

SME 4.0
SME Master Plan 2017 - 2021



แผนการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม
ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)

60/64



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม



แผนการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4
(พ.ศ. 2560 - 2564)



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สารบัญ

1 2

1

บทสรุปผู้บริหาร

ทำความรู้จัก
กับ SME ไทย

13

ทำไมต้องทำ
แผนส่งเสริม SME
ฉบับที่ 4

3 4

34

ผลการส่งเสริม
SME ที่ผ่านมา
กับความท้าทาย
ของแผนฯ ฉบับที่ 4

41

แผนการส่งเสริม
SME ฉบับที่ 4
(พ.ศ. 2560-2564)

117

ขับเคลื่อน SME
จากแผนสู่การปฏิบัติ

38

กระบวนการในการ
จัดทำแผนส่งเสริม
SME ฉบับที่ 4



บทสรุปผู้บริหาร

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในช่วง 5 ปีข้างหน้า จำเป็นต้องเร่งพัฒนาระดับ SME ไทยทุกระดับการเติบโตให้มีศักยภาพ มีความสามารถในการทำธุรกิจระดับสากลมากขึ้น เพื่อช่วยให้ SME มีบทบาททางเศรษฐกิจมากขึ้น ช่วยสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศอย่างแท้จริง โดยวิสัยทัศน์ของแผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 ได้กำหนดให้ “SME ไทยเติบโต แข่งขันได้ในระดับสากล เพื่อเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ” ทั้งนี้เพื่อให้ SME เป็นแรงขับเคลื่อนประเทศไทยก้าวพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางให้ได้ภายใน 10 ปี

แผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 มุ่งให้เกิดการขยายบทบาททางเศรษฐกิจของ SME จึงได้กำหนดเป้าหมายในระดับผลกระทบเชิงมหภาคให้ **“สัดส่วนมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายในปี 2564”** โดยแนวคิดของการดำเนินงานภายใต้แผนการส่งเสริมฯ นั้น ให้ความสำคัญทั้งการพัฒนา SME เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด (Competitive Growth) และการส่งเสริม SME เพื่อเป็นเครื่องมือการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive Growth)

การส่งเสริมและพัฒนา SME มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นการพัฒนาที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม แนวทางการดำเนินงานที่มีความสำคัญเป็นแนวทางที่จะสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนให้กับ SME และถือได้ว่าเป็นเงื่อนไขของความสำเร็จในการส่งเสริม SME ของแผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 มีดังนี้

ปรับปรุงให้การดำเนินธุรกิจของ SME มีความสะดวกมากขึ้น (Ease of Doing Business)

ปัจจุบัน สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของ SME ยังมีอุปสรรคอยู่มาก โดยเฉพาะอุปสรรคจากกฎระเบียบของภาครัฐที่ SME เกี่ยวข้อง เช่น การขอใบอนุญาต หรือการขอการรับรองต่างๆ มีขั้นตอนมาก ใช้ระยะเวลานาน หรือมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไปสำหรับ SME ซึ่งจำเป็นต้องเร่งแก้ไขปรับปรุงให้การดำเนินงานและการให้บริการภาครัฐมีความสะดวกและไม่เป็นภาระแก่ SME รวมถึงการแก้ไขกฎหมายบางเรื่องให้ทันสมัย สามารถสนับสนุนการพัฒนา SME ที่ประกอบธุรกิจสมัยใหม่ได้มากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับ SME บางเรื่องที่ยังไม่มีหรือมีแต่ไม่สามารถให้บริการได้เพียงพอ จำเป็นต้องเร่งยกระดับการให้บริการที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดอยู่ ให้พร้อมรองรับ SME ที่มีความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งการสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจมีความง่ายและสะดวกนั้น จะเป็นประโยชน์ต่อ SME โดยรวมทุกสาขาธุรกิจ

ส่งเสริมให้ SME มีความสามารถในการประกอบธุรกิจ แบบมีอาชีพ (Smart SME)

SME ไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความสามารถในการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ ขาดทักษะในการติดต่อเจรจาธุรกิจระดับสากล และไม่รู้เท่าทันสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การประกอบธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถขยายตลาดการค้าหรือการลงทุนนำไปสู่การไม่สามารถแข่งขันได้ในที่สุด ดังนั้น ภาครัฐต้องเร่งยกระดับความสามารถให้ SME ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้พื้นฐานที่สำคัญในการทำธุรกิจ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประกอบธุรกิจ การเสริมสร้างความสามารถในการค้าขายระหว่างประเทศ การส่งเสริมแนวคิดการทำธุรกิจที่มุ่งตอบสนองตลาดระดับโลก (Global Context) ซึ่ง SME ทุกกระดับ ไม่ว่าจะเป็น SME ที่มีศักยภาพ SME ในระดับฐานราก หรือ SME ภาคเกษตร ล้วนแล้วแต่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมีอาชีพ





พัฒนา SME รุ่นใหม่ให้ก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ ที่สร้างคุณค่าและมูลค่า (High Value Startup)

เป็นที่รับทราบโดยทั่วกันว่าการสร้างให้เกิดผู้ประกอบการใหม่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเติบโตให้กับเศรษฐกิจในระยะยาว ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยก็ได้มีการกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่มาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ สามารถเป็นหัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างแท้จริง จำเป็นต้องมุ่งแสวงหาและพัฒนา SME รุ่นใหม่ที่สามารถสร้างมูลค่าสูงได้ เช่น ผู้ประกอบการที่มีการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม (Tech Startup) ผู้ประกอบการในงานสร้างสรรค์และออกแบบ (Creative Startup / Cultural Startup) ให้มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจสมัยใหม่สามารถแข่งขันในตลาดสากลได้ ซึ่งจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องให้การส่งเสริมในหลายๆ ประเด็นทั้งในเรื่องการสร้างเสริมโอกาสผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ไปสู่ธุรกิจการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ และการทำให้เกิดปัจจัยสนับสนุนที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการใหม่กลุ่มนี้ เช่น รูปแบบของแหล่งเงินทุน สิทธิประโยชน์ที่เอื้อกับรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น เพื่อนำประเทศไทยก้าวผ่านการเป็นประเทศที่ใช้ประสิทธิภาพเป็นแรงขับเคลื่อน (Efficiency-Driven Economy) สู่การเป็นประเทศที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นแรงขับเคลื่อน (Innovation-Driven Economy) ได้

แผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ซึ่งครอบคลุมแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญข้างต้น รวมทั้งแนวทางการดำเนินงานสนับสนุนอื่นที่จะช่วยขับเคลื่อนความก้าวหน้าให้กับ SME สรุปลงสาระสำคัญได้ ดังนี้




ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น

เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME ในประเด็น (Issue-based) ที่สำคัญต่อการเติบโตและขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME โดยมีทั้งการพัฒนา SME ให้มีทักษะความสามารถเพิ่มขึ้น และการพัฒนาระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตและความเข้มแข็งของ SME ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

-  **ยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม:** การให้ความช่วยเหลือ SME ในการพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพธุรกิจ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและการพัฒนานวัตกรรมให้ไปสู่เชิงพาณิชย์ ส่งเสริมด้านการตลาดให้กับสินค้านวัตกรรมของ SME ปรับปรุงระบบการจดสิทธิบัตร รวมทั้งพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลงานวิจัยและพัฒนาความเชี่ยวชาญของหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ SME สามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกมากขึ้น
-  **ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน:** การสนับสนุนให้ SME เข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น และพัฒนาแหล่งเงินทุนประเภททุนให้เข้มแข็งมากขึ้น รวมทั้งเสริมสร้างความรู้พื้นฐานด้านการเงินให้กับ SME
-  **ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล:** การส่งเสริมการเข้าถึงตลาดภาครัฐ สนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุน SME ในการขยายตลาดต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ สร้างและพัฒนาผู้ส่งออกรายใหม่ รวมทั้งอำนวยความสะดวกแก่ SME ในการไปลงทุนในต่างประเทศ
-  **พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ:** การสร้างความตระหนักและแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่ในการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งสร้างความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ในด้านองค์ความรู้และทักษะ


ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม


เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME เฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีความต้องการความช่วยเหลือที่แตกต่างกัน จำเป็นต้องมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาเฉพาะสำหรับ SME แต่ละกลุ่ม มี 3 กลยุทธ์ ดังนี้

-  **สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup):** การพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มที่สามารถสร้างมูลค่าได้สูง ผ่านกระบวนการอบรมเชิงลึกและบ่มเพาะ สนับสนุนให้มีการพัฒนา ศูนย์บ่มเพาะที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จัดตั้งศูนย์บริการด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ สนับสนุนการดำเนินงานของ Startup Accelerator ให้มีศักยภาพมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม ปรับปรุงกฎระเบียบและกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการกลุ่มนี้
-  **ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SME:** การพัฒนาความเข้มแข็งของคลัสเตอร์และกลุ่มสหกรณ์ เชื่อมโยงให้ SME เข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งส่งเสริมองค์การเอกชนให้เข้มแข็ง
-  **พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง:** การส่งเสริมให้วิสาหกิจฐานรากมีความรู้ในการประกอบธุรกิจ ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาดในท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับคุณภาพมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ

เป็นการพัฒนาระบบสนับสนุนที่จะช่วยให้การส่งเสริมและพัฒนา SME เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากขึ้น มี 2 กลยุทธ์ ดังนี้

 **พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพ:** การส่งเสริมให้ SME เข้าถึงข้อมูล องค์กรความรู้ และการพัฒนาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านระบบศูนย์บริการข้อมูล สนับสนุนการใช้ผู้ให้บริการธุรกิจเอกชน (Private Service Provider) ให้มากขึ้น พัฒนาระบบการให้บริการด้านที่ปรึกษา พี่เลี้ยง นักวินิจฉัย และจัดทำระบบการติดตามและประเมินศักยภาพ SME รวมทั้งยกระดับการพัฒนามาตรฐานให้กับ SME และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่ยังมีให้บริการไม่เพียงพอ

 **ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME:** การทบทวนปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนา SME และกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับ SME ในรูปแบบต่างๆ

สำหรับกระบวนการในการขับเคลื่อนแนวคิดและแนวทางของแผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 ไปสู่การปฏิบัตินั้น จะดำเนินการโดยการจัดทำ “แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” เพื่อถ่ายทอดแนวคิดไปสู่การดำเนินงานที่ชัดเจนมากขึ้นทั้งในเรื่องของหน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละแนวทางการดำเนินงาน ตัวชี้วัด และระยะเวลาการดำเนินงาน โดยต้องมีการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผนปฏิบัติการฯ ที่สอดคล้องกับแผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 ต่อไป นอกจากนี้ ยังได้กำหนดให้มีกระบวนการติดตามและประเมินผลเพื่อวัดความก้าวหน้าหรือผลสัมฤทธิ์ในระดับต่างๆ ทั้งในระดับภาพรวมของแผนการส่งเสริมฯ ระดับผลกระทบต่อ SME และระดับโครงการภายใต้แผนการส่งเสริมฯ





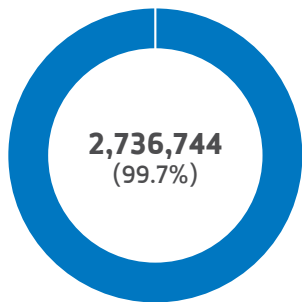
1

ทำความเข้าใจ
กับ SME ไทย

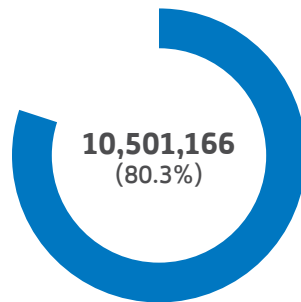
SME หรือชื่อเต็มๆ ว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ถือเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลายอย่างมาก ทั้งในด้านขนาด คือ ตั้งแต่ขนาดเล็กแบบร้านค้าเจ้าของคนเดียว ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก ไปจนถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับบริษัทขนาดใหญ่ และด้านระดับการเติบโตของธุรกิจ รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ตลอดจนระดับความรู้ของเจ้าของธุรกิจ เรียกได้ว่า ในทุกวัน แต่ละคนจะต้องเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ SME แทบจะตลอดเวลา ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

โดยในปี 2557 ประเทศไทยมีจำนวน SME ทั้งสิ้น 2,736,744 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.7 เมื่อเทียบกับวิสาหกิจทั้งหมดของประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 10,501,166 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 80.3 ของการจ้างงานทั้งหมด และสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 5,212,004 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.6 ของ GDP ประเทศ

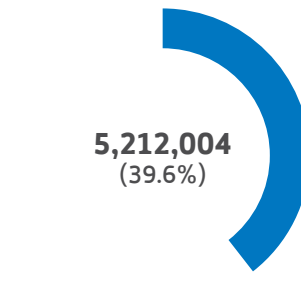
จำนวนผู้ประกอบการ SME (ราย)



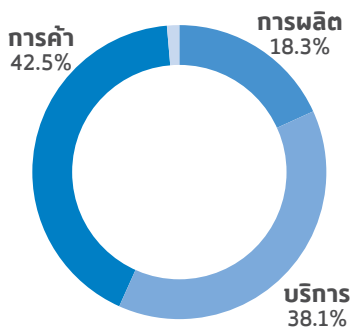
การจ้างงาน SME (คน)



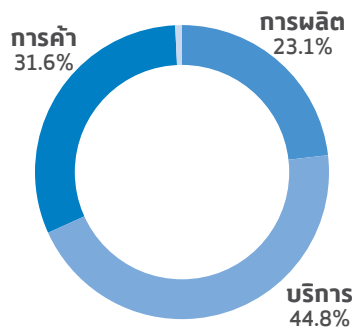
SME GDP (ล้านบาท)



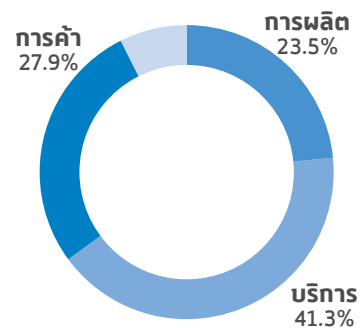
จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ



จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ



จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2 ทำความรู้จักกับ SME ไทย

SME เกือบทั้งหมดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก และส่วนใหญ่เป็นประเภท บุคคลธรรมดา

จากจำนวน SME ทั้งประเทศ 2,736,744 ราย มีเพียง 586,958 ราย เท่านั้น ที่จดทะเบียนนิติบุคคล หรือคิดเป็นเพียงร้อยละ 21.4 ของจำนวน SME ทั้งหมด โดยในกลุ่มที่จดทะเบียนนิติบุคคลนั้น แบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) ถึง 576,457 ราย นอกนั้นอีก 10,501 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprise)

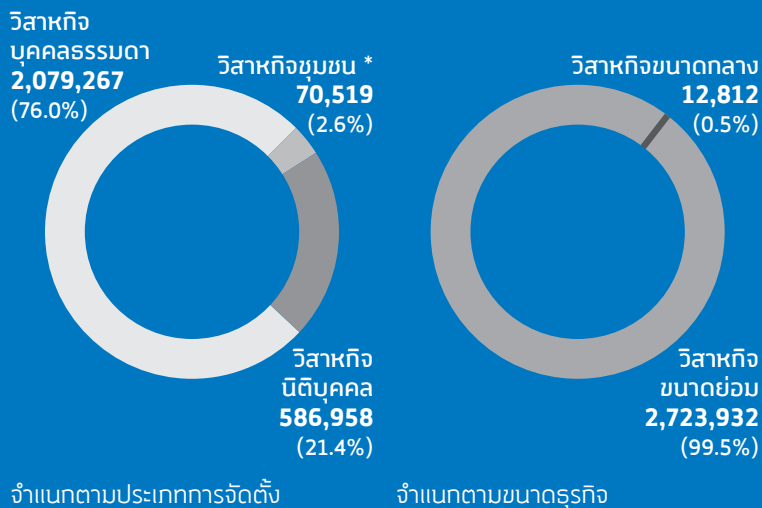
สำหรับผู้ประกอบการ SME อีก 2,079,267 ราย หรือประมาณร้อยละ 76.0 ของจำนวน SME ทั้งหมด เป็น SME ประเภทบุคคลธรรมดา ซึ่งแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมจำนวน 2,076,956 ราย วิสาหกิจขนาดกลางจำนวน 2,311 ราย และกลุ่มสุดท้าย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีจำนวน 70,519 ราย คิดเป็นเพียงร้อยละ 2.6 ของจำนวน SME ทั้งหมด

จะเห็นว่า แม้จะมี SME อยู่จำนวนมาก แต่เกือบทั้งหมดเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม โดยมีวิสาหกิจขนาดกลางเพียง 12,812 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5 ของ SME ทั้งหมดเท่านั้น ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้ว จะมีสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางอยู่ที่ร้อยละ 5-10 นั้นสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดมากมายที่ทำให้วิสาหกิจขนาดย่อมไม่สามารถเติบโตไปเป็นขนาดกลางได้ อาทิ การเข้าถึงเงินทุนเพื่อขยายกิจการ ข้อจำกัดด้านผลิตภาพและระบบบริหารจัดการ หรือปัญหาด้านการขยายตลาด ทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งการที่ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางที่น้อยเกินไป หรือที่ OECD เรียกว่า “Missing Middle” นั้น เป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางจัดเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันระดับสากลสามารถใช้ประโยชน์จากการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ และมีโอกาสสร้างสินค้านวัตกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้มากกว่า

“.. SME จดทะเบียนนิติบุคคล เพียง 586,958 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 21.4 ของ SME ทั้งหมดเท่านั้น ..”

“.. การที่ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางน้อยเกินไป หรือที่ OECD เรียกว่า Missing Middle เป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ..”

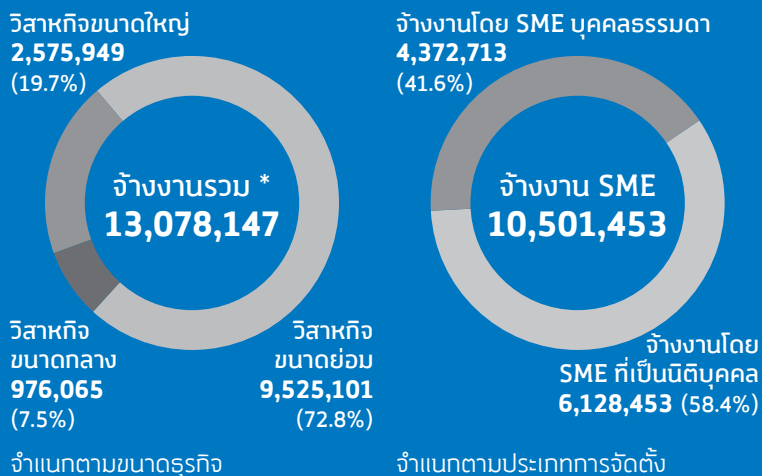
ภาพรวมจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2557



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

* ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน มาจากสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ภาพรวมการจ้างงาน SME ปี 2557



หมายเหตุ: * นับรวมการจ้างงานที่เกิดจากวิสาหกิจที่ไม่สามารถระบุขนาดได้ จำนวน 1,032 คน

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

SME ... แหล่งจ้างงานที่สำคัญของประเทศ

หากมองเรื่องการจ้างงานที่เกิดขึ้นในประเทศแล้ว คงไม่มีใครปฏิเสธบทบาทความสำคัญของ SME ได้อย่างแน่นอน เพราะในปี 2557 มีการจ้างงานทั้งหมด 13,078,147 คน แบ่งเป็นการจ้างงานโดยวิสาหกิจขนาดใหญ่ จำนวน 2,575,949 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 วิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 976,065 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และวิสาหกิจขนาดย่อมถึง 9,525,101 หรือคิดเป็นร้อยละ 72.8 ของการจ้างงานทั้งประเทศ

จะเห็นว่า กว่าร้อยละ 80 ของการจ้างงานทั้งประเทศ เกิดขึ้นจากธุรกิจ SME ถึง 10,501,166 คน โดยกระจายอยู่ในทุกสาขาอาชีพ และทุกสาขาอุตสาหกรรม ตั้งแต่ธุรกิจการเกษตรไปจนถึงภาคอุตสาหกรรมการผลิต ภาคการค้าและขนส่ง รวมถึงธุรกิจบริการต่างๆ อีกมากมาย

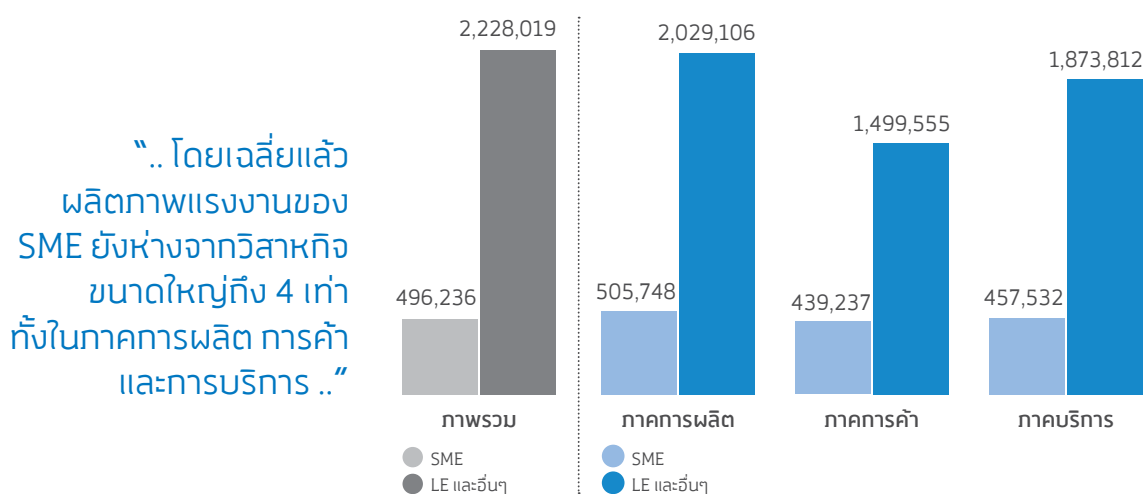
อย่างไรก็ตาม การจ้างงานในเชิงคุณภาพยังคงเป็นหนึ่งในปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจ ทั้งในส่วนของปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะฝีมือ และช่างเทคนิคเฉพาะทาง ตลอดจนข้อจำกัดเรื่องทักษะและความสามารถในเชิงธุรกิจของตัวเจ้าของกิจการเอง โดยปัญหาที่พบบ่อยนั้น มีตั้งแต่ปัญหาด้านภาษา ด้าน IT และคอมพิวเตอร์ ความรู้ด้านเทคโนโลยีที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ ไปจนถึงปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่เป็นช่างฝีมือและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งต้องได้รับการแก้ไขตั้งแต่ระบบการศึกษา ก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน

“.. กว่าร้อยละ 80 ของการจ้างงานทั้งประเทศเป็นการจ้างงานที่เกิดขึ้นจากธุรกิจ SME ถึง 10,501,166 คน โดยกระจายอยู่ในทุกสาขาอาชีพ และทุกสาขาอุตสาหกรรม ..”

ผลิตภาพแรงงาน SME ยังห่างไกลจากวิสาหกิจขนาดใหญ่

มูลค่า GDP ต่อจำนวนแรงงาน หรือ “ผลิตภาพแรงงาน” ของ SME ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ SME ซึ่งที่ผ่านมา แม้ผลิตภาพแรงงานของ SME จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำมาก เมื่อเทียบกับผลิตภาพของวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยในปี 2557 ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SME อยู่ที่ 496,236 บาท/คน/ปี ในขณะที่วิสาหกิจขนาดใหญ่ (LE) มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยอยู่ที่ 2,228,019 บาท/คน/ปี

ผลิตภาพแรงงาน SME เทียบกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ (บาท/คน/ปี)



นอกจากนี้ ยังพบปัญหาการชะลอตัวของผลิตภาพแรงงานไทย โดยสัดส่วนการเติบโตด้านผลิตภาพต่อการเติบโตของกำลังแรงงานลดลงจาก 2.86 เท่า ในช่วงก่อนวิกฤตปี 2540 เหลือเพียง 1.56 เท่า ในช่วงหลังจากนั้น โดยมีสาเหตุหลักๆ มาจากการที่ 1) แรงงานเคลื่อนย้ายจากภาคอุตสาหกรรมและบริการไปสู่ภาคเกษตรและธุรกิจการเกษตรมากขึ้น ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา และ 2) อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นยังคงเลือกที่จะใช้แรงงานต่างด้าวไร้ทักษะมากกว่าจะปรับเปลี่ยนธุรกิจไปใช้เครื่องจักร หรือปรับเปลี่ยนไปสู่อุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนหรือมีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) สูงขึ้น¹ ทั้งหมดล้วนส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวของผลิตภาพแรงงานของไทยเป็นอย่างมาก

¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย, รายงานนโยบายการเงิน, กรกฎาคม 2556, หน้า 38-39.

SME ไทยยังพึ่งพาดตลาดส่งออกเก่า ไม่มองหาโอกาสใหม่

จากข้อมูลในปี 2557 พบว่า SME ไทยพึ่งพิงตลาดต่างประเทศอยู่พอสมควร โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของ SME ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME อยู่ที่ร้อยละ 36.8 เช่นเดียวกับการส่งออกโดยตรงของ SME ซึ่งมีมูลค่า 1,917,817 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.3 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศ

หากมองในแง่จำนวนผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้า จะเห็นว่า มี SME ส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถก้าวเข้าสู่การแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ โดยในปี 2557 มีจำนวน SME ที่ส่งออกอยู่ที่ 24,543 ราย² ซึ่งไม่ถึงร้อยละ 1 ของจำนวน SME ทั้งหมด

ในขณะที่มีจำนวน SME ที่เป็นผู้นำเข้า 46,124 ราย โดยนำเข้า 2,224,030.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 30.1 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด ส่งผลให้เกิดการขาดดุลการค้าในส่วนของ SME จำนวน 306,213.6 ล้านบาท ในปี 2557

เห็นได้ชัดว่า SME ไทย ยังคงพึ่งพาการค้าขายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ มีผู้ประกอบการเพียงไม่กี่หมื่นรายเท่านั้นที่มีศักยภาพสำหรับตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังพบว่า SME ไทยยังยึดติดกับการพึ่งพาดตลาดคู่ค้าหลักๆ ในระบบเศรษฐกิจโลกเพียงไม่กี่ประเทศ อาทิ อาเซียน จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยยังไม่สามารถเข้าถึงโอกาสในตลาดส่งออกใหม่ๆ ได้มากนัก ในระยะยาวอาจส่งผลกระทบต่ออย่างมาก หากประเทศคู่ค้าเหล่านั้นประสบปัญหาการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ

SME ไทยส่งออกแต่สินค้าขั้นพื้นฐานที่ใครๆ ก็ผลิตได้

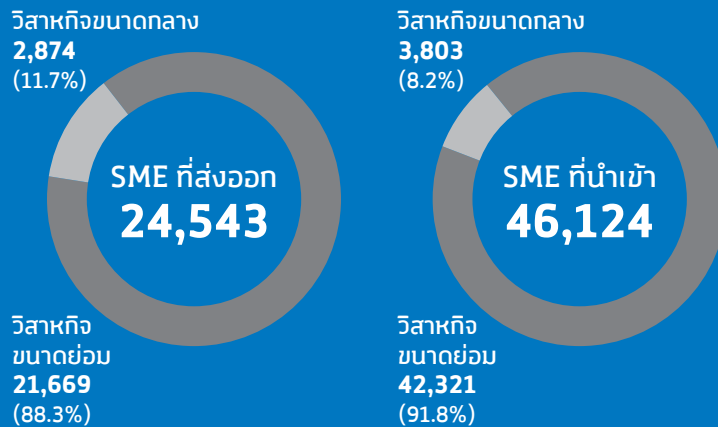
จากข้อมูลปี 2557 SME ไทยส่งออกเป็นมูลค่า 1,917,817.1 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.3 เมื่อเทียบกับปี 2556 ที่ส่งออกได้ 1,771,464.2 ล้านบาท ทั้งนี้ ตลาดหลักที่สำคัญของ SME ไทย ยังคงเป็นคู่ค้าอย่างกลุ่มประเทศอาเซียน จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกอยู่ที่ร้อยละ 26.9 ร้อยละ 12.2 ร้อยละ 9.6 และร้อยละ 7.8 ตามลำดับ และเมื่อเทียบกับปี 2556 พบว่า มูลค่าการส่งออกของ SME ไทยเติบโตอย่างมากในทุกตลาดคู่ค้าสำคัญข้างต้น

“.. SME ไทยร้อยละ 90 ยังดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศ โดยไม่มีตลาดหรือลูกค้าในต่างประเทศ ในขณะที่ SME ที่มีลูกค้าในต่างประเทศอยู่บ้างก็จะมีกลุ่มลูกค้าในสัดส่วนที่น้อยมาก ..”

การสำรวจข้อมูล SME ภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อการพัฒนา ประจำปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM)

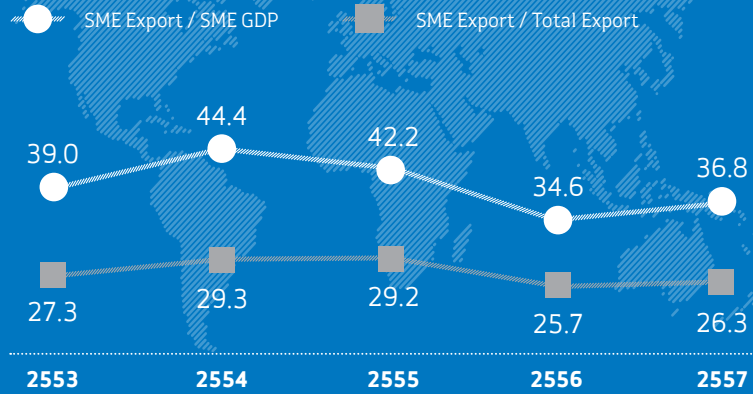
² เฉพาะ SME ที่เป็นผู้ส่งออกโดยตรง และเกือบทั้งหมดจดทะเบียนนิติบุคคล

จำนวน SME ที่ส่งออกและนำเข้า ปี 2557 (ราย)



“.. SME ไทยยังยึดติดกับการพึ่งพาตลาดคู่ค้าหลักๆ ในระบบเศรษฐกิจโลก เพียงไม่กี่ประเทศ อาทิ จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ โดยไม่พยายามมองหาช่องทางและโอกาสในประเทศอื่นๆ ..”

