SMEs เป็นตัวขับเคลื่อนหลักในระบบเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ คิดเป็นมูลค่า 57.5 พันล้านดอลลาร์สิงคโปร์ หรือ คิดเป็นร้อยละ 47 นอกจากนี้ SMEs ยังก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวน 779,096 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 62 ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศ

ภาพรวม SMEs ของสาธารณรัฐสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นตลาดเทคโนโลยีแห่งหนึ่งของเอเชียที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดการทรัพยากรบุคคล บริหารจัดการธุรกิจ มีจุดเด่นเรื่องทำเลที่ตั้งทำให้เป็นเมืองที่สำคัญของโลก มีเครือข่ายธุรกิจกับคนสัญชาติจีนในประเทศต่างๆ มีระบบขนส่ง (Logistics) ในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่ได้มาตรฐานโลก รวมทั้งยังเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญทำให้สิงคโปร์กลายเป็นฐานในการทำการค้ากับทั่วโลก เช่น ประตูสู่เอเชียแปซิฟิก ศูนย์กลางการค้าและบริการของภูมิภาค ศูนย์กลางการเดินทางเรือพาณิชย์ ศูนย์กลางการเงินของภูมิภาค ศูนย์กลางการบินพาณิชย์ เป็นต้น



3.8.2 พหุติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐสิงคโปร์



ก. หน่วยงานหลักด้าน SMEs

SPRING (Standards, Productivity and Innovation Board of Singapore) เป็นคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภาพและนวัตกรรมแห่งประเทศสิงคโปร์ ส่งเสริมผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเพื่อความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจของสิงคโปร์ โดย SPRING มีการประสานงานกับหน่วยงานจากภาคส่วนต่างๆ ในการให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจในด้านการเงิน ด้านบริหารจัดการ เทคโนโลยีและความทันสมัยต่างๆ รวมทั้งด้านการเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่

นอกจากนี้ SPRING ยังพัฒนาและสนับสนุนมาตรฐาน และหลักประกันคุณภาพระดับสากล เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการค้า โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลยุทธ์ต่างๆ ที่ส่งเสริมบ่มเพาะและการริเริ่มทางนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ 1: สร้างสภาพแวดล้อมเพื่อการเติบโตของ SMEs โดยการอาศัยความร่วมมือกับเครือข่ายภาครัฐบาลและภาคเอกชน ได้แก่ หน่วยงานใต้กระทรวง Ministry of Trade and Industry และหอการค้า ซึ่งผสานความร่วมมือในด้านต่างๆ ได้แก่ Business Support Service Capacity Upgrading Entrepreneurship Development Financing เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 2: การสร้าง Cluster การสร้างคลัสเตอร์ (Cluster) ที่สำคัญของสิงคโปร์มีหลักสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การผลิตและการวิศวกรรม (Manufacturing & Engineering) รูปแบบการดำเนินชีวิต(Lifestyle) และชีวการแพทย์และการบริการ Biomedical and Service

กลยุทธ์ที่ 3: การริเริ่ม (ปลูก) และบ่มเพาะทางนวัตกรรม ประกอบไปด้วย 4 มาตรการ คือ 1) เร่งการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงพาณิชย์ 2) การบ่มเพาะ 3) การสนับสนุนด้านการเงิน และ 4) การบริหารจัดการด้านการบัญชี

กลยุทธ์ที่ 4: การบ่มเพาะ มีเป้าหมายเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ที่ใช้นวัตกรรมจำนวน 100 ราย ภายใน 3 ปี โดยมีการสนับสนุนด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการเงิน การตลาดต่างประเทศ การมีพี่เลี้ยงเป็นผู้เชี่ยวชาญ การอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยี

ภาพที่ 9 แสดงโมเดลการสร้างความเติบโตในธุรกิจของสาธารณรัฐสิงคโปร์



2. กลยุทธ์ในการสร้างผู้ประกอบการที่มีพลวัตแห่งการเติบโตและนวัตกรรม ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การเงิน (Money) การตลาด (Market) การบริหารจัดการ (Management) และความรู้ความสามารถ (Know-How) แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีพลวัตแห่งการเติบโตและนวัตกรรม

การเงิน (Money) <ul style="list-style-type: none"> • สินเชื่อภาคเอกชน 	การตลาด (Market) <ul style="list-style-type: none"> • การให้การสนับสนุนเพื่อเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ • การเชื่อมโยง SMEs เข้ากับบริษัทและ SMEs ต่างประเทศ • ให้ความช่วยเหลือด้านการส่งออก
การจัดการ (Management) <ul style="list-style-type: none"> • โปรแกรมในการจัดการ และบริหารธุรกิจ • การพัฒนาทรัพยากรบุคคล 	องค์ความรู้ (Know-How) <ul style="list-style-type: none"> • การสนับสนุนเทคโนโลยีทางนวัตกรรม • การสร้าง Brand • การบริหาร เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา IP • การออกแบบ

3. กลยุทธ์ในการส่งเสริม SMEs สู่มหาภาค

กลยุทธ์ที่ 1: การสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านคุณภาพ และมาตรฐาน

เป็นการสร้างการยอมรับในระดับสากล สร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ และมาตรฐานการดำเนินการต่างๆ ได้แก่

- การสร้างระบบมาตรฐาน การนำพลังงานสะอาดมาใช้ในธุรกิจและอุตสาหกรรม
- การรับรอง การออกใบรับรอง การทดสอบในห้องปฏิบัติการ (Lab) การจ้างที่ปรึกษาด้านคุณภาพ
- การออกกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับคุณภาพและมาตรฐาน
- การยอมรับในระดับรัฐบาลของแต่ละประเทศ (Government to Government: G to G) เช่น เวทีระหว่างประเทศ APEC

กลยุทธ์ที่ 2: สร้างและขยายจำนวนหน่วยงานตรวจสอบ หน่วยงานออกใบรับรอง

รัฐบาลเร่งส่งเสริมให้มีหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพ และมาตรฐานมากขึ้น เพื่อให้บริการแก่ธุรกิจและอุตสาหกรรมในสิงคโปร์ รวมไปถึงการส่งมอบบริการเหล่านี้ไปทำงานตรวจสอบ และรับรองในต่างประเทศในอนาคต

กลยุทธ์ที่ 3: สร้างการตระหนักในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานและนำไปใช้อย่างแพร่หลาย

กลยุทธ์นี้เป็นขั้นตอนสุดท้าย กล่าวคือเป็นการดำเนินการให้ได้ผลจริงในทางปฏิบัติ และสร้างความตระหนักด้านคุณภาพและมาตรฐาน และส่งเสริมให้ธุรกิจอุตสาหกรรมนำไปใช้อย่างแพร่หลาย

ภาพที่ 10 แสดงโมเดลกลยุทธ์ในการส่งเสริม SMEs สู่มหาภาคของสาธารณรัฐสิงคโปร์



3.8.3 กฎหมายและนโยบาย ที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐสิงคโปร์



ก. สารสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ประเทศสิงคโปร์ไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริม SMEs ไว้โดยเฉพาะ แต่มีกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า (Competition Law) ให้คำนิยามของ SMEs ไว้ว่า วิสาหกิจที่มีทรัพย์สินน้อยกว่า 15,000,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ และมีลูกจ้างไม่เกิน 200 คน

กระทรวงการคลัง (Ministry of Finance) ได้กำหนดอัตราภาษี และสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่สามารถส่งเสริมภาวะเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดีโดยสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับ SMEs ได้แก่

1) การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลทั้งหมดแก่ธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนใหม่ สำหรับรายได้ 100,000 ดอลลาร์สิงคโปร์แรกเป็นเวลา 3 ปีภาษีติดต่อกัน ทั้งนี้จะต้องเป็นธุรกิจที่ประกอบกิจการในประเทศ หรือมีสถานประกอบการในประเทศ

2) จัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 8.5 แก่ธุรกิจ SMEs ที่มีสถานประกอบการในประเทศสำหรับรายได้ 300,000 ดอลลาร์สิงคโปร์แรก

3) SMEs Cash Grant เฉพาะปีภาษี พ.ศ.2555 SMEs ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับเงินสดจำนวนร้อยละ 5 แต่ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สิงคโปร์

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมแห่งประเทศสิงคโปร์ (SPRING: Standards, Productivity and Innovation Board of Singapore) ได้จัดตั้งโครงการส่งเสริม SMEs หลายโครงการโดยจำแนกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1) การเริ่มต้น (Starting Up) เนื่องจากขั้นตอนแรกในการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งที่ยากสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ SPRING จึงจัดให้มีโครงการต่างๆ เพื่อช่วยเหลือธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น เช่น

Angel Investors Tax Deduction Scheme (AITD) การส่งเสริมทางภาษีอากรโดยให้สิทธิแก่ธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นดำเนินกิจการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจของ SMEs รายใหม่ ดังนี้

- ธุรกิจรายใหม่ที่มีเงินลงทุนไม่เกิน 100,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ มีสิทธิเข้าร่วมโครงการ
- หักลดหย่อนภาษีในอัตราร้อยละ 50 ของเงินได้ทั้งหมดที่อยู่ในบังคับต้องนำมาคำนวณภาษีเมื่อดำเนินธุรกิจครบกำหนด 2 ปีภาษี
- หักลดหย่อนภาษีได้สูงสุดไม่เกิน 250,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อหนึ่งปีภาษี

Business Angel Scheme (BAS) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินในขั้นต้นของการดำเนินธุรกิจ เพื่อการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และการตลาด

Incubator Development Programme (IDP) การบ่มเพาะธุรกิจเพื่อการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจสำหรับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น โดยการให้ความช่วยเหลือทางด้าน การจัดการ เงินทุน การตลาด และให้คำแนะนำทางธุรกิจ

Technology Enterprise Commercialization Scheme (TECS) กระตุ้นความก้าวหน้าของนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีควบคู่ไปกับความเข้มแข็งทางทรัพย์สินทางปัญญา

Action Community for Entrepreneurship Startups Scheme (ACE SARTUPS SCHEME) สนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการสัญชาติสิงคโปร์ที่ต้องการเริ่มประกอบธุรกิจ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อซอฟต์แวร์ วัสดุ และอุปกรณ์ต่างๆ เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

2) การเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ (Building Capabilities)

ด้านบุคลากร

- Management Associate Partnership (MAP) ส่งเสริมการเติบโตของ SMEs โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยต่างๆ ในการฝึกอบรมผู้ประกอบการ
- Enterprise Internship Programme (EIP) SPRING ร่วมมือกับสถานศึกษาในการจัดหาสถานประกอบการ SMEs ที่พร้อมจะเป็นสถานที่ฝึกงานและดูแลนักศึกษาฝึกงาน เพื่อพัฒนาเป็นผู้ประกอบการในอนาคต
- HRCapability Programme Consultancy Support ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการจัดหาที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญเข้าช่วยเหลือพัฒนาบุคลากร
- Intellectual Property Management Programme (IPM) ช่วยเหลือ SMEs เกี่ยวกับการคุ้มครองรักษา และใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในทางการค้า

ด้านการบริการ

- Customer Centric Initiative (CCI) ส่งเสริมธุรกิจให้มีความเป็นเลิศทางด้านการบริการ โดยการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ



3) ด้านการเงิน (Financing Schemes)

- Loan Insurance Scheme (LIS) รัฐบาลให้เงินสมทบร้อยละ 50 ของเบี้ยประกันภัยที่ SMEs จ่ายให้แก่บริษัทประกันภัย เพื่อรักษาความปลอดภัยของเงินทุนหมุนเวียน
- Local Enterprise Finance Scheme (LEFS) ช่วยเหลือ SMEs ทางการเงิน ในการส่งเสริมการขายธุรกิจโดยการร่วมมือกับสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อให้สินเชื่อในดอกเบี้ยอัตราคงที่ตลอดระยะเวลาการกู้เงิน (ไม่เกิน 10 ปี) โดยผู้ได้วงเงินไม่เกิน 15 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ เพื่อนำเงินไปใช้ในการยกระดับทางด้านเทคโนโลยี

ด้านนวัตกรรม

- Innovation and Capability Voucher (ICV) เป็นบัตรกำนัลที่มอบให้แก่ SMEs เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพเบื้องต้นโดยการมอบเงินทุนจำนวน 5,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาทางด้านนวัตกรรม ผลผลิต ทรัพยากรมนุษย์ หรือบริหารการเงิน
- Technology Innovation Programme (TIP) เสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันด้านนวัตกรรม
- Brand Pact ช่วยเหลือธุรกิจในการสร้างตราสินค้าของตนเองเพื่อเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ โดย SPRING ได้ร่วมมือกับสมาคมการค้าต่างๆ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านตราสินค้า เพื่อจัดการฝึกอบรมให้คำปรึกษา และช่วยเหลือในการสร้างและพัฒนาตราสินค้า

ด้านประสิทธิภาพการผลิต

- Quality for Enterprises Through Standards (QUEST) Programme สร้างมาตรฐานแก่องค์กรธุรกิจอันเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ เช่น การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การประหยัดพลังงาน และเทคโนโลยีสีเขียว เป็นต้น
- Productivity @ Work ส่งเสริม SMEs ทางโลกออนไลน์ โดยให้บริการทางข้อมูลการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เช่น เครื่องมือการเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต ตารางกิจกรรมการฝึกอบรม และการให้คำแนะนำการพัฒนาการเพิ่มประสิทธิภาพผลิต

- Micro Loan Programme (MLP) ช่วยเหลือทางการเงินแก่วิสาหกิจรายย่อยที่มีลูกจ้างไม่เกิน 10 คน หรือมีรายได้ไม่เกิน 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ โดยการให้สินเชื่อในวงเงิน 100,000 ดอลลาร์สิงคโปร์เป็นระยะเวลา 4 ปี

4) DIY Toolkits

เป็นการจัดตั้งโครงการต่างๆ ขึ้นเพื่อส่งเสริมธุรกิจทางด้านการบริหารการเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริการลูกค้า และการตลาด ซึ่งเป็นการให้บริการข้อมูลออนไลน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะได้ด้วยตนเอง



3.9 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

3.9.1 โครงสร้าง SMEs ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

นิยาม SMEs ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ประเภทธุรกิจ	Micro	Small		Medium	
	แรงงาน	มูลค่า ล้าน (ด่ง)	แรงงาน	มูลค่า ล้าน(ด่ง)	แรงงาน
 เกษตร ป่าไม้ ประมง	≤ 10	≤ 20,000	≤ 200	≤ 100,000	≤ 300
 อุตสาหกรรมและก่อสร้าง	≤ 10	≤ 20,000	≤ 200	≤ 100,000	≤ 300
 การค้าและบริการ	≤ 10	≤ 20,000	≤ 50	≤ 50,000	≤ 100

SMEs แบ่งเป็น 3 ภาค ประกอบด้วย (1) ภาคการเกษตร ป่าไม้ ประมง เป็น SMEs ขนาดย่อย (Micro) มีแรงงานน้อยกว่า 10 คน ขนาดเล็ก (Small) มีแรงงานประมาณ 10-200 คน มีรายได้น้อยกว่า 20,000 ล้านดอลลาร์ และขนาดกลาง (Medium) มีแรงงานประมาณ 200-300 คน มีรายได้ 20,000-100,000 ล้านดอลลาร์ (2) ภาคอุตสาหกรรมและก่อสร้างมีลักษณะเหมือนภาคเกษตรป่าไม้ ประมง ส่วน (3) ภาคการค้าและบริการขนาดเล็ก (Small) มีรายได้ 20,000 ล้านดอลลาร์หรือน้อยกว่า มีแรงงานประมาณ 10-50 คน ขนาดกลาง (Medium) มีรายได้ 20,000-50,000 ล้านดอลลาร์ มีแรงงานประมาณ 50-100 คน SMEs มีแรงงานมากถึงร้อยละ 77 ของประเทศ และเฉลี่ยธุรกิจเติบโตร้อยละ 20 ต่อปี

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ดัชนีราคาผู้บริโภคของเดือนมีนาคม พ.ศ.2555 ขยับตัวสูงขึ้นร้อยละ 0.16 จากเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2555 ซึ่งเป็นการเพิ่มในอัตราที่น้อยที่สุดในรอบ 20 เดือนที่ผ่านมา ทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ของไตรมาสที่ 1 ของปีพ.ศ.2555 อยู่ที่ร้อยละ 15.95 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีพ.ศ.2554 ร้อยละ 2.55 จากตัวเลขดังกล่าว รัฐบาลเวียดนามเชื่อมั่นว่าเป้าหมายที่จะลดอัตราเงินเฟ้อในปีพ.ศ.2555 ให้เหลือเป็นเลขตัวเดียวมีทางเป็นไปได้สูง หากไม่มีปัจจัยสำคัญทางเศรษฐกิจอื่นๆ เกิดขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 2-4



3.9.2 พหุติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาคเอกชนในการให้บริการ และส่งเสริมพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ประเทศเวียดนาม มีการสนับสนุนส่งเสริมพัฒนา SMEs ในด้านต่างๆ อย่างมากมาย โดยในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศต่างๆ ในกลุ่ม CLMV ต่างมีการปรับนโยบายเศรษฐกิจของตนให้มีความเป็นเสรี และมีการทำงานของกลไกตลาดมากขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ประเทศมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว

3.9.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ก. สารสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

รัฐบาลได้ออกพระราชกฤษฎีกา Decree No: 56/2009/ND-CP เมื่อปีพ.ศ.2552 และยกเลิก Decree No. 90/2001/ND-CP โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบังคับใช้กับ SMEs และเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนา SMEs และพัฒนาการจัดการของหน่วยงานของรัฐบาล ในการพัฒนาและส่งเสริม SMEs โดยมีกระทรวงการวางแผนและการลงทุน (Ministry of Planning and Investment: MPI) เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินการภายใต้พระราชกฤษฎีกา โดยร่วมมือกับกระทรวงและหน่วยงานอื่นๆ โดยพระราชกฤษฎีกามีรายละเอียดพอสรุป ได้ดังนี้

