

## สรุปสาระสำคัญ

### แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549)

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549) เป็นแผนยุทธศาสตร์ในระดับแผนประสานงานเพื่อใช้เป็นแผนแม่บทสำหรับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยในระยะเดียวกันกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นแผนที่มุ่งหวังให้หน่วยงานปฏิบัติที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปแปลงจากมาตรการลงสู่แผนปฏิบัติการ โดยยุทธศาสตร์ของแผนกำหนดขึ้นจากการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งของตัวแปรภายในหรือตัวแปรที่ควบคุมได้และตัวแปรภายนอกที่ระบุถึงข้อจำกัดหรือภัยคุกคามและโอกาส นอกจากนี้ยังได้นำแนวทางการพัฒนาประเทศจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 เจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลและการประมวลข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนร่วมดำเนินการ ตลอดจนการทบทวนจากแผนการพัฒนาและการส่งเสริมอื่นที่เกี่ยวข้อง และจากผลงานศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### 1. นโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549)

1.1 การพัฒนาให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมสามารถเป็นกลไกหลักในการสนับสนุนให้เศรษฐกิจและสังคมของประเทศเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนโดยให้ความสำคัญในลำดับสูงกับวิสาหกิจระดับล่างและระดับกลาง

1.2 การเพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันโดยมุ่งเน้นการปรับโครงสร้างภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการเพื่อสร้างศักยภาพของสินค้าและบริการโดยรวมและสินค้าและบริการส่งออกเป้าหมาย รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพคน เทคโนโลยี และการบริหารจัดการที่ดี เพื่อยกระดับสินค้าและบริการส่งออกไปสู่ตลาดในระดับที่สูงขึ้น

1.3 การพัฒนาให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแกนหลักของเศรษฐกิจที่สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจชุมชน มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างงานและรายได้ให้กับสังคมและท้องถิ่น โดยการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การส่งเสริมเพื่อให้เกิดการพัฒนาและยกระดับวิสาหกิจที่ต่อเนื่องจากระดับล่างหรือระดับพื้นฐานไปสู่ระดับที่สูงขึ้น และให้สามารถก้าวสู่ระดับสากลได้ในที่สุด

1.4 การสร้างวัฒนธรรมหรือสังคมผู้ประกอบการให้แพร่หลาย สนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้และมีขีดความสามารถในการวิเคราะห์ การใช้ประโยชน์จาก

สังคมข่าวสารข้อมูล เพื่อให้เป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่กลมกลืนกับกระแสเศรษฐกิจใหม่

## 2. การวิเคราะห์ปัญหา และจุดอ่อน - จุดแข็ง และโอกาส - ข้อจำกัด

### 2.1 สถานการณ์และปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวม

2.1.1 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ที่สำคัญ ได้แก่ อิทธิพลของเทคโนโลยีด้านข่าวสารและโทรคมนาคม ความล่าช้าในการดำเนินการขององค์การการค้าโลก (WTO) ทำให้ความร่วมมือในรูปแบบภูมิภาคนิยม (Regionalism) หรือข้อตกลงแบบทวิภาคีของประเทศต่างๆ มีบทบาทมากขึ้น แม้จะมีการใช้ระบบการค้าและการลงทุนเสรีแพร่หลายแต่การปกป้องทางการค้า (Protectionism) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTB) รูปแบบต่าง ๆ ก็มีความรุนแรงมากขึ้นด้วยเช่นกัน

2.1.2 ธุรกิจต่างๆ ในยุคเศรษฐกิจใหม่ มีแนวคิดและกระบวนการทัศน์ในการทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป จากอดีต ที่สำคัญได้แก่การแข่งขันที่ต้องใช้ความเร็ว (Speed-Based Competition) แทนที่การแข่งขันในเชิงขนาด (Scale-Based Competition) การผลิตที่อาศัยความรู้ ทักษะและเทคโนโลยีแทนการผลิตโดยอาศัยสินทรัพย์ทางกายภาพ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และปัญญาเริ่มมีค่ามากกว่าเงินทุน การให้ความสำคัญในการเข้าถึงเครือข่ายและการสร้างความเชื่อมโยงมากกว่าการเป็นเจ้าของ และการให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค มากกว่าการมุ่งผลิตสินค้า

2.1.3 แนวโน้มของกิจการจะเล็กลงและเน้นเฉพาะธุรกิจที่ตนมีความเก่ง (Core Competency) ควบคู่ไปกับการเพิ่มพันธมิตรหรือการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับหุ้นส่วนและพันธมิตรในต่างประเทศ ปัจจัยเหล่านี้เปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ปรับตัวตามแนวโน้มดังกล่าวสามารถก้าวสู่ตลาดต่างประเทศได้ โดยเฉพาะวิสาหกิจที่ใช้ทรัพย์สินด้านปัญญา เช่น สินค้าที่เป็นสินค้าเฉพาะ (Niche Product) หรือสินค้าที่ใช้เทคโนโลยี