สัดส่วนการส่งออก SME ต่อการส่งออกรวมและต่อ SME GDP (ร้อยละ)



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โดยตลาดอาเซียนขยายตัวร้อยละ 5.0 ตลาดจีนขยายตัวร้อยละ 10.8 ตลาดญี่ปุ่นขยายตัวร้อยละ 8.0 และตลาดสหรัฐอเมริกาเติบโตกว่าร้อยละ 10.5 สำหรับสินค้าส่งออก 5 อันดับแรกของ SME ไทย ได้แก่ 1) อัญมณีและเครื่องประดับ 2) พลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก 3) เครื่องจักร คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ 4) อุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ และ 5) ยานยนต์และส่วนประกอบ

จะเห็นว่า สินค้าที่ SME ไทยส่งออกหลักๆ นั้น อยู่ในกลุ่มสินค้าพื้นฐาน (Non-Fuel Primary Commodities) และกลุ่มที่ใช้ทักษะและเทคโนโลยีในระดับกลาง (Medium Skill & Technology Intensive) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 34.3 และ 18.9 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ในเชิงโครงสร้างส่งออกแล้ว SME ยังไม่สามารถยกระดับสินค้าส่งออกให้เป็นสินค้าประเภทที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้ ยังคงเป็นการส่งออกสินค้าขั้นพื้นฐาน ที่หลายๆ ประเทศผลิตได้ ส่งผลให้ SME ไม่สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกได้มากนัก

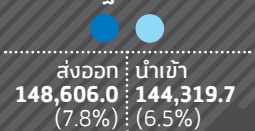
ในส่วนการนำเข้า ปี 2557 พบว่า SME ไทยนำเข้าสินค้า 2,224,030.7 ล้านบาท น้อยกว่าปี 2556 ที่นำเข้าประมาณ 2,387,806.5 ล้านบาท ร้อยละ 6.9 โดยมีตลาดนำเข้าหลักจากประเทศจีน ญี่ปุ่น อาเซียน และสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนการนำเข้าที่ร้อยละ 27.9 ร้อยละ 14.8 ร้อยละ 13.0 และร้อยละ 6.5 ตามลำดับ และเมื่อเทียบกับปี 2556 จะพบว่า มูลค่าการนำเข้าของ SME ไทยหดตัวเกือบทุกตลาด มีเพียงตลาดจีนและอาเซียนเท่านั้น ที่ขยายตัวที่ร้อยละ 10.1 และร้อยละ 4.7 ในขณะที่ตลาดญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาคัดตัวที่ร้อยละ 1.6 และ 3.3 ตามลำดับ

สินค้านำเข้า 5 อันดับแรกของ SME ไทย ได้แก่ 1) อุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ 2) เครื่องจักร คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ 3) อัญมณีและเครื่องประดับ 4) พลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก และ 5) เหล็กและเหล็กกล้า เมื่อดูสินค้าที่นำเข้าจากประเภทปัจจัยการผลิตแล้ว เห็นได้ชัดว่า เกือบครึ่งหนึ่งของการนำเข้าของ SME เป็นการนำเข้าวัตถุดิบเพื่ออุตสาหกรรม รองลงมา คือ สินค้าทุน (Capital Goods) และสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภค (Consumer Goods) ที่ร้อยละ 31.4 และ 8.3 ตามลำดับ

ตลาดส่งออก 5 อันดับแรกของ SME ไทย ●

2557

สหรัฐอเมริกา



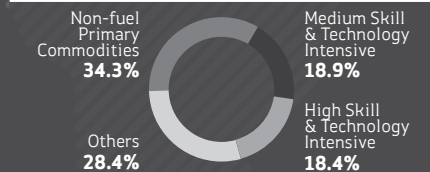
(หน่วย: ล้านบาท)

สินค้าส่งออก 5 อันดับแรก

ส่งออก SME
1,917,817.1
26.3%
ของส่งออกรวม

อัญมณีและเครื่องประดับ	261,552.7
พลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก	187,654.3
เครื่องจักร คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	140,707.8
อุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	116,943.7
ยานยนต์ และส่วนประกอบ	109,213.2

จำแนกตามความเข้มข้นของปัจจัยการผลิต*



หมายเหตุ: * รายการสินค้าตามพิกัด Harmonized System สามารถจำแนกเป็นกลุ่มตามระดับความเข้มข้นของปัจจัยการผลิต (Level of Factor Intensity) ตามเกณฑ์ของ UNCTAD ได้ทั้งหมด 7 กลุ่ม ดังนี้

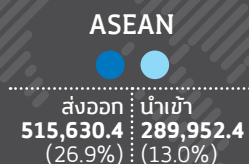
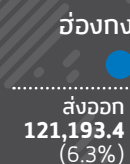
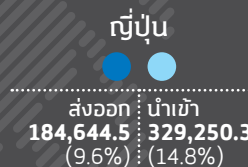
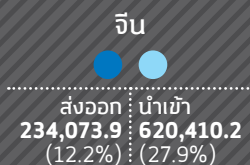
1. Non-Fuel Primary Commodities ได้แก่ แป้ง ข้าว น้ำตาล นำยาธรรมชาติ ยางแผ่นรมควัน สัตว์น้ำแช่แข็ง และมันสำปะหลัง เป็นต้น
2. Mineral Fuels เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ แปรงสีฟัน เทียนไข ดินสอ
3. Resource-Intensive Manufactures เช่น ซีเมนต์ สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ อัญมณีและเครื่องประดับ กระดาษ
4. Low Skill & Technology Intensive Manufactures อาทิ เหล็ก อุปกรณ์ก่อสร้าง รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ เครื่องยนต์
5. Medium Skill & Technology Intensive Manufactures อาทิ ยานยนต์และชิ้นส่วน อุปกรณ์ไฟฟ้า มอเตอร์ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก และผลิตภัณฑ์จากยาง
6. High Skill & Technology Intensive Manufactures เช่น เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์
7. กลุ่มอื่นๆ ที่ไม่สามารถแยกประเภทได้

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

● ตลาดนำเข้า 5 อันดับแรกของ SME ไทย

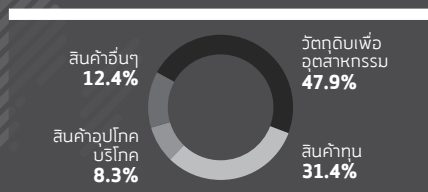
2557

สวีตเซอร์แลนด์



จำแนกตามความเข้มข้นของปัจจัยการผลิต** สินค้านำเข้า 5 อันดับแรก

(หน่วย: ล้านบาท)



อุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	358,955.7
เครื่องจักร คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	326,319.0
ยานยนต์และเครื่องประดับ	280,948.5
พลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก	109,899.3
เหล็กและเหล็กกล้า	103,198.2

นำเข้า SME
2,224,030.7
30.1%
ของนำเข้ารวม

หมายเหตุ: ** รายการสินค้านำเข้าตามพิกัด Harmonized System สามารถแบ่งเป็นกลุ่มตามประเภทของปัจจัยการผลิต (Level of Factor Intensity) ได้ทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่

1. สินค้ากลุ่มทุน ชิ้นส่วน และส่วนประกอบต่างๆ (Capital Goods)
2. สินค้าเพื่อการบริโภค (Consumer Goods) แบ่งเป็นสินค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภคอื่นๆ
3. เชื้อเพลิง (Fuels & Lubricants)
4. วัตถุดิบ (Raw Materials) แบ่งเป็นวัตถุดิบในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่นๆ
5. ขนส่ง (Transport) ได้แก่ อุปกรณ์ขนส่ง ชิ้นส่วน และส่วนประกอบ
6. กลุ่มอื่นๆ ที่ไม่สามารถแยกประเภทได้

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



2

ทำไมต้องทำ
แผนส่งเสริม SME
ฉบับที่ 4

ประเทศไทยกับ “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง”

แม้เศรษฐกิจไทยมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา แต่ยังไม่มากพอที่จะหลุดให้ไทยหลุดพ้นจาก “กับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” เป็นผลจากการพึ่งพาธุรกิจขนาดใหญ่ การลงทุนจากต่างประเทศ และการส่งออกบนพื้นฐานของความได้เปรียบด้านทรัพยากรธรรมชาติ และทุนด้านแรงงานที่มีความสามารถและราคาถูก เห็นได้จากการที่ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่ใช้ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Efficiency-Driven Economy) แสดงถึงการเป็นประเทศที่ใช้กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพเป็นจุดแข็งในการพัฒนาประเทศ

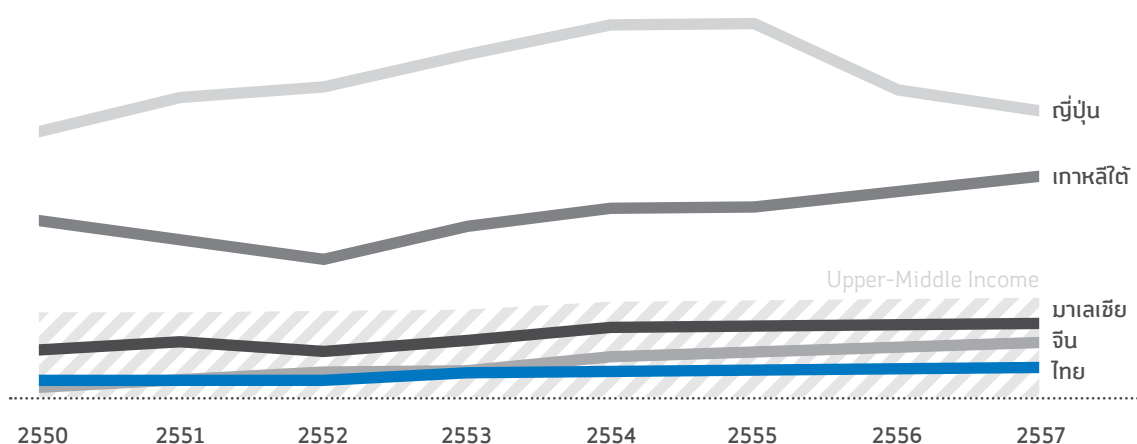
อย่างไรก็ดี ภายใต้ภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศที่ยังใช้ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Efficiency-Driven Economy) และผลิตสินค้าแบบเน้นปริมาณ (Mass Production) จะต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาและการลดต้นทุนการผลิตในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถอยู่รอดในตลาด ท้ายที่สุด หากประเทศไม่สามารถหลุดจากวงจรธุรกิจแบบเดิมๆ ได้ ประเทศก็จะสูญเสียทรัพยากรในประเทศอย่างมหาศาล ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน เงินทุน และเวลา โดยไม่ได้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่คุ้มค่าคืนกลับมาจากการแข่งขันในลักษณะนี้

หนึ่งในทางออกที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้หลุดพ้นจาก “กับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถทางนวัตกรรมและการสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SME ซึ่งเป็นวิสาหกิจส่วนใหญ่ของคนไทย ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และสร้างการจ้างงานที่สำคัญ ตลอดจนพยายามพัฒนาให้เกิดการใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากขึ้น เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Innovation-Driven Economy) ในที่สุด

“.. OECD ระบุว่า หากไทยคงอัตราการเติบโตในระดับเดิมต่อไป การจะก้าวขึ้นเป็นประเทศที่มีรายได้สูง ต้องใช้เวลาอีกไม่น้อยกว่า 15 ปี ..

.. หนึ่งในทางออกที่สำคัญและจำเป็น คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถทางนวัตกรรมและการสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจในประเทศ โดยเฉพาะ SME ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และสร้างการจ้างงาน ตลอดจนพัฒนาให้เกิดการใช้นวัตกรรมมากขึ้น เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Innovation-Driven Economy) ในที่สุด ..”

GDP Per Capita (Current US\$)



ที่มา: The World Bank

ต่างมุมมอง ชีวิตธุรกิจ SME *

วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise)	วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprise)
19.2% จดทะเบียนธุรกิจกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า	จดทะเบียนธุรกิจกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า 44.6%
38.1% มีพื้นฐานสมาชิกในครอบครัวที่เคยเป็นผู้ริเริ่มธุรกิจหรือมีธุรกิจส่วนตัว	มีพื้นฐานสมาชิกในครอบครัวที่เคยเป็นผู้ริเริ่มธุรกิจหรือมีธุรกิจส่วนตัว 60.0%
มีทัศนคติที่มองว่า “การเป็นผู้ประกอบการ การก่อตั้งธุรกิจใหม่ เป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพที่คนส่วนใหญ่ปรารถนา (Good Career Choice)”	มีทัศนคติที่มองว่า “ในประเทศไทย มักจะได้รับทราบเรื่องราวเกี่ยวกับความสำเร็จในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ตามสื่อต่างๆ อยู่เสมอ (Media Attention)”
ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมและมัธยมศึกษา	ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี / ปริญญาโท)
12.8% ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อขายสินค้า / บริการ	ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อขายสินค้า / บริการ 58.1%



หมายเหตุ: * ข้อมูลจากผลการวิจัย 2 ส่วนหลัก คือ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศใน 9 สาขาธุรกิจ จำนวน 36 คน/ราย และ 2) การวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 3,000 ตัวอย่างทั่วประเทศ

ที่มา: รายงาน Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ปี 2558 โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ประกอบการรายใหม่ **	ผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว ***
19.0% นำเสนอสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่ และไม่เคยมีมาก่อนในตลาด	นำเสนอสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่ และไม่เคยมีมาก่อนในตลาด 13.0%
48.4% ขายสินค้าหรือบริการที่เหมือนกับ ธุรกิจอื่นในตลาด	ขายสินค้าหรือบริการที่เหมือนกับ ธุรกิจอื่นในตลาด 66.0%
8.0% พยายามหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาด ผ่านการหาลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ	พยายามหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาด ผ่านการหาลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ 6.8%
87.2% ยังคงนิยมทำธุรกิจภายในประเทศและ ไม่มีการมุ่งเน้นตลาดต่างประเทศ แต่อย่างใด	ยังคงนิยมทำธุรกิจภายในประเทศและ ไม่มีการมุ่งเน้นตลาดต่างประเทศ แต่อย่างใด 90.3%
75.8% จัดตั้งธุรกิจ เนื่องจากมองเห็นโอกาสที่ดี มากกว่าแค่เพราะจำเป็น	จัดตั้งธุรกิจ เนื่องจากมองเห็นโอกาสที่ดี มากกว่าแค่เพราะจำเป็น 58.9%
54.0% จัดตั้งธุรกิจเพื่อเพิ่มพูนรายได้ มากกว่า เพื่อการเป็นอิสระทางการเงิน (37.5%)	จัดตั้งธุรกิจเพื่อการเป็นอิสระทางการเงิน มากกว่าเพื่อเพิ่มพูนรายได้ (33.1%) 50.6%
58.0% ยังคงอยู่ในรูปแบบกิจการคนเดียว และไม่มีแนวโน้มจะจ้างงานในอนาคต (42.0%)	ยังคงอยู่ในรูปแบบกิจการคนเดียว และไม่มีแนวโน้มจะจ้างงานในอนาคต (57.6%) 63.2%
29.0% คาดหวังว่ารายได้หลักของธุรกิจ จะมาจากการขายสินค้าหรือบริการ แก่เพื่อน / ครอบครัว	คาดหวังว่ารายได้หลักของธุรกิจ จะมาจากการขายสินค้าหรือบริการ แก่เพื่อน / ครอบครัว 29.7%

หมายเหตุ: ** ผู้ประกอบการรายใหม่ หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจในระยะตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป อยู่ในช่วงระยะตั้งไข่ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการสร้างความเป็นที่รู้จัก สร้างฐานลูกค้า และสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงธุรกิจตนเองให้ดำเนินต่อไปได้ โดยดำเนินธุรกิจมากกว่า 3 เดือน แต่ไม่เกิน 3.5 ปี (42 เดือน)

*** ผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี (42 เดือน) ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้สามารถผ่านพ้นช่วงการก่อตั้งธุรกิจใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ และสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง

ที่มา: รายงาน Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ปี 2558 โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แม้ไทยจะมีปัจจัยเอื้อต่อการทำธุรกิจ SME ที่ดี แต่ก็ยังมีอุปสรรคและความท้าทายอีกมากรออยู่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศและผู้ประกอบการ SME ด้านศักยภาพของสังคมความเป็นผู้ประกอบการ SME ของไทย (ข้อมูลจากรายงาน Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ปี 2558) พบว่า ไทยมีปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SME อย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่อง 1) การสนับสนุนทางการเงิน ที่ทั้งองค์กรภาครัฐและธนาคารพาณิชย์ให้ความสำคัญ 2) นโยบายภาครัฐที่ยกระดับให้ SME เป็นวาระแห่งชาติ พร้อมทั้งเปิดตัวนโยบายสนับสนุนต่างๆ ทั้งนโยบายด้านภาษีและการเข้าถึงบริการภาครัฐอื่นๆ และ 3) การเข้าถึงข้อมูลและเครือข่ายธุรกิจ ทั้งในเรื่องการจัดเก็บฐานข้อมูลธุรกิจและการสนับสนุนการรวมกลุ่มและการจับคู่ทางธุรกิจ

“.. SME ไทย ยังคงเน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้านต้นทุนและราคาเป็นหลัก โดยลดต้นทุนให้ต่ำและขายให้ถูกเข้าไว้ ไม่มองการพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างมูลค่าเพิ่มผ่านนวัตกรรมและการสร้างแบรนด์ / อัตลักษณ์ที่ชัดเจนของตัวเอง ..”

นอกจากนี้ ไทยยังมีปัจจัยที่เอื้อต่อการขยายธุรกิจ SME อีกด้วย เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนทางเลือกนอกเหนือจากระบบสินเชื่อ การเปิดกว้างของโอกาสทางการตลาด ทั้งกำลังซื้อในต่างจังหวัดที่เพิ่มสูงขึ้น การค้าชายแดนที่สะดวกขึ้น และการเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศต่างๆ ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูลธุรกิจและการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เข้มแข็งมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคและความท้าทายอีกมาก ที่ต้องได้รับการแก้ไขและปรับปรุง เพื่อให้การพัฒนา SME ของไทยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็น 1) การสนับสนุนทางการเงิน ที่เงื่อนไขการอนุมัติยังขาดความยืดหยุ่น ส่งผลให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ได้เปรียบและมีโอกาสเข้าถึงสินเชื่อได้มากกว่า SME 2) สภาพการดำเนินธุรกิจที่วิสาหกิจขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดต้นทุน ราคา และระบบโลจิสติกส์ รวมถึงการขาดความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจของ SME เอง และ 3) การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และความไม่ต่อเนื่องของโครงการ ทั้งหมดล้วนบั่นทอนความเชื่อมั่นของ SME ต่อภาครัฐและระบบเศรษฐกิจโดยรวม เพราะ SME ไม่เห็นทางเติบโตได้มากกว่าที่เป็นอยู่จากข้อจำกัดข้างต้น

แหล่งเงินทุนเพื่อ SME แม้มียากหลาย แต่เข้าถึงยาก

ถ้าไม่มีเงินเก็บทั้งชีวิตหรือมรดกที่ครอบครัวสร้างไว้ให้ แหล่งเงินทุนหลักๆ ของ SME ในปัจจุบัน ก็คือ “การกู้ยืมนอกระบบ” อาทิ ยืมเพื่อน เพื่อนบ้าน หรือแม้กระทั่งเจ้านายและเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น และ “การขอสินเชื่อ” ทั้งจากธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ

จากการสำรวจ SME ไทย ภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ เพื่อการพัฒนา ประจำปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) พบว่าแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจส่วนใหญ่ คือ ใช้เงินออมของตนเอง ร้อยละ 59.3 รองลงมา คือ ยืมยืมจากสมาชิก ในครอบครัว สินเชื่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน และกู้ยืมจากเพื่อน ที่ร้อยละ 24.1 ร้อยละ 14.1 และร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ในส่วนของแหล่งเงินทุนในระบบ ทั้งจากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ พบว่า ที่ผ่านมา SME ยังเข้าถึงได้ไม่มากนัก โดยในปี 2557 สินเชื่อค้ำของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่ให้กับ SME มีจำนวนถึง 4.4 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อ ค้ำรวม ที่ร้อยละ 32.3 - 34.5 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ ปัญหาสำคัญที่ส่งผลให้ SME ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เนื่องจากปัจจัยหลักๆ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ปัญหาจากผู้ประกอบการ SME อาทิ ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน มีหลักประกันไม่เพียงพอ ระบบบัญชีไม่เป็นมาตรฐาน หรือไม่มีประวัติกับสถาบันการเงินมาก่อน 2) ปัญหาของสถาบันการเงิน เช่น ข้อจำกัดด้านเงินทุน กฎระเบียบที่ขาดความยืดหยุ่น และ 3) ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ ระบบพี่เลี้ยง ที่ปรึกษาด้านการเงิน ที่อยู่กระจัดกระจาย ไม่เป็นระบบ และไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SME เป็นต้น

“.. ในปี 2557 สินเชื่อ ค้ำของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่ให้กับ SME มีจำนวนถึง 4.4 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อค้ำรวม ที่ร้อยละ 32.2-34.5 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ..”

โดยปัญหาเรื่อง “การขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือมีหลักทรัพย์ค้ำประกันไม่เพียงพอ” ถือเป็นปัญหาใหญ่ของ SME ถึงแม้ภาครัฐเปิดตัวโครงการหรือมาตรการต่างๆ เพื่อส่งเสริมและแก้ไขปัญหานี้มากมาย และช่วยให้การค้ำประกันสินเชื่อของไทยขยายตัวอย่างมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SME ที่มีอยู่อีกจำนวนมาก

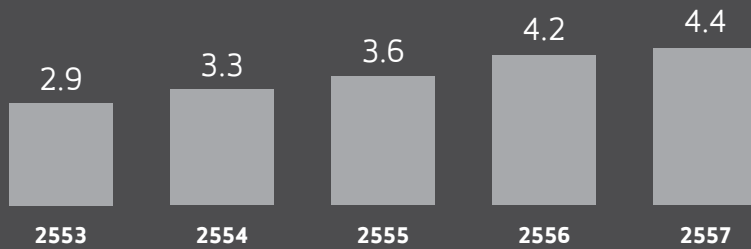
“.. OECD ระบุว่า SME ไทยต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันโดยเฉลี่ยสูงกว่าวงเงินสินเชื่อธุรกิจที่ได้รับถึง 5 เท่า ..”

รายงาน Financing SMEs and Entrepreneurs 2015

สำหรับแหล่งเงินทุนในรูปแบบอื่นๆ โดยเฉพาะรูปแบบเงินทุน (Equity Financing) อาทิ การร่วมลงทุนของภาครัฐ (Venture Capital) ซึ่งมีการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SME (SME Private Equity Trust Fund) และการระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) เป็นต้น พบว่าอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงานในประเทศไทย ยังไม่แพร่หลายในแวดวงธุรกิจ SME เท่าที่ควร

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้แหล่งเงินทุนเหล่านี้ มีบทบาทมากขึ้นในการสนับสนุนการเติบโตของ SME โดยเฉพาะในระยะเริ่มต้นธุรกิจ และในกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็น Tech Startup และ Creative SME เช่น ICT ธุรกิจสร้างสรรค์ ดิจิทัล ยา และเครื่องสำอาง เป็นต้น

สินเชื่อคงค้างของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่ให้กับ SME
(ล้านล้านบาท)



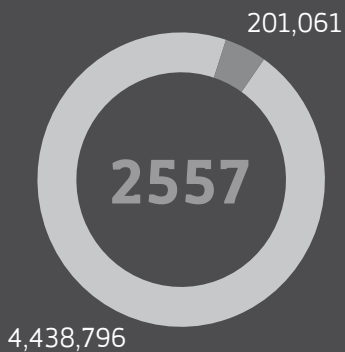
สัดส่วนสินเชื่อธุรกิจ SME
คงค้างของธนาคารพาณิชย์
ต่อสินเชื่อคงค้างรวม (ร้อยละ)



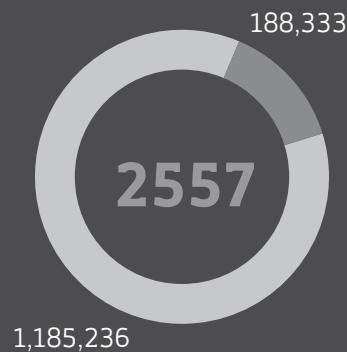
สัดส่วนมูลค่าการค้าปลีก
สินเชื่อ SME (ร้อยละ)



สัดส่วนมูลค่าสินเชื่อ SME
คงค้างของธนาคารพาณิชย์
และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ
ของรัฐ (ล้านบาท)



สัดส่วนจำนวนบัญชีสินเชื่อ
SME คงค้างของธนาคาร
พาณิชย์และสถาบันการเงิน
เฉพาะกิจของรัฐ (ราย)



● ธนาคารพาณิชย์ ● สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ

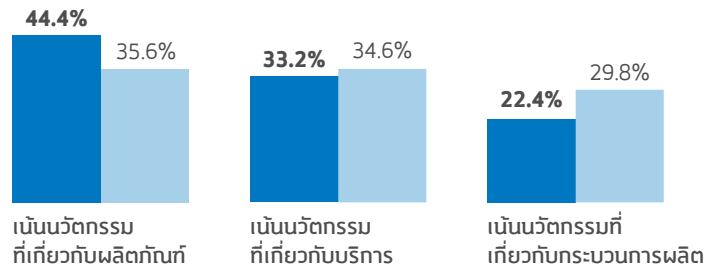
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย
สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมรายย่อย (บสย.)

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อพัฒนา GEM ด้านวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม

ข้อมูลการสำรวจประชากร ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ จำนวน 2,600 ตัวอย่าง และวิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางเท่านั้น จำนวน 400 ตัวอย่าง

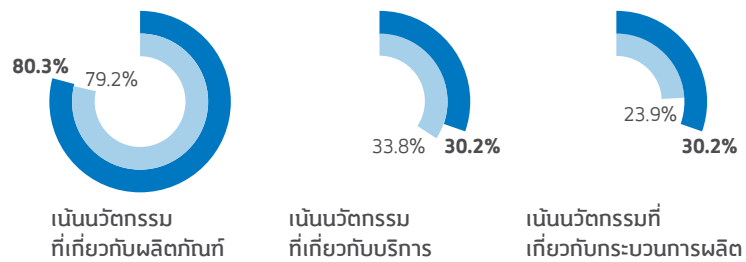
SME ไทย มุ่งเน้นที่นวัตกรรมด้านใด ?

- วิสาหกิจขนาดกลาง
- วิสาหกิจขนาดย่อม



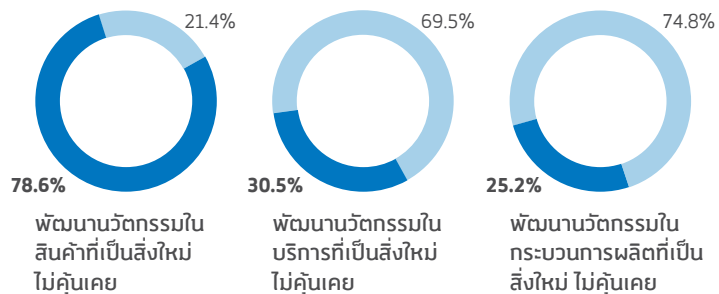
SME ไทยกลุ่มตัวอย่าง จัดสรรปันส่วนเงินลงทุน เพื่อพัฒนา นวัตกรรมของตนเองมากน้อยแค่ไหน ?

- วิสาหกิจขนาดกลาง
- วิสาหกิจขนาดย่อม



เมื่อ SME ไทย ได้เงินลงทุนแล้ว นำเงินไปพัฒนานวัตกรรมใน สินค้า/บริการ/กระบวนการผลิต ?

- ใช่! ลงทุนนวัตกรรมใหม่แน่นอน
- ลงทุนอย่างอื่นดีกว่า



พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ให้สินค้า/บริการแล้ว ผลตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างไร ?