1) กำหนดให้ SMEs จะต้องจดทะเบียนภายใต้กฎหมายนี้

2) การจัดตั้งโปรแกรมให้ความช่วยเหลือ SMEs

3) นโยบายการส่งเสริม SMEs ได้แก่

การช่วยเหลือทางการเงิน

- รัฐบาลผลักดันการจัดตั้งกองทุนประกันสินเชื่อสำหรับ SMEs

- ธนาคารของรัฐบาลต้องประสานกับหน่วยงานของรัฐบาล เพื่อเสนอโครงการส่งเสริม และความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่อนายกรัฐมนตรี เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของสถาบันทางการเงินเพื่อขยายสินเชื่อแก่ SMEs

กำหนดเขตสถานประกอบการภายใต้แผนพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการใช้ที่ดิน

- คณะกรรมการประชาชน (People's Committees) ในต่างจังหวัดและเมืองหลวงขึ้นอยู่กับคณะกรรมการกลาง (Central Committees) เป็นผู้รับผิดชอบดูแลการบริหารจัดการที่ดินและบังคับใช้มาตรการเพื่อส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมของ SMEs เพื่อดำเนินการ

เกี่ยวกับการเช่าพื้นที่ผลิตหรือประกอบการ หรือการย้ายสถานประกอบการออกจากตัวเมือง เพื่อรักษาภูมิทัศน์แวดล้อม

นวัตกรรม ศักยภาพทางเทคโนโลยี และระดับทางเทคนิค

- การเพิ่มขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของ SMEs ผ่านโปรแกรมสนับสนุน การวิจัย การพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่

- กองทุนเพื่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เป็นกองทุนที่สมทบทุนเป็นรายปี เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ และสร้างขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของ SMEs

- การจดทะเบียน และป้องกันการอินสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงผลักดัน SMEs การขอใบรับรองการใช้ระบบการจัดการคุณภาพ ISO และมาตรฐานระหว่างประเทศอื่นๆ

สำหรับ สิทธิประโยชน์ทางภาษี เป็นสิทธิที่กำหนดให้แก่ SMEs ที่ประกอบธุรกิจในพื้นที่ส่งเสริมการลงทุน หรือตั้งอยู่ในพื้นที่พิเศษ มีดังนี้

1) อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 10 เป็นระยะเวลา 15 ปี สำหรับโครงการลงทุนใหม่ในพื้นที่ที่มีสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่ขาดสน ในเขตเศรษฐกิจและเขตไฮเทค และสำหรับโครงการลงทุนในสาขาที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง การทำวิจัยทางวิทยาศาสตร์ และการพัฒนาทางเทคโนโลยี การลงทุนในด้านการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่สำคัญของรัฐบาล และการผลิตซอฟต์แวร์

2) อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 10 ตลอดอายุของการดำเนินกิจการประกอบธุรกิจในการศึกษาและการฝึกอบรม การฝึกอบรมอาชีพ การดูแลสุขภาพ วัฒนธรรม กีฬา และสิ่งแวดล้อม



3) อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 20 สำหรับการดำเนินกิจการใน 10 ปีแรก สำหรับโครงการลงทุนใหม่ในพื้นที่ที่มีสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่ขาดสน

4) อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล ร้อยละ 20 สำหรับการดำเนินการตลอดอายุของกิจการ ใช้กับกรณีประกอบกิจการในสหกรณ์ บริหารกิจการเกษตร และกองทุนการให้สินเชื่อแก่ประชาชน

นอกจากนี้ รัฐบาลเวียดนามได้ประกาศลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลให้แก่ SMEs เป็นร้อยละ 20 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 กันยายน พ.ศ.2555 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและเป็นการส่งเสริม SMEs

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

นโยบายส่งเสริม SMEs มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวน SMEs สร้างความสามารถในการแข่งขัน การส่งเสริมให้เป็นส่วนหนึ่งในระดับโลก การส่งเสริมการจ้างงาน การผลักดัน การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมและความทันสมัยของประเทศ มีรายละเอียดดังนี้

1) สร้างสภาพแวดล้อมทางกฎหมายที่ดีทางธุรกิจ เช่น สร้างความเท่าเทียมกันทางโอกาส และการเข้าถึงความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล สร้างความโปร่งใสในการทำงานของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของรัฐบาลต่อผู้ประกอบการ SMEs เป็นต้น



2) กระทรวงการคลังร่วมมือกับธนาคารรัฐบาลแห่งเวียดนาม (State Bank of Vietnam) ให้ความช่วยเหลือทางการเงิน การจัดตั้งกองทุนประกันสินเชื่อ กองทุนการเงิน SMEs กองทุนการลงทุนที่มีความเสี่ยง และสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงินอื่นและการให้ประกันเชื่อ



3) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Ministry of Science and Technology) กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า (Ministry of Industry and Trade) กระทรวงศึกษาธิการและการฝึกอบรม (Ministry of Education and Training) และกระทรวงอื่นๆ ให้การส่งเสริม SMEs ทางด้านการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันเกี่ยวกับด้านต่างๆ ดังนี้ →



- นวัตกรรมเทคโนโลยี เกี่ยวกับการใช้งานและถ่ายทอดเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา
- การฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์
- ข้อมูลตลาดสำหรับการขยายตลาดและบูรณาการระหว่างประเทศ



3.10 สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

3.10.1 โครงสร้าง SMEs ของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

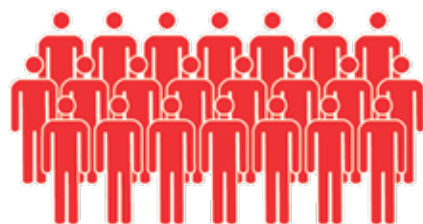
นิยาม SMEs ของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

ขนาดของธุรกิจ	มูลค่าสินทรัพย์ (รูเปียห์)	ยอดขายต่อปี (รูเปียห์)
 ขนาดย่อย (Micro)	< 50 ล้าน	< 300 ล้าน
 ขนาดเล็ก (Small)	50 ล้าน - 500 ล้าน	300 ล้าน - 2,500 ล้าน
 ขนาดกลาง (Medium)	500 ล้าน - 10,000 ล้าน	2,500 ล้าน - 50,000 ล้าน
 ขนาดใหญ่ (Large)	> 10,000 ล้าน	> 50,000 ล้าน

SMEs ของประเทศอินโดนีเซีย ถือเป็นหลักสำคัญของการพัฒนาประเทศ โดย SMEs มีมากถึงร้อยละ 99 ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีคนงานไม่เกิน 5 คน จุดเด่นของประเทศอินโดนีเซียคือการมีทรัพยากรธรรมชาติมาก มีแรงงานคุณภาพดีพอสมควร อย่างไรก็ตามก็ยังมีคนตกงานอยู่เป็นจำนวนมาก รัฐบาลจึงพยายามแก้ปัญหาการตกงาน โดยการส่งเสริมภาค SMEs เพื่อกระตุ้นการเพิ่มงาน

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

ในปีพ.ศ.2552 จำนวนของ SMEs คิดเป็น 52.7 ล้าน หรือร้อยละ 99 ของสถานประกอบการรวม ทำให้เกิดการจ้างงาน 96,200,000 ตำแหน่ง หรือร้อยละ 97.3 ของการจ้างงานทั้งหมด (Mukhamad & Kiminami, 2011) และสร้างมูลค่าเพิ่ม 2,993,151 พันล้านรูเปียห์ หรือร้อยละ 56.5 ของมูลค่ารวมเพิ่ม ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในระหว่างปีพ.ศ.2542-2552



3.10.2 พุทธิกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาคเอกชนในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย



รัฐบาลอินโดนีเซียได้จัดสรรเงินงบประมาณประจำปีพ.ศ.2553 จำนวน 20,000 ล้านบาทผ่านโครงการ Micro-Credit Support Programme (KUR) ซึ่งดำเนินการโดยธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล โดยมีช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม-กรกฎาคม พ.ศ.2553 ผู้ประกอบการ จำนวน 680,270 คน ได้รับเงินกู้รวมเป็นยอดเงินทั้งสิ้น 6.5 พันล้านบาท

3.10.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุน และส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

1. กฎหมายว่าด้วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (1995 Small and Medium Enterprises Act No. 9) กำหนดคำนิยามของกิจการ SMEs และกำหนดให้การพัฒนารุรกิจ SMEs จะต้องดำเนินการตามกฎหมายและนโยบายของภาครัฐบาล

2. กฎหมายเกี่ยวกับภาษีอากรของอินโดนีเซียที่สำคัญมีอยู่ 3 ฉบับ ได้แก่ 1) กฎหมายว่าด้วยภาษีอากร และวิธีพิจารณาคดีภาษีอากร (General Tax Provisions and Procedures Law) 2) กฎหมายภาษีเงินได้ (Income Tax Law) และ 3) กฎหมายว่าด้วยภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีสินค้าฟุ่มเฟือย (Value-Added Tax and Luxury Sales Tax Law) ดังแสดงตารางที่ 7

ตารางที่ 7 อัตราภาษีที่แก้ไขใหม่ในปีพ.ศ.2551

ผู้เสียภาษี	อัตรากาซี
ภาษีเงินได้นิติบุคคลทั่วไป	อัตรากาซีร้อยละ: 25
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (SMEs) หรือนิติบุคคลที่มีเงินได้ไม่เกิน 50,000 ล้านบาทต่อรอบปีภาษี	อัตรากาซีร้อยละ: 12.5
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	50 ล้านบาท : ร้อยละ: 5 50-250 ล้านบาท : ร้อยละ: 15 250-500 ล้านบาท : ร้อยละ: 25 มากกว่า 500 ล้านบาท : ร้อยละ: 30

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs



กระทรวงสหกรณ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Ministry of Cooperative and Small and Medium Enterprises: MSME) ถูกจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (1995 Small and Medium Enterprises Act No. 9) มีหน้าที่หลักในการสนองนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs และให้ความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ของรัฐบาล เกี่ยวกับการดำเนินการของ SMEs

โดย MSME ได้แบ่งหน้าที่หลักในการสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจ SMEs ออกเป็น 2 ประการ ได้แก่ เป็นสื่อกลางในการสร้างความสะดวกในการประกอบกิจการ SMEs และสร้างศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ซึ่ง MSME ได้จัดตั้ง SMEs Service Center เพื่อทำหน้าที่ให้บริการ ให้ความช่วยเหลือต่างๆ แก่ SMEs ทั่วประเทศ เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันในอาเซียน



กระทรวงการวิจัยและเทคโนโลยี (Ministry of Research and Technology) และสถาบันวิทยาศาสตร์แห่งชาติ (National Science Institutes) ได้จัดตั้งโครงการต่างๆ ขึ้นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมแก่ SMEs ให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศ เช่น โครงการ Tecnopreneur โครงการ Technology Incubation และโครงการ Venture Capital เป็นต้น



















Indonesia Eximbank (IEB) เป็นธนาคารของรัฐบาล ซึ่งก่อตั้งขึ้นตามความในกฎหมาย Act No. 2 of 2009 เพื่อให้บริการความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการชาวอินโดนีเซีย โดยเฉพาะ SMEs ที่ประกอบการด้านการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ทั้งด้านการเงินเพื่อการส่งออก การให้คำปรึกษาคำแนะนำแก่ธนาคาร สถาบันการเงิน และผู้ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก IEB (Indonesia Eximbank) มีบริการ ได้แก่ Export Financing Export Guarantee Export Insurance และ Advisory



3.11 สาธารณรัฐประชาชนจีน

3.11.1 โครงสร้าง SMEs ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

นิยาม SMEs ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ขนาดธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ	แรงงาน (คน)	สินทรัพย์ถาวร (หยวน)	รายได้รวมของธุรกิจ (หยวน)
 Small	 อุตสาหกรรม	< 300	< 40,000,000	< 30,000,000
	 ก่อสร้าง	< 600	< 40,000,000	< 30,000,000
	 ขายส่ง	< 100		< 30,000,000
	 ขายปลีก	< 100		< 10,000,000
	 การขนส่ง	< 500		< 30,000,000
	 การไปรษณีย์	< 400		< 30,000,000
	 โรงแรม / ท่องเที่ยว	< 400		< 30,000,000
 Medium	 อุตสาหกรรม	300-2,000	40,000,000-400,000,000	30,000,000-300,000,000
	 ก่อสร้าง	600-3,000	40,000,000-400,000,000	30,000,000-300,000,000
	 ขายส่ง	100-200		30,000,000-300,000,000
	 ขายปลีก	100-500		10,000,000-150,000,000
	 การขนส่ง	500-3,000		30,000,000-300,000,000
	 การไปรษณีย์	400-1,000		30,000,000-300,000,000
	 โรงแรม / ท่องเที่ยว	400-800		30,000,000-150,000,000

ประเทศจีนแบ่งภาคธุรกิจของ SMEs ออกเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแบ่งตามจำนวนแรงงาน สินทรัพย์ถาวรและรายได้รวมของธุรกิจ ซึ่งมีการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและช่วยเหลือ SMEs แต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับประเภทธุรกิจ ปัจจุบันประเทศจีนได้เพิ่มกลุ่มธุรกิจขนาดจิ๋วเข้ามาในแผนการช่วยเหลือและพัฒนา โดยคัดเลือกจากกลุ่มธุรกิจขนาดจิ๋วที่มีศักยภาพในการส่งออก ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจที่มีจำนวนแรงงานไม่ถึง 20 คน แต่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการสูง เช่น กลุ่มไอทีสารสนเทศ และกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ไม่ต้องการแรงงานจำนวนมาก แต่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในการสร้างนวัตกรรมจนสามารถแข่งขันเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประเทศจีน แบ่งเป็นมณฑลตามระดับตลาดออกเป็น 2 ตลาด ประกอบด้วย

1. ตลาดที่มีเศรษฐกิจปานกลาง-สูง

ได้แก่ มณฑลหรือเมืองที่มีระดับเศรษฐกิจปานกลาง-สูง มณฑลที่อยู่บริเวณเลียบชายฝั่งตะวันออกซึ่งติดกับทะเลและมณฑลที่อยู่ตอนใต้ เช่น กว่างโจว นครเซี่ยงไฮ้ นครกวางโจว เมืองเซินเจิ้น และนครเทียนจิน

2. ตลาดที่มีเศรษฐกิจปานกลาง-ต่ำ

ได้แก่ 12 มณฑลภาคตะวันตกของจีน ประกอบด้วย มณฑลส่านซี กานซู ชิงไห่ หนิงเซี่ย ชินเจียง เสฉวน ฉงชิ่ง ยูนนาน กุ้ยโจว ทิเบต กวางซี และมองโกเลีย

3.11.2 พฤติกรรม / กิจกรรม/ บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

รัฐบาลมีการออกมาตรการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันวิสาหกิจ โดยกฎหมายหลักที่สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีน ได้แก่ Law of the People's Republic of China on Promotion of Small and Medium Sized Enterprises ซึ่งได้กำหนดให้สภาแห่งชาติเป็นผู้ที่กำหนดนโยบาย และการวางแผนงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจทั้งสองประเภท โดยมีกรมต่างๆ ที่อยู่ในสังกัดของสภาแห่งชาตินั้น เป็นผู้ดำเนินการตามนโยบายและแผนที่สภาแห่งชาติกำหนด

3.11.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

1) การสนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กฎหมายกำหนดให้องค์กรภาครัฐทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs ต้องจัดให้มีการให้บริการข้อมูลที่เป็น และเหมาะสม และให้คำปรึกษาแก่ SMEs

2) ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี

กฎหมายได้วางนโยบายว่า รัฐบาลต้องมีการกำหนดนโยบายสนับสนุนให้ SMEs พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เทคนิค และอุปกรณ์ในการผลิตที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด

3) ด้านการพัฒนาการตลาด

รัฐบาลได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจการขนาดใหญ่ในการสร้างความร่วมมือกับวิสาหกิจขนาดเล็กโดยการจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และได้จัดงาน China International SMEs Fair เพื่อให้ SMEs เข้าสู่เวทีการแข่งขันในระดับสากล ทั้งยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

4) การจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาล

กฎหมาย Law of the People's Republic of China on Promotion of Small and Medium Sized Enterprises และ กฎหมาย Government Procurement Law and other laws and regulations กำหนดว่าเมื่อรัฐบาลต้องการจะจัดซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จากภาคเอกชน รัฐบาลจะต้องให้ความสำคัญต่อ SMEs เป็นอันดับแรก กล่าวคือต้องพิจารณาจัดซื้อสินค้าหรือบริการจาก SMEs เสียก่อนที่จะพิจารณาจัดซื้อจากธุรกิจขนาดใหญ่

5) การสนับสนุนด้านการส่งออก

กฎหมายกำหนดให้หน่วยงานของรัฐบาลและสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ให้คำแนะนำและสนับสนุน SMEs ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

กฎหมาย Law of the People's Republic of China on Promotion of Small and Medium Sized Enterprises ดังกล่าวข้างต้น ได้วางนโยบายที่สำคัญในการสนับสนุน SMEs ไว้อย่างละเอียดและชัดเจน โดยการกำหนดหน้าที่ของภาครัฐบาล ตั้งแต่รัฐบาลกลางไปจนถึงรัฐบาลท้องถิ่น และหน้าที่ของภาคเอกชน ตั้งแต่สถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์ และสถาบันต่างๆ รวมทั้งกำหนดให้วิสาหกิจขนาดใหญ่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา SMEs



