



สภาปฏิรูปแห่งชาติ



วาระปฏิรูปที่ ๑๕ : การสร้างสังคมผู้ประกอบการ



ชื่อเรื่อง วาระปฏิรูปที่ ๑๕ : การสร้างสังคมผู้ประกอบการ

เลขประจำหนังสือ ISBN : ๙๗๘-๖๑๖-๓๙๙-๐๑๕-๐

ปีที่พิมพ์ สิงหาคม ๒๕๕๘

จำนวนหน้า ๙๑ หน้า

จำนวนพิมพ์ ๒,๐๐๐ เล่ม

จัดทำโดย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาปฏิรูปแห่งชาติ
ถนนอุทองใน เขตดุสิต
กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๔ ๒๖๗๘
โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๒๖๗๘

พิมพ์ที่ สำนักการพิมพ์
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
ถนนประดิพัทธ์ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท
กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๔ ๒๑๑๗
โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๒๑๒๒

คำนำ

สภาปฏิรูปแห่งชาติได้ปฏิบัติภารกิจตามที่กำหนดในมาตรา ๒๗ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับชั่วคราว พุทธศักราช ๒๕๕๗ กล่าวคือ “...ศึกษาและเสนอแนะเพื่อให้เกิดการปฏิรูปในด้านต่าง ๆ” นอกจากการวิเคราะห์และกำหนด “วิสัยทัศน์และอนาคตประเทศไทย” สำหรับระยะเวลาประมาณ ๒๐ ปี ในอนาคต เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการกำหนดประเด็น และแนวทางการปฏิรูปในด้านต่าง ๆ แล้ว สภาปฏิรูปแห่งชาติยังได้ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อสนเทศ ตลอดจนประมวลความรู้ ความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้มีประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ รวมถึงประชาชนผู้เป็นเจ้าของประเทศ โดยได้ดำเนินการต่อเนื่องทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม หยิบยกขึ้นกำหนดเป็นวาระปฏิรูปที่สำคัญ ๆ รวม ๓๗ วาระปฏิรูป และเป็นวาระพัฒนาที่ต้องดำเนินการต่อเนื่องภายหลังจากการปฏิรูปแล้ว อีก ๖ วาระพัฒนา

วาระปฏิรูปและวาระพัฒนาทั้งหมด ได้ผ่านความเห็นชอบของสภาปฏิรูปแห่งชาติ และได้นำเสนอไปยังคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการตามสมควรต่อไปแล้ว

เอกสารฉบับนี้เป็นประมวลรายงานวาระปฏิรูปที่ ๑๕ : การสร้างสังคมผู้ประกอบการ ดำเนินการโดยคณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งสภาปฏิรูปแห่งชาติได้จัดรวบรวมเพื่อเผยแพร่สำหรับประโยชน์สาธารณะสืบไป

สภาปฏิรูปแห่งชาติ

๑๐ สิงหาคม ๒๕๕๘

สารบัญ

หน้า

คำนำ

รายงานการสร้างสังคมผู้ประกอบการ

๑. หลักการและเหตุผล

๑

๒. ประเด็นปฏิรูป

๑

๓. วิธีการพิจารณาศึกษาวิเคราะห์

๓

๔. สรุปผลการศึกษาวิเคราะห์

๕

๕. ข้อเสนอปฏิรูปและแนวทางดำเนินการ

๑๓

๖. ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑๙

๗. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑๙

บรรณานุกรม

๒๐

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(ฉบับที่ ..) พ.ศ.

๒๒

ภาคผนวก ข ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการสร้างสังคมผู้ประกอบการ

๓๓

ภาคผนวก ค โครงสร้างระบบนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ของไทย สหกรณ์
และวิสาหกิจชุมชน

๗๗

ภาคผนวก ง คณะกรรมการปฏิบัติการยุทธศาสตร์ อุตสาหกรรม พาณิชย์
การท่องเที่ยวและบริการ คณะอนุกรรมการปฏิรูปอุตสาหกรรม
และที่ปรึกษาประจำอนุกรรมการ

๘๖

รายงาน

การสร้างสังคมผู้ประกอบการ*

๑. หลักการและเหตุผล

๑.๑ ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีรายได้ต่ำและมีความเหลื่อมล้ำสูง ทำให้เกิดมูลเหตุของนโยบายประชานิยมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อเสถียรภาพทางการเมืองและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ จำเป็นต้องยกระดับรายได้ให้ข้ามพ้น Middle Income Trap และขยายโอกาสทางธุรกิจให้ทั่วถึง (Inclusive Growth)

๑.๒ วิสาหกิจในเศรษฐกิจฐานรากไม่เข้มแข็งเพียงพอ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดเล็ก วิสาหกิจชุมชน และสหกรณ์ ซึ่งต้องอยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันกับรายใหญ่ทั้งของไทยและต่างชาติ รวมถึงข้อจำกัดเชิงสถาบันที่ต้องปรับให้เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของธุรกิจทุกระดับ สามารถอยู่ร่วมกันได้และไม่เอาเปรียบเป็นสังคมของผู้ประกอบการที่มีความเกื้อกูลและเป็นธรรม

๑.๓ คนไทยยังได้รับประโยชน์จากศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไม่มากเท่าที่ควร เศรษฐกิจไทยพึ่งพาการรับจ้างผลิตเพื่อส่งต่อสินค้าให้กับนักลงทุนต่างชาติ ทำให้ได้รับเพียงค่าจ้างราคาถูกและส่วนแบ่งที่จำกัดจากการผลิตแบบ OEM ซึ่งมีแนวโน้มจะย้ายฐานการผลิตออกไปมากขึ้นด้วย โดยการส่งออกยังต้องอาศัยชิ้นส่วนและวัตถุดิบนำเข้าจำนวนมาก (Import Content) จึงเกิดการสร้างมูลค่าภายในประเทศได้ไม่มากเท่าที่ควร ในขณะที่ วิสาหกิจ SMEs สามารถเกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าในประเทศได้น้อย

๑.๔ ยกระดับประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานการมูลค่าสูง เพื่อโครงสร้างเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนและมีคุณภาพ ซึ่งต้องขยายบทบาททางการค้าจากเดิมที่เน้นการส่งต่อสินค้าขั้นต้นและขั้นกลางที่มีมูลค่าต่ำไปสู่การผลิตสินค้ามูลค่าสูง การเพิ่มบทบาทในการเป็นผู้จัดจำหน่ายภายใต้การออกแบบและตราสินค้าของตนเอง และการเป็นผู้จัดหาและจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตได้ในอาเซียนและภูมิภาคอื่น รวมทั้งการสร้างสรรคมูลค่า (Value Creation) ในภาคบริการสาขาต่าง ๆ ซึ่งการก้าวไปสู่ Trading Nation ในระยะต่อไป จำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพคน (Manpower) ให้มีทัศนคติและทักษะ (Mindset and Skills) ที่พร้อมจะเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์และเป็นสากล (Global/Creative Entrepreneur) และคำนึงถึงมาตรฐานด้านธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อการเข้าถึงตลาดโลกในอนาคต

(รายละเอียดตามภาคผนวก ข)

๒. ประเด็นปฏิรูป

ประเด็นปัญหาและข้อจำกัดของการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจ มีสาเหตุหลัก ๗ ประการ ดังนี้

(รายละเอียดตามภาคผนวก ข)

๒.๑ ค่านิยม จิตวิญญาณและทักษะพื้นฐานของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

(๑) คนไทยโดยรวมยังขาดจิตวิญญาณในการทำการค้า โดยยังไม่ตระหนักว่าการประกอบธุรกิจเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ดีและมีบทบาทในการพัฒนาประเทศ มีความกังวลในความมั่นคงของการประกอบอาชีพ

*

รายงานนี้จัดทำโดยคณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ โดยได้ผ่านความเห็นชอบของสภาปฏิรูปแห่งชาติ เมื่อ ๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๘ และได้นำส่งคณะรัฐมนตรี เมื่อ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๕๘

อิสระ/กิจการส่วนตัว รวมถึงความต้องการที่จะเข้าถึงสวัสดิการที่ได้จากงานประจำ ทำให้ยังจำกัดโอกาสและศักยภาพของตนเองอยู่กับอาชีพรับจ้างและการผลิตในขั้นพื้นฐาน ต่างจากในประเทศพัฒนาแล้วที่มีวัฒนธรรมของการเป็นผู้ประกอบการแวดล้อมอยู่ ทำให้คนได้รับการกล่อมเกลาทางสังคมให้มีความนิยมและจิตวิญญาณในการประกอบธุรกิจมากกว่า

(๒) ผู้ประกอบการไทยที่อยู่ในระยะเรียนรู้/ทดลอง มักไม่มีพื้นฐานความรู้ในการทำธุรกิจที่เพียงพอ จึงอาจต้องลองถูกลองผิดและล้มเหลวในการตั้งต้นธุรกิจหลายครั้ง ในขณะที่ คุณภาพการให้ความรู้และพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจของไทย (Quality of Management School) ยังมีช่องว่างให้พัฒนาได้อีกมาก โดยการประเมินของ WEF บ่งชี้ว่าไทยอยู่ในอันดับที่ ๘๑ ต่างกับมาเลเซียซึ่งอยู่ในอันดับที่ ๒๕

๒.๒ ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวางแผนธุรกิจ

ภาครัฐยังไม่สามารถนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ประโยชน์และให้บริการอย่างเต็มที่ ทำให้ขาดการขึ้นโอกาสทางธุรกิจบนฐานของข้อมูลการตลาด (Market Intelligence) เพื่อสนับสนุนการกำหนดยุทธศาสตร์ ในขณะที่ผู้ประกอบการระดับเริ่มต้น (Pre-entry, New-entry) มักเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก/วิเคราะห์ได้ยาก ทำให้ไม่สามารถการออกแบบธุรกิจที่สะท้อนถึงแนวโน้มการประสบความสำเร็จ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและโอกาสในการได้รับสินเชื่อหรือเงินสนับสนุน

๒.๓ การบ่มเพาะผู้ประกอบการยังไม่ทั่วถึงและไม่ครบวงจร

(๑) ผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากยังไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร เนื่องจากยังขาดเจ้าภาพหลักที่รับผิดชอบอย่างจริงจัง รวมทั้งกิจการนอกภาคทางการ (Informal Sector) ที่มีรายได้น้อยและเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา ทำให้วิสาหกิจเหล่านี้เสียโอกาสที่จะเติบโตเป็นวิสาหกิจรายใหม่และยกระดับความสามารถเพื่อขยายตลาดจากท้องถิ่นสู่ต่างถิ่นและสากล

(๒) การให้บริการบ่มเพาะธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ (Incubation Center) ยังไม่เพียงพอและยังไม่สอดคล้องกับพื้นฐานของคนแต่ละกลุ่ม ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการพัฒนา SMEs แต่ยังคงขยายผลการบ่มเพาะให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับคนแต่ละกลุ่ม (Inputs) อาทิ เกษตรกร นักเรียนอาชีวชนักวิจัยและพนักงาน รวมทั้งการบ่มเพาะกิจการให้มีความหลากหลายและครบวงจรตั้งแต่เริ่มต้นจนออกสู่ตลาด รวมถึงการเปลี่ยนผ่านจากกิจการเดิมไปสู่การเริ่มต้นกิจการใหม่อีกครั้ง (Exit/Turn-around)

๒.๔ การพัฒนาผู้ประกอบการยังไม่เอื้อให้สามารถเติบโตเป็นลำดับ

(๑) การพัฒนาสมรรถนะ (Capacity Building) ที่ลงลึกถึงแต่ละช่วงของพัฒนาการ ภาครัฐได้จัดให้มีการพัฒนาสมรรถนะอย่างกว้างขวาง โดยสนับสนุนให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง มีความเหมาะสมของกลุ่มธุรกิจและขนาดของวิสาหกิจในลักษณะ Tailor-made อาทิ โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีการค้าสากล (ต้นกล้าทูโลก) อย่างไรก็ดี บทบาทของภาครัฐยังไม่จำแนกถึงช่วงของพัฒนาการ (Stages) และการพัฒนาให้สอดคล้องกับจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ (Spatial Settings) ส่งผลให้วิสาหกิจไทยยังไม่เข้มแข็งทัดเทียมประเทศพัฒนาแล้ว ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการบางส่วนที่อ่อนแอ (อาทิ เกษตรกรที่ยากจน) ยังไม่ได้รับการปรับตัว/โยกย้ายให้ได้ทำกิจกรรมเศรษฐกิจในรูปแบบที่เหมาะสมมากกว่า

(๒) วิสาหกิจ SMEs ประสบข้อจำกัดเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อขยายกิจการ ในขณะที่ธุรกิจเงินร่วมทุนยังไม่สามารถขยายตัวได้ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากนักลงทุนยังขาดความเชื่อมั่นในสถานะการเงินของวิสาหกิจเนื่องจากมีความโปร่งใสในงบดุลไม่เพียงพอและมีการจัดการต้นทุนที่ไม่ชัดเจน แม้ว่ารัฐจะมีมาตรการต่าง ๆ เพื่อจูงใจและช่วยเหลือเพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีที่ถูกต้องอย่างต่อเนื่อง

๒.๕ การผนึกกำลังเป็นเครือข่ายพันธมิตร

เครือข่ายวิสาหกิจของไทยเป็นการรวมกลุ่มแบบหลวม ๆ ไม่รองรับการแข่งขันที่จะเข้มข้น โดยเฉพาะเครือข่ายของวิสาหกิจในเศรษฐกิจฐานราก อาทิ สหกรณ์ต่าง ๆ และผู้ประกอบการขนาดเล็กมาก (วิสาหกิจรายย่อย/SS) ซึ่งการพัฒนาเครือข่ายในลักษณะ “หุ้นส่วนการผลิตและพันธมิตรการค้า” (Partnership/Alliance) จะเป็นกลไกที่ช่วยเพิ่มความสามารถของสมาชิกในทุก ๆ ด้าน ดังที่สะท้อนในรายงานของ WEF ที่ระบุชี้ว่าไทยยังมีระดับการพัฒนาคลัสเตอร์ที่ต่ำ ส่งผลให้ขาดการผนึกกำลังรองรับบริบทในอนาคตที่จะแข่งขันกันในระดับห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Competitiveness)

๒.๖ ความสามารถในการสร้างและใช้นวัตกรรมเชิงพาณิชย์

(๑) การสร้างนวัตกรรม: ผู้ประกอบการไทยยังขาดความสามารถด้านนวัตกรรม ซึ่งเป็นผลจากข้อจำกัดในการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี การสื่อสารระหว่างนักออกแบบ/นักวิจัยกับผู้ประกอบการ และการตั้งโจทย์วิจัยที่ไม่ได้มุ่งผลลัพธ์ทางธุรกิจ รวมถึงมาตรการจูงใจนักวิจัยและนักออกแบบ

(๒) การใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่า: มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงและแปลงองค์ความรู้ไปสู่การค้า ซึ่งแม้ว่า SMEs ไทยจะมีความสามารถในการใช้ภูมิปัญญา เทคโนโลยี การออกแบบและศิลปวัฒนธรรม

มาสร้างเรื่องราวและมูลค่าเพิ่ม (อาทิ สินค้า OTOP) แต่ยังมีข้อจำกัดในการสร้างมูลค่าใหม่ (Value Creation) รวมทั้งการเตรียมหาตลาดมารองรับ (Demand Pull)

๒.๗ ปัจจัยแวดล้อมเชิงสถาบันที่เป็นข้อจำกัด

(๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการยังไม่ชัดเจนและเป็นระดับชาติ โดยให้น้ำหนักและทิศทางที่จะมุ่งเน้นทุ่มเทไปสู่ความเป็นเลิศ (Strategic Focus) ทั้งในเชิงสาขาธุรกิจและเชิงพื้นที่ เพื่อจัดสรรทรัพยากรและสิทธิประโยชน์ให้ภาคเอกชนอย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง โดยเฉพาะเกษตรกรที่ต้องยกระดับให้พร้อมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร/เกษตรแปรรูป

(๒) กลไกการขับเคลื่อนนโยบายยังซ้ำซ้อนและไม่บูรณาการอย่างเป็นเอกภาพ ระหว่างภาครัฐ เอกชนและภาคีเครือข่าย โดยเฉพาะการส่งเสริมบทบาทของสถาบันเฉพาะทางและสมาคมการค้า

(๓) ระบบการอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business) ยังต้องยกระดับให้รองรับระบบการค้าเสรี และเอื้อให้ธุรกิจทุกระดับสามารถเข้าถึงตลาดได้เท่าเทียมกัน

(๔) ความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและผู้ประกอบการยังจำกัดอยู่เพียงการให้บริการวิชาการ แต่ยังไม่พัฒนาไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า ในขณะที่ สถาบันอุดมศึกษาภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจ การศึกษาและระบบการกำกับดูแลต้องเอื้อให้คณาจารย์สามารถสร้างสรรค์/ผลิตงานวิจัยได้อย่างเต็มศักยภาพ และขยายผลสู่ภาคธุรกิจได้อย่างคล่องตัว

๓. วิธีการพิจารณาศึกษาวิเคราะห์

๓.๑ ทบทวนข้อมูลจากเอกสารวิชาการและความเห็นของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิ

(๑) OECD's studies on SMEs and Entrepreneurship in Thailand and OECD & ERIA Report on ASEAN SME Policy Index, ๒๐๑๔

(๒) APEC study on Integrating SMEs into Global Value Chains, ๒๐๑๔

(๓) Global Entrepreneurship Monitor Report ๒๐๑๔ โดย Bapson College และเครือข่าย

(๔) กรอบความเห็นร่วมปฏิรูปประเทศไทยด้านเศรษฐกิจ โดยสำนักงานปลัดกระทรวง
กลาโหม

(๕) ข้อเสนอแนวทางปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศ โดยสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ

(๖) สรุปสาระสำคัญ ข้อเสนอการปฏิรูปประเทศไทยรวบรวมจากหน่วยราชการ โดยสำนักงาน
คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

(๗) ประเด็นปฏิรูปประเทศไทยด้านเศรษฐกิจ โดยสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(๘) ข้อเสนอปฏิรูป โดยสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

(๙) มติคณะรัฐมนตรีและข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการของรัฐบาล รวมถึงรายงานข้อเสนอการปฏิรูป
โดยคณะกรรมการปฏิรูปสังคม ชุมชน เด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส และ
คณะกรรมการปฏิรูปวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย นวัตกรรม และทรัพย์สินทางปัญญา

(๑๐) บทความโดยนักวิชาการจากสถาบันต่าง ๆ อาทิ TDR NIDA ธนาคารแห่งประเทศไทย
สถาบันอนาคตศึกษา และคณะกรรมการเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

๓.๒ ประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ระหว่างคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ
นักวิชาการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงประเด็นปัญหา สาเหตุและมาตรการที่ดำเนินการอยู่
รวมทั้งข้อจำกัดและแนวทางการปฏิรูป เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวง
เกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Bank) เป็นต้น รวมทั้งการเดินทางลงพื้นที่รับทราบข้อเท็จจริงจากหน่วยงาน
และภาคเอกชนในระดับจังหวัด อาทิ จังหวัดลพบุรี และสำนักงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด จังหวัดตาก

๓.๓ สัมภาษณ์ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานคณะกรรมการ
พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน ๓ สถาบัน สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์
และผู้ประกอบการ SMEs รวมทั้งการศึกษาดูงานระบบการส่งเสริมวิสาหกิจของไต้หวันด้วย

๓.๔ ประมวลข้อมูลและสังเคราะห์ข้อเสนอการปฏิรูป ทำการวิเคราะห์ปัญหาหลักในแต่ละ
ประเด็น โดยการประมวลข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละสาขา และทำการสังเคราะห์ข้อเสนอแนะภายใต้กรอบ
ความคิดรวบยอดที่ครอบคลุมมิติต่าง ๆ (McKinsey ๗-S Framework) ได้แก่ ยุทธศาสตร์ (Strategy) กฎระเบียบ
กลไก/องค์กร (Structure) ระบบ/กระบวนการพัฒนาและส่งเสริม (System) และการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะ
และจิตวิญญาณผู้ประกอบการ (Skill and Shared Value) รวมถึงข้อเสนอแนะในแง่บุคลากรและการบริหารงาน
ภาครัฐด้วย (Style and Staff) เพื่อสังเคราะห์ข้อเสนอแนะซึ่งมีระดับการดำเนินการต่าง ๆ กันไป

๓.๕ นำเสนอรายงานและรับฟังความเห็น ทั้งจากที่ประชุมสภาปฏิรูปแห่งชาติ เมื่อวันที่ ๒๘
เมษายน ๒๕๕๘ และผู้แทนภาครัฐและเอกชน โดยแลกเปลี่ยนความเห็นในทางปฏิบัติ (Practicality) และ
การสื่อสารในวงกว้าง เพื่อเอื้อต่อการขับเคลื่อนโดยรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๔. สรุปผลการศึกษาวิเคราะห์

การวิเคราะห์และพิจารณาข้อเสนอการปฏิรูปตั้งอยู่บนหลักฐานทางวิชาการและการผสมผสานข้อเสนอจากภาคส่วนต่าง ๆ ให้มากที่สุด เพื่อหาแนวทางร่วมในการสร้างสังคมผู้ประกอบการของไทยให้เข้มแข็ง แข่งขันได้ในสากล และเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจทุกระดับ โดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือ การยกระดับรายได้ข้ามพ้น Middle Income Trap กระจ่ายโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง (Inclusive Growth) เป็นสังคมของผู้ประกอบการที่อยู่ร่วมกันได้อย่างเกื้อกูลและเป็นธรรม รวมทั้งพร้อมที่จะยกระดับประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานการมูลค่าสูง เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งนำมาสู่ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายใน ๖ หัวข้อ ดังนี้

- (๑) การบ่มเพาะผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจ (Incubation and Start-up)
- (๒) การยกระดับระบบสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย (Micro Enterprise)
- (๓) การเข้าถึงแหล่งทุนของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย
- (๔) การพัฒนาธุรกิจให้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalization)
- (๕) การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากนวัตกรรม (Commercialization of Innovation)
- (๖) การสร้างสังคมผู้ประกอบการผ่านเครือข่ายพันธมิตรห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain/ Cluster Development)

(รายละเอียดข้อเสนอเชิงนโยบายตามภาคผนวก ข)

๔.๑ การบ่มเพาะผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจ (Incubation and Start-up)

(๑) กระทรวงศึกษาธิการ บรรจุนโยบายและรูปแบบการเรียนการสอน เพื่อการสร้างผู้ประกอบการไว้ในหลักสูตรตั้งแต่การศึกษาระดับพื้นฐาน อาชีวะ จนถึงอุดมศึกษา พัฒนาค้นให้มีค่านิยมและทักษะบริหารจัดการ การนำเครื่องจักรปรับใช้แทนแรงงาน และการใช้ระบบสารสนเทศ/ระบบดิจิทัล การเรียนรู้แบบศึกษาจากกรณีต้นแบบ การทดลองปฏิบัติและต่อยอดจากวิชาการงานพื้นฐานอาชีพ (กพอ.) การใช้ความถนัดและความสามารถพิเศษในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งการเรียนรู้ด้านบัญชี วินัยทางการเงินและธรรมาภิบาล และออกแบบผลิตภัณฑ์โดยไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (From Imitation to Innovation) นอกจากนี้ ต้องยกระดับด้านภาษา (๒-๓ ภาษา) โดยใช้มาตรการเชิงรุก/กึ่งบังคับ อาทิ การกำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาราชการ ข้อสอบสัมภาษณ์ภาษาอังกฤษเพื่อเข้ามหาวิทยาลัย และการกำหนดให้สื่อสารมวลชนต้องใช้ Subtitle ภาษาอังกฤษในการออกอากาศ รวมถึงการดึงดูดชาวต่างชาติเพื่อให้เข้ามาถ่ายทอดทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษให้แก่ครู/อาจารย์และนักเรียน อาทิ การจ้างครูชาวต่างชาติจำนวนมาก รวมถึงการพิจารณาเปิดบริการธุรกิจบริการการศึกษา ทั้งนี้ บทบาทของกระทรวงศึกษาธิการในด้านการศึกษาและพัฒนาผู้ประกอบการ ควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาจัดกิจกรรม KM ให้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมเรียนรู้ในกิจการที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจนั้น ๆ โดยจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับแต่ละกลุ่ม (Inputs) อาทิ นักเรียนที่มีความสามารถพิเศษ นักเรียนอาชีวะ/นักศึกษา นักวิจัย พนักงาน แม่บ้าน ผู้สูงอายุ และทายาทธุรกิจครอบครัว

(๒) หลักสูตรในอุดมศึกษาควรมุ่งเน้นการเรียนแบบลงมือปฏิบัติและการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของหน่วยงานธุรกิจจำลอง (Dummy Company) หรือเครือข่ายของสหกรณ์มหาวิทยาลัย รวมทั้งฝึกอบรมที่เลี้ยงของผู้ประกอบการ (Coach and Trainer) เพื่อให้สามารถปลูกฝังทัศนคติและทักษะ (DNA) ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Next Generation Entrepreneur) ทั้งนี้ กระทรวงศึกษาธิการควรทำหน้าที่เป็น Certification Body กำหนดให้มีมาตรฐานของ Trainer และ Coach โดยให้มีการคัดเลือกและพัฒนา ก่อนออกใบอนุญาต/ต่ออายุใบอนุญาต ซึ่งถือเป็นอาชีพเพื่อสังคมอีกอาชีพหนึ่ง

(๓) สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรในมหาวิทยาลัยเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจและวิสาหกิจรายใหม่ โดยสร้างแรงจูงใจและให้ทรัพยากรให้แก่คณาจารย์อย่างเพียงพอเพื่อให้สามารถดำเนินการกิจที่นอกเหนือจากการสอนได้ รวมถึงลดภาระที่ไม่จำเป็นเกี่ยวกับงานธุรการ/บริหาร อาทิ กิจกรรมนักศึกษา ประกันคุณภาพและประชาสัมพันธ์/ธุรกิจการศึกษา เพื่อให้คณาจารย์สามารถทำวิจัยและพัฒนาเครือข่ายได้เต็มที่ ซึ่งจะช่วยปลดปล่อยคลังสมองของไทยและเพิ่มการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากการวิจัยได้อย่างกว้างขวาง

(๔) การพัฒนาศูนย์กลางและเครือข่ายภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐและเอกชนควรร่วมกันจัดตั้งหรือยกระดับหลักสูตรที่มีอยู่ให้เป็น “สถาบันร่วมด้านเศรษฐกิจการค้า” (สรศ.) เพื่อพัฒนาศูนย์กลางเชิงบูรณาการด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน สำหรับข้าราชการระดับสูงทั้งฝ่ายพลเรือนและฝ่ายความมั่นคง รวมทั้งภาคธุรกิจรายใหญ่และ SMEs ในภูมิภาคอาเซียนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และความร่วมมือ ภายใต้การรับรองวิทยฐานะและเครือข่ายสถาบันการศึกษาด้านความมั่นคงระดับสูงในประเทศและนานาชาติ (อาทิ UN-ESCAP) เพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมเชิงนโยบาย (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการสร้างสังคมผู้ประกอบการอย่างเป็นองค์รวม

๔.๒ การยกระดับระบบสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย

(๑) กำหนดนิยามตามกฎหมายสำหรับวิสาหกิจรายย่อย โดย สสว. ในฐานะหน่วยงานเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ของชาติ ที่กำกับดูแลวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ ควรนำแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจรายย่อยที่ได้ดำเนินการมาแล้วระดับหนึ่ง มาทบทวนและปรับปรุงเกณฑ์การจำแนกกลุ่มวิสาหกิจ โดยแยกวิสาหกิจรายย่อยออกจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ตามความเหมาะสมด้านจำนวนแรงงานและทุนจดทะเบียน รวมถึงพิจารณาปัจจัยด้านรายได้ของวิสาหกิจในการแบ่งกลุ่มการส่งเสริมในทางปฏิบัติ เพื่อที่จะได้เป็นพื้นฐานในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ องค์กร และกลไกขับเคลื่อนที่ตรงเป้า มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อไป ทั้งนี้ ควรหารือกับกระทรวงการคลังเพื่อกำหนดนิยามให้ตรงกัน

(๒) ขยายบทบาทองค์กรของหน่วยงานภาครัฐรองรับส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย เพื่อให้เป็นกลไกขับเคลื่อนที่ถาวรด้านการส่งเสริมและแก้ปัญหาต่าง ๆ ของวิสาหกิจรายย่อยอย่างต่อเนื่องไม่ขาด ๆ หาย ๆ/เป็นวาระจรโดยอาจสร้างส่วนงานด้านนโยบายและยุทธศาสตร์คงไว้ที่ สสว. ในขณะเดียวกัน ต้องสร้างกลไกส่งเสริมความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจรายย่อยในรูปแบบที่เป็นทางการและมีกฎหมายรองรับ รวมทั้งเพิ่มองค์ประกอบของคณะกรรมการส่งเสริม SMEs ให้มีผู้แทนจากกลุ่มวิสาหกิจรายย่อยด้วยเพื่อสะท้อนความต้องการจากวิสาหกิจรายย่อยให้ชัดเจน

ในขณะที่หน่วยงานของรัฐอื่น ๆ ควรพิจารณาปรับหรือจัดตั้งส่วนงานระดับสำนัก/กองรองรับการขับเคลื่อนอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เห็นควรให้คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพิจารณาประสาน/ส่งการไปยังกระทรวง กษ. อก. พณ. และ กก. และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องให้จัดตั้งสำนักที่มีภารกิจดูแลวิสาหกิจรายย่อยพร้อมจัดสรรงบประมาณ/บุคลากรที่มีความรู้และความสามารถ รวมทั้งประชาสัมพันธ์อย่างเข้มข้นให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมขับเคลื่อนแผนงาน/โครงการ นอกจากนี้ ควรทบทวนบทบาทของหน่วยงานที่ดูแลวิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ให้รองรับการแข่งขันทางการค้าให้มากขึ้นเพื่อการอยู่รอดทางธุรกิจและเศรษฐกิจชุมชน

(๓) ให้วิสาหกิจรายย่อยที่จดทะเบียนพาณิชย์และจัดทำบัญชีสำหรับเงินได้พึงประเมิน โดยมีเงินได้ไม่เกิน ๑,๘๐๐,๐๐๐ บาทต่อปีได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และได้รับการยกเว้นหน้าที่ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเช่นเดียวกันกับวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ การได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคล

ธรรมดาและได้รับการยกเว้นหน้าที่ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มข้างต้นสำหรับวิสาหกิจรายย่อยที่จดทะเบียนพาณิชย์และจัดทำบัญชีสำหรับเงินได้พึงประเมิน ซึ่งมีเงินได้ไม่เกิน ๑,๘๐๐,๐๐๐ บาทต่อปีนั้น จะเป็นการจูงใจให้วิสาหกิจรายย่อยจดทะเบียนพาณิชย์เข้าระบบเพื่อรับการยกระดับให้เข้มแข็งได้มากขึ้น แทนที่จะหลบเลี่ยงแล้วถูกตามเรียกเก็บภาษีแบบเหมาจ่ายตามประเมินของเจ้าหน้าที่สรรพากรในจำนวนเงินที่สูง (เพราะไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์และทำบัญชีอย่างเป็นระบบ) ดังในปัจจุบัน เนื่องจากบุคคลธรรมดาที่มีรายได้พึงประเมินเกินกว่า ๑๕๐,๐๐๐ บาทต่อปี นอกจากนี้ ควรกำหนดให้สามารถหักค่าลดหย่อนต่าง ๆ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องมือ/เครื่องจักรและวัตถุดิบที่มีความสำคัญต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต

(๔) ขยายบทบาทการพัฒนาสมรรถนะและมาตรฐานในการบริหารจัดการให้แก่วิสาหกิจรายย่อยให้เพียงพอและทั่วถึง สสว. และหน่วยงานอื่น ๆ ของกระทรวง กษ. อก. พณ. และ กก. พิจารณาเพิ่มการอบรม/งบประมาณสนับสนุนการอบรมทางด้านการยกระดับความรู้/สมรรถนะ/มาตรฐานในการบริหารด้านต่าง ๆ ที่แต่ละหน่วยงานของรัฐมีให้แก่วิสาหกิจรายย่อยให้มากขึ้น ทั้งในแง่ปริมาณและในสัดส่วนวิสาหกิจที่เข้ารับการอบรมทั้งหมด โดยมีข้อพิจารณาการอบรมให้ครบทุกด้านและการอบรมให้แก่สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจเป็นกรณีพิเศษ นอกจากนี้ ควรมีงบประมาณสำหรับการชดเชยการหยุดงานของผู้ประกอบการเพื่อมาอบรมดังเช่นที่เคยมีให้ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้ารับการอบรมได้มากยิ่งขึ้น

(๕) จัดตั้งส่วนงานที่กำหนดแนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมเชิงพาณิชย์สำหรับ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย โดยหน่วยงานอื่น ๆ ในกระทรวง กษ. อก. พณ. กก. และ นร. ควรจัดส่วนงานที่ส่งเสริมนวัตกรรมให้แก่ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย รวมทั้งพิจารณาเพิ่มงบประมาณ/กำลังคนที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับนวัตกรรมที่เหมาะสมกับวิสาหกิจรายย่อย (อาทิ Frugal Innovation) รวมทั้งการออกแบบและการปรับใช้ศิลปวัฒนธรรมหรือเทคนิคที่ไม่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์มูลค่าและความแตกต่างในตลาด

(๖) สร้างระบบตลาดเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยให้เติบโต สร้างแต้มต่อให้กับวิสาหกิจรายย่อยและภาวะการแข่งขันเพื่อยกระดับความสามารถให้เติบโตได้เป็นลำดับ โดยรัฐบาลควรส่งเสริม/ขยายผลระบบตลาดแบบสมาชิก/เครือข่ายผู้บริโภค (อาทิ Community Support Agriculture/CSA) รวมทั้งเพิ่มกำลังซื้อให้กับผู้บริโภคด้วยการให้บัตรเงินสด (Coupon) สำหรับชำระค่าและรัฐวิสาหกิจได้นำไปใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการจากสหกรณ์และวิสาหกิจชุมชนที่นำมาจำหน่ายในร้านค้าสหกรณ์ของหน่วยงานรัฐ ทั้งส่วนกลางและต่างจังหวัด ทั้งนี้ จำเป็นต้องพัฒนา/ขยายผลระบบโลจิสติกส์เพื่อรวบรวม/กระจายสินค้า และค้าส่ง/ปลีกสำหรับธุรกิจในระดับฐานราก (อาทิ Cooperative Distribution Center/Delivery System) เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดเก็บและจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจรายย่อยที่มีคุณภาพระหว่างจังหวัด/ภาคต่าง ๆ ซึ่งมีสินค้าเกษตรแตกต่างกัน รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าของสหกรณ์เพื่อเชื่อมโยงกับสหกรณ์ในประเทศด้วย

๔.๓ การเข้าถึงแหล่งทุนและสภาพคล่องของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย

(๑) รัฐต้องสนับสนุนด้านค่าใช้จ่าย เพื่อให้ ธพว. ธนาคารออมสิน ธกส. บมจ. ธนาคารกรุงไทย ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เพิ่มการดำเนินโครงการอบรม/ให้คำปรึกษาในการพัฒนาธุรกิจให้มีมาตรฐานการบัญชี และมีแผนธุรกิจที่ดี และร่วมกันพัฒนา/ใช้ระบบการให้สินเชื่อแก่ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยที่เข้าร่วมโครงการโดยไม่ต้องมีการค้ำประกัน โดยใช้หนังสือแนะนำเพื่อการกู้ยืมจากสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาในการพัฒนาธุรกิจและวินัยทางการเงิน

ทั้งนี้ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจะสามารถใช้ดุลพินิจในการพิจารณาออกหนังสือแนะนำเพื่อการกู้ยืมให้แก่ SMEs และวิสาหกิจขนาดย่อมได้ ในขณะที่ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) บมจ. ธนาคารกรุงไทย หรือธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ที่เข้าร่วมโครงการก็สามารถส่งเสริมเงินทุนกู้ยืมให้แก่วิสาหกิจรายย่อยได้โดยความมั่นใจมากขึ้นในระดับความเสี่ยงที่ลดลง ระบบดังกล่าวขึ้นต้นไม่เพียงนำไปสู่การสนับสนุนทางด้านเงินทุนที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้นและต้นทุนต่ำลง หากว่ายังเป็นกลไกสนับสนุนการยกระดับความรู้ สมรรถนะ วินัยทางการเงิน และมาตรฐานในการบริหารที่เข้มแข็งเพียงที่จะเติบโตขึ้นได้อย่างยั่งยืนในที่สุด

(๒) ให้สถานะทางกฎหมายแก่เอกสารการสั่งซื้อเพื่อเป็นหลักประกันทางการเงิน โดยรัฐและธนาคารพาณิชย์ควรหารือเพื่อกำหนดกฎระเบียบให้ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยสามารถใช้ใบสั่งซื้อ (Purchasing Order: PO) เป็นหลักฐานประกอบการขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งได้ภายใต้เงื่อนไขที่เป็นธรรมสำหรับธนาคารพาณิชย์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนหมุนเวียนและขยายกิจการได้มากขึ้น ทั้งนี้ ต้องมีมาตรการอื่น ๆ ควบคู่กันไปเพื่อลดภาระความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ด้วย