### 2.2 ปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2.1 การสูญเสียความสามารถในการแข่งขันที่ไม่สามารถอาศัยข้อได้เปรียบทางด้านแรงงานและทรัพยากรได้เช่นในอดีต ขณะเดียวกันความสามารถเชิงเทคโนโลยีทั้งด้านการใช้และการดัดแปลงเทคโนโลยียังมีน้อย ขาดการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานที่ดีขึ้น การพัฒนางานนวัตกรรมยังอยู่ในระดับต่ำรวมทั้งประสิทธิภาพการผลิตมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ไม่สามารถก้าวไปสู่ระดับที่สูงกว่าได้ ทำให้ต้องเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า Nut - Cracker Effect คือ ได้รับแรงบีบคั้นระหว่างประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนต่ำกับประเทศที่เป็นผู้นำในการสร้างมูลค่าเพิ่มสูง

2.2.2 ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ไม่สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนได้ เนื่องจากระบบการบริหารจัดการยังขาดความพร้อมที่ระดมทุนเพิ่มหรือชักนำให้เกิดการร่วมทุน ขณะเดียวกันก็ไม่สามารถกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินได้ การกู้ยืมมีต้นทุนสูง และยังมีปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ค่อนข้างมาก

2.2.3 ข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวหรือเจ้าของคนเดียว ขาดความเป็นมืออาชีพและมีข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล ทั้งในเรื่องของความรับผิดชอบ (Accountability) ความโปร่งใส (Transparency) และความเสมอภาค (Equity)

2.2.4 การบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมาขาดการจัดการที่เป็นระบบ ขาดการประสานงาน ไม่มีการกำหนดแผนส่งเสริมเพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางหลักที่เป็นเอกภาพ รวมทั้งขาดการติดตามและประเมินผลที่เชื่อมโยงทั้งระบบเข้าด้วยกัน

### 2.3 จุดแข็งและโอกาสของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้เฉพาะด้าน ใช้เงินทุนดำเนินการไม่สูงนัก ทำให้เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ได้รวดเร็ว การใช้วิสาหกิจเป็นแหล่งบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ แหล่งรองรับและฝึกฝนแรงงานไร้ฝีมือ กึ่งฝีมือและแรงงานที่มีทักษะเฉพาะทางจึงเป็นโอกาสดี ขณะเดียวกันสภาพแวดล้อมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องมือในการส่งเสริมสนับสนุนที่ค่อนข้างพร้อม สภาพสังคมไทยที่มีความสงบสุข ปราศจากความขัดแย้งที่รุนแรง กระบวนทัศน์ในการทำธุรกิจสมัยใหม่ที่แพร่หลาย ตลอดจนนโยบายการให้ความสำคัญและการสนับสนุนของรัฐ ปัจจัยเหล่านี้คือโอกาสอันดีของการสร้างและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ

## 3. วิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าประสงค์

### 3.1 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545-2549 คือ “เพื่อให้ประเทศไทยมีความเป็นสังคมผู้ประกอบการมากขึ้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีคุณภาพ มีความเป็นสากล มีความเข้มแข็งและมั่นคง เป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจส่วนรวมและเศรษฐกิจชุมชน”

### 3.2 พันธกิจและเป้าประสงค์

3.2.1 พันธกิจ แก้ไขปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินในปี 2540

**เป้าประสงค์** บรรเทาผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะด้านการเงินและการตลาด ผ่อนคลายการขาดแคลนเงินทุนและการขาดสภาพคล่อง ผลักดันให้ตลาดเกิดการฟื้นตัวและมีโอกาสทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงขึ้น

3.2.2 **พันธกิจ** พัฒนาส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

**เป้าประสงค์** สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ให้เพิ่มขึ้น โดยให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ที่ต้องเสริมความรู้ทางการประกอบธุรกิจ การตลาดและการจัดการด้านการเงิน ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยง เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการและบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การประยุกต์ใช้ระบบบรรษัทภิบาลที่เหมาะสม เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและการยอมรับ รวมทั้งการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีศักยภาพสูงขึ้น

3.2.3 **พันธกิจ** เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจให้เอื้อต่อการประกอบกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

**เป้าประสงค์** เสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ลดความเสียหายและอุปสรรคและเพิ่มโอกาสการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.2.4 **พันธกิจ** พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดและการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สูงขึ้น

**เป้าประสงค์** เสริมสร้างขีดความสามารถด้านการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการตลาดเพิ่มขึ้น

3.2.5 **พันธกิจ** การเสริมสร้างและพัฒนางานวิจัยและพัฒนา (R&D) งานค้นหาและพัฒนา (C&D) และการพัฒนานวัตกรรม