3.12 ประเทศเกาหลีใต้

3.12.1 โครงสร้าง SMEs ประเทศเกาหลีใต้

นิยาม SMEs ของประเทศเกาหลีใต้

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวนแรงงาน (คน)	ทุนจดทะเบียน (USD)
<ul style="list-style-type: none"> การผลิต 	≤ 300	≤ 8,000,000
<ul style="list-style-type: none"> เหมืองแร่ ก่อสร้าง การขนส่ง 	≤ 300	≤ 3,000,000
<ul style="list-style-type: none"> ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วไป โรงแรมคอนโด ต้นนิคมทหาร การสื่อสารข้อมูล การประมวลผล อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ การให้บริการด้านวิศวกรรม โรงพยาบาล และการกระจายเสียง 	≤ 300	≤ 30,000,000
<ul style="list-style-type: none"> เมล็ดพันธุ์และการผลิตกล้าไม้ ประมง แก๊ส ไฟฟ้าและการประปา การแพทย์และผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับศิลปกรรมกระดูก ขายส่งน้ำมันเชื้อ เพลิงและที่เกี่ยวข้อง ขายส่งผลิตภัณฑ์สั่งซื้อ ทางไปรษณีย์ ขายแบบ door-to-door ขายทีวี หน่วยงานคลังสินค้าและการขนส่งที่เกี่ยวข้อง บริการระดับมืออาชีพ วิทยาศาสตร์และบริการ ด้านเทคโนโลยีธุรกิจ support service ภาพยนตร์ สวนสนุก 	≤ 200	≤ 20,000,000
<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจประเภทอื่นๆ 	≤ 50	≤ 5,000,000

ประเทศเกาหลีใต้มีบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 99 ของวิสาหกิจทั้งหมด (SMEs มีจำนวนประมาณ 3,000,000 ราย) มีการจ้างงาน คิดเป็นร้อยละ 88 (ลูกจ้างมีจำนวนประมาณ 10.8 ล้านคน) ของการจ้างงานทั้งหมดของประเทศ ในปีพ.ศ.2553 มีอัตราการว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ภาพรวม SMEs ของประเทศเกาหลีใต้

จากการศึกษามาตรการในการส่งเสริม SMEs ของเกาหลีใต้ พบว่า มีลักษณะพิเศษ 2 ประการ คือ ประการแรก เกาหลีใต้มีการกำหนดสิทธิพิเศษในการลดหย่อนภาษี สำหรับการลงทุนและในการทำ R&D สำหรับ SMEs ประการที่สอง มาตรการด้านภาษีที่ประเทศเกาหลีใต้ใช้ในการส่งเสริม SMEs ล้วนแต่ผูกโยงเข้ากับการยกระดับมาตรฐานในการผลิตหรือนวัตกรรม เพื่อเป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ในระยะยาว

3.12.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศเกาหลีใต้

ก. SMBA หรือ Small and Medium Business Administration

SMBA คือ สาขาของรัฐบาลที่เชี่ยวชาญ ในนโยบาย SMEs ในเกาหลีใต้ โดยหน่วยงาน มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาลสำหรับ SMEs เกือบทั้งหมด โดยในแง่ของอำนาจ SMBA (Small and Medium Business Administration) เป็นของกระทรวงเศรษฐกิจฐานความรู้



ข. การสนับสนุนทางการเงิน ของเทคโนโลยี R&D สำหรับ SMEs

สำหรับ SMEs เกือบทั้งหมดในเกาหลีใต้นั้น ถือว่าความสามารถทางเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการแข่งขัน โดย SMBA ได้ทำ โปรโมชันนวัตกรรมเทคโนโลยีของ SMEs ให้เป็นหนึ่งในนโยบายที่สำคัญที่สุด และมีโปรแกรมหลาย โปรแกรมเพื่อการนี้ ดังเช่น →

ค. Inno-biz และมาตรการ เพื่อเสริมสร้างการลงทุนร่วม

รัฐบาลเกาหลีใต้เข้มงวดกับการส่งเสริม โปรแกรม “Inno-Biz” (Innovative Business) อย่างมาก โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อเพิ่มอัตราการเติบโตและศักยภาพของ SMEs ในการแข่งขันทางเทคโนโลยี ปัจจุบันมี SMEs ที่เข้าร่วมโครงการ Inno-Biz เป็นจำนวนมาก และมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1. The SMEs Technological Innovation Programme ก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ.2540 เป็นกระดูกสันหลังของการสนับสนุน R&D สำหรับ SMEs ของคนเกาหลี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนค่าใช้จ่ายของ R&D สำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นการมุ่งที่การพัฒนาในทางปฏิบัติ โดยจะสามารถซื้อขายได้ภายใน 3 ปี
2. เงินทุนบางส่วนสำหรับค่าใช้จ่ายของ R&D มีสองประเภท ได้แก่ “โครงการยุทธศาสตร์” ซึ่งจำเป็นสำหรับ SMEs ที่อาจผลิตสิ่งของที่มีผลกระทบต่ออย่างมาก และ “โครงการทั่วไป” ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใน 1 ปี
3. “Purchase-Guaranteed New Product Development Programme” สนับสนุนการพัฒนาสินค้าใหม่ของ SMEs ในสองขั้นตอน ได้แก่ 1) องค์กรภาครัฐบาล และบริษัทขนาดใหญ่ประกาศความต้องการของสินค้าที่ SMEs อาจพัฒนา 2) SMBA สนับสนุนการพัฒนาของสินค้าเหล่านี้ด้วยเงินมากถึง 500,000,000 วอน และองค์กรที่สั่งซื้อจะรับประกันการสั่งซื้อตามรายงานของ SMBA ในปีพ.ศ.2552 ต่อ SMEs โดยโปรแกรมนี้มีประสิทธิภาพมากสำหรับ SMEs ในแง่การลดต้นทุนการพัฒนา ซึ่งจากมุมมองสากลแล้ว ในการสับเปลี่ยนสินค้าที่นำเข้าด้วยสินค้าที่ผลิตในประเทศ และการมีส่วนร่วมได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งในปีพ.ศ.2551 พบว่ามีองค์กรที่สั่งซื้อมากกว่า 170 องค์กร

ง. การฟื้นคืนและการเป็นสากลของ SMEs เป็นการเจริญเติบโตใหม่ ‘The Global Stars’

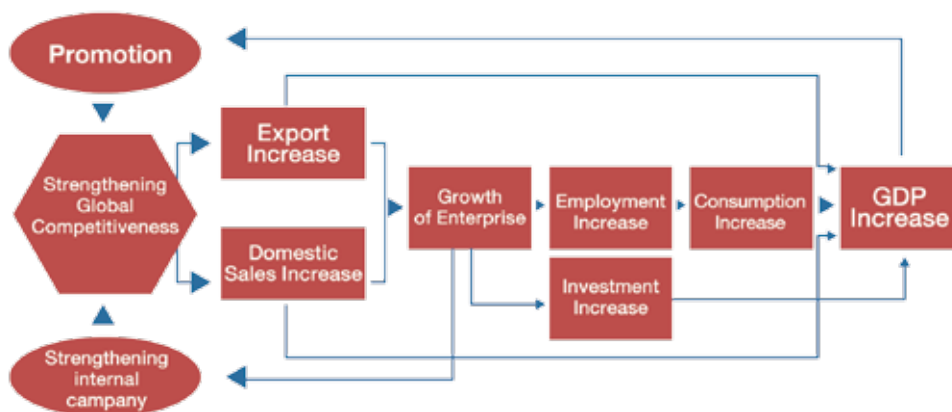
ประเทศเกาหลีมีการขยายความคิดริเริ่มที่มองออกไปด้านนอก ซึ่งเป็นการมุ่งเน้น การจัดกิจกรรมองค์กรขนาดใหญ่ โดยเพื่อให้ SMEs จากโปรแกรม ‘Global Star SMEs’ เป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจ

ตัวอย่างเช่น การใช้กลยุทธ์ของรัฐบาลและนโยบายการส่งออกของเกาหลี และธนาคารเพื่อการนำเข้าเปิดตัวโครงการ ‘300 Global Stars’ ในปีพ.ศ.2553 ซึ่งในช่วงเวลาสามปีเริ่มต้นในปีพ.ศ. 2553 โดย SMEs ที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการดังกล่าวจะได้รับการสนับสนุนแพ็คเกจการสนับสนุนความสามารถทางเทคโนโลยี ศักยภาพการเติบโตของวิสาหกิจ ความสามารถของผู้บริหารและความมั่นคงทางการเงินซึ่งแสดงได้ดังภาพ

ภาพที่ 11 เกณฑ์การคัดเลือก และการสนับสนุนของโครงการ Global Stars



ภาพที่ 12 นโยบายโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นทิศทางใหม่ของนโยบาย SMEs



3.12.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของประเทศเกาหลีใต้

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ประเทศเกาหลีใต้มีกฎหมายการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ไว้เป็นการเฉพาะ โดยการวางกรอบสำหรับ SMEs ที่อยู่ในข่ายที่จะได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐบาล กฎหมายที่สำคัญมีดังต่อไปนี้ Framework Act for SMEs in Korea (1966) SMEs Promotion Act (1978) SMEs Start-Up Support Act (1986) Special Measures on Venture Business Support (1997) และฉบับใหม่ล่าสุดคือ Act to Foster One Person Creative Corporations (2011)

นอกจากนี้ยังมีกฎหมายเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาล คือ SMEs Product Procurement Promotion Act (1981) และกฎหมายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ซึ่งกฎหมายเหล่านี้ได้กำหนดนิยามของ SMEs ไว้เป็นการเฉพาะ

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ประเทศเกาหลีใต้ได้พัฒนาจากประเทศที่ด้อยพัฒนามาเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับเศรษฐกิจโลก โดยรัฐบาลได้มีการวางนโยบายสนับสนุน SMEs อย่างเป็นรูปธรรม มีหน่วยงานและสถาบันต่างๆ ที่คอยรองรับและดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลอันมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้



1) นโยบายด้านการสร้างธุรกิจใหม่

Biz-Start-Ups เป็นนโยบายที่สำคัญของรัฐบาลในการสร้างธุรกิจใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีแนวคิดสร้างสรรค์ใหม่ เพื่อที่กระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ โครงการที่สำคัญได้แก่

- การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubator) ขึ้นในมหาวิทยาลัย สถาบันวิจัยต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- หลักสูตรการเริ่มต้นธุรกิจ (Start-Up Course) เพื่อที่จะให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการจะเป็นเจ้าของกิจการ หรือกิจการที่เพิ่งเริ่มก่อตั้ง
- ชมรมผู้ประกอบการ (Entrepreneur Club) ซึ่ง SMBA จะให้การสนับสนุนทั้งด้านการเงิน และการฝึกอบรมแก่ชมรม ซึ่งจะถูกจัดตั้งขึ้นในมหาวิทยาลัย

2) นโยบายด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

SMBA ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงได้จัดตั้งโครงการต่างๆ ขึ้นเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่น

- On-site Work Condition Improvement Program การลดอุปสรรคการทำงาน และปรับปรุงคุณภาพชีวิตของพนักงานในธุรกิจ SMEs เช่น การปรับปรุงสถานที่ทำงานให้มีอุณหภูมิที่เหมาะสม มีภูมิทัศน์ที่ดี และมีความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น
- Preferential Treatment for SMEs Employees ได้มีการดำเนินโครงการย่อยหลายโครงการที่จะเพิ่มจำนวนของพนักงานในธุรกิจ SMEs ด้วยการให้สิทธิพิเศษต่างๆ
- SMEs Experiencing Program for College Students เป็นโครงการที่สร้างเสริม และสนับสนุนให้เยาวชนมีความเข้าใจและเตรียมความพร้อมเพื่อเป็นเจ้าของกิจการ

3) นโยบายหลักสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปีพ.ศ.2555

- ขยายการจ้างงานนักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โดยการเตรียมความพร้อมทั้งด้านวิชาการ และจัดให้มีการศึกษาดูงานแก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษา จำนวน 1,100 คน ซึ่งคัดเลือกจากโรงเรียนต่างๆ 66 แห่ง ที่เข้าร่วมโครงการ
- สร้างความเข้มแข็งให้กับ SMEs ผ่านระบบ Healthcare System for SMEs ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ การสั่งยา และการรักษา ซึ่งจะใช้กับอุตสาหกรรมที่อ่อนแอ
- SMEs Training Center เป็นศูนย์ฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานของ SMEs ทั่วไปที่มีความต้องการให้พนักงานได้เข้ารับการฝึกอบรมโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อย



3.13 ประเทศออสเตรเลีย

3.13.1 โครงสร้าง SMEs ของประเทศออสเตรเลีย

นิยาม SMEs ของประเทศออสเตรเลีย

ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)	เฉลี่ยร้อยละ
 ขนาดเล็ก (Small)	< 20	96
 ขนาดกลาง (Medium)	20-199	4
 ขนาดใหญ่ (Large)	200 ขึ้นไป	0.3

จากข้อมูลการแบ่งขนาดธุรกิจของประเทศออสเตรเลียโดย Australian Bureau of Statistics (ABS) พบว่าส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (Small) ประมาณร้อยละ 96 โดยมีจำนวนมากถึง 2,000,000 ธุรกิจ ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียวและไม่มีแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 90 และเป็นธุรกิจขนาดกลาง (Medium) คิดเป็นร้อยละ 4 และเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (Large) คิดเป็นร้อยละ 0.3

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของประเทศออสเตรเลีย

ธุรกิจขนาดเล็ก (Small) ในประเทศออสเตรเลียมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของออสเตรเลีย โดยเฉพาะในเรื่องของการจ้างงานและภาคการผลิต ซึ่งร้อยละ 50 เป็นการจ้างงานของภาครัฐบาล ทั้งนี้ธุรกิจขนาดเล็กมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 86 รองลงมา คือ ธุรกิจก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 69 และธุรกิจบริการ คิดเป็นร้อยละ 51 รัฐบาลประเทศออสเตรเลียเล็งเห็นถึงความสำคัญ จึงสนับสนุนด้วยการให้ทุนแก่ธุรกิจขนาดเล็กที่มีเจ้าของเพียงผู้เดียว และมีศักยภาพในการสร้างนวัตกรรมใหม่

3.13.2 พหุกิจกรรม / กิจกรรม / บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของประเทศออสเตรเลีย



ประเทศออสเตรเลียถือว่าเป็นประเทศ ที่ประสบความสำเร็จมากในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยเฉพาะในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา เหตุผลที่เศรษฐกิจของประเทศออสเตรเลียสามารถขยายตัวได้ต่อเนื่องติดต่อกันกว่า 20 ปี และเป็นประเทศที่พัฒนาความสามารถในการแข่งขันขึ้นมาอยู่ในระดับ 20 ประเทศแรกของโลกนั้น เพราะประเทศออสเตรเลียได้ปฏิรูประบบเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ยกตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เช่น การปฏิรูปเศรษฐกิจ โดยลดบทบาทและการแทรกแซงของภาครัฐบาล การเน้นเรื่องคุณภาพของกระบวนการทำนโยบายสาธารณะ และการให้ความสำคัญเรื่องการศึกษา เป็นต้น โดยทั้งสามปัจจัยนี้มีผลให้ความสามารถในการเพิ่มผลผลิตหรือรายได้ของชาวออสเตรเลียสูงขึ้น ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่าการเพิ่มผลผลิตภาพ หรือ Productivity โดยผลผลิตภาพที่สูงขึ้นนำมาสู่ความสามารถในการหารายได้ของประเทศ จนปัจจุบันประเทศออสเตรเลียเรียกได้ว่าเป็นประเทศพัฒนาแล้วเต็มรูปแบบ และมีรายได้ประชาชาติต่อหัวสูงเป็นอันดับที่ 13 ของโลก

3.13.3 กฎหมายและนโยบาย ที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของประเทศออสเตรเลีย

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

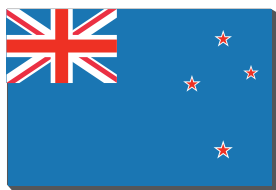
ประเทศออสเตรเลียไม่มีคำจำกัดความของ SMEs ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในระดับประเทศ โดยคำจำกัดความของ SMEs จะขึ้นอยู่กับหน่วยงานและกฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นสำหรับ SMEs โดยนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจส่วนใหญ่ของออสเตรเลียจะเน้นที่การส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กเป็นหลัก

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

แม้ว่าประเทศออสเตรเลียจะไม่ได้มีกฎหมายที่กำหนดเรื่องการสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กเป็นการเฉพาะ แต่ก็มีหน่วยงานของรัฐบาล คือ Department of Industry Innovation Science และ Research and Tertiary Education ทำหน้าที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำ ให้บริการ และเป็นฐานข้อมูลให้แก่ธุรกิจขนาดเล็ก นอกจากนี้ยังช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจและร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐบาล ในการกำหนดนโยบายและมาตรการเพื่อการสนับสนุนและช่วยเหลือธุรกิจขนาดเล็ก

Department of Industry Innovation Science และ Research and Tertiary Education มีโครงการต่างๆ ที่ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ตัวอย่างเช่น

- การให้บริการให้คำปรึกษาสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก โดย Small Business Advisory Services ให้คำปรึกษาแก่ธุรกิจขนาดเล็กด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ด้านการบริหารธุรกิจ วางแผนธุรกิจ การเป็นพี่เลี้ยงด้านธุรกิจ และความรู้ในเรื่องของกฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ เป็นต้น
- โครงการ Small Business Support Line (SBSL) เป็นจุดเริ่มแรกสำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่ต้องการเข้าถึงข้อมูล และการแนะนำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยมีบริการ Live Chat ที่สามารถสื่อสารกับผู้ขอรับบริการได้ทั้งทางโทรศัพท์ และทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสนทนาสดผ่านทางเว็บไซต์ www.business.gov.au
- โครงการ Textile Clothing and Footwear (TCF) Small Business Program (SBP) ให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน โดยการให้เงินทุนจำนวนสูงสุดถึง 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ เพื่อที่จะปรับปรุงธุรกิจของตน