19.0%

ไม่เคยเห็น/ใช้ บริการนวัตกรรม แบบนี้มาก่อน



40.6%

เคยเห็น/ใช้ บริการนวัตกรรม แบบนี้มาบ้าง



40.3%

เห็น/ใช้มาเยอะแล้ว ไม่เห็นจะเป็นสินค้า/ บริการใหม่เลย

ที่มา: ข้อมูลจากการสำรวจ SME ไทย ภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อการพัฒนา ประจำปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) โดย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เรื่องสำคัญสำหรับอนาคต SME ไทย

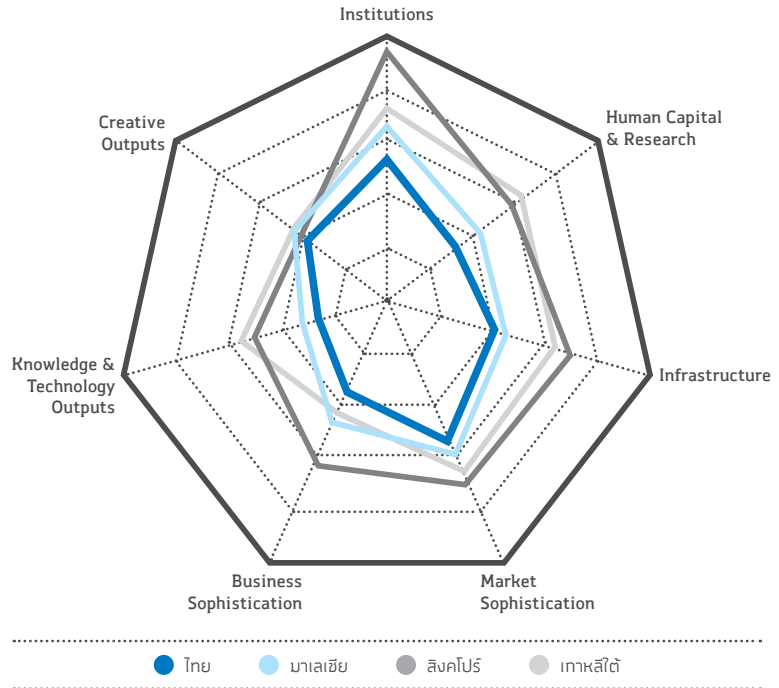
อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ SME ไทยไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ คือ ปัญหาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ และปัญหาการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถทำได้โดยการส่งเสริมให้ SME มีนวัตกรรม มีการใช้เทคโนโลยีและเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับที่สูงขึ้น

จากการสำรวจ SME ไทย ภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ เพื่อการพัฒนา ประจำปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) โดย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ร่วมกับ สสว. พบว่า SME กว่าร้อยละ 90 จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการในรูปแบบเดิมๆ ที่เคยมีอยู่แล้วในตลาด มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือ มีนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ และมี SME มากกว่าครึ่งหนึ่งที่ใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตที่เก่ากว่า 5 ปี

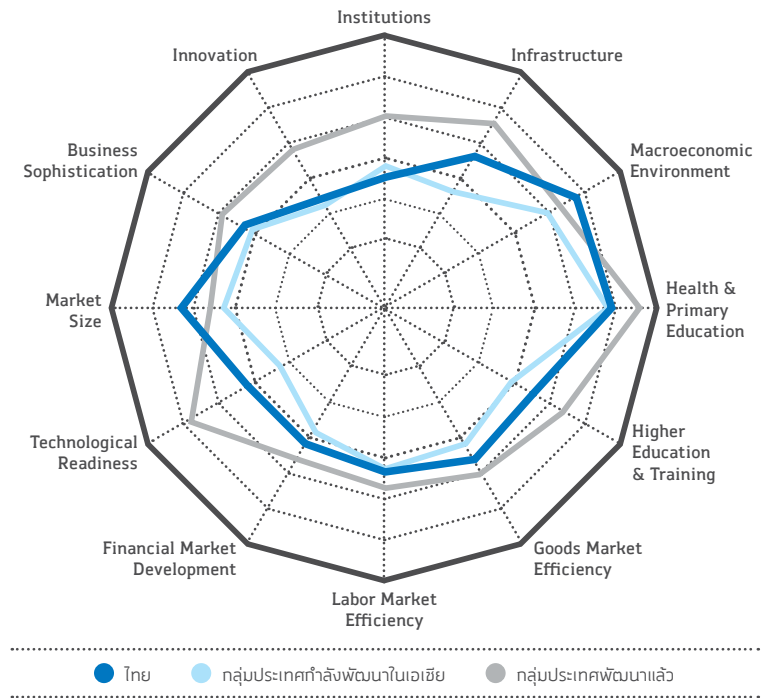
นอกจากนี้ รายงาน The Global Innovation Index 2015 ยังจัดให้ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 55 จากจำนวนทั้งสิ้น 141 ประเทศ ในเรื่องความพร้อมและศักยภาพด้านนวัตกรรม ยิ่งเมื่อเทียบกับประเทศในแถบเอเชียอย่างมาเลเซีย (อันดับที่ 32) สิงคโปร์ (อันดับที่ 7) และเกาหลีใต้ (อันดับที่ 14) แล้ว ยิ่งสะท้อนให้เห็นถึงระดับการมีนวัตกรรม และการใช้เทคโนโลยีของ SME ไทย ว่าอยู่ในระดับที่ต่ำมาก

ไม่เพียงเท่านั้น จากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของนานาประเทศ ต่างยืนยันถึงจุดอ่อนในเรื่องความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของไทย โดยรายงาน The Global Competitiveness Report 2015-2016 จัดอันดับของไทยในเรื่องความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technological Readiness) อยู่อันดับที่ 58 และอันดับในเรื่องนวัตกรรม (Innovation) อยู่ในอันดับที่ 57 จากจำนวนทั้งหมด 140 ประเทศ ในขณะที่ รายงาน World Competitiveness Yearbook 2014 ซึ่งวัดระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ ที่มีศักยภาพทั้งสิ้น 60 ประเทศ จัดให้ไทยอยู่อันดับที่ 46 ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ และอันดับที่ 41 ในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี

The Global Innovation Index 2015



The Global Competitiveness Report 2015-2016



ดังนั้น อาจสรุปได้ว่าการเพิ่มขีดความสามารถของ SME ในประเทศไทย ยังมีอุปสรรคอยู่มาก โดยเฉพาะการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ นวัตกรรม มาใช้ในการเพิ่มผลิตภาพและมูลค่าของสินค้าและบริการ เพราะ SME ยังคงพยายามแข่งขันด้วยความได้เปรียบด้านแรงงาน วัตถุดิบ และประสิทธิภาพในการผลิตเป็นหลัก ทำให้ต้องเผชิญการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำกว่าและมีการพัฒนาไ้หลังมาอย่างต่อเนื่อง

กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ SME ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรม ว่ามีส่วนช่วยให้ธุรกิจแข่งขันได้ในระยะยาว SME ที่มีความตระหนัก และสนใจอยู่บ้าง ก็ขาดกำลังเงินลงทุนและขาดองค์ความรู้ รวมไปถึง ปัญหาที่ภาครัฐยังไม่สามารถสร้างกลไกที่ช่วยให้งานวิจัยและพัฒนา ต่างๆ ที่หน่วยงานวิจัยภาครัฐหรือสถาบันการศึกษาจัดทำขึ้น ถูกนำไป ประยุกต์ใช้ สนับสนุน หรือต่อยอดการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ หรือแก้ไข ปัญหาให้กับ SME ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

“.. SME ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญ
ของนวัตกรรม ว่ามีส่วนช่วยให้แข่งขัน
ได้ในระยะยาว ..

.. ส่วน SME ที่สนใจอยู่บ้างก็ขาด
กำลังเงิน และขาดองค์ความรู้ ในขณะที่
ภาครัฐยังไม่สามารถสร้างกลไกที่ช่วย
ให้งานวิจัยและพัฒนาไปประยุกต์ใช้
ในเชิงพาณิชย์ได้เท่าที่ควร ..”

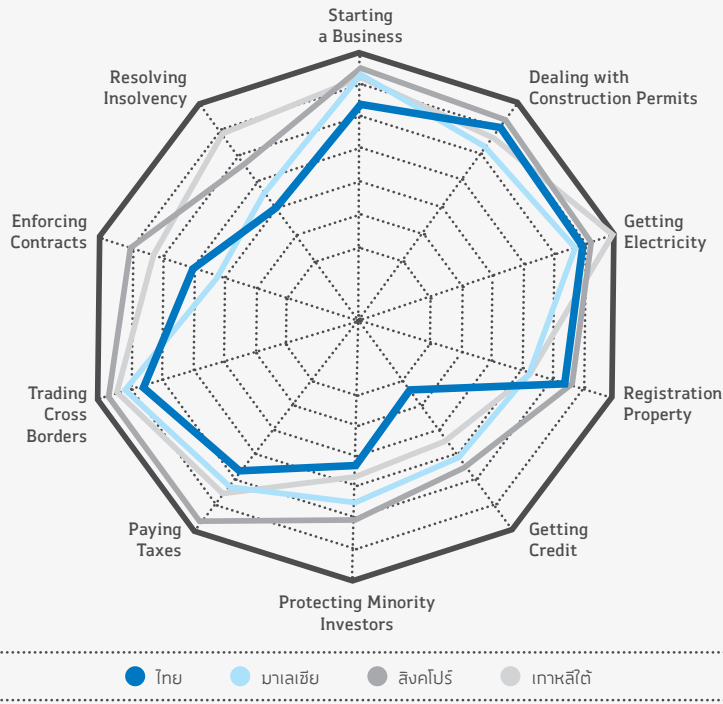
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สะท้อนอุปสรรค SME ไทย

สำหรับสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจโดยรวมนั้น ใช้ข้อมูลจากรายงานการประเมินและจัดอันดับที่องค์การระหว่างประเทศต่างๆ จัดทำไว้ เพื่อพิจารณาว่าประเทศไทยมีความพร้อมในเชิงธุรกิจมากน้อยเพียงใด มีด้านใดที่ต้องเสริมสร้างให้แข็งแกร่งมากขึ้น และด้านใดที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข โดยเปรียบเทียบระดับความก้าวหน้ากับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย ดังนี้

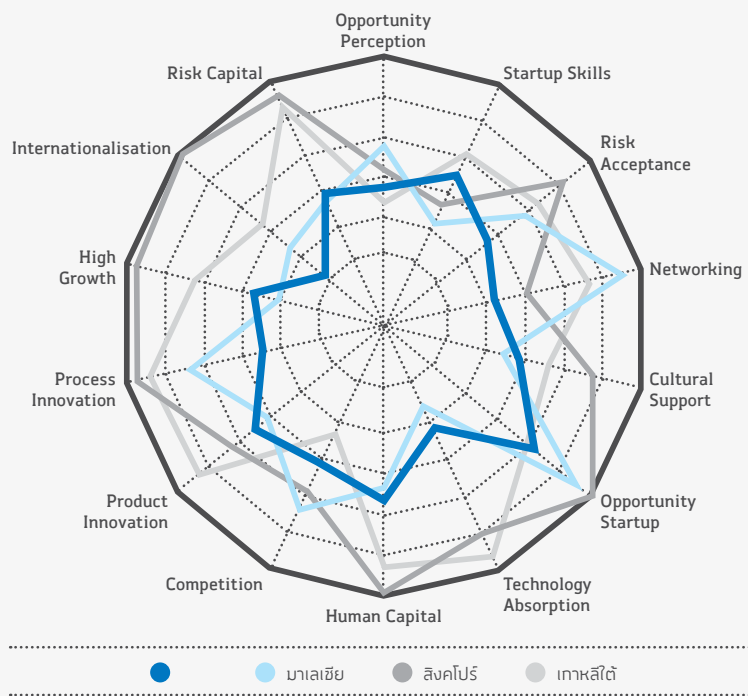
จากข้อมูล Ease of Doing Business 2015 ซึ่งประเมินสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจในแต่ละระดับการเติบโต พบว่า เมื่อประเมินระดับความสะดวกในการประกอบธุรกิจในทุกด้านแล้ว ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในลำดับที่ 26 จากจำนวนทั้งหมด 189 ประเทศ โดยมีประเด็นสำคัญที่จำเป็นต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ การเข้าถึงสินเชื่อ (ไทยอยู่ลำดับที่ 89) การจ่ายภาษี (ไทยอยู่ลำดับที่ 62) สะท้อนให้เห็นว่า SME ไทยยังคงมีภาระค่าใช้จ่ายและเวลาที่ต้องใช้มากกว่าผู้ประกอบการ SME ในประเทศอื่นๆ ในการที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบของรัฐ การทำธุรกรรมตลอดจนการเข้าถึงบริการต่างๆ

สำหรับรายงาน Global Entrepreneurship Index 2015 (GEI) ซึ่งประเมินสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจรวม 14 ด้าน ไทยถูกจัดอยู่อันดับที่ 68 จากจำนวนทั้งสิ้น 130 ประเทศ และมีคะแนนต่ำกว่ามาเลเซีย สิงคโปร์ และเกาหลีใต้ เกือบทุกด้าน โดยเฉพาะเรื่อง Internationalisation และ Technology Absorption นั้น ถือว่าไทยมีคะแนนโดยเปรียบเทียบต่ำที่สุด

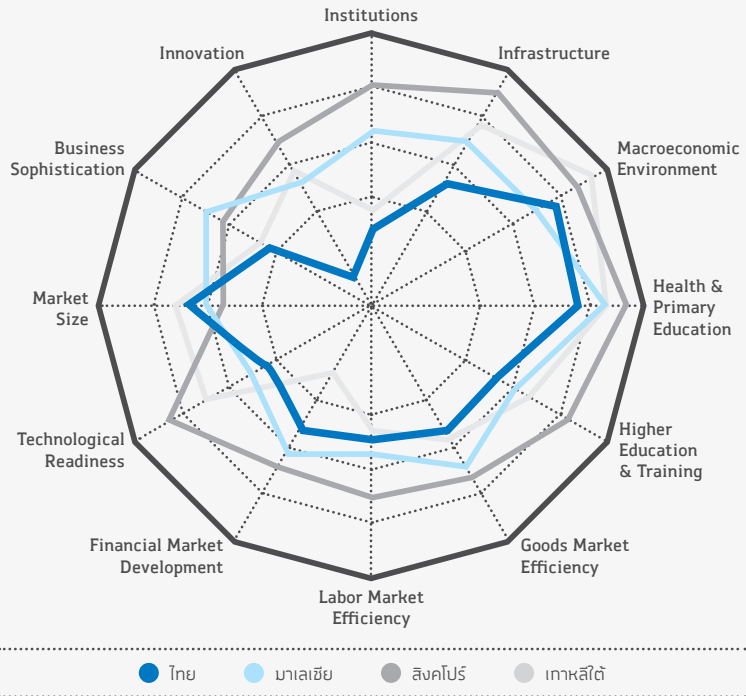
Ease of Doing Business 2015



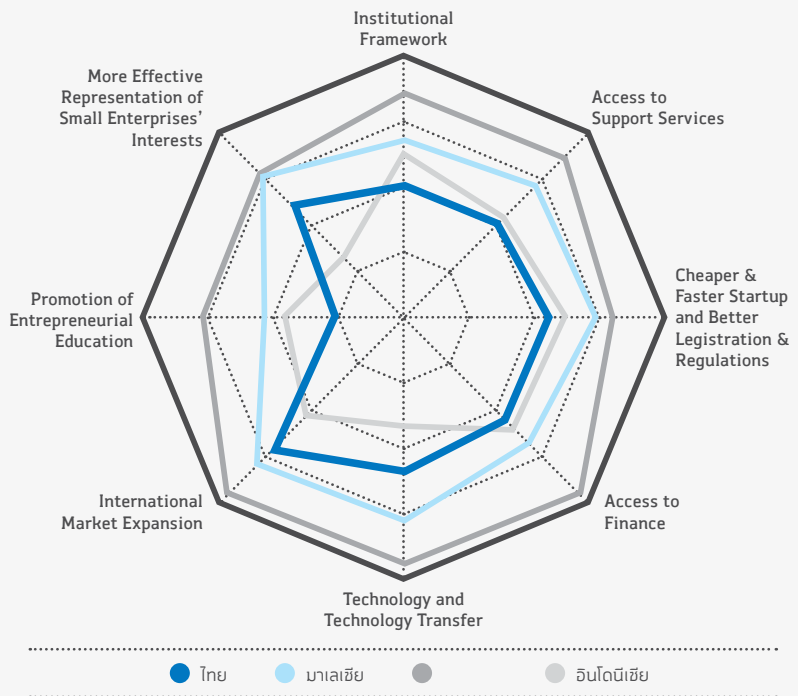
Global Entrepreneurship Index 2015



The Global Competitiveness Report 2015-2016



ASEAN SME Policy Index 2014



ในขณะที่ รายงาน The Global Competitiveness Report 2015-2016 โดย World Economic Forum ซึ่งประเมินระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ก็จัดอันดับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 32 จากจำนวนทั้งสิ้น 140 ประเทศ โดยพบว่า ไทยมีคะแนนต่ำมากในหลายๆ ด้าน อาทิ Innovation และ Technological Readiness เป็นต้น ซึ่งไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 57 และ 58 ตามลำดับ รวมถึงประสิทธิภาพในตลาดแรงงาน (Labor Market Efficiency) ซึ่งไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 67

ท้ายที่สุด รายงาน ASEAN SME Policy Index 2014 ซึ่งประเมินระดับการพัฒนาด้านนโยบายส่งเสริม SME ของ 10 ประเทศอาเซียน โดยประเมินระดับการพัฒนานโยบายที่สำคัญ 8 ด้าน (58 ตัวชี้วัด) รวมถึงการนำนโยบายไปใช้ในทางปฏิบัติ พบว่า ไทยยังมีช่องว่างในการพัฒนาเกือบทุกด้าน โดยในเรื่องการส่งเสริมความรู้ หรือการศึกษา ด้านการประกอบการ (Promotion of Entrepreneurial Education) เป็นด้านที่ประเทศไทยมีคะแนนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ และยังมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของทั้งภูมิภาคอีกด้วย

ประเมินอนาคต SME ไทย ผ่านมุมมองแบบ SWOT

จากการประเมินสถานการณ์ SME และการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า SME ไทยมีเรื่องให้ต้องขบคิด เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงอีกมากมาย ดังนี้

จุดแข็งที่ต้องเสริม (Strengths)

- มีความยืดหยุ่น คล่องตัว ปรับตัวได้ดีตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- มีความคิดสร้างสรรค์ และองค์ความรู้เฉพาะด้าน ใช้เงินทุนไม่สูง ทำให้เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย
- ผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และคล่องตัวกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

ตลาด E-Commerce ของไทยในปี 2560*

- คาดการณ์มูลค่าตลาด E-Commerce ของไทย ในปี 2560 อยู่ที่ 2,945 ล้านเหรียญสหรัฐ
- ตลาด E-Commerce ของไทย จะขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่เฉลี่ยร้อยละ 15.9 ต่อปี (2560-2564) และจะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 5,307 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2564
- สินค้าประเภท “อิเล็กทรอนิกส์และมีเดีย” จะมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงกว่า 1,253 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2560
- ในปี 2560 จะมีผู้ใช้บริการตลาด E-Commerce ที่ร้อยละ 12.7 และจะขยายตัวต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่า จะมีผู้ใช้บริการตลาด E-Commerce ถึงร้อยละ 24.5 ในปี 2564
- ปัจจุบัน รายได้ของผู้ขายผ่าน E-Commerce อยู่ที่เฉลี่ย 243.36 เหรียญสหรัฐ ต่อราย



ที่มา: * www.statista.com/outlook/243/126/e-commerce/thailand#

จุดอ่อนที่ต้องกำจัด (Weaknesses)

- ❏ ขาดทักษะพื้นฐานความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) และขาดความรู้เบื้องต้นที่เพียงพอต่อการทำธุรกิจ ทำให้ประสบปัญหาในช่วงเริ่มต้นธุรกิจได้ง่าย
- ❏ ขาดการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เน้นการใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก ส่งผลให้ผลิตภาพแรงงานต่ำ สินค้า/บริการไม่มีมูลค่าเพิ่ม ไม่มีศักยภาพเพียงพอต่อการแข่งขันในตลาดโลก
- ❏ ขาดความสามารถในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ทั้งในการทำตลาดต่างประเทศ การเจรจาธุรกิจที่เป็นสากล ส่วนหนึ่งมาจากข้อจำกัดด้านภาษา และขาดข้อมูลการตลาดเชิงลึก
- ❏ ดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว ขาดมาตรฐานการบริหารจัดการธุรกิจที่มีมาตรฐานและเป็นระบบ ทำให้การประกอบการไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการเติบโตของ SME ในระยะยาว
- ❏ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจแบบ “เจ้าของรายเดียว” ไม่มีการจ้างงาน หรือจ้างงานน้อย ทำให้เจ้าของธุรกิจไม่มีเวลาเพียงพอในการพัฒนากิจการ หรือศึกษากระบวนการแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเอง
- ❏ ส่วนใหญ่ทำธุรกิจโดยลำพัง ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง หรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมการค้า

โอกาสที่ต้อควา (Opportunities)

- ❏ รูปแบบการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะภาคการผลิต ที่กระบวนการทางธุรกิจมุ่งสู่การดำเนินงานในรูปแบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) กันมากขึ้น มีการขยายห่วงโซ่อุปทาน ออกไปในระดับภูมิภาคและระดับโลก สร้างโอกาสให้ SME ที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ ที่สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานได้ ก็สามารถเติบโตได้
- ❏ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ มีระดับการเชื่อมโยงกันมากขึ้น ทำให้ SME มีโอกาสในการทำธุรกิจที่หลากหลายและกว้างไกลมากขึ้น
- ❏ การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน ช่วยขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้กับ SME รวมถึงช่วยขยายฐานตลาดให้กว้างขึ้นด้วย
- ❏ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ต่างๆ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว เป็นช่องทางการตลาดสำหรับ SME ที่มีประสิทธิภาพ เพราะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก
- ❏ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนา SME โดยยกให้เป็นวาระแห่งชาติ ที่ทุกหน่วยงานต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ
- ❏ แนวโน้มและกระแสใหม่ๆ ในสังคมโลก เช่น สังคมผู้สูงอายุ การขยายตัวของสังคมเมือง และคนชั้นกลาง ความตื่นตัวด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม บทบาทสตรีที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนรูปแบบการใช้ชีวิตและสังคมในยุคดิจิทัล ล้วนแล้วแต่สร้างโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจของ SME เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าได้มากขึ้น
- ❏ ธุรกิจออนไลน์ (E-Commerce) และธุรกิจบนอุปกรณ์พกพา (M-Commerce) มีบทบาทมากขึ้นต่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่ม SME เพราะถือเป็นช่องทางการตลาดที่ต้นทุนน้อยที่สุด และมีประสิทธิภาพที่สุดในโลกยุคดิจิทัล
- ❏ แนวโน้มของ “Disruptive Technologies” หรือเทคโนโลยีที่พลิกโครงสร้างธุรกิจอุตสาหกรรม สังคม และพฤติกรรมผู้บริโภค เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจ อาทิ อุปกรณ์ฟังเพลง iPod และร้านค้า App Store ของบริษัท Apple ที่ทำให้อุตสาหกรรมเพลงทั่วโลกเปลี่ยนโฉมไปโดยสิ้นเชิง เป็นต้น

อุปสรรคที่ท้าทาย (Threats)

- ❏ เศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนและการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของ ประเทศมหาอำนาจ ส่งผลต่อการส่งออกโดยรวมและของ SME โดยตรง
- ❏ การเปิดเสรีทางการค้า-การลงทุนในสินค้าและบริการต่างๆ ทำให้ ธุรกิจในประเทศเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจากธุรกิจ ต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย
- ❏ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ของไทย นำไปสู่ปัญหา ทั้งเรื่องการขาดแคลนแรงงานที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น และเรื่อง ต้นทุนค่าแรงที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
- ❏ กฎระเบียบและวิธีการให้บริการของภาครัฐในบางเรื่อง ยังเป็นภาระ สำหรับ SME เนื่องจากใช้เวลามากเกินไป หรือมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป

ผลการส่งเสริม SME ที่ผ่านมา กับความท้าทายของแผนฯ ฉบับที่ 4

หลังจาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. จัดตั้งขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2544 ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 หนึ่งในภารกิจที่สำคัญของสำนักงานฯ คือ การกำหนดทิศทาง นโยบาย และแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนเป็นหน่วยงานหลักในการประสานและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การส่งเสริมช่วยเหลือ สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับกรอบการพัฒนาประเทศของรัฐบาลในช่วงนั้นๆ

ที่ผ่านมา ประเทศไทยใช้แผนการส่งเสริมฯ มาแล้ว 3 ฉบับ โดยแต่ละฉบับมีวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมในแต่ละช่วง ดังต่อไปนี้



แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2545-2549)

01

จัดทำขึ้นเพื่อแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ “ต้มยำกุ้ง” โดยมุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งทางการเงิน พื้นฟูและสร้างโอกาสทางการตลาดให้ SME ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้มแข็งของ SME ในเชิงโครงสร้าง เน้นการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการภาครัฐให้มีความพร้อมและทั่วถึง ลดปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ รวมถึงเสริมสร้าง SME ให้เติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน การส่งเสริมเทคโนโลยี การวิจัยพัฒนาและสร้างนวัตกรรม และการส่งเสริมการเชื่อมโยงและรวมกลุ่มวิสาหกิจ (Cluster)

ตัวชี้วัด

- สัดส่วน SME GDP ต่อ GDP ของประเทศ (ร้อยละ; ในปี 2549)
- การจ้างงานของ SME (คน/ปี)
- การเติบโตของผลิตภาพแรงงาน SME (ร้อยละ/ปี)
- การเติบโตของมูลค่าการส่งออก SME (ร้อยละ/ปี)
- สัดส่วนการจดทะเบียนของ SME (ร้อยละ/ปี)
- ผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่ (ราย/ปี)
- กลุ่มอาชีพที่สามารถดำเนินการขึ้นธุรกิจได้ในปี 2549 (กลุ่ม)



แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554)

เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเน้นส่งเสริม SME ให้เติบโตและพัฒนาใน 2 แนวทาง ทั้งการเติบโตเชิงคุณภาพ ผ่านการพัฒนาขีดความสามารถทางนวัตกรรมและการเพิ่มผลิตภาพ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้ SME เติบโตในเชิงขนาด โดยพัฒนาจากรูทกิจขนาดเล็กเป็นขนาดย่อม ขนาดกลาง และขยายตัวเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ในที่สุด ซึ่งยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับทักษะแรงงาน องค์กรความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และผลิตภาพ

นอกจากนี้ ยังต่อยอดประเด็นที่ต่อเนื่องมาจากแผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 1 อาทิ การพัฒนาสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการทำธุรกิจของ SME รวมถึงการสนับสนุนการปรับตัวของ SME ไปสู่กิจการที่ใช้ฐานความรู้ (Knowledge-Based Business)

02

ตัวชี้วัด

สัดส่วน SME GDP ต่อ GDP ของประเทศ (ร้อยละ; ในปี 2554)

การเติบโตของมูลค่าการส่งออก SME ไม่น้อยกว่าส่งออกรวม (ร้อยละ/ปี)

การเติบโตของผลิตภาพการผลิตโดยรวม (ร้อยละ/ปี)

การเติบโตของผลิตภาพแรงงาน (ร้อยละ/ปี)

ที่มา: แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) โดย สสว.

เป้าหมาย

ผลการดำเนินงาน

50.0

38.9

180,000

410,244

2.5

4.4

6.0

9.3

72

24

50,000

44,551

6,300

8,010

อย่างไรก็ดี จากข้อจำกัดด้านงบประมาณและความคล่องตัวในการเบิกจ่าย ข้อจำกัดด้านบุคลากรภาครัฐ และระบบบริหารจัดการส่งเสริมที่ยังไม่เป็นเอกภาพ ทำให้การส่งเสริมในมิติต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ SME ซึ่งมีเป็นจำนวนมากและอยู่กระจัดกระจายทั่วประเทศ ไม่สามารถตอบสนองได้อย่างเพียงพอและทั่วถึง ส่งผลให้การส่งเสริม SME ยังไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ทั้งหมด

ที่มา: แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) โดย สสว.