**เป้าประสงค์** การเพิ่มผลผลิต การสร้างประสิทธิภาพในการปรับปรุงการบริหารจัดการของวิสาหกิจ เสริมสร้างพัฒนางานวิจัยและพัฒนาและงานค้นหา รวมทั้งพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์

3.2.6 **พันธกิจ** ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้มีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

**เป้าประสงค์** ส่งเสริมวิสาหกิจในภูมิภาคให้เติบโตเข้มแข็งและเป็นกลไกหลักในการแก้ไขปัญหาความยากจน การกระจายความเจริญ และเป็นเครื่องมือบูรณะสังคมท้องถิ่นและครอบครัว

#### 4. เป้าหมายของแผน

4.1 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวในอัตราเร่งตัวที่ต่อเนื่อง จนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ในปี 2549

4.2 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น 180,000 คนต่อปี

4.3 เพิ่มผลิตภาพของแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สูงขึ้นในอัตราที่สอดคล้องกับอัตราการเพิ่มผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรมที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 2.5 ต่อปีของประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9

4.4 การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 ต่อปี

4.5 เพิ่มประสิทธิภาพระบบการส่งเสริม โดยการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบ ด้วยการจดทะเบียนในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 72 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในปี 2549

4.6 จำนวนผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น 50,000 รายต่อปี

4.7 มีกลุ่มอาชีพที่สามารถดำเนินการขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นในอัตรา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี จนมีจำนวนเป็น 6,300 กลุ่มในปี 2549

4.8 กลุ่มเป้าหมายของการเสริมสร้างและยกระดับขีดความสามารถ

1) กลุ่มวิสาหกิจส่งออกที่มีศักยภาพอยู่แล้ว จะยกระดับขีดความสามารถให้มีศักยภาพสูงขึ้น และมุ่งสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น กลุ่มดังกล่าวได้แก่ กลุ่มอาหารแปรรูป กลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยางและเฟอร์นิเจอร์ไม้ และกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น ซึ่งได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องหนัง และเครื่องประดับ

2) กลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ ชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องเร่งพัฒนาด้านคุณภาพการผลิต การจัดการ และการส่งมอบให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มภายในประเทศและลดการนำเข้า

3) กลุ่มวิสาหกิจบริการที่มีศักยภาพอยู่เดิม ได้แก่ การท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง บริการด้านสุขภาพและด้านการศึกษา การออกแบบและการก่อสร้าง

4) กลุ่มวิสาหกิจบริการที่มีแนวโน้มที่ดี ได้แก่ บริการทางวิชาชีพที่สำคัญประกอบด้วย วิศวกร สถาปนิก บัญชี กฎหมาย ธุรกิจบันเทิง และธุรกิจจัดการประชุม

5) กลุ่มวิสาหกิจที่ต้องจัดระเบียบ เพื่อเสริมสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การค้าส่ง – ค้าปลีก การขนส่ง และการเงิน

## 5. แนวคิดการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ พ.ศ. 2545-2549

### 5.1 จุดเน้นและความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์

**จุดเน้นของยุทธศาสตร์** ให้ความสำคัญเฉพาะประเด็นหลักที่จำเป็นต้องเร่งรัดดำเนินการให้เกิดผลสำเร็จอย่างแท้จริงในช่วงระยะเวลาของแผน 4 ประการ คือ

5.1.1 ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาระงับ 2 ปัญหาหลัก คือปัญหาด้านการเงินและปัญหาด้านการตลาดที่ SMEs ไทยกำลังประสบต่อเนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจ

5.1.2 การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการภาครัฐให้มีความพร้อมและกระจายอย่างทั่วถึง การลดปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจที่เกิดจากภาครัฐ

5.1.3 การเสริมสร้าง SMEs เติบโตอย่างยั่งยืน โดยการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและยกระดับทักษะของแรงงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การส่งเสริมเทคโนโลยี การวิจัยพัฒนาและการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งส่งเสริมความเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มวิสาหกิจ (Cluster)

5.1.4 การมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาลูกและวางรากฐานเพื่อให้เกิดการเติบโตในวิสาหกิจยุทธศาสตร์สำคัญเฉพาะกลุ่ม ประกอบด้วย

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

2) **การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่** โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ (New Economy) เพื่อให้เป็นพลังขับเคลื่อนหลักในการสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจไทย การสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างงานและสร้างรายได้

3) **วิสาหกิจชุมชน** ให้มีการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นในการผลิตสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาดและมีคุณภาพสูง รวมทั้งมีการเชื่อมโยงและเกิดกลุ่มการพัฒนาาร่วมกัน

**ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์** ยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและส่งเสริมกระบวนการพัฒนา โดยเริ่มจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งถือเป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจในภูมิภาคและท้องถิ่น โดยที่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ยุทธศาสตร์ในระดับนี้จึงเป็นการสร้างและพัฒนาให้วิสาหกิจดังกล่าวสามารถเติบโตและปรับตัวไปเป็นวิสาหกิจที่มีวิธีการผลิต การจัดการ และการดำเนินงานด้านการตลาดตามวิธีการสมัยใหม่ รวมทั้งยุทธศาสตร์การเร่งสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ (New Economy) เพื่อให้เป็นหัวจักรของกระบวนการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทยเข้าสู่สากล วิสาหกิจทั้งสองกลุ่มนี้เมื่อเกิดและเติบโตได้แล้วจะผนึกกำลังร่วมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปที่มีอยู่เดิม เป็นวิสาหกิจที่เป็นกลไกหลักในระบบเศรษฐกิจของประเทศ กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมต่อไป คือ ยุทธศาสตร์เพื่อการส่งออก

โดยการยกระดับความเป็นสากลของวิสาหกิจกลุ่มอิสระ (Stand Alone) ด้วยวิธีการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านการผลิต การจัดการ และการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ การรวมกลุ่ม รวมทั้ง การสร้างและขยายโอกาสการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าและบริการส่งออกที่ต้องกำหนดสินค้าและบริการเป้าหมาย (Product Positioning) และกำหนดตลาดส่งออกเป้าหมายที่มีแนวโน้มผลสำเร็จสูง ซึ่งการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มนี้สามารถแข่งขันในระดับตลาดภูมิภาคและ ตลาดโลกได้อย่างยั่งยืนถือเป็นเป้าหมายขั้นสุดท้ายของกระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศ

## 5.2 องค์ประกอบของยุทธศาสตร์

กำหนดยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและเป้าหมายโดยแยกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ยุทธศาสตร์หลัก หมายถึง ยุทธศาสตร์ที่ต้องใช้ดำเนินการกับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่ ทั่วประเทศ (Broad Based Strategies) และ ส่วนที่สอง คือ ยุทธศาสตร์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย (Sectoral Strategies) หมายถึง ยุทธศาสตร์ที่มุ่งหมายนำไปใช้กับกลุ่มที่ต้องการผลักดันให้เกิดผลสำเร็จเป็นพิเศษ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการส่งออก ยุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ และยุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

## 5.3 การกำหนดความเร่งด่วนของการดำเนินมาตรการตามยุทธศาสตร์

5.3.1 มาตรการที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน ประกอบด้วย มาตรการทางการเงินในส่วนที่ต้อง แก้ไขปัญหาหนี้เสีย ปัญหาการไม่ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินต่างๆ ปัญหาทางการตลาด รวมทั้ง จุดอ่อนและข้อจำกัดที่เป็นปัญหาอุปสรรคอื่นๆ สาเหตุที่ต้องดำเนินการเป็นลำดับแรกเพราะ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังอยู่ในสภาพของการได้รับผลกระทบ อย่างรุนแรงจากวิกฤตการณ์ทางการเงินตั้งแต่เมื่อปี 2540 เป็นต้นมา

5.3.2 มาตรการที่ดำเนินการในระยะปานกลางและระยะยาว หมายถึง มาตรการที่มุ่งเน้น การแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างและการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจให้มีความสามารถการแข่งขันสูงขึ้น อย่างไรก็ดีตาม เนื่องจากการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีความเป็นบูรณาการ และเอื้ออำนวยซึ่งกันและกัน ดังนั้นการดำเนินงานตามมาตรการระยะปานกลางและระยะยาวบางเรื่องจึงอาจต้อง ปฏิบัติไปพร้อมๆ กับมาตรการเร่งด่วนด้วยเช่นกัน

## 5.4 รายละเอียดยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545-2549

### ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์หลักสำหรับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่ทั่วประเทศ (Broad Based Strategies)

#### 5.4.1 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ฟื้นฟูวิสาหกิจที่ได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินปี 2540 ทั้งด้านสภาพและฐานะทางการเงิน แก้ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนและเงินทุนในการพัฒนาธุรกิจ ลดความรุนแรงของภาวะการหดตัวของความต้องการในสินค้าและบริการ รวมทั้งสร้างความสามารถในการปรับตัวและการเข้าถึงตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนและการขาดสภาพคล่องและสร้างโอกาสให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีลักษณะหลากหลาย
- (2) เพื่อสร้างและขยายโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ และสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านการตลาด
- (3) เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมและลดข้อเสียเปรียบทางการค้าและทางธุรกิจ

#### กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) กลยุทธ์การฟื้นฟูสภาพและพัฒนาฐานะความเข้มแข็งทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนเงินทุนและการขาดสภาพคล่องของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ จัดหาสินเชื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็น NPL แต่ยังมีศักยภาพ เร่งรัดการแก้ปัญหา NPL และการปล่อยสินเชื่อเพื่อการลงทุนและการเสริมสภาพคล่องส่งเสริมให้สถาบันการเงินของรัฐและกองทุนเอกชนร่วมลงทุนในรูปของการร่วมลงทุน (Venture Capital) รวมทั้งขยายและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของระบบประกันสินเชื่อ