3.14 ประเทศนิวซีแลนด์

3.14.1 โครงสร้าง SMEs ของประเทศนิวซีแลนด์

นิยาม SMEs ของประเทศนิวซีแลนด์

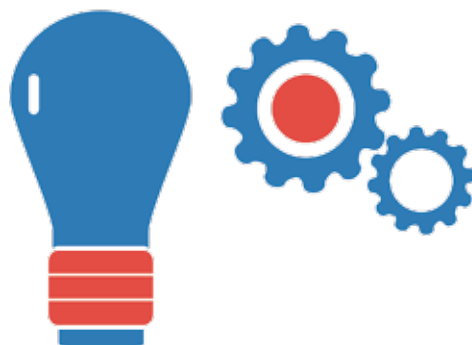
ขนาดของธุรกิจ	จำนวนแรงงาน (คน)
 Small - Medium	0-19
 Large	> 20

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของประเทศนิวซีแลนด์

SMEs ของประเทศนิวซีแลนด์เป็นธุรกิจที่มีเจ้าของเพียงคนเดียวดูแลการผลิตเองทั้งหมด โดยธุรกิจที่มีพนักงาน 1-5 คนมีการเติบโตมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจด้านอาหารและบริการ สำหรับธุรกิจที่มีพนักงานน้อยกว่า 20 คน จะอยู่ในกลุ่ม SMEs มีแรงงานคิดเป็นร้อยละ 31 หรือ 580,000 คน ส่วนธุรกิจขนาดย่อย (Micro) จะมีคนเอเชียเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด ประเภทธุรกิจที่ทำมากที่สุด คือ การให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ โดยเป็นเจ้าของคนเดียว รองลงมา คือ บริการการเงินและการเกษตร

3.14.2 พหุติกรรม / กิจกรรม / บทบาท ของภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการให้บริการ และส่งเสริม พัฒนา SMEs ของประเทศนิวซีแลนด์

นิวซีแลนด์เป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยนิวซีแลนด์ต้องการเป็นประเทศผู้นำในการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ ทั้งนี้บทบาทของ NZTE (New Zealand Trade & Enterprise) ครอบคลุมทั้งงานส่งเสริมการค้าการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาธุรกิจท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมการสร้างตราสินค้า (Branding) Pavilion Positioning และการบริหารจัดการที่ดี



3.14.3 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของประเทศนิวซีแลนด์

ก. สารสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

ประเทศนิวซีแลนด์ไม่มีกฎหมายที่บัญญัติไว้สำหรับการสนับสนุนและการพัฒนา SMEs เป็นการเฉพาะ มีเพียงนโยบายที่รัฐบาลกำหนดไว้เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการทำธุรกิจของ SMEs

ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

1) การสนับสนุน SMEs โดยรัฐบาลนิวซีแลนด์

องค์กร NZTE (New Zealand Trade & Enterprise) ทำหน้าที่พัฒนาธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้ธุรกิจของประเทศนิวซีแลนด์เจริญเติบโตมากขึ้นในตลาดต่างประเทศ NZTE ได้จัดตั้งโครงการในการช่วยสนับสนุน SMEs คือ NZTE Capability Development Vouchers โดยให้วิสาหกิจขนาดเล็กที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ มีสิทธิได้รับบัตรกำนัล เพื่อจ่ายในการรับบริการต่างๆ เช่น ค่าฝึกอบรมและค่าสัมมนา ในการเสริมสร้างความสามารถการบริหารกิจการของเจ้าของกิจการ ผู้บริหารกิจการ หรือผู้จัดการวิสาหกิจขนาดเล็ก โดยบัตรกำนัลนี้มีมูลค่าสูงถึงร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายสำหรับค่าบริการดังกล่าว

2) การสนับสนุนและการส่งเสริมด้านการเงินแก่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

กระทรวงวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม (Ministry of Science and Innovation หรือ MSI) ได้ให้เงินสนับสนุนกิจการทุกขนาดตั้งแต่ขนาดเล็กที่เพิ่งเริ่มต้นไปจนถึงกิจการที่ส่งออกสินค้าและบริการไปยังตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้เกิดการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้เทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมในกระบวนการผลิตสินค้า โดยมีมูลค่าการสนับสนุนสูงถึงร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่นั้นๆ

ก.



ข.



3) โครงการ Financial Guarantee Products for Exporters

สำนักงาน NZECO (The Export Credit Office) เป็นหน่วยงานราชการทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านสินเชื่อเพื่อการส่งออก โดยการให้การันตีด้านการเงิน เพื่อลดความเสี่ยงของสินเชื่อและช่วยเหลือผู้ส่งออก

ทั้งนี้ประเทศนิวซีแลนด์ไม่ได้มีการแบ่งแยกประเภทของธุรกิจว่าเป็นขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ เพราะฉะนั้นจึงไม่มีนโยบายหรือมาตรการเฉพาะที่ส่งเสริม SMEs ซึ่งโครงการต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น เป็นเพียงมาตรการที่ช่วยเหลือธุรกิจทุกขนาด โดยไม่คำนึงถึงประเภทหรือขนาดของธุรกิจ



3.15 สาธารณรัฐอินเดีย

3.15.1 โครงสร้าง SMEs ของสาธารณรัฐอินเดีย

นิยาม SMEs ของสาธารณรัฐอินเดีย

ขนาดของธุรกิจ	มูลค่าการลงทุนภาคการผลิต		มูลค่าการลงทุนภาคการบริการ	
	รูปี	ดอลลาร์สหรัฐ	รูปี	ดอลลาร์สหรัฐ
 ขนาดย่อย (Micro)	< 2,500,000	< 62,500	< 1,000,000	< 25,000
 ขนาดเล็ก (Small)	2,500,000–5,000,000	62,500–125,000	1,000,000–2,000,000	25,000–50,000
 ขนาดกลาง (Medium)	5,000,000–10,000,000	125,000–250,000	2,000,000–5,000,000	50,000–125,000

ประเทศอินเดียมีประชากรภาคแรงงานใน SMEs ประมาณ 73 ล้านคน ซึ่งถือเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 45 ของผลผลิตอุตสาหกรรม และมีสัดส่วนการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 40 สำหรับการส่งออกของ อินเดียทำให้เกิดการจ้างงานประมาณ 60 ล้านคน และสร้างงาน 13 ล้านตำแหน่งในแต่ละปี และมีผลิตภัณฑ์ มากกว่า 8,000 ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสำหรับตลาดอินเดียและต่างประเทศ

ภาพรวมของธุรกิจและ SMEs ของสาธารณรัฐอินเดีย

ประเทศอินเดียมีธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนประมาณ 13 ล้านธุรกิจ คิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ 9 ของ GDP มีมูลค่าการส่งออกประมาณร้อยละ 35 โดยเงินทุนส่วนใหญ่มาจากนักลงทุนต่างประเทศ ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีการทำ ธุรกิจผ่านทางระบบออนไลน์ ซึ่งอินเดียยังมีประชากรคนรุ่นใหม่วัยหนุ่มสาวที่อยู่ในวัยทำงานเป็นจำนวนมาก คิดเป็น ร้อยละ 64 และมีประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองเพียงร้อยละ 30 โดยร้อยละ 70 ของการบริโภค การค้าปลีกจะเกิดขึ้นใน เมืองขนาดใหญ่ลำดับต้นๆ จาก 200 เมืองของอินเดีย อาทิ กรุงนิวเดลี มุมไบ เจนไน กัลกัตตา ซึ่งสินค้าประเภท อาหารและของชำมีสัดส่วน คิดเป็นร้อยละ 65 ของตลาดค้าปลีกอินเดีย

3.15.2 พฤติกรรม / กิจกรรม / บทบาท ของภาครัฐบาลและเอกชนในการให้บริการ และส่งเสริมพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐอินเดียน

การค้าระหว่างประเทศไทย-อินเดียใน 10 เดือนแรกของปีพ.ศ.2555 (มกราคม-ตุลาคม พ.ศ.2555) คิดเป็นมูลค่ารวม 7,094.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 3.40) โดยเป็นการส่งออกจากไทย 4,503.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 4.06) และไทยนำเข้าจากอินเดีย 2,591.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 2.26) ไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้า จำนวน 1,912.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากมูลค่าการค้าดังกล่าว อินเดียเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับที่ 11 และเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับที่ 16 ของไทย

3.15.3 กฎหมายและนโยบาย ที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของสาธารณรัฐอินเดียน

ก. สาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมพัฒนา SMEs

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดเล็ก ขนาดย่อม และขนาดกลาง (Office of the Development Commissioner of Micro, Small & Medium Enterprises) มีบทบาทในการกำกับและดูแลการพัฒนา และให้การช่วยเหลือสนับสนุน SMEs ซึ่งมีสำนักงานสาขากว่า 60 แห่งทั่วประเทศ และยังมีหน่วยงานอิสระที่อยู่ในการกำกับดูแลอีก 18 แห่ง ซึ่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์การอบรมพัฒนาความรู้ในด้านการดำเนินธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี การฝึกปฏิบัติการ และทดลองออกแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกล และอุปกรณ์ต่างๆ



ข. นโยบายและมาตรการที่ใช้ ในการส่งเสริมพัฒนา SMEs

นโยบายและมาตรการที่สำคัญในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ของรัฐบาลอินเดียสำหรับปีพ.ศ.2554-2555 กำหนดให้มีการสงวนการผลิตสินค้าบางประเภทสำหรับผู้ผลิตที่เป็น SMEs สำหรับรายการสินค้าที่อยู่ในบัญชีสงวนไว้ให้เฉพาะผู้ผลิต SMEs เท่านั้น โดยระบุไว้ในกฎหมาย The Industries (Development & Regulation) Act พ.ศ.2494 ซึ่งได้แก่อุตสาหกรรมการผลิตอาหาร ไม้ และผลิตภัณฑ์จากไม้ ผลิตภัณฑ์กระดาษ เคมีภัณฑ์ แก้ว เซรามิก เครื่องจักรกล แต่ไม่รวมถึงอุปกรณ์สำหรับการขนส่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- การสนับสนุนการส่งออก โดยการฝึกอบรมด้านการบรรจุหีบห่อ โดยใช้หลักการและเทคนิคทางวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย และได้มาตรฐานสากล
- โครงการสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ เพื่อจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการขึ้นในสถานศึกษา โดยมีเป้าหมายในการสร้างชมรมผู้ประกอบการให้ครบ 1,200 แห่งทั้ง 5 ภาคของประเทศอินเดีย โดยแต่ละภาคจะต้องจัดให้มี 240 ชมรมผู้ประกอบการต่อปี
- การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ SMEs โดยการสร้างฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและศูนย์เครือข่ายวิทยบริการ เพื่อให้ข้อมูลด้านต่างๆ ที่ SMEs ต้องการในแต่ละอุตสาหกรรม รวมทั้งการสร้างเครือข่ายที่ให้ผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกันหรือต่างกัน

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ นโยบายและมาตรการ การพัฒนา SMEs





















ระหว่างประเทศต้นแบบในกลุ่ม OECD

กลุ่ม ASEAN Economic Community +6

และประเทศไทย (Benchmarking)

ในบทนี้ จะกล่าวถึง การวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบาย และมาตรการการพัฒนา SMEs ระหว่างประเทศต้นแบบ ในกลุ่ม OECD กลุ่ม ASEAN Economic Community +6 ซึ่งประกอบด้วยราชอาณาจักรกัมพูชา ไทย บรูไนดารุสซาลาม สาธารณรัฐแห่งสหภาพมาเลเซีย สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสาธารณรัฐอินเดีย เปรียบเทียบกับประเทศไทย (Benchmarking) เพื่อแสดงให้เห็นถึงระดับการพัฒนา SMEs ของประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ที่เลือกศึกษา โดยเป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนา SMEs มาอย่างต่อเนื่อง หลังจากเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจเมื่อปีพ.ศ.2540 ด้วยการตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขึ้นมาดูแลโดยเฉพาะ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบจะทำให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างเศรษฐกิจ ตลอดจนนโยบาย และมาตรการการพัฒนา SMEs ของแต่ละประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย โดยมีทั้งสิ่งที่ได้ดำเนินการแล้วและสิ่งที่ยังไม่ได้ดำเนินการ ซึ่งผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงรายการเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการของรัฐบาลในแต่ละประเทศที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนและส่งเสริม SMEs

นโยบาย/ประเทศ	ภาษา อักษร	งานวิจัย พัฒนา	งานค้าประกันสินเชื่อ (Portfolio) สำหรับ ผู้ประกอบการใหม่	การจัดตั้งศูนย์บริการ ขององค์การส่งเสริม SMEs ตามในพื้นที่ ชนบท/ในต่างประเทศ	การปม เพาะธุรกิจ	การเข้า สู่ตลาดต่าง ประเทศ	ธุรกิจ สีเขียว	การพัฒนา ด้านเทคนิค/ นวัตกรรม ใหม่
ญี่ปุ่น 	●	●		●		●	●	●
เนเธอร์แลนด์ 	●	●				●		●
อังกฤษ 	●	●			●	●	●	●
สัมพันธรัฐ รัสเซีย 	●				●	●		●
สหรัฐ อเมริกา 		●		●	●	●	●	●
ราชอาณาจักร กัมพูชา 						●		●
ไทย 	●		●					
บรูไน ดารุสซาลาม 		●	●		●	●		●
สาธารณรัฐ แห่งสหภาพพม่า 		●			●			●
สาธารณรัฐ ฟิลิปปินส์ 	●	●	●	●	●	●	●	●
มาเลเซีย 	●	●	●	●	●	●	●	●
สาธารณรัฐ ประชาธิปไตย ประชาชนลาว 		●			●	●		
สาธารณรัฐ สิงคโปร์ 	●	●			●	●	●	●
สาธารณรัฐ สังคมนิยม เวียดนาม 	●	●			●	●		●
สาธารณรัฐ อินโดนีเซีย 						●	●	●
สาธารณรัฐ ประชาชนจีน 		●			●	●	●	●
เกาหลีใต้ 	●	●			●	●	●	●
ออสเตรเลีย 		●						●
นิวซีแลนด์ 		●				●		●
สาธารณรัฐ อินเดีย 			●	●	●	●		●

สำหรับในประเทศไทย คณะรัฐมนตรีได้กำหนดมาตรการการคลังและการเงิน เมื่อวันที่ 8 มกราคม พ.ศ.2556 เพื่อบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) อันมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. ขยายระยะเวลามาตรการภาษีเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถของ SMEs ออกไปอีก 1 ปี จากเดิมสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2555 เป็นสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2556 ดังนี้

- 1.1 ให้นายจ้างที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลหักค่าใช้จ่ายส่วนต่างค่าแรงขั้นต่ำได้ 1.5 เท่า
- 1.2 ให้อยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลจากการขายเครื่องจักรเก่า เพื่อซื้อเครื่องจักรใหม่และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- 1.3 ให้สามารถหักค่าเสื่อมเครื่องจักรใหม่ได้ 100 เปอร์เซ็นต์ ในปีแรก

2. ปรับเพิ่มการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งมีทุนที่ชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30 ล้านบาท จากเดิม 150,000 บาทแรก เป็น 300,000 บาทแรก สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 เดือน มกราคม พ.ศ.2556 เป็นต้นไป

3. ปรับเพิ่มอัตราค่าเช่าที่พักและค่าอาหารในการฝึกอบรมของส่วนราชการให้สอดคล้องกับค่าครองชีพและสภาพการณ์ปัจจุบัน

4. จัดทำโครงการค้ำประกันสินเชื่อในลักษณะ Portfolio Guarantee Scheme (PGS) ระยะที่ 5 ต่อเนื่องจากระยะที่ 4 ผ่านบริษัทค้ำประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) โดยมีระยะเวลาค้ำประกัน 7 ปี เพื่อสนับสนุน SMEs ที่มีศักยภาพแต่ขาดหลักประกันให้สามารถเข้าถึงสินเชื่อ

5. ขยายระยะเวลาโครงการสินเชื่อเพื่อพัฒนาผลิตภาพการผลิต (Productivity Improvement Loan) ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย(ธพว.) ประกอบด้วย (1) สินเชื่อเพื่อพัฒนาเครื่องจักร และ (2) สินเชื่อเพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน โดยรัฐบาลจะชดเชยส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 ใน 2 ปีแรก










6. ขยายระยะเวลาโครงการค้ำประกันสินเชื่อในลักษณะ Portfolio Guarantee Scheme สำหรับผู้ประกอบการใหม่ (PGS New/Start-up) ออกไปอีก 3 ปี โดยมีอายุการค้ำประกัน 7 ปี

ทั้งนี้ นอกเหนือจากมาตรการช่วยเหลือ SMEs ซึ่งเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลตั้งที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ประเทศไทยได้มีโครงการช่วยเหลือและส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านทางหน่วยงานที่สำคัญ เช่น หน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งทำหน้าที่ในการนำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติ และมีโครงการภายในหน่วยงานจำนวนมาก ที่ดำเนินการให้การส่งเสริม และสร้างโอกาสในการทำธุรกิจแก่ SMEs ของประเทศไทยอีกด้วย ทั้งนี้ ประเทศที่เป็นต้นแบบที่ดีที่สุด (Best Practice) ในการดำเนินนโยบายด้านต่างๆ มีดังตารางที่ 9