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2550-2554)

03

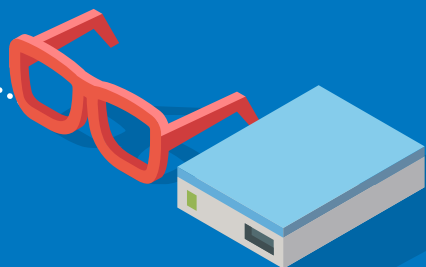
สำหรับผลการส่งเสริม SME ของภาครัฐ ตามเป้าหมายของแผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 2 ยังคงไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ จากปัจจัยหลากหลายไม่ว่าจะเป็นข้อจำกัดด้านข้อมูลการประกอบธุรกิจ การขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง และการส่งเสริมที่มุ่งเน้นเพียงภาคการผลิตมากเกินไป



เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
50.0	38.9
180,000	410,244
2.5	4.4
6.0	9.3

แผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 3 ให้ความสำคัญกับการก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของ SME เน้นการแก้ไขปัญหาทั้งภายในและภายนอกของ SME ที่ยังคงมีอยู่จากการพัฒนาที่ผ่านมา รวมถึงดำเนินการในประเด็นสำคัญต่อเนื่องมาจากแผนการส่งเสริมฯ ทั้ง 2 ฉบับ ยิ่งไปกว่านั้น ยังนำเสนอแนวทางการบรรเทาผลกระทบและรองรับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นวิกฤตทางการเงินของโลก (Hamburger Crisis) เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง สถานการณ์ฉุกเฉินต่างๆ ตลอดจนการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการเปิดเสรีทางการค้า นอกจากนี้ ยังเน้นการสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์ การยกระดับผลิตภาพและประสิทธิภาพ การเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ของกระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และแผนระดับกลุ่มจังหวัด เพื่อให้เกิดการบูรณาการในเชิงนโยบายเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อ SME

อย่างไรก็ตาม แม้การส่งเสริม SME ของภาครัฐจะได้รับงบประมาณต่อเนื่อง แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้บรรลุเป้าหมายได้ เนื่องจากขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง มีการดำเนินโครงการซ้ำซ้อน และจากปัจจัยอื่นๆ ทั้งสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัวและสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ ทั้งหมดล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาและส่งเสริม SME ในภาพรวม

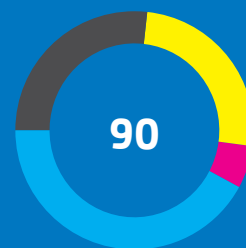
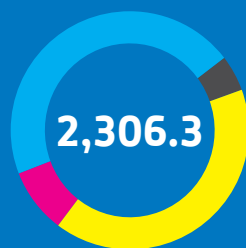


ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน			
		2555	2556	2557*	รวม
SME จดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มขึ้น (ราย; ในปี 2559)	250,000	63,845	67,301	35,058	166,204
SME สาขาเป้าหมายได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในเชิงลึก (ราย; ในปี 2559)	ไม่น้อยกว่า 250,000	2,576	2,909	3,027	8,512
เครือข่าย SME ได้รับการพัฒนาให้มีความเข้มแข็ง (กลุ่ม/ปี)	ไม่น้อยกว่า 60	1	4	3	8

หมายเหตุ: * ปี 2557 เป็นการดำเนินงานถึงเดือนสิงหาคม เท่านั้น
ที่มา: มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง

การจัดสรรงบประมาณ
ในช่วงปี 2555-2557* (ล้านบาท)

จำนวนโครงการส่งเสริม
ในช่วงปี 2555-2557* (โครงการ)



- พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน
- พัฒนา/ปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ
- พัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย SME
- บูรณาการการบริหารจัดการงานส่งเสริม SME

04 แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)



สำหรับแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 นั้น จะให้ความสำคัญกับการยกระดับขีดความสามารถของ SME ให้เติบโต เข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ผ่านแนวคิดการสร้างคุณค่า และมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ในด้านต่างๆ ที่สำคัญ อาทิ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การเข้าสู่ตลาดโลก เป็นต้น เพื่อให้ SME สามารถก้าวขึ้นมาเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติของประเทศไทย ทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) นโยบายของรัฐบาลที่ให้ SME เป็นวาระแห่งชาติ และยุทธศาสตร์ของกระทรวงที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริม SME

กระบวนการในการจัดทำ แผนส่งเสริม SME ฉบับที่ 4

การจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4
มีกระบวนการที่สำคัญ 2 ส่วน ได้แก่

01

ศึกษาข้อมูล และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

เพื่อนำมาประมวลใช้ในการวางกรอบแนวคิดและพัฒนาแผนการส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 โดยรวบรวมและประเมินผล
จากข้อมูลหลักๆ ดังนี้

ร่างยุทธศาสตร์ประเทศไทย ระยะ 20 ปี

ซึ่งกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนา
ขีดความสามารถในการแข่งขัน
(Growth & Competitiveness) โดย
หนึ่งในแนวทางภายใต้ยุทธศาสตร์นี้
คือ การพัฒนา SME

วาระปฏิรูปของสภาปฏิรูป แห่งชาติ

ซึ่งกำหนดให้การเพิ่มขีดความสามารถ
ให้กับ SME เป็นแนวทางหนึ่งใน
การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ
รวมทั้ง กำหนดเป้าหมายในการเพิ่ม
สัดส่วนมูลค่า SME GDP ต่อ GDP รวม
ของประเทศ



แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

ซึ่งในเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับ
การส่งเสริมและพัฒนา SME โดยตรง
ได้แก่ การสร้างสังคมผู้ประกอบการ
ซึ่งได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและ
แนวทางปฏิรูปในด้านต่างๆ

ข้อมูลและสถานการณ์ SME

ซึ่งชี้ให้เห็นถึงสภาพปัญหาที่สำคัญ
ของ SME ในภาพรวมและในแต่ละ
ประเด็นในการพัฒนา ตลอดจนติดตาม
ประเมินผลการส่งเสริม SME ที่ผ่านมา

แผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา SME ของอาเซียน ปี 2559-2568

หรือ ASEAN Strategic Action Plan for the Development of SME 2016-
2025 ซึ่งเป็นแผนปฏิบัติการระยะเวลา 10 ปี และเป็นแผนที่จัดทำร่วมกันของ
10 ประเทศ อาเซียน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของ SME ในภูมิภาคและนำไป
สู่การพัฒนาที่ทัดเทียมกัน



02 รับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน

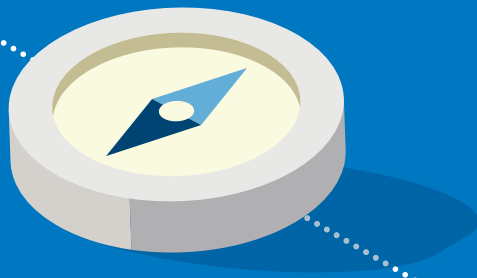
ในการจัดทำแผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 ได้จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนา SME โดยตรง หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายหรือยุทธศาสตร์อื่นๆ ที่มีผลเกี่ยวข้องกับ SME และองค์กรเอกชนต่างๆ ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการ SME



3

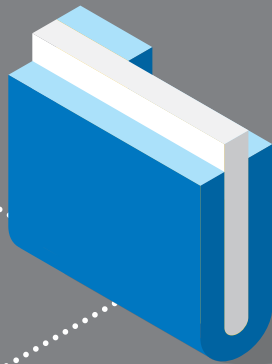
แผนการส่งเสริม
SME ฉบับที่ 4
(พ.ศ. 2560-2564)

วิสัยทัศน์



“SME ไทยเติบโต แข็งแกร่ง แข่งขันได้ในระดับสากล เพื่อเป็นพลังสำคัญใน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ”

การส่งเสริม SME ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) จะมุ่งเน้นให้ SME สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง ภายใต้บริบทการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว SME ไทยจะต้องมีความรู้ มีทักษะในการประกอบธุรกิจ สามารถสรรสร้างสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีมูลค่าสูง แข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก เพื่อให้ SME ไทยก้าวขึ้นเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้อย่างแท้จริง



พัฒนาระบบนิเวศให้ เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SME

การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจของ SME ให้อยู่ในรูปแบบที่ ช่วยสนับสนุนการเติบโตของ SME ไม่ว่าจะเป็น การมีหน่วยงานให้บริการความช่วยเหลือที่ครบถ้วน ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นสามารถเข้าถึงได้อย่าง สะดวก การติดต่อกับภาครัฐมีขั้นตอนที่ชัดเจนและ รวดเร็ว การมีสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม กฎหมาย กฎ ระเบียบ ไม่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ สิ่งต่างๆ เหล่านี้หากได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้ อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม จะช่วย SME ให้สามารถ เริ่มต้นธุรกิจและเติบโตได้มากขึ้น

02

ยกระดับขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจของ SME ให้มีประสิทธิภาพ พร้อมเข้าสู่การแข่งขันอย่างมืออาชีพ

การให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน SME ในด้านต่างๆ ทั้งการให้ความรู้ คำปรึกษาแนะนำ การสนับสนุนเงินทุน เพื่อสร้างและพัฒนา SME ให้มีความรู้ที่เพียงพอในการประกอบธุรกิจ มีทักษะการบริหารจัดการธุรกิจที่ดี รู้จักการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีความรู้และเข้าใจการทำธุรกิจที่ทันสถานการณ์โลก เพื่อให้ SME สามารถแข่งขันได้กับธุรกิจในระดับสากล ในบริบทที่ระบบเศรษฐกิจโลกมีความเชื่อมโยงและแข่งขันกันมากขึ้น

03

เพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME เพื่อสร้างมูลค่า ตอบโจทย์อนาคตประเทศไทย

การพัฒนายกระดับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME ให้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้กับ SME โดยให้ความสำคัญกับทั้งการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพ และการให้ความช่วยเหลือ SME ในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของตนเองให้ประสบความสำเร็จ โดยมุ่งให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง มีคุณค่าและคุณภาพระดับโลก และจากการยกระดับกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานที่สูงขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนมากขึ้น และเป็นจุดเริ่มต้นในการก้าวสู่การเป็นประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

เป้าหมายอยู่ที่ SME GDP = 50% ของ GDP ประเทศ

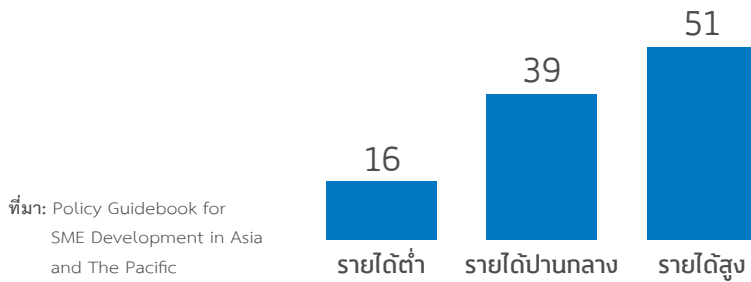
เป้าหมายสูงสุดของแผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 อยู่ที่การเพิ่มสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศให้สูงขึ้นเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายในปี 2564 ซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อ SME สามารถเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น มีการลงทุนเพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและในระดับสากลสูงขึ้น

ทั้งนี้ ข้อมูลจาก Policy Guidebook for SME Development in Asia and The Pacific ระบุว่า ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูงโดยเฉลี่ยแล้ว สัดส่วนของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ จะอยู่ที่ร้อยละ 51

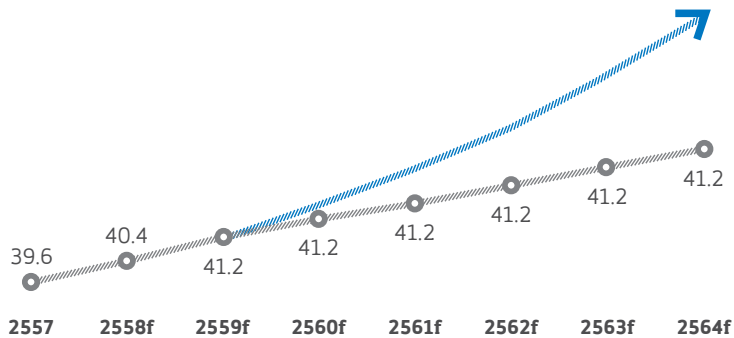
อย่างไรก็ตาม พบว่า ในปี 2557 สัดส่วน SME GDP ต่อ GDP รวมของไทย อยู่ที่ร้อยละ 39.6 แสดงให้เห็นถึงช่วงห่างจากค่าเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มรายได้สูงซึ่งมีสัดส่วนที่ร้อยละ 51 อยู่มาก แต่ยังมีโอกาสที่ SME ไทยจะได้รับการพัฒนาและส่งเสริมให้มีความเข้มแข็งและมีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

“.. ในปี 2557 สัดส่วน SME GDP ต่อ GDP รวมของไทยอยู่ที่ร้อยละ 39.6 แสดงให้เห็นถึงช่วงห่างจากค่าเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มรายได้สูงซึ่งมีสัดส่วนที่ร้อยละ 51 อยู่มาก ..”

สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศเฉลี่ยของกลุ่มประเทศต่างๆ (ร้อยละ)



สัดส่วน SME GDP ต่อ GDP รวมของประเทศ (ร้อยละ)



หมายเหตุ: * GDP ประเทศเติบโตคงที่ = 3.5% ต่อปี และสัดส่วน SME GDP คงที่ = 41.2% ต่อปี
 ** เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คาดการณ์ SME GDP เติบโต > 5.5 ต่อปี

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ส่งเสริม SME: เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส และลดความเหลื่อมล้ำ

แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนา SME ให้มีบทบาทมากขึ้นในการสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ โดยจะให้ความสำคัญทั้งในเรื่องของการส่งเสริม SME เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยเร่งการเติบโตทางเศรษฐกิจ และเพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ดังนั้น แผนการส่งเสริม SME ฉบับนี้ จึงกำหนดแนวทางการพัฒนา SME ไว้สำหรับ SME ทั้ง 2 กลุ่ม คือ



กลุ่ม SME ที่มีศักยภาพ ต้องได้รับการส่งเสริมให้เติบโตแบบก้าวกระโดด (Competitive Growth)

เช่น กลุ่ม SME ที่มีนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ (Innovative SME / Tech Startup / Creative SME) กลุ่ม SME ที่มีการเติบโตสูง (High Growth Firm) กลุ่ม SME ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added) โดยการส่งเสริม SME กลุ่มนี้จะเป็นกลไกที่ช่วยเร่งการเติบโตและสร้างความยั่งยืนในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ นำไปสู่การจ้างงานและการลงทุนที่มีคุณภาพมากขึ้น



กลุ่ม SME ฐานราก ต้องได้รับการส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการเติบโต (Inclusive Growth)

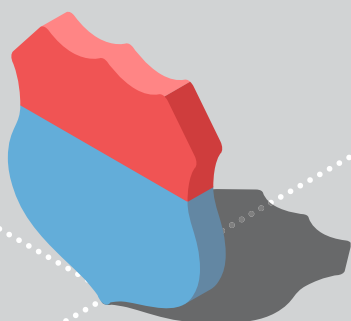
เช่น SME ที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) เจ้าของธุรกิจที่ไม่มีการจ้างงาน (Self-Employed) ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเพื่อการยังชีพ (Necessity Entrepreneur) และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ซึ่งเป็นเป้าหมายในการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายรายได้ให้กับคนส่วนใหญ่ของประเทศ การส่งเสริม SME กลุ่มนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

“.. เป้าหมายสูงสุดของแผนส่งเสริมฯ
อยู่ที่การเพิ่มสัดส่วน SME GDP ต่อ GDP
รวมของประเทศ ให้สูงขึ้นเป็นร้อยละ 50
ภายในปี 2564

ซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อ SME เข้าสู่ระบบ
เศรษฐกิจได้มากขึ้น ลงทุนเพิ่มขึ้น และ
แข่งขันทั้งในและต่างประเทศได้สูงขึ้น ..”

ยุทธศาสตร์ การส่งเสริม SME

01



ในการที่จะบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมาย
ที่วางไว้ แผนการส่งเสริม SME ในระยะ
5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564) จึงกำหนด
แนวทางดำเนินงานไว้ 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น

เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME ในแต่ละประเด็น
ที่มีความสำคัญต่อการเติบโตและขีดความสามารถ
ของ SME ทั้งในส่วนการพัฒนา SME ให้มีทักษะ
ความสามารถเพิ่มมากขึ้น และส่วนที่เป็นการพัฒนา
ระบบนิเวศหรือปัจจัยแวดล้อมที่ช่วยสนับสนุนให้ SME
เติบโตและเข้มแข็งได้ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

- 📦 ยกระดับเทคโนโลยี นวัตกรรม และผลิตภาพ
- 📦 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- 📦 ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล
- 📦 พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

02

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม

เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME เฉพาะกลุ่ม
ซึ่งจะมีสถานการณ์ ปัจจัยแวดล้อม สภาพปัญหา
และความต้องการความช่วยเหลือที่แตกต่างกัน
จึงจำเป็นต้องกำหนดแนวทางการส่งเสริมและ
การพัฒนาเฉพาะ (Tailor-Made) สำหรับแต่ละกลุ่ม
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง
(High Value Startup)
- ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้าง
เครือข่ายทางธุรกิจของ SME
- พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้เข้มแข็ง

03

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อน การส่งเสริม SME อย่างเป็น ระบบ

เป็นการพัฒนาระบบสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ
เพื่อช่วยให้การส่งเสริมและพัฒนา SME เป็นไป
อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากขึ้น
ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มี
ประสิทธิภาพ
- ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ
สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและลดอุปสรรค
ต่อการดำเนินธุรกิจของ SME

ยุทธศาสตร์ที่ 1

ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น

กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงเช่นทุกวันนี้ จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับเรื่องการพัฒนาผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้กับ SME เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ (Moving Up the Value Chain) ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างให้ SME สามารถแข่งขันมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลางและมีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้ว

สถานการณ์ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME ไทยยังอยู่ในระดับที่น่าเป็นกังวลอย่างมาก จากรายงานของ The Global Innovation Index 2015 ซึ่งประเมินและจัดอันดับความพร้อมและศักยภาพด้านนวัตกรรมของประเทศต่างๆ ได้จัดประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 55 จาก 141 ประเทศ ขณะที่ตัวชี้วัดอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การลงทุนวิจัยและพัฒนา การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาโดยการจดสิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร และลิขสิทธิ์ ยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนในเรื่องการบูรณาการทำงานร่วมกันของหน่วยงานวิจัยต่างๆ กลไกการเชื่อมโยงงานวิจัยระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และยังขาดความชัดเจนในการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนาเชิงพาณิชย์

ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม:

มูลค่าผลิตภาพแรงงาน เฉลี่ยของ SME เพิ่มขึ้นเป็น 600,000 บาท/คน/ปี




กลยุทธ์ที่ 1 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

- เป้าประสงค์ที่ 1 SME ได้รับการยกระดับด้านผลิตภาพ
- เป้าประสงค์ที่ 2 SME ได้รับการยกระดับด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- เป้าประสงค์ที่ 3 สิ้นค้านวัตกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนาของ SME ไทย มีตลาดรองรับ
- เป้าประสงค์ที่ 4 โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME ได้รับการพัฒนา

เป้าประสงค์ที่ 1 SME ได้รับการยกระดับด้านผลิตภาพ มีแผนงานดังนี้



1.1 ยกระดับกระบวนการผลิตและการดำเนินธุรกิจ (Process Upgrading)

ที่ผ่านมา การเติบโตของเศรษฐกิจไทยโดยรวมอยู่ในภาวะชะลอตัว ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ธุรกิจ SME ยังไม่สามารถพัฒนายกระดับผลิตภาพหรือประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจที่มากเพียงพอที่จะแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้ในตลาดสากล ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเร่งการดำเนินงานยกระดับผลิตภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจให้กับ SME ทั้งเรื่องการเพิ่มทักษะฝีมือแรงงาน การปรับปรุงสถานประกอบการและกระบวนการผลิต รวมถึงการลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคด้วย โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

-  เสริมสร้างความรู้ให้กับ SME ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อยกระดับทักษะความรู้ความเชี่ยวชาญให้ SME และบุคลากรในสถานประกอบการ เช่น การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ การจัดทำระบบบัญชี การบริหารการเงิน การนำรูปแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ (Best Practices) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น
-  วิเคราะห์ ประเมินศักยภาพของธุรกิจในด้านต่างๆ โดยจัดที่ปรึกษา / ผู้เชี่ยวชาญเข้าวินิจฉัยสถานประกอบการ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการดำเนินธุรกิจ
-  ยกระดับการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้ SME สามารถลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิต เช่น การจัดผังกระบวนการผลิตเพื่อลดเวลาดำเนินการ การปรับปรุงระบบการจัดหาวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนเครื่องจักร การปรับปรุงประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ และการปรับปรุงการผลิตให้ได้มาตรฐาน เป็นต้น

1.2 เสริมสร้างขีดความสามารถการใช้ ICT ของ SME


ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ที่มีความเร็วสูง ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และพฤติกรรมผู้บริโภค ก่อให้เกิดโอกาสทางการค้าและธุรกิจเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม SME ไทยส่วนใหญ่ยังใช้ ICT ในการดำเนินธุรกิจได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถด้าน ICT ให้กับ SME โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้


-  จัดกิจกรรมจับคู่เพื่อเชื่อมโยง SME กับผู้ให้บริการด้าน ICT เพื่อสนับสนุนให้ SME มีโอกาสเรียนรู้และเข้าถึงบริการด้าน ICT สมัยใหม่ ซึ่งจะช่วยให้ SME สามารถเลือกใช้ระบบ ICT ที่เหมาะสมกับรูปแบบของธุรกิจและตรงกับความต้องการของ SME ที่มีความหลากหลาย เช่น ระบบในการจัดทำบัญชีและบริหารการเงิน ระบบการจัดการโลจิสติกส์ การใช้ Cloud Technology
-  พัฒนาศักยภาพของ SME ให้มีความเชี่ยวชาญในการใช้ ICT โดยสร้างความตระหนักให้ SME เห็นความสำคัญของการใช้ ICT เช่น การสนับสนุนให้ SME มีการพัฒนาให้ความรู้และทักษะแก่บุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ ICT ในกระบวนการทำงานในเรื่องต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการบริหารจัดการภายในองค์กร

เป้าประสงค์ที่ 2 SME ได้รับการยกระดับด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีแผนงานดังนี้

2.1 ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับ SME


การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ SME และประเทศแบบก้าวกระโดด โดยในปัจจุบัน ประเทศไทยมีหน่วยงานที่มีภารกิจในการส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมอยู่หลายหน่วยงาน และที่ผ่านมาหน่วยงานเหล่านี้ได้มีการดำเนินงานในภารกิจดังกล่าวเป็นอย่างดีแต่ยังไม่สามารถให้บริการ SME เป็นจำนวนมากได้ ดังนั้น การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถให้หน่วยงานที่มีภารกิจนี้ จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยจะมุ่งเน้นการขยายขอบเขตการดำเนินงานและปริมาณการให้บริการของหน่วยงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของ SME ได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึงมากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้


 สนับสนุนให้มีการบริการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีที่ครบวงจรแก่ SME การขยายปริมาณการให้บริการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้ SME ในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น และมีกิจกรรมสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีที่ครบถ้วนมากขึ้น เช่น จากเดิมที่เป็นการทดลองผลิตในห้องทดลอง (Lab Scale) ให้ขยายกิจกรรมไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ (Commercialization Scale) การเสริมกิจกรรมทางการตลาดให้ SME มีโอกาสในการทดสอบตลาด ซึ่งจะช่วยให้การถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีให้กับ SME นั้นเกิดประสิทธิผลสูงสุด SME สามารถนำเทคโนโลยีไปใช้ได้จริงในการประกอบธุรกิจ


 ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ SME ในการยกระดับเทคโนโลยี เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการพัฒนายกระดับเทคโนโลยีให้ SME นอกเหนือไปจากการขยายการให้บริการจากหน่วยงานของรัฐ ด้วยการจัดให้มีพี่เลี้ยง / ที่ปรึกษาที่เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและมีประสบการณ์ในธุรกิจจริง หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกษียณอายุทั้งในและต่างประเทศในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ SME

2.2 สนับสนุนให้ SME เข้าถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม และนวัตกรรมชาวบ้าน (Frugal Innovation)

การสนับสนุน SME บางกลุ่มให้สามารถเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและมีราคาไม่สูงนับเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพให้ SME โดยไม่เป็นภาระเรื่องค่าใช้จ่ายในการจัดหา และการบำรุงรักษาเทคโนโลยี นอกจากนี้ การนำนวัตกรรมชาวบ้าน (Frugal Innovation) มาปรับใช้จะช่วยให้ SME สามารถสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมเพียงพอต่อการใช้งาน แต่ไม่มากเกินไปจนทำให้ราคาสูงเกินกว่าที่กลุ่มลูกค้าจะสามารถรับได้ โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้



 ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ SME ในการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในระดับที่เหมาะสม โดยจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำ SME ในการเลือกเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่เหมาะสม ไม่ซับซ้อน และมีต้นทุนในการพัฒนาที่ยอมรับได้มาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริการ ยกย่องคุณภาพสินค้าและบริการ หรือลดต้นทุน ซึ่งในการพัฒนานวัตกรรมให้ SME ต้องเชื่อมโยงกับแหล่งเงินทุนเพื่อ SME จะมีเงินทุนที่จะนำไปใช้ปรับปรุงเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

 เสริมสร้างบทบาทของสถาบันอาชีวศึกษาในการให้ความช่วยเหลือ SME ในการยกระดับเทคโนโลยีและปรับปรุงกระบวนการผลิต ด้วยการให้สถาบันอาชีวศึกษาจัดให้มีการเรียนการสอนที่เป็นการศึกษาปฏิบัติร่วมกับ SME ในการให้คำปรึกษาแนะนำและให้ความช่วยเหลือ SME ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือมีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น และให้มีการต่อยอดจากผลงานของนักศึกษาหรือสถาบันฯ ที่ได้รับรางวัลภายใต้โครงการต่างๆ ให้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเทคโนโลยีให้กับ SME ได้จริง เป็นต้น

 ส่งเสริมการนำสิทธิบัตรที่ไม่อยู่ภายใต้การคุ้มครองมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ สิทธิบัตรที่หมดอายุการคุ้มครองแล้วในประเทศสามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบหรือแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ สำหรับ SME ควรสนับสนุนให้มีการสืบค้นข้อมูลของสิทธิบัตรที่หมดอายุแล้ว รวมไปถึงสิทธิบัตรที่ยังไม่มีการคุ้มครองในประเทศ เพื่อเผยแพร่ให้ SME สามารถค้นหาได้อย่างสะดวกและง่ายต่อการเข้าใจ

2.3 สร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนงานวิจัยและพัฒนาให้ตอบโจทย์ SME




การส่งเสริม SME จะเกิดประสิทธิผลสูงสุด เมื่อมีความร่วมมือที่ชัดเจนระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาในพื้นที่ เพราะสถาบันการศึกษาเป็นแหล่งความรู้ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีศักยภาพทั้งด้านบุคลากรและด้านเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ในการวิจัยต่อยอดหรือพัฒนาสินค้าและบริการของ SME จึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนงานวิจัยและพัฒนาให้ตอบโจทย์ SME โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

-  **สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ (Academic-SME Linkage)** เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงวิชาการไปสู่การปฏิบัติจริงในเชิงธุรกิจ โดยสร้างโอกาสให้นักวิจัย อาจารย์ และนักศึกษาในสถาบันการศึกษาได้ทำงานวิจัยเชิงพาณิชย์ตามความต้องการของ SME มากขึ้น ขณะเดียวกันสถาบันการศึกษาก็สนับสนุนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ของสถาบันรวมถึงให้ความรู้และจัดฝึกอบรมเฉพาะด้านให้กับ SME โดยภาครัฐสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วน เพื่อให้เกิดการทำงานวิจัยและพัฒนาร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษาและ SME
 -  **กำหนดสัดส่วนงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนา** เพื่อให้สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงานวิจัย ได้รับจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอและเหมาะสมสำหรับดำเนินงานวิจัยและพัฒนา เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาให้ SME หรือช่วยพัฒนา / ยกระดับนวัตกรรมด้านต่างๆ
-

เป้าประสงค์ที่ 3 สันค้ำนวัตกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนาของ SME ไทยมีตลาดรองรับ มีแผนงานดังนี้



3.1 สนับสนุนให้สินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME ไทยเข้าสู่ตลาดภาครัฐ

ตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูง มีความต้องการสินค้าและบริการที่หลากหลาย มีหลายหน่วยงานที่มีความต้องการใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมอยู่ แต่ที่ผ่านมา สินค้านวัตกรรมของ SME ไทยยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงตลาดจัดซื้อของภาครัฐอยู่มาก แม้ว่าในปัจจุบันได้มีการจัดทำระบบบัญชีนวัตกรรมไทยเสร็จเรียบร้อยแล้ว และเริ่มมีผลงานที่ผ่านการพิจารณาบรรจุอยู่ในบัญชีนวัตกรรมไทยแล้ว เช่นกัน แต่เนื่องจากยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของโครงการ จึงยังจำเป็นต้องมีการสนับสนุนให้บัญชีนวัตกรรมไทยเป็นกลไกที่เข้มแข็งสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดขนาดใหญ่ให้กับสินค้านวัตกรรมของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

-  ส่งเสริมให้ SME ที่มีนวัตกรรมเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมได้มากขึ้น โดยการให้ข้อมูล ความรู้ที่เกี่ยวกับข้อกำหนด กฎ ระเบียบ และเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าสู่บัญชีนวัตกรรม รวมถึงการพัฒนาสินค้าของ SME เพื่อให้สามารถเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย โดยจัดให้มีการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาสินค้าของ SME ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การขึ้นบัญชีสินค้านวัตกรรมในประเด็นที่สามารถพัฒนาปรับปรุงได้ เช่น การรับรองมาตรฐาน
-  การปรับปรุงกฎระเบียบในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐให้สามารถสนับสนุนการซื้อสินค้านวัตกรรมไทยได้ สินค้านวัตกรรมบางรายการอาจมีราคาสูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน จึงอาจเป็นอุปสรรคที่ภาครัฐจะดำเนินการจัดซื้อสินค้านวัตกรรม ดังนั้น ต้องมีการศึกษาปรับแก้กฎระเบียบในการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้สามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาสูงกว่าจาก SME ได้ในกรณีที่ เป็นสินค้านวัตกรรม
-  จัดให้มีระบบสำหรับให้หน่วยงานภาครัฐรับประกันการสั่งซื้อสินค้าที่วิจัยและพัฒนาโดย SME (Purchase Guaranteed New Product Development Program) โดยให้หน่วยงานภาครัฐกำหนดลักษณะหรือประเภทของสินค้าที่ต้องการในอนาคตเพื่อให้ SME สามารถพัฒนาสินค้าได้ตรงความต้องการ โดยมีการสนับสนุนช่วยเหลือให้ SME พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความ ต้องการที่กำหนดไว้

3.2 สนับสนุนให้สินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าถึงผู้บริโภค




สินค้าเทคโนโลยีและนวัตกรรมของไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นในการพัฒนา อาจยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มผู้ซื้อมากนัก รวมทั้งยังไม่มีช่องทางการตลาดและการจำหน่ายที่เหมาะสมกับสินค้า ดังนั้น ในช่วงเริ่มต้นนี้จึงจำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือให้สินค้าที่ได้รับการคิดค้นและพัฒนาขึ้นมาสามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้มากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

-  สร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้านวัตกรรมของ SME เพื่อนำเสนอสินค้าเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME ให้รับรู้ในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการจัดกิจกรรม / งานแสดงและจำหน่ายสินค้านวัตกรรม การจัด Online Exhibition ตลอดจน Technology E-Marketplace
 -  สนับสนุนให้ธุรกิจขนาดใหญ่ซื้อสินค้านวัตกรรมของ SME โดยการจัดให้มีกิจกรรมที่นำเสนอสินค้านวัตกรรมของ SME ที่สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจขนาดใหญ่ (Corporate Procurement) คัดเลือกสินค้านวัตกรรมที่มีศักยภาพ และจัดทำเป็น Catalog เพื่อให้ธุรกิจขนาดใหญ่เลือกซื้อ โดยภาครัฐให้สิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดใหญ่เพื่อจูงใจให้เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมสินค้านวัตกรรมของ SME มากขึ้น
-

เป้าประสงค์ที่ 4 โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME ได้รับการพัฒนา มีแผนงานดังนี้


4.1 พัฒนาระบบการจดสิทธิบัตรให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME

การจดสิทธิบัตรถือเป็นเครื่องมือในการสร้างความมั่นใจในความพยายามใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อปรับปรุงธุรกิจของ SME เนื่องจากการจดสิทธิบัตรจะเป็นการคุ้มครอง ปกป้องผลประโยชน์จากการลงทุนทั้งด้านสติปัญญา ความพยายาม เวลา และงบประมาณของ SME ในการประดิษฐ์ คิดค้น หรือออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับศักยภาพทางธุรกิจ จึงควรพัฒนาระบบการจดสิทธิบัตรให้มีประสิทธิภาพ โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