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การเพิ่มศักยภาพกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การผลักดันการร่วมลงทุนต่อเนื่อง การเพิ่มบทบาทบริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ โดยเฉพาะบทบาทตลาดทุน สนับสนุนการทำธุรกรรมรูปแบบใหม่ ๆ และพัฒนาระบบสินเชื่อเพื่อการร่วมลงทุน



2) กลยุทธ์การปรับปรุงสภาพแวดล้อม การสร้างโอกาสและการขยายตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อขยายโอกาสและลดปัญหาอุปสรรคทางด้านตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การเร่งรัดแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เป็นอุปสรรคของการตลาด การสนับสนุนการเจาะตลาดใหม่ โดยเฉพาะตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมกิจกรรมที่จะขยายตลาดของธุรกิจไทย เช่น เพิ่มประสิทธิภาพระบบการกระจายสินค้า ส่งเสริมการใช้สินค้าและบริการไทย ส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ความเป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้า

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ เพิ่มขีดความสามารถในการทำตลาด เสริมสร้างสิ่งแวดล้อมทางการตลาด เร่งพัฒนาระบบข้อมูลและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการค้า รวมทั้งการส่งเสริม E-Business

#### 5.4.2 ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

ปรับเปลี่ยนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีความร่วมมือกันมากขึ้น เพื่อสร้างโอกาสและพลังในการประกอบธุรกิจและการเข้าถึงบริการของภาครัฐ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ-เอกชน และส่งเสริมการรวมกลุ่มกันเองของภาคเอกชน การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอ เร่งรัดการแก้ปัญหาและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการลดปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากกฎหมาย นโยบายและกฎระเบียบภาครัฐ

##### วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน
- (2) เพื่อสร้างและปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกในด้านการผลิต การจัดการ และการตลาดแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- (3) เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคอันเกิดจากนโยบาย กฎหมายและกฎระเบียบของภาครัฐ

##### กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงกฎระเบียบและบริการภาครัฐ ให้เอื้อต่อการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากกฎหมาย นโยบายและกฎระเบียบภาครัฐ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดบริการภาครัฐให้ตรงกับความต้องการของภาคเอกชน โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคสำคัญและจำเป็นเร่งด่วน การปรับปรุงระบบการจัดการภาครัฐเพื่อแก้ไขปัญหาและการส่งเสริม รวมทั้งการพัฒนาฐานข้อมูลการผลิต การค้าและการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การศึกษาเพื่อปรับปรุงหรือออกกฎระเบียบให้เอื้อต่อการประกอบการและการจัดตั้งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะการให้บริการทดสอบและบริการทางด้านเทคโนโลยี

2) กลยุทธ์ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และสร้างความเข้มแข็งขององค์กรภาคเอกชน เพื่อให้สามารถจัดบริการของรัฐได้สอดคล้องกับความต้องการของภาคเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรภาคเอกชน โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบส่งเสริมการรวมกลุ่ม การสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาทและบริการของภาครัฐ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งองค์กรเอกชน และการร่วมมือและเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจัดตั้งสถาบันเฉพาะทางเพื่อให้บริการแก่วิสาหกิจรายสาขา

#### 5.4.3 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เสริมสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีและการบริหารจัดการธุรกิจ ลดปัญหาการขาดเครื่องมืออุปกรณ์และระบบในการตรวจวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้า เพิ่มการค้นคว้าและพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรม พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถทางเทคโนโลยี การจัดการและการบัญชี สร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนต่อเนื่อง โดยการสร้างความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายหรือเกาะกลุ่ม (Cluster) เพื่อลดต้นทุนในการจัดหาวัตถุดิบ การพัฒนาเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงแหล่งและบริการสนับสนุนต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

(1) เพื่อให้มีการใช้ “ปัญญา ความรู้และฝีมือ” เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

(2) เพื่อสนับสนุนให้มีความพร้อมในการปรับปรุงขีดความสามารถในการผลิต การจัดการ และการตลาดให้ได้มาตรฐานสากล

(3) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาของบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการและแนวโน้มธุรกิจ

(4) เพื่อส่งเสริมการเกาะกลุ่มเชื่อมโยงกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจครบวงจร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

#### **กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์**

1) กลยุทธ์การยกระดับประสิทธิภาพและส่งเสริมการใช้ ICT ของผู้ประกอบการ วิสาหกิจภาคการผลิต การค้าและบริการให้สูงขึ้นได้มาตรฐานสากลและเป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นที่ยอมรับทั้ง ตลาดในและต่างประเทศ โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การยกระดับความรู้ ความสามารถของผู้ประกอบการ การพัฒนาและประยุกต์ใช้ระบบวินิจัยและให้คำปรึกษาแนะนำแก่สถานประกอบการ ส่งเสริมการใช้ระบบ การบริหารจัดการที่ดี และสร้างกลไกการถ่ายทอด ICT สู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ ปรับระบบการศึกษาต่อเนื่องและการศึกษา ทางไกลที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มความรู้และทักษะผู้ประกอบการ สนับสนุนผู้ประกอบการในการ ยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการสู่มาตรฐานสากล และส่งเสริมให้สร้างระบบศึกษาเทียบเคียงกับผู้เป็นเลิศ (Best Practice) และการศึกษาเทียบเคียงกับผู้อื่น (Benchmarking) ของธุรกิจในแต่ละสาขา

2) กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าค้นคว้า วิจัย ค้นคว้า และพัฒนานวัตกรรมร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อนำไปใช้เชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิต โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและส่งเสริมใช้ปัญญาและทักษะฝีมือในการแข่งขันมากกว่า เน้นการผลิตของราคาถูกลง โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การจัดตั้งศูนย์ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร (Patent Center) รวมทั้ง สนับสนุนการดำเนินงานของกองทุนส่งเสริมสิทธิบัตร การส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อลดต้นทุน การออกแบบ และขยายโอกาสวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและ เหมาะสม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) และ สร้างสรรค์นวัตกรรม การส่งเสริมการยกระดับการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล การส่งเสริมการใช้ เทคโนโลยีที่เหมาะสมและทันสมัยที่พัฒนามาจากองค์ความรู้ภายในประเทศ การสร้างความร่วมมือด้าน งานวิจัย พัฒนาระหว่างรัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษาให้มีการทำงานและใช้ทรัพยากรร่วมกัน

3) กลยุทธ์การเชื่อมโยงวิสาหกิจและการพัฒนาคลุ่่มวิสาหกิจครบวงจร (Cluster) ผ่านระบบการรวมกลุ่มวิสาหกิจ ระบบเครือข่ายข้อมูลข่าวสารและระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการเชื่อมโยงกันระหว่างวิสาหกิจหรือเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มและการรับช่วงการผลิตที่เชื่อมโยงระหว่างวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดใหญ่ทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การสร้างเครือข่ายพัฒนาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน การพัฒนาโครงการนำร่องเพื่อส่งเสริมความเชื่อมโยง และพัฒนาคลุ่่มวิสาหกิจครบวงจร (Cluster) ในแต่ละภูมิภาค

4) กลยุทธ์การพัฒนาความสามารถและคุณภาพชีวิตของบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อยกระดับความรู้ ความสามารถ และทักษะฝีมือ รวมทั้งคุณภาพชีวิตบุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การเพิ่มคุณภาพ ทักษะและความรู้ของบุคลากรให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ การเพิ่มประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นของระบบการฝึกอบรม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพระบบทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน การปรับปรุงและเพิ่มคุณภาพการผลิตบุคลากรในสถาบันการศึกษา การจัดทำมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละสาขาให้สอดคล้องกับแนวโน้มธุรกิจ รวมทั้งการปรับปรุงระบบค่าจ้างและสวัสดิการคนงานในสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เหมาะสมและยุติธรรม

## ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย (Sectoral Strategies)

### 5.4.4 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออกสู่ระดับสากล

พัฒนาให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดความสามารถและกำลังในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ พัฒนาความรู้การศึกษา การค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลต่างประเทศและการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ ทั้งการแก้ปัญหาอุปสรรคและการแข่งขันทางด้านคุณภาพ พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงเร็ว ลดแรงกดดันจากข้อกีดกันทางการค้ารูปแบบใหม่ ๆ และปัญหาอุปสรรคจากกฎระเบียบของภาครัฐ ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสามารถในการผลิต การบริหารและการตลาดให้ได้มาตรฐานสากล

## วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อยกระดับการผลิต การจัดการ และการทำตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มส่งออก
- (2) เพื่อส่งเสริมการสร้าง โอกาสและการทำตลาด
- (3) เพื่อลดปัญหาอุปสรรคการส่งออกที่เกิดจากกฎหมาย นโยบาย กฎระเบียบ และการดำเนินงานของภาครัฐ

## กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดส่งออก เพื่อช่วยเหลือในด้าน การตลาดส่งออกแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดความสามารถและกำลังที่จะ ดำเนินการได้โดยตนเอง โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ พัฒนาระบบการกระจายและขนส่งสินค้า การส่งเสริมการ เจาะตลาดใหม่และผลักดันให้ไทยเป็นประตู (Gateway) สู่อเมริกาอินโดจีนและจีนตอนใต้ และการพัฒนา ฐานข้อมูลทางการตลาดการค้าระหว่างประเทศเชิงลึก

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การลดต้นทุนทางการตลาด สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานด้านการตลาด และการส่งเสริมและพัฒนาตราฮือและภาพลักษณ์ สินค้าไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ

2) กลยุทธ์การพัฒนาการผลิตและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการผลิต การจัดการ และบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สูงขึ้นและแข่งขันได้ในต่างประเทศ โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะในการบริหารงานและการผลิตสมัยใหม่ และเป็นสากล