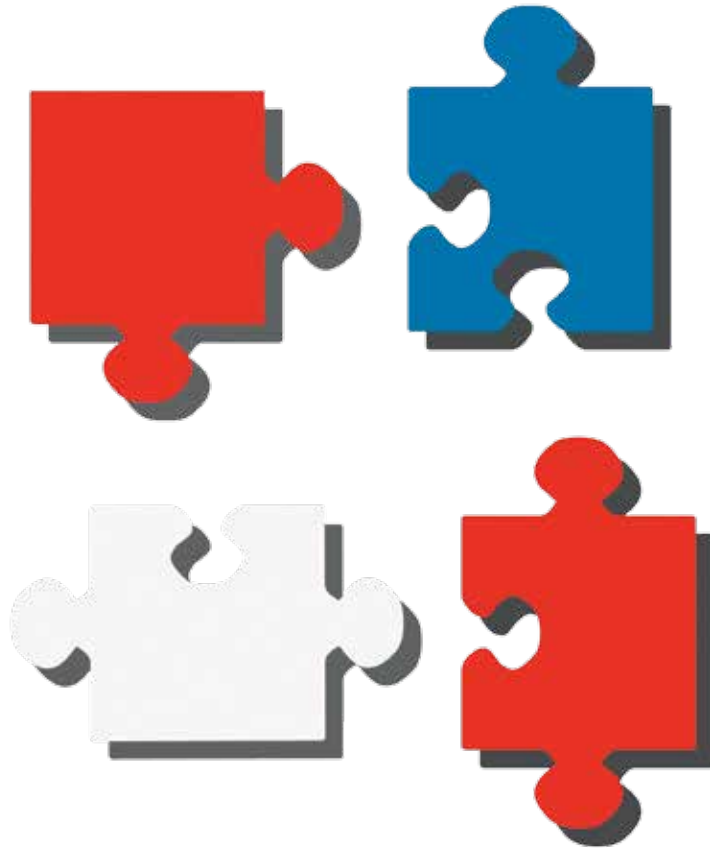
ตารางที่ 9 แสดงนโยบายและมาตรการของประเทศ ที่เป็นต้นแบบที่ดีที่สุด (Best Practice)

นโยบายด้าน	รายละเอียดของนโยบายและมาตรการ	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
 <p>ภาษีอากร</p>	<p>สิทธิประโยชน์ทางภาษี</p> <ul style="list-style-type: none"> ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลแก่ธุรกิจ SMEs ใหม่สำหรับรายได้ 100,000 ดอลลาร์สิงคโปร์แรกเป็นเวลา 3 ปีติดต่อกัน จัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 8.5 แก่ธุรกิจ SMEs สำหรับรายได้ 300,000 ดอลลาร์สิงคโปร์แรก SME Cash Grant SMEs ยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับเงินสตร้อยละ 5 แต่ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สิงคโปร์เฉพาะปีภาษี พ.ศ.2555 <hr/> <p>Angel Investors Tax Deduction Scheme (AITD)</p> <ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจใหม่ที่มีเงินลงทุนยังไม่เกิน 100,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ ได้รับสิทธิหักลดหย่อนเมื่อครบกำหนด 2 ปีภาษี เป็นจำนวนร้อยละ 50 ของเงินได้ทั้งหมดที่อยู่ในบังคับต้องนำมาคำนวณภาษี หักลดหย่อนภาษีได้สูงสุดไม่เกิน 250,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อหนึ่งปีภาษี 	 <p>สิงคโปร์</p>	<p>IRA</p> <hr/> <p>SPRING</p>
 <p>การจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กรส่งเสริม SMEs ตามพื้นที่ชนบทและในต่างประเทศ</p>	<p>จัดตั้งสำนักงานสาขาในทุกรัฐ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ</p> <ul style="list-style-type: none"> เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเงินทุน และการส่งเสริม SMEs ให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ทำหน้าที่สำนักงานหักบัญชี (Clearing House) เป็นศูนย์กลางข้อมูลทางการค้าออนไลน์ 	 <p>มาเลเซีย</p>	<p>SME Corp</p>
 <p>การบ่มเพาะธุรกิจ</p>	<p>โครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubation Program)</p> <ul style="list-style-type: none"> ช่วยเหลือในการจัดตั้งอุตสาหกรรมใหม่ภาคการเกษตร ประมง และท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อุตสาหกรรมภาคการผลิตและภาคบริการ <hr/> <p>โครงการบ่มเพาะความรู้ทางเทคนิค</p> <ul style="list-style-type: none"> ช่วยเหลือ SMEs ในการวางแผนธุรกิจ <hr/> <p>โครงการศูนย์บ่มเพาะ iCentre (iCentre Incubation Programme)</p>	 <p>บรูไน</p>	<p>EDC</p> <hr/> <p>EDC</p> <hr/> <p>BEDB</p>
	<p>Incubator Development Programme (IDP)</p> <ul style="list-style-type: none"> ให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้จัดกิจกรรมการบ่มเพาะ เพื่อพัฒนาศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการ ให้ความช่วยเหลือทางการเงิน การจัดการ การให้คำแนะนำทางเทคนิคและการเข้าถึงตลาด 	 <p>สิงคโปร์</p>	<p>SPRING</p>

ตารางที่ 9 (ต่อ) แสดงนโยบายและมาตรการของประเทศ
ที่เป็นต้นแบบที่ดีที่สุด (Best Practice)

นโยบายด้าน	รายละเอียดของนโยบายและมาตรการ	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
 การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	<p>ให้บริการและอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> • การจัดหาข้อมูลการตลาดศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการค้า • พัฒนาลิขสิทธิ์ของสิงคโปร์ และการจับคู่ทางธุรกิจกับธุรกิจ ในต่างประเทศ • นโยบายส่งเสริมสิงคโปร์ให้เป็นผู้นำทางการค้าระหว่างประเทศ 	 สิงคโปร์	IE Singapore
 ธุรกิจสีเขียว	<p>Quality for Enterprises Through Standards (QUEST) Programme</p> <ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจเกี่ยวกับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การประหยัดพลังงาน และเทคโนโลยีสีเขียว <p>Local Enterprise Application & Products (LEAP) Grant</p> <ul style="list-style-type: none"> • ให้เงินทุนไม่เกิน 150,000 ดอลลาร์บรูไน • ผู้ส่งออกที่มีศักยภาพ กิจกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีนวัตกรรม และกิจการที่มีแผนประกอบการที่เข้มแข็ง • ค่าใช้จ่ายในการซื้อฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ อุปกรณ์งานเข้าสถานประกอบการ หรือทำวิจัยตลาด 	 สิงคโปร์	SPRING
   การพัฒนา ด้านเทคนิคและ นวัตกรรมใหม่	<p>การออกไปรับรอง 1-InnoCERT</p> <ul style="list-style-type: none"> • เป็นการรับประกันว่าเป็นธุรกิจนวัตกรรมใหม่ • ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการจัดกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา <p>โครงการ Knowledge SMEs (K-SMEs)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ให้ความช่วยเหลือทางการเงิน การฝึกอบรมพัฒนาทักษะ การปรับปรุงการวิจัย และความสามารถทางนวัตกรรม • ให้สิทธิเข้าร่วมกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ <p>Six High Impact Programmes: 6 HIPs</p> <ul style="list-style-type: none"> • HIP 2 จัดตั้งเครือข่ายแพลตฟอร์มเทคโนโลยีการสื่อสารทั่วประเทศ เพื่อส่งเสริมความคิดทางนวัตกรรมใหม่ โดยเชื่อมโยงความช่วยเหลือทางการเงิน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและข้อมูลด้านการตลาดเข้าไว้ด้วยกัน 	 มาเลเซีย	BNM และ SME Corp
	<p>Innovation and Capability Voucher (ICV)</p> <ul style="list-style-type: none"> • เป็นบัตรกำนัลที่มอบให้แก่ SMEs โดยการมอบเงินทุนจำนวน 5,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ • เป็นค่าใช้จ่ายเพื่อพัฒนานวัตกรรม ผลผลิต ทรัพยากรมนุษย์และบริหารการเงิน <p>Technology Innovation Programme (TIP)</p> <ul style="list-style-type: none"> • เสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันทางด้านนวัตกรรม 	 สิงคโปร์	NSDC
			NSDC
			SPRING

บทสรุปและข้อเสนอแนะ ต่อการนำมาประยุกต์ ใช้กับ SMEs ประเทศไทย



นโยบาย และมาตรการหลายประเภทของประเทศต้นแบบในกลุ่ม OECD และประเทศใน ASEAN +6 ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับประเทศไทย เพื่อการพัฒนา SMEs ไทยสู่ระดับสากล (Internationalization) แบ่งออกได้เป็น 7 ด้าน ได้แก่ ภาษีอากร การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา การจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กร ส่งเสริม SMEs ในจังหวัดต่างๆ การบ่มเพาะธุรกิจ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ธุรกิจสีเขียว และการพัฒนา ด้านเทคนิคและนวัตกรรมใหม่ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านภาษีอากร

นโยบายและมาตรการ ด้านภาษีอากร

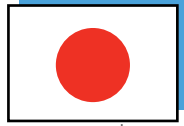
SMEs ได้รับสิทธิพิเศษ
ไม่ต้องเสียภาษีเงินได้
นิติบุคคลเป็นเวลา 3 ปี

SMEs ได้รับสิทธิ
ในการนำค่าเลี้ยงรับรอง
และค่าใช้จ่ายด้านสังคม
มาหักเป็นค่าใช้จ่าย
ในกรณีคำนวณภาษีได้
มากถึงร้อยละ 90
ของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

ประเทศอังกฤษ



ประเทศต้นแบบ



ประเทศญี่ปุ่น



กรมสรรพากร
เป็นผู้รับผิดชอบ

มาตรการด้านภาษีอากร ที่ประเทศส่วนใหญ่นำมาใช้ ในการส่งเสริม SMEs คือ การลดหย่อนอัตราภาษีให้แก่ SMEs ซึ่งหมายความว่า SMEs จะต้องมีส่วนที่ ในการเสียภาษีทันทีที่เริ่มกิจการโดยไม่มีระยะเวลา ผ่อนปรนให้ธุรกิจได้มีกำไร หรือมีความมั่นคงในทางการเงิน เสียก่อน อันเป็นการสร้างภาระแก่ธุรกิจขนาดเล็ก ที่มีทุนจำกัดทำให้ไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะพัฒนากิจการได้ เนื่องจากต้องนำรายได้ส่วนหนึ่งไปชำระภาษีอากร

แต่ประเทศอังกฤษเล็งเห็นความสำคัญในการให้ SMEs ได้มีโอกาสนำเงินได้ไปใช้ เพื่อการพัฒนาธุรกิจ อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องจัดสรรเงินดังกล่าวไปเป็นค่าภาษี อากรในช่วงเวลาเริ่มต้นกิจการ จึงกำหนดเป็นนโยบาย ยกเว้นภาษีอากรให้แก่ SMEs เป็นเวลา 3 ปีนับแต่เริ่ม ดำเนินกิจการ ซึ่งช่วยให้ SMEs สามารถปรับตัว และพัฒนาศักยภาพในระยะเริ่มทำธุรกิจได้

ส่วนประเทศญี่ปุ่นนั้น ได้อนุญาตให้ SMEs นำค่าใช้จ่าย ด้านสังคมและค่าเลี้ยงรับรองมาหักลดหย่อนภาษีอากร ได้มากถึงร้อยละ 90 ของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

เมื่อพิจารณาจากนโยบายด้านภาษีอากรของทั้งสอง ประเทศแล้ว จะเห็นได้ว่าประเทศไทยควรนำแนวทาง ของประเทศอังกฤษมาเป็นต้นแบบในการให้สิทธิพิเศษ ทางภาษีอากรแก่ SMEs โดยกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม ในการยกเว้นการเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ซึ่งจะเป็นการ ช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในระยะแรกให้แก่ SMEs ของไทย และยังเป็น การเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน ในธุรกิจด้วย นอกจากนี้ ประเทศไทยควรนำต้นแบบ นโยบายการหักลดหย่อนภาษีอากรของประเทศญี่ปุ่น มาปรับใช้ เป็นมาตรการเสริมกับนโยบายการยกเว้น ภาษีอากรตามช่วงเวลาที่เหมาะสม อันจะเป็นการส่งเสริม SMEs ให้มีโอกาส และศักยภาพในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น




2. ด้านส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา

ประเทศต้นแบบทุกประเทศให้ความสำคัญเรื่องการวางนโยบายการพัฒนา และสนับสนุน SMEs ให้มีการวิจัย เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการอย่างต่อเนื่อง เช่น ประเทศเกาหลีใต้ ที่มีความโดดเด่นในนโยบายด้าน การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาอย่างมาก เห็นได้จากการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่ได้จากการวิจัยพัฒนา สร้างผลิตภัณฑ์ ที่มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีมูลค่าต่อหน่วยสูง จนทำให้สามารถ พลิกผันตัวเองจากประเทศยากจนกลายเป็นประเทศที่มีความมั่งคั่ง

ในการสนับสนุนนโยบายดังกล่าว รัฐบาลเกาหลีใต้ได้วางกลไกการดำเนินการไว้อย่างเป็นระบบ โดยกำหนดให้ Korean Institute for Advancement of Technology (KIAT) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องการจัดหาทุนใน โครงการวิจัย การพัฒนาสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และการดูแลการดำเนินงานระหว่างจัดทำโครงการ

นอกจากนี้ยังมี Korea Evaluation Institute of Industrial (KEIT) เป็นหน่วยงานที่คอยตรวจสอบการดำเนิน โครงการและการติดตามผลงาน โดยมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม ตั้งแต่การเริ่มให้ทุน การช่วยเหลือการดำเนินโครงการ และติดตามประเมินผลงาน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมีคุณภาพอย่างครบวงจร

แม้ว่าประเทศไทยจะมีหน่วยงานที่สนับสนุนด้านการทำวิจัยและพัฒนาอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ศูนย์วิจัยต่างๆ ในมหาวิทยาลัย เป็นต้น แต่เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการของ ประเทศเกาหลีใต้แล้ว จะเห็นได้ว่าหากประเทศไทยมีการจัดตั้งโครงการใหญ่ที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลางความร่วมมือ ของหน่วยงานต่างๆ และกำหนดให้ทุกหน่วยงานต้องมีแผนการดำเนินงานและแผนปฏิบัติการที่เป็นไปในทิศทางและ ระบบเดียวกัน ตลอดจนควรมีการกำหนดโครงการที่เน้นไปที่การพัฒนาและวิจัย อันจะเป็นการสร้างผลลัพธ์ที่เป็น รูปธรรมมากกว่าการส่งเสริมการพัฒนาและวิจัยแบบไม่มีการรวมศูนย์ เป็นผลให้นโยบายด้านการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนาของประเทศไทยไม่โดดเด่นและได้ผลเท่าที่ควร

นโยบายและมาตรการด้านส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
<ul style="list-style-type: none"> > การเพิ่มสัดส่วนในการหักค่าใช้จ่ายของ SMEs ที่ใช้ไปกับการวิจัยและพัฒนาเป็นจำนวนร้อยละ 225 > การสนับสนุนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการใช้เทคนิคและอุปกรณ์ในการผลิตที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ตลอดจนการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการต่างๆ ทั้งนี้หน่วยงานของรัฐบาลทุกภาคส่วนต้องสนับสนุนด้านการให้บริการ ให้คำปรึกษา การวางแผน ทั้งด้านการเงิน การใช้ที่ดิน รวมถึงการจัดให้มีสถาบันด้านการให้บริการ และศูนย์ให้บริการด้านเทคนิคที่หลากหลาย ตลอดจนการให้การสนับสนุนด้านการประดิษฐ์คิดค้น โดยใช้เทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ร่วมด้วย > การจัดตั้งสถาบันเพื่อช่วยเหลือการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น <ol style="list-style-type: none"> 1) Korean Institute for Advancement of Technology (KIAT) ที่พัฒนาและสนับสนุนการทำวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในตลาดระหว่างประเทศ การวางแผนสำหรับอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยี โครงการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ 2) Korea Evaluation Institute of Industrial (KEIT) สนับสนุนด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยการให้ทุนแก่ SMEs ในการบริหารจัดการ ทั้งการวางแผนโครงการ การพัฒนา การประเมินโครงการ และการติดตามผลงาน โดยมีโครงการสนับสนุนและพัฒนา “Global Star SMEs” เพื่อให้ SMEs ได้พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าในการเข้าตลาดยุคไร้พรมแดน 	<div style="text-align: center;">  ประเทศอังกฤษ </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  สาธารณรัฐประชาชนจีน </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  ประเทศเกาหลีใต้ </div>	<p style="text-align: center;">กรมสรรพากร</p> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;">SME Department หน่วยงานราชการ ทุกหน่วยและหน่วย งานส่วนท้องถิ่น</p> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;">กระทรวงความ รู้ ด้านเศรษฐกิจ</p>



นอกจากนี้รัฐบาลไทยควรจัดให้มีหน่วยงานภาครัฐบาลที่เป็นหน่วยงานกลางทำหน้าที่จัดทำโครงการขึ้นตลอดจนประสานงานกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันวิจัยต่างๆ ให้เข้าร่วมในโครงการ พร้อมกับการทำหน้าที่จัดสรรงบประมาณสนับสนุนโครงการดังกล่าว เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มีลักษณะเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งประเทศ และสร้างให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์กับ SMEs ตลอดจนเกิดการพัฒนาประเทศในภาพรวม

ประเทศไทยยังควรพิจารณาการส่งเสริม SMEs ให้เล็งเห็นความสำคัญและได้รับโอกาสในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย และพัฒนากับการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ด้วยการสร้างแรงจูงใจจากการเพิ่มสัดส่วนในการหักค่าใช้จ่ายของ SMEs ที่ใช้ไปกับการวิจัยและพัฒนา ดังเช่น มาตรการของประเทศอังกฤษ หรือ เนเธอร์แลนด์ที่ได้มีการใช้มาตรการดังกล่าวนี้ กระตุ้นให้เกิดการวิจัยและพัฒนาขึ้น เพราะนอกจากจะเกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดแล้ว ยังเป็นการช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศอีกด้วย

3. การจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กรส่งเสริม SMEs ในเมืองต่างๆ