-  ปรับปรุงระบบการจดสิทธิบัตรให้มีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุน SME ไทยที่มีการคิดค้นงานนวัตกรรม โดยการลดระยะเวลา ขั้นตอน และค่าใช้จ่ายในการจดสิทธิบัตร เพื่อสนับสนุนให้มีการจดสิทธิบัตรในประเทศมากขึ้น
-  พัฒนาระบบประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาโดยเฉพาะสิทธิบัตร เพื่อให้การคิดค้นนวัตกรรมต่างๆ สามารถประเมินมูลค่าซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อได้ รวมทั้งสามารถนำไปสู่การซื้อขายสิทธิบัตรอย่างยุติธรรม อันจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมต่างๆ มากขึ้น
-  พัฒนาลาดทรัพย์สินทางปัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างช่องทางในการแสดงและจำหน่ายทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งเป็นการสนับสนุนทั้งฝ่ายผู้คิดค้นผลงานนวัตกรรมและผู้ซื้อผลงานนวัตกรรม โดยฝ่ายผู้คิดค้นสามารถสร้างรายได้จากการคิดค้นหรือประดิษฐ์สิ่งต่างๆ ขณะที่ผู้ซื้อ ก็สามารถพัฒนาสินค้าจากสิทธิบัตรซึ่งจะสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น

4.2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางด้านงานวิจัยและพัฒนาและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน

การพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่รวบรวมข้อมูลงานวิจัยและพัฒนา ความเชี่ยวชาญ และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ SME สามารถใช้สืบค้นข้อมูล เพื่อขอรับความช่วยเหลือด้านต่างๆ ได้โดยสะดวก รวมทั้งสามารถนำข้อมูลไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาสินค้าและบริการ หรือปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ โดยมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

-  จัดทำฐานข้อมูลกลางงานวิจัยและพัฒนาและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน เพื่อให้เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลผลงานวิจัยและพัฒนา นักวิจัย - ผู้เชี่ยวชาญ ความเชี่ยวชาญของหน่วยงานวิจัยและสถาบันการศึกษา เผยแพร่ให้ SME เข้าถึงได้สะดวก รวมถึงการทำข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่ SME เข้าใจง่ายและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

เงินทุนมีผลอย่างยิ่งต่อการเติบโตและความอยู่รอดของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงแหล่งเงินทุนถือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับ SME ไทย มาอย่างยาวนาน เป็นผลจากข้อจำกัดทั้งด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ หลักเกณฑ์ที่ไม่ยืดหยุ่นของสถาบันการเงิน ประเภทของเงินทุนในประเทศ ที่ไม่มีความหลากหลายและไม่ตอบสนองความต้องการของธุรกิจในแต่ละช่วงการเติบโต ทั้งนี้ พบว่าผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะปิดกิจการ และบางกลุ่มต้องรับภาระจากต้นทุนการกู้ยืมที่สูงเกินไป ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจ

ในทางตรงกันข้าม ผู้ประกอบการที่เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ จะสามารถต่อยอดสร้างการเติบโตของยอดขาย ขยายธุรกิจ และจ้างแรงงานเพิ่ม อย่างไรก็ตาม SME บางส่วนที่เข้าถึงแหล่งเงินทุน ก็ยังมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการเงินให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น แนวทางที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการ SME สามารถอยู่รอดและเติบโตได้ คือ การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สร้างและพัฒนาปัจจัยที่เอื้อให้ SME สามารถเข้าถึงแหล่งทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

กลยุทธ์ที่ 2 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ 1 SME เข้าถึงแหล่งสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ที่ 2 แหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก (Alternative Financing) โดยเฉพาะแหล่งเงินทุนประเภททุน (Equity Financing) มีบทบาทมากขึ้น

เป้าประสงค์ที่ 3 พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน


ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเข้าถึง
แหล่งเงินทุน:


- ❏ สัดส่วนของสินเชื่อ SME
ต่อสินเชื่อรวม เพิ่มขึ้นเป็น
ร้อยละ 38
- ❏ มูลค่าเงินทุนที่ SME ได้รับ
จากแหล่งเงินทุนประเภททุน
เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

เป้าประสงค์ที่ 1 SME เข้าถึงแหล่งสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีแผนงานดังนี้

1.1 ขยายการค้ำประกันสินเชื่อให้มียุทธศาสตร์มากขึ้น




การค้ำประกันสินเชื่อของไทยขยายตัวอย่างมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SME ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้น จึงควรขยายขอบเขตการค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อช่วยเหลือให้ SME เข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

 **ค้ำประกันสินเชื่อให้ SME ที่มีการจัดตั้งธุรกิจต่างประเทศ (Outward Investment)** เนื่องจากกฎหมายค้ำประกันของไทย กำหนดให้ค้ำประกันสินเชื่อเฉพาะ SME ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย แต่ไม่สามารถค้ำประกันธุรกิจ/สาขาของผู้ประกอบการไทยที่จัดตั้งในต่างประเทศ จึงเป็นข้อจำกัดในการส่งเสริมสนับสนุน SME ไทยที่จะตั้งธุรกิจในต่างประเทศ ดังนั้น วิธีการลดข้อจำกัดดังกล่าว จึงต้องมีการแก้ไขกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งศึกษาข้อปฏิบัติเชิงลึกเกี่ยวกับกฎหมายระหว่างประเทศเรื่องการบังคับทรัพย์สินและการสวมสิทธิ์

 **ค้ำประกันโดยตรง (Direct Guarantee)** ให้ SME เฉพาะกลุ่มเป้าหมายตามนโยบาย ปัจจุบันการค้ำประกันสินเชื่อของไทยเป็นการค้ำประกันทางอ้อม คือ ค้ำประกันให้ SME ที่ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินแล้วเท่านั้น ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME จึงควรขยายบทบาทการค้ำประกันสินเชื่อของไทยให้สามารถค้ำประกันโดยตรงแก่ SME โดยการแก้ไขกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลให้กระบวนการค้ำประกันสินเชื่อของไทย เริ่มตั้งแต่การพิจารณาสินเชื่อเบื้องต้น การอนุมัติการค้ำประกัน และการส่งต่อ SME ให้แก่สถาบันการเงิน โดยอาจเป็นการคัดเลือก SME ที่มีศักยภาพจากกลุ่มเป้าหมายตามนโยบาย



1.2 รับรองสถานะและศักยภาพของ SME เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ

สถานภาพและศักยภาพของ SME เป็นคุณสมบัติหลักในการพิจารณาสินเชื่อของสถาบันการเงิน การมีหน่วยงานที่ช่วยรับรองสถานภาพและประเมินศักยภาพ SME ก่อนส่งสถาบันการเงิน จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ SME ช่วยแบ่งเบาภาระการดำเนินงานของสถาบันการเงิน ซึ่งจะช่วยให้ SME สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อได้มากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  ส่งเสริมให้มีระบบการประเมินศักยภาพทางการเงินของ SME เพื่อช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาการพิจารณาของสถาบันการเงิน โดยจัดให้มีระบบวิเคราะห์เพื่อประเมินศักยภาพธุรกิจ SME (SME Scoring) ระบบวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของ SME ซึ่งจะทำหน้าที่คัดกรอง SME ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่สถาบันการเงินกำหนด ทำให้สามารถจัดกลุ่ม SME ที่มีผลประกอบการทางการเงินในระดับปานกลางถึงดี ก่อนส่งให้สถาบันการเงินพิจารณา
-  ส่งเสริมให้องค์กรเอกชนมีบทบาทในการรับรองสถานภาพและศักยภาพของ SME การสนับสนุนให้องค์กรเอกชนที่มี SME เป็นสมาชิก เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงสมาชิกให้แก่สถาบันการเงิน โดยดำเนินการพัฒนาศักยภาพ SME เช่น ให้คำปรึกษาแนะนำในการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการเงิน ภาษี บัญชี แรงงาน การบริหารทั่วไป และอื่นๆ และให้การรับรองสถานภาพและศักยภาพของ SME ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพ เพื่อส่งต่อสถาบันการเงินต่อไป
-  จัดทำบัญชีรายชื่อ SME ที่มีศักยภาพ การรวบรวมรายชื่อ SME ที่มีศักยภาพสูง เช่น SME ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐ หรือ SME ที่ได้รับรางวัลประเภทต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งให้สถาบันการเงินใช้ประกอบการพิจารณาการให้สินเชื่อ จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยให้ SME ที่มีศักยภาพมีโอกาสในการเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น


1.3 สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำให้กับ SME กลุ่มเป้าหมาย

การส่งเสริมให้ SME กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้การส่งเสริมสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน จำเป็นต้องจัดให้มีสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนและลดภาระต้นทุนทางการเงินในการประกอบธุรกิจ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) สำหรับ SME กลุ่มเป้าหมาย การจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้สามารถนำมาปล่อยกู้ให้ SME ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าอัตราปกติได้ เช่น การให้แหล่งเงินทุนที่มีสภาพคล่องทางการเงินสูง นำเงินมาปล่อยกู้ให้สถาบันการเงินต่างๆ ในอัตราดอกเบี้ยระหว่างธนาคารที่ไม่สูงมากนัก หรือให้หน่วยงานภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจที่มีเงินฝากตามแหล่งเงินทุนต่างๆ นำเงินมาฝากหรือให้กู้ยืมกับสถาบันการเงิน เพื่อนำมาปล่อยกู้ให้กับ SME ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ
-  ขดเชยดอกเบี้ย และขดเชยค่าธรรมเนียมการค้าประกันสินเชื่อให้กับ SME กลุ่มเป้าหมาย การจัดให้มีวงเงินสินเชื่อให้แก่ SME โดยภาครัฐขดเชยดอกเบี้ย และ/หรือขดเชยค่าธรรมเนียมการค้าประกันสินเชื่อให้แก่ SME ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนสินเชื่อของ SME ลดลง และมีสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

1.4 จัดให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SME ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ



ปัจจัยภายนอกหรือภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน อาจส่งผลให้ธุรกิจ SME ขาดสภาพคล่องทางการเงิน ขณะที่สถาบันการเงินไม่ปล่อยสินเชื่อให้ทั้งที่ยังมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น เพื่อให้ SME กลุ่มดังกล่าวยังมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ จึงควรจัดให้มีแหล่งเงินทุนเพื่อให้ความช่วยเหลือ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  ส่งเสริมให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SME ที่ประสบปัญหา (Turn Around Fund) เพื่อให้ SME ที่ประสบปัญหามีโอกาสในการฟื้นฟูกิจการและกลับมาดำเนินธุรกิจได้ต่อไป โดยการจัดให้มีแหล่งเงินทุนให้กู้ยืมแก่ SME ในรูปแบบของโครงการหรือกองทุน และ SME จะต้องผ่านกระบวนการให้คำปรึกษา แนะนำ และวินิจฉัย เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาที่แท้จริง

เป้าประสงค์ที่ 2 แหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก (Alternative Financing) โดยเฉพาะ แหล่งเงินทุนประเภทหุ้น (Equity Financing) มีบทบาทมากขึ้น มีแผนงานดังนี้



2.1 ส่งเสริมให้ SME เข้าถึงการร่วมทุน (Venture Capital: VC)

การร่วมลงทุนเป็นแหล่งทุนทางเลือกที่ช่วยให้ SME มีเงินทุน (Source of Fund) เพิ่มมากขึ้น และเป็น การระดมทุนที่ SME ไม่ต้องมีภาระดอกเบี้ย ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์หรือหลักประกันใดๆ ผู้ร่วมลงทุนทุกฝ่าย มีความเป็นเจ้าของกิจการและรับผิดชอบร่วมกัน นอกจากนี้ VC โดยเฉพาะภาครัฐยังมีระบบพี่เลี้ยง และที่ปรึกษา เพื่อให้ความช่วยเหลือสนับสนุน คำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจอีกด้วย จึงควรส่งเสริมให้ SME เข้าถึง VC โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  ส่งเสริมให้ SME ที่มีศักยภาพเข้าถึงการร่วมทุน โดยการจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมและ พัฒนาผู้ประกอบการในการนำเสนอธุรกิจ (Pitching) รวมถึงการสร้างโอกาสการนำเสนอธุรกิจ ระหว่าง SME กับธุรกิจร่วมทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
-  สนับสนุนให้ธุรกิจร่วมทุนมีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการร่วมลงทุนของภาครัฐ ในลักษณะ “Fund of Funds” คือ ภาครัฐสมทบทุนร่วมกับ VC ภาคเอกชน เพื่อให้มี การตัดสินใจลงทุนในกิจการของ SME เป็นส่วนผสมระหว่างนโยบายของภาครัฐที่สามารถกำหนด กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสนับสนุนและการตัดสินใจของภาคเอกชนที่พิจารณาถึงโอกาสทางธุรกิจ เป็นหลัก


2.2 สนับสนุนให้การระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) เป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกใหม่


การระดมทุนสาธารณะเป็นรูปแบบการระดมทุนที่มีต้นทุนต่ำ ใช้เวลาในการระดมทุนไม่มาก ทั้งเป็น การระดมทุนจากประชาชนทั่วไปซึ่งไม่ต้องการการลงทุนจำนวนมาก จึงเป็นแหล่งเงินทุนที่สะดวกและ เหมาะสมสำหรับ SME แต่การระดมทุนสาธารณะในประเทศไทยเป็นเรื่องใหม่ที่ยังไม่แพร่หลายนัก จึงควรสนับสนุนให้การระดมทุนสาธารณะเป็นแหล่งทุนทางเลือกใหม่ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  ให้ความรู้และการเตรียมความพร้อมแก่ SME เกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะ เพื่อให้ SME มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะที่เพียงพอในการตัดสินใจ เช่น รูปแบบและ ความสำคัญ วิธีการระดมทุน กฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ โดยเผยแพร่ความรู้ดังกล่าว ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การอบรม/สัมมนา จัดกิจกรรมให้ความรู้สัญจร เผยแพร่บนเว็บไซต์หรือ สื่อต่างๆ เป็นต้น
-  จัดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อกระตุ้นให้เกิดการระดมทุนสาธารณะ การให้สิทธิประโยชน์ ทางภาษีทั้งในส่วนของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (Crowdfunding Portal) และประชาชนผู้ลงทุนในธุรกิจ SME ที่ระดมทุนผ่านระบบการระดมทุนสาธารณะ เพื่อสนับสนุนการจัดตั้งการระดมทุนสาธารณะและกระตุ้นให้ประชาชนลงทุนในธุรกิจ SME

2.3 สนับสนุนให้ SME ที่มีศักยภาพเข้าถึงตลาดหลักทรัพย์ mai

ตลาดหลักทรัพย์ mai เป็นตลาดทุนสำหรับกิจการต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่ม SME ที่มีศักยภาพ กลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงและมีแนวโน้มการเติบโตได้ดีในอนาคต และกิจการที่มีนวัตกรรม ให้สามารถระดมทุนจากนักลงทุนทั่วไปซึ่งเป็นเงินทุนระยะยาว การเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ mai จะช่วยให้ SME สามารถยกระดับธุรกิจไปสู่ระดับการเติบโตที่สูงขึ้นไป แต่การเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ mai เป็นเรื่องยากสำหรับ SME ทั้งในแง่ของเอกสาร กฎระเบียบที่ต้องปฏิบัติตาม ใช้ทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายสูง จึงจำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือแก่ SME ในการเข้าตลาดหลักทรัพย์ mai โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้


 **เตรียมความพร้อมก่อนการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai** โดยการคัดเลือก SME ที่มีศักยภาพสูง เพื่อให้ความรู้และคำปรึกษาแนะนำอย่างใกล้ชิด (Coaching) ในขั้นตอนการเตรียมความพร้อมก่อนการจ้างที่ปรึกษาทางการเงิน เช่น การจัดเตรียมเอกสารภายในบริษัทให้เป็นหมวดหมู่ การเปลี่ยนผู้สอบบัญชีให้เป็นผู้สอบที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) การปรับปรุงระบบบัญชีและการควบคุมภายในให้ได้มาตรฐาน การเตรียมการสรรหาบุคคลที่จะเข้ามาเป็นกรรมการอิสระหรือคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นต้น รวมถึงการให้คำปรึกษาแนะนำอย่างใกล้ชิดในการเลือกที่ปรึกษาทางการเงิน และผู้ตรวจสอบบัญชี

 **ลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับ SME ในการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai** การลดค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการในการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai เช่น ค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาทางการเงิน ค่าธรรมเนียม ค่าขออนุญาต ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าใช้จ่ายในการเสนอขายหุ้น เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ SME เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ mai ได้มากขึ้น

เป้าประสงค์ที่ 3 พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีแผนงานดังนี้



3.1 ส่งเสริมให้ SME ใช้บริการ ระบบพี่เลี้ยง ที่ปรึกษาด้านการเงิน

ที่ผ่านมา ปัจจัยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของระบบพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาด้านการเงิน ที่ช่วยให้คำปรึกษาแนะนำในการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ขั้นตอนการขอสินเชื่อ หรือให้คำปรึกษาแนะนำด้านการเงินระหว่างการดำเนินธุรกิจ ยังไม่มีการจัดการอย่างเป็นระบบและไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SME จึงควรส่งเสริมให้ SME ใช้บริการระบบพี่เลี้ยงที่ปรึกษาด้านการเงิน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการของสถาบันการเงินและการให้บริการจากโครงการของภาครัฐให้มากยิ่งขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  ส่งเสริมให้ SME ใช้บริการพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาด้านการเงิน โดยจัดให้มีช่องทางการให้บริการพี่เลี้ยงที่ปรึกษาทางด้านการเงินที่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งรูปแบบ Online และ Offline และให้ SME เข้าถึงได้ในอัตราค่าบริการที่เหมาะสมหรือมีมาตรการสิทธิประโยชน์ในการกระตุ้นและช่วยเหลือเพิ่มเติม

3.2 ส่งเสริมให้ SME มีความรู้ความเข้าใจด้านการเงิน (Financial Literacy) ในการประกอบธุรกิจ

SME จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจที่ดีพอในเรื่องการบริหารจัดการด้านการเงิน ผลกระทบทางการเงิน ความเสี่ยงในการลงทุน การจัดทำบัญชี เงื่อนไขต่างๆ ทางการเงิน และระบบการให้สินเชื่อของสถาบันการเงิน ซึ่งมีส่วนช่วยให้ SME สามารถตัดสินใจในทางธุรกิจได้ดีขึ้น เข้าใจสถานการณ์ที่เผชิญอยู่ และสามารถเข้าถึงสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จึงควรส่งเสริม SME ให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการเงินที่เพียงพอในการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินขั้นพื้นฐาน (Financial Literacy) เพื่อช่วยให้ SME สามารถบริหารจัดการทรัพยากรทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถวางแผนทางการเงินได้ โดยมีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบต่างๆ อาทิ การอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำเว็บไซต์ การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการเงินผ่านสื่อต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ องค์กรความรู้ที่จำเป็นสำหรับ SME ได้แก่ การจัดทำบัญชีต้นทุน บัญชีบริหาร บัญชีการเงิน การใช้ซอฟต์แวร์บัญชีอย่างง่าย การจัดทำบัญชีเล่มเดียว การสร้าง Track Pass Record หลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อเบื้องต้น ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การค้าประกันสินเชื่อ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การบริหารโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม การเข้าถึงสินเชื่อ การใช้บริการทางด้านการเงินต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจ เป็นต้น
-  สนับสนุนให้สถาบันการเงินเพิ่มภารกิจด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ SME เนื่องจากสถาบันการเงินเป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการ SME ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา SME โดยให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนยื่นขอสินเชื่อ ตลอดจนให้ความรู้ด้านการบริหารเงินและธุรกิจ โดยไม่จำกัดเฉพาะลูกค้าของตน

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล

การเข้าถึงตลาดและความสามารถในการลงทุนทั้งภายในและต่างประเทศ นับเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในบริบทที่มีการรวมตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก เช่น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แต่ที่ผ่านมา SME ยังมีอุปสรรคในการเข้าถึงตลาดอยู่มาก ด้วยข้อจำกัดในเรื่องศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการ อีกทั้งภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นโดยเฉพาะการแข่งขันในระดับสากล ซึ่งมี SME ไทยเพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้นที่มีขีดความสามารถในการเข้าสู่ตลาดดังกล่าว

ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ SME เข้าถึงตลาดทั้งภายในประเทศและตลาดสากล แนวทางสำคัญ คือ เร่งเสริมศักยภาพและสร้างโอกาสให้ SME โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง ภาครัฐสนับสนุนการใช้ช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนปัจจัยที่เอื้อต่อการขยายธุรกิจ ในต่างประเทศ ให้สามารถดำเนินการได้โดยสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ที่ 3 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

- เป้าประสงค์ที่ 1 SME มีช่องทางการจำหน่ายในประเทศมากขึ้น
- เป้าประสงค์ที่ 2 SME มีศักยภาพในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ
- เป้าประสงค์ที่ 3 SME ลงทุนในต่างประเทศได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการเข้าถึง ตลาดและการเข้าสู่สากล:


 **สัดส่วนส่งออกของ SME
เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30**


 **มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย
ของ SME เพิ่มขึ้นเป็น
100 ล้านบาท/ราย/ปี**

เป้าประสงค์ที่ 1 SME มีช่องทางการจำหน่ายในประเทศมากขึ้น มีแผนงานดังนี้

1.1 ส่งเสริมให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ


การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเป็นตลาดภายในประเทศที่มีมูลค่าสูงมาก แต่ SME ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงตลาดดังกล่าว เพราะไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ โดยเฉพาะการแข่งขันในเรื่องราคา จึงควรมีแนวทางการให้ความช่วยเหลือ SME ให้สามารถเข้าถึงตลาดภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้


 **จัดทำ SME Catalog** โดยจัดทำบัญชีสินค้าและบริการของ SME ที่ผ่านการคัดเลือก เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการจาก SME ได้โดยสะดวก

 **แก้ไขกฎ ระเบียบ** เพื่อสนับสนุนให้ SME สามารถแข่งขันในตลาดภาครัฐได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสและอำนวยความสะดวกให้ SME ในการเข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เช่น การอนุญาตให้มีแต้มต่อด้านราคาแก่ SME (Price Preference) การกำหนดประเภทของงานหรือโครงการที่ต้องจัดซื้อจัดจ้างจาก SME เท่านั้น (Set Aside) และการปรับปรุงกระบวนการเบิกจ่ายเงินให้ SME ให้มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น เป็นต้น

1.2 ส่งเสริมให้ SME ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคทั่วโลกซื้อขายออนไลน์ผ่านระบบ E-Commerce เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 694.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2556 เป็น 1,155.7 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2559 (ข้อมูลจาก Euromonitor) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้การค้าออนไลน์กลายเป็นช่องทางสำคัญที่จะช่วยให้สินค้าและบริการของผู้ประกอบการ SME เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการวางจำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ ฯลฯ ดังนั้น จึงควรสนับสนุนให้ SME ได้เรียนรู้และมีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการตลาดมากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้


 พัฒนาลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับ SME จัดทำตลาดกลางออนไลน์สำหรับ SME ที่รวบรวมสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ SME ทั่วประเทศ รวมทั้งจัดให้มีระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการตลาดกลางออนไลน์ เพื่อให้สามารถสนับสนุนกิจกรรมการซื้อขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่งสินค้า ระบบชำระค่าสินค้า ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการลดภาระต้นทุนในการบริหารจัดการด้านการตลาดและช่วยให้สินค้าสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

 ส่งเสริมให้ SME มีช่องทางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของตน เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภค ลดการพึ่งพาช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลักที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง โดยสนับสนุนให้ SME จัดทำระบบการจำหน่ายสินค้าบนเว็บไซต์ของตน หรือจัดทำร้านค้าออนไลน์ พร้อมทั้งจัดให้มีการพัฒนาทักษะความรู้แก่ SME ในการบริหารจัดการการซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์และร้านค้าออนไลน์ เช่น การนำเสนอสินค้า การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง การขนส่งสินค้า เพื่อให้สามารถรองรับและจัดการคำสั่งซื้อของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ที่ 2 SME มีศักยภาพในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ มีแผนงานดังนี้






2.1 ส่งเสริมให้มีข้อมูลการตลาดต่างประเทศเชิงลึกที่ช่วยสนับสนุน SME ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของ SME มีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ คือ การมีข้อมูลตลาดเชิงลึก (Market Intelligence) ที่ถูกต้องครบถ้วน และค้นหาได้โดยง่าย ซึ่งจะต้องครอบคลุมทั้งสถิติการค้า กฎหมาย กฎระเบียบ โอกาสทางการตลาด วิธีการเข้าสู่ตลาด โดยจะต้องประกอบด้วยข้อมูลรายประเทศและข้อมูลรายสินค้า เพื่อให้ SME สามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

 พัฒนาระบบสารสนเทศข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและเข้าใจง่าย โดยพัฒนาและรวบรวมข้อมูลโอกาสการค้า การลงทุน พฤติกรรมผู้บริโภคที่น่าสนใจ แนวทางการทำธุรกิจของประเทศต่างๆ สถิติการค้า กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รายชื่อผู้ซื้อต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลอื่นๆ ที่จำเป็น โดยเผยแพร่ผ่านระบบออนไลน์



2.2 สนับสนุน SME ที่มีศักยภาพในการขยายตลาดต่างประเทศ

การเสริมสร้างโอกาสให้กับ SME ในการขยายตลาดต่างประเทศยังคงเป็นเรื่องสำคัญที่ภาครัฐต้องให้ความช่วยเหลือ เนื่องจากการขยายตลาดต่างประเทศเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายสูง มีขั้นตอนการดำเนินงานที่ยุ่งยาก และมีการแข่งขันกับธุรกิจจากทั่วโลก SME ส่วนใหญ่จึงไม่สามารถดำเนินการได้เองโดยไม่ได้รับคำแนะนำหรือความช่วยเหลือจากภาครัฐ จึงควรมีการสนับสนุน SME ในการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  **เสริมสร้างโอกาสทางการตลาดต่างประเทศให้กับ SME** สนับสนุนให้ SME ได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ โดยการนำ SME เข้าร่วมงานเจรจาจับคู่ทางธุรกิจ รวมถึงการเชื่อมโยงระหว่าง SME กับผู้ค้าระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนให้มีผู้แทนจำหน่ายสำหรับ SME ไทย (International Trader)
 -  **สนับสนุนค่าใช้จ่ายให้ SME ในการขยายตลาดต่างประเทศ (Internationalization Grant)** การจัดให้มีเงินสนับสนุนแก่ SME กลุ่มเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมขยายตลาดต่างประเทศ ทำให้ SME สามารถเลือกเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดได้ตรงกับความต้องการมากขึ้น ลดการพึ่งพากิจกรรมงานแสดงสินค้าของภาครัฐ ทั้งนี้ การสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้กับ SME ควรครอบคลุมกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ค่าใช้จ่ายในการเจรจาธุรกิจ เป็นต้น
 -  **พัฒนาตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดต่างประเทศ** ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการที่สร้างโอกาสการเข้าถึงผู้ซื้อจากทั่วโลก แต่มีค่าใช้จ่ายไม่มาก อย่างไรก็ตามการจำหน่ายสินค้าและบริการให้ผู้ซื้อต่างประเทศจำเป็นต้องมีรูปแบบการใช้งานที่เป็นมาตรฐาน จึงควรพัฒนาตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และต้องมีการเตรียมความพร้อมให้กับ SME ในการผลิตเพื่อรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณมาก รวมถึงความสามารถในการส่งสินค้าระหว่างประเทศ การรับชำระค่าสินค้า ฯลฯ
 -  **สนับสนุนการยกระดับมาตรฐานสินค้าหรือบริการให้กับ SME ที่จะเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ** เพื่อให้ SME สามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ตามข้อกำหนดด้านมาตรฐานของผู้ซื้อในต่างประเทศ ควรมีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนให้ SME ในการเข้ารับบริการทดสอบ ตรวจสอบ หรือขอรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้าจากศูนย์ทดสอบของภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ
 -  **สนับสนุน SME ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงให้สามารถเข้าสู่ตลาดสากล** การคัดเลือก SME ที่มีการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม มีการใช้เทคโนโลยี มีนวัตกรรม เข้ารับบริการคำปรึกษาแนะนำเชิงลึก และช่วยเหลือ SME ในการดำเนินกิจกรรมขยายตลาดต่างประเทศ
-

2.3 สร้างและพัฒนาผู้ส่งออกรายใหม่



ปัจจุบัน SME ไทยจำนวนมากไม่น้อยขาดทักษะ ความรู้ ความสามารถในการทำธุรกิจในระดับสากล และ SME ที่มีการส่งออกหรือมีลูกค้าในต่างประเทศก็มีจำนวนน้อยมาก จำเป็นต้องเร่งสร้าง SME ที่มีศักยภาพ ให้สามารถเข้าสู่สากลได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อร่วมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ เช่น พิธีการศุลกากร กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเสริมสร้างความรู้ให้ SME ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการส่งออกไปก่อน หรือเพิ่งเริ่มมีการส่งออก โดยการให้ความรู้ ทั้งที่เป็นการฝึกอบรม การให้ความรู้ผ่านทางระบบ Online
-  ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ SME ผู้ส่งออกรายใหม่ เพื่อเพิ่มทักษะในการดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกให้มากขึ้น และให้ความช่วยเหลือแก่ SME ที่ยังไม่เคยส่งออกไปก่อน โดยจัดให้มีพี่เลี้ยงและที่ปรึกษา เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการ เอกสารหรือขั้นตอนการปฏิบัติ รวมทั้งให้ความรู้ด้านการขยายช่องทางการตลาดต่างประเทศ

เป้าประสงค์ที่ 3 SME ลงทุนในต่างประเทศได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ มีแผนงานดังนี้