(๓) เพิ่มสภาพคล่องของ SMEs โดยปรับกฎระเบียบเกี่ยวกับการชำระเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดระยะเวลารอบการชำระเงินของห้าง Modern Trade ให้มีระยะเวลาลดลง โดยอาจลดระยะเวลารอบการชำระเหลือประมาณ ๒-๓ เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่สมเหตุสมผลและเป็นธรรมสำหรับคู่ค้า เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยที่มีวงเงินลงทุนหมุนเวียนจำกัดและมีอำนาจต่อรองน้อยสามารถมีสภาพคล่องเพียงพอที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้และมีช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น นอกจากนี้ ควรปรับกฎระเบียบเพื่อลดค่าธรรมเนียมการโอนข้ามธนาคาร ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการต้องเสียเวลาในการทำธุรกรรมที่มากเกินไปเนื่องจากได้เปิดบัญชีไว้กับหลายธนาคารเพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า

(๔) การสนับสนุนธุรกิจเงินร่วมทุน (Venture Capital) แบบมุ่งเป้า โดยให้ สสว. กค. และหน่วยงานของรัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนการ Venture Capital ของทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเป้าการลงทุนใน SMEs และวิสาหกิจรายย่อยรายใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มโอกาสการได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าและสร้างประสิทธิผลทางนโยบาย รวมถึงการสนับสนุนการเงินเพื่อใช้นวัตกรรมในเชิงธุรกิจ (SME Creative) ในลักษณะของโครงการ SME Proactive ที่เคยดำเนินการ โดยมีการคัดกรองเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์และตรวจสอบได้

(๕) การปรับอัตราภาษีให้เหมาะสม SMEs ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา แต่อัตราภาษีของบุคคลธรรมดาเป็นแบบก้าวหน้า จึงต้องเสียภาษีในอัตราที่สูงเกินไป ต่างกับวิสาหกิจรายใหญ่ที่มีสถานะเป็นนิติบุคคลซึ่งจะเสียภาษีในอัตราคงที่ ทำให้ SMEs แข่งขันได้ยาก จึงควรมีการทบทวนอัตราภาษีให้เหมาะสมมากขึ้น

๔.๔ การพัฒนาธุรกิจ SMEs ให้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalization/Go Global)

(๑) การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ที่แน่ชัด โดยเน้นยกระดับศักยภาพ Trader ไทย รัฐบาลมีความจำเป็นต้องกำหนดนโยบายที่แน่ชัด โดยใช้ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงสถิติที่รอบด้านหลายมิติ และระบุสินค้า/บริการหลักสำหรับแต่ละตลาดเป้าหมาย โดยยุทธศาสตร์การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศของไทยจากนี้ ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ที่เป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้น โดยพิจารณาปัจจัยรอบด้าน ทั้ง ๔ มิติ ได้แก่ ความต้องการของลูกค้า ศักยภาพของไทยและศักยภาพคู่แข่ง (Consumer, Competence,

Competitor) รวมทั้งผลได้จากการเชื่อมต่อห่วงโซ่มูลค่ากับ SMEs ในประเทศ (Community Impacts/Local Content)

นอกจากนี้ ควรระบุให้ SMEs เป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะพัฒนาให้สามารถเป็นผู้ส่งออกโดยตรงและออกไปดำเนินธุรกิจ在不同ประเทศ โดยมุ่งเป้าที่ศักยภาพของคน (Trader/Trading Firm) ให้เป็นนักการค้าและธุรกิจการค้าที่เข้มแข็ง มองตลาดในระดับโลก (Global Entrepreneurship) และพร้อมรับการยกระดับประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานการค้า ทั้งการค้าในลักษณะส่งต่อการผลิตตามสั่งในสินค้ามูลค่าสูง การค้าแบบทำเองขายเอง ซื้อมาขายไป การค้าบริการเพื่อสนับสนุนภาคการผลิต และการให้บริการโดยตรงแก่ผู้บริโภค

(๒) ปฏิรูปการค้าระหว่างประเทศ โดยปรับองค์กรเพื่อผลักดันการค้าและการลงทุนควบคู่กันไป จากบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปสู่การเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าระหว่างไทยกับอาเซียนและตลาดโลก ทำให้ภารกิจด้านการค้าระหว่างประเทศต้องปรับให้รองรับการผลักดันการค้าทั้งด้านการส่งออกและนำเข้า รวมทั้งการลงทุนเพื่อผลิตและกระจายสินค้า ตลอดจนการส่งเสริมธุรกิจบริการของไทยให้ขยายออกไป在不同ประเทศ ในขณะเดียวกัน การแข่งขันภายใต้เศรษฐกิจฐานความรู้จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการข้ามกระทรวง ในการสร้างสรรค์มูลค่าและปรับตัวรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดทั้งในเชิงมาตรฐาน มาตรการและความต้องการของผู้บริโภค การขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศจึงควรได้รับการผลักดันภายใต้โครงสร้างที่รวมศูนย์และบูรณาการอย่างเป็นเอกภาพมากขึ้น โดยควรอยู่ในรูปของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการค้าและการลงทุน ซึ่งเป็นการผนึกกำลังของหน่วยงานด้านส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเข้ากับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนภายใต้การสั่งการ/กำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี รวมทั้งเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในการขยายการค้าของไทยควบคู่ไปกับการลงทุนขยายฐานการผลิต/ประกอบและฐานการค้า在不同ประเทศ ทั้งนี้ ควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าระหว่างวิสาหกิจขนาดใหญ่และบริษัทข้ามชาติ (LEs และ MNEs/MNCs) ของไทย在不同ประเทศกับ SMEs วิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ เพื่อให้เศรษฐกิจฐานรากได้เกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่ามากขึ้น โดยให้สิทธิประโยชน์/แรงจูงใจให้กับ LE และ MNEs ดังกล่าว

นอกจากนี้ ในระดับของการขับเคลื่อนนโยบาย ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการส่งออกและนำเข้าเป็นรายกลุ่มสินค้า/คลัสเตอร์ โดยมีประธานในระดับรัฐมนตรีเพื่อให้มีอำนาจสั่งการและบูรณาการข้ามกระทรวงตลอดต้นน้ำจนปลายน้ำ เพื่อการปรับตัวในเชิงรุกและเชิงรับอย่างมีพลวัต ในส่วนของสำนักงาน在不同ประเทศ หน่วยงานด้านการค้าและการลงทุน在不同ประเทศควรทำงานภายใต้องค์กรเดียว (One Roof) โดยมีภาคเอกชนและภาควิชาการเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะของ JETRO ของญี่ปุ่น เพื่อระงับภัยและใช้ประโยชน์จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญคือการมีเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน不同ประเทศสำหรับ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยอย่างเพียงพอ (SMEs Trade Representatives)

นอกจากนี้ ในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เป้าหมายสำคัญควรมุ่งเน้นที่การเปิดเสรีการลงทุนและการดำเนินธุรกิจไทย在不同ประเทศเพื่อใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยี รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจกับประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะ ประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการค้า (Trade-related Issues) ตลอดจนเพิ่มบทบาท รักษาความได้เปรียบของสินค้าและบริการของประเทศไทยด้วยการเร่งเจรจากำหนดมาตรฐานระดับภูมิภาค/สากลด้านต่าง ๆ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและความเป็นธรรมในการแข่งขัน กล่าวคือเพิ่มบทบาทของการเป็นผู้สร้างกฎกติกา/มาตรฐานทางการค้า (Regime/Rule-setting) และการลงทุนมากขึ้น

(๓) รัฐควรร่วมกับภาคเอกชนพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางธุรกิจของไทยในต่างประเทศ ปัญหาที่ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังคงเผชิญในการอำนวยความสะดวกทางการค้าที่ไม่เพียงพอ ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกโดยใช้ราคา F.O.B. (Free on Board) เป็นหลัก ในขณะที่ส่วนต่างระหว่างราคา F.O.B. กับราคาขายปลีกสูงขึ้นประมาณ ๕ เท่า ส่งผลกระทบให้ประเทศไทยต้องเสียโอกาสในการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากส่วนแบ่งมูลค่าเป็นจำนวนมาก รัฐและเอกชนจึงควรร่วมลงทุนด้านโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายตรงสู่ผู้บริโภคในต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศูนย์การค้า/กระจายสินค้าเพื่อสนับสนุน SMEs ของไทยในการออกไปแสดงสินค้าและกระจายสินค้าในต่างประเทศ รวมทั้งศูนย์รวบรวมรับซื้อและแปรรูปสินค้าในอาเซียนเพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายการค้าโดยมีอาเซียนเป็นฐานไปสู่จีนและตลาดโลก (Regional Value Chains) อาทิ การนำสินค้าต้นน้ำที่ใช้เทคโนโลยีจากไทยออกไปประกอบและจำหน่ายในประเทศเพื่อนบ้าน การส่งสินค้าที่ผู้ประกอบการไทยไปลงทุนผลิตในประเทศเพื่อนบ้านกลับเข้ามาต่อ ยอดมูลค่าเพิ่มและส่งออก และการจัดเก็บและกระจายสินค้าของประเทศไทยไปสู่ประเทศที่สาม ดังตัวอย่างของการร่วมลงทุนสร้างนิคมอุตสาหกรรมและระบบโลจิสติกส์ของจีนในลาว เวียดนาม และเมียนมาร์ รวมถึงเมืองท่าของประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ รัฐควรสร้างช่องทางการค้าในระบบดิจิทัลที่มีความจุของข้อมูลขนาดใหญ่พอที่จะพัฒนาระบบการค้าและชำระเงินออนไลน์ได้ในระดับชาติ/ภูมิภาค รวมทั้งสร้างช่องทางพิเศษเพื่อการแสดงและจำหน่ายสินค้าให้แก่วิสาหกิจรายใหญ่และ MNCs ของไทยในต่างประเทศที่ร่วมพัฒนาและให้ช่องทางการจำหน่าย/จัดซื้อจัดจ้างจาก SMEs วิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์

(๔) ขยายภาคบริการออกสู่ตลาดโลก (Internationalization of Service Providers) การค้าบริการเป็นอีกภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่ประเทศไทยมีศักยภาพที่สามารถขยายตลาดออกไปโดยการลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจในประเทศให้มากขึ้น ทั้งในรูปแบบ Service หรือการค้าบริการที่โลกมีความต้องการและประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (อาทิ บริการทางการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ/ความงาม การก่อสร้าง การซ่อมบำรุง การศึกษา/วิจัยพัฒนา/ตรวจรับรอง การนำเข้าเที่ยว โรงแรมและร้านอาหาร) และการค้าในรูปแบบ Supporting Services หรือธุรกิจบริการที่สนับสนุนภาคการผลิตและการค้า (อาทิ การจัดการของเสียโรงงาน การดูแลรักษาเครื่องจักร การขนส่ง/โลจิสติกส์และการเงิน-การประกันภัย) ซึ่งล้วนแต่มีแนวโน้มตลาดที่ขยายตัวในภูมิภาค ไทยจึงควรต่อยอดศักยภาพโดยพัฒนาธุรกิจบริการเหล่านี้ให้เติบโตเต็มศักยภาพและขยายธุรกิจให้ทั่วทั้งอาเซียนและจีน โดยปรับหน่วยงานที่มีอยู่ให้ขยายภารกิจให้ครอบคลุมการพัฒนาธุรกิจบริการสาขาต่าง ๆ (กรมพัฒนาธุรกิจบริการ) รวมทั้งส่งเสริมให้แฟรนไชส์ (Franchise) และการควบรวมกิจการ (Merger and Acquisition) เป็นกลไกสำคัญในการขยายตลาดการค้าบริการของวิสาหกิจไทยในต่างประเทศ ซึ่งภาครัฐควรอำนวยความสะดวกโดยการสนับสนุนด้านการตรวจรับรองเครดิตของคู่ค้าในประเทศนั้น ๆ ด้วย

๔.๕ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากนวัตกรรมสำหรับ SMEs (Commercialization of Innovation)

(๑) เพิ่มงบประมาณ/กำลังคนที่เข้าใจลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมของ SMEs ในแต่ละกลุ่ม หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมนวัตกรรมทางเศรษฐกิจจำเป็นที่จะต้องเพิ่มกำลังคนและส่วนงานจำนวนมาก ที่เข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับรอบความคิดและแนวปฏิบัติที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมทางเศรษฐกิจได้จริง และอาจพิจารณาออกกฎหมายส่งเสริมการพัฒนาให้เกิดที่ปรึกษาด้านนวัตกรรมมากขึ้น รวมถึงการให้เงินอุดหนุน (หรือลดหย่อนภาษี) สำหรับการใช้บริการที่ปรึกษาทางด้านนวัตกรรม

(๒) ขยายบทบาทขององค์กรที่สนับสนุน R&D และการถ่ายโอนความรู้/เทคโนโลยีให้แก่ SMEs จากการที่มี SMEs จำนวนมากที่อาจมีความต้องการใช้ความรู้ดั้งเดิมหรือความรู้ใหม่ที่ไม่ซับซ้อนและราคาถูก (Frugal Innovation) และ/หรือได้จากการถ่ายโอนจากองค์กรต่าง ๆ รวมถึง ภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อการทำนวัตกรรม รัฐบาลอาจพิจารณาขยายงบประมาณและกำลังคนให้แก่ iTAP และศูนย์บริการ/ถ่ายทอดเทคโนโลยีชุมชน และสนับสนุนเงินทุนร่วมวิจัยของหน่วยงาน/สถาบันการศึกษาของรัฐและ SMEs โดยเฉพาะกองทุน เพื่อการแสวงหาและพัฒนานวัตกรรมที่ประยุกต์ใช้ได้สำหรับ SMEs เป็นการเฉพาะ และควรมีการวางแผน/ดำเนินการสนับสนุนผ่านเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) ให้เพียงพอสำหรับ SMEs

(๓) การปรับปรุง/กำหนดกฎเกณฑ์/เป้าหมายที่เจาะจงของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ในการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมของ SMEs มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานของรัฐและนโยบายส่งเสริมนวัตกรรมต่าง ๆ ของรัฐจะต้องกำหนดสัดส่วนเป้าหมายการสนับสนุนนวัตกรรมของ SMEs แต่ละขนาดรวมถึง รายย่อย รายเล็ก และขนาดกลาง ให้ชัดเจน อย่างน้อยเป็นขั้นต่ำ เพื่อที่จะได้มีการใช้ทรัพยากรและให้การสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมอย่างเท่าเทียมมากยิ่งขึ้น และสามารถกระจายตัวไปในวงกว้างตามจำนวน SMEs รายย่อย/ขนาดเล็ก

(๔) ขยายโครงสร้างหน่วยงานด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อรองรับภารกิจด้าน Commercialization โดยจัดตั้งหรือยกระดับหน่วยงานระดับกองเป็นสำนักเพื่อให้มีกำลังคนและทรัพยากรเพียงพอที่จะขยายภารกิจการเผยแพร่และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ให้กว้างขวาง ดังตัวอย่างของกระทรวงพาณิชย์สิงคโปร์ที่มีหน่วยงาน Intellectual Property Intermediary (IPI) เพื่อประสานกับภาคการศึกษาและภาคเอกชนในการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบ รวมถึงการส่งเสริมการจัดซื้อภาครัฐเพื่อสร้างกระแสความต้องการ/การยอมรับต่อสินค้าใหม่/เน้นความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ นอกจากนี้ ควรควมรวมหน่วยงานด้านการนวัตกรรมเชิงพาณิชย์สำหรับตลาดในประเทศ/ภูมิภาคอาเซียนและตลาดโลกไว้ภายใต้หน่วยงานเดียวกันเพื่อการบูรณาการที่ใกล้ชิด (Function-based Reorganization)

(๕) จัดตั้งหน่วยงานภาคเอกชนมาขับเคลื่อนการแปลงนวัตกรรมเป็นทุน ดังตัวอย่างของโครงการ Research, Innovation, Enterprise (RIE ๒๐๑๕) ของสิงคโปร์ ซึ่งได้มีการจัดตั้งองค์การวิสาหกิจการใช้ประโยชน์ทางเทคโนโลยี จำกัด (Exploit Technologies Pte Ltd - ETPL) เพื่อทำหน้าที่จับคู่ธุรกิจให้กับสินค้าจากงานวิจัย โดยมีการหักค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนสิทธิบัตรและส่วนแบ่งร้อยละ ๑๕ เป็นค่าตอบแทนแก่ ETPL ก่อนแบ่งผลประโยชน์ที่เหลือออกเป็น ๓ ส่วน ได้แก่ นักประดิษฐ์สถาบันวิจัยของนักประดิษฐ์ และสถาบัน A*STAR ในสัดส่วนเท่ากัน นอกจากนี้ ETPL จะช่วยในการเสาะแสวงหาผู้ร่วมทุนและขยายตลาดสำหรับสินค้านวัตกรรม/ความคิดสร้างสรรค์ไปสู่ตลาดด้วย จึงเห็นควรให้จัดตั้งหน่วยงานภาคเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจเพื่อผลักดันกระบวนการแปลงนวัตกรรมเป็นมูลค่าทางธุรกิจให้ก้าวหน้าและขยายสู่อาเซียน

นอกจากนี้ การมีหน่วยงาน public-private organization จะช่วยเพิ่มโอกาสในการแสวงหาความร่วมมือและการเชื่อมต่อ global value chain ได้ด้วยการร่วมกันพัฒนาสินค้านวัตกรรมร่วมกัน (Joint Innovation and Investment) ดังตัวอย่างของโครงการ Horizon ๒๐๒๐ ของ EU ที่เปิดรับการร่วมทุนเพื่อพัฒนาสินค้านวัตกรรมจากทั่วโลก ภายใต้ยุทธศาสตร์ Europe ๒๐๒๐ ที่ EU จะรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกด้วยการเชื่อมโยงภาคการวิจัยกับภาคธุรกิจเข้าด้วยกัน รวมถึงการพัฒนา SMEs ให้เชื่อมโยงห่วงโซ่กับต่างประเทศด้วยการเปิดโอกาสให้ประเทศที่สามที่มีใช้ประเทศสมาชิก EU เข้ามามีส่วน

ร่วมในการรับทุนเพื่อนำไปสร้างสรรค์และพัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้กับผลงานวิจัย/สิ่งประดิษฐ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าที่จะสามารถช่วยแก้ไขปัญหас่วนรวมด้วย อาทิ โรคอุบัติใหม่ ความมั่นคงทางอาหาร และการใช้พลังงานทดแทน

๔.๖ ผนึกกำลังเป็นเครือข่ายพันธมิตรห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain/Area-based Cluster)

(๑) สร้างคลัสเตอร์สินค้า/บริการยุทธศาสตร์เพื่อเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน โดยกำหนดกลุ่มสินค้าและบริการเป้าหมาย (Product Champions) โดยพิจารณาปัจจัยรอบด้านทั้ง ๔ มิติ ได้แก่

- แนวโน้มความต้องการของตลาดและการนำเข้าของโลก (Customer/High Demand)
- การเติบโตในการส่งออกของประเทศไทย (Competence/High Growth)
- ความสามารถเทียบกับคู่แข่ง (Competitor/High Comparative Advantage)
- เครือข่ายที่เชื่อมโยงสู่ suppliers ในประเทศ (Communities/High Impact)

เพื่อระบุดังกลุ่มสินค้าได้สอดคล้องกับตลาดและศักยภาพควบคู่กันไป ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มสินค้าชีวภาพ (Bio-industrial Cluster) ซึ่งเป็นที่ต้องการสูง อาทิ ยา/สมุนไพร เครื่องมือแพทย์ รวมทั้งบริการสุขภาพที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไทยมีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบและเทคโนโลยีชีวภาพ (Bio-technology) รวมถึงความพร้อมในแง่เครือข่ายวิชาการและองค์กรสนับสนุน (อาทิ สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจฐานชีวภาพ) ซึ่งได้มีการเชื่อมความร่วมมือกับหน่วยงานในต่างประเทศ อาทิ สิงคโปร์ เพื่อกระบวนกรร่วมทุนและการส่งเสริมตลาดในห่วงโซ่มูลค่าระดับโลก ประเทศไทยอาจเลือกกลุ่มสินค้านี้ให้เป็น “คลัสเตอร์แห่งชาติ” ที่จะนำพาสู่ตลาดโลก โดยพ่วงต่อกับกลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูปและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Local Content) โดยเฉพาะสินค้า/บริการจากสหกรณ์และวิสาหกิจชุมชนเพื่อเอื้อให้เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย

ทั้งนี้ กลุ่มสินค้าและบริการเป้าหมาย อาจไม่ใช่สินค้า/บริการที่ไทยสามารถผลิตและส่งออกได้ดีในปัจจุบัน หากแต่มีแนวโน้มที่จะผลักดันให้เติบโตและยกระดับรายได้ของคนไทยได้ในอนาคต (Strategic Sectors) ในขณะเดียวกัน ควรกำหนดให้มีกลุ่มสินค้า/บริการที่มีบทบาทในเชิงความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (Security Sectors) เช่น ข้าว มัน ยาง อ้อย กุ้ง การท่องเที่ยวและการเงิน เป็นต้น

(๒) รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลข้ามกระทรวง (Big Data/Centralized Database) ไว้ในแหล่งเดียวที่ใช้ “ศูนย์ข้อมูลแห่งชาติ” ซึ่งรัฐบาลไทยได้ผลักดันให้เกิดขึ้นแล้วตามแผนการบูรณาการศูนย์ข้อมูลภาครัฐ (Data Center Consolidation) แล้ว โดยหน่วยงานด้านยุทธศาสตร์ของกระทรวงจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ อาทิ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ซึ่งปัจจุบันอยู่ภายใต้กระทรวงต่าง ๆ ควรทำงานกันใกล้ชิดและต่อเนื่องภายใต้ สศช. ในลักษณะคล้าย Permandu ของมาเลเซีย

(๓) วางกรอบการพัฒนาคลัสเตอร์เพื่อเชื่อมต่อห่วงโซ่มูลค่าจากปลายน้ำย้อนไปสู่ต้นน้ำ (Demand-driven Strategy) เพื่อระบุถึงผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละชั้นของห่วงโซ่ (Tiers/Layers) ก่อนนำกรอบไปใช้หาหรือวางแผนในระดับพื้นที่ (Area-based Cluster Planning) โดยให้บทบาทของภาคเอกชนเป็นแกนในการวางแผนและเชื่อมต่อห่วงโซ่มูลค่าระหว่างวิสาหกิจรายใหญ่และ SMEs รวมทั้งคำนึงถึงจุดเด่นและความใกล้เคียงด้านวัตถุดิบ/แหล่งผลิตของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ และ Joint Development Area/JDA) การขนส่งสู่ตลาดปลายทางของสินค้านั้น ๆ หรือประตูการค้าที่มีโดยรอบของภูมิภาคอินโดจีน เพื่อวางแผนการผลิตและขนส่งที่มีต้นทุนต่ำและสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคในตลาดปลายทาง ก่อนนำไปสู่การ

วางแผนด้านโครงสร้างพื้นฐานและทักษะ/กำลังคนที่จะต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับกลุ่มสินค้ายุทธศาสตร์ในแต่ละพื้นที่ต่อไป

(๔) ให้สิทธิประโยชน์และการสนับสนุนด้านต่าง ๆ แก่กลุ่มสินค้า/บริการดังกล่าว โดยการทุ่มเทเป็นพิเศษทั้งด้านองค์ความรู้/เทคโนโลยี เงินทุนและการส่งเสริมตลาด รวมถึงการลงทุนขยายช่องทางการจำหน่ายและโลจิสติกส์ในต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มสินค้านี้มีความได้เปรียบในตลาดและเป็นจักรกล (Strategic Partners/Spring Board) ที่นำพาห่วงโซ่การผลิตที่จะหยั่งรากสู่คู่ค้าไทยในระดับท้องถิ่นในชนบทอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้ วิชาหลักจรรยาใหญ่ที่เข้าร่วมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ควรได้รับแรงจูงใจและการสนับสนุนเป็นพิเศษในฐานะที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อส่วนร่วมและมีธรรมาภิบาลเพื่อสังคม ซึ่งในการวางแผนพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรห่วงโซ่มูลค่า สสว. ควรประสานงานด้านนโยบายและ ยุทธศาสตร์กับ BOI ซึ่งกำกับดูแลวิสาหกิจขนาดใหญ่และ MNCs เพื่อร่วมกันหาแนวทางการเชื่อมต่อห่วงโซ่จากตลาดสู่การผลิตและเศรษฐกิจฐานรากในแต่ละพื้นที่

๕. ข้อเสนอปฏิรูปและแนวทางดำเนินการ

ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายทั้ง ๖ หัวข้อข้างต้น ได้ถูกนำมาพิจารณาเพื่อสังเคราะห์ข้อเสนอการปฏิรูปหลักที่ต้องขับเคลื่อนการปฏิรูปในขั้นแรก (Breakthroughs) เพื่อนำพาให้การปฏิรูปด้านอื่น ๆ ได้รับการผลักดันให้เกิดขึ้นตามมาได้ง่าย โดยจากฐานคติที่ว่า การเกิดและการเติบโตของผู้ประกอบการตั้งอยู่บนเงื่อนไขของการมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย (Ecosystem for Entrepreneurial Society) การเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมที่มีผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง แข่งขันได้และอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลและเป็นธรรม จึงต้องมีการปฏิรูปใน ๕ ประเด็นหลัก



กรอบความคิดรวบยอดในการสังเคราะห์ข้อเสนอแนะ (๑ ฐาน ๔ เสา)

(๑) ปฏิรูปด้านยุทธศาสตร์ โดยผลักดันให้ “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ” ให้เป็นวาระแห่งชาติ และมียุทธศาสตร์ที่ระบุเป้าหมายรายภาคเศรษฐกิจ (สัดส่วนต่อ GDP ประเทศ) กลุ่มสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นชัดเจน (อาทิ Strategic Sectors และ Security Sectors)

(๒) ปฏิรูปการเรียนรู้ เพื่อสร้างคนให้มีจิตวิญญาณ (Entrepreneurial Spirit) และทักษะของผู้ประกอบการ

(๓) ปฏิรูปการกระบวนการส่งเสริมวิสาหกิจอย่างครบวงจร (Packages) ทั้งที่เกิดใหม่และที่มีอยู่ ให้เติบโตและแข่งขันได้จากระดับท้องถิ่นสู่สากลได้อย่างยั่งยืนในรูปแบบที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม (Tailor-made)

(๔) ปฏิรูปองค์กรและกลไก เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจอย่างมีประสิทธิภาพสู่เป้าหมาย โดยภาคเอกชนมีบทบาทมากขึ้น

(๕) ปฏิรูปกฎระเบียบ ให้เอื้อต่อการเกิดและเติบโตของวิสาหกิจทุกระดับอย่างเท่าเทียมและยั่งยืน ทั้งนี้ การทบทวนและปรับปรุงพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ จะเป็นจุดผลักดันสำคัญ (Lever) ของการปฏิรูป ที่ส่งผลให้กลไกที่การขับเคลื่อนซึ่งมี สสว. เป็นหน่วยงานยุทธศาสตร์และบูรณาการทำงานได้เต็มศักยภาพ รวมทั้งเอื้อให้กระบวนการส่งเสริมเป็นไปตามทิศทางยุทธศาสตร์ชาติอย่างเป็นเอกภาพตลอดห่วงโซ่มูลค่า ตลอดจนการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะเชิงนโยบายอื่น ๆ ต่อไปด้วย

(รายละเอียดตามเอกสารในภาคผนวก ก)

ในขณะเดียวกัน กฎหมายที่กำกับดูแลความสัมพันธ์ระหว่างวิสาหกิจกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมผู้ประกอบการจำเป็นต้องได้รับทบทวนและปรับปรุงด้วย เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและป้องกันการเอาเปรียบทั้งระหว่างวิสาหกิจรายใหญ่-รายเล็ก และวิสาหกิจไทย-ต่างชาติ รวมถึงข้อกฎหมายที่เป็นเงื่อนไขอุปสรรคของการรวมกลุ่ม เพื่อผนึกกำลังพันธมิตรในห่วงโซ่มูลค่า (Cluster) ของวิสาหกิจ SMEs/รายเล็กด้วยตนเอง

๕.๑ ข้อเสนอปฏิรูปและแนวทางดำเนินงาน

ประเด็น	วิธีการดำเนินงาน/มาตรการ	ขั้นตอน	ระยะเวลา	
			๒ เดือน	๑ ปี
๑. การปฏิรูปการกำหนดยุทธศาสตร์: กำหนดให้การสร้างสังคมผู้ประกอบการเป็นวาระแห่งชาติ	(๑) กำหนดวิสัยทัศน์ในระยะดับชาติให้มีทิศทางและกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย (Clear Focus) เพื่อการชี้นำภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ให้ขับเคลื่อนไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน	มติคณะรัฐมนตรี	✓	
	(๒) กำหนดเป้าหมาย สิ้นค้าและบริการรายสาขาและสร้าง Value Chain ให้สอดคล้องกันอย่างบูรณาการทุกภาคส่วน	มติคณะรัฐมนตรีและหารือ กกร.	✓	
	(๓) สร้างฐานข้อมูลรวมของวิสาหกิจให้ครบถ้วน ถูกต้องเป็นปัจจุบัน ในทุก sectors เพื่อกำหนดนโยบายเป้าหมายร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	มติคณะรัฐมนตรี		✓
	(๔) ขยายฐานการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจในทุกสาขา ขนาด และ ระดับขั้นและจุดเด่นของพื้นที่ (Sectors, Sizes, Stages, Spatial Settings) โดยมีมาตรการจูงใจให้มากขึ้นเทียบกับภาครัฐ	ข้อเสนอแนะต่อ สสว. และ กกร.	✓	
	(๕) ยกระดับวิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ให้เติบโตและแข่งขันได้จากท้องถิ่นสู่สากล โดยบูรณาการนโยบายและยุทธศาสตร์ให้เป็นเอกภาพและเชื่อมโยงทั้งห่วงโซ่มูลค่า โดยมุ่งเน้นภาคเกษตรและเกษตรแปรรูป รวมถึงการเชื่อมโยงผู้ประกอบการทางเทคโนโลยี (Technopreneur) ให้เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่า	เสนอแนะต่อ สสว. พิจารณาแก้ไข พรบ. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม		✓
	(๖) พัฒนาเกษตรกรให้พร้อมเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะภาคเกษตร เกษตรแปรรูปและการท่องเที่ยว	ข้อเสนอแนะต่อ สสว.	✓	
	(๗) พิจารณาเพิ่มเติมประเด็นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) ดังนี้ - สร้างสังคมผู้ประกอบการที่เข้มแข็งในทุกภาคส่วนของประเทศ (เกษตร อุตสาหกรรม การค้า และบริการ) โดยเน้นผลผลิตภาพ มาตรฐาน การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มากกว่าการอุดหนุนในลักษณะประชานิยม - สร้างความเข้มแข็งของสหกรณ์และวิสาหกิจชุมชนตลอดห่วงโซ่มูลค่า - ส่งเสริมการค้าเป็นธุรกิจต่างประเทศ (Internationalization and Outward Investment)	ข้อเสนอแนะต่อ สศช. และ กกร.	✓	

ประเด็น	วิธีการดำเนินงาน/มาตรการ	ขั้นตอน	ระยะเวลา	
			๒ เดือน	๑ ปี
๑. การปฏิรูปการกำหนดยุทธศาสตร์ (ต่อ)	- ปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจและลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น - ยกระดับประสิทธิภาพและสหกรณ์ให้เติบโตและแข่งขันได้จากท้องถิ่นสู่สากล โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ภาคเกษตรและการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งมีศักยภาพทางการแข่งขันให้สร้างมูลค่าใน GDP มากขึ้น	ข้อเสนอแนะต่อ สศช. และ กกร.	✓	
๒. การปฏิรูปการเรียนรู้: สร้างจิตวิญญาณผู้ประกอบการ ความรู้และทักษะในการประกอบการ (Knowledge-based Entrepreneurship)	(๑) ปรับหลักสูตรการเรียนรู้ทุกระดับพื้นฐาน อาชีวและระดับอุดมศึกษา เพื่อสร้างจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ความรู้และทักษะการทำธุรกิจ	มติคณะรัฐมนตรี	✓	
	(๒) จัดทำฐานข้อมูลชี้แนะหน่วยงานเฉพาะ (Incubation Center) ทั้งภาครัฐและเอกชนให้เป็นปัจจุบันเพื่อใช้ประโยชน์ได้เต็มศักยภาพ	ข้อเสนอแนะต่อ สศช.		✓
	(๓) พัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพสถาบันการศึกษา โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และพัฒนาวิทยากร/ผู้บ่มเพาะธุรกิจ (Training the Trainer/Coach)	ข้อเสนอแนะต่อ ศร.	✓	
	(๔) ส่งเสริมการจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะแบบบูรณาการภาครัฐและเอกชนโดยมีมาตรการจูงใจ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะทางธุรกิจตลอดชีวิต	มติคณะรัฐมนตรี	✓	
	(๕) ส่งเสริมความร่วมมือกับต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและนวัตกรรมเชิงพาณิชย์	ข้อเสนอแนะต่อ สศช.	✓	
๓. การปฏิรูปด้านกระบวนการและมาตรการส่งเสริม	(๑) ส่งเสริมให้สหกิจดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ คุณภาพ และมาตรฐานสากล (Productivity, Quality, Standard)	ข้อเสนอแนะต่อ สศช.	✓	
	(๒) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากงานวิจัย นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Innovation/Creativity) ต่อเนื่องจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ (Knowledge-based Entrepreneurial Society) โดยมีหน่วยงานขับเคลื่อนสำหรับ SMEs	ข้อเสนอแนะต่อ สศช.	✓	
	(๓) กำหนดมาตรการส่งเสริมแบบครบวงจร (Packages) ที่เหมาะสมกลุ่มธุรกิจ ขนาด วงจรชีวิต ระดับศักยภาพและพื้นที่ในลักษณะ Tailor-made อาทิ - ข้อมูลเชิงลึกทุกด้านและการให้บริการคำปรึกษา - แด่แม่ต่อและช่องทางการตลาด (อาทิ Government Procurement และ สนับสนุน Farmer Shop) - ที่ดิน อาคาร สถานที่ประกอบการ เช่น - การเข้าถึงและสร้างมูลค่าจากงานวิจัย นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์	มติคณะรัฐมนตรี และ กกร.	✓	

ประเด็น	วิธีการดำเนินงาน/มาตรการ	ขั้นตอน	ระยะเวลา	
			๒ เดือน	๑ ปี
๓. การปฏิรูปด้านกระบวนการและมาตรการส่งเสริม (ต่อ)	- โครงสร้างพื้นฐานทางการเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) และการมีหลักประกัน - การเข้าถึงแหล่งทุน เงินร่วมลงทุน (Venture Capital) และการมีหลักประกัน - มาตรการทางภาษี/สิทธิประโยชน์กระจายสินค้า และ ระบบสื่อสารแบบดิจิทัล - เครือข่ายพันธมิตรเชิงพื้นที่ (Cluster) ในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัดในกลุ่มสินค้าต่าง ๆ - การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise/Social Business) โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสกลุ่มต่าง ๆ ให้มีส่วนร่วมในธุรกิจบริการและกิจการเพื่อดูแลสังคม (อาทิ ตาวิเศษ/ตำรวจพลเมือง)	มติคณะรัฐมนตรี และ กกร.	✓	
๔. การปฏิรูปด้านองค์กร/กลไก โดยจัดองค์กรเป็น ๓ ระดับ (๑) Policy-Maker: เพื่อกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ ฯลฯ เพื่อ “สร้างสังคมผู้ประกอบการ” ทั้งในระดับ กลาง และยาว	ระดับนโยบาย (Policy-Maker) เพื่อกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจ ในระยะสั้น กลาง และยาว โดยให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นองค์กรดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ ประสานงานเพื่อกำหนดกลุ่มธุรกิจ เป้าหมาย พิจารณางบประมาณบูรณาการ ติดตามให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์และกรอบเวลา และการพัฒนาสมรรถนะองค์กรและคุณภาพของบุคลากรให้ สสว. ให้สามารถรองรับภารกิจวิชาการที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ และการบูรณาการดังกล่าวได้มากยิ่งขึ้น	มติคณะรัฐมนตรี	✓	
(๒) Facilitator: ปรับโครงสร้างองค์กรของกระทรวงเกษตรฯ อุตสาหกรรม พาณิชย์ ท่องเที่ยว วิทยาศาสตร์ฯ เพื่อให้มีหน่วยบริการ One Stop Service สำหรับส่งเสริม SMEs ตามยุทธศาสตร์ชาติ	(๒) ระดับสนับสนุน/อำนวยความสะดวก (Facilitator) - มีหน่วยงาน/สถาบันที่ให้บริการแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One Stop Service) สำหรับพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจ กำหนดให้กระทรวงเกษตรฯ อุตสาหกรรม พาณิชย์ ท่องเที่ยว วิทยาศาสตร์ฯ โดยอาจมีการบริหารแบบภาครัฐร่วมเอกชน และจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจของแต่ละภาคเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ - จัดให้มีหน่วยงานด้านการส่งเสริมการค้าและการลงทุนในต่างประเทศอย่างบูรณาการภายใต้หน่วยงานเดียวกัน และมีสำนักงานในต่างประเทศที่ให้บริการครบวงจรทั้งด้านการค้าและการลงทุน โดยมีสำนักงานสำหรับ SMEs เป็นการเฉพาะอย่างเพียงพอ	มติคณะรัฐมนตรี	✓	