นโยบายและมาตรการด้านการจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กรส่งเสริม SMEs ในเมืองต่างๆ	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Small Business Administration (SBA) เป็นหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการให้คำปรึกษาและอบรมด้านต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจแก่ธุรกิจขนาดย่อมในรูปของโครงการความช่วยเหลือต่างๆ โดย SBA มีสำนักงานเขตสาขา (SBA District Offices) อยู่ทั่วประเทศ มีหน้าที่ในการช่วยเหลือเครื่องมือต่างๆ ที่ช่วยเหลือ SMEs เพื่อให้ SMEs ดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและขยายกิจการได้ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ตรวจตราเพื่อให้มั่นใจว่าโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดย่อมของ SBA นั้นมีการดำเนินการไปอย่างทั่วถึงทุกรัฐในประเทศสหรัฐอเมริกา ➤ Women's Business Centers (WBCs) เป็นหน่วยงานที่มีเครือข่ายศูนย์การศึกษากว่า 100 แห่ง เพื่อให้การช่วยเหลือนักธุรกิจขนาดย่อมที่เริ่มก่อตั้ง และสร้างกิจการของตนเอง ➤ U.S. Export Assistance Centers เป็นหน่วยงานที่ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในด้านเทคโนโลยีเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดย่อมสามารถนำสินค้าและบริการของตนไปสู่การค้าระหว่างประเทศได้ ➤ Small Business Development Centers (SBDCs) มีหน้าที่ช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดย่อมในด้านเทคนิคต่างๆ เพื่อให้เกิดการขยายธุรกิจและมีการพัฒนาอย่างถาวร โดยการดูแลและบ่มเพาะธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้น เช่น การเขียนแผนธุรกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศ จนกิจการมีความมั่นคงและประสบความสำเร็จ 	 สหรัฐอเมริกา	SBA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ MSME (Office of the Development Commissioner (Micro, Small & Medium Enterprises: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดเล็ก ขนาดย่อมและขนาดกลาง) มีบทบาทและหน้าที่ในการกำกับดูแลการพัฒนาและให้การช่วยเหลือสนับสนุน SMEs ซึ่งมีสำนักงานสาขา กว่า 60 แห่งทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานอิสระที่อยู่ในการกำกับดูแลอีก 18 แห่ง เช่น MSME Development Institutes หรือ MSME-DI ที่มีสาขาแยกย่อยอีกกว่า 30 แห่งทั่วเมืองหลวงของรัฐต่างๆ และเมืองอุตสาหกรรมทั่วประเทศซึ่งมีหน้าที่ในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการทำธุรกิจ รวมถึงการแข่งขันของ SMEs 	 สาธารณรัฐอินเดีย	MSMEs

ปัจจัยที่ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs คือ การมีหน่วยงานกลางที่มีภารกิจในการดูแล SMEs โดยตรง ทำหน้าที่นำนโยบายในการพัฒนา SMEs มา กำหนดเป็นแผนปฏิบัติการและยังทำหน้าที่เป็นหน่วยงาน ที่เป็น ผู้ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ เกิดการขยายการให้บริการต่างๆ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก่ SMEs อย่างทั่วถึงทั้งประเทศ

นอกจากนี้รัฐบาลไทยควรให้ความช่วยเหลือและพัฒนา SMEs ตามความต้องการในแต่ละท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาที่ตรงกับความต้องการและเป็นการสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเมื่อ พิจารณาจากการวางระบบองค์กรที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุน SMEs ของประเทศต้นแบบแล้ว จะเห็นได้ว่าการวางระบบของ องค์กรที่ประเทศไทยควรนำเป็นแบบอย่าง คือ การมีหน่วยงาน กลางตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และมีหน่วยงานสาขาย่อยอยู่ใน ต่างจังหวัด เพื่อให้การส่งเสริม SMEs กระจายอย่างทั่วถึง ทั่วประเทศ และควรมีการจัดตั้งศูนย์อบรมด้านต่างๆ รวมทั้ง การให้คำปรึกษาในแต่ละสาขาเพิ่มเติม โดยอีกทางเลือกหนึ่งคือ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ ใน การช่วยจัดฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแก่ SMEs

อย่างไรก็ดี การจัดตั้งศูนย์บริการ SMEs ทั่วประเทศของหน่วยงานส่งเสริม SMEs นั้นจะต้องใช้งบประมาณ จำนวนมาก รัฐบาลอาจจะกำหนดให้หน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริม SMEs โดยตรงร่วมมือกับสำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัด สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (สอท.) ซึ่งมีศูนย์บริการอยู่แล้วทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยการส่ง เจ้าหน้าที่ช่วยเหลือ SMEs ไปประจำการที่ศูนย์บริการของสอท. ทุกแห่ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์สูงสุด ทั้งเรื่องการประหยัด งบประมาณเกี่ยวกับอาคารสำนักงาน และเรื่องของการส่งเสริม SMEs ในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมความร่วมมืออันดีระหว่างหน่วยงานทั้งสององค์กร เพื่อให้บริการข้อมูลและสนับสนุนส่งเสริม SMEs อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การบ่มเพาะธุรกิจ

นโยบายและมาตรการด้านการบ่มเพาะธุรกิจ	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
<p>➤ SBDCs (Small Business Development Centers) เป็นศูนย์ที่ให้การช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดย่อมในด้านเทคนิคต่างๆ เพื่อให้เกิดการขยายธุรกิจ และมีการพัฒนาอย่างถาวร โดยให้การดูแลและบ่มเพาะธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นจนกิจการมีความมั่นคง และประสบความสำเร็จ ตั้งแต่การเขียนแผนธุรกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศ</p>	 สหรัฐอเมริกา	SBDCs

4. การบ่มเพาะธุรกิจ (ต่อ)

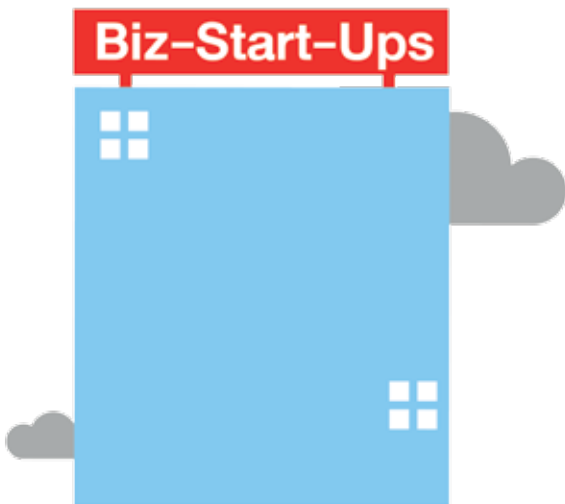
นโยบายและมาตรการด้านการบ่มเพาะธุรกิจ	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
<p>➤ Biz-Start-Ups เป็นนโยบายที่สำคัญของรัฐบาลในการสร้างธุรกิจใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีแนวคิดสร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมใหม่ทางเศรษฐกิจ โดยโครงการที่สำคัญของนโยบายการสร้างธุรกิจ ได้แก่</p> <p>1) จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubator) ขึ้นในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อช่วยเหลือ SMEs และผู้ที่ต้องการจัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยได้รับการสนับสนุนที่ดิน รวมทั้งการให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ การให้ความรู้ด้านการตลาด และการให้สนับสนุนด้านอื่นๆ</p> <p>2) หลักสูตรการเริ่มต้นธุรกิจ (Start-Up Course) เป็นหลักสูตรเพื่อปรับปรุงความสามารถในการบริหาร และยกระดับความสำเร็จของธุรกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ หรือกิจการที่เพิ่งเริ่มก่อตั้ง โดยมอบหมายให้มหาวิทยาลัยและสถาบันเฉพาะที่มีประสบการณ์ในการสอนหลักสูตรดังกล่าวเป็นผู้ดำเนินการจัดการหลักสูตร และเปิดสอนปีละกว่าร้อยหลักสูตร</p> <p>3) ชมรมผู้ประกอบการ (Entrepreneur Club) SMBA สนับสนุนให้มีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการขึ้นในมหาวิทยาลัย โดยให้การสนับสนุนทั้งด้านการเงิน การฝึกอบรมแก่สมาชิกชมรมเพื่อขยายธุรกิจ รวมถึงสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความคิดในการเป็นผู้ประกอบการ โครงการนี้มุ่งให้นักศึกษาได้รับการฝึกฝน และอบรมให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้ในอนาคต</p>	 <p>ประเทศเกาหลีใต้</p>	<p>SMBA</p>
<p>➤ โครงการสนับสนุนให้มหาวิทยาลัย และวิทยาลัยที่ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ เพื่อตั้งชมรมผู้ประกอบการขึ้นในสถานศึกษาดังกล่าวให้ได้ครบ 1,200 แห่ง ทั้ง 5 ภาคของประเทศไทย โดยแต่ละภาคจะต้องดำเนินการให้มีจำนวน 240 ชมรมผู้ประกอบการต่อปี โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัย และ MSME-DI ได้มีโอกาสในการทำงานร่วมกันในการแก้ไขปัญหาของ SMEs การช่วยเหลือกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การสร้างสรรค์ความคิด รวมถึงผลิตภัณฑ์และการให้บริการใหม่ๆ</p>	 <p>สาธารณรัฐอินเดีย</p>	<p>MSME Development Institutes</p>

ในการสร้างธุรกิจใหม่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ทั้งด้านการตลาด ด้านการบริการจัดการธุรกิจ ด้านบัญชี และด้านกฎหมาย เป็นต้น โดยหากหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริม SMEs ไม่มีงบประมาณในการจ้างผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ ให้ประจำที่ศูนย์ให้บริการบ่มเพาะวิสาหกิจเหมือนเช่นประเทศสหรัฐอเมริกา หน่วยงานดังกล่าว ก็อาจสร้างศูนย์บ่มเพาะขึ้น โดยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่างๆ ได้

สำหรับประเทศไทยได้มีการจัดตั้งหน่วยงานกลางที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมความรู้และทำหน้าที่ดูแลให้เกิดการบ่มเพาะ การส่งเสริม และการพัฒนา SMEs ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจแก่ SMEs

ทั้งนี้ได้มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะขึ้นในมหาวิทยาลัยต่างๆ เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่มีหน้าที่และความเชี่ยวชาญเฉพาะ ในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม เช่น ด้าน Entrepreneurship และหน่วยงานที่รับผิดชอบนโยบายด้าน SMEs เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ทั้งนี้เพื่อให้การบ่มเพาะ ผู้ประกอบการในแต่ละปีเป็นไปตามแผนแม่บท แผนปฏิบัติการ รวมถึงให้สอดคล้องกับธุรกิจแต่ละประเภท (Sector) ทิศทางหลัก ของประเทศ (Priority) และระบบเศรษฐกิจในภาพรวม โดยหาก มีการร่วมมือกันระหว่าง SMEs และสถาบันการศึกษาต่างๆ ก็เป็นผลให้การบ่มเพาะวิสาหกิจนั้นมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

สำหรับมาตรการในการจัดตั้งและดำเนินการศูนย์บ่มเพาะ ที่พิจารณาแล้วว่าเป็นประโยชน์กับประเทศไทยได้ คือ นโยบาย ในการสร้างธุรกิจใหม่หรือที่เรียกว่า “โครงการ Biz-Start-Ups” ของประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากเป็นมาตรการกระตุ้นให้เกิด กิจกรรมใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยการจัดตั้งศูนย์ บ่มเพาะธุรกิจ ทั้งในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ การมีหลักสูตรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ (Start-Up Course) เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ และการมีชมรม ผู้ประกอบการ (Entrepreneur Club) เพื่อเป็นการขยายขอบเขต ของมาตรการสร้างธุรกิจใหม่ด้วยการใช้เครือข่ายเดียวกัน ทั้งสามโครงการ คือ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย ต่างๆ ทำให้โอกาสในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ และธุรกิจใหม่มีจำนวนและประสิทธิผลมากขึ้น



5. การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

นโยบายและมาตรการการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
<p>➤ โครงการเงินช่วยเหลือเพื่อการส่งออก (Export Loan Programs) โดย SBA มีนโยบายและการดำเนินการช่วยเหลือธุรกิจส่งออก โดยจัดสรรเงินช่วยเหลือเป็นเงินกู้ในโครงการต่างๆ เพื่อช่วยพัฒนาผู้ส่งออกที่เป็นธุรกิจขนาดย่อมและช่วยขยายกิจการ โดยโครงการเงินกู้เพื่อการส่งออกนี้แบ่งออกเป็นโครงการย่อยๆ ที่สำคัญดังนี้</p> <p>1) โครงการ Export Express Program เป็นโครงการที่ตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือด้านเงินกู้ให้ผู้ส่งออกรายเล็กที่ต้องการกู้เงินไม่เกิน 50,000 เหรียญ ให้รับเงินกู้ได้อย่างรวดเร็วและไม่ยุ่งยาก</p> <p>2) โครงการ Export Working Capital Program (EWCP) เป็นโครงการที่ให้เงินกู้สำหรับนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตสินค้า</p> <p>3) โครงการ International Trade Loan Program เป็นโครงการที่ให้ความช่วยเหลือธุรกิจส่งออกขนาดย่อม ด้วยการให้เงินกู้สำหรับสินทรัพย์และเงินทุนในการดำเนินกิจการที่เริ่ม หรือกำลังดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก โดย SBA จะค้ำประกันเงินกู้ให้กับผู้ส่งออกถึงร้อยละ 90 ของเงินกู้ที่มียอดสินเชื่อไม่เกิน 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ</p>	 <p>สหรัฐอเมริกา</p>	<p>SBA</p>
<p>➤ U.S. Export Assistance Centers เป็นศูนย์ที่ตั้งอยู่ที่เมืองใหญ่ๆ มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการขนาดย่อม ให้สามารถนำสินค้าและบริการของตนไปสู่การค้าระหว่างประเทศได้</p> <p>➤ โครงการ Passport to Export เป็นโครงการที่สนับสนุนให้มีการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้เจ้าของกิจการ นอกจากนี้ยังช่วยเหลือในด้านต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในการส่งออกสินค้าและบริการไปยังตลาดต่างประเทศ โดยการให้ความรู้และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำธุรกิจนี้ จะให้ความรู้ทั้งด้านวัฒนธรรม การใช้ภาษา รวมถึงความเป็นไปได้ในการขายสินค้าในตลาดต่างประเทศ</p>	 <p>ประเทศอังกฤษ</p>	<p>UK Trade & Investment (UKTI)</p>

5. การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (ต่อ)


นโยบายและมาตรการการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
<p>➢ Support for Overseas Business Development (การให้การสนับสนุน และพัฒนาการทำธุรกิจในต่างประเทศ) รัฐบาลมีมาตรการสร้างความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรม และธุรกิจที่มีความพร้อมในการออกไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศ เช่น ธุรกิจการให้บริการอาหาร และการจัดการสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยให้การสนับสนุนด้านการตลาด ภายใต้โครงการ “Framework for Supporting SMEs in Overseas Business” ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนด้านการเงินและการขยายการลงทุนในตลาดต่างประเทศ</p>	 <p>ประเทศญี่ปุ่น</p>	<p>New Business Promotion Division ร่วมกับ JETRO</p>

สำหรับประเทศไทย การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งออกสินค้าและบริการไปต่างประเทศนั้น เป็นสิ่งที่มีความท้าทายอย่างมาก เนื่องจากความไม่พร้อมของ SMEs ไทย ทั้งในด้านศักยภาพของผู้เป็นเจ้าของกิจการ ด้านการเงิน คุณลักษณะรวมถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีศักยภาพไม่เพียงพอในการแข่งขันกับบริษัทใหญ่ หรือบริษัทข้ามชาติได้

ดังนั้นรัฐบาลจึงควรให้ความช่วยเหลือทุกด้านในการพัฒนาศักยภาพตัวผู้ประกอบการ เช่น เตรียมความพร้อมด้านองค์ความรู้ ตั้งแต่เรื่องภาษาที่ใช้ในธุรกิจระดับนานาชาติ วัฒนธรรมสากลขั้นพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจและการวางแผนการตลาดในต่างประเทศ การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าและบริการให้ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย รวมถึงสนับสนุนด้านการส่งออกด้วยการแนะนำตลาดที่เป็นไปได้แก่ SMEs ของไทย ให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก มีกฎหมายและกฎระเบียบตลอดจนมาตรการทางภาษีที่เอื้อต่อ SMEs ได้มีโอกาสในการขยายตลาดสินค้า และบริการไปยังต่างประเทศ โดยการมีหน่วยงานกลางที่ดูแลโดยตรงแบบเบ็ดเสร็จทั้งระบบ (หน่วยงานซึ่งประกอบด้วยโครงการย่อยๆ ที่ต่างกันภายในมาตรการหลักเดียวกัน และตั้งอยู่บนฐานการเริ่มต้นดูแลช่วยเหลือและพัฒนาไปตลอดทั้งวงจร) และมีมาตรการเฉพาะเป็นประโยชน์มากสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยที่ต้องการส่งสินค้าและบริการไปยังตลาดต่างประเทศ ได้มีช่องทางพัฒนาที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ประเทศต้นแบบอย่างสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่นต่างให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ข้างต้นแก่ SMEs ของตน

6. ธุรกิจสีเขียว

นโยบายและมาตรการธุรกิจสีเขียว	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
<ul style="list-style-type: none"> ➢ มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน โดยมีโครงการช่วยเหลือและจัดหาอุปกรณ์ประหยัดพลังงานและใช้พลังงานทดแทน รวมถึงอุปกรณ์ในการดำเนินงาน ➢ โครงการ Green Investment Tax Break เป็นโครงการที่สนับสนุนการลงทุนในการปฏิรูปการใช้พลังงานทดแทน โครงสร้างของความต้องการใช้พลังงานทดแทน และการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างให้เกิดความมั่นใจว่าเป็นการใช้พลังงานอย่างยั่งยืน ลดการผลิตคาร์บอนไดออกไซด์ รวมถึงลดการใช้อุปกรณ์ที่ปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ของโรงงานต่างๆ โดยให้สิทธิพิเศษทางภาษี คือ ผู้เสียภาษีสามารถเลือกที่จะหักค่าเสื่อมในอัตราพิเศษร้อยละ 30 หรือผู้เลือกที่จะได้ภาษีคืนร้อยละ 7 	 ประเทศญี่ปุ่น	กรมสรรพากร