3.1 อำนวยความสะดวกแก่ SME ที่สนใจไปลงทุนในต่างประเทศ

การลงทุนในต่างประเทศจำเป็นต้องมีข้อมูลเชิงลึกเพื่อประกอบการตัดสินใจ ตั้งแต่รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ การแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจ ช่องทางการจำหน่าย การจ่ายภาษี กฎหมายแรงงาน การขออนุญาตก่อสร้าง ฯลฯ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากสำหรับ SME รายเล็กๆ ที่จะสามารถเข้าถึงและเข้าใจข้อมูลเหล่านี้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ SME ที่สนใจไปลงทุนในต่างประเทศให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  จัดตั้งศูนย์ให้บริการและความช่วยเหลือเพื่อสนับสนุนการลงทุนในต่างประเทศแก่ SME เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลองค์ความรู้และบริการต่างๆ ในรูปแบบ “One Stop Service” ในประเทศอาเซียนที่สำคัญ เช่น เมียนมา ลาว กัมพูชา เวียดนาม และอินโดนีเซีย พร้อมเชื่อมโยงกับการสนับสนุนด้านการเงิน
-  จัดตั้งนิคม SME ในต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ SME ในการขยายการลงทุนสู่ต่างประเทศ โดยที่ภาครัฐเป็นผู้จัดหาพื้นที่สำหรับการจัดตั้งธุรกิจในประเทศเป้าหมาย พร้อมทั้งประสานงานเจรจากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศนั้นๆ ทั้งเรื่องขั้นตอน กฎระเบียบการจัดตั้ง การดำเนินธุรกิจ และการได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

แนวทางสำคัญประการหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คือ การสนับสนุนให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นสังคมผู้ประกอบการ ซึ่งจากการศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพและประเมินระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการของประเทศไทย ภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ เพื่อการพัฒนา ประจำปี 2557 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) พบว่า กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น ซึ่งครอบคลุม ทั้งผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจใหม่และผู้ที่มีอายุธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ โดยมีผลมาจากความไม่พร้อมในด้านความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ไม่เห็นโอกาสในการทำธุรกิจ ขาดการสร้างเครือข่าย รวมถึงกลัวที่จะล้มเหลวในการประกอบธุรกิจ

ดังนั้น แนวทางที่จะพัฒนาให้ประเทศไทยมีผู้ประกอบการ SME ที่มีคุณภาพ แข็งแรง จำเป็นที่ต้องสร้างและปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการ ที่ดี (Entrepreneurship) โดยเริ่มจากการสร้างแรงบันดาลใจและ บ่มเพาะจิตวิญญาณผู้ประกอบการให้กับนักเรียน นักศึกษา ผ่านการเรียนรู้ และทดลองประกอบธุรกิจขั้นพื้นฐาน ซึ่งจะกระตุ้นให้ผู้ที่มีความพร้อม และความสามารถทางธุรกิจ ตัดสินใจเลือกเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ จะต้องสร้างทัศนคติและทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การเขียนแผนธุรกิจ การทำบัญชีเบื้องต้น ฯลฯ เพื่อประโยชน์ในการวางแผน และตัดสินใจในเชิงธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 4 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ 1 สร้างแรงบันดาลใจและความเป็นผู้ประกอบการ ให้กับคนรุ่นใหม่

เป้าประสงค์ที่ 2 ผู้ประกอบการใหม่มีความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ

ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาและส่งเสริม ความเป็นผู้ประกอบการ: จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วม โครงการพัฒนาและส่งเสริม ความเป็นผู้ประกอบการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 40

เป้าประสงค์ที่ 1 สร้างแรงบันดาลใจและความเป็นผู้ประกอบการให้คนรุ่นใหม่ มีแผนงานดังนี้

1.1 สร้างความตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการให้กับเยาวชน

การสร้างสังคมผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็งจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการปลูกฝังความคิดค่านิยมของการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ด้วยการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้กับเยาวชนทั้งในระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ดังนั้น แนวทางการส่งเสริมจึงควรกำหนดให้มีการเรียนการสอนในเรื่องการประกอบธุรกิจขั้นพื้นฐานในสถาบันการศึกษาอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการเรียนแบบลงมือปฏิบัติ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้



พัฒนาหลักสูตรการเรียนเรื่องการประกอบธุรกิจขั้นพื้นฐานในระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา จัดให้มีหลักสูตรการเรียนรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เช่น การทดลอง จัดตั้งและบริหารธุรกิจ เพื่อให้นักเรียนได้รู้จักและมีความเข้าใจที่ตีพอกเกี่ยวกับอาชีพผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับการเรียนรู้ในวิชาอื่นๆ

1.2 สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ

การสร้างโอกาสให้นักเรียน นักศึกษาที่มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ทางธุรกิจ ได้นำเสนอผลงานของตน เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น จึงควรจัดให้มี กิจกรรมที่เป็นเวทีแข่งขันนำเสนอแนวคิดและกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้



จัดกิจกรรมกระตุ้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการประกอบธุรกิจในกลุ่มเยาวชนผ่านการประกวดแนวคิดทางธุรกิจ โดยจัดให้มีกิจกรรมประกวดแนวคิดทางธุรกิจสำหรับนักเรียน นักศึกษา เพื่อให้เยาวชนได้มีโอกาสนำเสนอแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่จะสามารถนำไปสู่การสร้างธุรกิจที่มีความแตกต่างได้ โดยให้ภาคเอกชนที่มีประสบการณ์มีส่วนร่วมให้คำแนะนำแก่นักเรียน นักศึกษาในด้านต่างๆ

1.3 เตรียมความพร้อมให้ผู้ที่กำลังจะจบการศึกษาและต้องการเป็นผู้ประกอบการ

การเสริมสร้างความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ มีความสำคัญอย่างมากต่อความอยู่รอดของ ธุรกิจในระยะเริ่มต้น เนื่องจากผู้ประกอบการใหม่อาจไม่มีความพร้อมในด้านต่างๆ และขาดประสบการณ์ ดังนั้น เพื่อให้นักศึกษาทั้งในระดับอุดมศึกษาและอาชีวศึกษาที่ต้องการจะเป็นผู้ประกอบการได้มีความรู้ที่เพียงพอต่อการเริ่มต้นธุรกิจ จึงควรมีกิจกรรมเตรียมความพร้อมและให้ความรู้ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้



เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารธุรกิจแบบเข้มข้นให้กับนักศึกษาจบใหม่ จัดกิจกรรมก่อนจบการศึกษาในแต่ละสถาบันการศึกษาทั้งในระดับอุดมศึกษาและอาชีวศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาในการเข้าสู่การประกอบธุรกิจ (Orientation to Business) โดยเฉพาะ นักศึกษาในสายวิทยาศาสตร์หรือศิลปะที่ไม่ได้มีการเรียนในเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจมากนัก เพื่อให้มีพื้นฐานความรู้ที่เพียงพอในการประกอบธุรกิจ เช่น การจัดทำบัญชี การบริหารการเงิน การตลาด เพื่อให้อย่างน้อยสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้โดยไม่เกิดอุปสรรคมากนัก

เป้าประสงค์ที่ 2 ผู้ประกอบการใหม่มีความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจ มีแผนงานดังนี้

2.1 พัฒนาการองค์ความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการใหม่

การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่เคยทำธุรกิจมาก่อนหรือผู้ที่ทำธุรกิจมาแล้วไม่เกิน 3 ปี ให้ความเข้มแข็ง สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและเป็นมืออาชีพ จะต้องพัฒนาองค์ความรู้ และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้



การสร้างเสริมความรู้และทักษะในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการรายใหม่ การฝึกอบรมเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ การให้คำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้ที่ต้องการจะเป็นผู้ประกอบการใหม่สามารถวางแผนธุรกิจได้อย่างชัดเจน รวมทั้งจัดให้มีการเชื่อมโยงกิจกรรมสนับสนุนต่างๆ ที่สำคัญเพื่อให้สามารถก่อตั้งกิจการได้สำเร็จ เช่น การจัดหาแหล่งเงินทุน การนำสินค้าออกสู่ตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup)

สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันต้องเผชิญความท้าทายรอบด้าน ทั้งปัญหาการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมลดลง การย้ายฐานการผลิตของบริษัทข้ามชาติ การขาดแคลนบุคลากรและแรงงานที่มีทักษะ ขณะที่ขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและระดับความสามารถทางการแข่งขันของไทย ยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับหลายๆ ประเทศ

ดังนั้น การวางรากฐานให้ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมของไทย เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ จึงจำเป็นต้องเร่งส่งเสริมและสร้างผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มที่มีมูลค่าสูง (High Value startup) ซึ่งครอบคลุมทั้งผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี (Tech Startup) และผู้ประกอบการใหม่ที่เป็นธุรกิจเชิงสร้างสรรค์หรือเชิงวัฒนธรรม (Creative Startup/Cultural Startup) ให้เป็นกำลังหลักสำคัญในการขับเคลื่อนและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ประเทศไทยก้าวข้ามไปเป็นประเทศในกลุ่มรายได้สูง เนื่องจากการสร้างผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มนี้ มีแนวโน้มที่จะสามารถสร้างรายได้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup) ต้องอาศัยการบูรณาการความร่วมมือและทรัพยากรจำนวนมากของทุกภาคส่วน ทั้งการส่งเสริมจากภาครัฐ การผลักดันจากภาคเอกชน ตลอดจนความร่วมมือกับภาคสังคม ผสานกับการบ่มเพาะและเสริมสร้างด้วยองค์ความรู้จากสถาบันการศึกษา การสนับสนุนด้านการเงินเพื่อให้เกิดการต่อยอดธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 1 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ 1 ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงสามารถเริ่มดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง

เป้าประสงค์ที่ 2 ปัจจัยสนับสนุนการเริ่มต้นของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงได้รับการพัฒนา

ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ กลยุทธ์ที่ 1 สร้างผู้ประกอบการ ใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup): ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup) เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

เป้าประสงค์ที่ 1 ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงสามารถเริ่มดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง มีแผนงานดังนี้

1.1 สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ประเทศไทยยังจำเป็นต้องพัฒนา SME ให้สามารถสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เพื่อให้มีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันได้ในระดับสากล จึงจำเป็นต้องเร่งสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง ทั้งในกลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี และกลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์ให้สามารถเติบโตและเข้มแข็งได้ โดยเฉพาะการสนับสนุนคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดริเริ่มให้สามารถพัฒนาแนวความคิดของตนไปสู่การปฏิบัติและนำไปใช้ในเชิงธุรกิจได้จริง โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้







สนับสนุนให้ผู้ที่มีความคิดริเริ่มเชิงเทคโนโลยีหรือผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้าสู่การบ่มเพาะ เพื่อสนับสนุนให้ได้รับความรู้เชิงลึกจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีพี่เลี้ยง / ที่ปรึกษาทางธุรกิจ ที่ช่วยให้คำปรึกษาแนะนำให้สามารถจัดตั้งธุรกิจได้

1.2 พัฒนาการบ่มเพาะให้มีประสิทธิภาพในการสร้างผู้ประกอบการใหม่

ปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสร้างและพัฒนาให้ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงมีความเข้มแข็ง คือ กระบวนการพัฒนาธุรกิจในช่วงเริ่มต้นเพื่อช่วยลดอัตราความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพของศูนย์บ่มเพาะถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างผู้ประกอบการใหม่กลุ่มนี้ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนา ยกกระดับสถานที่ที่ให้ความช่วยเหลือ SME ทั้งในด้านการพัฒนาองค์ความรู้ เครื่องมือ อุปกรณ์ และบริการที่เลี้ยง/ที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ไปจนถึงโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการพัฒนาเทคโนโลยี/นวัตกรรม/ความคิดสร้างสรรค์

แม้ปัจจุบันสถาบันการศึกษาหลายแห่งจะมีศูนย์บ่มเพาะฯ อยู่แล้ว แต่ส่วนใหญ่มีข้อจำกัดในการให้บริการ อาทิ มีจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ล้าสมัย รวมถึงมีงบประมาณที่จำกัด ทำให้การช่วยเหลือและสนับสนุน SME ไม่สามารถให้บริการได้เต็มประสิทธิภาพ จึงควรเร่งพัฒนายกระดับศูนย์บ่มเพาะที่มีอยู่ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น เพื่อสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงที่มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  **ยกระดับศักยภาพของศูนย์บ่มเพาะ** เพื่อให้มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการพุ่มพักผู้ประกอบการใหม่ โดยการปรับปรุงและเพิ่มเติมเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งจำเป็นต่างๆ ให้มีความพร้อม สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการและความจำเป็นในการใช้งาน การพัฒนาบุคลากรประจำศูนย์ให้มีศักยภาพ มีผู้บริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะและพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญทั้งจากในและต่างประเทศ
-  **จัดสรรพื้นที่ทำงานสำหรับผู้ประกอบการใหม่ (Co-Working Space / Co-Making Space) ภายในศูนย์บ่มเพาะ** เพื่อให้สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้มากขึ้น โดยการจัดให้มีพื้นที่สำหรับให้บริการผู้ประกอบการใหม่สำหรับใช้ในการทำงานหรือใช้ในการทดลองผลิตสินค้าในช่วงแรกของการเริ่มธุรกิจ รวมถึงจัดให้มีการเชื่อมโยงกับบริการด้านอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อการเริ่มต้นธุรกิจ เช่น การเชื่อมโยงตลาด และแหล่งเงินทุน เป็นต้น
-  **พัฒนาเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการพัฒนานวัตกรรม (Innovation District)** เพื่อกำหนดให้เป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับการพัฒนาด้านนวัตกรรมต้นแบบ อันประกอบไปด้วยความพร้อมทางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการพัฒนานวัตกรรม แหล่งสถานศึกษาที่มีคุณภาพ เช่น ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ฐานข้อมูลและหน่วยงานวิจัยขั้นสูง รวมไปถึงเป็นแหล่งรวมของผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีที่มีความหลากหลายอยู่ภายในพื้นที่นั้นๆ โดยรัฐบาลจะจัดสิทธิประโยชน์ทั้งด้านการเงินและภาษีเพื่อดึงดูดผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมให้เข้าไปลงทุนในพื้นที่
-  **สร้างความร่วมมือกับศูนย์บ่มเพาะต่างประเทศ** เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ไทยให้มีโอกาสได้รับความรู้หรือการบ่มเพาะจากศูนย์บ่มเพาะในต่างประเทศ โดยมีการสร้างความร่วมมือกับศูนย์บ่มเพาะในต่างประเทศ ผ่านการจัดกิจกรรมนำนักลงทุนและผู้แทนศูนย์บ่มเพาะระดับโลกจากต่างประเทศ เข้ามาร่วมสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง การเชื่อมโยงกลุ่ม SME ไทยกับศูนย์บ่มเพาะชั้นนำของโลก เป็นต้น

1.3 จัดตั้งและพัฒนาศูนย์ออกแบบและสร้างสรรค์ (Design & Creative Center)

เพื่อเป็นแหล่งกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจและจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าขึ้นในระบบเศรษฐกิจไทยผ่านกระบวนการให้ความรู้แบบสากล ตั้งแต่การให้ความรู้ สัมมนาเชิงปฏิบัติการ การเป็นแหล่งค้นคว้าที่ให้ความรู้เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ที่หลากหลายมิติ ไปจนถึงการให้ความช่วยเหลือในการแปลงความคิดสร้างสรรค์ให้สามารถกลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและเป็นพี่เลี้ยงเพื่อพัฒนาให้เป็นที่ที่ยั่งยืน อันจะเป็นพื้นฐานสำคัญของกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้



จัดตั้งศูนย์บริการด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ (Design & Creative Center) ทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งกระตุ้นให้คนไทยตระหนักถึงจุดแข็งด้านทรัพยากรและวัฒนธรรมของประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการและนักออกแบบไทยเกิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาธุรกิจของตนเองและสามารถผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของโลก ตลอดจนเพิ่มสถานที่สำหรับการค้นคว้าและแสวงหาความคิดเชิงสร้างสรรค์ สำหรับผู้ประกอบการใหม่ และที่สำคัญจะทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงให้ผู้ผลิตและนักออกแบบได้ร่วมมือกันผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เพื่อเป็นพี่เลี้ยงสร้างธุรกิจที่แข็งแกร่ง พร้อมทั้งส่งเสริมความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนาทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม กระตุ้นให้เกิดการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (Value Creation) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทันต่อกระแสโลก

1.4 สนับสนุนให้หน่วยงานภาคเอกชนที่มีบทบาทให้ความช่วยเหลือ SME (Startup Accelerator) มีศักยภาพในการช่วยเหลือผู้ประกอบการใหม่มากขึ้น

ปัจจุบันองค์กรภาคเอกชนหลายแห่งทำหน้าที่เป็น Startup Accelerator ซึ่งมีบทบาทให้ความช่วยเหลือการจัดตั้งธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยีได้ภายในระยะเวลาอันสั้นประมาณ 3-4 เดือน ผ่านการให้บริการที่ช่วยให้ผู้ประกอบการใหม่มีความเข้มแข็งและพบโอกาสในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เช่น การจัดทำพื้นที่ทำงานสำหรับผู้เริ่มต้นธุรกิจ (CoWorking Space) การให้เงินทุนเริ่มต้น (Seed Money) การจัดอบรมและอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ การให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีเฉพาะทางโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในสายธุรกิจเดียวกัน และสร้างโอกาสในการพบปะกับนักลงทุนอันจะทำให้ธุรกิจมีความเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น จึงควรสนับสนุนกิจกรรมของ Startup Accelerator ให้สามารถช่วยเหลือการจัดตั้งธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้






สนับสนุนกิจกรรมของ Startup Accelerator เพื่อการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ การสนับสนุนและช่วยเหลือให้ Startup Accelerator สามารถขยายขอบเขตของกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งธุรกิจหรือการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี เช่น การขยายการให้บริการของพี่เลี้ยงและที่ปรึกษา กิจกรรมด้านการตลาด กิจกรรมการนำเสนอธุรกิจให้กับนักลงทุนประเภทต่างๆ

เป้าประสงค์ที่ 2 ปัจจัยสนับสนุนการเริ่มต้นของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงได้รับการพัฒนา มีแผนงานดังนี้



2.1 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง

เหตุผลประการหนึ่งที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมของไทยไม่ทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้วนั้น มาจากการที่ SME ไม่มีเงินทุนเพียงพอในการเริ่มธุรกิจ ซึ่งแหล่งเงินทุนที่มีอยู่ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของสินเชื่อ ยังไม่ตอบสนองต่อผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการใหม่ที่อยู่บนพื้นฐานของการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี จึงควรต้องเร่งสนับสนุนด้านการเงินสำหรับสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  จัดให้มีเงินทุนให้เปล่า (Seed Fund) ให้กับผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ หรืออาจสนับสนุนเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ หรือการตลาด ซึ่งเป็นกระบวนการที่จำเป็นในช่วงเริ่มต้นสำหรับผู้ประกอบการใหม่
-  สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากกลุ่มนักลงทุนอิสระ (Angel Investor) จัดให้ผู้ประกอบการใหม่ได้มีโอกาสนำเสนอผลงานต่อนักลงทุนอิสระทั้งนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ
-  จัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital) สำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จะใช้ต่อยอดและสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจต่อไป

2.2 ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ และสิทธิประโยชน์ให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง

กฎหมาย กฎ ระเบียบ หลายอย่างถูกใช้มาเป็นเวลานานโดยไม่มี การปรับปรุงแก้ไขให้ทันต่อสถานการณ์ กลายเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และส่งผลกระทบต่อ การเติบโตทางธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในกลุ่มที่มีมูลค่าสูง จึงควรมีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อประโยชน์ต่อการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายธุรกิจให้สนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี การทบทวนปรับแก้กฎหมายที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี เช่น ข้อกำหนดเรื่องการให้สิทธิในการซื้อหุ้นในราคาคงที่กับพนักงาน (Employee Stock Option Plan) เพื่อสร้างแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กรในกิจการ ซึ่งเป็นกิจการที่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง และเป็นธุรกิจที่จะเติบโตได้ด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพ หรือการปรับหลักเกณฑ์ การส่งเสริมการลงทุน ให้สนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการ เช่น การอนุญาตให้ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีนำค่าจ้างพนักงานมารวมเป็นส่วนหนึ่งของการลงทุน เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วไม่ได้มีการลงทุนที่เป็นสินทรัพย์มากนัก แต่มีการลงทุนเรื่องการจ้างบุคลากรสูง เป็นต้น
-  กำหนดมาตรการทางภาษีที่ช่วยสนับสนุนการจัดตั้งและการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับนักลงทุนอิสระ (Angel Investor) และสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้กับผู้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงของไทย

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่าย ทางธุรกิจของ SME

แนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้กับ SME ได้ คือ การส่งเสริมให้ SME มีการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน การรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายจะช่วยให้ SME มีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น

ดังนั้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับ SME จึงควรสนับสนุนกลุ่มและเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ ของ SME ให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในทางธุรกิจมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ 1 SME มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

เป้าประสงค์ที่ 2 SME สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ
ขนาดใหญ่

เป้าประสงค์ที่ 3 สหกรณ์การเกษตรได้รับการยกระดับให้มี
ความเข้มแข็ง



ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้มี
การรวมกลุ่มและการสร้าง
เครือข่ายทางธุรกิจของ SME:

- ❏ สัดส่วนของกลุ่มคลัสเตอร์
ที่มีศักยภาพในการดำเนิน
ธุรกิจ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20
- ❏ สัดส่วนของสหกรณ์ที่มี
ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ
เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

เป้าประสงค์ที่ 1 SME มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ มีแผนงานดังนี้



1.1 เสริมสร้างความเข้มแข็งให้คลัสเตอร์ SME

การรวมตัวเป็นกลุ่มในรูปแบบคลัสเตอร์ของ SME เป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจ มีอำนาจการต่อรองที่สูงขึ้น ต้นทุนการผลิตที่ลดต่ำลง เพิ่มโอกาสทางการตลาด และมีเป้าหมายในการพัฒนาสมาชิกในคลัสเตอร์ร่วมกัน ดังนั้น จึงควรเสริมสร้างความเข้มแข็งให้คลัสเตอร์ SME โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  **จัดทำแนวปฏิบัติในการพัฒนาคลัสเตอร์** ในปัจจุบันมีหลายหน่วยงานที่ดำเนินการในด้านการพัฒนา และส่งเสริมคลัสเตอร์ โดยที่แต่ละหน่วยงานมีกรอบแนวคิด วิธีการดำเนินงานที่ต่างกันไป ทำให้การส่งเสริมและพัฒนาคลัสเตอร์ในประเทศไทยยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร จึงต้องมีการทบทวน และจัดทำแนวทางกลางในการพัฒนาคลัสเตอร์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
-  **เพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจให้คลัสเตอร์ SME** เพื่อยกระดับศักยภาพการดำเนินงานโดยรวมของกลุ่ม โดยจัดกิจกรรมพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งเครือข่าย อาทิ การสร้างระบบการบริหารงาน เครือข่ายและการบริหารสมาชิก และการพัฒนาผู้นำเครือข่ายและผู้ประสานงานเครือข่าย (Cluster Development Agent) จัดกิจกรรมการสร้างและพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงาน เช่น การบริหารจัดการวัตถุดิบ การบริหารจัดการทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพร่วมกัน หรือพัฒนาระบบโลจิสติกส์ รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายกับตลาดเป้าหมาย เช่น การจัดงานหรือร่วมงานแสดง และจำหน่ายสินค้าร่วมกันทั้งในและต่างประเทศ

1.2 ส่งเสริมและสนับสนุนองค์การเอกชนและเครือข่าย SME




การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ SME ในรูปแบบองค์การเอกชน เช่น สมาคมการค้า สมาพันธ์ หรือ สภาธุรกิจต่างๆ เป็นประโยชน์ต่อ SME ที่เป็นสมาชิก เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ระหว่างกัน มีกิจกรรมการพัฒนาในด้านต่างๆ ที่จัดขึ้นร่วมกัน รวมทั้งเป็นตัวแทนสะท้อนปัญหาและความต้องการของ SME ให้กับหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น จึงควรส่งเสริมสนับสนุนองค์การเอกชนให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  **พัฒนาศักยภาพการดำเนินงานขององค์การเอกชนให้เข้มแข็ง** การเสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการขององค์การเอกชนให้สามารถเป็นกลไกในการให้ความช่วยเหลือ พัฒนา SME ที่เป็นสมาชิกให้ได้มากขึ้น เช่น การสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางการตลาด และกิจกรรมในการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร เป็นต้น
-  **กำหนดสิทธิประโยชน์ให้แก่ SME ที่เป็นสมาชิกขององค์การเอกชน** เพื่อสนับสนุนให้ SME เข้าเป็นสมาชิกขององค์การเอกชนให้มากขึ้น เพื่อให้ภาครัฐสามารถเข้าถึง SME ได้อย่างสะดวก และ SME จะมีตัวแทนที่สามารถสะท้อนปัญหาและความต้องการมายังภาครัฐได้ การให้สิทธิประโยชน์แก่ SME ที่เป็นสมาชิกขององค์การเอกชน เช่น การให้สิทธิในการเข้าร่วมโครงการภาครัฐก่อน เป็นต้น

เป้าประสงค์ที่ 2 SME สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่ มีแผนงานดังนี้

2.1 สนับสนุนให้ SME เข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่




การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีรูปแบบการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจมากขึ้น โดยเฉพาะในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ซึ่งธุรกิจขนาดใหญ่จะมี SME เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น SME จึงควรได้รับการพัฒนาศักยภาพให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมให้เข้าถึงการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่เพิ่มขึ้น รวมทั้งจูงใจให้ธุรกิจขนาดใหญ่และบริษัทต่างชาติมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ขั้นสูงแก่ SME ไทย โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  สนับสนุนให้ SME พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการรายใหญ่ รวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการรายใหญ่และความต้องการสินค้าและบริการเพื่อเผยแพร่ให้ SME ที่มีศักยภาพทราบ และสนับสนุนให้ SME สามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการรายใหญ่
-  จัดกิจกรรมจับคู่ให้ SME มีโอกาสเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการรายใหญ่ จัดกิจกรรมให้ SME ได้พบปะนำเสนอสินค้าและบริการต่อผู้ประกอบการรายใหญ่
-  ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีการให้ความช่วยเหลือแก่ SME ในห่วงโซ่อุปทาน เช่น กำหนดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่ การช่วยพัฒนาทักษะแรงงาน การจับคู่ธุรกิจ การบริหารจัดการ หรือการจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้า เป็นต้น

เป้าประสงค์ที่ 3 สหกรณ์การเกษตรได้รับการยกระดับให้มีความเข้มแข็ง มีแผนงานดังนี้

3.1 พัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงเครือข่ายของสหกรณ์การเกษตรและกลุ่มสมาชิก

สหกรณ์ถือเป็นการรวมกลุ่มของ SME รูปแบบหนึ่ง โดยเฉพาะสหกรณ์การเกษตร ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนและช่วยเหลือ SME ภาคการเกษตร ทั้งในด้านการเพิ่มศักยภาพ การผลิต จนถึง การแสวงหาโอกาสทางการตลาดร่วมกัน จากข้อมูลของกรมส่งเสริมสหกรณ์ พบว่า จำนวนสหกรณ์การเกษตรที่กระจายอยู่ทั่วประเทศกว่า 4,500 แห่ง มีสมาชิกประมาณ 6.5 ล้านราย แต่มีสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพียงประมาณร้อยละ 40 เท่านั้น ดังนั้น จึงต้องพัฒนาสหกรณ์การเกษตรให้เข้มแข็งทั้งด้านประสิทธิภาพและการตลาดควบคู่กันไปพร้อมทั้งเชื่อมโยงและขยายเครือข่ายให้เพิ่มมากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  **เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้กับสหกรณ์** การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม การสร้างมูลค่าให้กับสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าให้มีความแตกต่างเป็นที่ต้องการของตลาด
-  **ยกระดับการบริหารธุรกิจของสหกรณ์** การจัดอบรมเพิ่มทักษะด้านการบริหารจัดการให้ผู้บริหารสหกรณ์ เพื่อให้เป็นผู้นำการขับเคลื่อนการพัฒนาสหกรณ์และสมาชิก ให้สามารถยกระดับเป็นธุรกิจที่มีความเข้มแข็งมากขึ้น
-  **สนับสนุนการขยายตลาดให้กับสหกรณ์** การรวบรวมสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานของสหกรณ์ และนำเสนอต่อผู้ซื้อที่สามารถสั่งซื้อได้ในจำนวนมาก เช่น ธุรกิจขนาดใหญ่ และรัฐวิสาหกิจ (Corporate Procurement)

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้เข้มแข็ง

ปัญหาเรื่องความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของคนในประเทศเป็นปัญหาที่สำคัญ มีผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว จึงมีความจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน แนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำได้ คือ การสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจฐานราก ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่วิสาหกิจรายย่อย ธุรกิจที่ไม่มีการจ้างงาน ผู้ประกอบธุรกิจเพื่อการยังชีพ รวมถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นการกระจายรายได้สู่คนที่มีรายได้น้อย และเป็นการสร้างงานให้เกิดในท้องถิ่น

แนวทางสำคัญที่จะพัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ควรให้ความสำคัญกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย สะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับความต้องการ การพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ การพัฒนาเพื่อยกระดับทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการ การบริหารจัดการเชิงธุรกิจ รวมถึงการขยายโอกาสและช่องทางการตลาด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง อันนำไปสู่การบรรเทาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม

กลยุทธ์ที่ 3 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

- เป้าประสงค์ที่ 1 วิสาหกิจฐานรากเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น
- เป้าประสงค์ที่ 2 วิสาหกิจฐานรากสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ
- เป้าประสงค์ที่ 3 ผลผลิตของวิสาหกิจฐานรากได้รับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐาน






ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาวិสาหกิจ
ฐานรากให้เข้มแข็ง:

รายได้เฉลี่ยของวิสาหกิจ
ฐานรากที่ได้รับการพัฒนา
เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

เป้าประสงค์ที่ 3 SME ลงทุนในต่างประเทศได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ มีแผนงานดังนี้

1.1 สนับสนุนให้วิสาหกิจฐานรากเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น



การเข้าถึงแหล่งเงินทุนถือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับผู้ประกอบการแทบทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจฐานราก ด้วยข้อจำกัดทั้งจากผู้ประกอบการ เช่น หลักทรัพย์ค้ำประกัน ความรู้ในการจัดทำแผนธุรกิจ และข้อจำกัดจากสถาบันการเงิน อาทิ กฎ ระเบียบ ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อที่มีรายละเอียดมากและขาดความยืดหยุ่น อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจฐานรากยังมีโอกาสได้รับเงินทุนจากแหล่งเงินทุนอื่น โดยเฉพาะกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง และจากสถาบันการเงินเฉพาะกิจ จึงควรสนับสนุนให้วิสาหกิจฐานรากเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น โดยมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ขณะเดียวกันก็ควรพัฒนาสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุนให้ตอบสนองและเข้าถึงวิสาหกิจฐานรากได้มากขึ้นด้วย โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและสนับสนุนการจัดทำบัญชีอย่างง่าย สำหรับวิสาหกิจฐานราก เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญและมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี และสามารถจัดทำเอกสารประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ด้วยตนเอง
-  พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจฐานราก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสถาบันการเงินมีความหลากหลายและเหมาะสมกับวิสาหกิจฐานราก รวมถึงการสนับสนุนให้สถาบันการเงินจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ด้านการเงิน/การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจฐานราก
-  พัฒนาและสนับสนุนกลไกการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง อาทิ
 -  การขยายผลและต่อยอดกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ด้วยการสนับสนุนสถาบันการเงินเฉพาะกิจให้เงินทุนกู้ยืมแก่กองทุนหมู่บ้านฯ ที่ได้รับการประเมินศักยภาพในระดับดีมาก (A) และระดับดี (B) เพื่อให้กองทุนหมู่บ้านฯ นำเงินทุนที่ได้รับไปให้สมาชิกกู้ยืมเพื่อลงทุนสร้างและพัฒนาอาชีพ
 -  การชดเชยดอกเบี้ยแก่สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่ให้เงินทุนกู้ยืมแก่กองทุนหมู่บ้านฯ เพื่อให้สถาบันการเงินเฉพาะกิจสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยพิเศษที่ต่ำกว่าการให้สินเชื่อทั่วไป

เป้าประสงค์ที่ 2 วิสาหกิจฐานรากประกอบธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ มีแผนงานดังนี้



2.1 ส่งเสริมความรู้ในการประกอบธุรกิจให้วิสาหกิจฐานราก

วิสาหกิจฐานรากส่วนใหญ่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะส่วนการผลิตสินค้าหรือการให้บริการของตน แต่ขาดความรู้ด้านการประกอบธุรกิจ และมักไม่มีเวลาเพียงพอที่จะแสวงหาความรู้เพิ่มเติม จึงควรเสริมสร้างองค์ความรู้แก่วิสาหกิจฐานราก ด้วยระบบการให้ความรู้ที่เหมาะสมและเข้าถึงง่าย โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  **เสริมสร้างองค์ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ** โดยคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกให้วิสาหกิจฐานรากสามารถเข้าร่วมได้โดยง่าย เช่น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรภาคค่ำ หลักสูตรที่เป็นอิสระเรียนได้ตามความต้องการ โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้จริงในธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ตลอดจนสนับสนุนการใช้บริการจากผู้ให้บริการภาคเอกชนมากขึ้น
-  **พัฒนาระบบการให้ความรู้โดยหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น** ในรูปแบบการให้บริการเชิงรุกมากขึ้น ผ่านการจัดกิจกรรมให้ความรู้ในพื้นที่ชุมชน คลินิกความรู้เคลื่อนที่ หรือจัดให้มีแหล่งเรียนรู้เพื่อการประกอบอาชีพ ตลอดจนขยายบทบาทการบริการของห้องสมุด ศาลาประชาคม พิพิธภัณฑ์ หรือศาสนสถาน ในการให้ข่าวสาร ข้อมูล องค์ความรู้ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับวิสาหกิจฐานราก

2.2 เสริมสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางตลาด


วิสาหกิจฐานรากโดยส่วนใหญ่มีกำลังการผลิตต่ำ มีเงินทุนน้อย มีช่องทางการจำหน่ายแค่เฉพาะหน้าร้าน ไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมาก และไม่สามารถเลือกทำเลที่ตั้งในย่านชุมชนหรือย่านการค้าได้ ดังนั้น การพัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ จึงควรเสริมสร้างโอกาสทางการตลาด ขยายช่องทางตลาดใหม่ๆ ตลอดจนการจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้


-  **จัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการตามแหล่งชุมชน แหล่งการค้าที่มีศักยภาพ หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ** โดยต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานท้องถิ่นทุกระดับในการบริหารจัดการพื้นที่ การประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาทักษะความรู้ด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนสนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงสถานที่จำหน่ายสินค้ากับการท่องเที่ยวในพื้นที่
-  **จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่น ทั้งแบบ Online และ Offline** ตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ข้อมูลของผู้ประกอบการ พร้อมคู่มือส่งเสริมการขาย โดยบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนระดับพื้นที่

เป้าประสงค์ที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจฐานรากได้รับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐาน มีแผนงานดังนี้

3.1 ยกระดับสินค้าและบริการ (Product Upgrading) ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม


วิสาหกิจฐานรากส่วนใหญ่มีการผลิตสินค้าที่เหมือนกัน ทำให้ต้องแข่งขันกันด้วยราคา ดังนั้น การสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเพื่อสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจฐานราก โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้


 ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของวิสาหกิจฐานราก เพื่อจูงใจวิสาหกิจฐานรากให้เห็นความสำคัญ และใช้บริการยกระดับสินค้าและบริการ และบริการทดสอบตลาดจากสถาบันเฉพาะทาง ศูนย์บ่มเพาะ หรือผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง โดยภาครัฐสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนในการใช้บริการผ่านระบบคูปอง

 จัดให้มีที่ปรึกษาเฉพาะทางเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำ ในการยกระดับสินค้าและบริการด้วยวิธีการต่างๆ ตลอดจนการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับวิสาหกิจฐานราก ผ่านการเพิ่มประโยชน์การใช้งานหรือมีความสามารถที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การสร้างเรื่องราว / ประวัติของสินค้าและบริการ (Story & History) ที่ผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาเข้ากับเทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยจัดให้มีบริการให้คำปรึกษาแนะนำ ในลักษณะหน่วยเคลื่อนที่ (Mobile Unit) เพื่อให้สามารถเข้าถึงวิสาหกิจฐานรากได้อย่างทั่วถึงและตอบสนองได้ตรงกับความต้องการที่แท้จริง

3.2 ยกระดับสินค้าและบริการให้ได้คุณภาพมาตรฐาน *

คุณภาพและมาตรฐานเป็นปัจจัยหนึ่งของการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการ และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้น แม้จะเป็นวิสาหกิจฐานรากก็ต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้สินค้าและบริการได้คุณภาพมาตรฐาน โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

 ส่งเสริมให้วิสาหกิจฐานรากพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐาน โดยเฉพาะมาตรฐานบังคับตามที่กฎหมายกำหนดในแต่ละประเภทธุรกิจ เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) มาตรฐานอาหารและยา (อย.) หลักเกณฑ์วิธีการที่ดี (GMP) หรือมาตรฐานแบบเฉพาะราย (Tailor-made) โดยใช้บริการจากสถาบันเฉพาะทาง ศูนย์บ่มเพาะ สถาบันการศึกษา ตลอดจนบริการห้องทดสอบ ห้องปฏิบัติการ โดยภาครัฐสนับสนุน ค่าใช้จ่ายบางส่วนในการใช้บริการผ่านระบบคูปอง

 ให้สิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจวิสาหกิจฐานรากให้พัฒนามาตรฐาน เช่น การกระตุ้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน โดยให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่สินค้าและบริการได้รับการรับรองมาตรฐานในการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าที่จัดโดยภาครัฐ

หมายเหตุ: * คุณภาพมาตรฐานในที่นี้ แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ 1) คุณภาพตรงตามคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการระบุ (Self - Declaration) หรือ 2) คุณภาพตามมาตรฐานกลุ่มอุตสาหกรรม หรือ 3) คุณภาพตามมาตรฐานประเทศไทย หรือ 4) คุณภาพตามมาตรฐานระหว่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อน การส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มี ประสิทธิภาพ

การส่งเสริมและพัฒนา SME ให้สัมฤทธิ์ผลมากขึ้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาเครื่องมือการส่งเสริมที่จะช่วยให้กิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนา SME ในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้แก่ SME การยกระดับมาตรฐานและกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมด้านการตลาด ให้สามารถเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เครื่องมือการส่งเสริมที่ดีนั้น จะช่วยให้ SME มีโอกาสเข้าถึงข้อมูล ความรู้ ความช่วยเหลือ หรือบริการ ได้ทั่วถึงและตรงกับความต้องการมากขึ้น นอกจากนี้ยังจะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐมีข้อมูลสนับสนุนในการกำหนดมาตรการความช่วยเหลือ SME ที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของ SME ได้ดีขึ้น ซึ่งการส่งเสริม SME ที่ผ่านมา ยังให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ค่อนข้างน้อยเกินไป จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการพัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ในรูปแบบต่างๆ

กลยุทธ์ที่ 1 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ 1 SME เข้าถึงข้อมูล องค์กรความรู้ และการพัฒนา
ด้านต่างๆ

เป้าประสงค์ที่ 2 มีการติดตามและประเมินศักยภาพ SME เพื่อให้ได้รับ
การพัฒนาอย่างเหมาะสม


ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาเครื่องมือ
การส่งเสริม SME ให้มี
ประสิทธิภาพ:


- ❏ จำนวนผู้ใช้บริการศูนย์ข้อมูล
เพิ่มขึ้นร้อยละ 20
- ❏ จำนวนผู้ใช้บริการ SME
Portal เพิ่มขึ้นร้อยละ 80
- ❏ โครงการส่งเสริมและพัฒนา
SME มีการจัดเก็บข้อมูล
SME ผู้รับบริการอย่างเป็น
ระบบ มีสัดส่วนร้อยละ 60





เป้าประสงค์ที่ 1 SME เข้าถึง ข้อมูล องค์ความรู้ และการพัฒนาด้านต่างๆ มีแผนงานดังนี้

1.1 ยกระดับการให้ข้อมูลแก่ SME ให้มีประสิทธิภาพ

การเข้าถึงข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร มีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน แต่ปัจจุบัน SME ยังมีข้อจำกัดอยู่มากในการที่จะเข้าถึงข้อมูลที่มีความสำคัญและจำเป็น เนื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีเป็นจำนวนมาก มีวัตถุประสงค์การใช้งานที่หลากหลายและกระจายอยู่ที่หน่วยงานต่างๆ ทำให้ SME ต้องใช้เวลามากในการเข้าถึงข้อมูลที่มีอยู่ หรือบางรายอาจเข้าไม่ถึงข้อมูลที่มีอยู่เลย จึงจำเป็นต้องมีแนวทางในการช่วยให้ SME เข้าถึงข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นได้สะดวกและรวดเร็ว โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้


 **พัฒนาศูนย์บริการข้อมูล SME (SME One Stop Service Center)** ให้เป็นช่องทางหลักในการให้ข้อมูลและให้บริการกับ SME เพื่อทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ให้บริการคำปรึกษาแนะนำด้านต่างๆ เช่น การเงิน การตลาด การบริหารจัดการ จัดกิจกรรมการฝึกอบรมให้กับ SME รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการรับความต้องการการได้รับความช่วยเหลือของ SME ส่งต่อและประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป

 **จัดทำ SME Web Portal และคู่มือการประกอบธุรกิจ (SME Toolkit)** เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ ข้อมูล และข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ รวมถึงแนวทางและมาตรการส่งเสริม SME และบริการต่างๆ ทั้งของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME อาทิ

-  ความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจและการดำเนินธุรกิจด้านต่างๆ เช่น การจดทะเบียนธุรกิจ การบริหารจัดการการเงิน การจัดทำบัญชี การบริหารงานบุคคล
-  บริการของภาครัฐในด้านต่างๆ เช่น การขอรับการรับรองมาตรฐาน การขอใบอนุญาต
-  กิจกรรมของภาครัฐที่เป็นประโยชน์ต่อ SME เช่น งานแสดงสินค้า การฝึกอบรม งานสัมมนา รวมถึงงานศึกษาวิจัยต่างๆ
-  กฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในสาขาต่างๆ


1.2 สนับสนุนให้ SME ใช้บริการจากผู้ให้บริการทางธุรกิจภาคเอกชน (Private Service Provider)





ปัจจุบัน มีบริการทางธุรกิจหลายๆ เรื่องที่ภาคเอกชนมีการให้บริการอยู่ ซึ่งภาคเอกชนหลายๆ ราย มีความพร้อมและสามารถให้บริการได้ดี เช่น การฝึกอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ การพัฒนาระบบ ICT การบริการห้องทดสอบต่างๆ ดังนั้น จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งหากภาครัฐสนับสนุนให้ SME สามารถเข้าใช้บริการจากผู้ให้บริการทางธุรกิจภาคเอกชนได้ ซึ่งทำให้ SME มีทางเลือกในการได้รับการพัฒนาหรือความช่วยเหลือที่ตรงกับปัญหาหรือความต้องการของตนเอง ยังช่วยให้ผู้ให้บริการทางธุรกิจของไทยมีศักยภาพและความเข้มแข็งมากขึ้นด้วย โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

 พัฒนาระบบสนับสนุนค่าใช้จ่ายเพื่อให้ SME สามารถใช้บริการจากผู้ให้บริการภาคเอกชนได้ การพัฒนาระบบคุ้มครองในการพัฒนา SME เพื่อให้ SME ใช้ในการรับบริการจากผู้ให้บริการภาคเอกชนในเรื่องต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การใช้บริการที่ปรึกษาธุรกิจ การทดสอบคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยต้องมีการออกแบบระบบในการให้การคัดเลือกและรับรองคุณสมบัติผู้ให้บริการภาคเอกชน ระบบในการเบิกจ่าย SME หรือผู้ให้บริการ ระบบในการตรวจสอบความถูกต้องของการให้บริการ

1.3 พัฒนาระบบการให้บริการด้านพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัย




กลไกสำคัญประการหนึ่งในการให้ความช่วยเหลือและพัฒนาศักยภาพของ SME คือ การมีระบบการให้บริการด้านพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา นักวินิจฉัย ที่มีประสิทธิภาพ แต่ที่ผ่านมาการให้บริการดังกล่าว ยังมีข้อจำกัดหลายประการ อาทิ มีจำนวนผู้ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ ขาดศูนย์กลางเชื่อมโยงข้อมูลทั้งของภาครัฐและเอกชน ผู้ให้บริการไม่มีมาตรฐาน ฯลฯ จึงควรพัฒนาระบบการให้บริการด้านต่างๆ แก่ SME ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

 พัฒนาระบบการให้บริการด้านพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัยที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนให้บริการด้านพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัย เป็นกลไกที่สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ SME ได้อย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ และ SME สามารถเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง

-  กำหนดคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา นักวินิจฉัย เพื่อส่งเสริมคุณภาพ มาตรฐาน โดยให้มีการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
-  พัฒนาพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัย ให้เพียงพอสอดคล้องกับความต้องการของ SME โดยมุ่งเน้นการพัฒนาจากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์จริงทางธุรกิจ และผู้เชี่ยวชาญที่เกษียณอายุทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสร้างให้เกิดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น การเงิน เทคโนโลยี และการตลาด เป็นต้น
-  พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลกลางของพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัยที่ SME สามารถสืบค้นได้ โดยง่าย โดยมีรายละเอียดของความเชี่ยวชาญและประสบการณ์
-  พัฒนาระบบการติดตามและประเมินคุณภาพ เพื่อใช้ติดตามผลการดำเนินงานของพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา นักวินิจฉัย ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้น


1.4 ยกระดับการพัฒนามาตรฐานให้ SME มีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบัน ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศต่างให้ความสำคัญกับมาตรฐานของสินค้าและบริการ การช่วยให้ SME ได้รับการรับรองมาตรฐานนั้น จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากผู้ซื้อ และสามารถเข้าสู่ตลาดได้ อย่างไรก็ตามเนื่องจากในปัจจุบันมีมาตรฐานที่หลากหลาย ทั้งมาตรฐานสำหรับสินค้า บริการ และระบบ รวมทั้งมีมาตรฐานที่กฎหมายบังคับและมาตรฐานที่เป็นการสมัครใจของ SME เอง นอกจากนี้ ยังมีมาตรฐานระหว่างประเทศด้วย ซึ่งในการปฏิบัติให้สินค้าหรือบริการได้รับการรับรองมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น เป็นเรื่องที่ต้องใช้ทั้งความรู้ความเข้าใจ ค่าใช้จ่าย และเวลา จึงทำให้การได้รับการรับรองมาตรฐานนั้นยังเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับ SME ไทย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความช่วยเหลือแก่ SME ให้สามารถได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ได้สะดวกขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  จัดทำระบบเผยแพร่ข้อมูลเรื่องมาตรฐานต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับ SME เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อขอรับการรับรองมาตรฐานต่างๆ รวมทั้งจัดให้มีข้อมูลของศูนย์ทดสอบต่างๆ ที่ให้บริการด้านการทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ SME ในการใช้บริการ
-  จัดให้มีที่ปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อการพัฒนาสินค้า บริการ และระบบธุรกิจให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อช่วยให้ SME สามารถปรับปรุงการผลิต การบริการ สถานประกอบการ หรือ การบริหาร จัดการ ให้สอดคล้องตามที่มาตรฐานกำหนดได้
-  สนับสนุนให้ SME ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนให้กับ SME เพื่อการพัฒนาไปสู่การรับรองมาตรฐาน

1.5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา SME


ปัจจุบัน การส่งเสริมและพัฒนา SME ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้าง เนื่องจากยังขาดโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในหลายๆ ด้าน เช่น ศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ทำให้การช่วยเหลือให้ SME สามารถพัฒนาและเติบโตยังทำได้อยู่ในขอบเขตที่จำกัด จึงควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีความจำเป็นสำหรับ SME ไทย โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้


-  ศึกษาและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนา SME ในด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้มีบริการให้ความช่วยเหลือแก่ SME ที่ครบถ้วน เป็นการช่วยให้ระบบการส่งเสริม SME มีความสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ SME สามารถได้รับการพัฒนาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ


เป้าประสงค์ที่ 2 มีการติดตามและประเมินศักยภาพ SME เพื่อให้ได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม มีแผนงานดังนี้

2.1 สร้างระบบติดตามและประเมินศักยภาพ SME

เพื่อให้ภาครัฐสามารถเข้าถึง SME ตลอดจนกระจายความช่วยเหลือลงสู่ SME ทั้งภาคการผลิต การค้า บริการ และการเกษตรได้อย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบ ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจ และระบบติดตามประเมินผล และต้องเชื่อมโยง ข้อมูลจากระบบต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้การส่งเสริมและพัฒนา SME เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและ เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

 ระบบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ (SME Registration) เพื่อเป็นฐานข้อมูล SME หลักของประเทศ โดยจัดเก็บใน 3 หมวดหลัก คือ 1) ข้อมูลทั่วไป (ชื่อบริษัท ที่อยู่ และหมายเลขติดต่อ ปีที่จัดตั้ง/จดทะเบียน) 2) ข้อมูลธุรกิจ (ประเภทธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ รายละเอียดสินค้าบริการ จำนวนการจ้างงาน และผลการดำเนินงาน) และ 3) ข้อมูลความต้องการสนับสนุน (ปัญหาและอุปสรรคและความต้องการช่วยเหลือ/สนับสนุนที่ต้องการจากภาครัฐ) ทั้งนี้ ภาครัฐสามารถใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล SME ที่ขึ้นทะเบียน ในการวิเคราะห์ วางแผนการสนับสนุน พัฒนา และช่วยเหลือ ให้สอดคล้องกับลักษณะ การดำเนินธุรกิจและความต้องการของ SME ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์

 ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจ SME (SME Scoring) เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงศักยภาพธุรกิจ ที่แท้จริง ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจตัวเอง โดยการจัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการเข้ารับการอบรมและเข้าสู่ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจด้วยตนเอง (Self Assessment) ทั้งแบบ Online และ Offline นอกจากนี้ ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจ SME ยังช่วยคัดกรองและจัดกลุ่ม ผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับกลุ่มวิสาหกิจที่ภาครัฐมุ่งให้การส่งเสริม เพื่อประโยชน์ในการกำหนด แนวทางการพัฒนา การเข้าถึงมาตรการช่วยเหลือ และการเข้าร่วมโครงการภาครัฐต่างๆ อีกด้วย

 ระบบติดตามประเมินผลการเข้าถึงบริการและสิทธิประโยชน์ของ SME (SME Tracking System) เพื่อใช้ติดตาม SME ที่เข้ารับบริการ ขอรับสิทธิประโยชน์ หรือเข้าร่วมโครงการต่างๆ ของภาครัฐ รวมถึงประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบริการและสิทธิประโยชน์นั้นๆ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากระบบติดตามประเมินผลฯ นี้ จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐอย่างมากในการลดความซ้ำซ้อน ของการให้บริการภาครัฐ การปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ และการส่งต่อบริการภาครัฐ ตลอดจน การพัฒนาสิทธิประโยชน์ให้สอดคล้องกับความต้องการ และเอื้อต่อการพัฒนา SME ให้เข้มแข็งขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2 ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ เพื่อเอื้อและลดอุปสรรค ต่อการดำเนินธุรกิจของ SME

กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ และมาตรการต่างๆ ที่ภาครัฐกำหนด เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการสร้างกลไกการแข่งขันที่เป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำอำนวยความสะดวก และสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งเป็นเครื่องมือจูงใจ SME ในการพัฒนาด้านต่างๆ เช่น วิจัยและพัฒนา ขยายตลาดต่างประเทศ สร้างนวัตกรรม

ที่ผ่านมา ภาครัฐมีการใช้กฎหมายหรือสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริม SME ไม่มากนัก นอกจากนี้บริบททางธุรกิจของ SME ไทยมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา ขณะที่การพัฒนากฎหมายยังไม่รองรับธุรกิจใหม่ๆ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องทบทวน ปรับปรุง แก้ไข กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของ SME ให้ทันกับสถานการณ์และสนับสนุนการพัฒนา SME ให้เติบโตเข้มแข็งต่อไป

กลยุทธ์ที่ 2 จึงกำหนดเป้าประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

เป้าประสงค์ที่ 1 กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนา SME ได้รับการปรับปรุงแก้ไข



ตัวชี้วัดและเป้าหมายของ
กลยุทธ์ที่ 2 ทบทวน ปรับปรุง
กฎหมาย กฎ ระเบียบ
สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและ
ลดอุปสรรคต่อการดำเนิน
ธุรกิจของ SME:

กฎหมาย กฎ ระเบียบ
สิทธิประโยชน์ ได้รับการปรับปรุง
แก้ไข เพื่อเอื้อให้การดำเนินธุรกิจ
ของ SME มีความสะดวกมากขึ้น

เป้าประสงค์ที่ 1 กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนา SME ได้รับการปรับปรุงแก้ไข มีแผนงานดังนี้


1.1 พัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย กฎ และระเบียบต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนา SME

กฎหมาย กฎ และระเบียบของหน่วยงานภาครัฐ มีทั้งส่วนที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้เกิดความสะดวก และส่วนที่เป็นอุปสรรค ดังนั้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างคล่องตัวและมีความสามารถในการแข่งขัน ภาครัฐจึงควรดำเนินการเพื่อลดปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  ปรับปรุงระเบียบ วิธีปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐให้มีความสะดวกต่อ SME ในการขอรับบริการต่างๆ ปัจจุบัน การติดต่อขอรับบริการ ขอใบอนุญาต หรือความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐยังมีขั้นตอนปฏิบัติที่เป็นอุปสรรคมากสำหรับ SME เช่น ใช้ระยะเวลานาน มีขั้นตอนมาก หรือมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป จึงควรมีการปรับปรุงระเบียบวิธีปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ให้มีความสะดวกต่อ SME ให้มากขึ้น
-  ศึกษาและแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบต่างๆ ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SME สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

1.2 กำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับ SME ในรูปแบบต่างๆ

การให้สิทธิประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในรูปแบบของสิทธิประโยชน์ทางภาษีและไม่ใช้ภาษี เพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจให้กับ SME เป็นเครื่องมือจูงใจให้ SME เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ รวมทั้งจูงใจให้ SME เข้าสู่ระบบที่ถูกต้อง เพื่อให้สามารถรับสิทธิประโยชน์ได้ ดังนั้น ควรมีการกำหนดและทบทวนสิทธิประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ ที่ให้แก่ SME เพื่อสนับสนุนให้ SME มีการพัฒนา ศักยภาพและเข้าสู่ระบบมากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

-  กำหนดสิทธิประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ SME พัฒนาตัวเองให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันตามระดับการเติบโตของธุรกิจ เช่น สิทธิประโยชน์สำหรับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงงานวิจัยและพัฒนา การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การพัฒนามาตรฐานสินค้า การพัฒนาตลาดต่างประเทศ ตลอดจนสิทธิประโยชน์ให้กับ SME ในสาขาเป้าหมาย ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและภาพรวมของการพัฒนาประเทศ

สรุปภาพรวม ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME

SME กลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมและพัฒนา เพื่อสนับสนุนให้ SME มีความได้เปรียบแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งจะช่วยให้ SME มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากลได้มากขึ้น มีดังนี้

01

กลุ่มธุรกิจด้านอาหาร
การเกษตร และ
อุตสาหกรรมชีวภาพ

02

กลุ่มธุรกิจ
ด้านสุขภาพ และ
ที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์

03

กลุ่มธุรกิจ
ด้านเครื่องจักรกล
วิศวกรรม
อิเล็กทรอนิกส์เชิงกล
และหุ่นยนต์

04

กลุ่มธุรกิจ
ด้านดิจิทัล

05

กลุ่มธุรกิจ
เชิงสร้างสรรค์
และวัฒนธรรม

06

กลุ่มธุรกิจบริการ
ที่มีมูลค่าสูง

ยุทธศาสตร์ที่ 1













ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น

กลยุทธ์ ยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม
เป้าหมาย มูลค่าผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SME เพิ่มขึ้นเป็น 600,000 บาท/คน/ปี

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. SME ได้รับการยกระดับผลิตภาพ	ยกระดับกระบวนการผลิตและประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ (Process Upgrading)	<ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างความรู้ให้กับ SME ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจ วิเคราะห์ ประเมินศักยภาพของธุรกิจในด้านต่างๆ ยกระดับการผลิตสินค้าและบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> กสอ. พค. กพร.
		<ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างขีดความสามารถการใช้ ICT ของ SME 	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมจับคู่เพื่อเชื่อมโยง SME กับผู้ให้บริการด้าน ICT พัฒนาบุคลากรของ SME ให้มีความเชี่ยวชาญในการใช้ ICT
2. SME ได้รับการยกระดับด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม	เสริมสร้างขีดความสามารถการใช้ ICT ของ SME	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนให้มีการบริการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีที่ครบวงจรแก่ SME ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ SME ในการยกระดับเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> สวทช. สนช.
		<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนให้ SME เข้าถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม และนวัตกรรมชาวบ้าน (Frugal Innovation) 	<ul style="list-style-type: none"> ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ SME ในการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในระดับที่เหมาะสม เสริมสร้างบทบาทของสถาบันอาชีวศึกษาในการให้ความช่วยเหลือ SME ในการยกระดับเทคโนโลยีและปรับปรุงกระบวนการผลิต ส่งเสริมการนำสิทธิบัตรที่ไม่อยู่ภายใต้การคุ้มครองมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
2. SME ได้รับ การยกระดับ ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม (ต่อ)	สร้างความร่วมมือ ในการขับเคลื่อนงานวิจัย และพัฒนาให้ตอบโจทย์ SME	สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบัน การศึกษาและ SME (Academic-SME Linkage)	สกอ. สอศ.
3. สิ้นค้านวัตกรรม ผลงานวิจัยและ พัฒนาของ SME ไทยมีตลาดรองรับ	สนับสนุนให้สินค้าที่มี เทคโนโลยีและนวัตกรรม ของ SME ไทยเข้าสู่ตลาด ภาครัฐ	ส่งเสริมให้ SME ที่มีนวัตกรรมเข้าสู่บัญชี นวัตกรรมได้มากขึ้น ปรับปรุงกฎระเบียบในการจัดซื้อจัดจ้าง ของภาครัฐให้สามารถสนับสนุนการซื้อ สินค้านวัตกรรมไทยได้ จัดให้มีระบบสำหรับให้หน่วยงาน ภาครัฐรับประกันการสั่งซื้อสินค้าที่วิจัย และพัฒนาโดย SME	สวทช. สวทน. สนช. รว.
	สนับสนุนให้สินค้าที่มี เทคโนโลยีและนวัตกรรม เข้าถึงผู้ซื้อ	สร้างช่องทางจำหน่ายสินค้า นวัตกรรมของ SME สนับสนุนให้ธุรกิจขนาดใหญ่ ซื้อสินค้านวัตกรรมของ SME	พค. สศ. สวทน. สวทช. นร.
4. โครงสร้าง พื้นฐานที่เอื้อ ต่อการพัฒนา เทคโนโลยีและ นวัตกรรมของ SME ได้รับ การพัฒนา	พัฒนาระบบ การจัดสิทธิบัตรให้สามารถ สนับสนุนการพัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรม ของ SME	ปรับปรุงระบบการจัดสิทธิบัตรให้มี ประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุน SME ไทย ที่มีการคิดค้นงานนวัตกรรม พัฒนาระบบประเมินมูลค่าทรัพย์สิน ทางปัญญาโดยเฉพาะสิทธิบัตร พัฒนาตลาดทรัพย์สินทางปัญญา ทางอิเล็กทรอนิกส์	ทป. สวทน.
	พัฒนาระบบฐานข้อมูล กลางด้านงานวิจัยและ พัฒนาและความเชี่ยวชาญ ของหน่วยงาน	จัดทำฐานข้อมูลกลางงานวิจัยและพัฒนา และความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน	สวทช. สกอ. สปอ.