ประเด็น	วิธีการดำเนินงาน/มาตรการ	ขั้นตอน	ระยะเวลา	
			๒ เดือน	๑ ปี
(๓) Operator: เพิ่มบทบาทสถาบันเฉพาะทางของแต่ละกระทรวง	(๓) ระดับดำเนินการ (Operator) โดยปรับบทบาทของสถาบันเฉพาะทางในแต่ละกระทรวง (ถ้ามีหรือจัดตั้งขึ้นใหม่) ให้เป็นหน่วยขับเคลื่อนการบริการแบบ Total Solution Center เพื่อ Coaching สำหรับแต่ละกลุ่มสินค้า โดยการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสถาบันต่าง ๆ ในพื้นที่	มติคณะรัฐมนตรี	✓	
๕. การปฏิรูปด้านกฎหมายเพื่อลดอุปสรรคและเอื้ออำนวยความสะดวกธุรกิจทุกระดับ	(๑) ทบทวนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจฐานราก โดยเฉพาะพระราชบัญญัติสหกรณ์พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เอื้อต่อการส่งเสริมเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการด้านเกษตรมูลค่าสูง/เกษตรแปรรูป รวมถึงพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อส่งเสริมการสร้างห่วงโซ่มูลค่าระหว่าง LE/MNC กับ SMEs วิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ในภาค real sectors (๒) แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ ให้ขยายภารกิจครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน ดังนี้ - การส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) - การส่งเสริมวิสาหกิจในภาคเกษตร วิสาหกิจชุมชน และสหกรณ์ต่าง ๆ ในภาค real sectors - การส่งเสริมวิสาหกิจในภาคบริการสาขาส่งเสริมการค้าปลีกค้าส่ง SMEs วิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ - การให้สิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจและสนับสนุน SMEs และ องค์การภาคเอกชน - การจัดการสร้างและส่งเสริมเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจซึ่งกันและกันอย่างเป็นรูปธรรม (๓) ทบทวนแนวทางการกำหนดนิยามของผู้ประกอบการ SMEs ให้มีการจำแนกวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) รวมทั้งทบทวนเกณฑ์การแยกย่อยกลุ่มของวิสาหกิจตามระดับรายได้ (๔) ปรับปรุงกฎระเบียบ/ขั้นตอนที่เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจและลดขั้นตอนที่จำเป็น อาทิ กระบวนการจดทะเบียนพาณิชย์ โดยเฉพาะขั้นตอนการจดทะเบียนการค้าและค่าธรรมเนียมทั้งกับวิสาหกิจ (๕) ปรับปรุงกฎหมายให้เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจทุกระดับและการแข่งขันที่เป็นธรรมทั้งกับวิสาหกิจรายใหญ่ภายในประเทศและผู้ประกอบการต่างชาติ เช่น พรบ. ผังเมือง พรบ. การแข่งขันทางการค้า พรบ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว และกฎระเบียบในการทำกิจการเกษตร และมาตรการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม	หรือ กษ./ เสนอ ครม. หรือ พรบ. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๒ พ.ศ. ... ต่อ ครม. เพื่อพิจารณาเสนอต่อ สนช. หรือ สสว./ เสนอ ครม. หรือ รง. / เสนอ ครม. หรือ หน่วยงาน / เสนอ ครม.	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	

๖. ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. การสร้างสังคมผู้ประกอบการเป็นวาระแห่งชาติ และมียุทธศาสตร์ระดับชาติที่ทิศทางชัดเจน เน้นกลุ่มธุรกิจเป้าหมายและกรอบเวลา

๒. มีสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจสำหรับแต่ละสาขาเศรษฐกิจอยู่ภายใต้กระทรวงต่าง ๆ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของสถาบันเฉพาะทางของภาคเอกชน ภาควิชาการและชุมชนพื้นที่

๓. มีกระบวนการและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจ ทั้งที่เกิดใหม่และที่มีอยู่ในลักษณะ Tailor-made อย่างต่อเนื่องและครบวงจร (Packages)

๔. มีสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจอย่างมีประสิทธิภาพสำหรับแต่ละสาขาเศรษฐกิจ โดยการมีส่วนร่วมของเอกชน

ผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว

๑. เพิ่มความสามารถของวิสาหกิจโดยเฉพาะขนาดเล็ก วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรในเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถเกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าได้มากขึ้น

๒. เพิ่มความร่วมมือเครือข่ายวิสาหกิจในพื้นที่ รองรับการแข่งขันระดับห่วงโซ่มูลค่า

๓. ผู้ประกอบการมีนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าและความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน พัฒนาสู่ ODM และ OBM ได้มากขึ้น ลดการพึ่งพาการรับจ้างผลิต และเพิ่มความมั่นคงของเศรษฐกิจ

๔. ประชาชนมีรายได้มากขึ้น และข้ามพ้นกับดักรายได้ปานกลาง และลดความเหลื่อมล้ำ

๗. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. เกิดจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ไม่น้อยกว่า ๖๐,๐๐๐ ราย ต่อปีและมีอัตราการสิ้นสภาพกิจการของวิสาหกิจลดลง

๒. มูลค่าตลาดสินค้าและบริการภายในประเทศของ SMEs ขยายตัวเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มสัดส่วนใน GDP ของ SME ให้ถึงร้อยละ ๕๐ ของ GDP ของประเทศภายใน พ.ศ. ๒๕๖๓

๓. การส่งออกของ SME ขยายตัวไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ เพื่อให้สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ให้ถึงร้อยละ ๔๐ ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศภายใน พ.ศ. ๒๕๖๓ และมีจำนวนผู้ส่งออกโดยตรงมากขึ้น

๔. อันดับผลการประเมินตามตัวชี้วัด WEF และ IMD ดีขึ้น โดยก้าวสู่การเป็นประเทศเปลี่ยนผ่านไปสู่ Innovation-driven Economy ภายในปี ๒๕๖๓

ทั้งนี้ ในการขับเคลื่อนแผนปฏิรูป ควรวางแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ร่วมกับหน่วยงานปฏิบัติและภาคที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดตัวชี้วัดในรายละเอียดต่อไป

บรรณานุกรม

APEC and Kenan Institute Asia (๒๐๑๔), Study on Integrating SMEs into Global Value Chains. เข้าถึงได้จาก:

http://www.insme.org/insme-newsletter/๒๐๑๔/file-e-allegati/newsletter_documents/Integrating_SMEs.pdf

Economic Research Institute Asia (๒๐๑๔), Report on ASEAN SME Policy Index. เข้าถึงได้จาก:

http://www.eria.org/publications/research_project_reports/FY๒๐๑๒-no.๘.html

ESCAP (๒๐๑๓), Shifting from Quantity to Quality: Growth with equality, efficiency, sustainability and dynamism, United Nations publication. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.unescap.org/sites/default/files/Shifting%20from%20quantity%20to%20quality%20Growth%20with%20equality,%20efficiency,%20sustainability%20and%20dynamism.pdf>

Global Entrepreneurship Monitor (๒๐๑๔), GEM Report. เข้าถึงได้จาก:

gemconsortium.org/docs/download/๓๖๑๖

OECD (๒๐๑๑), Thailand: Key Issues and Policies, OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, Paris: OECD Publishing. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.oecd.org/publications/thailand-key-issues-and-policies-๙๗๘๙๖๔๑๒๑๓๗๕-en.htm>

Punyasavatsut, C. (๒๐๐๘), SMEs in the Thai Manufacturing Industry: Linking with MNCs, in Lim, H. (ed.), SME in Asia and Globalization, ERIA Research Project Report, ๒๐๐๗-๕, pp.๒๘๗-๓๒๑. เข้าถึงได้จาก: http://www.eria.org/SMEs%20in%20The%20Thai%20Manufacturing%20Industry_Linking%20with%20MNEs.pdf

Reis, Jose Guilherme. (๒๐๑๒), Trade Competitiveness Diagnostic Toolkit, World Bank Publications. เข้าถึงได้จาก:

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/๑๐๙๘๖/๒๒๔๘/๖๗๓๖๒๐PUBoEPI๐๐๗๘๖๙Bo๐๙๗๘๐๘๒๑๓๘๙๓๗๙.pdf?sequence=๑>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (๒๕๕๔), ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระยะยาว เสนอคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย (กพข.). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.nesdb.go.th/Portals/๐/home/interest/kro๕๒/kpc/%E๐%B๘%A๒%E๐%B๘%B๘%E๐%B๘%๙๗%E๐%B๘%๙๘%E๐%B๘%A๘%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%AA%E๐%B๘%๙๕%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%๘C%๒๐%E๐%B๘%AA%E๐%B๘%๙E%E๐%B๘%๘๒%E๐%B๘%๘๓%E๐%B๘%๙๙%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%B๐%E๐%B๘%A๒%E๐%B๘%B๐%E๐%B๘%A๒%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%A๗.pdf>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.).(๒๕๕๔) แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) และ ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔). เข้าถึงได้จาก: http://www.sme.go.th/Pages/promoteSMEs/art_๑๔.aspx

ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับ SMEs โดย รัฐสภา ครม. สศช. สสว. กระทรวงพาณิชย์ และ TDRI

<http://library๒.parliament.go.th/giventake/nrc๒๕๕๗-info.html>

<http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program๒-๑.jsp?menu=๑>

<http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=๑๑๗>

<http://cm.nesdb.go.th/>

<http://www.sme.go.th/th/index.php/mnu-all-download>

http://www๒.moc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=๕๗๐๔

<http://tdri.or.th/tag/smes/>

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

๑. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓
๒. พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒
๓. พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘
๔. พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. ๒๕๔๒
๕. พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๔๒
๖. พระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ. ๒๕๑๘ และแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๓๕
๗. พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๓๕, พ.ศ. ๒๕๔๓ และ พ.ศ. ๒๕๕๐)
๘. พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. ๒๕๒๐ (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๓๔ และ พ.ศ. ๒๕๔๔)
๙. พระราชบัญญัติบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๓๔
๑๐. พระราชบัญญัติธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๔๕
๑๑. พระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ. ๒๕๐๙ และ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐
๑๒. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยกลุ่มเกษตรกร พ.ศ. ๒๕๔๗
๑๓. พระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ ๓๙๖) พ.ศ. ๒๕๔๕
๑๔. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยกองทุนตั้งตัวได้ พ.ศ. ๒๕๕๕
๑๕. กฎกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๕
๑๖. ร่างพระราชบัญญัติหลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ.

ภาคผนวก ก

ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(ฉบับที่ ..) พ.ศ.

ภาคผนวก ก
บันทึกหลักการและเหตุผล
ประกอบร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(ฉบับที่ ..) พ.ศ.

หลักการ

แก้ไขเพิ่มเติมบทนิยามให้ครอบคลุมภาคการเกษตร เปลี่ยนแปลงผู้รักษาการตามกฎหมาย ยกเลิกคณะกรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปรับปรุงองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และแก้ไขปรับปรุงถ้อยคำในมาตราที่เกี่ยวข้องให้มีความสอดคล้องกับการแก้ไขเพิ่มเติม และครอบคลุมการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากยิ่งขึ้น

เหตุผล

โดยที่พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.๒๕๔๓ มิได้บัญญัติไว้อย่างชัดเจนให้ภาคการเกษตรซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากและมีความสำคัญควรได้รับการส่งเสริม อยู่ในบทนิยามของคำว่า วิสาหกิจ องค์การเอกชน ประกอบกับมีประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติเปลี่ยนแปลงผู้รักษาการตามกฎหมาย และปรับปรุงองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งต้องมีการปรับถ้อยคำบางมาตราให้มีความชัดเจนและครอบคลุมการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงสมควรให้มีการปรับปรุงพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความสอดคล้องกับการแก้ไขเพิ่มเติมดังกล่าว จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

**บันทึกวิเคราะห์สรุป
สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(ฉบับที่ ..) พ.ศ.**

๑. เหตุผลและความจำเป็นในการเสนอร่างพระราชบัญญัติ

โดยที่คณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ สถาปนาปฏิรูปแห่งชาติ ได้พิจารณาศึกษาแนวทางการปฏิรูปประเทศไทย วาระการปฏิรูปที่ ๑๕ : เรื่อง การสร้างสังคมผู้ประกอบการ ซึ่งผลการพิจารณาได้มีข้อเสนอแนะแนวทางปฏิรูปในเชิงนโยบาย และกฎหมายที่จำเป็นในการปฏิรูปการสร้างสังคมผู้ประกอบการ ดังนั้น เพื่อให้การปฏิรูปประเทศเรื่องการสร้างสังคมผู้ประกอบการเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

๒. สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติ

(๑) แก้ไขเพิ่มเติมบทนิยามของคำว่า วิสาหกิจ องค์การเอกชน ให้ครอบคลุมถึงภาคของการเกษตรซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากและมีความสำคัญให้ได้รับการส่งเสริมสนับสนุน

(๒) แก้ไขเพิ่มเติมผู้รักษาการตามกฎหมาย โดยกำหนดให้นายกรัฐมนตรีเป็นผู้รักษาการตามกฎหมาย

(๓) แก้ไขเพิ่มเติมองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยกำหนดให้รองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นรองประธานกรรมการปรับเปลี่ยนให้ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นกรรมการแทนปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

(๔) แก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้สอดคล้องกับการแก้ไของค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

“สำนักงาน” หมายความว่า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

“ผู้อำนวยการ” หมายความว่า ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้”

มาตรา ๕ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๕ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๕ ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และมีอำนาจออกกฎกระทรวงและประกาศเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงและประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้”

มาตรา ๖ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๖ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๖ ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ รองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นรองประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงแรงงาน ปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปลัดกระทรวงสาธารณสุข ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ผู้แทนสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์เกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือเป็นผู้แทนองค์การเอกชนไม่เกินสิบคนซึ่งแต่งตั้งโดยคณะรัฐมนตรีเป็นกรรมการ และผู้อำนวยการเป็นกรรมการและเลขานุการ”

มาตรา ๗ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๑ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๑๑ คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่วางนโยบายบริหารงาน ควบคุม กำกับดูแลกิจการโดยทั่วไป และรับผิดชอบซึ่งกิจการของสำนักงาน ดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเสนอขอความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี

(๒) กำหนดลักษณะของกิจการอื่นตามมาตรา ๓ เสนอต่อรัฐมนตรีเพื่อดำเนินการประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(๓) กำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา ๔ เสนอต่อรัฐมนตรีในการออกกฎกระทรวง

(๔) เสนอรายงานเกี่ยวกับสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศต่อคณะรัฐมนตรี และจัดให้มีการเผยแพร่รายงานดังกล่าวต่อสาธารณชนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

(๕) พิจารณาให้ความเห็นชอบแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา ๓๗

(๖) ให้คำแนะนำแก่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้อง ในการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา ๓๗ มาตรา ๓๘ และ มาตรา ๓๙

(๗) เสนอแนะมาตรการด้านการเงิน การคลัง การภาษีอากร หรือด้านอื่นเพื่อส่งเสริมการ ปฏิบัติตามนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง

(๘) เสนอให้มีกฎหมาย หรือให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมหรือปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง

(๙) กำหนดมาตรการเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์การเอกชนทั้งในและต่างประเทศ และองค์กรระหว่างประเทศ ในการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(๑๐) เสนอแนะและให้ความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีในเรื่องที่เกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

(๑๑) กำหนดนโยบายและควบคุมดูแลการบริหารกองทุนของสำนักงาน

(๑๒) พิจารณาอนุมัติการดำเนินการของสำนักงานตามมาตรา ๑๖ (๑) (๒) (๓) (๔) และ(๕)

(๑๓) พิจารณาจัดสรรเงินกองทุนเพื่อใช้ในการกิจการที่กำหนดไว้ในมาตรา ๓๔

(๑๔) อนุมัติแผนการดำเนินงาน แผนการเงินและงบประมาณที่สำนักงานจะดำเนินการในแต่ละปี

(๑๕) ออกข้อบังคับเกี่ยวกับการบัญชี และการเงินของสำนักงาน

(๑๖) ออกข้อบังคับว่าด้วยการจัดแบ่งส่วนงาน การบริหารงาน และการปฏิบัติงานของ สำนักงาน

(๑๗) กำหนดจำนวน ตำแหน่ง ระยะเวลาจ้าง อัตราเงินเดือน ค่าจ้าง และเงินอื่นของพนักงาน และลูกจ้าง

(๑๘) ออกข้อบังคับว่าด้วยการบรรจุ การแต่งตั้ง การกำหนดตำแหน่ง การกำหนดอัตรา เงินเดือนหรือค่าจ้าง การเลื่อนเงินเดือนหรือค่าจ้าง การออกจากงาน วินัย การลงโทษ และการอุทธรณ์การ ลงโทษทางวินัย การร้องทุกข์ของพนักงานและลูกจ้าง รวมทั้งการบริหารงานบุคคลโดยทั่วไป

(๑๙) ออกข้อบังคับว่าด้วยการคัดเลือกผู้อำนวยการ การปฏิบัติงานของผู้อำนวยการ และการ มอบให้ผู้อื่นรักษาการแทนหรือปฏิบัติการแทนผู้อำนวยการ

(๒๐) ออกข้อบังคับว่าด้วยสวัสดิการหรือการสงเคราะห์อื่นแก่พนักงานและลูกจ้าง

(๒๑) วางระเบียบกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการกู้ยืมเงิน และการให้กู้ยืมเงิน รวมทั้ง การลงทุน การให้ความอุดหนุน หรือการให้ความช่วยเหลือจากเงินกองทุน หรือการเข้าร่วมกิจการ หรือถือหุ้น

(๒๒) วางระเบียบเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และวิธีการบริหารหรือจัดการกองทุนของผู้จัดการ กองทุนตามมาตรา ๓๖

(๒๓) วางระเบียบการรับและเบิกจ่ายเงินของกองทุน”

มาตรา ๘ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๖ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๑๖ ให้จัดตั้งสำนักงานขึ้นเรียกว่า “สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดประเภทและขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม

(๒) กำหนดประเภทและขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สมควรได้รับการส่งเสริม รวมทั้งเสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(๓) ประสานและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้อง

(๔) ศึกษาและจัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ

(๕) เสนอแนะต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการปรับปรุงพระราชบัญญัตินี้ รวมทั้งการดำเนินการให้มีกฎหมายใหม่ การแก้ไขเพิ่มเติมหรือการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(๖) บริหารกองทุนตามนโยบายและมติของคณะกรรมการ

(๗) ดำเนินงานธุรการของคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ ซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้ง

(๘) ปฏิบัติงานอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานหรือตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

ให้สำนักงานเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน และไม่เป็นรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณหรือกฎหมายอื่น

ให้สำนักงานมีฐานะเป็นนิติบุคคลและอยู่ในกำกับของนายกรัฐมนตรี

กิจการของสำนักงานไม่อยู่ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายว่าด้วยแรงงานสัมพันธ์ กฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม และกฎหมายว่าด้วยเงินทดแทน”

มาตรา ๙ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๑๗ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๑๗ สำนักงานมีอำนาจหน้าที่กระทำการต่าง ๆ ภายในขอบแห่งวัตถุประสงค์ ตามที่ระบุไว้ในมาตรา ๑๖ และอำนาจหน้าที่เช่นนี้ให้รวมถึง

(๑) จัดให้ได้มา ถือกรรมสิทธิ์ มีสิทธิครอบครองหรือมีทรัพย์สินสิทธิต่าง ๆ เช่า ให้เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ โอนหรือรับโอนสิทธิการเช่าหรือสิทธิการเช่าซื้อ ขายหรือจำหน่ายโดยวิธีอื่นใดซึ่งสังหาริมทรัพย์หรือสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนรับทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้

(๒) กู้ยืมเงิน หรือให้กู้ยืมเงินโดยมีหลักประกันด้วยบุคคลหรือทรัพย์สิน หรือลงทุน ทั้งนี้เพื่อการวิจัย พัฒนา และส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยรวมเท่านั้น

(๓) ให้ความอุดหนุนหรือช่วยเหลือเพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(๔) เข้าร่วมกิจการกับบุคคลอื่น หรือถือหุ้นในบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด เพื่อประโยชน์แก่การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(๕) ร่วมมือกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนทั้งในและต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(๖) รับค่าตอบแทนและค่าบริการในการให้บริการภายในขอบเขตแห่งวัตถุประสงค์ของสำนักงาน รวมทั้งทำความตกลงกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับค่าตอบแทนและค่าบริการนั้น

(๗) จัดทำรายงานการรับและการจ่ายเงินของกองทุนเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ

(๘) กระทำการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสำนักงาน”

มาตรา ๑๐ ให้ยกเลิกมาตรา ๑๘ มาตรา ๑๙ มาตรา ๒๐ มาตรา ๒๑ และมาตรา ๒๒ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓

มาตรา ๑๑ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๒๓ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๒๓ ให้คณะกรรมการเป็นผู้แต่งตั้งผู้อำนวยการ รวมทั้งกำหนดเงินเดือน ประโยชน์ตอบแทน และเงื่อนไขในสัญญาจ้าง”

มาตรา ๑๒ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๒๖ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๒๖ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา ๒๕ ผู้อำนวยการพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) คณะกรรมการให้ออก

(๔) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๒๔”

มาตรา ๑๓ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๒๗ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๒๗ ผู้อำนวยการมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) บริหารกิจการของสำนักงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน และตามนโยบาย ข้อบังคับ ระเบียบ และมติของคณะกรรมการ และบังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน

(๒) รับผิดชอบในการจัดการและดำเนินงานของสำนักงานตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

(๓) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของสำนักงานโดยไม่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด”

มาตรา ๑๔ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๒๘ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๒๘ ในกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้ผู้อำนวยการเป็นผู้แทนของสำนักงานและเพื่อการนี้ ผู้อำนวยการจะมอบอำนาจให้บุคคลใดปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนก็ได้ ทั้งนี้ ตามข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด”

มาตรา ๑๕ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๒๙ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๒๙ ให้สำนักงานวางและถือไว้ซึ่งระบบบัญชีที่เหมาะสมแก่กิจการแยกตามประเภทงานส่วนที่สำคัญ มีสมุดบัญชีแสดงรายการรับและจ่ายเงิน สินทรัพย์และหนี้สิน ที่แสดงกิจการที่เป็นอยู่ตามความจริงและถูกต้องตามประเภทงาน และต้องจัดให้มีการตรวจสอบภายในเกี่ยวกับ การเงิน การบัญชี และการพัสดุของสำนักงานตลอดจนรายงานผลการตรวจสอบให้คณะกรรมการทราบอย่างน้อยปีละครั้ง

ในการตรวจสอบภายใน ให้มีพนักงานของสำนักงานทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบภายในโดยเฉพาะ และให้รับผิดชอบขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตามระเบียบหรือ ข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด”

มาตรา ๑๖ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๓๐ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๓๐ ให้สำนักงานจัดทำงบดุล งบการเงิน และบัญชีทำการ ส่งผู้สอบบัญชีภายในเก้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีบัญชีทุกปี และให้ถือวันที่สามสิบเอ็ดธันวาคมเป็นวันสิ้นปีบัญชี

ให้สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน หรือบุคคลภายนอกตามที่คณะกรรมการแต่งตั้งด้วยความเห็นชอบของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน เป็นผู้สอบบัญชี และประเมินผลการใช้จ่ายเงินและทรัพย์สินของสำนักงาน โดยให้แสดงความคิดเห็นเป็นข้อวิเคราะห์ว่าการใช้จ่ายดังกล่าวเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ประหยัด และได้ผลตามเป้าหมายเพียงใด แล้วทำรายงานผลการสอบบัญชีเสนอต่อคณะกรรมการ

เพื่อการนี้ ให้ผู้สอบบัญชีมีอำนาจตรวจสอบ สรรพสมุดบัญชีและเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ของสำนักงาน สอบถามผู้อำนวยการ ผู้ตรวจสอบภายใน พนักงาน และลูกจ้างหรือบุคคลอื่นได้ตามความจำเป็น”

มาตรา ๑๗ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๓๔ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๓๔ เงินกองทุนให้ใช้จ่ายเพื่อกิจการดังต่อไปนี้

(๑) ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกู้ยืมสำหรับดำเนินการก่อตั้ง ปรับปรุง และพัฒนากิจการของวิสาหกิจ หรือกลุ่มวิสาหกิจนั้น ให้มีประสิทธิภาพและขีดความสามารถเพิ่มขึ้น

(๒) ให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชน เพื่อนำไปใช้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(๓) เป็นเงินช่วยเหลืออุดหนุนการดำเนินการใด ร่วมกิจการ ร่วมทุน หรือลงทุนใดที่เกี่ยวกับการก่อตั้ง การขยายกิจการ การวิจัย พัฒนาและการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยรวม ทั้งนี้ ตามที่คณะกรรมการกำหนด

(๔) เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของสำนักงานและการบริหารกองทุน”

มาตรา ๑๘ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๓๕ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๓๕ ในการพิจารณาจัดสรรเงินกองทุนตามมาตรา ๑๑ (๑๓) ให้คณะกรรมการพิจารณาให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา ๓๗

ในกรณีเป็นการจัดสรรเงินกองทุนเพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลาง วิสาหกิจขนาดย่อมหรือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกู้ยืมตามมาตรา ๓๔ (๑) ให้คณะกรรมการพิจารณากำหนดระยะเวลาชำระคืนเงินที่กู้ยืมจากกองทุน อัตราดอกเบี้ย และหลักประกันตามความจำเป็นและเหมาะสมด้วย

ในกรณีเป็นการให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือองค์การเอกชนตามมาตรา ๓๔ (๒) ให้คณะกรรมการพิจารณาความจำเป็นตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนนั้น โดยในส่วนของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจให้คำนึงถึงงบประมาณแผ่นดินหรือเงินอุดหนุนที่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจนั้นได้รับการจัดสรรไว้แล้วด้วย”

มาตรา ๑๙ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๓๖ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๓๖ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สถาบันการเงินที่นโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เห็นสมควรเป็นผู้จัดการกองทุนในเงินกองทุนส่วนที่จัดสรรตามมาตรา ๓๔ และมาตรา ๔๒ ทั้งนี้ ตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนดตามมาตรา ๑๑ (๒๒)

ระเบียบตามวรรคหนึ่งต้องสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา ๓๗ และมาตรา ๓๘ ”

มาตรา ๒๐ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๓๗ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๓๗ ให้สำนักงานจัดทำแผนปฏิบัติการเรียกว่า “แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” เพื่อปฏิบัติตามนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา ๑๑ (๑) เสนอต่อคณะกรรมการให้ความเห็นชอบ

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามวรรคหนึ่ง เมื่อคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้วเป็นอันใช้ได้ และให้รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

มาตรา ๒๑ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๔๒ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๔๒ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์การเอกชน ที่ประสงค์จะขอรับความช่วยเหลือ ส่งเสริม หรือสนับสนุนจากกองทุนตามมาตรา ๓๔ ให้ยื่นคำขอต่อสำนักงาน หรือสถาบันการเงินที่สำนักงานโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมอบหมายให้เป็นผู้จัดการกองทุน หรือส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่คณะกรรมการมอบหมาย แล้วแต่กรณี พร้อมด้วยรายละเอียดแสดงแผนงานและโครงการที่จะดำเนินการ

การขอและการให้ความช่วยเหลือ การส่งเสริม หรือการสนับสนุน ตลอดจนคุณสมบัติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์การเอกชนที่มีสิทธิขอความช่วยเหลือ ส่งเสริม หรือสนับสนุนตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง”

มาตรา ๒๒ ให้ยกเลิกความในมาตรา ๔๓ แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา ๔๓ ในการพิจารณาคำขอรับความช่วยเหลือ ส่งเสริม หรือสนับสนุนตามมาตรา ๔๒ ให้สำนักงานโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาจัดสรรให้สอดคล้องกับแผนงาน โครงการกิจกรรม หรือมาตรการตามมาตรา ๓๘ โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้และความจำเป็นในทางเศรษฐกิจ การเงินการลงทุน และเงินทุนหมุนเวียนของวิสาหกิจ กลุ่มวิสาหกิจหรือองค์การเอกชนผู้ยื่นคำขอ”

มาตรา ๒๓ บรรดากฎกระทรวง ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่งอื่นใดที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ ซึ่งใช้บังคับอยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้มีผลใช้บังคับ ให้บังคับได้ต่อไปเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับพระราชบัญญัตินี้ ทั้งนี้ จนกว่าจะมีกฎกระทรวง ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่งที่ออกตามพระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

การดำเนินการใด ๆ ซึ่งได้กระทำโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ ก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้มีผลต่อไปจนกว่าการดำเนินการนั้นจะถึงที่สุดหรือสิ้นสุดลง

มาตรา ๒๔ ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

.....
นายกรัฐมนตรี

ภาคผนวก ข

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการสร้างสังคมผู้ประกอบการ

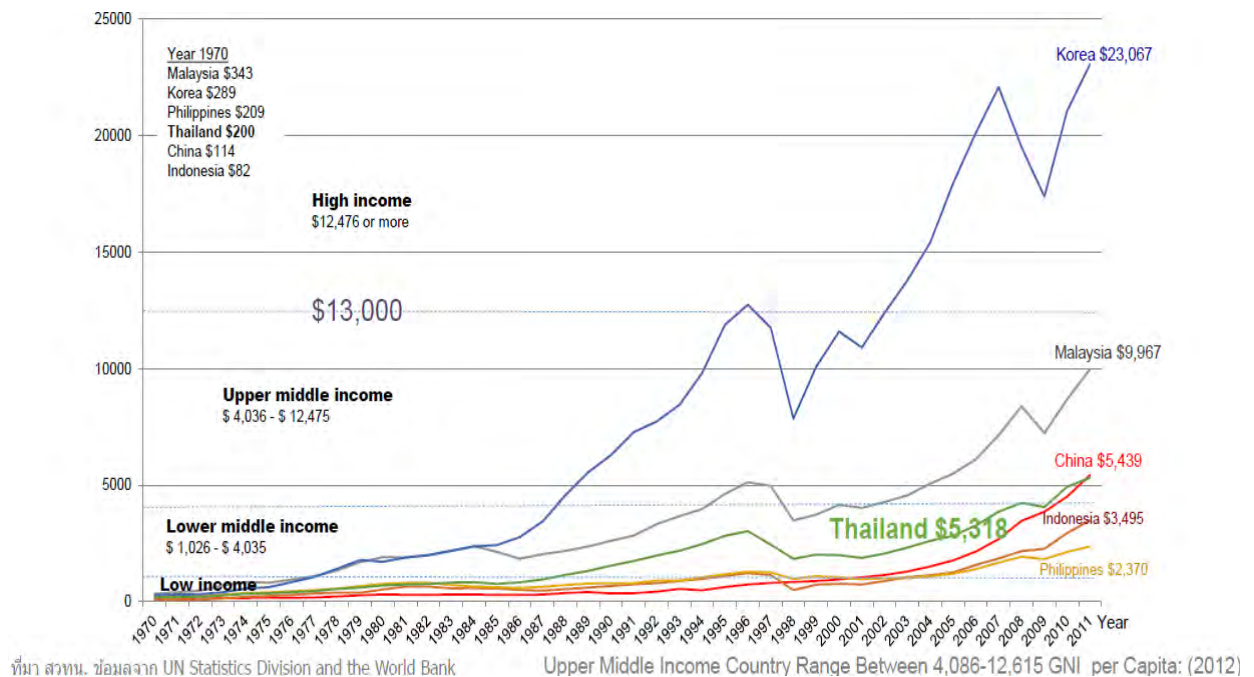
ภาคผนวก ข

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการสร้างสังคมผู้ประกอบการ

๑. หลักการและเหตุผล

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจเป็นพื้นฐานของสังคมที่มีคุณภาพและเสถียรภาพทางการเมือง เป็นที่ทราบกันดีว่าเศรษฐกิจไทยพึ่งพาการรับจ้างผลิตและการลงทุนจากต่างชาติ โดยกว่าร้อยละ ๗๐ ของ GDP ขึ้นอยู่กับการผลิตเพื่อส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมให้กับบริษัทข้ามชาติเพื่อส่งไปยังตลาดหลักเพียงไม่กี่ประเทศ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจึงแขวนไว้กับปัจจัยภายนอกและความผันผวนของตลาดโลก ยิ่งไปกว่านั้นสินค้าอุตสาหกรรมเหล่านั้นยังมีสัดส่วนการใช้วัตถุดิบสินค้านำเข้าสูง ทำให้ผลประโยชน์ไม่ตกอยู่ในประเทศไทยเท่าที่ควร ในส่วนของภาคเกษตรและการท่องเที่ยวยังต้องพัฒนาไปสู่สินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง ทั้งต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนด้านสภาพอากาศและการเมืองในประเทศ ตลอดจนความท้าทายจากหลายประเทศที่ก้าวเข้ามาแทนที่ประเทศไทย ทั้งในด้านการผลิตและการท่องเที่ยว

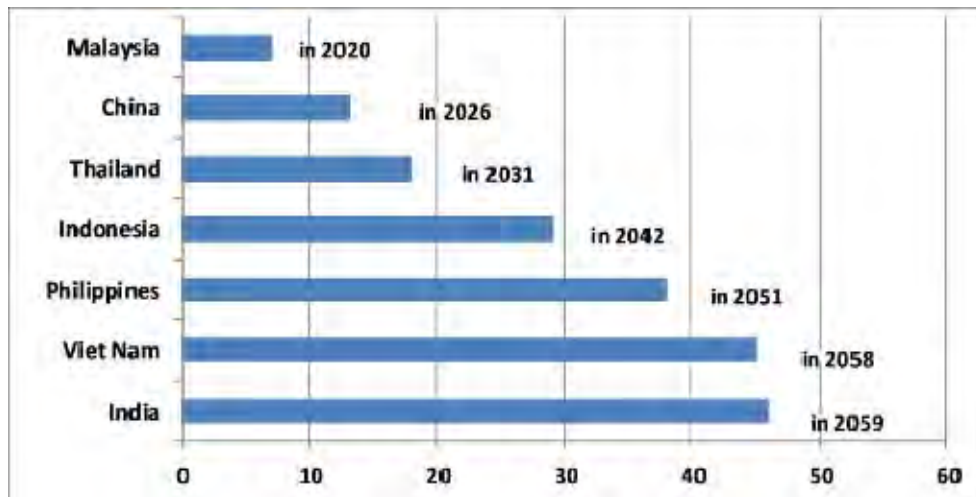
จากพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่ผ่านมา คนไทยส่วนใหญ่จึงได้รับประโยชน์จากระบบเศรษฐกิจและศักยภาพของประเทศอย่างจำกัด มีรายได้มวลรวมประชาชาติ (GNI) ต่อหัวเพียงประมาณ ๕,๓๐๐ ดอลลาร์สหรัฐและมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างชะงักงัน ในขณะที่การก้าวข้ามให้พ้นภาวะดังกล่าวก็ไม่อาจทำได้ง่าย เนื่องจากข้อจำกัดด้านผลิตภาพ การยกระดับมูลค่า และความสามารถในการประกอบธุรกิจการค้า ดังปรากฏในรายงานการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ที่พบว่า หากไม่มีการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจอย่างจริงจัง ประเทศไทยจะใช้เวลาถึง ๒๐ ปีที่จะก้าวพ้นภาวะรายได้ปานกลางได้ในปี พ.ศ. ๒๕๗๙



ภาพที่ ๑ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนไทย

ในขณะการศึกษาขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) พบว่า ประเทศไทยจะพัฒนาไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูงได้ (High Income Country) ในปี พ.ศ. ๒๕๗๕ ซึ่งประเทศไทย จำเป็นต้องปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้สามารถเพิ่มผลิตภาพ สร้างสรรค์มูลค่าและขยายศักยภาพ ภาคบริการให้มากยิ่งขึ้น

Best scenario simulation of estimated time required to become high income countries for selected Asian middle income countries (years)



ที่มา : OECD Development Centre. Note: Based on World Bank's criterion for classifying economies, high income countries are defined as having GNI per capita above USD ๑๒ ๐๐๐ in ๒๐๑๓. Growth prospects in this simulation are in line with MPF-๒๐๑๔. Population projections are based on UN data.