การทำธุรกิจสีเขียว หรือ Go Green เป็นนโยบายใหม่ที่หลายประเทศทั่วโลกให้ความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในแถบยุโรปและญี่ปุ่น โดยเน้นที่การออกนโยบายสนับสนุน และแรงจูงใจให้ลดและประหยัดการใช้พลังงาน การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เช่น ประเทศอังกฤษ มีการจัดตั้งโครงการ Green Deal เมื่อปีพ.ศ.2553 แรงจูงใจให้ภาคประชาชนและภาคธุรกิจต่างๆ ร่วมกันประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม

ประเทศญี่ปุ่นมีมาตรการเป็นรูปธรรมชัดเจนในการสนับสนุนการทำธุรกิจสีเขียว โดยใช้มาตรการทางภาษีเข้ามาเป็นสิ่งกระตุ้นให้มีการคำนึงถึงการใช้พลังงาน และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการให้หักค่าเสื่อมในอัตราพิเศษร้อยละ 30 หรือผู้เสียภาษีจะเลือกที่จะได้ภาษีคืนร้อยละ 7

หลายประเทศที่เจริญแล้วกำลังรณรงค์เรื่องการทำธุรกิจสีเขียว หากประเทศไทยนำมามาตรการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ ก็จะช่วยกระตุ้นให้ SMEs ได้ดำเนินธุรกิจสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดการใช้พลังงานได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รับการยอมรับในตลาดต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

7. การพัฒนาด้านเทคนิคและนวัตกรรมใหม่

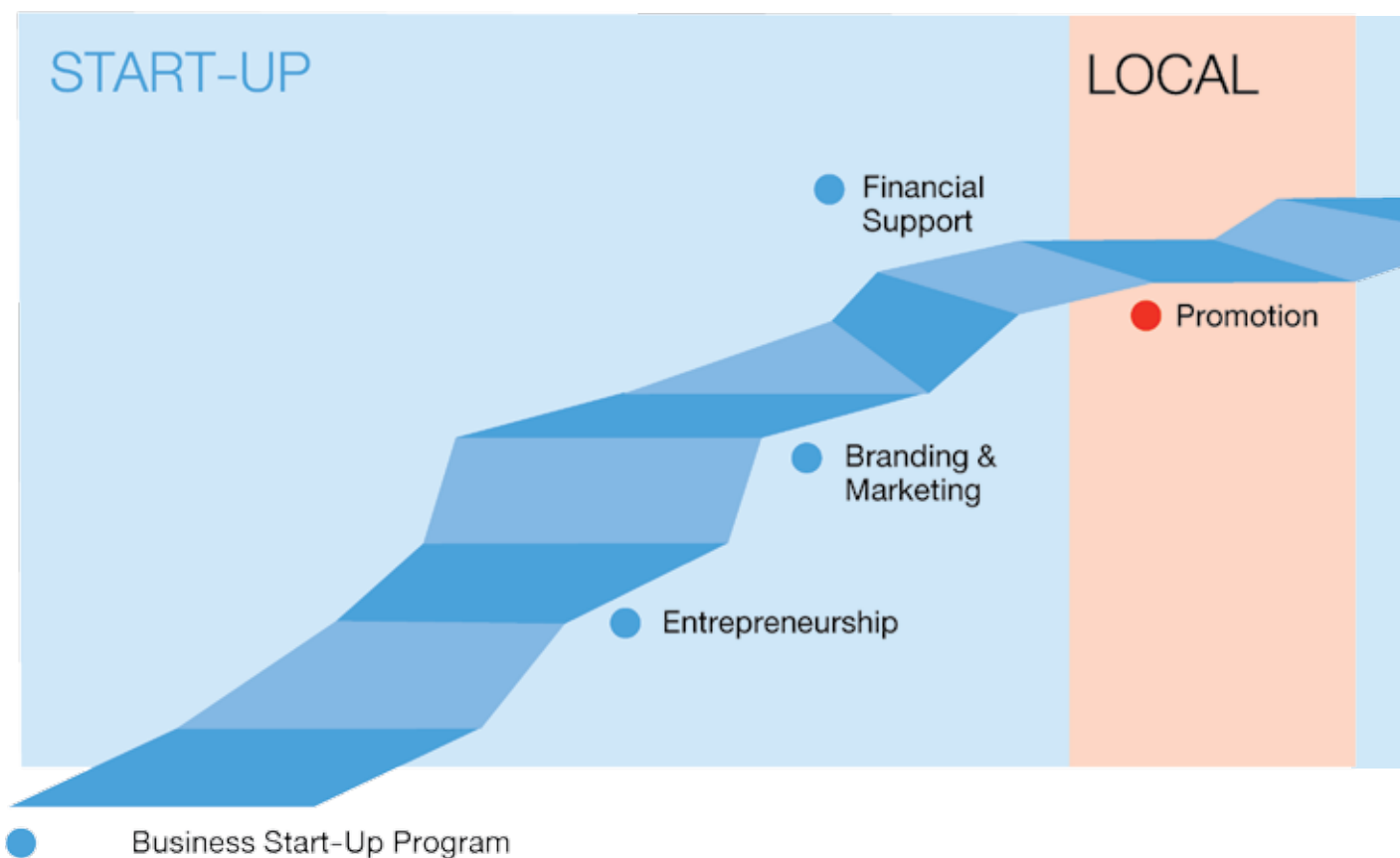
นโยบายและมาตรการเทคนิคและนวัตกรรมใหม่	ประเทศต้นแบบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
<ul style="list-style-type: none"> ➢ สถาบัน Industry-Academia-Research Institute Networks และ SMEs Commercialization of Developed Technology and Establishment of Digital Infrastructure เป็นสถาบันที่ดำเนินการช่วยเหลือพัฒนา SMEs โดยมีนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจทั้งขนาดกลางและขนาดย่อมได้ใช้เทคโนโลยีในนวัตกรรมใหม่เพื่อผลิตสินค้า 	 <p>ประเทศเกาหลีใต้</p>	<p>SMBA</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➢ การสนับสนุนให้มีการวิจัยและค้นคว้านวัตกรรมใหม่ในการผลิตสินค้า โดยสนับสนุนด้านการเงินมีมูลค่าสูงถึงร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างนวัตกรรมใหม่ <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ➢ โครงการสร้างนักศึกษาที่มีความสามารถในการทำธุรกิจให้เข้าร่วมในโครงการฝึกงาน เรื่องการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในกิจการที่ได้รับเงินสนับสนุนโดยใช้นวัตกรรมใหม่ ➢ โครงการนำนักศึกษาที่จบการศึกษาเข้ามาฝึกงานกับบริษัทที่ต้องการขยายการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรมและความสามารถในการทำการค้าพาณิชย์ <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ➢ โครงการ Technology Transfer Voucher เป็นโครงการที่ให้เงินช่วยเหลือในรูปแบบของบัตรกำนัลสำหรับกิจการที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีมูลค่าสูงเพราะรัฐบาลต้องการเชื่อมกิจการเหล่านี้กับโครงการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจที่รัฐบาลกำลังดำเนินการอยู่ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างการผลิตและการให้บริการที่มีมูลค่าสูง รัฐบาลและสถาบันวิจัยต่างๆ ในด้านการผลิต เทคโนโลยีด้านสาธารณสุขและยา ข้อมูลการสื่อสาร และเทคโนโลยีด้านดิจิทัล รวมทั้งเทคโนโลยีด้านการเกษตร ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดความเจริญมั่งคั่งในประเทศมากขึ้นผ่านการใช้วิทยาศาสตร์และนวัตกรรม 	 <p>ประเทศนิวซีแลนด์</p>	<p>กระทรวงวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม</p> <hr/> <p>NZTE</p> <hr/> <p>MSI</p>

ประเทศไทยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่ทำหน้าที่ในการค้นคว้า และนำเทคนิคนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ แต่สำหรับ SMEs แล้ว ยังไม่ได้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้มากเท่าที่ควร

ดังนั้นจึงควรนำมาตรการส่งเสริม SMEs ด้านการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากประเทศนิวซีแลนด์มาประยุกต์ใช้ โดยมีการสนับสนุนทางการเงินในรูปแบบการให้บัตรกำนัล และการให้เงินสนับสนุนการวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ตลอดจนการสร้างให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์และแปลกใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ของ SMEs

รัฐบาลนิวซีแลนด์ยังดำเนินโครงการสนับสนุนและสร้างนักศึกษาที่มีความสามารถในการทำธุรกิจ ให้เข้าร่วมโครงการฝึกงานในเรื่องการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกิจการที่ได้รับเงินสนับสนุน และมีโครงการนำนักศึกษาที่จบการศึกษาเข้ามาฝึกงานกับบริษัทที่ต้องการขยายการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรม และความสามารถในการทำการค้าพาณิชย์ ซึ่งนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการต้องจบการศึกษาในด้านที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม การออกแบบ และการตลาด

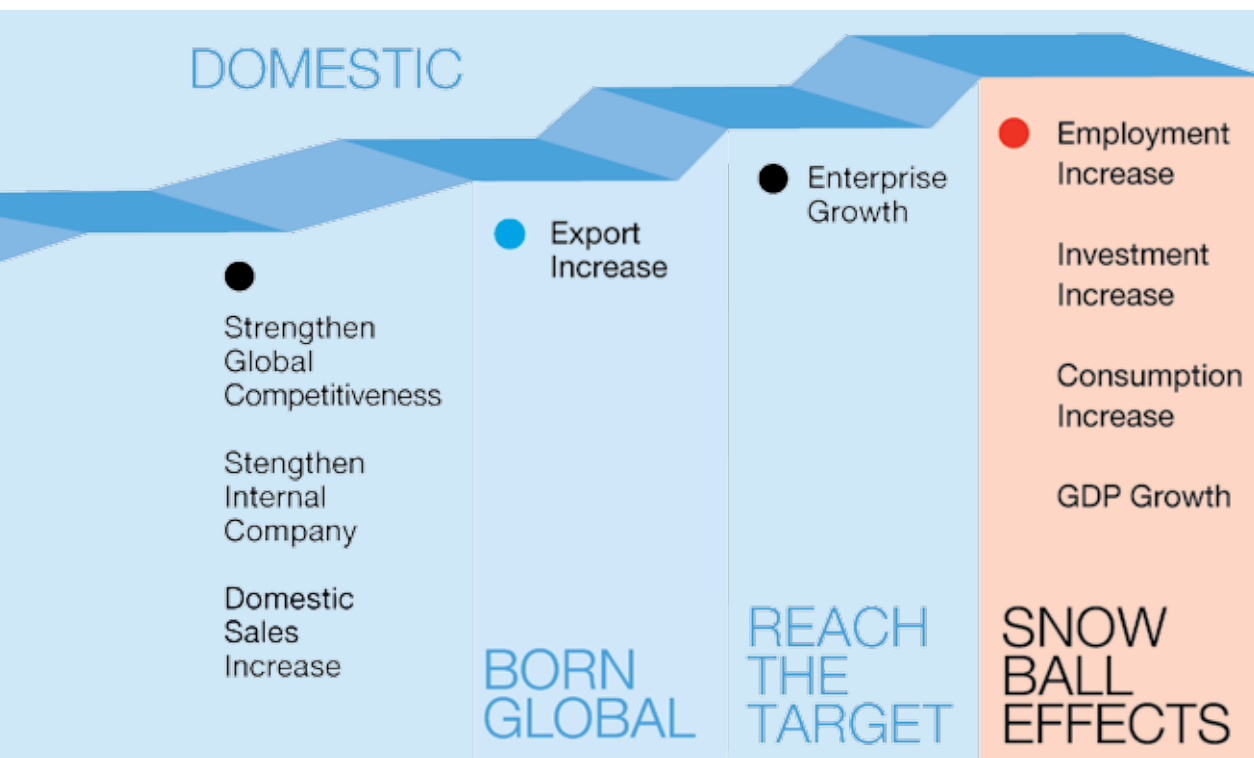
ภาพที่ 13 โมเดล SMEs Internationalization: Normal Track Model



โดย MSI (Ministry of Science and Innovation) จะให้การสนับสนุนค่าจ้างนักศึกษาจบใหม่เป็นจำนวนครึ่งหนึ่งของค่าจ้างแต่ไม่เกิน 60,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี

ซึ่งประเทศไทยควรนำมาตรการดังกล่าวมาปรับใช้กับเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ ในด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs และส่งเสริมให้นักศึกษาตลอดจนเยาวชนได้มีโอกาสในการปฏิบัติงานจริง และรู้จักการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตัว เพื่อสร้างให้เกิดนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่แก่ประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย การจะนำพา SMEs ออกสู่ระดับสากลหรือ SMEs Internationalization นั้น มีทั้งในลักษณะของการตั้งรับคู่แข่งต่างชาติที่จะนำธุรกิจเข้ามาแข่งขันในประเทศไทย หรือการนำธุรกิจไทยรุกสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งภาคการค้า การผลิต และการลงทุน เพื่อเตรียมพร้อมในการแข่งขันกับคู่แข่งทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ สามารถสรุปได้เป็น 2 โมเดล ได้แก่ Normal Track Model และ New Track Model แสดงได้ดังภาพ



จากโมเดล SMEs Internationalization: Normal Track Model แสดงกระบวนการผลักดัน SMEs ตั้งแต่เริ่มต้นทำธุรกิจ สำหรับ SMEs ที่มีศักยภาพปกติที่ต้องการความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจและไม่เสี่ยงจนเกินไป และเหมาะสมกับตลาดภายในประเทศมากกว่า ซึ่งภาครัฐบาลควรให้การสนับสนุนอย่างค่อยเป็นค่อยไปและเป็นขั้นตอน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ขั้นตอน โดยเริ่มจากการช่วยเหลือในการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ (Business Start-Up) ตามด้วยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์และการทำการตลาด (Branding & Marketing) การช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน (Financial Support) จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนการลงมือปฏิบัติเข้าสู่ตลาดและการขายจริงในระดับท้องถิ่น (Local Market) จนกระทั่งก้าวสู่การขายในระดับประเทศ (Domestic Market) จนเป็นที่ยอมรับ จากนั้นจึงเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Born Global) ทั้งด้านการบริหารจัดการ แรงงาน การลงทุนในต่างประเทศ ด้วยการหาคู่ค้าในต่างประเทศ หรือการศึกษาตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศเพื่อดำเนินการค้าขายในต่างประเทศด้วยตนเอง โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นที่ 1 การช่วยเหลือการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ (Business Start-Up) ภาครัฐบาลมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อให้คำแนะนำหรืออบรมในด้านเขียนแผนธุรกิจ การจดทะเบียนบริษัท การวางแผนด้านภาษี การวางแผนการผลิตสินค้า เป็นต้น

ขั้นที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ภายหลังจากผู้ประกอบการตั้งต้นธุรกิจแล้ว ภาครัฐบาลมีการจัดตั้งหน่วยงานช่วยพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านนวัตกรรมใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเปิดตลาดใหม่ในต่างประเทศ การลงทุนในต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการทำการตลาด (Branding & Marketing) ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการทำการตลาด เช่น การเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับสถาบันวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือสถาบันการศึกษาที่มีผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เช่น การให้คูปอง

นวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการในการเข้าไปใช้บริการตามสถาบันต่างๆ

ขั้นที่ 4 การช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Financial Support) ภาครัฐบาลมีการช่วยเหลือให้ SMEs เข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อเริ่มต้นธุรกิจหรือขยายกิจการ เช่น การประสานความร่วมมือระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ประกอบการในการให้สินเชื่อแก่ SMEs อย่างเป็นรูปธรรม อาทิ กองทุนตั้งตัวได้ เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การออกวางตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น (Local Market) SMEs ส่วนใหญ่มักเริ่มต้นการขายสินค้าในระดับท้องถิ่นของตนเองจนมีความชำนาญก่อน เช่น ระดับตำบล อำเภอ จังหวัด หรือภูมิภาค เป็นต้น โดยมุ่งเน้นที่การสร้างความรู้จักและกระตุ้นการซื้อเป็นสำคัญ (Promotion)

ขั้นที่ 6 การก้าวเข้าสู่การจำหน่ายสินค้าในระดับประเทศ (Domestic Market) หลังจาก SMEs มีความชำนาญในตลาดท้องถิ่นที่ตนเองคุ้นเคยแล้ว มักจะเริ่มขยายตลาดสู่ระดับประเทศ โดยการมองหาช่องทางจัดจำหน่ายที่สามารถกระจายสินค้าได้ครอบคลุม

ทั่วประเทศ อาทิ ศูนย์การค้าต่างๆ หรือร้านสะดวกซื้อที่มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ เป็นต้น จนกระทั่งมียอดขายสูงขึ้น (Domestic Sales Increase) แปรนัยเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือในระดับประเทศ ทั้งนี้ควรสร้างระบบการบริหารงานภายในบริษัทให้ดีเป็นระบบ (Strengthen Internal Company) เสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันเตรียมความพร้อมให้กับบริษัทในการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ (Strengthen Global Competitiveness)