กลยุทธ์	ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
เป้าหมาย	1) สัดส่วนสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อรวมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 38 2) มูลค่าเงินทุนที่ SME ได้รับจากแหล่งเงินทุนประเภททุน (Equity Financing) เพิ่มขึ้นร้อยละ 20




เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. SME เข้าถึงแหล่งสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ขยายการค้าประกันสินเชื่อให้มีบทบาทมากขึ้น	 คำประกันสินเชื่อให้ SME ที่มี การจัดตั้งธุรกิจในประเทศ (Outward Investment)	 บสย.  สศค.  ธปท.
		 คำประกันโดยตรง (Direct Guarantee) ให้ SME เฉพาะกลุ่มเป้าหมายตามนโยบาย	
รับรองสถานะและศักยภาพของ SME เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ		 ส่งเสริมให้มีระบบการประเมินศักยภาพ ทางการเงินของ SME	 สสว.
		 ส่งเสริมให้องค์การเอกชนมีบทบาท ในการรับรองสถานะภาพและศักยภาพ ของ SME	
		 จัดทำบัญชีรายชื่อ SME ที่มีศักยภาพ	
สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำให้กับ SME กลุ่มเป้าหมาย		 จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) สำหรับ SME กลุ่มเป้าหมาย	 สศค.  ธปท.
		 ชดเชยดอกเบี้ยและชดเชยค่าธรรมเนียม การค้าประกันสินเชื่อให้กับ SME กลุ่มเป้าหมาย	 SFIs
จัดให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SME ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ		 ส่งเสริมให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SME ที่ประสบปัญหา (Turn Around Fund)	 สสว.

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
2. แหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก (Alternative Financing) โดยเฉพาะแหล่งเงินทุนประเภททุน (Equity Financing) มีบทบาทมากขึ้น	ส่งเสริมให้มีการร่วมทุน (Venture Capital: VC) สำหรับ SME มากขึ้น	ส่งเสริมให้ SME ที่มีศักยภาพเข้าถึงการร่วมทุน สนับสนุนให้ธุรกิจร่วมทุนมีความเข้มแข็งมากขึ้น	สศค. SFIs ก.ล.ต. สสว.
	สนับสนุนให้การระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) เป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกใหม่	ให้ความรู้และการเตรียมความพร้อมแก่ SME เกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะ จัดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อกระตุ้นให้เกิดการระดมทุนสาธารณะ	สศค. ก.ล.ต. กรมสรรพากร
	สนับสนุนให้ SME ที่มีศักยภาพเข้าถึงตลาดหลักทรัพย์ mai	เตรียมความพร้อมก่อนการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai ลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับ SME ในการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai	mai สสว.
3. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME	ส่งเสริมให้ SME ใช้บริการระบบที่เสี่ยง ที่ปรึกษาด้านการเงิน	ส่งเสริมให้ SME ใช้บริการที่เสี่ยง/ที่ปรึกษาด้านการเงิน	สถาบันการเงิน สมาคมธนาคารไทย
	ส่งเสริมให้ SME มีความรู้ความเข้าใจด้านการเงิน (Financial Literacy) ในการประกอบธุรกิจ	เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินขั้นพื้นฐาน (Financial Literacy) สนับสนุนให้สถาบันการเงินเพิ่มภารกิจด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ SME	สศค. ชปท. สถาบันการเงิน















**กลยุทธ์
เป้าหมาย**

ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล
1) สัดส่วนการส่งออกของ SME เพิ่มขึ้นร้อยละ 30
2) มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยของ SME เพิ่มขึ้น
เป็น 100 ล้านบาท/ราย/ปี

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. SME มีช่องทางการจำหน่ายในประเทศมากขึ้น	ส่งเสริมให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำ SME Catalog แก้ไขกฎ ระเบียบ เพื่อสนับสนุนให้ SME สามารถแข่งขันในตลาดภาครัฐได้มากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> สสว. กรมบัญชีกลาง
	ส่งเสริมให้ SME ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับ SME ส่งเสริมให้ SME มีช่องทางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของตน 	<ul style="list-style-type: none"> พค. สสว. สพธอ.
2. SME มีศักยภาพในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ส่งเสริมให้มีข้อมูลการตลาดต่างประเทศเชิงลึกที่ช่วยสนับสนุน SME ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	พัฒนาระบบสารสนเทศข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> สค.
	สนับสนุน SME ที่มีศักยภาพในการขยายตลาดต่างประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างโอกาสทางการตลาดต่างประเทศให้กับ SME สนับสนุนค่าใช้จ่ายให้ SME ในการขยายตลาดต่างประเทศ (Internationalization Grant) พัฒนาตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดต่างประเทศ สนับสนุนการยกระดับมาตรฐานสินค้าหรือบริการให้กับ SME ที่จะเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ สนับสนุน SME ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงให้สามารถเข้าสู่ตลาดสากล 	<ul style="list-style-type: none"> สค. สวทช.
	สร้างและพัฒนาผู้ส่งออกรายใหม่	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ SME ผู้ส่งออกรายใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> สค.

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
3. SME ลงทุนในต่างประเทศได้ อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ	อำนวยความสะดวก SME ที่สนใจไปลงทุนในต่างประเทศ	 จัดตั้งศูนย์ให้บริการและความช่วยเหลือ เพื่อสนับสนุนการลงทุนในต่างประเทศแก่ SME  จัดตั้งนิคม SME ในต่างประเทศ	 สกท.










กลยุทธ์ พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ
เป้าหมาย จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาและส่งเสริม
 ความเป็นผู้ประกอบการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 40

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. สร้างแรงบันดาลใจ และความเป็น ผู้ประกอบการให้ กับคนรุ่นใหม่	สร้างความตระหนักรู้ ในการเป็นผู้ประกอบการ ให้กับเยาวชน	 พัฒนาหลักสูตรการเรียนเรื่องการประกอบ ธุรกิจขั้นพื้นฐานในระดับมัธยมศึกษาและ อาชีวศึกษา	 สพฐ.  สอศ.
	สร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นให้เกิด ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่มีคุณภาพ	 จัดกิจกรรมกระตุ้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ในการประกอบธุรกิจในกลุ่มเยาวชน ผ่านการประกวดแนวคิดทางธุรกิจ	 สกอ.  สอศ.  สสว.
	เตรียมความพร้อมให้ผู้ กำลังจะจบการศึกษาและ ต้องการเป็นผู้ประกอบการ	 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่อง การบริหารธุรกิจแบบเข้มข้นให้กับ นักศึกษาจบใหม่	 สกอ.  สอศ.  สสว.
2. ผู้ประกอบการ ใหม่มีความพร้อม ในการเริ่มต้นธุรกิจ	พัฒนาองค์ความรู้ และทักษะในการเป็น ผู้ประกอบการใหม่	 การสร้างเสริมความรู้และทักษะ ในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ รายใหม่	 กสอ.  พค.

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม























กลยุทธ์	สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup)
เป้าหมาย	จำนวนผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง เริ่มดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง	สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง	สนับสนุนให้ผู้ที่มีความคิดริเริ่มเชิงเทคโนโลยีเข้าสู่การบ่มเพาะ	สวทช. สกอ. กสอ.
	พัฒนาการบ่มเพาะให้มีประสิทธิภาพในการสร้างผู้ประกอบการใหม่	ยกระดับศักยภาพของศูนย์บ่มเพาะ จัดสรรพื้นที่ทำงานสำหรับผู้ประกอบการใหม่ (Co-Working Space / Co-Making Space) ภายในศูนย์บ่มเพาะ	วท. สวทช. สกอ. สนช.
		พัฒนาเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการพัฒนานวัตกรรม (Innovation District) สร้างความร่วมมือกับศูนย์บ่มเพาะต่างประเทศ	
จัดตั้งและพัฒนาศูนย์ออกแบบและสร้างสรรค์		จัดตั้งศูนย์บริการด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ (Design & Creative Center)	TCDC
สนับสนุนให้หน่วยงานที่มีบทบาทให้ความช่วยเหลือ SME มีศักยภาพในการช่วยเหลือมากขึ้น		สนับสนุนกิจกรรมของ Startup Accelerator เพื่อการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่	สวทช. กค.




















เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
2. ปัจจัยสนับสนุนการเริ่มต้นของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงได้รับการพัฒนา	ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง	<ul style="list-style-type: none">  จัดให้มีเงินทุนให้เปล่า (Seed Fund) ให้กับผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพ  สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูงเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากกลุ่มนักลงทุนอิสระ (Angel Investor)  จัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital) สำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง 	<ul style="list-style-type: none">  สวทช.  SFIs
	ปรับปรุงแก้ไข กฎหมาย กฎ ระเบียบ และสิทธิประโยชน์ ให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง	<ul style="list-style-type: none">  ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายธุรกิจให้สนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี  กำหนดมาตรการทางภาษีที่ช่วยสนับสนุนการจัดตั้งและการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง 	<ul style="list-style-type: none">  สวทช.  กค.

กลยุทธ์ ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SME

เป้าหมาย 1) สัดส่วนของกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20
2) สัดส่วนของสหกรณ์ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. SME มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ	เสริมสร้างความเข้มแข็งให้คลัสเตอร์ SME	<ul style="list-style-type: none">  จัดทำแนวปฏิบัติในการพัฒนาคลัสเตอร์  เพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจให้คลัสเตอร์ SME 	<ul style="list-style-type: none">  กสอ.  กสก.  สสว.  สศช.
	ส่งเสริมและสนับสนุนองค์การเอกชนและเครือข่าย SME	<ul style="list-style-type: none">  พัฒนาศักยภาพการดำเนินงานขององค์การเอกชนให้เข้มแข็ง  กำหนดสิทธิประโยชน์ให้แก่ SME ที่เป็นสมาชิกองค์การเอกชน 	<ul style="list-style-type: none">  พค.  สสว.
2. SME สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่	สนับสนุนให้ SME เข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดใหญ่	<ul style="list-style-type: none">  สนับสนุนให้ SME พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการรายใหญ่  จัดกิจกรรมจับคู่ให้ SME มีโอกาสเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการรายใหญ่  ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีการให้ความช่วยเหลือแก่ SME ในห่วงโซ่อุปทาน 	<ul style="list-style-type: none">  สกท.  สสว.  กค.
	พัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงเครือข่ายของสหกรณ์การเกษตรและความเข้มแข็ง	<ul style="list-style-type: none">  เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้กับสหกรณ์  ยกระดับการบริหารธุรกิจของสหกรณ์  สนับสนุนการขยายตลาดให้กับสหกรณ์ 	<ul style="list-style-type: none">  กสส.  วว.  สสว.

กลยุทธ์ พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้เข้มแข็ง
เป้าหมาย รายได้เฉลี่ยของ SME ฐานรากที่ได้รับการพัฒนา
 เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. วิสาหกิจ ฐานรากเข้าถึง แหล่งเงินทุน ได้มากขึ้น	สนับสนุนให้วิสาหกิจ ฐานรากเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้มากขึ้น	 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและสนับสนุน การจัดทำบัญชีอย่างง่าย	 พช.  กตส.  SFIs  กค.  สทบ.  อปท.
		 พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อสนับสนุน วิสาหกิจฐานราก	
		 พัฒนาและสนับสนุนกลไกการดำเนินงาน กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง	
2. วิสาหกิจ ฐานรากสามารถ ประกอบธุรกิจได้ อย่างมีอาชีพ	ส่งเสริมความรู้ในการ ประกอบธุรกิจให้วิสาหกิจ ฐานราก	 เสริมสร้างองค์ความรู้พื้นฐานที่จำเป็น ต่อการประกอบธุรกิจ	 พช.  สกอ.  สอศ.
		 พัฒนาระบบการให้ความรู้โดยหน่วยงาน ภาครัฐและสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น	
		 จัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ ตามแหล่งชุมชน แหล่งการค้าที่มีศักยภาพ หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	 พช.  สสว.  กทท.  อปท.
	เสริมสร้างโอกาสทาง การตลาดและช่องทาง ตลาด	 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่น ทั้งแบบ Online และ Offline	
3. ผลผลิตของ วิสาหกิจฐานราก ได้รับการพัฒนา และยกระดับ มาตรฐาน	ยกระดับสินค้าและบริการ (Product Upgrading) ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม	 ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและ บริการของวิสาหกิจฐานราก	 พช.  กสอ.  วว.  สสว.
		 จัดให้มีที่ปรึกษาเฉพาะทาง เพื่อให้ คำปรึกษาแนะนำ	
	ยกระดับสินค้าและบริการ ให้ได้คุณภาพมาตรฐาน	 ส่งเสริมให้วิสาหกิจฐานรากพัฒนาสินค้า และบริการเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐาน	 พช.  กสอ.  วว.  สสว.
		 ให้สิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจวิสาหกิจฐานราก ให้พัฒนามาตรฐาน	

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์	พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพ
เป้าหมาย	<ol style="list-style-type: none"> 1) จำนวนผู้ใช้บริการศูนย์ข้อมูลเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 2) จำนวนผู้ใช้บริการ SME Portal เพิ่มขึ้นร้อยละ 80 3) โครงการส่งเสริมและพัฒนา SME มีการจัดเก็บข้อมูล SME ผู้รับบริการอย่างเป็นระบบ มีสัดส่วนร้อยละ 60

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. SME เข้าถึงข้อมูล ความรู้ และการพัฒนา ด้านต่างๆ	ยกระดับการให้ข้อมูลแก่ SME ให้มีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาศูนย์บริการข้อมูล SME (SME One Stop Service Center) ให้เป็นช่องทางหลักในการให้ข้อมูลและให้บริการกับ SME จัดทำ SME Web Portal และคู่มือการประกอบธุรกิจ (SME Toolkit) 	สสว.
	สนับสนุนให้ SME สามารถใช้บริการจากผู้ให้บริการทางธุรกิจภาคเอกชน (Private Service Provider)	พัฒนาระบบสนับสนุนค่าใช้จ่ายเพื่อให้ SME สามารถใช้บริการจากผู้ให้บริการภาคเอกชนได้	สสว.
	พัฒนาระบบการให้บริการด้านพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัย	พัฒนาระบบการให้บริการด้านพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัย ที่มีประสิทธิภาพ	สสว.

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. SME เข้าถึง ข้อมูล ความรู้ และการพัฒนา ด้านต่างๆ (ต่อ)	ยกระดับการพัฒนา มาตรฐานให้ SME มีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำระบบเผยแพร่ข้อมูลเรื่องมาตรฐาน ต่างๆ จัดให้มีที่ปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อ การพัฒนาสินค้า บริการ และระบบธุรกิจ ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน สนับสนุนให้ SME ได้รับการรับรอง มาตรฐานต่างๆ 	สสว.
	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา SME	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษาและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่จำเป็นต่อการพัฒนา SME ในด้านต่างๆ 	สสว.
2. มีการติดตาม และประเมิน ศักยภาพ SME เพื่อให้ได้รับ การพัฒนาอย่าง เหมาะสม	สร้างระบบติดตามและ ประเมินศักยภาพ SME	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ (SME Registration) 	สสว.
		<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบประเมินศักยภาพธุรกิจ SME (SME Scoring) 	
		<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบติดตามและประเมินผล การเข้าถึงบริการและการใช้สิทธิประโยชน์ ของ SME (SME Tracking System) 	
กลยุทธ์	ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME		
เป้าหมาย	กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ได้รับการ ปรับปรุง แก้ไข เพื่อเอื้อให้การดำเนินธุรกิจของ SME มีความสะดวกมากขึ้น		

เป้าประสงค์	แผนงาน	แนวทาง	หน่วยงานหลัก
1. กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิ ประโยชน์ต่างๆ ที่ มีผลต่อการพัฒนา SME ได้รับการ ปรับปรุงแก้ไข	พัฒนาและปรับปรุง กฎหมาย กฎ และระเบียบ ต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนา SME	<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงระเบียบ วิธีปฏิบัติของหน่วยงาน ภาครัฐให้มีความสะดวกต่อ SME ในการ ขอรับบริการต่างๆ ศึกษาและแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบต่างๆ 	สสว.
		<ul style="list-style-type: none"> กำหนดสิทธิประโยชน์ สำหรับ SME รูปแบบต่างๆ 	สสว.

ชื่อย่อหน่วยงาน

กระทรวงการคลัง	กค. - - สศค.	กระทรวงการคลัง กรมบัญชีกลาง กรมสรรพากร สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา	กทท.	กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงเกษตร และสหกรณ์	กตส. กสก. กสส.	กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์
กระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศและ การสื่อสาร	SIPA สพธอ.	สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ แห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
กระทรวงพาณิชย์	ทป. พค. สค.	กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงมหาดไทย	พช.	กรมการพัฒนาชุมชน
กระทรวงแรงงาน	กพร.	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
กระทรวง วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	วท. วว. สวทน. สนช. สวทช.	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งชาติ

กระทรวง ศึกษาธิการ	สพฐ.	สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
	สอศ.	สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
	สกอ.	สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
กระทรวง อุตสาหกรรม	กสอ.	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
	สปอ.	สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
สำนักนายก รัฐมนตรี	นร.	สำนักนายกรัฐมนตรี
	สทบ.	สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง แห่งชาติ
	สศช.	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ
	สกท.	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
	สสว.	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม
	TCDC	ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
สถาบันการเงิน เฉพาะกิจของรัฐ	SFIs	สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ
	ธพว.	ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)
	บสย.	บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม
อื่นๆ	ธปท.	ธนาคารแห่งประเทศไทย
	ก.ล.ต.	สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์
	mai	ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
	อปท.	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น



4

ขับเคลื่อน SME
จากแผนสู่การปฏิบัติ

ขับเคลื่อน SME จากแผนสู่การปฏิบัติ

แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2566) เป็นแผนซึ่งนำเสนอภาพรวมของแนวทางการส่งเสริมและพัฒนา SME ของประเทศ และใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนงานและโครงการของหน่วยงานต่างๆ ที่มีบทบาทและภารกิจในการส่งเสริม SME ซึ่งในกระบวนการแปลงแผนงานและแนวทางภายใต้แผนการส่งเสริม SME ไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้ นั้น จะดำเนินการผ่านการจัดทำ “แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME” ซึ่งจะมีความชัดเจนมากขึ้น โดยแผนปฏิบัติการฯ มีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก และตัวชี้วัดในระดับโครงการ

ในแต่ละแผนงานจะมีการกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบหลักและตัวชี้วัดที่ชัดเจน ซึ่งจะมีการหารือกับหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการจัดทำโครงการเพื่อตอบสนองต่อแผนงาน แนวทางที่กำหนดไว้ และตัวชี้วัดที่หน่วยงานรับผิดชอบจะสามารถดำเนินการได้

การกำหนดระดับความสำคัญ เร่งด่วน (Priority)

ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณและทรัพยากร แผนปฏิบัติการฯ จำเป็นต้องกำหนดระดับความสำคัญเร่งด่วนของแต่ละแผนงานไว้ ซึ่งจะต้อมีการหารือกับหน่วยงานหลักในการดำเนินงานภายใต้แผนงานที่มีความสำคัญเร่งด่วนในระดับต้นๆ

งบประมาณ

การดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME นี้ บางส่วนเป็นการดำเนินงานในเชิงนโยบาย ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณ แต่การดำเนินงานส่วนใหญ่ต้องอาศัยงบประมาณเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้การดำเนินงานสัมฤทธิ์ผล ซึ่งในการดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการฯ นั้น จะมิงบประมาณที่เกี่ยวข้อง ดังนี้



งบประมาณที่หน่วยงานได้รับการจัดสรรในงบประมาณประจำปี เป็นงบประมาณที่หน่วยงานได้รับการจัดสรรเพื่อดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME ซึ่งการจัดทำงบประมาณแบบบูรณาการเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้การจัดทำงบประมาณภายใต้แผนปฏิบัติการฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

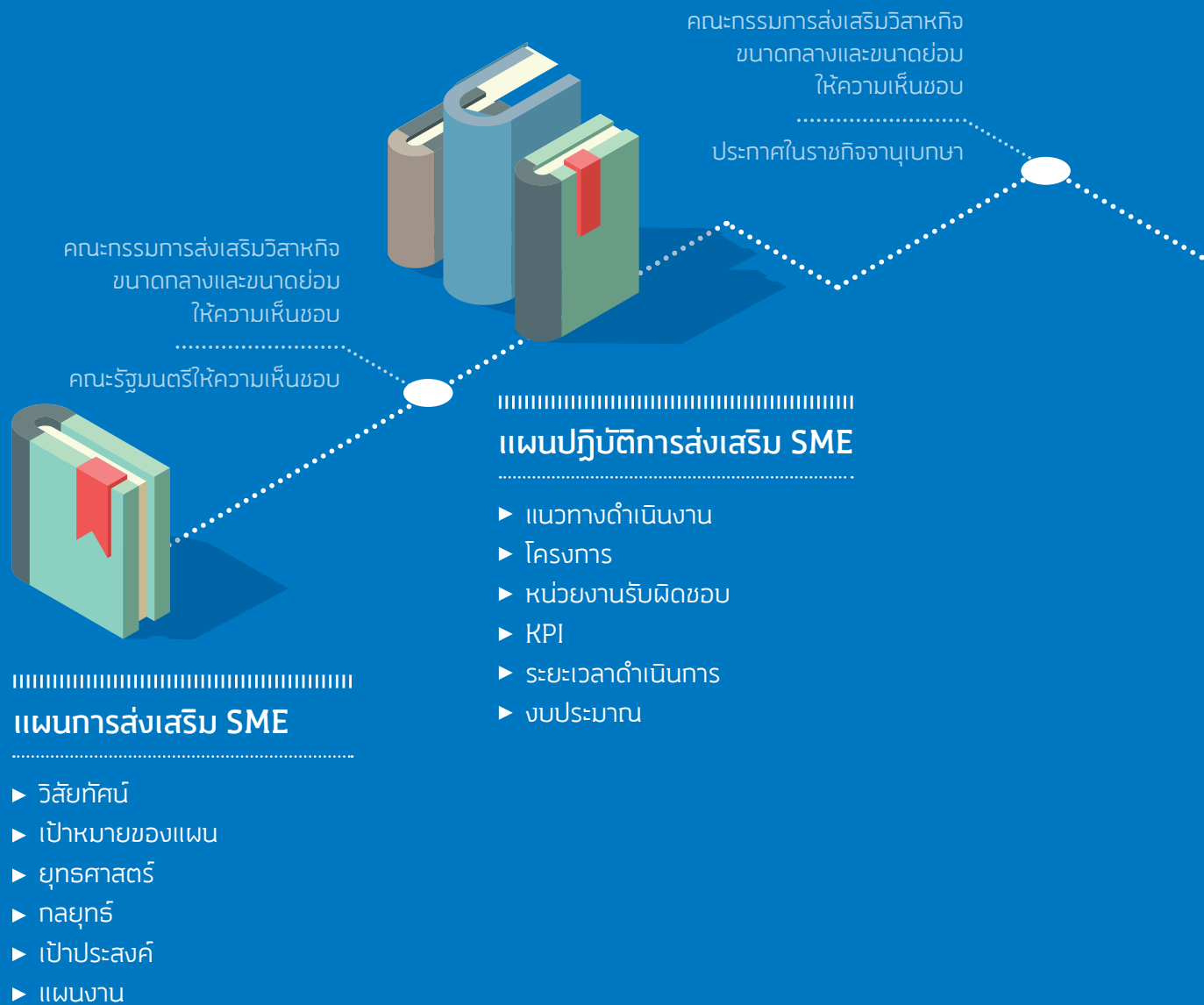


กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสามารถใช้ในการให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชน เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการฯ ได้

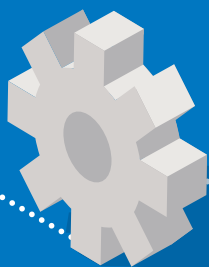
กระบวนการจัดทำ แผนปฏิบัติการฯ

แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME นี้จะจัดทำโดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการจัดทำโครงการหรือกิจกรรมตามที่กำหนดไว้ เพื่อให้แผนปฏิบัติการฯ มีการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม มีการดำเนินงานจริงตามที่ได้กำหนดไว้ในแผน ซึ่งจะช่วยให้การส่งเสริม SME ประสบความสำเร็จได้มากขึ้น และสามารถติดตามประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การขับเคลื่อนแผนการส่งเสริม SME



คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม
รับทราบ



|||||

การติดตามประเมินผล

การดำเนินโครงการ

ผลสัมฤทธิ์ต่อ SME ที่ได้รับการพัฒนา

ภาพรวมของแผน

|||||

การดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการ ส่งเสริม SME ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



งบประมาณที่ได้รับ
การจัดสรรประจำปี



งบประมาณจาก
กองทุนส่งเสริม SME

บูรณาการการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ




นอกจากการบูรณาการระหว่างหน่วยงานในการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมกันแล้ว ซึ่งจะช่วยลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ แต่เพื่อให้การดำเนินงานสนับสนุน SME ภายใต้แผนปฏิบัติการฯ สัมฤทธิ์ผลมากยิ่งขึ้น จำเป็นต้องสร้างเสริมการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานและระหว่างโครงการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสร้างความเชื่อมโยงการดำเนินงานระหว่างโครงการ (Platform) ให้เกิดการส่งต่อ SME ที่รับบริการแล้วจากโครงการหนึ่งให้ไปรับความช่วยเหลือในส่วนที่จะเติมเต็มศักยภาพได้จากอีกโครงการหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้ SME แต่ละรายได้รับการเสริมสร้างศักยภาพที่เพียงพอต่อการเติบโตและมีความยั่งยืนมากขึ้น รวมทั้งจะทำให้บริการความช่วยเหลือที่มีให้กับ SME เกิดประโยชน์สูงสุด

รูปแบบการดำเนินงานที่สำคัญ

การส่งเสริม SME ในปัจจุบัน เน้นไปที่การดำเนินงานในรูปแบบที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้จัดทำโครงการหรือบริการความช่วยเหลือให้กับ SME ซึ่งทำให้ยังมีข้อจำกัดในการให้บริการ ดังนั้น ควรริเริ่มให้ SME สามารถใช้บริการความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการภาคเอกชน (Private Service Provider) ที่มีอยู่ให้มากขึ้น เช่น การเสริมสร้างความรู้ด้านต่างๆ การทดสอบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาระบบสารสนเทศ ซึ่งการสนับสนุนให้ SME สามารถใช้บริการจากผู้ให้บริการภาคเอกชนจะช่วยให้ SME มีทางเลือกที่หลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งรูปแบบที่ภาครัฐจะส่งเสริมให้ SME สามารถไปรับบริการจากผู้ให้บริการ ภาคเอกชนได้นั้นจะต้องจัดทำระบบการให้เงินสนับสนุนในรูปแบบคูปองการพัฒนาต่างๆ (Capability Improvement Coupon) ซึ่งจะทำการส่งเสริมและพัฒนา SME สามารถดำเนินการได้หลากหลายและครอบคลุมความต้องการของ SME ได้มากขึ้น

ติดตามประเมินผลในทุกระดับ

ในการดำเนินโครงการต่างๆ ภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME จำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผล เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทราบเป็นระยะ โดยการดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME จะมีการติดตามและประเมินผลใน 3 ระดับ คือ

-  **ระดับแผนงาน / โครงการ** การติดตามและประเมินผลแต่ละแผนงาน/โครงการทั้งระหว่างดำเนินการดำเนินโครงการและหลังจากสิ้นสุดการดำเนินโครงการ เพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้าในแต่ละช่วงเวลา ผลสัมฤทธิ์ ประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพของแผนงาน / โครงการ
-  **ระดับผลกระทบต่อ SME** การติดตามจาก SME ที่ได้รับบริการและความช่วยเหลือจากโครงการต่างๆ เพื่อประเมินคุณค่าและประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยตรงกับ SME รวมทั้งผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากโครงการ
-  **ระดับภาพรวมของแผน** การติดตามและประเมินผลภาพรวมของแผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME ในแต่ละปีและช่วงสิ้นสุดแผน เพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์ของแผน เพื่อนำข้อมูลมาทบทวนการปรับแผนและการวางแผนในระยะต่อไป

ทั้งนี้ ในการติดตามและประเมินผลโครงการต่างๆ ต้องได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานดำเนินโครงการในการรายงานผลการดำเนินงาน

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 - 2564)

ที่ปรึกษา

นางลาลีณี วังตา

ผู้อำนวยการ สสว.

นายชัยพร ชยานุรักษ์

รองผู้อำนวยการ สสว.

นางสาววิมลกานต์ โทสุมาศ

รองผู้อำนวยการ สสว.

นายจักรพงษ์ ศรีสุพรรณดิฐ

รองผู้อำนวยการ สสว.

นางพลารีน แยมจินดา

ผู้อำนวยการกลุ่มงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์ รักษาการแทน
ในตำแหน่งรองผู้อำนวยการ สสว.

คณะผู้จัดทำ

ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs





สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เลขที่ 21 อาคารทีเอสที ชั้น G 17, 18, 23 ถนนวิภาวดีรังสิต
แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์: 0 2278 8800 โทรสาร: 0 2278 8850
Call Center 1301 Website: www.sme.go.th