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การยกระดับการผลิตให้มีมาตรฐาน การเพิ่ม ขีดความสามารถในการบริหารจัดการให้ทันสมัย และมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น

3) กลยุทธ์เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดี ลดภาระและความเสียเปรียบของ วิสาหกิจกลุ่มส่งออกที่เกิดจากกฎหมายนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐและการกีดกันทางการค้า เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรค ลดต้นทุนของธุรกิจและเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน โดยมีมาตรการดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การปรับปรุงระบบการคืนภาษี ปรับโครงสร้างภาษีและลดขั้นตอนพิธีการศุลกากร และการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้เอื้อต่อการประกอบการส่งออก

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

#### 5.4.5 ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่

เพื่อแก้ปัญหาของผู้ประกอบการไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นการทำธุรกิจเดิมต่อจากรุ่นก่อน ทำให้มีศักยภาพจำกัด ไม่สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ไม่สามารถจัดการทางการเงินและการตลาดที่มีประสิทธิภาพได้ จำเป็นต้องสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นพลังที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจระยะยาว ภาครัฐต้องดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ให้มีจำนวนมากขึ้น และยกระดับขีดความสามารถด้านการผลิตและการจัดการให้ทันสมัยและมีมืออาชีพ รวมทั้งการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้สมัยใหม่ โดยเฉพาะวิสาหกิจอัจฉริยะในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร โทรคมนาคม เทคโนโลยีทางการเกษตรและชีวภาพให้มีความสามารถทางด้านการผลิต การจัดการและการตลาด สร้างจิตสำนึกให้บัณฑิตจบใหม่มีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยการให้ความรู้และประสบการณ์พื้นฐานที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ

##### วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อเร่งสร้างผู้ประกอบการใหม่และพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการรุ่นใหม่
- (2) เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการประกอบการของผู้ประกอบการรายใหม่ รวมทั้งจัดตั้งอำนาจความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นธุรกิจและการประกอบการสมัยใหม่
- (3) เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจอัจฉริยะให้ใช้ความรู้ ทักษะ และฝีมือเป็นเครื่องมือหลักในการประกอบธุรกิจ

##### กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) กลยุทธ์การพัฒนาและเชื่อมโยงงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้ความรู้และทักษะฝีมือเป็นปัจจัยหลักในการแข่งขัน โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน เชื่อมโยงงานวิจัยระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ ส่งเสริมขีดความสามารถทางด้านการออกแบบ

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การพัฒนางานศึกษาวิจัยและนวัตกรรมในกลุ่มผู้ประกอบการใหม่และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ รวมทั้งการจัดให้มีกองทุนสนับสนุนงานวิจัยสาขาต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์โดยตรงต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) กลยุทธ์การสร้างและปลูกจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมการประกอบการในจิตสำนึกของคนไทย โดยเฉพาะผู้ที่มีความรู้สูง โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การฝึกอบรมและการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างฐานความรู้การเป็นผู้ประกอบการใหม่

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งในระดับมัธยมศึกษา อาชีวศึกษาและอุดมศึกษาให้นักเรียน นักศึกษามีความสนใจและประสงค์ที่จะไปเป็นผู้ประกอบการเมื่อจบการศึกษาแล้ว

3) กลยุทธ์การสร้างโอกาส โดยอาศัยการสนับสนุนมาตรการ การสร้าง ปมเพาะ และจัดตั้งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้กับผู้ประกอบการใหม่ เพื่อกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถสูง โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับกลุ่มวิสาหกิจอัจฉริยะที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่และกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ การพัฒนาและเร่งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การสนับสนุนด้านการเงินเพื่อสร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งการสนับสนุนระบบพี่เลี้ยงและที่ปรึกษาให้คำแนะนำในการทำธุรกิจ

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การจัดอบรมความรู้พื้นฐานที่จำเป็นเพื่อการประกอบธุรกิจ การตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่ การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีเพื่อยกระดับการผลิต การจัดการให้ทันสมัยได้มาตรฐานสากล และการสนับสนุนสถานที่ดำเนินกิจการหรือสถานประกอบการเพื่อลดต้นทุน จัดโครงสร้างพื้นฐานด้านการเงินในลักษณะของกองทุนร่วมทุน (Venture Capital Fund)

4) กลยุทธ์การเสริมสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การให้บริการอำนวยความสะดวกในการเกิดผู้ประกอบการใหม่ โดยการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่เพื่อดูแลและผลักดันมาตรการในการสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ และการสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ที่ซื้อกิจการที่มีอยู่เดิม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ เร่งรัดการออกกฎหมายส่งเสริมและจัดตั้งธุรกิจแฟรนไชส์

#### 5.4.6 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการแก้ปัญหาความยากจน และกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