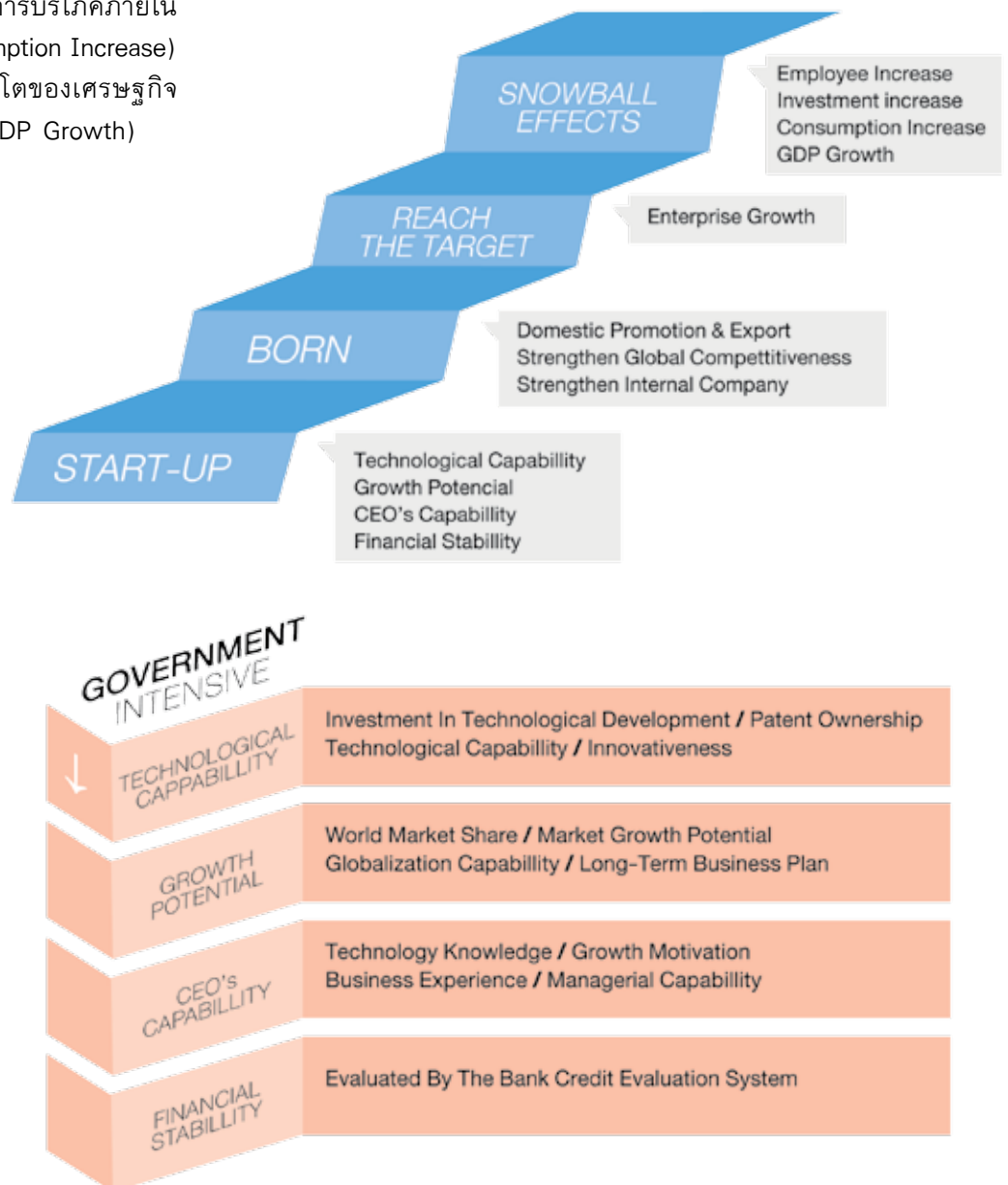
ขั้นที่ 7 การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Born Global) SMEs มักก้าวเข้าสู่ตลาดต่างประเทศด้วยการรับผลิตสินค้าให้กับบริษัทในต่างประเทศ (OEM) หรือการหาคู่ค้าในต่างประเทศ เช่น ผู้จัดจำหน่ายหรือร้านค้าใหญ่ๆ ในต่างประเทศ ทั้งนี้อาจเกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐด้วยการจัดกิจกรรมจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การสนับสนุนจัดแสดงสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ (Trade Fair) หรือการศึกษาตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศเพื่อดำเนินการค้าขายในต่างประเทศด้วยตัวเอง จนกระทั่งยอดการส่งออกมีปริมาณสูงขึ้น (Export Increase)

ขั้นที่ 8 การบรรลุเป้าหมายด้วยการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน (Reach the Target by Enterprise Growth) การรักษาตลาดในประเทศและต่างประเทศให้มั่นคง ทำกิจกรรมทางการตลาด การรักษายอดขาย การเพิ่มช่องทางการขาย การรักษาลูกค้าเก่าด้วยการสร้างความสัมพันธ์ (CRM) รวมถึงการทำการตลาดเพื่อสังคม (CSR) จะช่วยให้เกิดความมั่นคงเติบโตของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ขั้นที่ 9 การเกิดผลกระทบต่อเนื่องในระดับประเทศ (Snow Ball Effects) ได้แก่ อัตราการจ้างงานของประเทศที่เพิ่มขึ้น (Employment Increase) อัตราการลงทุนของประเทศเพิ่มขึ้น (Investment Increase) อัตราการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น (Consumption Increase) และตามมาด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจมวลรวมของประเทศ (GDP Growth)

จากโมเดล SMEs Internationalization: New Track Model แสดงกระบวนการผลักดัน SMEs ที่มีศักยภาพทางธุรกิจและผู้ประกอบการ โดยเริ่มต้นคิดธุรกิจจากนวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่มีความต้องการอยู่ในตลาดทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีศักยภาพในด้านความรู้ หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศพอสมควร SMEs เหล่านี้สามารถข้ามขั้นตอนตามกระบวนการปกติได้หลายขั้นตอน โดยสามารถรวบรัดขั้นตอนในการก้าวสู่ SMEs Internationalization ได้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ภาพที่ 14 โมเดล SMEs Internationalization: New Track Model





ขั้นที่ 1 การช่วยเหลือการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ (Business Start-Up) ภาครัฐบาลมีการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษเพื่อดูแล SMEs กลุ่มพิเศษนี้โดยเฉพาะเพื่อให้คำแนะนำ หรืออบรมในด้านการเขียนแผนธุรกิจ การจดทะเบียนบริษัท การวางแผนด้านภาษี การวางแผนการผลิตสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้ SMEs ที่จะสามารถเข้าสู่ระบบ New Track Model ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการ 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technological Capability) ศักยภาพที่จะเจริญเติบโตในตลาดทั้งในและต่างประเทศ (Growth Capability) ศักยภาพความรู้ ความสามารถของเจ้าของบริษัทเอง (CEO's Capability) ความมั่นคงทางการเงิน (Financial Stability) นอกจากนี้อาจผ่านการพิจารณาตามกระบวนการหรือผ่านการประกวดด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดย SMEs ที่ผ่านการคัดเลือกจะเข้าสู่กระบวนการสนับสนุนของรัฐบาลแบบเข้มข้นและรวดเร็วทั้ง 4 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษา การอบรมหรือการศึกษาดูงานต่างประเทศ SMEs จะได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ในเรื่องการจดสิทธิบัตรในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 2 การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Born Global) SMEs เหล่านี้สามารถข้ามขั้นเข้าสู่กระบวนการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ โดยอาจเปิดตลาดในประเทศไปพร้อมๆ กัน โดยการหาคู่ค้าในต่างประเทศ เช่น ผู้จัดจำหน่ายหรือร้านค้าใหญ่ๆ ในต่างประเทศ ทั้งนี้ อาจเกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐด้วยการจัดกิจกรรมจับคู่ทางการค้า (Business Matching) การสนับสนุนจัดแสดงสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ (Trade Fair) หรือการหาช่องทางการขายพิเศษ ที่เฉพาะสำหรับสินค้าประเภทนั้นๆ ทั้งนี้ในระหว่างที่ทำการโปรโมทสินค้าให้เป็นที่รู้จักภายในประเทศก็ทำการส่งออกไปยังต่างประเทศด้วย (Domestic Promotion & Export) นอกจากนี้ควรสร้างระบบการบริหารงานภายในบริษัทให้ดีเป็นระบบ (Strengthen Internal Company) และเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันเตรียมความพร้อมให้กับบริษัทในการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ (Strengthen Global Competitiveness)

ขั้นที่ 3 การบรรลุเป้าหมายด้วยการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน (Reach the Target by Enterprise Growth) การรักษาตลาดในประเทศและต่างประเทศให้มั่นคง ทำกิจกรรมทางการตลาด การรักษายอดขาย การเพิ่มช่องทางการขาย การรักษาสถานลูกค้าเก่า ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ (CRM) รวมถึงการทำการตลาดเพื่อสังคม (CSR) จะช่วยให้เกิดความมั่นคงเติบโตของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ขั้นที่ 4 การเกิดผลกระทบต่อเนื่องในระดับประเทศ (Snow Ball Effects) ได้แก่ อัตราการจ้างงานของประเทศที่เพิ่มขึ้น (Employment Increase) อัตราการลงทุนของประเทศเพิ่มขึ้น (Investment Increase) อัตราการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น (Consumption Increase) และตามมาด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจมวลรวมของประเทศ (GDP Growth)

ทั้งนี้หากมีการนำแนวคิดที่ประสบความสำเร็จของประเทศต้นแบบมาประยุกต์ใช้กับ SMEs ไทยได้อย่างเหมาะสมแล้ว จะเป็นผลให้ SMEs ไทยสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและพัฒนาศักยภาพของตนเองขึ้นถึงระดับที่แข่งขันได้ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. ในฐานะที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย ก็ต้องเป็นหน่วยงานหลักมีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาศักยภาพของ SMEs ไทยอย่างครบวงจร เพื่อให้ SMEs ไทยสามารถเติบโตได้อย่างสมดุลและยั่งยืน และเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทยต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการวิเคราะห์นโยบายและแผนภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริม SMEs ของสำนักพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- หลักเกณฑ์การยกเว้นภาษีเพื่อบรรเทาภาระหรือสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจ SMEs, กรมสรรพากร, พ.ศ.2555
- หลักเกณฑ์รายการลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล , กรมสรรพากร, พ.ศ.2555
- โครงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องใน SMEs ของประเทศลาว, Asian Development Bank, 2012.

ภาษาอังกฤษ

- The Trans-Pacific Partnership (TPP) : Key Issues in Promoting Trade and Growth Presented to TPP Stakeholders Forum 19 June 2011 Rex Hotel, HCMC, Vietnam.
- Case Study Korea: Shifting SME policies towards competitiveness and growth , <http://www.proinno-europe.eu/innogrips2>
- Moving America's Small Business & Entrepreneurs Forward Creating an Economy Built to Last National Economic Council, May 2012.
- BEDB, Assistance Schemes for Business Start-Ups and SMEs 2012.
- Impact of Distribution Channel Innovation on the Performance of Small and Medium Enterprises International Business and Management .International Business and Management Vol. 5, No. 1, 2012, pp. 52-61.
- Small Business Finance Roundtable, 22 May 2012, Reserve Bank of Australia.
- SME access to finance: recent experiences of SMEs in accessing finance, May 2012, CPA Australia.
- SMEs Committee (SMEC) Proposed Measures for Budget 2012 to Help SMEs, Singapore Business Federation Apex Business Chamber.
- Executive Summary Malaysia SMEs Master Plan 2012-2020.
- Second Private Sector and Small and Medium-Sized Enterprises Development Program.
- (RRP LAO 44057)
- Small and Medium Enterprises' (SMEs) Access to Finance: Philippines, Rafaelita M. Aldaba Discussion Paper Series No.2012-05.
- Daegu Initiative Assessment on SMEs Innovation Policies and Best Practices Brunei Darussalam Self-Assessment Report.
- Promising Local Enterprise Development Scheme (PLEDS), February 2012.
- The Voice of New Zealand Business Owners Economic Report, April 2012.
- Action Plan 2012-2017 Māori Economic Development Panel, November 2012.
- The International Expansion of China's Small and Medium-Sized Enterprises: Areview Guillermo Cardoza and Gaston Fornes Instituto de Empresa Business School and University of Bristol © Guillermo Cardoza and Gaston Forne School of Sociology , Politics and International Studies University of Bristol Working Paper No. 05-12.
- Liability of Foreignness and Internationalization of SMES from Transition Economies, IE Business School Working Paper EC8-127-I 06/02/2012.
- SOTHARITH, Chap 2012."Industrail Readjustment in Cambodia" in Industrial Readjustment in the Mekong River Basin Countries: Toward the AEC, edited by Yasushi Ueki and Teerana Bhongmakapat , BRC Research Report No.7,Bangkok Research Center, IDE-JETRO, Bangkok, Thailand.
- Investing in Cambodia, KPMG cutting through complexity.
- Private Sector Participation in Economic Development: Cambodian and Regional Perspectives, Cambodia Outlook Brief 2012.
- Major Issues and Challenges in Cambodia: Materializing the Phnom Penh Agenda Summary Report Of ERIA Phnom Penh Seminar and Workshop 2012 at Sofitel Phnom Penh Phokeethra Hotel, Cambodia 29-30 May 2012.

ภาคผนวก

คำอธิบายตัวอักษรย่อชื่อของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ภายในเล่ม

ตัวอักษรย่อ

ABD
ACE
AEC
ACTETSME
ASEAN
AusAID
BCMB
BEDB
CBM
CDC
CFSCIJ
CIB
CID
DA
DBP
DENR
DOLE
DOST
DTI
EDC
EXIAR
Gate2RuBIN
GFSME
IEB
IRA
JETRO
JICA
LBP
METI
MIDC
MIME
MIPR
MOIC
MPI
MSI
MSMEs
NSDC
NZECO
NZTE
OECD
PTTC
SBA
SBC
SBGFC
SEAP
SMBA
SMEs
SMEA
SME Corp.
SMEPDO
SMBA
SMI Cambodia
SMRJ
SPRING Singapore
S/RLA
UKTI
WTO
บสย.
ส.ส.ท.
สสว.
สปป. ลาว
สอท.

คำอธิบายตัวอักษรย่อ

Asian Development Bank
Action Community for Entrepreneurship
ASEAN Economic Community
APEC Center for Technology Exchange and Training for SMEs
Association of Southeast Asian Nations
Australian Agency for International Development
Brunei Currency and Monetary Board
Brunei Economic Development Board
Central Bank of Myanmar
Council for the Development of Cambodia
Central Federation of Societies of Commerce and Industry Japan
Credit Information Bureau
Criminal Investigation Department
Department of Agriculture
Development Bank of Philippines
Department of the Environment and Natural Resources
Department of Labor and Employment
Department of Science and Technology
Department of Trade and Industry
Entrepreneurial Development Centre
Export Insurance Agency of Russia
Gate to Russian Business and Innovation Networks
Guarantee Fund for Small and Medium Enterprises
Indonesia Eximbank
Inland Revenue Authority
Japan External Trade Organization
Japan International Cooperation Agency
Land Bank of Philippines
Ministry of Economy, Trade, and Investment
Myanmar Industrial Development Committee
Ministry of Industry, Mines and Energy
Ministry of Primary Resources
Ministry of Industry and Commerce
Ministry of Planning and Investment
Ministry of Science and Innovation
Ministry of Cooperative and Small and Medium Enterprises
National SME Development Council
New Zealand Export Credit Office
New Zealand Trade & Enterprise
Organization for Economic Cooperation and Development
Philippine Trade Training Center
Small Business Administration
Small Business Corporation
Small Business Guarantee Finance Corporation
SME Expert Advisory Panel
Small and Medium Business Administration
Small and Medium Enterprises
Small and Medium Enterprise Agency
SME Corporation Malaysia
National SME Promotion and Development Office
Small and Medium Business Administration
Small and Medium Industries Association of Cambodia
Organization for Small and Medium Enterprise and Regional Innovation, Japan
Standards, Productivity and Innovation Board of Singapore
Small/Rural Lender Advantage
UK Trade & Investment
World Trade Organization
บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม
สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

คณะผู้จัดทำ

คณะที่ปรึกษา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

1. นายชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต
รองผู้อำนวยการสำนักงาน
รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. นายชัยพร ชยานุรักษ์
รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. นางสาววิมลกานต์ โกสุมาต
รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. นางลักขณา ตั้งจิตนบ
ผู้อำนวยการ สำนักประสานงานการต่างประเทศ
5. นางกุลวรางค์ จีรวรา
รองผู้อำนวยการ สำนักประสานงานการต่างประเทศ
6. นางสาวนัทธมน ภูมิไชย
ผู้เชี่ยวชาญ สำนักบริการผู้ประกอบการ
7. นางสาวทิพาพร พจนา
หัวหน้าส่วน สำนักบริการผู้ประกอบการ

คณะทำงาน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

1. อาจารย์มานา คุณธราภรณ์
ผู้เชี่ยวชาญการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร
ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า
2. ดร.นิมนวล ผิวทองงาม
ผู้อำนวยการศูนย์ AEC Strategy Center
3. นางสาวกมลวรรณ กาศลุน
นักวิจัยประจำศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า
4. นางสาวกมลวรรณ ประภาศรีสุข
นักวิจัยประจำศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า
5. นางสาวศตพร จารุศุภกรกุล
นักวิจัยประจำศูนย์ AEC Strategy Center
6. Mr.Viacheslav Baksheev
ผู้ช่วยนักวิจัย

พิมพ์ครั้งแรก ธันวาคม 2555 จำนวน 1,000 เล่ม
พิมพ์และแยกสีที่ โรงพิมพ์ ฟาสออฟเซ็ทไทยแลนด์
ที่อยู่ 14/68 ม.1 ประชาอุทิศ ซอย 75 แยก 5
ถนนประชาอุทิศ แขวงทุ่งครุ เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140
โทรศัพท์ 0-2873-6799 โทรสาร 0-2873-6095
E-mail fastoffsetthailand@hotmail.co.th