จากการที่ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่อยู่นอกระบบ มีขนาดเล็กมากและเกือบทั้งหมดต้องพึ่งพาเงินทุนของตนเองและครอบครัวในการประกอบธุรกิจ การส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนของภาครัฐซึ่งที่ผ่านมาเป็นไปในลักษณะการให้การช่วยเหลือ ต้องเปลี่ยนมาเป็นการพัฒนาธุรกิจอย่างเป็นระบบและจริงจัง ประสานการเชื่อมโยงการส่งเสริมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน

##### วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อยกระดับความสามารถในการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง อยู่รอด และเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง
- (2) เพื่อนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอดและขยายผลให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์มากขึ้น
- (3) เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทในการสร้างงานและสร้างรายได้ในภูมิภาคต่างๆ เพิ่มมากขึ้น
- (4) เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจการผลิต การค้า และบริการของชุมชนให้เกื้อหนุนและอำนวยความสะดวกซึ่งกันและกัน

##### กลยุทธ์การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) กลยุทธ์การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิดผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มรายได้ชุมชน โดยใช้องค์ความรู้และทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นเครื่องมือที่สำคัญ โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน การพัฒนางานวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและเทคโนโลยีพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

มาตรการระยะกลางและระยะยาว พัฒนาความต่อเนื่องของงานวิจัยที่เป็นรากฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมของชุมชนในระยะยาว

2) กลยุทธ์การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาพร้อมกันทั้งระบบ การส่งเสริมให้เกิดผลถึงระดับจังหวัด ท้องถิ่น และชุมชนโดยเร็ว เพื่อเชื่อมโยงการผลิต การค้า และบริการของชุมชนให้เกิดประโยชน์เอื้ออำนวยซึ่งกัน และกัน โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการเร่งด่วน ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งและสร้างเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชน การเพิ่มความรู้และทักษะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้ด้านการผลิต การจัดการและการตลาดสมัยใหม่



มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การพัฒนาข้อมูลข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความรู้ทางด้านการผลิต การจัดการและการตลาด

3) กลยุทธ์การสร้างตลาดและการกระจายสินค้าและบริการจากธุรกิจชุมชนไปสู่ตลาด เพื่อส่งเสริมการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การกระจายสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนให้มากขึ้น โดยมีมาตรการ ดังนี้

มาตรการการเร่งด่วน ได้แก่ การส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมรับช่วงการผลิตที่เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการพัฒนาช่องทางการตลาดและจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าเพื่อเป็นช่องทางในการนำสินค้าชุมชนที่มีคุณภาพสู่ตลาดต่างประเทศ

มาตรการระยะกลางและระยะยาว ได้แก่ การส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดน เพื่อให้เกิดประโยชน์กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

## 6. แนวทางการปรับระบบการบริหารจัดการนโยบายการส่งเสริม

ปัญหาการจัดการนโยบายการส่งเสริมในอดีตที่สำคัญ คือ การขาดทิศทางหลัก (Overarching Policy) ของนโยบายและการดำเนินการในลักษณะต่างคนต่างทำ (Fragmented Policy) ขาดกลไกที่จะทำให้เกิดการเชื่อมโยงกัน แต่ปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องมาจากการมีกฎหมายหลักคือพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทำหน้าที่ประสานการจัดทำแผนปฏิบัติการให้เป็นเอกภาพและชัดเจนมากขึ้น รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดี ได้แก่ การปฏิรูประบบราชการ ปฏิรูปวิธีการงบประมาณ เสถียรภาพของรัฐบาล อย่างไรก็ตามแนวทางการบริหารจัดการนโยบายส่งเสริมยังควรได้รับการปรับเปลี่ยนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามยุทธศาสตร์ของแผนการส่งเสริมฯ ควรกำหนดหน่วยงานหลัก หรือเจ้าภาพที่จะรับผิดชอบในแต่ละยุทธศาสตร์หรือในแต่ละเรื่อง เพื่อทำหน้าที่ในการเป็นแกนหลักร่วมกับ สสว. ในการประสานงานเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการกลั่นกรอง โครงการและการจัดลำดับความสำคัญของโครงการ

2. กำหนดให้การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ จะต้องอยู่ภายใต้กรอบแผนการส่งเสริมและแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจัง

3. คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จัดตั้งคณะกรรมการบริหารแผนส่งเสริมที่มีสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นฝ่ายเลขานุการ เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดแนวคิดแผนปฏิบัติการและการจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริม ดังนี้

3.1 กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอแผนงานโครงการเพื่อขอจัดสรรงบประมาณ เพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการเฉพาะ

3.2 กำหนดวงเงินงบประมาณเพื่อใช้ในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ

3.3 พิจารณาคัดเลือกจากข้อเสนอโครงการของหน่วยงานต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนและจัดสรรงบประมาณให้

3.4 กำกับ ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานโครงการที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ

#### กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ