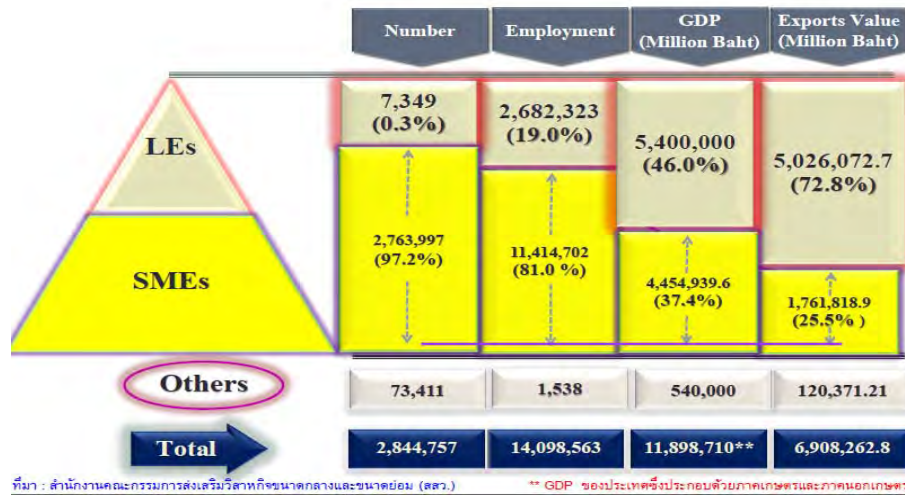
ภาพที่ ๒ การก้าวข้ามภาวะรายได้ปานกลางของประเทศต่าง ๆ คาดการณ์โดย OECD

แม้ว่ารายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำของประเทศไทย ปี พ.ศ. ๒๕๕๕ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) บ่งชี้ว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ผ่านมาทำให้ความยากจนของไทยลดลง อย่างไรก็ตาม พบว่าการกระจายรายได้ยังคงทรงตัวในระดับปานกลาง (Gini Coefficient: ๐.๔๘ – ๐.๔๙) โดยรายได้กระจุกตัวอยู่กับคนกลุ่มเล็ก ๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนรวยที่สุดร้อยละ ๑๐ ที่ถือครองรายได้ถึงเกือบร้อยละ ๔๐ ของรายได้ทั้งหมด ขณะที่กลุ่มคนจนที่สุดร้อยละ ๑๐ ถือครองรายได้เพียงร้อยละ ๑.๖ ทำให้ความแตกต่างของรายได้ระหว่างกลุ่มคนรวยที่สุดกับกลุ่มคนจนที่สุดห่างกันถึง ๒๕ เท่า^๑ ก่อให้เกิดสภาพสังคมที่เหลื่อมล้ำค่อนข้างสูง และเป็นมูลเหตุของนโยบายประชานิยมและปัญหาความแตกแยกทางการเมืองของคนในสังคม

ท่ามกลางบริบทในอนาคตภายใต้การแข่งขันเสรีทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ วิสาหกิจทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม การค้าและบริการ ยังต้องได้รับการปรับตัวให้เข้มแข็ง สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ดีเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีจำนวนมากถึงร้อยละ ๙๗ ของวิสาหกิจไทย แต่กลับมีสัดส่วนมูลค่าใน GDP เพียงร้อยละ ๓๗.๕ และเป็นผู้ส่งออกเพียงร้อยละ ๑

^๑ ผลการศึกษาและข้อเสนอจาก โครงการเวทีภาคีพัฒนาประเทศไทย “ปฏิรูปสังคม: แก้ความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างสังคมเข้มแข็ง” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), พฤษภาคม ๒๕๕๗.

ของจำนวนทั้งหมด รวมถึงวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อยที่ค้าจนเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนด้วย หากประเทศไทยไม่สามารถยกระดับจากเศรษฐกิจฐานรากของการผลิตแบบรับจ้างไปสู่สังคมของผู้ประกอบการแล้ว จะเป็นการยากที่เศรษฐกิจจะเติบโตอย่างเข้มแข็งและพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) รวมถึงวังวนของนโยบายเศรษฐกิจแบบประชานิยมและวิกฤตทางการเมืองซ้ำแล้วซ้ำเล่า



ภาพที่ ๓ ความสำคัญของ SMEs ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

นอกจากนี้ ความท้าทายประการสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ประเทศไทยกำลังประสบกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในภูมิภาค หลายทศวรรษที่ผ่านมา ด้วยโอกาสและความได้เปรียบในหลาย ๆ ด้าน ประเทศไทยสามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าแห่งหนึ่งของเอเชีย อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานในเศรษฐกิจโลก ทำให้เครือข่ายการผลิตระหว่างประเทศ (Global Value Chain) เปลี่ยนแปลงไป โดยมีการใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้นและมีแนวโน้มจะเคลื่อนย้ายการผลิตไปยังประเทศที่อยู่ใกล้กับตลาดปลายทางมากขึ้น (Near-shoring Value Chain) การรักษาสถานะการเป็น Trading Nation หรือประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยภาคการค้าให้ได้อย่างยั่งยืนต่อไปจำเป็นต้องอาศัยภาคการค้าสินค้าและการค้าบริการต้องปรับตัว ซึ่งหัวใจสำคัญประการหนึ่งของการเป็น Trading Nation คือการมีผู้ประกอบการและวิสาหกิจทุกระดับที่มีศักยภาพให้สูงขึ้นอีกระดับหนึ่ง โดยมีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

๒. ประเด็นการศึกษา/ข้อเท็จจริง

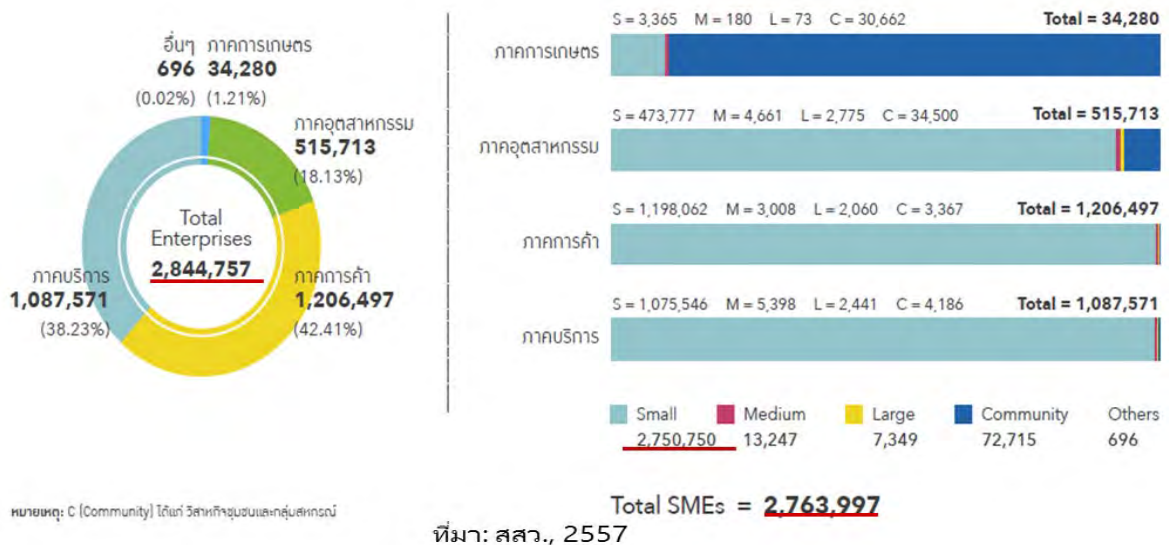
๒.๑ นิยามสังคมผู้ประกอบการ

๒.๑.๑ ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ที่แสวงหาโอกาสทางการค้า พร้อมทั้งจะรับความเสี่ยงจากการลงทุน สามารถวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจ ใช้องค์ความรู้ในการสร้างสรรค์มูลค่าและความแตกต่าง มุ่งมั่น/ผูกพันต่อเป้าหมาย มีความสามารถปรับตัวและแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสภาพแวดล้อมให้อื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ (Citizenship) การสร้างสังคมผู้ประกอบการ จึงเท่ากับเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดคนที่มีคุณลักษณะข้างต้นและวิสาหกิจที่เติบโตได้อย่างยั่งยืน^๒

^๒ ข้อมูลจากการบรรยายของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, การประชุมหารือหน่วยงานภาครัฐ สถาปนาวิสาหกิจแห่งชาติ, ๒๕๕๘.

๒.๑.๒ วิสาหกิจ (Enterprise) หมายถึง องค์กรที่ผลิตสินค้า บริการ ค้าส่ง ค้าปลีก หรือกิจการอื่น ๆ โดยวิสาหกิจขนาดกลางหรือวิสาหกิจขนาดย่อม (SMEs) คือ วิสาหกิจที่มีจำนวนการจ้างงานมูลค่าสินทรัพย์ถาวรหรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓

ในส่วนของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ หมายถึง การประกอบการของคนในชุมชน เพื่อความสามารถในการพึ่งพาตนเองและความพอเพียงของครอบครัวและชุมชนเป็นสำคัญ ในขณะที่กิจการสหกรณ์ ซึ่งเป็นนิติบุคคลภายใต้พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒ หมายถึง คณะบุคคลที่ร่วมกันเป็นเจ้าของและดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น



ภาพที่ ๔ จำนวนของวิสาหกิจของไทยจำแนกตามขนาดและสาขา

๒.๑.๓ ประเภทของผู้ประกอบการ/วิสาหกิจ ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจที่เป็นทางการรวมทั้งสิ้น ๒,๘๔๔,๗๕๗ ราย ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายทั้งด้านการเกษตร อุตสาหกรรมการค้าและบริการ มีขนาด (Scales) แตกต่างกันไปตั้งแต่เล็ก กลาง ใหญ่ และผู้ประกอบการธุรกิจข้ามชาติ (MNCs) โดยวิสาหกิจขนาดเล็กอาจมีทั้งที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและไม่เป็นนิติบุคคลแต่ได้มีการขึ้นทะเบียนเป็นร้านค้าและวิสาหกิจชุมชน รวมถึงนิติบุคคลประเภทสหกรณ์ (อาทิ สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ และสหกรณ์การเกษตร) นอกจากนี้ ธุรกิจแต่ละหน่วยยังมีความแตกต่างกันไปในแต่ละขั้นของการพัฒนา (Stages in Business Life Cycle) รวมทั้งลักษณะเฉพาะในเชิงพื้นที่ด้วย (Spatial Settings) อาทิ ความใกล้ชิดแหล่งวัตถุดิบสำคัญและตลาดเป้าหมายที่แตกต่างกัน รวมถึงจุดเด่นเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาและส่งเสริมจึงต้องถูกกำหนดให้สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มและบริบทพื้นที่

๒.๑.๔ สังคมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Society) หมายถึง การอยู่ร่วมกันของผู้ประกอบการและวิสาหกิจที่หลากหลาย อย่างเท่าเทียมและเอื้ออาทร (Equitable, Caring, Sharing) ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้ออำนวยและเป็นธรรม เพื่อความเข้มแข็งและแข่งขันได้ในระดับสากล

สังคมผู้ประกอบการของประเทศไทยไม่ได้เกิดโดยลำพัง หากแต่ถูกรายล้อมด้วยเครือข่ายองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา ที่สร้างสภาพแวดล้อมเชิงสถาบัน (Institutional Factors) ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งปัจจัยเกื้อหนุนเชิงบวกและข้อจำกัดต่อการเกิดของธุรกิจและทิศทางที่สังคมผู้ประกอบการจะดำเนินไป รวมถึงบริบททางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคอาเซียนและระดับโลกที่เป็นทั้งโอกาส

๒.๒ กรอบกฎหมายและยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจของประเทศไทย

วิสาหกิจไทยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลและสนับสนุนโดยหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน ด้วยกฎหมายหลายฉบับที่เกี่ยวข้อง ดังปรากฏในตารางที่ ๑

ตารางที่ ๑ กฎหมายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจประเภทต่าง ๆ

ประเภท	คำนิยาม	กฎหมายและเจ้าภาพ	ยุทธศาสตร์
วิสาหกิจนิติบุคคล - MNCs - วิสาหกิจขนาดใหญ่ - วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	วิสาหกิจที่มีจำนวนการจ้างงาน และมูลค่าสินทรัพย์ถาวรหรือทุน จดทะเบียนที่ชำระแล้ว ตาม พรบ. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543	- BOI ก.อุตสาหกรรม ก.พาณิชย์ สถาบันเฉพาะทาง - พรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 - สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 2555-2559 - ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุน 2556 - 2560 - แผนพัฒนาการเกษตร 2555 -2559
วิสาหกิจชุมชน (ไม่น้อยกว่า 7 คน โดยต้องไม่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน)	กิจการการผลิตสินค้า ให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดย คณะบุคคลที่มีวิถีชีวิตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเอง	- พรบ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 - กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรฯ - คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	- แผนแม่บทอุตสาหกรรม 2555-2574 - แผนการส่งเสริมวิสาหกิจ SMEs 2560-2564
สหกรณ์การเกษตร (ผู้จัดตั้งไม่น้อยกว่า 10 คน)	เป็นสถาบันเกษตรกรที่ตั้งขึ้นในหมู่เกษตรกร จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยเหลือกันแก้ไขปัญหา อาทิ การผลิตและการตลาด โดยมีความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์ร่วมกัน	- พรบ. สหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒ แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๕๓ - กรมส่งเสริมสหกรณ์ และ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ก.เกษตรฯ	- แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ 2555 - 2564 - แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555-2559 - แผนยุทธศาสตร์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2555-2559
กลุ่มเกษตรกร (ไม่น้อยกว่า ๗คน)	สถาบันเกษตรกรที่บริหารจัดการเครือข่ายสมาชิกแบบหลวมๆ	- พรฎ. ว่าด้วยกลุ่มเกษตรกร พ.ศ. 2547 - กรมส่งเสริมการเกษตร ก.เกษตรฯ	- แผนยุทธศาสตร์และเทคโนโยลี 2555-2559 - แผนพัฒนาการศึกษา ระดับอุดมศึกษา 2555-2559
OTOP	โครงการที่รัฐบาลส่งเสริมแต่ละตำบลผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย โดยใช้ผลิตผลและภูมิปัญญาของตำบล	- เป็นโครงการของรัฐบาลที่ SMEs วิสาหกิจชุมชน และสหกรณ์การเกษตร ดำเนินการได้ - กรมการพัฒนาชุมชน ก.มหาดไทย	- ยุทธศาสตร์กระทรวงมหาดไทย 2556-2561

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ ๑ - ๑๑) กับการสร้างสังคมผู้ประกอบการ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของประเทศไทย เริ่มเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๐๔ โดยในช่วงระหว่างแผนฉบับที่ ๑ - ๖ (พ.ศ. ๒๕๐๔ - ๒๕๓๔) แผนพัฒนาฯ ได้เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศเป็นหลัก เพื่อรองรับการพัฒนาภาคการผลิตของประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้าและการส่งเสริมการเข้ามาลงทุนของต่างประเทศ รวมถึงการขยายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ซึ่งทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการเติบโตทางเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ ๗.๘ ต่อปี^๔

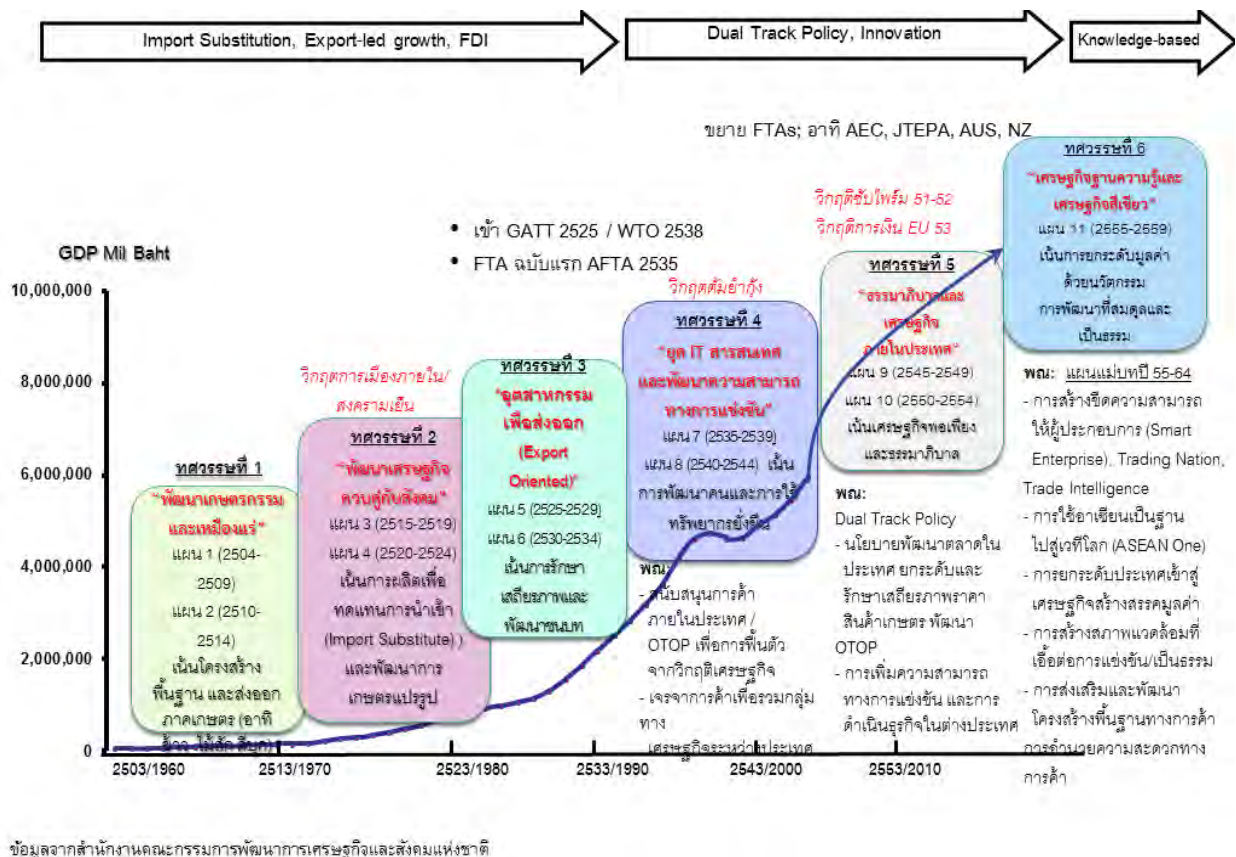
แผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ ๗ - ๘ (พ.ศ. ๒๕๓๕ - ๒๕๔๔) เริ่มให้ความสำคัญกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งสู่เศรษฐกิจมีเสถียรภาพ ลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ประชากร กระตุ้นการพัฒนาสู่ภูมิภาค ส่งผลให้ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๓๕ - ๒๕๓๙ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ ๘.๑ ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาไปถึงจุดสูงสุดในรอบ ๓๐ ปี อย่างไรก็ตาม ในช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ ๘ เกิดวิกฤตเศรษฐกิจฟองสบู่ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๔๐ ทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของแผนพัฒนาฉบับที่ ๘ ลดลงเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ -๐.๑ ต่อปี ซึ่งเมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตของทั้ง ๒ ช่วง จะพบว่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ ๓.๙ โดยเหตุการณ์วิกฤตฟองสบู่ที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวสำคัญในภาครัฐและเอกชน

^๔ ประมวลจากข้อมูล METADATA ของ The World Bank.

ตามมา อาทิ เกิดพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.๒๕๔๓ เกิดหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) และสถาบันเฉพาะทาง เป็นต้น เกิดโครงการ/กิจกรรมที่สร้างกระแสสังคมผู้ประกอบการ ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ให้กับภาคธุรกิจ และ SMEs จำนวนมากเกิดความตื่นตัวในการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของตนเองเพื่อความอยู่รอด

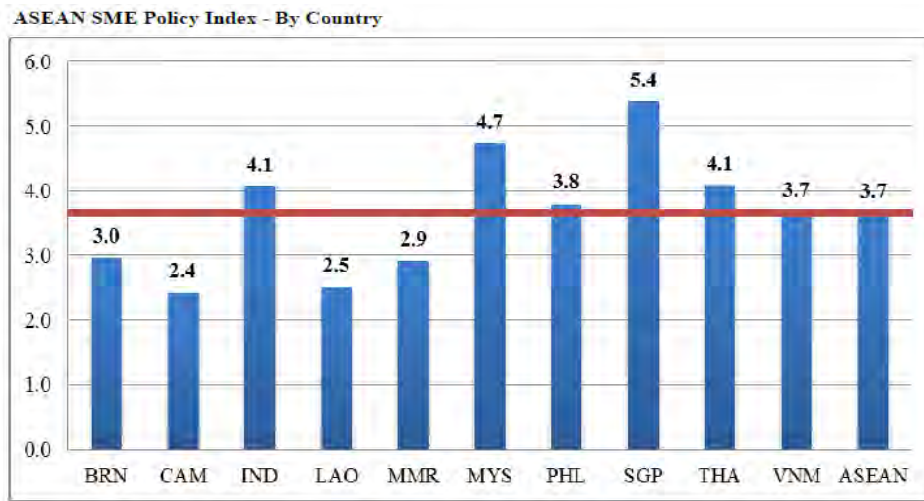
ในช่วงแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ ๙ – ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๔๕ – ๒๕๕๔) หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๔๐ รัฐบาลเริ่มให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจ SMEs การเพิ่มผลผลิต และการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Clustering) ของประเทศ โดยยึดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาต่อเนื่องจากแผนฉบับที่ ๘ มุ่งการพัฒนาที่สมดุลระหว่างคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของทุกภาคส่วน และการบริหารจัดการที่ดี ในทุกระดับของหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ ในช่วงแผนฉบับที่ ๘ ยังมีการจัดตั้งหน่วยงานด้านนวัตกรรมหลายแห่ง อาทิ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในช่วงของแผนฉบับที่ ๑๐ เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองหลายครั้ง ทำให้มาตรการของรัฐบาลความต่อเนื่อง ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศตะวันตก จึงส่งผลให้ GDP Growth ของประเทศเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ ๔.๑ ต่อปี

สำหรับแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) มุ่งเน้นการพัฒนาฐานการผลิตและบริการ การสร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ สังคม และสร้างภูมิคุ้มกันจากวิกฤตการณ์ แม้ว่าเป้าหมายของแผนฉบับนี้จะมุ่งทำให้เศรษฐกิจมีความเข้มแข็งสมดุล ความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น มีหลักประกันสังคมที่ทั่วถึง และสังคมไทยมีความสุขอย่างมีธรรมาภิบาล แม้ว่าปัจจุบันจะดำเนินการมาถึงระยะสุดท้ายของแผน แต่ในช่วงดังกล่าวเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลทางลบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อาทิ เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ภาคธุรกิจประสบปัญหาเกี่ยวกับการส่งออก ปัญหาความโปร่งใสในการบริหารและการใช้จ่ายงบประมาณ เกิดช่องว่างของรายได้ระหว่างคนรวยและคนจน ส่งผลให้การพัฒนาประเทศไม่เป็นไปตามแผนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ของประเทศยังไม่สามารถปรับตัวให้มีผลิตภาพ และนวัตกรรมในระดับที่สูงขึ้นได้ ทำให้ประเทศไทยยังไม่สามารถก้าวพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ ๓.๖ ต่อปี



ภาพที่ ๖ ครึ่งศตวรรษของทิศทางการค้าประเทศไทย

แม้ว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ ๓ ได้กล่าวถึงการพัฒนาความเจริญจากสังคมเมืองไปสู่สังคมชนบท แต่เริ่มให้ความสำคัญอย่างจริงจังในช่วงแผนฉบับที่ ๗ เป็นต้นมา โดยระบุถึงการสร้างความเข้มแข็งให้กับ SMEs และวิสาหกิจชุมชน รวมถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยภาครัฐได้สร้างสถาบัน/องค์กรต่าง ๆ ขึ้นมารองรับแผนพัฒนา ฯ ดังกล่าว อย่างไรก็ตาม แผนพัฒนา ฯ ที่ผ่านมาเป็นเพียงแนวทางกว้าง ๆ การเติบโตของประเทศไทยจึงขึ้นกับปัจจัยทางเศรษฐกิจจากภายนอกประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งยังไม่สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างเต็มที่ และเป็นที่น่าสังเกตว่าหลายประเทศทั้งในเอเชียและยุโรป ตะวันออกซึ่งอดีตเคยล้าหลังกลับพัฒนาให้เจริญรุดหน้าได้ก่อนประเทศไทย สะท้อนถึงองค์กรที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่ยังไม่พร้อมและขาดการเชื่อมโยงวิสาหกิจขนาดใหญ่กับ SMEs และวิสาหกิจในระดับชุมชนอย่างทั่วถึง ซึ่งจะช่วยยกระดับเศรษฐกิจและลดปัญหาช่องว่างทางเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจของไทยยังขาดทิศทางที่แน่ชัดและบูรณาการเพื่อการขับเคลื่อนที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง



ที่มา : OECD & ERIA Research Report on SME Policy Index, ๒๐๑๔

ภาพที่ ๗ ระดับการพัฒนาส่งเสริมและวิสาหกิจ SMEs ของประเทศไทยเทียบกับประเทศในภูมิภาค

๒.๓ ปัญหาและข้อจำกัดในการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจ

ในการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็ง แข่งขันได้ในระดับสากล และมีธรรมาภิบาลนั้น มีประเด็นในเชิงโครงสร้างที่ต้องพิจารณาหลายประการ ดังนี้

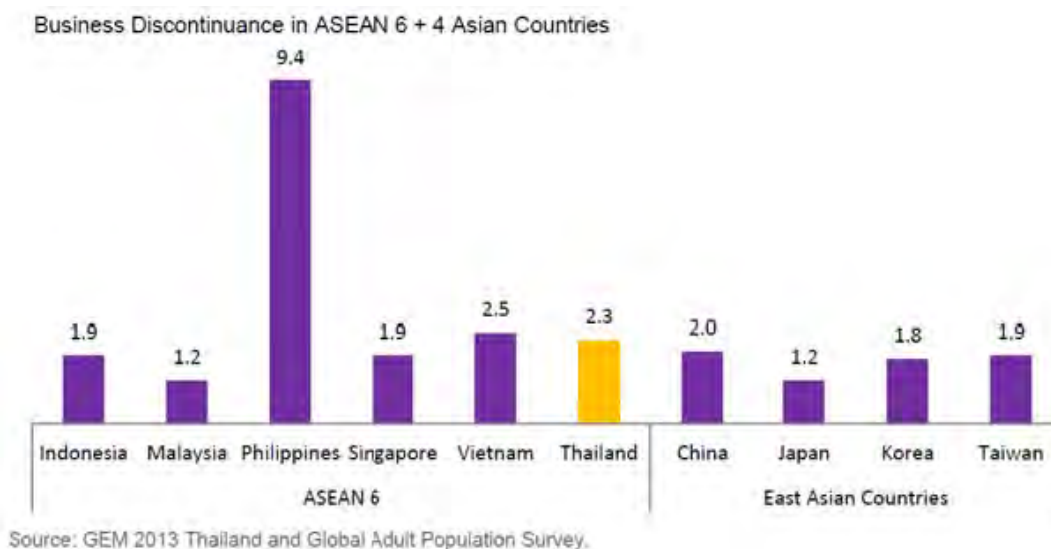
๒.๓.๑ ค่านิยม จิตวิญญาณและทักษะพื้นฐานของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

(๑) เศรษฐกิจประเทศไทยมีพื้นฐานจากสังคมเกษตรกรรมและค่านิยมในการประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอนและมีสวัสดิการ ทักษะคิดในการประกอบอาชีพอิสระจึงยังจำกัดอยู่เพียงกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ส่งผลให้คนไทยโดยรวมยังขาดจิตวิญญาณในการประกอบอาชีพอิสระ โดยยังไม่ตระหนักว่าการประกอบธุรกิจเป็นอาชีพที่มั่นคงและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่นและระดับประเทศ ทำให้จำกัดโอกาสและศักยภาพของตนเองอยู่กับอาชีพรับจ้างและการผลิตขั้นพื้นฐาน โดยการสำรวจของ Global Entrepreneurship Monitor สะท้อนข้อเท็จจริงว่าปัจจัยประการสำคัญที่ทำให้คนไทยไม่ก้าวสู่การเป็นเจ้าแกคือความกังวลที่มีต่อความเสี่ยงในการเริ่มต้นธุรกิจหรือการกลัวความล้มเหลว ซึ่งต่างจากในประเทศพัฒนาแล้ว ที่แม้มีมรดกทางวัฒนธรรมแบบเกษตรและศักดินาแต่ก็ได้สร้างวัฒนธรรมผู้ประกอบการให้ขยายตัวและแวดล้อมคนรุ่นใหม่ อาทิ การแสดงออกที่อิสระ การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแสวงหาโอกาส เล็งเห็นประโยชน์และปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลง ทำให้คนได้รับการกล่อมเกลาให้กล้าที่จะเลือกและมีจิตวิญญาณที่พร้อมต่อการประกอบธุรกิจและการแข่งขันทางการค้า

(๒) ผู้ประกอบการไทยที่อยู่ในระยะเรียนรู้/ทดลอง (New Entry) มักมีพื้นฐานความรู้ในการทำธุรกิจไม่เพียงพอ จึงอาจต้องลองถูกลองผิดและล้มเหลวในการตั้งต้นธุรกิจหลายครั้ง เนื่องจากผู้ประกอบการใหม่มักมีความชำนาญในการผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียวและขาดทักษะด้านการตลาดซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการอยู่รอดทางธุรกิจในระยะแรก ในขณะที่การพัฒนาทักษะด้านการบริหารธุรกิจของประเทศไทยยังต้องพัฒนาอีกมาก โดย WEF ในด้าน Quality of Management School บ่งชี้ว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๘๑ ต่างกับประเทศมาเลเซียซึ่งอยู่ในอันดับที่ ๒๕ สะท้อนถึงช่องว่างด้านการศึกษาที่ยังไม่เชื่อมโยงใกล้ชิดกับภาคปฏิบัติและการสร้างเจ้าของธุรกิจ

๒.๓.๒ ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวางแผนธุรกิจ

(๑) ภาครัฐยังไม่สามารถนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ประโยชน์และให้บริการได้อย่างเต็มที่ ทำให้ภาคเอกชนขาดการชี้แนะแนวโน้มโอกาสทางธุรกิจบนฐานของข้อมูลการตลาด (Market Intelligence) เพื่อสนับสนุนการกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการประเมินความเสี่ยงและเริ่มต้นธุรกิจ



ภาพที่ ๘ ระดับการปิดกิจการของวิสาหกิจไทยเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย

(๒) ผู้ประกอบการระดับเริ่มต้น มักเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก/วิเคราะห์ได้ยาก ทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจและความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์ตอบสนองตลาดในเชิงรุก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ไม่สามารถออกแบบธุรกิจที่สะท้อนถึงศักยภาพและแนวโน้มการประสบความสำเร็จ ส่งผลต่อโอกาสในการได้รับสินเชื่อหรือเงินสนับสนุนเพื่อหล่อเลี้ยงธุรกิจให้อยู่รอด/เติบโตต่อไปได้

๒.๓.๓ การบ่มเพาะผู้ประกอบการยังไม่ทั่วถึงและไม่ครบวงจร

(๑) การให้บริการบ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubation) ยังมีจำนวนไม่เพียงพอและหลากหลายรองรับธุรกิจแต่ละประเภทได้เป็นการเฉพาะ รวมทั้งจัดกระบวนการบ่มเพาะให้ครบวงจรตั้งแต่เริ่มต้น อยู่รอดและขยายตัวต่อเนื่อง ในขณะที่มาตรการและงบประมาณเพื่อสนับสนุนการบ่มเพาะผู้ประกอบการยังไม่ได้กำหนดกลุ่มธุรกิจที่จะมุ่งเน้นทุ่มเทและเชื่อมโยงเป็นระบบในลักษณะห่วงโซ่มูลค่าไปสู่ตลาดเป้าหมาย

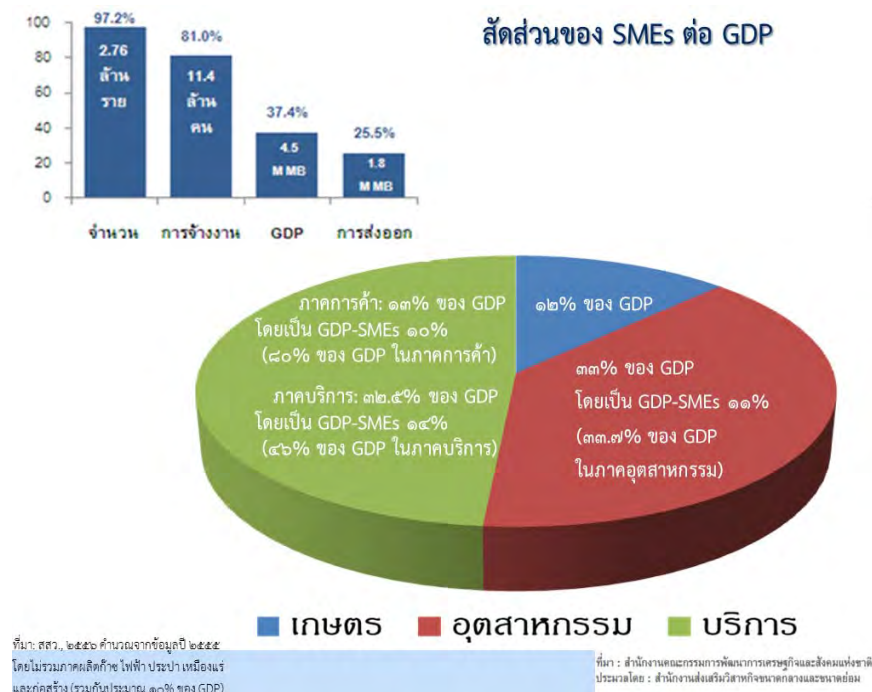
(๒) สัดส่วนของวิสาหกิจขนาดเล็กใน SMEs สะท้อนว่านโยบายและมาตรการที่กำหนดลงไปสนับสนุน SMEs เป็นนโยบายต่อ SMEs ในภาพรวม ซึ่งจาก SMEs ทั้งหมด ๒.๗๖ ล้านรายนั้น เป็นวิสาหกิจขนาดเล็กแทบทั้งหมดคือ ๒.๗๕ ล้านราย หรือร้อยละ ๙๙.๕ ของ SMEs การกำหนดนโยบายที่แยกย่อยสำหรับแต่ละกลุ่มมากขึ้น จะสามารถตอบสนองกับความต้องการหรือประเด็นปัญหาได้ครอบคลุมความหลากหลายของผู้ประกอบการ

(๓) ผู้ประกอบการรายย่อยยังไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร โดยมีจำนวนวิสาหกิจเพียง ๖๘๔,๗๓๐ รายเท่านั้นที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล (หรือประมาณ ๑ ใน ๔ ของทั้งหมด) ซึ่งธุรกิจที่เป็นนิติบุคคลมักสามารถเข้าถึงแหล่งทุนและการสนับสนุนด้านต่าง ๆ จากภาครัฐและภาคีต่าง ๆ ได้ง่ายกว่า ทำให้

SMEs บางส่วนเสียโอกาสที่จะได้รับโอกาสและการสนับสนุนให้เข้มแข็ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการเกษตรที่มีประชากรวัยทำงาน (๑๕ - ๖๐ ปี) อยู่เป็นจำนวนมาก อาทิ กลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน หากสนับสนุนให้มีความพร้อมด้านต่าง ๆ จะสามารถเติบโตเป็น SMEs ได้มากขึ้น ไม่เสียโอกาสในการยกระดับให้เติบโตจากท้องถิ่นสู่ต่างถิ่นและสากล

๒.๓.๔ การพัฒนาผู้ประกอบการยังไม่เอื้อให้สามารถเติบโตเป็นลำดับ

(๑) การพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจยังไม่พัฒนาถึงขั้นที่สามารถสนับสนุนแต่ละกลุ่มธุรกิจเป็นการเฉพาะ อาทิ สาขา (sectors) ขนาด พัฒนาการในวงจรชีวิต ระดับศักยภาพ และพื้นที่ ทั้งทางด้านองค์ความรู้ แหล่งทุน สถานที่ประกอบการ มาตรการทางภาษี/สิทธิประโยชน์ เครือข่ายความร่วมมือ แต่มีต่อการตลาด (อาทิ การจัดซื้อภาครัฐจาก SMEs) ฯลฯ ทำให้วิสาหกิจไทยในบางสาขายังมีจำนวนน้อยและอ่อนไหวต่อการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทุกขณะ



ภาพที่ ๙ สัดส่วนของ GDP ที่ขับเคลื่อนโดย SMEs ในแต่ละสาขาเศรษฐกิจ (Sectors)

ดังจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีผู้ประกอบการในภาคเกษตรที่มีจำนวนเพียง ๓๔,๒๘๐ ราย คิดเป็นเพียงร้อยละ ๑.๒๑ ของผู้ประกอบการทั้งหมด (สสว., พ.ศ. ๒๕๕๓) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเทียบกับจำนวนคนในภาคเกษตรประมาณ ๑๒ ล้านคน (จากประชากรวัยทำงานทั้งหมดประมาณ ๓๘ ล้านคน) สะท้อนว่าภาคเกษตรยังอยู่ในรูปของเกษตรกร (Farmer) ที่เพาะปลูกแบบรับผลิตเพื่อส่งให้พ่อค้าคนกลางมากกว่าเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตร (Agricultural Entrepreneur) จึงไม่อาจข้ามพ้นสถานะการเป็นผู้ถูกกำหนดราคา (Price-taker) ทั้งยังมีผลิตภาพค่อนข้างต่ำ โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑๒ ของ GDP รวมของประเทศ ทำให้รายได้ของภาคเกษตรในภาพรวม ปี พ.ศ. ๒๕๕๖ เฉลี่ยอยู่ที่ ๑๕,๐๐๐ บาท/เดือน/ครัวเรือน โดยกว่า ๑.๓ ล้านครัวเรือนมีรายได้เพียงประมาณ ๑,๐๐๐ บาท/เดือน/ครัวเรือน ต่ำกว่าเส้นความยากจน (ที่ประมาณ ๑,๔๐๐ บาท/เดือน ตามค่าครองชีพในปัจจุบัน) และมีภาระหนี้สินเฉลี่ยประมาณ

๖๐,๐๐๐ บาท/ครัวเรือน ข้อเท็จจริงดังกล่าวสะท้อนชัดเจนว่าเกษตรกรที่ทำการเกษตรอย่างเดียวจะไม่สามารถพออยู่พอกินได้และอาจต้องได้รับการพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการในสาขาที่สามารถทำได้ควบคู่กันไป

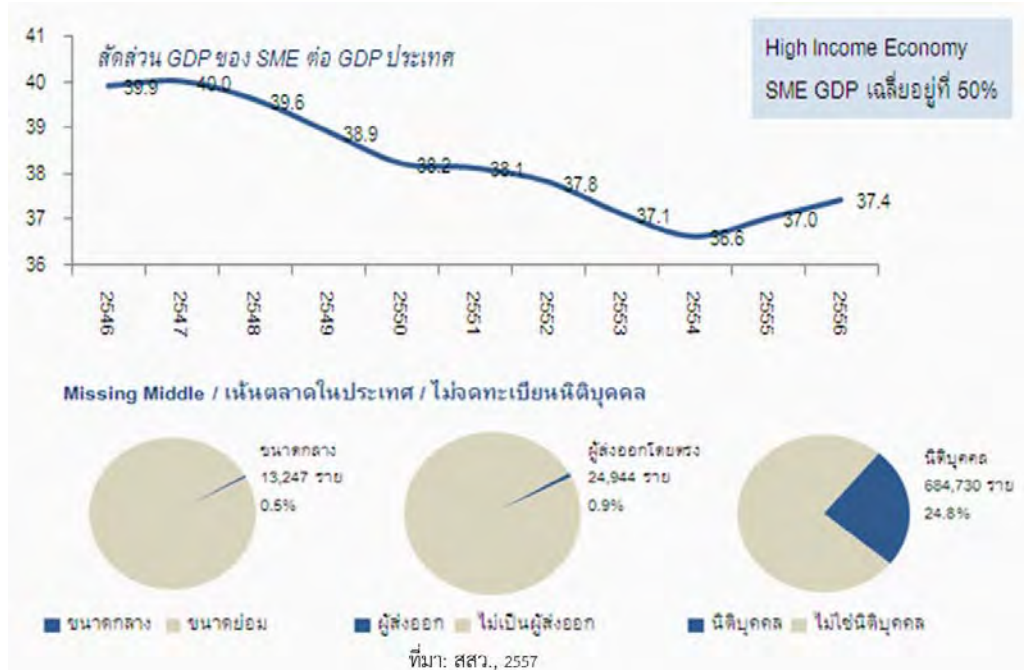
แม้หลักการสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจในลักษณะ Tailor-made ข้างต้นจะเป็นที่ตระหนักดีโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและได้ผลักดันเต็มที่ตามทรัพยากรที่มี หากแต่การดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวอาจต้องอาศัยโครงสร้างหน่วยงานและการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชนจึงจะสามารถขับเคลื่อนภารกิจที่หลากหลายได้ ซึ่งจะช่วยให้ GDP ของ SMEs ในแต่ละกลุ่มสามารถเติบโตได้เต็มศักยภาพ

(๒) การเติบโตจากวิสาหกิจขนาดเล็กไปสู่ขนาดกลาง (Missing M) ซึ่งโครงสร้างจำนวนของ SMEs บ่งชี้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางยังมีจำนวนน้อยมาก โดยมีจำนวนเพียง ๑๓,๒๔๗ ราย หรือคิดเป็นร้อยละ ๐.๕ ของ SMEs ทั้งหมดเท่านั้น (แต่มีสัดส่วนใน GDP มากถึง ๑ ใน ๓ หรือร้อยละ ๓๒.๓ ของ GDP จาก SMEs) แตกต่างจากในประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างญี่ปุ่น เกาหลีใต้ หรือเยอรมนีซึ่งล้วนมี SMEs ในสัดส่วนประมาณร้อยละ ๕ - ๑๐ โดยในญี่ปุ่นมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางมากถึงร้อยละ ๑๐ เกาหลีใต้ร้อยละ ๖ และเยอรมนีร้อยละ ๓ โดยวิสาหกิจเหล่านี้ส่วนใหญ่จะผลิตสินค้านวัตกรรม มีฐานการผลิตในประเทศ (local content) และเน้นการส่งออก จึงเป็นข้อสังเกตว่าประเทศไทยสามารถส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจขนาดกลางให้เพิ่มขึ้นได้อีกมาก การพัฒนาต่อยอดจากวิสาหกิจขนาดเล็กไปสู่ขนาดกลางตามลำดับจึงเป็นความท้าทายประการสำคัญ

(๓) การขยายตลาดจากภายในประเทศ สู่ภูมิภาคและตลาดโลก (Internationalization) ตลาดของ SMEs ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นเพียงตลาดภายในประเทศซึ่งมีขนาดเล็ก และมีจำนวน SMEs ที่เป็นผู้ส่งออกโดยตรง จำนวน ๒๔,๙๔๔ ราย หรือเพียงร้อยละ ๐.๙ เท่านั้น สะท้อนว่า SMEs จำนวนมากควรได้รับการส่งเสริมให้ขยายกิจการสู่ตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดฐานเดียวในอาเซียน



ภาพที่ ๑๐ ระดับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของ SMEs ประเทศไทย



ภาพที่ ๑๑ GDP ของ SMEs ประเทศไทย, ปัญหา Missing M, และ จำนวนผู้ส่งออกที่เป็น SMEs

๒.๓.๕ การผนึกกำลังเป็นเครือข่ายพันธมิตร

ภาครัฐและภาคเอกชนของประเทศไทยได้ผลักดันการรวมกลุ่มธุรกิจทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และการค้า รวมถึงการบริการอย่างต่อเนื่องและประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง อาทิ โครงการ Biz Club และเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของกระทรวงพาณิชย์ เครือข่าย Cluster ของกระทรวงอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม เครือข่ายวิสาหกิจของประเทศไทยยังเป็นการรวมกลุ่มแบบหลวม ๆ ไม่รองรับการแข่งขันที่จะเข้มข้นภายใต้บริบทการค้าเสรีที่จะขยายไปสู่ภูมิภาคเอเชีย ซึ่งส่วนใหญ่ยังจำกัดในลักษณะเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารยังไม่พัฒนาถึงระดับ “หุ้นส่วนการผลิตและพันธมิตรการค้า” (Value Chain Partnership/Cluster) ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถของสมาชิกในทุก ๆ ด้าน อาทิ อำนาจต่อรอง/เรียกร้อง ลดต้นทุนด้วย Economy of Scale การร่วมกันขยายตลาดและต่อยอดธุรกิจ ดังที่สะท้อนในรายงานของ WEF ที่ระบุชี้ว่าประเทศไทยยังมีการพัฒนาคลัสเตอร์ต่ำ ส่งผลให้ขาดการผนึกกำลังรองรับบริบทในอนาคตที่จะแข่งขันกันในระดับห่วงโซ่ (Supply Chain Competitiveness)

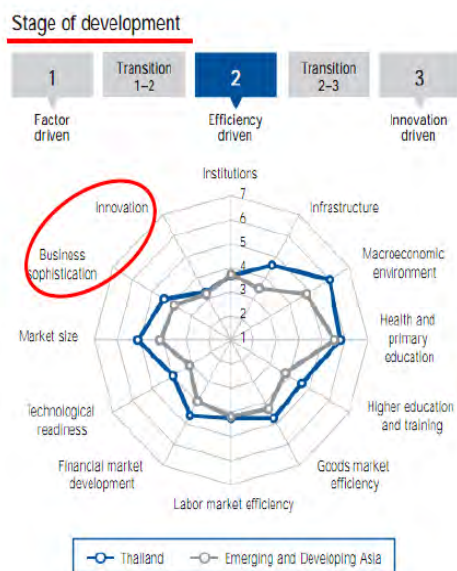
๒.๓.๖ ความสามารถในการสร้างและใช้นวัตกรรมเชิงพาณิชย์

(๑) การสร้างนวัตกรรม: ผู้ประกอบการไทยยังขาดความสามารถด้านการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งเป็นผลจากข้อจำกัดในการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี การสื่อสารระหว่างนักออกแบบ/นักวิจัยกับผู้ประกอบการ และการตั้งโจทย์วิจัยที่ต้องมุ่งผลลัพธ์ทางธุรกิจ รวมถึงมาตรการจูงใจนักวิจัยและนักออกแบบ

(๒) การใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่า: มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงและแปลงองค์ความรู้ไปสู่เชิงพาณิชย์ ซึ่งแม้ว่า SMEs ของประเทศไทยจะมีความสามารถในการใช้ภูมิปัญญา เทคโนโลยี การออกแบบ และศิลปวัฒนธรรมมาสร้างเรื่องราวและมูลค่าเพิ่ม (อาทิ สินค้า OTOP) แต่ยังมีข้อจำกัดในการสร้างเอกลักษณ์ (Uniqueness) และสร้างสรรค์คุณค่าในตัวสินค้าและบริการ (Value Creation) รวมทั้งการเตรียมหาตลาดมารองรับ (Demand Pull) ตลอดจนมาตรการการคุ้มครองและต่อยอดในระดับอุตสาหกรรม

(Scale-up) ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญของการผลักดันให้ SMEs และวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งสหกรณ์ สามารถแข่งขันกับสินค้าจากวิสาหกิจรายใหญ่และต่างชาติที่ก้าวเข้ามาในระดับท้องถิ่นมากขึ้นทุกขณะ แม้จะได้มีการผลักดันนวัตกรรมเชิงพาณิชย์อย่างจริงจัง (อาทิ โครงการ Creative Coop) หากแต่ผลความสำเร็จยังจำกัดอยู่ในสหกรณ์การเกษตรบางแห่งและไม่เกิดเป็นห่วงโซ่มูลค่าสินค้านวัตกรรม/สร้างสรรค์ที่แข่งขันได้อย่างกว้างขวางเพียงพอ ทั้งนี้ ด้านการฝึกกำลังเป็นเครือข่ายพันธมิตรดังที่กล่าวไปแล้วถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งด้วย

ผลการสำรวจความสามารถทางการแข่งขันของ WEF ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สะท้อนว่าความสามารถด้าน Innovation และ Business Sophistication ของวิสาหกิจไทยเป็นประเด็นสำคัญที่จุดรั้งอันดับของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ประเทศที่อยู่ในระดับเดียวกันโดยเฉพาะประเทศมาเลเซียกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม (ประเทศ Stage ๓ โดยประเทศมาเลเซียมีความสามารถด้านนวัตกรรมในอันดับที่ ๑๓ ประเทศไทยอยู่อันดับ ๗๐) สินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยจึงยังมีมูลค่าไม่สูงและเป็น OEM ที่มีสัดส่วน local content ต่ำ ทำให้การเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศไทยค่อนข้างชะงักงัน ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางได้ยาก และสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันมากขึ้นทุกขณะ



ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านนวัตกรรม

ของอาเซียน

ประเทศ	ศักยภาพทางธุรกิจ		นวัตกรรม	
	ปี 2550	ปี 2557	ปี 2550	ปี 2557
มาเลเซีย	20	20	21	25
อินโดนีเซีย	42	37	37	33
ไทย	40	40	36	66
ฟิลิปปินส์	59	49	79	69
ลาว	-	78	-	68
กัมพูชา	100	86	98	91
เวียดนาม	86	98	75	76

ที่มา : World Economic Forum,

The global competitiveness report 2007 and 2014

ภาพที่ ๑๒ จุดอ่อนของ SMEs ไทยในการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มและนวัตกรรม

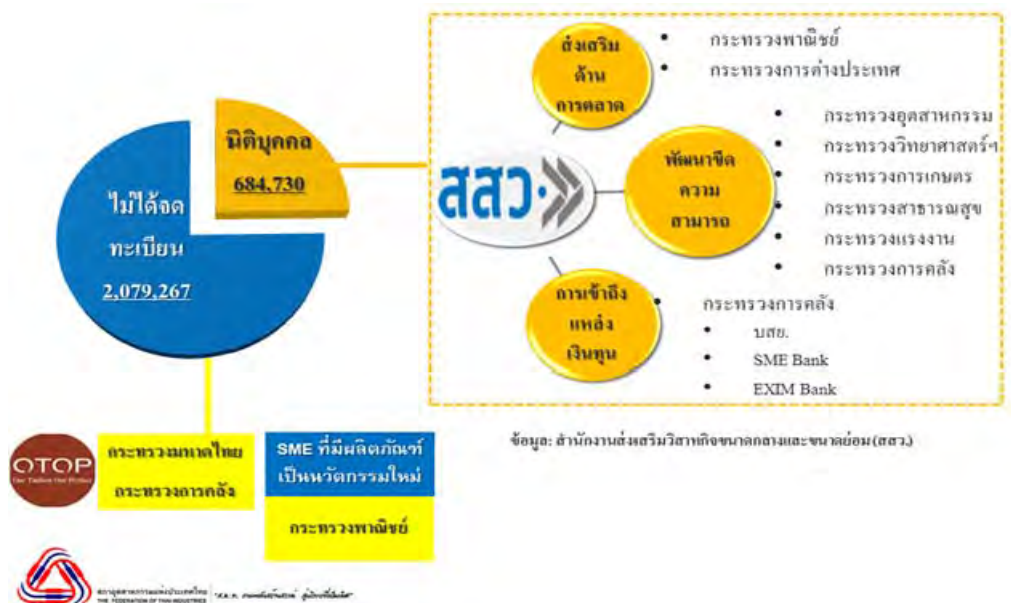
๒.๓.๗ ปัจจัยแวดล้อมเชิงสถาบัน

(๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการยังไม่เป็นเอกภาพในระดับชาติและยังไม่มี การกำหนดกลุ่มธุรกิจเป้าหมายที่มุ่งเน้นผลักดันเป็นพิเศษ (Strategic Focus) ตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) รวมทั้งการวางแผนเชิงพื้นที่ เพื่อจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนภาคเอกชนอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ อย่างทั่วถึง

(๒) กลไกการขับเคลื่อนนโยบายยังไม่บูรณาการ มีหน่วยงานเจ้าภาพที่หลากหลาย และยังมีภารกิจที่ซ้ำซ้อนและลักลั่นกันระหว่างหน่วยงาน รวมถึงมีความไม่สอดคล้องของช่วงระยะเวลาในแผน ยุทธศาสตร์

(๓) ระบบการอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business) อาทิ One-stop Services การจดทะเบียนและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศ เพื่อให้บริการโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ อาทิ นิคมอุตสาหกรรมนวัตกรรม (Business-Science Park) และระบบการศึกษา/ฝึกอบรมที่มีมาตรฐานเดียวกันและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งล้วนอยู่ระหว่างการผลักดันอย่างจริงจัง

(๔) ความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังจำกัดอยู่เพียงการให้บริการวิชาการ ยังไม่พัฒนาไปเพื่อวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์เท่าที่ควร

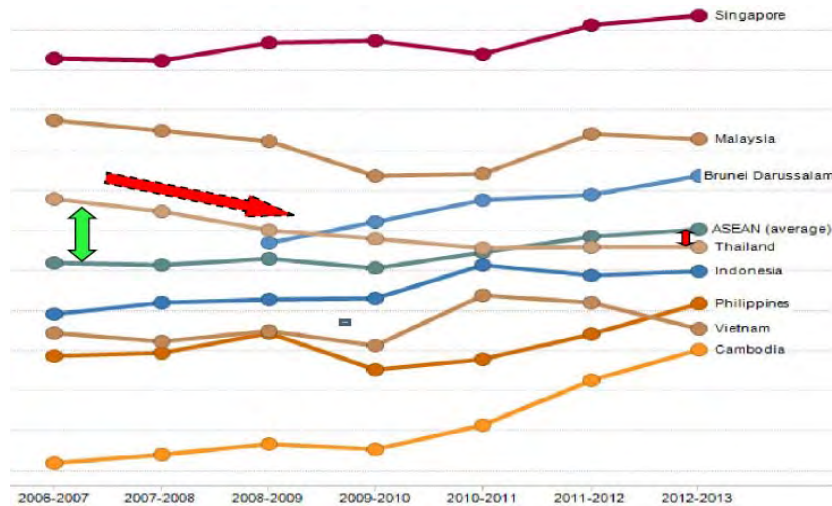


ภาพที่ ๑๓ หน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจของประเทศไทย

ข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สะท้อนจากการประเมินความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ผลการประเมิน National Competitiveness ของหลายสถาบันตลอดหลายปีที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของประเทศไทยในภาพรวมที่มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง หากแต่การเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างช้า ๆ ในขณะที่ประเทศที่อยู่ระดับเดียวกันมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด การประเมินของ WEF รายงานตัวชี้วัดที่ประเทศไทยได้คะแนนดี ได้แก่ อัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับต่ำและมีเสถียรภาพ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค (อาทิ อัตราการออมสูง และขาดดุลงบประมาณต่ำ) กฎระเบียบเอื้อประโยชน์ต่อนักลงทุนและการศึกษาขั้นพื้นฐานและสาธารณสุข อย่างไรก็ตาม ตัวชี้วัดเหล่านี้ล้วนแต่อยู่ในกลุ่มปัจจัยพื้นฐาน

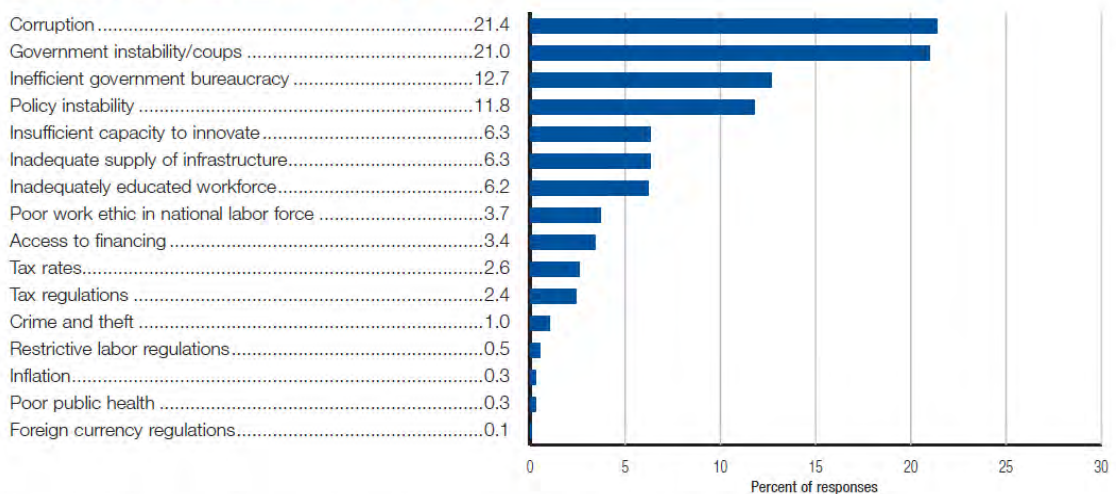
ดัชนี Global Competitiveness Index (GCI) ของ WEF ชี้ว่า ประเทศไทยต้องยกระดับปัจจัยแวดล้อมหลายประการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ปัจจัยพื้นฐานที่ประเทศไทยต้องปรับปรุง ได้แก่ การจดทะเบียนและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การเชื่อมต่อการขนส่ง ความต่อเนื่องของนโยบาย และจริยธรรมของภาครัฐ นอกจากนี้ คุณภาพของการศึกษาของประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ต่ำ และมีอันดับถอยจาก ๗๘ ไปเป็น ๘๗ (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอยู่ในอันดับที่ ๖๐)



ภาพที่ ๑๔ รูปแบบการเปลี่ยนแปลง (Waves of Change/Pattern)
ของ National Competitiveness โดย WEF

ดัชนี GCI ประกอบด้วย ๓ หมวด แต่ละหมวดมีการถ่วงน้ำหนักที่ต่างกัน โดยน้ำหนักของดัชนีจะสูงหากเป็นดัชนีที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศในกลุ่มนั้น ๆ เช่น ตัวชี้วัด Business Sophistication และ Innovation จะมีสัดส่วนน้ำหนักเพียงร้อยละ ๑๐ สำหรับประเทศในกลุ่ม Stage ๒ (Efficiency-driven) แต่จะมีน้ำหนักถึงร้อยละ ๓๐ สำหรับประเทศในกลุ่ม Stage ๓ (Innovation-driven) ทั้งนี้ ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศ Stage ๒ (กลุ่มเดียวกับจีน อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ในขณะที่มาเลเซียอยู่ใน Stage ๓)ที่กำลังเปลี่ยนผ่านไปยัง Stage ๓) ฉะนั้น หากจะเพิ่มอันดับในดัชนี GCI ประเทศไทยจำเป็นต้องยกระดับความสามารถที่วัดโดยดัชนีในกลุ่ม Efficiency ให้มีอันดับดีขึ้น ได้แก่ ประสิทธิภาพระบบตลาด ตลาดการเงิน ประสิทธิภาพของแรงงาน ความพร้อมด้านเทคโนโลยี และขนาดของตลาด

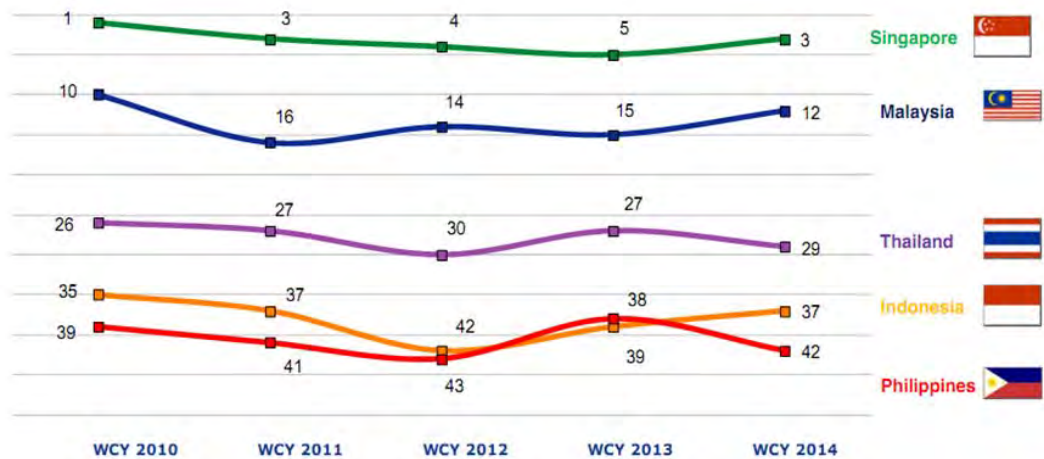
The most problematic factors for doing business



Note: From the list of factors above, respondents were asked to select the five most problematic for doing business in their country and to rank them between 1 (most problematic) and 5. The bars in the figure show the responses weighted according to their rankings.

ภาพที่ ๑๕ อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ประเมินโดย WEF ปี พ.ศ. ๒๐๑๓ - ๒๐๑๔

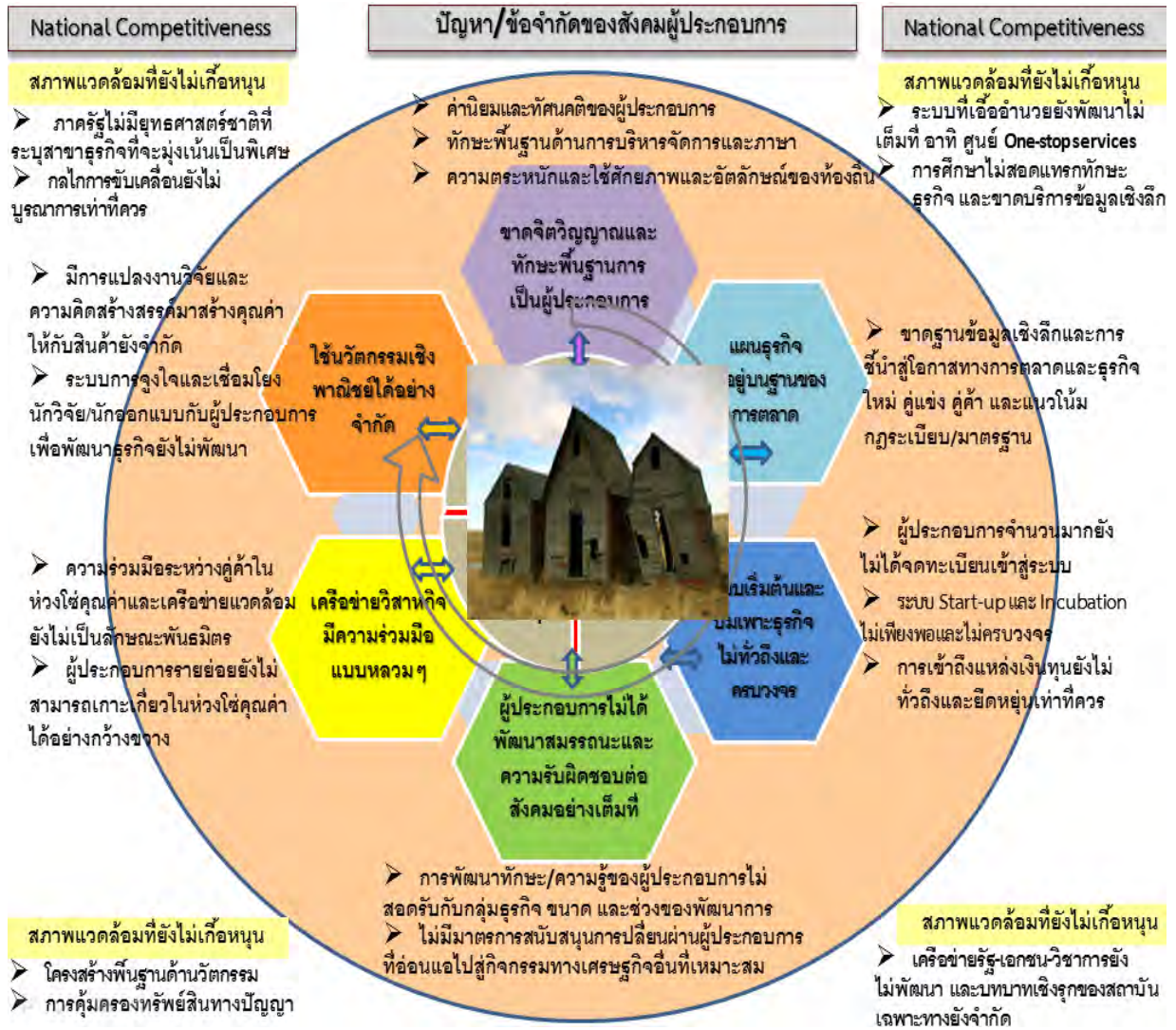
ดัชนี World Competitiveness Yearbook (WCY) ของ IMD หลายปีสะท้อน pattern ของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่คล้ายคลึงกับ WEF กล่าวคือค่อนข้างคงที่และมีพัฒนาการช้า โดยผลการประเมินปีล่าสุดชี้ว่าอันดับของประเทศไทยมีการลดลง ๓ หมวด (สมรรถนะทางเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพของภาครัฐ ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ) และคงที่ ๑ หมวด



ภาพที่ ๑๖ รูปแบบการเปลี่ยนแปลงของ National Competitiveness ระยะ ๕ ปี ที่ประเมินโดย IMD

รายงาน Ease of Doing Business ของธนาคารโลก ปี พ.ศ. ๒๐๑๕ ระบุว่า ตัวชี้วัดด้านที่ได้อันดับไม่ดี ๓ ด้าน ได้แก่ระบบภาษี (อันดับ ๖๒) ความสะดวกในการเริ่มธุรกิจ (อันดับ ๗๕) และโอกาสได้รับสินเชื่อ (ลำดับ ๘๙ ซึ่งต่ำมาก) โดยในประเด็นด้านการจ่ายภาษี บริษัทในประเทศไทยต้องจ่ายภาษีปีละประมาณ ๒๒ รายการ และต้องใช้เวลารอกและเตรียมเอกสารทั้งหมดรวม ๒๖๔ ชั่วโมง ซึ่งเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและใช้เวลามาก ในด้านการเริ่มต้นธุรกิจ ประเทศไทยใช้เวลาในการจดทะเบียนเฉลี่ย ๒๗.๕ วัน โดยใช้เวลาในการดำเนินเรื่องแรงงานนานกว่า ๒ สัปดาห์ ในขณะที่ประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นอันดับ ๑ ในด้านนี้ สามารถจดทะเบียนการค้าทางออนไลน์ภายในเวลาเพียงครึ่งวันเท่านั้น

ภาพรวมการประเมินความสามารถทางการแข่งขันของประเทศสะท้อนว่า ประเทศไทยต้องปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจหลายด้านอย่างเร่งด่วน อาทิ การศึกษาด้านเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา รวมถึงอุดมศึกษาที่ตอบสนองความต้องการภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจ สามารถประยุกต์และต่อยอดเทคโนโลยีได้ การปรับปรุงกฎระเบียบและระบบการให้บริการ อาทิ ระบบเอกสารแบบดิจิทัล การจดทะเบียนและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การกำกับการบริหารงานภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ที่เชื่อมต่อการขนส่งหลายรูปแบบ การใช้พลังงานทดแทนเพื่อลดต้นทุนการขนส่งทางบกในอินโดจีน และโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์



ภาพที่ ๑๗ สรุปปัญหาเชิงโครงสร้างของสังคมผู้ประกอบการไทย

๓. รายละเอียดผลศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ภาพรวมปัญหาและข้อจำกัดของการสร้างสังคมผู้ประกอบการ (ในภาพที่ ๑๗) ได้ถูกนำมาศึกษาในรายละเอียด เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและข้อจำกัดในการแก้ไข เพื่อพิจารณาหาแนวทางปฏิบัติที่เป็นไปได้และผสมผสานข้อเสนอจากภาคส่วนต่าง ๆ ให้มากที่สุด เพื่อสร้างสังคมผู้ประกอบการของประเทศไทยให้เข้มแข็งแข่งขันได้ในสากล และเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจทุกระดับ โดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือการยกระดับรายได้ข้ามพ้น Middle Income Trap กระจายโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง (Inclusive Growth) และเป็นสังคมของผู้ประกอบการที่อยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นธรรม รวมทั้งพร้อมสำหรับการเป็นชาติการค้า (Trading Nation) โดยการศึกษาประกอบด้วยในหัวข้อหลัก ดังต่อไปนี้

- (๑) การบ่มเพาะผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจ (Incubation and Start-up)
- (๒) การยกระดับระบบสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย (Micro Enterprise)
- (๓) การเข้าถึงแหล่งทุนของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย

- (๔) การพัฒนาธุรกิจให้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalization)
- (๕) การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากนวัตกรรม (Commercialization of Innovation)
- (๖) แนวทาง (Model) การสร้างสังคมผู้ประกอบการด้วยการพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain/Cluster Development) โดยศึกษาในกรณีของห่วงโซ่มูลค่าสินค้าเทคโนโลยีชีวภาพ (Bio-based Industry Value Chain) เพื่อเป็นแนวทางการแปลงข้อเสนอปฏิรูปสู่นโยบายและการปฏิบัติ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอนาคต

๓.๑ การบ่มเพาะผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจ (Incubation and Start-up)

๑. ประเด็นปัญหาและสาเหตุหลัก

รากเหง้าของปัญหาการเกิดและความเข้มแข็งของผู้ประกอบการของประเทศไทยคือทัศนคติและทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งต้องอาศัยการหล่อหลอมตั้งแต่เป็นเยาวชน ประเทศซึ่งเป็นชาติการค้า อาทิ เนเธอร์แลนด์และสิงคโปร์ มีการอบรมเลี้ยงดูและระบบการศึกษามีส่วนสร้างความสำคัญในการปลูกฝังมุมมองและค่านิยมที่ดีต่ออาชีพอิสระ ต่างกับสังคมไทยที่มักมีค่านิยมที่จะส่งเสียให้ลูกหลานได้รับการศึกษาสูงและมีงานประจำที่มั่นคง เพื่อความแน่นอนของรายได้และสวัสดิการทางสังคมซึ่งยังคงค่อนข้างมีจำกัด ในขณะที่ระบบการศึกษามักตอบสนองความต้องการและค่านิยมของสังคม โดยมุ่งเน้นทฤษฎีและการท่องจำมากกว่าการตั้งคำถาม แลกเปลี่ยนและเสนอความคิดเห็น รวมทั้งการทดลองปฏิบัติและต่อยอดด้วยการสร้างสรรค์ในแบบของตน ตลอดจนพึ่งพาสถาบันกวดวิชา มีความกังวลต่อภาพลักษณ์ความไม่ปลอดภัยที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาสายอาชีพในสถาบันอาชีววะ เทคโนโลยีและสายพาณิชย์ ส่งผลให้บุคลากรของประเทศไทยมีความพร้อมต่อการเป็นพนักงานประจำมากกว่าการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ค่านิยมการเป็นเจ้าของธุรกิจพัฒนาค่อนข้างช้าเมื่อเทียบกับประชาชนในประเทศที่เป็นชาติการค้า ในขณะที่ผู้ประกอบการของประเทศไทยมีแนวโน้มจะใช้สัญชาตญาณในการตัดสินใจมากกว่าการวิเคราะห์และประเมินโอกาส/ความเสี่ยงเพื่อวางแผนธุรกิจ รวมทั้งการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อธุรกิจและบัญชี

การปรับทัศนคติและปลูกฝังค่านิยมใหม่ในการประกอบอาชีพ และพัฒนาทักษะการประกอบการ โดยมุ่งเน้นการทดลองปฏิบัติจริง จึงเป็นการวางรากฐานของสังคมผู้ประกอบการที่เข้มแข็งของประเทศไทย ซึ่งจำเป็นต้องเริ่มพัฒนาตั้งแต่ชั้นปฐมศึกษาเพื่อที่จะให้เยาวชนมีความคุ้นเคยและมีจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการโดยต่อยอดทางธุรกิจจากความสนใจ/ความสามารถพิเศษที่จะพัฒนาต่อไป ซึ่งการอบรมความรู้พื้นฐานดังกล่าวในประเทศไทยยังไม่จริงจังมากพอ รวมถึงการจัดระบบการวินิจัยองค์กรและให้คำปรึกษาที่สะดวกต่อการเรียนรู้และปรับปรุงกิจการอย่างต่อเนื่อง

๒. การแก้ไขและมาตรการสำคัญ

ภาครัฐและเอกชนได้ดำเนินการร่วมมือกับหน่วยงานสถาบันการศึกษาในการจัดฝึกอบรมทักษะการจัดการธุรกิจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการรายเล็ก ทำให้ได้เรียนรู้ทั้งข้อมูลเชิงวิชาการและวิธีปฏิบัติที่ทันสมัยในการบริหารจัดการ ตัวอย่างแนวคิดและแนวทางที่ได้ดำเนินการไปแล้วมากมาย เช่น โครงการโรงเรียนในโรงงาน โครงการธุรกิจครอบครัว เป็นต้น จะมีส่วนช่วยลดอัตราว่างงานของบัณฑิตซึ่งจะจบการศึกษาปีละประมาณ ๔ แสนคน โดยจำนวนนี้จะมีผู้ตกงานประมาณ ๑ แสนคน

มาตรการที่สำคัญที่ผ่านมาคือ “การพัฒนาคนให้เป็นเจ้าของธุรกิจหรือเถ้าแก่” หรือโครงการ “หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา” (University Business Incubator: UBI) ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๗ ซึ่งกำกับดูแลโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ภายใต้ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยกองทุนตั้งตัวได้ พ.ศ. ๒๕๕๕ โดยมีเป้าหมายให้หน่วยงานบ่มเพาะวิสาหกิจใน

สถาบันอุดมศึกษา (UBI) ในสถาบันอุดมศึกษา ทำหน้าที่บ่มเพาะความคิดและทักษะให้เกิด “ผู้ประกอบการใหม่” (Entrepreneurs) และ “บริษัทจัดตั้งใหม่” (Start-up Companies) ที่จะได้รับการดูแลให้มีพัฒนาการเติบโต โดยใช้ข้อได้เปรียบจากสภาพแวดล้อมทางวิชาการ/นวัตกรรมและเครือข่ายการปรึกษาหารือในมหาวิทยาลัย เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาเป็น “บริษัทธุรกิจเต็มรูปแบบในอนาคต” (Spin-off Companies) รวมทั้งเป็นช่องทางการนำผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมที่สร้างสรรค์ในสถาบันอุดมศึกษาพัฒนาสู่กระบวนการใช้งานเชิงพาณิชย์ โดยมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้นำงบประมาณจากกองทุนไปจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (Business Incubation Center) และมีพื้นที่พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการได้ใช้เพื่อทดลองดำเนินกิจการในช่วงเริ่มต้น ช่วยลดต้นทุนในกระบวนการจัดตั้งกิจการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งมีให้บริการการปรึกษาหารืออย่างใกล้ชิด ในลักษณะพี่เลี้ยงทางธุรกิจจากทีมที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย รวมทั้งมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสมาชิกด้วยกันเพื่อการแบ่งปันประสบการณ์การทำธุรกิจระหว่างสมาชิก และจัดหาตลาดสำหรับผู้ซื้อผู้ขายได้จำหน่าย นำเสนอและต่อยอดธุรกิจในลักษณะการเป็นตัวแทนจำหน่ายหรือร่วมลงทุนต่อไปด้วย โดยขณะนี้ มีหน่วยงานศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในลักษณะดังกล่าวจำนวนมากกว่า ๕๐ แห่ง มีการบ่มเพาะและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (Start-up & Spin-off Companies) มากกว่า ๒๐๐ ราย โดยมีอัตราการอยู่รอดประมาณร้อยละ ๖๕ สร้างวงจรรายได้รวมมากกว่า ๑๐๐ ล้านบาท

การบ่มเพาะผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจในระยะเริ่มต้นกำลังได้รับการขยายผลให้กว้างขวาง และเปิดโอกาสให้สถาบันของภาคเอกชนที่มีศักยภาพและมาตรฐานเข้ามาดำเนินการโดยการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยจัดโครงการให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ของชาติที่จะมีการมุ่งเน้นกลุ่มธุรกิจเป้าหมายและการพัฒนา SMEs ให้รองรับกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียมความพร้อมของเยาวชนและผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นให้เชื่อมต่อเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าและบริการที่จะส่งเสริมในแต่ละเขตเศรษฐกิจพิเศษและนิคมอุตสาหกรรมที่อยู่ใกล้เคียง ดังเช่นกรณีตัวอย่างของ Food Valley ของประเทศเนเธอร์แลนด์และเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีการเชื่อมโยงกันระหว่าง Science Park มหาวิทยาลัยและนิคมอุตสาหกรรม

๓. แนวทางปฏิรูป

(๑) กระทรวงศึกษาธิการบรรจุเนื้อหาและรูปแบบการจัดการเรียนการสอน เพื่อการสร้างผู้ประกอบการไว้ในหลักสูตรตั้งแต่การศึกษาระดับพื้นฐาน อาชีวศึกษาถึงอุดมศึกษา โดยในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาถือเป็นช่วงสำคัญที่ต้องปูพื้นฐานความคิดและทักษะการจัดการ รวมทั้งการสื่อสารแบบ ๒ - ๓ ภาษา จึงต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านภาษา การบริหารจัดการ และการใช้ระบบ Digital Trade รวมถึงความเป็นครุควบคู่กันไป ซึ่งรัฐจะต้องประสานความร่วมมือกับธุรกิจขนาดใหญ่ที่จะจัดกิจกรรม CSR เพื่อส่งเสริมเรียนรู้ในกิจการที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่า โดยเน้นการเรียนรู้จากกรณีศึกษา/ต้นแบบ ทดลองปฏิบัติและต่อยอดจากผลิตภัณฑ์/บริการที่สนใจ โดยไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (Learn and Development: L&D) อาทิ ตัวอย่างของโครงการโรงเรียนในโรงงานซึ่งพัฒนาทั้งแรงงานและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ นอกจากนี้ ในด้านภาษา ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในเข้าถึงข้อมูล/องค์ความรู้และโอกาสการตลาด โดยรัฐควรพิจารณาใช้มาตรการเชิงรุก/บังคับ

(๒) ระดับอุดมศึกษา ทุกหลักสูตรควรมุ่งเน้นวิธีการเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติและสนับสนุนให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจ (Start-up) ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของหน่วยงานธุรกิจจำลอง (Dummy

Company) หรือสหกรณ์มหาวิทยาลัย รวมทั้งฝึกอบรมพี่เลี้ยงของผู้ประกอบการ (Coach and Trainer) เพื่อให้สามารถปลูกฝังทัศนคติและทักษะ (DNA) ของผู้ประกอบการ สามารถถ่ายทอดทักษะด้านการบริหารจัดการให้กับนักศึกษาและประชาชนที่สนใจได้เรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงผลิต Coach หรือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่จะเข้าไปช่วยชี้แนะแนวทางในการทำธุรกิจเปรียบเสมือนพี่เลี้ยงที่จะเข้าไปดูแลผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด ณ ศูนย์บ่มเพาะและชี้แนะผู้ประกอบการซึ่งควรจะมีการจัดตั้งในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วประเทศต่อไป ทั้งนี้ กระทรวงศึกษาธิการควรทำหน้าที่เป็น Certification Body กำหนดให้มีมาตรฐานของ Trainer และ Coach โดยให้มีการคัดเลือกและพัฒนา ก่อนออกใบอนุญาต/ต่ออายุใบอนุญาต ซึ่งถือเป็นอาชีพเพื่อสังคมอีกอาชีพหนึ่ง

(๓) สร้างแรงจูงใจให้บุคลากรในมหาวิทยาลัยเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจและวิสาหกิจรายใหม่ คณาจารย์ในมหาวิทยาลัยมีความเป็นผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐจะต้องสร้างแรงจูงใจแก่คณาจารย์ให้มีทรัพยากรเพียงพอที่จะดำเนินการที่นอกเหนือจากการสอน การวิจัยและการบริหาร/ประกันคุณภาพ โดยกำหนดให้การสร้างผู้ประกอบการเข้มแข็งเป็นภาระงานด้านบริการวิชาการที่มีตัวชี้วัดชัดเจนและมีน้ำหนักเพียงพอ ทั้งนี้ อาจกำหนดเป็นทางเลือกให้คณาจารย์ตัดสินใจได้เพื่อไม่ให้งานมากเกินไป รวมถึงสิทธิพิเศษทางภาษีให้แก่คณาจารย์และหรือภาคเอกชนที่เข้าร่วมพัฒนาผู้ประกอบการ

๓.๒ การยกระดับระบบสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย

๑. ประเด็นปัญหาและสาเหตุหลัก

(๑) การจำแนกกลุ่มวิสาหกิจไม่เอื้อต่อการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย

“วิสาหกิจรายย่อย” (Micro Enterprise) ตามคำจำกัดความเบื้องต้นของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เพื่อใช้ในการสำรวจสถานการณ์วิสาหกิจต่าง ๆ หมายถึง “วิสาหกิจที่มีแรงงานไม่เกิน ๕ คนและไม่จดทะเบียนพาณิชย์” ซึ่งนับเป็นวิสาหกิจกลุ่มย่อยภายใต้กลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม (S) ลงไปอีก ในการดำเนินนโยบายของภาครัฐนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน วิสาหกิจรายย่อยถูกผนวกเข้าไว้ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อย่างไรก็ดี กลุ่มวิสาหกิจรายย่อยนับเป็นวิสาหกิจส่วนใหญ่ คือประมาณร้อยละ ๖๖ ของ SMEs หรือประมาณร้อยละ ๖๕ ของวิสาหกิจทั้งหมดของประเทศไทย การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะต่อเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนซึ่งเกี่ยวข้องกับปัญหาความยากจนและเป้าหมายทางการเมืองทุกยุคสมัย

การขาดข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวิสาหกิจรายย่อยส่งผลให้หน่วยงานสนับสนุนไม่สามารถให้การส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยได้ตรงจุด เพียงพอ และทั่วถึง โดยในทางปฏิบัติ ผลของมาตรการส่งเสริม SMEs มักตกอยู่กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่เป็นนิติบุคคลเป็นหลัก ดังนั้น การส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยเป็นการเฉพาะลงไป จึงช่วยกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจไปในวงกว้างและลดความเหลื่อมล้ำได้มากขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการปฏิรูปประเทศไทยครั้งนี้

(๒) ไม่มีนโยบาย ยุทธศาสตร์ และหน่วยงานขับเคลื่อนการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย

แม้ว่าการจำแนกกลุ่มจะไม่เอื้อให้เกิดการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย หากหน่วยงานภาครัฐมีนโยบายและยุทธศาสตร์ รวมถึงหน่วยงานขับเคลื่อนการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง วิสาหกิจรายย่อยจะได้เติบโตและเพิ่มโอกาสให้วิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรบางส่วนที่มีความพร้อม รวมถึงเกษตรกรและผู้ค้ารายย่อย (หาบเร่/แผงลอย) ได้รับการยกระดับและจัดระเบียบเป็นการเฉพาะ

จากการศึกษาของ สสว. พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยมากกว่าร้อยละ ๕๐ ได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการผลิตและการจำหน่ายอย่างไม่เป็นทางการผ่านการเรียนรู้จากบุคคลในครอบครัว/ญาติมิตร และส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ทางบัญชี/การเงิน ทั้งนี้ มากกว่าร้อยละ ๗๐ ไม่มีการเรียนรู้การบริหารจัดการเพิ่มเติมในขณะดำเนินธุรกิจ โดยมีเพียงประมาณร้อยละ ๒๕ ที่ได้รับการเรียนรู้และอบรมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (ซึ่งมากกว่าครึ่งเป็นหน่วยงานเอกชน) ทั้งหมดเป็นสาเหตุให้วิสาหกิจต้องขาดทุนและปิดกิจการในอัตราที่ไม่น้อยไปกว่าอัตราการส่งเสริม/เปิดกิจการใหม่ สะท้อนว่าการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐในสมรรถนะการบริหารจัดการแก่วิสาหกิจรายย่อย ยังมีไม่เพียงพอ/ทั่วถึงและยังขาดประสิทธิภาพ รากเหง้าของปัญหานี้ไม่เพียงเกิดจากการประชาสัมพันธ์ให้วิสาหกิจรายย่อยเห็นประโยชน์และเข้าระบบมารับการเรียนรู้และพัฒนาสมรรถนะในการบริหารจัดการเท่านั้น หากแต่จำเป็นต้องปรับโครงสร้างในแง่กฎหมายให้เกิดกรอบการปฏิบัติที่ชัดเจนต่อวิสาหกิจรายย่อยเพื่อให้เกิดองค์กรและมาตรการ รวมถึงระบบการสนับสนุนตามมา

(๓) ผู้ประกอบการนอกระบบมีความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีที่คลาดเคลื่อน ซึ่งเกิดจากการขาดความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการ โดยไม่ทราบว่าเป็นจริงแล้ววิสาหกิจรายย่อยส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าฐานที่ต้องเสียภาษี (และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากข้อจำกัดเกี่ยวกับบริหารจัดการบัญชีที่ไม่โปร่งใสของผู้ประกอบการเอง) นอกจากนี้ เพดานรายได้สำหรับการยกเว้นภาษีสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยทั่วไปทั้งภาษีรายได้นิติบุคคลและภาษีมูลค่าเพิ่ม สามารถยกให้สูงขึ้นได้รวมทั้งสามารถยืดระยะเวลาพักชำระภาษีโดยเฉพาะในระยะเวลาแรกของการตั้งกิจการและ/หรือเมื่อประสบปัญหาทางเศรษฐกิจได้เท่าเทียมกับกรณีของวิสาหกิจชุมชน ในขณะที่รัฐยังไม่สามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้จนถึงระดับที่จะทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยโดยทั่วไปเกิดความกระจ่างได้ว่าผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์อย่างมาก (มากกว่าต้นทุนภาษีที่อาจต้องเสียในกรณีที่ต้องเสียภาษี) หากจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและรับการส่งเสริม ซึ่งจะส่งผลให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

๒. การแก้ไขและมาตรการสำคัญ

(๑) จำแนกแยกย่อย SMEs สู่กลุ่มวิสาหกิจรายย่อยเป็นการเฉพาะ โดยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๐ สสว. ได้มีการจำแนกกลุ่มวิสาหกิจรายย่อยไว้เพื่อประโยชน์ในการติดตามสถานการณ์ที่ละเอียดและสะท้อนปัญหาและความต้องการของวิสาหกิจทุกกลุ่ม อย่างไรก็ตามในทางกฎหมายยังไม่มี การจำแนกกลุ่มวิสาหกิจ SMEs ให้แยกย่อยเป็น ๓ กลุ่ม คือ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก และรายย่อย เพื่อเป็นฐานในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ สร้างองค์กร/กลไก มาตรการและกระบวนการในการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย ได้ตรงจุดและมีประสิทธิภาพ โดยอาจยกเลิกการใช้เกณฑ์การจำแนกทางด้านสินทรัพย์ เนื่องจากเกณฑ์ดังกล่าวในหลาย ๆ กรณีไม่สามารถประยุกต์ใช้กับการวัดขนาดวิสาหกิจรายย่อยได้ และควรมีการปรับเกณฑ์ทางด้านจำนวนแรงงานและทุนจดทะเบียนให้เหมาะสม รวมถึงพิจารณาใช้ยอดขายในการแบ่งกลุ่มผู้รับบริการควบคู่ไปด้วยในทางปฏิบัติ

ทั้งนี้ การจำแนกกลุ่ม SMEs เป็นสามกลุ่มและโดยเกณฑ์จำนวนแรงงานและทุนจดทะเบียนดังกล่าวได้มีการทำอย่างแพร่หลายในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วที่มีการสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยเป็นอย่างดี อาทิ ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) ส่วนใหญ่กำหนดให้วิสาหกิจรายย่อยในภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ มีคนงานไม่เกิน ๕ คน (ยกเว้นในภาคอุตสาหกรรมของสาธารณรัฐเกาหลีไม่เกิน ๑๐ คน) และมีขนาดของเงินทุนจดทะเบียนในระดับต่าง ๆ ที่น้อย ในขณะที่สหภาพยุโรปกำหนดให้วิสาหกิจรายย่อยในภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ มีคนงานน้อยกว่า ๑๐ คนและยอดขายไม่เกิน ๒ ล้านยูโร ซึ่งกรณีของประเทศไทยอาจ

กำหนดให้วิสาหกิจรายย่อยในภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ มีคนงานไม่เกิน ๕ คน) และอาจมียอดขายไม่เกิน ๑,๘๐๐,๐๐๐ - ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท เป็นต้น

(๒) ขยายบทบาทขององค์กรสนับสนุนการพัฒนาสมรรถนะและมาตรฐานในการบริหารให้แก่วิสาหกิจรายย่อยให้เพียงพอ พบว่า การดำเนินงานในอดีตของภาครัฐและเอกชนมีความพยายามที่จะขยายการส่งเสริมไปสู่วิสาหกิจรายย่อยแล้ว อาทิ การเพิ่มการอบรม/งบประมาณสนับสนุนการอบรมทางด้านการยกระดับความรู้/สมรรถนะ/มาตรฐานในการบริหารด้านต่าง ๆ ที่แต่ละหน่วยงานของรัฐมีให้แก่วิสาหกิจรายย่อย รวมถึงธุรกิจเจ้าของคนเดียว โดยกำหนดสัดส่วนผู้รับการอบรมให้เป็นวิสาหกิจรายย่อยให้มากขึ้น อีกทั้งมีการกระจายแหล่งการให้การอบรมในวงที่กว้างขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทและชุมชนของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งมีการมุ่งเป้าไปที่วิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรจำนวนมาก

(๓) สร้างแรงจูงใจทางภาษีเพื่อให้ผู้ประกอบการมาจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เพื่อเป็นการจูงใจให้วิสาหกิจรายย่อยเข้าระบบและรับการส่งเสริม ได้มีแนวคิดที่จะปรับปรุงกฎระเบียบทางด้านภาษีต่าง ๆ ที่ใช้กับกรณีวิสาหกิจชุมชนมาบังคับใช้กับกรณีวิสาหกิจรายย่อย อาทิ กรณีที่วิสาหกิจชุมชนประกอบการในรูปของห้างหุ้นส่วน หรือคณะบุคคลที่มีโชตินิติบุคคลที่มีเงินได้ไม่เกิน ๑,๘๐๐,๐๐๐ บาทต่อปี และจัดทำบัญชีสำหรับเงินได้พึงประเมินตามมาตรา ๔๐ (๕) - (๘) แห่งประมวลรัษฎากรจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและไม่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งเป็นการยกเว้นภาษีบนพื้นฐานของคุณค่า (merit-based) สำหรับกลุ่ม/ชุมชนของบุคคลรายย่อยที่รวมตัวกันประกอบการทั้งในเมืองและชนบท ซึ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยอาจได้รับการยกเว้นภาษีเช่นเดียวกันจากคุณค่าความเป็นบุคคลรายย่อยที่มีรายได้น้อย

(๔) ส่งเสริมความสามารถของผู้ประกอบการรายย่อยในด้านการทำนวัตกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจรายย่อยมีจุดเด่นและจุดขายสำหรับการเริ่มต้น อยู่รอดและเติบโตได้ในโลกธุรกิจที่แข่งขันสูง แม้ว่าวิสาหกิจรายย่อยส่วนใหญ่ไม่ได้สร้างและใช้นวัตกรรมในรูปแบบที่ต้องสร้างสิทธิบัตรแต่วิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรจำนวนมากได้รับการส่งเสริมให้น้องค์ความรู้/ภูมิปัญญามาปรับปรุงกระบวนการผลิตและบริการทำให้ต้นทุนลดลงและ/หรือคุณภาพสินค้าและบริการดีขึ้น หรือเป็นเพียงการออกแบบสินค้าและบริการใหม่ ๆ โดยผสมผสานความเป็นท้องถิ่นและเรื่องราวที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตามการส่งเสริมนวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจรายย่อยและสหกรณ์จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรด้านงบประมาณ/บุคลากรที่เหมาะสม โดยเฉพาะการแสวงหาและปรับใช้นวัตกรรมที่ไม่ซับซ้อนและมีต้นทุนในการพัฒนาไม่สูง (Frugal Innovation) ซึ่งหน่วยงานที่ดำเนินการอยู่ไม่สามารถครอบคลุมภารกิจดังกล่าวได้เพียงพอ เทียบกับกรณีตัวอย่างในเกาะไต้หวันและประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเป็นประเทศอุตสาหกรรมและบริการบนฐานของสินค้าเกษตรแปรรูป หรือแม้แต่ประเทศอินเดียซึ่งมีหน่วยงานดูแลด้านนวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจรายย่อย ภายใต้กระทรวง Ministry of Micro Enterprises and SMEs

๓. แนวทางปฏิรูป

(๑) กำหนดนิยามตามกฎหมายสำหรับวิสาหกิจรายย่อย โดย สสว. ในฐานะหน่วยงานเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ของชาติ ที่กำกับดูแลวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ ควรนำแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจรายย่อยที่ได้ดำเนินการมาแล้ว มาทบทวนและปรับปรุงเกณฑ์การจำแนกกลุ่มวิสาหกิจ โดยแยกวิสาหกิจรายย่อยออกจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กตามความเหมาะสมด้านจำนวนแรงงานและทุนจดทะเบียน รวมถึงพิจารณาปัจจัยด้านรายได้ของวิสาหกิจใน

การแบ่งกลุ่มการส่งเสริมในทางปฏิบัติ เพื่อที่จะได้เป็นพื้นฐานในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ รวมถึงองค์กรและกลไกขับเคลื่อนที่ตรงเป้า มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อไป

(๒) ขยายบทบาทองค์กรของหน่วยงานภาครัฐรองรับส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย เพื่อให้เป็นกลไกขับเคลื่อนที่ถาวรด้านการส่งเสริมและแก้ปัญหาต่าง ๆ ของวิสาหกิจรายย่อยอย่างต่อเนื่องไม่ขาด ๆ หาย ๆ เป็นวาระจรโดยอาจสร้างส่วนงานด้านนโยบายและยุทธศาสตร์คงไว้ที่ สสว. ในขณะที่หน่วยงานของรัฐอื่น ๆ ควรพิจารณาปรับหรือจัดตั้งส่วนงานระดับสำนัก/กองรองรับการขับเคลื่อนอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เห็นควรให้คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพิจารณาประสาน/สั่งการไปยังกระทรวง กษ. อก. พณ. และ กก. และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องให้จัดตั้งสำนักที่มีภารกิจดูแลวิสาหกิจรายย่อยพร้อมจัดสรรงบประมาณ/บุคลากรที่มีความรู้และความสามารถ รวมทั้งประชาสัมพันธ์อย่างเข้มข้นให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมขับเคลื่อนแผนงาน/โครงการ หากมีการจัดองค์กรและกลไกในหน่วยงานข้างต้นจะทำให้การส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและนำพาผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบเป็นวิสาหกิจรายย่อยที่เข้มแข็งมากขึ้นได้ในวงกว้าง

(๓) ให้วิสาหกิจรายย่อยที่จดทะเบียนพาณิชย์และจัดทำบัญชีสำหรับเงินได้พึงประเมิน โดยมีเงินได้ไม่เกิน ๑,๘๐๐,๐๐๐ บาทต่อปีได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และได้รับการยกเว้นหน้าที่ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเช่นเดียวกันกับวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ การได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและได้รับการยกเว้นหน้าที่ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มข้างต้นสำหรับวิสาหกิจรายย่อยที่จดทะเบียนพาณิชย์และจัดทำบัญชีสำหรับเงินได้พึงประเมิน ซึ่งมีเงินได้ไม่เกิน ๑,๘๐๐,๐๐๐ บาทต่อปีนั้น จะเป็นการจูงใจให้วิสาหกิจรายย่อยจดทะเบียนพาณิชย์เข้าระบบเพื่อรับการยกระดับให้เข้มแข็งได้มากขึ้น แทนที่จะหลบเลี่ยงแล้วถูกตามเรียกเก็บภาษีแบบเหมาจ่ายตามประเมินของเจ้าหน้าที่สรรพากรในจำนวนเงินที่สูง (เพราะไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์และทำบัญชีอย่างเป็นระบบ) ดังในปัจจุบัน เนื่องจากบุคคลธรรมดาที่มีรายได้พึงประเมินเกินกว่า ๑๕๐,๐๐๐ บาทต่อปี นอกจากนี้ ควรกำหนดให้สามารถหักค่าลดหย่อนต่าง ๆ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องมือ/เครื่องจักรและวัตถุดิบที่มีความสำคัญต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต

(๔) ขยายบทบาทการยกระดับสมรรถนะและมาตรฐานในการบริหารจัดการให้แก่วิสาหกิจรายย่อยให้เพียงพอและทั่วถึง สสว. และหน่วยงานอื่น ๆ ของกระทรวง กษ. อก. พณ. และ กก. พิจารณาเพิ่มการอบรม/งบประมาณสนับสนุนการอบรมทางด้านการยกระดับความรู้/สมรรถนะ/มาตรฐานในการบริหารด้านต่าง ๆ ที่แต่ละหน่วยงานของรัฐมีให้แก่วิสาหกิจรายย่อยให้มากขึ้น ทั้งในแง่ปริมาณและในสัดส่วนวิสาหกิจที่เข้ารับการอบรมทั้งหมด โดยมีข้อพิจารณาการอบรมให้ครบทุกด้านและการอบรมให้แก่สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจเป็นกรณีพิเศษ นอกจากนี้ ควรมีงบประมาณสำหรับการชดเชยการหยุดงานของผู้ประกอบการเพื่อมาอบรม ดังเช่นที่เคยมีให้ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้ารับการอบรมได้มากยิ่งขึ้น

(๕) จัดตั้งส่วนงานที่กำหนดแนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมเชิงพาณิชย์สำหรับ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย โดยหน่วยงานอื่น ๆ ในกระทรวง กษ. อก. พณ. กก. และ นร. ควรจัดส่วนงานที่ส่งเสริมนวัตกรรมให้แก่วิสาหกิจรายย่อย เพื่อตอบสนองตลาดและการแข่งขันทางการค้า รวมทั้งพิจารณาเพิ่มงบประมาณ/กำลังคนที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมที่เหมาะสมกับวิสาหกิจรายย่อย (อาทิ Frugal Innovation) รวมทั้งการออกแบบและการปรับใช้ศิลปวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์มูลค่าและความแตกต่างในตลาด

(๖) สร้างความต้องการของตลาดเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยให้เติบโต สร้างแต้มต่อให้กับวิสาหกิจรายย่อยและภาวะการแข่งขันเพื่อยกระดับความสามารถให้เติบโตได้เป็นลำดับ โดยรัฐบาลเพิ่มกำลังซื้อให้กับผู้บริโภคด้วยการให้บัตรเงินสด (Coupon) สำหรับข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ รวมถึงผู้พิการและมีรายได้น้อยได้นำไปใช้จ่ายกับสินค้าและบริการจากวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ จะเป็นการเชื่อมโยงการค้ากับสวัสดิการสังคมด้วย

๓.๓ การเข้าถึงแหล่งทุนของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย

๑. ประเด็นปัญหาและสาเหตุหลัก

(๑) การค้าประกันสินเชื่อ หนึ่งในต้นตอของปัญหาความเข้มแข็งและข้อจำกัดในการเติบโตของวิสาหกิจไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SMEs และวิสาหกิจรายย่อยคือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งในปัจจุบันได้มีการผลักดันแก้ไขปัญหานี้อย่างชัดเจน ดังที่เห็นได้จากการที่ธนาคารพาณิชย์เข้าแข่งขันกันขยายสินเชื่อให้แก่ SMEs อย่างไรก็ดี ยังมีอุปสรรคที่สำคัญอยู่ที่การค้าประกันสินเชื่อ ซึ่งธนาคารพาณิชย์รวมถึงธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว./SME Bank) ต่างยังใช้การค้าประกันเงินกู้โดยสินทรัพย์ บุคคล หรือบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ทำให้ระบบ/กลไกดังกล่าวยังมีแนวโน้มเอียงสนับสนุนเงินทุนให้กับ SMEs ซึ่งมีสินทรัพย์/บุคคลค้าประกันเป็นหลัก นอกจากนี้ สถาบันการเงินอื่น ๆ ของรัฐที่ให้การช่วยเหลือด้านการเงินแก่วิสาหกิจรายย่อย เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ยังให้ความช่วยเหลือในวงเงินที่ไม่เพียงพอต่อการใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและ/หรือขยายกิจการ

(๒) ทางเลือกในการระดมทุน ปัจจุบันมีการเพิ่มทางเลือกในการระดมทุนรูปแบบใหม่ ๆ ด้วยเงินร่วมลงทุน หรือ Venture Capital Fund ซึ่งหมายถึงกองทุนที่ลงทุนระยะยาวที่มีการกำหนดว่าจะถอนเงินทุนออก (Exit) ที่แน่นอน มีผู้บริหารเงินร่วมลงทุนมืออาชีพ โดยกองทุนดังกล่าวจะเข้าไปลงทุนในกิจการที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง โดยมุ่งหวังที่จะให้กิจการนั้นเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้และมีผลตอบแทนการลงทุนที่คุ้มค่า รูปแบบการระดมทุนในอีกรูปแบบหนึ่งคือ Crowd-funding คือเครื่องมือทางการเงินรูปแบบใหม่ในการระดมเงินทุนให้กับ SMEs ในขั้นเริ่มต้น (Start-up) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในต่างประเทศเป็นการระดมทุนจากคนที่สนใจแนวคิดทางธุรกิจใหม่ ๆ ผ่านช่องทาง internet ในจำนวนเงินที่ไม่มากนัก (ปัจจุบัน Crowd-funding ยังไม่มีกฎหมายรองรับ) อย่างไรก็ดี พบว่าปัจจัยภายในของวิสาหกิจเองที่เป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงแหล่งทุนต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขาด Innovation สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่ม ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริหารจัดการ และระบบบัญชีและการดำเนินงานที่โปร่งใส การยกระดับธรรมาภิบาลและความเชื่อมั่นของผู้ร่วมทุนจึงเป็นความท้าทายสำคัญในการเข้าถึงแหล่งทุนทางเลือกข้างต้น ทั้งนี้ SMEs ส่วนใหญ่ยังมีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการระดมทุนผ่านตลาดทุนน้อยและประสบกับภาระค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในเพื่อให้พร้อมที่เข้าสู่ตลาดทุน

๒. การแก้ไขและมาตรการสำคัญ

มาตรการทางการเงินสำหรับ SMEs ในปัจจุบัน (SME Financing) ได้รับการยกระดับอย่างชัดเจนในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยได้มีการจัดสรรเงินทุนผ่านหน่วยงานที่หลากหลายทั้งด้านการผลิตและการตลาด (อาทิ โครงการ SME Proactive) รวมถึงด้านค้าประกันและเงินร่วมลงทุนผ่าน บสย. และ SME Bank ซึ่งจัดโครงการต่าง ๆ อาทิ ๑) การปล่อยสินเชื่อ ๙ เมนู (วงเงิน ๒๐,๐๐๐ ล้านบาท) สินเชื่อ SMEs คนดี (วงเงิน ๒๐,๐๐๐ ล้านบาท) ๒) การค้าประกันสินเชื่อผ่าน บสย. ซึ่งในปี ๒๕๕๘ ตั้งเป้าหมายที่จะค้าประกันสินเชื่อให้ธุรกิจ SMEs รวม ๘๐,๐๐๐ ล้านบาท และมีแผนการขับเคลื่อนในระยะ ๕ ปีข้างหน้า (พ.ศ. ๒๕๕๘ -

๒๕๖๒) ที่จะเพิ่มสัดส่วนการค้ำประกันสินเชื่อให้ได้เฉลี่ยเป็นร้อยละ ๒๕ ของสินเชื่อ และ ๓) โครงการร่วมลงทุน SMEs-OTOP (Venture Capital for SMEs-OTOP) โดยการคัดเลือก SMEs ขนาดเล็กที่มีศักยภาพเพื่อร่วมทุน วงเงินลงทุนต่อรายไม่เกิน ๕ ล้านบาท เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้กับ SMEs ซึ่งโครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของกองทุนร่วมทุนของรัฐบาลที่อนุมัติวงเงิน ๑๐,๐๐๐ - ๒๕,๐๐๐ ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีมาตรการให้ความช่วยเหลืออื่น ๆ ตามมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ การลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล การจัดตั้งกองทุนร่วมทุนในการกิจการ SMEs (SMEs Private Equity Trust Fund) มาตรการเพิ่มวงเงินที่รัฐชำระค่าธรรมเนียมค้ำประกันสินค้ำเชื่อแทน SMEs ในปีแรกที่ให้ บสย. ค้ำประกันสินเชื่อผ่านโครงการ Portfolio Guarantee Scheme (PGS) และการผ่อนปรนการวิเคราะห์สินเชื่อให้กับ SMEs ที่ติด Blacklists กับเครดิตบูโร รวมถึงการโครงการศูนย์ให้บริการธุรกิจ SMEs แบบครบวงจร

ในขณะเดียวกัน ได้มีการเพิ่มความสามารถในการลงทุนของ SMEs เพื่อเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจที่ขยายตัวในภูมิภาคต่าง ๆ อาทิ ๑) สนับสนุน SMEs ทางการค้าและการลงทุนด้านชายแดนและเขตเศรษฐกิจพิเศษ ด้วยโครงการค้ำประกันสินเชื่อ SMEs ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ๕ แห่ง ตามที่รัฐบาลประกาศร่วมกับธนาคารออมสินวงเงิน ๕,๐๐๐ ล้านบาท ๒) ให้สิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลจาก BOI แก่ SMEs ๓๘ ประเภทกิจการ เพิ่มอีก ๒ ปี เพื่อให้สามารถปรับปรุงเครื่องจักรเก่าและขยายการผลิต และ ๓) สนับสนุน SMEs ทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยจะอนุญาตให้ SMEs สามารถทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับ Thailand Futures Exchange (TFEX) ในวงเงิน ๕ ล้านเหรียญสหรัฐต่อราย ประมาณ ๕,๐๐๐ สัญญา เพื่อเป็นการสร้างโอกาสและป้องกันความเสี่ยงในตลาดต่างประเทศ อีกทั้งมีมาตรการแต้มต่อทางการตลาดเพื่อช่วยให้ SMEs สามารถหมุนเวียนเงินทุนและมีความสามารถในการชำระหนี้ โดยกำหนดให้หน่วยงานของรัฐต้องจัดซื้อ-จัดจ้างจาก SMEs ให้มีสัดส่วนร้อยละ ๔๕ ด้วย

มาตรการทางการเงินยังได้ขยายไปอย่างครบวงจร โดยมีการจัดระบบการใกล้เคียงทางการเงิน สำหรับลูกหนี้ของธนาคารที่เป็น NPLs ซึ่งมีเงินต้นไม่เกิน ๒๐ ล้านบาท จะได้รับความช่วยเหลือจากกรมบังคับคดีที่จะเข้ามาเป็นตัวกลางช่วยใกล้เคียงให้สามารถปรับโครงสร้างหนี้ รวมทั้งมีการตั้งกองทุนเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ถูกละเมิดลิขสิทธิ์ในต่างประเทศจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาด้วย ในส่วนของการจัดเก็บภาษี ได้มีการลดหย่อนภาษีเพื่อจูงใจ SMEs ให้เข้ามาในระบบทางการมากขึ้นเพื่อรองรับการพัฒนาและส่งเสริมให้เต็มศักยภาพ SMEs ที่มีเงินทุนจดทะเบียนไม่เกิน ๕ ล้านบาทจะได้รับสิทธิทางภาษี โดยจะเสียภาษีรายได้นิติบุคคลเป็นขั้นบันได (หากรายได้ไม่เกิน ๓ ล้านบาท เสียภาษีในอัตราร้อยละ ๑๕ หากเกิน ๓ ล้านบาท เสียภาษีในอัตราร้อยละ ๒๐) นอกจากนี้ มาตรการทางการเงินสำหรับ SMEs ได้พัฒนาไปถึงการค้ำประกันสินเชื่อกลุ่ม SMEs ด้านนวัตกรรมด้วย โดยค้ำประกันรายละไม่เกิน ๒๐ ล้านบาท มีเป้าหมาย ๓,๐๐๐ ราย คิดค่าธรรมเนียมค้ำประกันเพียงร้อยละ ๑.๕ โดยให้ภาครัฐอุดหนุนค่าธรรมเนียม ๒ ปีแรก

แม้ว่ามาตรการต่าง ๆ จะสะท้อนถึงแนวโน้มการเข้าถึงแหล่งทุนของ SMEs ที่ได้รับการพัฒนาไปพอสมควร อย่างไรก็ตาม ยังมีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบการเงินของ SMEs ต่อเนื่องในแนวทางต่าง ๆ อาทิ

(๑) เพิ่มการกระจายตัวของสาขา/ตัวแทนของหน่วยงานที่ให้สินเชื่อรายย่อย Micro Finance ไปในวงกว้าง รวมทั้งธนาคารชุมชน ซึ่งแน่นอนว่ากรณีของวิสาหกิจชุมชน/วิสาหกิจรายย่อยที่มีประวัติดีควรได้รับการสนับสนุนในวงเงินที่เพิ่มขึ้นและมีดอกเบี้ยที่ต่ำลงจากมาตรฐานนี้ระบบการเงินดังกล่าวจะเป็นประโยชน์มากกว่าระบบสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ (Nano Finance) ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) กำกับดูแลอยู่ ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมสูงมากและไม่สามารถใช้เป็นช่องทางหลักในการกระจายการสนับสนุนด้านเงินทุนแก่วิสาหกิจรายย่อยให้เพียงพอ

(๒) การสนับสนุนเงินทุนให้แก่วิสาหกิจรายย่อยให้เพียงพออย่างยั่งยืนประการหนึ่งคือการขยายการกู้ยืมแบบไม่มีการค้ำประกัน เนื่องจากในระยะยาวรัฐบาลอาจไม่สามารถให้เงินงบประมาณช่วยเหลือในการสนับสนุนการจ่ายค่าธรรมเนียมการค้ำประกันผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยผ่าน บยส. ได้ตลอดไป (ซึ่งในปัจจุบันระบบการค้ำประกันมีความโน้มเอียงไปในทางที่สนับสนุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีกำลังจ่ายค่าธรรมเนียมการประกัน) การนำระบบการกู้ยืมให้แก่วิสาหกิจรายย่อยที่ไม่ใช้การค้ำประกันแบบญี่ปุ่น หรือ Marukei Loan มาใช้จึงเป็นทางเลือกในการสนับสนุนเงินทุนแก่วิสาหกิจรายย่อยให้เพียงพอ ทั้งนี้ ระบบดังกล่าวดำเนินการโดยการมีที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการ (Management Counselor) ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของหอการค้าและอุตสาหกรรม ซึ่งมาทำการอบรม/ให้คำปรึกษาในการพัฒนาธุรกิจให้มีศักยภาพ/มาตรฐานและมีแผนธุรกิจที่ดี ซึ่งทางหอการค้าและอุตสาหกรรมจะทำการพิจารณาแผนธุรกิจและศักยภาพของวิสาหกิจรายย่อยก่อนที่จะออกหนังสือแนะนำไปยังสถาบันการเงิน (ในกรณีของประเทศญี่ปุ่น คือ บริษัทเงินทุนแห่งประเทศไทย) เพื่อให้มีการกู้เงินแบบไม่มีการค้ำประกันใด ๆ ซึ่งในกรณีของประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) และธนาคารพาณิชย์หลายแห่งได้มีโครงการอบรมให้คำปรึกษาทางด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อยอยู่เป็นพื้นฐานแล้ว ช่วยให้ง่ายต่อการต่อยอดไปสู่การส่งเสริมด้านเงินทุนแก่ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย

(๓) ในส่วนของการสนับสนุนการระดมทุนผ่านธุรกิจ Venture Capital (VC) นั้น ยังประสบข้อจำกัดในการบริหารการส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จแม้มีการให้แรงจูงใจผ่านสิทธิประโยชน์ภาษีเงินได้แก่ธุรกิจ VC โดยยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและเงินได้นิติบุคคลสำหรับเงินปันผลและผลได้จากทุนของธุรกิจเงินร่วมลงทุนที่ลงทุนในหุ้นของ SMEs อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดจะบรรเทาลงหากมีการส่งเสริม VC ของเอกชน โดยมุ่งเป้าการลงทุนไปที่วิสาหกิจ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยบางประเภทที่มีผลตอบแทนสูง โดยเฉพาะวิสาหกิจที่เป็นการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (High-tech Start-ups) ซึ่งมักเป็นผู้ประกอบการรายใหม่และวิสาหกิจรายย่อย

๓. แนวทางปฏิรูป

(๑) รัฐต้องสนับสนุนด้านค่าใช้จ่าย เพื่อให้ ธพว. ธนาคารออมสิน ธกส. บมจ. ธนาคารกรุงไทย ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เพิ่มการดำเนินโครงการอบรม/ให้คำปรึกษาในการพัฒนาธุรกิจให้มีมาตรฐานการบัญชีและมีแผนธุรกิจที่ดี และร่วมกันพัฒนา/ใช้ระบบการให้สินเชื่อแก่ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยที่เข้าร่วมโครงการโดยไม่ต้องมีการค้ำประกัน โดยอาจใช้หนังสือแนะนำเพื่อการกู้ยืมจากสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาในการพัฒนาธุรกิจ

ทั้งนี้ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจะสามารถใช้ดุลพินิจในการพิจารณาออกหนังสือแนะนำเพื่อการกู้ยืมให้แก่ SMEs และวิสาหกิจขนาดย่อมได้ในขณะที่ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) บมจ. ธนาคารกรุงไทย หรือธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ที่เข้าร่วมโครงการก็สามารถส่งเสริมเงินทุนกู้ยืมให้แก่วิสาหกิจรายย่อยได้โดยความมั่นใจมากขึ้นในระดับความเสี่ยงที่ลดลง ระบบดังกล่าวข้างต้นไม่เพียงนำไปสู่การสนับสนุนทางด้านเงินทุนที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้นและต้นทุนต่ำลง หากว่ายังเป็นกลไกสนับสนุนการยกระดับความรู้ สมรรถนะ และมาตรฐานในการบริหารที่เข้มแข็งเพียงพอที่จะส่งเสริมให้วิสาหกิจรายย่อยสามารถเติบโตขึ้นได้อย่างยั่งยืนในที่สุด ดังนั้น หน่วยงานของรัฐต่าง ๆ ควรเพิ่มงบประมาณ/เข้าร่วมโครงการความร่วมมือดังกล่าว

(๒) ให้สถานะทางกฎหมายแก่เอกสารการสั่งซื้อเพื่อเป็นหลักประกันทางการเงิน กำหนดกฎระเบียบให้ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยสามารถใช้ใบสั่งซื้อ (Purchasing Order: PO) ไปเป็นหลักฐานประกอบการขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งได้เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนหมุนเวียนได้อย่างกว้างขวาง

(๓) เพิ่มสภาพคล่องของ SMEs โดยกำหนดกฎระเบียบเกี่ยวกับรอบการชำระเงินของห้าง Modern Trade ให้มีระยะเวลาสั้นลง โดยอาจลดระยะเวลารอบการชำระเงินจากประมาณ ๖ - ๘ เดือนเหลือประมาณ ๓ เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่สมเหตุสมผลและเป็นธรรม รวมทั้งเพื่อเป็นการสนับสนุนให้ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยที่มีวงเงินลงทุนหมุนเวียนจำกัดและมีอำนาจต่อรองน้อย สามารถมีสภาพคล่องเพียงพอที่จะดำเนินธุรกิจได้และมีช่องทางจำหน่ายมากขึ้น

(๔) เสนอให้ สสว. กค. และหน่วยงานของรัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับ VC สนับสนุนให้ VC ของทั้งภาครัฐและเอกชน มุ่งเป้าการลงทุนใน SMEs และวิสาหกิจรายย่อยรายใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มโอกาสการได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าและสร้างประสิทธิผลทางนโยบายได้ในขณะเดียวกัน รวมถึงการสนับสนุนการเงินเพื่อนวัตกรรมในลักษณะที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และตรวจสอบได้ (SME Creative)

๓.๔ การพัฒนาธุรกิจให้ออกสู่ตลาดต่างประเทศของ SMEs (Internationalization of SMEs)

๑. ประเด็นปัญหาและสาเหตุหลัก

การค้าระหว่างประเทศเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ความสามารถทั้งในด้านการผลิตและกระจายสินค้าทำให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางการค้าแห่งหนึ่งของภูมิภาค โดยมีสัดส่วนของการส่งออกต่อ GDP สูงถึงกว่าร้อยละ ๗๐ อย่างไรก็ดี ในการเป็นชาติการค้า (Trading Nation) หรือประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยภาคการค้าระหว่างประเทศให้ได้อย่างต่อเนื่องและเต็มศักยภาพนั้น ยังมีความท้าทายหลายประการที่ประเทศไทยต้องคำนึงและปรับตัวเพื่อรองรับบริบทเศรษฐกิจโลกและภูมิภาคที่เปลี่ยนแปลงทุกขณะ

การค้าและการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศของไทยตั้งอยู่บนฐานของความสามารถด้านการผลิต ด้วยโอกาสและความได้เปรียบในหลาย ๆ ด้าน ทำให้กว่าทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยรักษาดำแหน่งผู้ส่งออกสินค้าในอันดับที่ ๒๔ - ๒๕ ของโลก (จากการจัดอันดับของ WTO) โดยอาศัยความพร้อมที่ประเทศไทยยังคงมีมากกว่าหลายประเทศในภูมิภาค อาทิ ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการขนส่ง กฎระเบียบและระบบการเงินการธนาคารที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับ และคุณภาพของแรงงานในการผลิตสินค้า โดยเฉพาะสินค้าอุตสาหกรรมหลายสาขาที่ประเทศไทยผลิตป้อนเข้าตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องปรับอากาศ ปีโตรเคมี และสินค้าอาหาร ความสามารถในการผลิตและความได้เปรียบต่าง ๆ ข้างต้นผลักดันการค้าของประเทศไทยให้เติบโตได้แม้ในยามเกิดวิกฤติเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ดี หากพิจารณาถึงแนวโน้มระยะยาวและผลประโยชน์ที่ ตกอยู่กับประชาชนโดยรวม จะพบข้อสังเกตที่ประเทศไทยต้องปรับเปลี่ยนเพื่อยกระดับให้พัฒนาให้ก้าวไปอีกขั้นหนึ่ง

(๑) ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำลายการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยคืออุปสงค์ของตลาดโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น (Demand Shift) โดยเป็นผลจากการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีและความต้องการที่หลากหลายและปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ทำให้สินค้าอุตสาหกรรมบางสาขาไม่เป็นที่ต้องการ ในขณะเดียวกัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมและแรงงานที่เกิดขึ้นในประเทศเศรษฐกิจใหม่ ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอุปทาน โดยก่อให้เกิดการย้ายฐานการผลิตและกระจายสินค้าไปยังประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในอาเซียน ประเทศไทยจึงเริ่มสูญเสียความได้เปรียบในการ

ผลิตและการส่งออก สะท้อนได้จากตัวเลขการส่งออกของประเทศไทยที่เติบโตลดลงติดต่อกันในหลายปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ การเชื่อมต่อของเครือข่ายการผลิตระหว่างประเทศ (Global Value Chain) ยังมีแนวโน้มจะเคลื่อนย้ายไปยังประเทศที่อยู่ใกล้กับตลาดปลายทางมากขึ้น (Near-shoring Value Chain) อาทิ การย้ายฐานผลิตสินค้าของบริษัทในสหรัฐไปยังลาตินอเมริกาและมลรัฐของสหรัฐเอง

ในการรักษาโอกาสทางการค้า ประเทศไทยได้พยายามปรับตัวด้วยการสร้างความแตกต่างและสร้างตลาดให้หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งยกระดับค่านิยม/มาตรฐานสากลรองรับสินค้าและบริการคุณภาพสูงของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังประสบข้อจำกัดด้านการยกระดับสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทย (Move-up Value Chain) ทั้งด้านการวิจัยและการออกแบบ/พัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้วิสาหกิจของประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตและส่งออกสินค้าเทคโนโลยีสูงขึ้นได้มากนัก ในขณะที่สินค้าเทคโนโลยีต่ำก็จะมีเหลือให้ผลิต

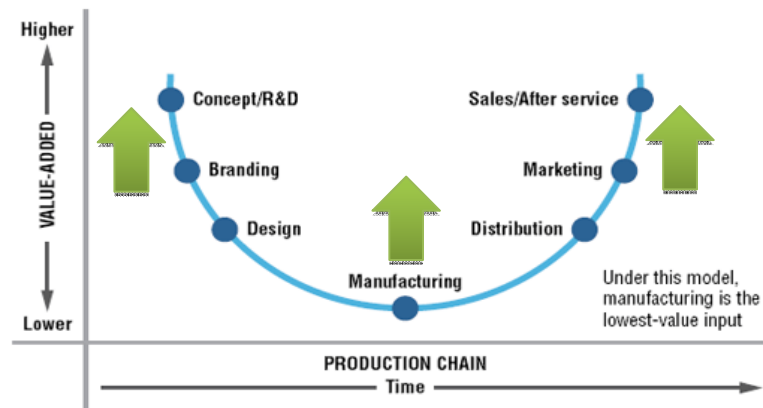
(๒) การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยในช่วงเวลาที่ผ่านมาซึ่งให้ความสำคัญไปที่อุตสาหกรรม OEM เป็นหลัก ทำให้การเป็นชาติการค้าของประเทศไทยยังไม่ส่งผลดีต่อรายได้ของคนไทยได้ทั่วถึงเท่าที่ควร ดังจะเห็นได้จากจำนวนของ SMEs ที่ยังมีส่วนในการส่งออกโดยตรงไม่ถึงร้อยละ ๑ ของจำนวนทั้งหมด หากพิจารณาด้านผลประโยชน์ที่ตกอยู่กับประชาชน การค้าระหว่างประเทศที่ผ่านมาเป็นผลจากการส่งเสริมการลงทุนตั้งฐานการผลิตของบริษัทต่างชาติ (MNCs) ในประเทศไทยเพื่อรับจ้างผลิต (OEM) สินค้าอุตสาหกรรมตามคำสั่งซื้อของลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนถึงกว่าร้อยละ ๗๐ ของการส่งออกทั้งหมด ส่งผลต่อการจ้างงานและระบบเศรษฐกิจที่ขยายตัว หากแต่ค่าตอบแทนที่ได้รับจากค่าจ้างแรงงานยังไม่สามารถยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ของคนไทยให้ดีขึ้นได้เพียงพอ ทั้งยังมีความไม่แน่นอนจากการผันแปรตามการเปลี่ยนแปลงในประเทศของบริษัทแม่/ตลาดคู่ค้าหลักด้วย โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และประเทศญี่ปุ่น (G๓) ทั้งในด้านคำสั่งซื้อและนโยบายเศรษฐกิจ ในขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมมีสัดส่วนสินค้านำเข้าสูง (Import Content) ส่งผลต่อเนื่องมายังกลุ่มผู้ผลิตในประเทศไทย (Suppliers) ได้ในวงจำกัด

(๓) สินค้าเกษตรซึ่งเกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมากมักเป็นสินค้าขั้นต้นที่มีมูลค่าต่ำ ในขณะที่มีหลายประเทศกำลังพัฒนาความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตร/เกษตรแปรรูปไล่หลังประเทศไทยมากขึ้น ทั้งผลิตภาพและคุณภาพ ยิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการต่างชาติเริ่มเข้ามาถือครองกิจการด้านการเกษตร/เกษตรแปรรูป รวมถึงการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมมากขึ้นด้วย ซึ่งจะส่งผลต่อคนไทยจำนวนมากในระยะยาว นอกจากนี้ ภาคบริการโดยเฉพาะการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องยังมีมูลค่าเพิ่มไม่สูงและไม่ขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศเท่าที่ควร

๒. การแก้ไขและมาตรการสำคัญ

ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและการผลิต (Demand and Supply Shifts) การกำหนดทิศทางการค้าของประเทศไทยเริ่มมีการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางยุทธศาสตร์ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการนำเข้าของโลก (Import Growth) รวมทั้งความสามารถของประเทศไทยเทียบกับคู่แข่งมากขึ้น ควบคู่กับการพิจารณาสถิติที่ให้น้ำหนักกับความสามารถในการส่งออกของประเทศไทย (Export Growth เทียบกับปีก่อนหน้า) เพื่อที่จะแสวงหาโอกาสทางการค้าและส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการผลิตให้สอดคล้องกันมากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน มีความตระหนักอย่างกว้างขวางว่าการค้าและการดำเนินธุรกิจของประเทศไทยในต่างประเทศจะแข่งขันได้ต้องอาศัยการสร้างพันธมิตรทางการตลาดพร้อมกับยกระดับมูลค่าเพิ่มและสร้างความแตกต่าง โดยเฉพาะการพัฒนาในส่วนต้นน้ำ ตามหลักของการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่า/มูลค่า

(Value Chain) ดังภาพด้านล่างที่ชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยควรยกระดับมูลค่าของสินค้าและบริการให้สูงขึ้น ทั้งส่วนต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเพื่อรักษาการเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าอุตสาหกรรมสำคัญ และควรขยับตำแหน่งของประเทศจากการเป็นประเทศผู้รับจ้างผลิตและประกอบ (Manufacturing) ซึ่งให้ผลตอบแทนน้อย ไปสู่การผลิตในส่วนต้นน้ำที่ใช้เทคโนโลยีสูงกว่าและส่วนปลายน้ำที่มักสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าจากการสื่อสาร ชักจูงลูกค้าและการให้บริการผู้บริโภคสุดท้าย นอกเหนือจากการขยายตลาดให้หลากหลาย (Diversification) มาตรการสำคัญของประเทศไทยจึงเป็นการพัฒนาการส่งออกด้วยการสร้างความต้องการของตลาดและขยาย ธุรกิจสู่การกระจายสินค้าหรือร้านค้าปลีกในต่างประเทศ



ภาพที่ ๑๘ Smiling Curve/Move-up Value Chain เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

ในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจไทยในต่างประเทศ รัฐบาลเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการผลิตและกระจายสินค้าของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างรายได้เปรียบให้ผู้ประกอบการ/นักการค้าของไทยในการผลิต ค้าขายและส่งออกจากฐานในอาเซียนและภูมิภาคใกล้เคียง อาทิ ส่งเสริมให้สำนักงานในต่างประเทศให้ความสำคัญกับการให้บริการข้อมูลด้านกฎระเบียบการค้ามากพอ ๆ กับการกิจด้านการตลาด (Regime and Marketing) ซึ่งเป็นการสนับสนุนภาคการส่งออกของประเทศไทยให้ปรับตัวได้เร็วและสนองตอบตลาดได้ทันทั่วทั้งที่ (Agile Demand Chain)

๓. แนวทางปฏิรูป

(๑) การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ที่แน่ชัด โดยเน้นยกระดับศักยภาพของ Trader ไทย
 รัฐบาลมีความจำเป็นต้องกำหนดนโยบายที่แน่ชัด โดยใช้ฐานข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงสถิติที่รอบด้านหลายมิติ ควรมีการระบุเป็นรายประเทศและรายตลาด รวมทั้งควรระบุกลุ่มเป้าหมายที่จะขยายบทบาทการค้าและการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศคือ SMEs ให้สามารถเป็นผู้ส่งออกโดยตรงและออกไปดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ โดยมุ่งเป้าที่ศักยภาพของคน (Trader/Trading Firm) ให้เป็นนักการค้าและธุรกิจการค้าที่เข้มแข็ง มองตลาดในระดับโลกและมีทักษะในการติดต่อการค้ากับนานาชาติ (Global Entrepreneurship) เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดยุทธศาสตร์และการสร้างคนที่เหมาะสมกับธุรกิจ ทั้งการค้าเพื่อส่งต่อการผลิต การค้าแบบซื้อมาขายไป การค้าบริการเพื่อสนับสนุนการผลิต และการค้าบริการ ทั้งนี้ ในการส่งเสริม SMEs สู่ตลาดและธุรกิจต่างประเทศ ควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าระหว่าง SMEs กับวิสาหกิจขนาดใหญ่และบริษัทข้ามชาติ (LEs และ MNEs/MNCs) ของไทยในต่างประเทศด้วย รวมถึงการยกระดับและ

เชื่อมโยงให้วิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ได้เกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าด้วย โดยมีแรงจูงใจให้กับ LE และ MNEs

(๒) ปฏิรูปการค้าระหว่างประเทศโดยปรับองค์กรเพื่อผลักดันการค้าและการลงทุนควบคู่กันไปอย่างเป็นเอกภาพ จากบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปสู่การเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าระหว่างประเทศไทย อาเซียน และตลาดโลก ทำให้ภารกิจด้านการค้าระหว่างประเทศต้องปรับรองรับการผลักดันการค้าทั้งด้านการส่งออกและนำเข้า รวมทั้งการลงทุนเพื่อผลิตและกระจายสินค้า ตลอดจนการส่งเสริมธุรกิจบริการของประเทศไทยให้ขยายตัว อีกทั้งการแข่งขันภายใต้เศรษฐกิจฐานความรู้ที่ต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างหน่วยงานข้ามกระทรวงในการสร้างเสริมมูลค่าและปรับตัวรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดทั้งในเชิงมาตรฐานมาตรการและความต้องการของผู้บริโภค การขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศจึงควรได้รับการผลักดันภายใต้โครงสร้างที่รวมศูนย์และบูรณาการมากขึ้น โดยอาจอยู่ในรูปแบบสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการค้าและการลงทุน ซึ่งเป็นการควบรวมหน่วยงานด้านส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและการแก้ไขปัญหา/อุปสรรคทางการค้า เข้ากับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนภายใต้การสั่งการของนายกรัฐมนตรี โดยยุทธศาสตร์การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศของประเทศไทยต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ที่เป็นวิทยาศาสตร์โดยพิจารณาปัจจัยรอบด้าน ทั้งมิติของความต้องการของลูกค้า ศักยภาพของประเทศไทยและศักยภาพคู่แข่ง (Consumer, Competence, Competitor) รวมทั้งผลได้จากการเชื่อมต่อกับ SMEs ภายในประเทศ (Community Impacts / Local Content)

ทั้งนี้ ในระดับของการขับเคลื่อนนโยบาย ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการส่งออกและนำเข้าเป็นรายกลุ่มสินค้า โดยมีประธานในระดับรัฐมนตรีเพื่อให้มีอำนาจสั่งการและบูรณาการข้ามกระทรวงตลอดต้นน้ำจนปลายน้ำ เพื่อการปรับตัวในเชิงรุกและเชิงรับอย่างมีพลวัต ในส่วนของสำนักงานในต่างประเทศของหน่วยงานด้านการค้าและการลงทุนในต่างประเทศควรทำงานภายใต้องค์กรเดียว (One Roof) โดยมีภาคเอกชนและภาควิชาการเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะของ JETRO ของญี่ปุ่น ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญคือต้องมีเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานต่างประเทศที่ดำเนินการกิจสำหรับ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยอย่างเพียงพอด้วย

นอกจากนี้ ในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เป้าหมายสำคัญควรมุ่งเน้นที่การเปิดเสรีการลงทุนและการดำเนินธุรกิจไทยในต่างประเทศเพื่อใช้ทรัพยากร เทคโนโลยีและเข้าถึงตลาดในระยะยาว รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจกับประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการค้า (Trade-related Issues) ตลอดจนเพิ่มบทบาทการปกป้องดูแล/รักษาความได้เปรียบของสินค้าและบริการของประเทศไทยด้วยการกำหนดมาตรฐานระดับภูมิภาค/สากลด้านต่าง ๆ เพื่อความเป็นธรรมในการแข่งขันและการคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวคือเพิ่มบทบาทของการเป็นผู้สร้างกฎกติกา/มาตรฐานทางการค้า (Rule-setting) และการลงทุนระหว่างประเทศให้มากขึ้น

(๓) รัฐควรร่วมกับภาคเอกชนเพื่อพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางธุรกิจของประเทศไทยในต่างประเทศ (Oversea Business Facilitation) ปัญหาที่ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังคงเผชิญในด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าไม่เพียงพอ เช่น ผู้ประกอบการส่งออกโดยใช้ราคา F.O.B. (Free on Board) เป็นหลัก ในขณะที่ส่วนต่างระหว่างราคา F.O.B. กับราคาขายปลีกสูงขึ้นประมาณ ๕ เท่า ส่งผลกระทบให้ประเทศไทยต้องเสียโอกาสในการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากส่วนแบ่งมูลค่าเป็นจำนวนมาก จึงควรที่จะมีการลงทุนด้านโลจิสติกส์และช่องทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศูนย์การค้า/กระจายสินค้า เพื่อสนับสนุน SMEs ของประเทศไทยในการลดต้นทุนและกระจายสินค้าในต่างประเทศ ศูนย์รวบรวมรับซื้อและแปรรูปสินค้าในประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายการผลิตและการค้าโดยมีอาเซียนเป็น

ฐานไปสู่จีนและตลาดโลก (Regional Value Chain) อาทิ การนำสินค้าเทคโนโลยีจากประเทศไทยออกไปประกอบและจำหน่ายในประเทศเพื่อนบ้าน การส่งสินค้าที่ผู้ประกอบการไทยไปลงทุนผลิตในประเทศเพื่อนบ้าน กลับเข้ามาต่อยอดมูลค่าเพิ่มและส่งออกผ่านประเทศไทย และการจัดเก็บและกระจายสินค้าของประเทศไทยไปสู่ประเทศที่สาม ดังตัวอย่างของการร่วมลงทุนสร้างนิคมอุตสาหกรรมและระบบโลจิสติกส์ของจีนในลาว เวียดนาม และเมียนมาร์ รวมถึงเมืองท่าของประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ รัฐควรสร้างช่องทางการค้าในระบบดิจิทัลที่มีความจุของข้อมูลขนาดใหญ่พอที่จะพัฒนาระบบการค้าและชำระเงินออนไลน์ได้ในระดับชาติ รวมทั้งสร้างแรงจูงใจ (Incentives) แก่วิสาหกิจรายใหญ่และ MNCs ไทยในต่างประเทศที่ให้ช่องทางการจำหน่ายหรือจัดซื้อจัดจ้างจาก SMEs

(๔) ขยายภาคบริการออกสู่ตลาดโลก (Internationalization of Service Providers)

จากการพิจารณาการค้าและการดำเนินธุรกิจของประเทศไทยกับต่างประเทศพบว่า นอกเหนือจากการค้าสินค้าในรูปแบบของ Production's Value Chain โดยเฉพาะสินค้าอุตสาหกรรม OEM และรูปแบบ Trading คือ การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าที่ประเทศไทยไม่ได้ผลิต แต่สามารถเป็นคนกลางจัดหาจากประเทศเพื่อนบ้าน CLMV แล้ว พบว่า การค้าบริการเป็นอีกภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่ประเทศไทยมีศักยภาพที่สามารถขยายตลาดออกไปโดยการลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจ在不同ประเทศให้มากขึ้น ทั้งในรูปแบบ Service คือ การค้าบริการที่โลกมีความต้องการและประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขัน อาทิ บริการทางการแพทย์ และส่งเสริมสุขภาพ/ความงาม การก่อสร้าง ซ่อมบำรุง นำเที่ยว โรงแรมและร้านอาหาร และการค้าในรูปแบบ Supporting Service คือ ธุรกิจบริการที่สนับสนุนการผลิตและการค้า อาทิ การจัดการของเสียโรงงาน การดูแลรักษาเครื่องจักร การขนส่ง/โลจิสติกส์และการเงิน-การประกันภัย ซึ่งล้วนแล้วแต่มีแนวโน้มตลาดที่ขยายตัวในภูมิภาค ประเทศไทยจึงควรต่อยอดศักยภาพโดยพัฒนาธุรกิจบริการเหล่านี้ให้เติบโตเต็มศักยภาพ และขยายธุรกิจให้ทั่วทั้งอาเซียนและจีน ทั้งนี้ ควรส่งเสริมให้แฟรนไชส์ (Franchise) และการควบรวมกิจการ (Merger and Acquisition) เป็นกลไกหนึ่งในการขยายตลาดการค้าบริการของวิสาหกิจไทยในต่างประเทศ ซึ่งภาครัฐควรอำนวยความสะดวกโดยการสนับสนุนด้านการตรวจรับรองเครดิตของคู่ค้าในประเทศนั้น ๆ นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจในต่างประเทศยังจะเพิ่มโอกาสในการซึมซับเทคโนโลยี รูปแบบการบริหารจัดการ และเครือข่ายพันธมิตรในประเทศนั้นด้วย

๓.๕ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากนวัตกรรมสำหรับ SMEs (Commercialization of Innovation)

๑. ประเด็นปัญหาและสาเหตุหลัก

การใช้จ่ายด้าน R&D ของประเทศไทยถือว่าอยู่ในระดับต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ในขณะที่จีน สิงคโปร์ ไต้หวัน และเกาหลีใต้ที่มีการใช้จ่ายด้าน R&D ประมาณร้อยละ ๒ ถึง ๔ ของ GDP ที่สำคัญกว่านั้นก็คือ R&D ของประเทศไทยถูกนำไปพัฒนาเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ (Commercialization) ไม่มากเท่าที่ควร โดยเฉพาะในวิสาหกิจ SMEs ซึ่งมีสาเหตุหลักดังต่อไปนี้

(๑) ความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เช่นเดียวกันกับผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของประเทศไทย ผู้ประกอบการ SMEs ต่าง ๆ มักมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับความรู้ เทคโนโลยี (ความรู้ประยุกต์) และนวัตกรรม และยังไม่ให้ความสำคัญของการดำเนินนวัตกรรมและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างจุดเด่นในตลาด โดยยังมุ่งเป้าอยู่ที่การบริหารกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบวันต่อวัน หรือกิจกรรมระยะสั้นที่ขึ้นอยู่กับการแข่งขันทางด้านราคาและต้นทุน มากกว่าการสร้างสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าและแข่งขันกันกับคู่ต่อสู้ และการสร้าง/

ใช้กระบวนการใหม่ ๆ เพื่อลดต้นทุนและ/หรือเพิ่มคุณภาพสินค้า อีกทั้งการให้ความสำคัญแก่นวัตกรรมในฐานะหัวใจของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมที่ผ่านมายังขาดความต่อเนื่องในระดับนโยบาย

(๒) ความรู้และเทคโนโลยีที่จะถูกนำมาในการใช้ดำเนินนวัตกรรม แม้ในรายที่เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน SMEs ก็ยังขาดและ/หรือเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฐานความรู้และเทคโนโลยีที่พวกเขาสามารถจะนำมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมได้ ทั้งเทคโนโลยีที่สามารถใช้ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ ในสาขาธุรกิจเดิมของพวกเขา และ/หรือเทคโนโลยีที่สามารถใช้ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ ในสาขาธุรกิจใหม่ที่ต่างออกไปจากเดิม (แต่ใกล้เคียงกับสินค้าและบริการเดิมและ/หรือให้โอกาสที่พวกเขาจะเข้าไปดำเนินการผลิตได้) ทั้งนี้ระบบการระบุและประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิบัตรและทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการที่มีอยู่มีความจำกัดอยู่มาก เนื่องจากในหลาย ๆ กรณีสิทธิบัตรและทรัพย์สินทางปัญญาไม่สามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินนวัตกรรมในธุรกิจต่าง ๆ ที่หลากหลายในวงกว้าง อีกทั้งหลายกรณีจำเป็นต้องซื้อ/จัดหาสิทธิบัตรและทรัพย์สินทางปัญญาในราคาแพงทั้ง ๆ ที่อาจมีความรู้/เทคโนโลยีราคาถูกอื่น ๆ ที่อาจหา得来เรียนรู้ และเหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ได้มากกว่าอีกจำนวนมาก ดังจะกล่าวต่อไป

(๓) การขาดกำลังคน/องค์กรในการส่งเสริมนวัตกรรมที่เข้าใจลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมของ SMEs ในแต่ละกลุ่ม/สาขาธุรกิจ ในความเป็นจริง กรอบความคิดเกี่ยวกับความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ยังไม่เป็นที่เข้าใจอย่างถ่องแท้ของบุคลากรและหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมนวัตกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญคือ ส่วนใหญ่เข้าใจว่าหากส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา (R&D) มีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) หรือทำให้เกิดทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ก็จะนำไปสู่นวัตกรรมทางเศรษฐกิจโดยอัตโนมัติ หรือเข้าใจว่าสิ่งประดิษฐ์ (Invention) หรือแม่แบบ (Prototype) ต่าง ๆ คือ นวัตกรรมทางเศรษฐกิจทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงแล้วสิ่งเหล่านั้นเป็นเพียงฐานความรู้/เทคโนโลยีที่ไม่ได้ทำให้เกิดนวัตกรรมโดยอัตโนมัติ จึงอาจให้น้ำหนักในการส่งเสริมผิดทิศทางและนำไปสู่นโยบาย/ยุทธศาสตร์/แผนปฏิบัติงานในสร้างสิ่งเหล่านั้นขึ้นมากมายและไม่ได้มีการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ แต่ในความเป็นจริงนวัตกรรมทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการนำเอาเทคโนโลยี (ความรู้ประยุกต์) เหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ ๆ และ/หรือคุณภาพดีขึ้น หรือทำให้เกิดนวัตกรรมกระบวนการ ช่องทางการตลาดใหม่ ๆ กลยุทธ์/การปรับองค์กรใหม่ ๆ เท่านั้น

นอกจากนั้น SMEs ในแต่ละกลุ่ม แต่ละสาขาธุรกิจ มีลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมและการใช้ฐานความรู้ที่แตกต่างกันออกไป เช่น ในกลุ่มธุรกิจประยุกต์ใช้สารสนเทศ ๓G มีความต้องการเทคโนโลยีใหม่ ๆ (ที่ยังไม่มี) มาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แต่ในกลุ่มธุรกิจทำขนม อาจมีความต้องการเพียงเทคโนโลยีดั้งเดิมเกี่ยวกับแป้งและน้ำตาลมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงรสชาติ/รูปแบบใหม่ๆ ของผลิตภัณฑ์ขนม เป็นต้น บุคลากรและหน่วยงานส่งเสริมที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องเข้าใจธรรมชาติของการดำเนินนวัตกรรมดังกล่าวด้วย ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมนวัตกรรมทางเศรษฐกิจยังจำเป็นที่จะต้องเพิ่มกำลังคนและส่วนงานจำนวนมาก ที่เข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับกรอบความคิดและแนวปฏิบัติที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมทางเศรษฐกิจได้จริง และอาจมีการส่งเสริมให้พัฒนากำลังคนและหน่วยงานที่ทำหน้าที่ที่ปรึกษาด้านนวัตกรรมดังกล่าวมาแล้วข้างต้นเป็นการเฉพาะ โดยเฉพาะที่เข้าใจลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมของ SMEs ในแต่ละกลุ่ม/สาขาธุรกิจ ซึ่งมีความแตกต่างและต้องการมาตรการในการสนับสนุนแตกต่างกันไป

(๔) การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับ SMEs ในความเป็นจริงแล้ว รัฐบาลไทยได้ส่งเสริมงานวิจัยในหน่วยงานวิจัยและสถาบันอุดมศึกษาของรัฐไว้ค่อนข้างมาก หากว่าแบ่งแยกตัวออกไปและไม่มีการนำมาใช้ประโยชน์สำหรับ SMEs ต่าง ๆ ในขณะเดียวกัน ก็เริ่มมีผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดกลางบางส่วนเห็นความสำคัญของ R&D โดยเฉพาะส่วนที่เป็นการพัฒนา (development) เพราะได้ประโยชน์ตอบแทนมากกว่าเงินลงทุน และผู้ประกอบการเหล่านี้มีเงินลงทุนและพร้อมที่จะรับความเสี่ยงขาดทุนที่มีอยู่สูงหาก R&D นั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เป็นนวัตกรรมได้ในที่สุด ทั้งนี้ มาตรการลดหย่อน/คืนภาษีร้อยละ ๓๐๐ สำหรับค่าใช้จ่ายการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งสิ้น ๓๘ ประเภทกิจการตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนฉบับที่ ๒/๒๕๕๗ อาจมีผลสำคัญในการจูงใจให้ผู้ประกอบการลักษณะเช่นนี้ให้เพิ่มค่าใช้จ่าย R&D และอันส่งผลให้ R&D ของประเทศเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม SMEs จำนวนมาก ซึ่งครอบคลุมผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย/เล็ก/กลาง วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ เกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร อาจไม่มีความต้องการใช้ความรู้ที่ได้จาก R&D ที่ต้องลงทุนสูงในการดำเนินนวัตกรรม และอาจไม่จำเป็นต้องใช้/เข้าไม่ถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) แห่งประเทศไทยหรือการให้คำปรึกษาด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (ซึ่งยังมีอยู่จำกัด) แต่อาจมีความต้องการใช้ความรู้ดั้งเดิมหรือความรู้ใหม่ที่ไม่ซับซ้อนและราคาถูก และ/หรือได้จากการถ่ายโอนจากองค์กรต่าง ๆ ในการทำนวัตกรรม รวมถึง Industrial Technology Assistance Program (ITAP) ศูนย์บริการ/ถ่ายทอดเทคโนโลยีชุมชน ตลอดจนเทคโนโลยีที่ได้จากการร่วมวิจัยของหน่วยงาน/สถาบันการศึกษาของรัฐ หรือจากงานวิจัยที่อาศัยเงินกองทุนเพื่อการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมที่ประยุกต์ใช้ได้สำหรับ SMEs เป็นการเฉพาะ เน้นอนว่าช่องทางการได้เทคโนโลยีเพื่อการดำเนินนวัตกรรมของ SMEs ส่วนใหญ่ดังกล่าวนี้ยังจำกัดอยู่มากและต้องการการวางแผน/ดำเนินการสนับสนุนแบบบูรณาการผ่านเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบข.) ให้เพิ่มขึ้นให้เพียงพอสำหรับ SMEs

(๕) การขาดมาตรการสนับสนุน SMEs ให้นำเอาความรู้/เทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในรูปนวัตกรรมอย่างเพียงพอ ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ไม่มีความสามารถในการนำเอาความรู้/เทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในรูปนวัตกรรม แม้ว่าอาจถูกสร้างสำนึกให้ตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมและ/หรือมีโอกาสที่จะได้รับการถ่ายโอนเทคโนโลยีที่จำเป็นแล้วก็ตาม การสนับสนุนที่สำคัญของหน่วยงานรัฐทางด้านนี้ ได้แก่ การบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งทำให้เกิดทั้งการถ่ายโอนเทคโนโลยีและการนำเอาเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในรูปนวัตกรรม แต่ผู้ประกอบการใหม่มีอัตราอยู่รอดโดยเฉลี่ยเพียงประมาณร้อยละ ๕๐ นอกจากนั้น มาตรการจูงใจตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนฉบับที่ ๒/๒๕๕๗ มีส่วนจูงใจ/สนับสนุนการดำเนินนวัตกรรมด้วย จึงคาดว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดกลางบางส่วนอาจได้ใช้ประโยชน์ในการดำเนินนวัตกรรมเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่ง เช่นเดียวกับการดำเนินนวัตกรรมผ่านอุทยานวิทยาศาสตร์หรือการส่งเสริม SMEs บางกลุ่มโดยการแนะนำ/ส่งเสริมให้ใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ แต่ทั้งหมดนี้สามารถดำเนินการได้อย่างจำกัดและเข้าถึงได้โดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดกลางบางส่วนเท่านั้น รวมถึงมาตรการร่วมลงทุน (Venture Capital) โดยศูนย์ลงทุนของ สวทช. และกองทุนของ สสว. หากจะประสบความสำเร็จก็ต้องเป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเกิดใหม่และเป็นสาขาธุรกิจที่เติบโต (แต่มีความเสี่ยงสูง) เท่านั้น เพราะการร่วมลงทุนเข้าไปในธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีเก่าและตลาดอิ่มตัว/เข้าแข่งขันกันง่ายโอกาสในการขาดทุนมีสูง จึงมีข้อจำกัดในการส่งเสริมนวัตกรรมของ SMEs ในวงกว้าง

มาตรการที่เอื้อต่อการสนับสนุนให้ SMEs ส่วนใหญ่นำเอาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับตนไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในรูปนวัตกรรมได้ในวงกว้าง ได้แก่ มาตรการการจับคู่ร่วมลงทุน/แบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างหน่วยงานวิจัยและสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและ SMEs ที่สนับสนุนโดยหน่วยงานของรัฐบางแห่ง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม แต่ยังจำกัดตัวอยู่ และโครงการ OTOP ที่ดึง SMEs เข้าร่วมได้มากกว่า แต่ส่วนใหญ่ยังเน้นสินค้าเก่าให้มีมาตรฐานและแบรนด์มากกว่าการสร้างสินค้าและบริการใหม่ ๆ เช่นเดียวกันกับการสนับสนุนการดำเนินนวัตกรรมแก่ SMEs ของ สนช. ที่ยังมีบทบาทแคบอยู่และสนับสนุนบริษัทขนาดกลางและใหญ่ด้วย ที่สำคัญ สนช. ยังสนับสนุนการสร้างเทคโนโลยี เช่น ต้นแบบ (Prototype) ต่าง ๆ อยู่มาก ซึ่งเป็นการทับซ้อนกับ สวทช. จึงอาจต้องมีการปรับบทบาทมามุ่งการสนับสนุนการนำเอาเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มาก

(๖) การขาดเป้าหมายที่เจาะจงในการสนับสนุนนวัตกรรมของ SMEs จากหน่วยงานรัฐ
ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การขาดเป้าหมายที่เจาะจงในการสนับสนุนนวัตกรรมของ SMEs แต่ละขนาดจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้ทรัพยากรที่ใช้ไป/การสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมอาจตกอยู่กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่หรือขนาดกลางบางส่วน ด้วยงบประมาณที่จำกัดการส่งเสริมนวัตกรรมจึงไม่กระจายตัวไปในวงกว้าง

๒. มาตรการปัจจุบันและแนวทางปฏิรูป

นอกเหนือจากการกำหนดให้นวัตกรรมเป็นวาระแห่งชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมแล้ว รัฐบาลแต่ละสมัยได้พยายามผลักดันการยกระดับนวัตกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง โดยพัฒนาการสำคัญที่มีแนวโน้มที่จะได้รับน้ำหนักความสำคัญมากขึ้นคือการส่งเสริมนวัตกรรมของ SMEs เป็นการเฉพาะและเป็นไปในวงกว้าง จึงมีความจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุง ขยายบทบาท และ/หรือสร้างองค์กร/กลไก ระบบ กฎระเบียบ/กฎหมาย และกระบวนการทุก ๆ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับส่งเสริมนวัตกรรมของ SMEs ให้สอดคล้องกับแนวทางข้างต้น และเป็นไปในทิศทางที่จะทำให้ SMEs จำนวนมากขึ้นมีการยกระดับความสามารถทางนวัตกรรม จนสามารถแข่งขันได้ในเชิงคุณภาพและมีความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืนได้ดังจะได้แจกแจงต่อไป

(๑) การปรับปรุงบทบาทขององค์กรในการเสริมสร้างความตระหนักในความสำคัญของนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถในการแข่งขัน จากจุดเริ่มที่รัฐบาลปัจจุบันได้นำหลักการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ซึ่งกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มากำหนดไว้เป็นวาระหลักของการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจอย่างจริงจัง มีความจำเป็นจะต้องกำหนดวาระนี้ให้เป็นวาระแห่งชาติและสนับสนุนโดยนโยบายของรัฐบาลอย่างต่อเนื่องทุกรัฐบาล ที่สำคัญคือ องค์กรหลักในการส่งเสริมนวัตกรรมอันได้แก่ สนช. จะต้องขยายบทบาทการสร้างวัฒนธรรมที่ตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมให้ไปสู่ผู้ประกอบการในวงกว้างมากกว่าที่เป็นอยู่ เพราะจากการที่ได้ดำเนินการดังกล่าวที่ผ่านมาผลกระทบยังคงจำกัดตัวในวงที่แคบมาก ทั้งนี้ อาจต้องปรับปรุงระบบการส่งเสริมดังกล่าวให้องค์กรส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมเป็นกลไกในการส่งเสริมในวงกว้างด้วย ทั้งนี้ รวมถึง สสว. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการเกษตร และหน่วยงานภาคเอกชน/สมาคมการค้า/อุตสาหกรรม/ธุรกิจต่าง ๆ โดยหน่วยงานของรัฐ โดยเฉพาะ สนช. และ สสว. เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริม SMEs จำเป็นต้องมีการเพิ่มงบประมาณและการขยายบทบาทในการประชาสัมพันธ์/ทำความเข้าใจอย่างชัดเจนให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ถึงผลประโยชน์ที่จะได้จากการดำเนินนวัตกรรมต่าง ๆ ทั้งทางด้านการมีต้นทุนที่ต่ำลง มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีขึ้น และ/หรือมีสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มุ่งใจลูกค้า/แข่งขันกันกับ

คู่ต่อสู้ได้ดีขึ้น ตลอดจนมีกลยุทธ์และช่องทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อแข่งขันกันกับคู่ต่อสู้ได้อย่างดี อีกทั้งต้องชี้ว่า ในความเป็นจริง SMEs สามารถเข้าถึงนวัตกรรมได้ง่ายกว่าที่เคยรับรู้มาก่อน และด้วยนโยบายการสนับสนุน ด้านต่าง ๆ ของรัฐที่สามารถปรับปรุงได้ ดังจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

(๒) การปรับปรุงบทบาทขององค์กรในการสนับสนุนข้อมูลด้านเทคโนโลยีสำหรับ SMEs นอกเหนือจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา องค์กรต่าง ๆ คือ สวทช. สสว. และองค์กรส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้วในข้อ (๑) ควรพัฒนาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งความรู้และเทคโนโลยี (และ/หรือ ตัวความรู้และเทคโนโลยีเองในบางส่วน) ที่ SMEs จะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ให้เป็นนวัตกรรมได้ เพื่อเผยแพร่/ถ่ายทอดให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ที่องค์กรนั้น ๆ เกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยี (ความรู้ประยุกต์) และตัวเทคโนโลยีที่สำคัญ ได้แก่ กระแสเทคโนโลยีใหม่ (New Technology Paradigms) ที่เป็นกระแสหลัก (Mega Trend) ซึ่งให้โอกาสในการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์/ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ สู่ตลาด (เช่น แต่เดิมมีเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เป็นกระแสเทคโนโลยีใหม่ แต่ปัจจุบันรวมถึง เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) และเทคโนโลยีสีเขียว (Green Technologies) ต่าง ๆ เป็นต้น) โดย กระแสเทคโนโลยีใหม่จะนำไปสู่โอกาสในการสร้างอุตสาหกรรม/ธุรกิจใหม่ ๆ และสินค้า/บริการใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการปรับปรุงเทคโนโลยี/การผลิต/อุตสาหกรรมเก่าที่ให้ออกาสในการ ดำเนินนวัตกรรมน้อยลงนับว่ามีระดับความสำคัญที่จะเก็บรวบรวม/เผยแพร่ลดหลั่นกันลงไป

ที่สำคัญองค์กรต่าง ๆ ควรเลือกเก็บรวบรวม/เผยแพร่ข้อมูลโดยขึ้นอยู่กับ ผู้ประกอบการเฉพาะกลุ่มที่องค์กรของตนเกี่ยวข้องด้วย เช่น กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยี ขั้นสูงและนำไปสร้างนวัตกรรมแบบเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ (Radical Innovations) ควรได้รับข้อมูลเกี่ยวกับ เทคโนโลยีที่กำลังก่อตัว (Emerging Technologies) และมีพลวัตสูง ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการดั้งเดิมที่ ต้องการปรับปรุงกิจการ/สร้างนวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovations) อาจได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เก่าและมีมาตรฐานแล้ว ซึ่งมักมีราคาถูกและหาได้ง่าย เป็นต้น ทั้งนี้ การเก็บรวบรวม/ เผยแพร่ข้อมูลอาจถูกดำเนินการผ่านหน่วยงานบริการผู้ประกอบการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว ที่มีการจัดตั้ง และดำเนินงานอยู่แล้วที่ สสว. สวทช./โครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ITAP) และที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการเกษตร และ หน่วยงานภาคเอกชน/สมาคมการค้า/อุตสาหกรรม/ธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา ผู้ประกอบการ ที่สำคัญที่สุดคือ ต้องมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง และหากต้องมีการถ่ายทอดข้อมูลหรือความรู้ที่เกี่ยวข้องแก่ SMEs บางส่วน ก็จำเป็นต้องเป็นแบบให้เปล่าหรือมีค่าใช้จ่าย น้อยที่สุด

(๓) เพิ่มงบประมาณ/กำลังคนที่เข้าใจลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมของ SMEs ในแต่ละกลุ่ม หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมนวัตกรรมทางเศรษฐกิจจำเป็นต้องเพิ่มกำลังคนและ ส่วนงานจำนวนมาก ที่เข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับกรอบความคิดและแนวปฏิบัติที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิด นวัตกรรมทางเศรษฐกิจได้จริง โดยตามกรอบการการสร้างและใช้ประโยชน์ความรู้และเทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์ ในรูปนวัตกรรม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีใหม่/ที่เกิดใหม่เป็น ส่วนมาก เช่น สวทช. สนช. ฯลฯ มีความจำเป็นจะต้องเข้าใจและอาจสนับสนุนให้ใช้เทคโนโลยี (ไม่ใช่ความรู้ พื้นฐาน) ใหม่ นั้นในการดำเนินนวัตกรรมให้แก่ SMEs ที่ตนเกี่ยวข้อง เช่นเดียวกันกับหน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีเก่าเป็นส่วนมาก เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร มีความ จำเป็นจะต้องเข้าใจและอาจสนับสนุนให้ใช้เทคโนโลยี (ไม่ใช่ความรู้พื้นฐาน) เก่านั้น ในการดำเนินนวัตกรรม

ให้แก่ SMEs ที่ตนเกี่ยวข้อง แต่ทั้งนี้ ไม่จำเป็นต้องตายตัว ที่สำคัญที่สุดเกี่ยวกับแนวทางปฏิรูปด้านนี้ ก็คือ รัฐบาลอาจพิจารณาออกกฎหมาย/กลไกสนับสนุนการสร้างองค์กร/สถาบันที่ทำหน้าที่ที่ปรึกษาด้านนวัตกรรม ข้างต้น ทั้งที่อยู่ในรูปหน่วยงานของรัฐและเอกชน/สมาคม และมีการออกกฎหมายส่งเสริมการพัฒนาให้เกิดที่ปรึกษาด้านนวัตกรรมดังกล่าวมาแล้วข้างต้นเป็นการเฉพาะรวมถึงการให้เงินอุดหนุน (หรือลดหย่อนภาษี) สำหรับการใช้บริการที่ปรึกษาทางด้านการนวัตกรรม เป็นต้น

(๔) ขยายบทบาทขององค์กรที่สนับสนุน R&D และการถ่ายโอนความรู้/เทคโนโลยีให้แก่ SMEs จากการที่มี SMEs จำนวนมากที่อาจมีความต้องการใช้ความรู้ดั้งเดิมหรือความรู้ใหม่ที่ไม่ซับซ้อนและราคาถูก และ/หรือได้จากการถ่ายโอนจากองค์กรต่าง ๆ รวมถึง ภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อการทำนวัตกรรม รัฐบาลอาจพิจารณาขยายงบประมาณและกำลังคนให้แก่ iTAP และศูนย์บริการ/ถ่ายทอดเทคโนโลยีชุมชน และสนับสนุนเงินทุนร่วมวิจัยของหน่วยงาน/สถาบันการศึกษาของรัฐและ SMEs โดยเฉพาะกองทุนเพื่อการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมที่ประยุกต์ใช้ได้สำหรับ SMEs เป็นการเฉพาะและในวงกว้าง และควรมีการวางแผน/ดำเนินการสนับสนุนแบบบูรณาการผ่านเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบข.) ให้เพิ่มขึ้นให้เพียงพอสำหรับ SMEs

(๕) ขยายบทบาทขององค์กรที่สนับสนุน SMEs ให้นำเอาองค์ความรู้ไปใช้ในเชิงพาณิชย์ รัฐบาลอาจพิจารณาส่งเสริมมาตรการที่เอื้อต่อการสนับสนุนให้ SMEs ส่วนใหญ่นำเอาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับตนไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในรูปแบบนวัตกรรมได้ในวงกว้างมากขึ้น รวมถึง มาตรการการจับคู่ร่วมลงทุน/แบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างหน่วยงานวิจัยและสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและ SMEs ที่สามารถสนับสนุนโดยหน่วยงานของรัฐในวงกว้างรวมถึง สนช. สสว. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการเกษตร และหน่วยงานภาคเอกชน/สมาคมการค้า/อุตสาหกรรม/ธุรกิจต่าง ๆ และในส่วนของโครงการ OTOP นั้น นอกจากจะมีการขยายตัวในเชิงปริมาณแล้ว จุดสำคัญที่สุด คือรัฐบาลอาจพิจารณานโยบาย/มาตรการสนับสนุนการสร้างสินค้าและบริการใหม่ ๆ ของ SMEs มากกว่าการพัฒนามาตรฐาน

ท้ายที่สุด สนช. อาจพิจารณาปรับบทบาทมามุ่งสนับสนุนการนำเอาเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อย่างเดียว แม้ว่าอาจประสานกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดังกล่าว และรัฐบาลควรพิจารณาเพิ่มงบประมาณและกำลังคน เพื่อการส่งเสริมการนำเอาเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในรูปแบบนวัตกรรมผ่าน สนช. เป็นหลักและให้มีผลกระทบในการสร้างนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการในวงกว้าง

(๖) การปรับปรุง/กำหนดกฎเกณฑ์/เป้าหมายที่เจาะจงของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ในการสนับสนุนการพัฒนาวัตกรรมของ SMEs มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานของรัฐและนโยบายส่งเสริมนวัตกรรมต่าง ๆ ของรัฐจะต้องกำหนดสัดส่วนเป้าหมายการสนับสนุนนวัตกรรมของ SMEs แต่ละขนาดรวมถึง รายย่อย รายเล็ก และขนาดกลาง ให้ชัดเจน อย่างน้อยเป็นขั้นต่ำ เพื่อที่จะได้มีการใช้ทรัพยากรและให้การสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมอย่างเท่าเทียมมากยิ่งขึ้น และสามารถกระจายตัวไปในวงกว้างตามจำนวน SMEs รายย่อย/ขนาดเล็ก

(๗) ขยายโครงสร้างหน่วยงานด้านทรัพย์สินทางปัญญารองรับภารกิจด้าน Commercialization เพื่อให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ด้านการตลาดสินค้านวัตกรรมอย่างจริงจัง ดังตัวอย่างของ กระทรวงพาณิชย์สิงคโปร์ที่มีหน่วยงาน Intellectual Property Intermediary (IPI) เพื่อประสานกับภาคการศึกษาและภาคเอกชนในการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบ รวมถึงการส่งเสริมการจัดซื้อภาครัฐเพื่อสร้างกระแสความต้องการ/การยอมรับต่อสินค้าใหม่/เน้น

ความคิดสร้างสรรค์และการแบบ โดยเป็นการบูรณาการหน่วยงานด้านการตลาดสินค้านวัตกรรมไว้ภายใต้หลังคาเดียวกัน ทั้งนี้ หน่วยงานดังกล่าวควรมีสถานะเทียบเท่าสำนักเพื่อให้มีกำลังคนและทรัพยากรเพียงพอ

(๘) จัดตั้งหน่วยงานภาคเอกชนมาขับเคลื่อนการแปลงนวัตกรรมเป็นทุน ดังตัวอย่างของโครงการ Research, Innovation, Enterprise (RIE ๒๐๑๕) ของสิงคโปร์ ซึ่งได้มีการจัดตั้งองค์การวิสาหกิจการใช้ประโยชน์ทางเทคโนโลยี จำกัด (Exploit Technologies Pte Ltd - ETPL) เพื่อทำหน้าที่จับคู่ธุรกิจให้กับสินค้าจากงานวิจัย โดยมีการหักค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนสิทธิบัตรและส่วนแบ่งร้อยละ ๑๕ เป็นค่าตอบแทนแก่ ETPL ก่อนแบ่งผลประโยชน์ที่เหลือออกเป็น ๓ ส่วน ได้แก่ นักประดิษฐ์สถาบันวิจัยของนักประดิษฐ์ และสถาบัน A*STAR ในสัดส่วนเท่ากัน นอกจากนี้ ETPL จะช่วยในการเสาะแสวงหาผู้ร่วมทุนและขยายตลาดสำหรับสินค้านวัตกรรม/ความคิดสร้างสรรค์ไปสู่ตลาดด้วย จึงเห็นควรให้จัดตั้งหน่วยงานภาคเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจเพื่อผลักดันกระบวนการแปลงนวัตกรรมเป็นมูลค่าทางธุรกิจให้ก้าวหน้าและขยายสู่อาเซียน ซึ่งจะเป็นกลไกให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าที่มีนวัตกรรมของอินโดจีนได้

นอกจากนี้ การมีหน่วยงาน public-private organization จะช่วยเพิ่มโอกาสในการแสวงหาความร่วมมือและการเชื่อมต่อ global value chain ได้ด้วยการร่วมกันพัฒนสินค้านวัตกรรมด้วยดังตัวอย่างของ โครงการ Horizon ๒๐๒๐ ของ EU ที่เปิดรับ joint innovation and venture จากทั่วโลก ด้วยงบประมาณรวมสูงถึง ๗.๗ หมื่นล้านยูโร ภายใต้ยุทธศาสตร์ Europe ๒๐๒๐ ที่ EU จะรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกด้วยการเชื่อมโยงภาคการวิจัยกับภาคธุรกิจเข้าด้วยกัน รวมถึงการพัฒนา SMEs ให้เชื่อมโยงห่วงโซ่กับต่างประเทศ ด้วยการเปิดโอกาสให้ประเทศที่สามที่มีใช้ประเทศสมาชิก EU เข้ามามีส่วนร่วมในการรับทุนเพื่อนำไปสร้างสรรค์และพัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้กับผลงานวิจัย/สิ่งประดิษฐ์ (Commercialization of R&D product) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าที่จะสามารถช่วยแก้ไขปัญหาล้วนรวมด้วย อาทิ โรคอุบัติใหม่ ความมั่นคงทางอาหาร การใช้พลังงานทดแทน และการกระตุ้นการจ้างงานที่ให้รายได้สูงขึ้น

๓.๖ การพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain/Cluster Development)

๑. ประเด็นปัญหา/ความสำคัญ

ด้วยลักษณะของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยมักเป็นกิจการที่บริหารโดยเจ้าของคนเดียว แม้จะมีอิสระในการบริหาร มีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจ แต่กลับมีข้อจำกัดจำนวนมาก อาทิ ขาดข้อมูลในการวางแผน ขาดบุคลากรและทุนทรัพยากรในการพัฒนานวัตกรรม ขาดความน่าเชื่อถือและอำนาจในการต่อรองทางธุรกิจ มีความเป็นตัวของตัวเองสูงและขาดความร่วมมือระหว่างกัน แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจตามแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ ๙ จึงเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันในลักษณะห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Competitiveness) รวมทั้งการเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่ายแวดล้อมผนึกกำลังและแลกเปลี่ยนทรัพยากรเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน

ภายใต้บริบทปัจจุบัน Global Value Chain ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยกระบวนการผลิตสินค้าในตลาดโลกได้กระจายการผลิตขึ้นส่วนจากแหล่งผลิตในประเทศต่าง ๆ แล้วนำมาประกอบเป็นสินค้าสำเร็จในประเทศที่อยู่ใกล้ตลาด (Near-shore) ในขณะที่มีประเทศที่พัฒนาเศรษฐกิจก้าวขึ้นมาแทนที่ได้มากขึ้น จึงเป็นความท้าทายของประเทศไทยในการรักษาสถานะการเป็นผู้ผลิตสำคัญ รวมทั้งการสนับสนุนให้ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยได้เกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่า ทั้งนี้ กลไกที่สำคัญประการหนึ่งคือการส่งเสริมการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมและการเชื่อมโยงระหว่างคู่ค้าต้นน้ำถึงปลายน้ำจากท้องถิ่นสู่ตลาดโลก (Cluster Development)

คลัสเตอร์ คือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographical Proximity) มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกันและกัน อย่างครบวงจร (Commonality and Complementary) ทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวดิ่ง (Vertical linkage) เป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (Systemic Approach) ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และความเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal linkage) เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา และการฝึกอบรม สถาบันวิจัยพัฒนาตลอดจน หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรมร่วมกัน

วัตถุประสงค์ของการสร้างและพัฒนา Cluster ได้แก่

๑) เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรและพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจไปสู่ตลาด

๒) เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มวิสาหกิจ มีการดำเนินงานร่วมกันโดยนำศักยภาพของกลุ่มออกมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด โดยร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ และกิจกรรมในการดำเนินงานต่าง ๆ

๓) เพื่อส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายภาคีเพื่อพัฒนาธุรกิจ เช่น สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และพัฒนาองค์กรภาครัฐและสมาคมเอกชนที่เกี่ยวข้องให้เป็นเครือข่าย (Network) ที่แข็งแกร่ง

๔) เพื่อเสริมสร้างให้มีการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ในการดำเนินงานร่วมกัน อันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างและใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากนวัตกรรม

การสร้างและพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจต้องอาศัยเวลาในการเชื่อมโยงความร่วมมือ สื่อสารทำความเข้าใจและซึมซับองค์ความรู้ให้สอดคล้องกัน รวมถึงการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างสมาชิกในกลุ่มอย่างต่อเนื่องจึงจะสามารถสร้างความเข้มแข็งในการรวมกลุ่ม และนำมาซึ่งความร่วมมือด้านการผลิตและการค้าอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในแง่การแบ่งปันข้อมูลการสั่งซื้อ การร่วมกันต่อรองราคาในการจัดซื้อวัตถุดิบ และร่วมกันผลิตเพื่อจัดส่งให้แก่ลูกค้าสร้างการเติบโตในแง่ของยอดขายของกลุ่มธุรกิจในท้ายที่สุด

๒. การแก้ไข/มาตรการสำคัญ

การพัฒนาและส่งเสริมคลัสเตอร์ของประเทศไทยที่ผ่านมาถือว่าประสบความสำเร็จในวงจำกัด (อาทิ Food Valley) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการสร้างความเชื่อมโยงของธุรกิจในแนวราบหรือการรวมตัวระหว่างวิสาหกิจที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกันหรือมีกระบวนการผลิตที่คล้ายกัน มากกว่าการสร้างเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มในโซ่อุปทาน (Supply Chain Network) ตัวอย่างเช่น การพัฒนาคลัสเตอร์กลุ่มธุรกิจข้าวแปรรูปจะต้องสามารถเชื่อมโยงกลุ่มคลัสเตอร์ป้อนอินทรีย์ชีวภาพ คลัสเตอร์โรงสีข้าว คลัสเตอร์แปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว และคลัสเตอร์ผู้ส่งออกข้าว ไว้ด้วยกัน เป็นต้น และทำการเชื่อมโยงการค้าระหว่างคลัสเตอร์เหล่านี้ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและต่างประเทศ ซึ่งนอกจากจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ทุกกลุ่มที่เป็นองค์ประกอบในโซ่คุณค่า ลดต้นทุนวัตถุดิบและความสิ้นเปลืองของผลผลิตที่เกินความจำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการของตลาดอีกด้วย

กระทรวงอุตสาหกรรมได้ถูกมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลัก ที่มีบทบาทในการปฏิบัติและขับเคลื่อนให้เกิดการสร้าง และพัฒนาคลัสเตอร์ตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ลงวันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๔๗ ภายใต้กรอบของคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถ ในการแข่งขันของประเทศ (NCC :

National Committee on Competitive Advantage) โดยได้เริ่มดำเนินการส่งเสริมกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการรวมกลุ่ม และเชื่อมโยงอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๖ (ในช่วงของแผนพัฒนาฉบับที่ ๙) จนถึงปัจจุบัน ซึ่งโครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม ได้ก่อให้เกิดกลุ่มอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง และมีขีดความสามารถในการแข่งขัน

ในการดำเนินงานในปีแรก พ.ศ. ๒๕๕๕ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้จัดให้มีการระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐและเอกชน กำหนดวิสัยทัศน์ “**เสริมสร้างการพัฒนาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์เกษตรแปรรูปกล้วยให้เข้มแข็ง มุ่งสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับชาติและนานาชาติ เพื่อรองรับการเปิดเขตการค้าเสรี**” พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างบทบาทของกลุ่มให้เป็นระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการประสานงานกลุ่ม โดยตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ และกำหนดตำแหน่งสำคัญ ๆ ในการบริหารกลุ่มอุตสาหกรรม คือ ผู้นำกลุ่ม (Cluster Leader) และผู้ประสานงานกลุ่ม (Cluster Development Agent: CDA)

ตัวอย่างกรณีความสำเร็จที่ชัดเจนคือการพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแปรรูปกล้วย ที่ได้มีการจัดทำแผนแม่บทของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์กล้วย มุ่งให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป โดยระบบข้อมูลสารสนเทศการวิจัยสนับสนุน รวมถึงการประสานงานความต้องการของลูกค้ายกมาขายน้ำมายังต้นน้ำเพื่อทำการปรับปรุง/พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและความแตกต่าง ส่งผลให้เกิดการยกระดับสินค้าให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อาหารได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕ - ๑๐ และสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ เช่น โครงการกล้วยอินทรีย์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาตรฐานอาหารปลอดภัย เช่น GMP, GMP CODEX เป็นต้น ซึ่งจากการดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้เกิดการขยายตลาดเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มในการสร้างตลาดใหม่ที่มีมูลค่าสูงขึ้น ขณะเดียวกันการดำเนินโครงการกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปกล้วย เกิดมีทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจน ทั้งผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐได้จัดทำแผนรองรับเพื่อส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมแปรรูปกล้วยในปีถัดไปด้วย

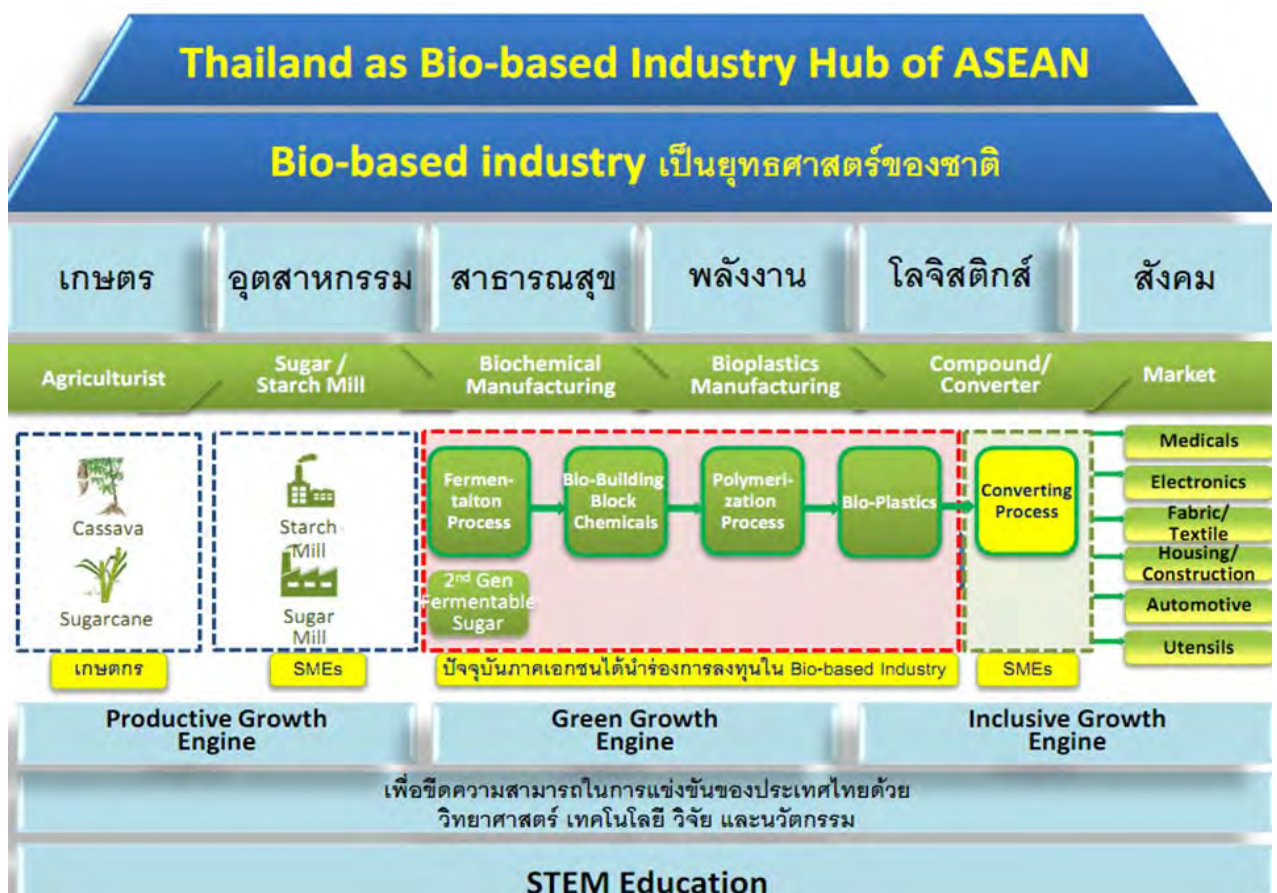
แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่าและคลัสเตอร์ได้รับการส่งเสริมให้ขยายผลต่อยอดไปในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยรัฐบาลไทยและหน่วยงานความร่วมมือจากต่างชาติ อาทิ APEC และ OECD ซึ่งให้ความช่วยเหลือด้านการศึกษาด้านนโยบายและยุทธศาสตร์ (สศช. และ สสว.) โดยล่าสุดเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ ที่ประชุมคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) ครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ ร่วมกับภาครัฐและเอกชน ได้พิจารณาทบทวนแนวทางการพัฒนาคลัสเตอร์ โดยเห็นชอบกำหนดให้การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นวาระแห่งชาติ โดยภาคเอกชนเป็นผู้นำและภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนภาคเอกชน ทั้งนี้ ให้มีการตั้งคณะกรรมการ ๖ ชุด และ ๑ ในนั้นคือการพัฒนาคลัสเตอร์ซึ่งมอบหมายคณะกรรมการร่วมเอกชน ๓ สถาบันเป็นประธาน โดยเน้นการขยายความร่วมมือจากด้านข้อมูลไปสู่การเป็นหุ้นส่วนการผลิตและพันธมิตรทางการค้าที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยคำนึงถึงจุดเด่นด้านทรัพยากร/ลักษณะเฉพาะเชิงกายภาพและการเชื่อมต่อกับตลาดสำคัญและแหล่งผลิต รวมทั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่อยู่ใกล้เคียงในการพิจารณาส่งเสริมอุตสาหกรรมและเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าเศรษฐกิจฐานรากในท้องถิ่นให้มากที่สุด

๓. แนวทางปฏิรูป/ต่อยอดการพัฒนา

(๑) สร้างคลัสเตอร์สินค้า/บริการยุทธศาสตร์เพื่อเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน กำหนดกลุ่มสินค้าและบริการที่ให้ลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากปัจจัยรอบด้าน (๔ dimensions) ได้แก่

- แนวโน้มความต้องการของตลาดและการนำเข้าของโลก (Customer/High Demand)
- การเติบโตในการส่งออกของประเทศไทย (Competence/High Growth)
- ความสามารถเทียบกับคู่แข่ง (Competitor/High Comparative Advantage)
- เครือข่ายที่เชื่อมโยงสู่ suppliers ในประเทศ (Communities/High Impact)

เพื่อระบุดังกล่าวได้สอดคล้องกับตลาดและศักยภาพควบคู่กันไป ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มสินค้าชีวภาพ (Bio-industrial Cluster) ซึ่งเป็นที่ต้องการสูง อาทิ ยา/สมุนไพร เครื่องมือแพทย์ และประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบและเทคโนโลยีชีวภาพ (Bio-technology) รวมถึงความพร้อมในแง่เครือข่ายวิชาการและองค์กรสนับสนุน (อาทิ สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจฐานชีวภาพ) ซึ่งได้มีการเชื่อมความร่วมมือกับหน่วยงานในต่างประเทศ อาทิ สิงคโปร์ เพื่อกระบวนกรร่วมทุนและการส่งเสริมตลาดในห่วงโซ่มูลค่าระดับโลก ประเทศไทยอาจเลือกกลุ่มสินค้านี้ให้เป็นคลัสเตอร์แห่งชาติที่จะนำพาสู่ตลาดโลก โดยพ่วงต่อกับกลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูปและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง (Local Content) โดยเฉพาะสินค้า/บริการจากสหกรณ์และวิสาหกิจชุมชน (Cluster for Inclusive Growth)



ภาพที่ ๒๑ การพัฒนาคลัสเตอร์กลุ่มสินค้าชีวภาพ (Bio-based Industrial Cluster)

(๒) รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลข้ามกระทรวง (Big Data/Centralized Database) ไว้ในแหล่งเดียวที่ใช้ “ศูนย์ข้อมูลแห่งชาติ” ซึ่งรัฐบาลไทยได้ผลักดันให้เกิดขึ้นแล้วตามแผนการบูรณาการศูนย์ข้อมูลภาครัฐ (Data Center Consolidation) แล้ว โดยหน่วยงานด้านยุทธศาสตร์ของกระทรวงจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ อาทิ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ซึ่งปัจจุบันอยู่ภายใต้กระทรวงต่าง ๆ ควรทำงานประสานงานกันใกล้ชิดมากขึ้นภายใต้ สศช. โดยอาศัยการสั่งการจากนายกรัฐมนตรีเป็นกลไกการบูรณาการที่มีเป็นเอกภาพมากขึ้น

(๓) วางกรอบการพัฒนาคลัสเตอร์เพื่อเชื่อมต่อห่วงโซ่มูลค่าจากปลายน้ำย้อนไปสู่ต้นน้ำ (Demand-driven Value Chain Creation) เพื่อระบุถึงผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละชั้นของห่วงโซ่ (Tiers/Layers) ก่อนนำกรอบไปใช้วางแผนในระดับพื้นที่ โดยคำนึงถึงความใกล้เคียงด้านวัตถุดิบ/แหล่งผลิตของพื้นที่ (อาทิ เขตเศรษฐกิจพิเศษ และ Joint Development Area/JDA) การขนส่งสู่ตลาดปลายทางของสินค้าหรือประตุการค้าที่มีโดยรอบของภูมิภาคอินโดจีน เพื่อวางแผนการผลิตและขนส่งที่มีต้นทุนต่ำและสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคในภูมิภาคนั้น ๆ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมในชนบท ก่อนนำไปสู่การวางแผนด้านโครงสร้างพื้นฐานและทักษะ/กำลังคนที่จะต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับกลุ่มสินค้ายุทธศาสตร์ในแต่ละพื้นที่ต่อไป

(๔) ให้สิทธิประโยชน์และการสนับสนุนด้านต่าง ๆ แก่กลุ่มสินค้า/บริการดังกล่าว โดยการทุ่มเทเป็นพิเศษทั้งด้านองค์ความรู้/เทคโนโลยี เงินทุนและการส่งเสริมตลาด รวมถึงการลงทุนขยายช่องทางการจำหน่ายและโลจิสติกส์ในต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มสินค้านี้มีความได้เปรียบในตลาดและเป็นจักรกลหลักที่นำพาห่วงโซ่การผลิตที่จะหยั่งรากสู่คู่ค้าไทยในระดับท้องถิ่นในชนบทให้กว้างขวาง

ผลผลิต	ผลิตภัณฑ์แปรรูปขั้นพื้นฐาน	อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
 ต้นยางพารา	น้ำยางข้น 	อุปกรณ์ทางการแพทย์ - ถุงมือยาง - สายน้ำเกลือ - ท่อสวนปัสสาวะ - ถุงยางอนามัย อุปกรณ์ทั่วไป - สายยางยืด - ฟองน้ำ - โฟมยาง - หุ่นมยาง - ลูกโป่ง - ที่นอน - ของเล่น - อื่นๆ
	ยางแผ่น 	ผลิตภัณฑ์ยางล้อยานยนต์ - ยางล้อรถยนต์ รถบรรทุก - ยางล้อรถใช้ในอุตสาหกรรม / การเกษตร - ยางล้อเครื่องบิน - ยางใน ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ - รองเท้า / พื้นรองเท้า - ลูกกลิ้งยาง / สายพาน - ผลิตภัณฑ์กีฬา - ยางใน งานก่อสร้าง - ยางกันซึม - ยางปูพื้น - ท่อยาง - ยางรอง - คอสะพาน
	ไม้ยางพาราแปรรูป 	ผลิตภัณฑ์ไม้ยางพารา - เฟอร์นิเจอร์ไม้ยาง - ไม้ปาร์เก้ ไม้พื้น - เยื่อกระดาษ

ภาพที่ ๒๒ ตัวอย่างห่วงโซ่มูลค่าสินค้าชีวภาพจากยางพารา



ภาพที่ ๒๓ ตัวอย่างห่วงโซ่มูลค่าสินค้าชีวภาพจากมันสำปะหลัง

(๕) กำหนดแนวทางปฏิรูปเพื่อสร้างห่วงโซ่มูลค่าในทุกมิติ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ กฎระเบียบ องค์การ/กลไก กระบวนการพัฒนาและส่งเสริม รวมถึงการเรียนรู้/สร้างบุคลากร (ตามกรอบแนวคิด ๑ ฐาน ๔ เส้า) ให้เหมาะสมกับการพัฒนาและเชื่อมต่อห่วงโซ่มูลค่าในแต่ละชั้น (Tiers) เช่น การถ่ายโอนเทคโนโลยีสู่เกษตรกร การเกษตรพันธสัญญาอย่างเป็นธรรม แนวทางเพิ่มผลผลิตภาพ (Yield) และการควบคุมด้านสารเคมีและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล เป็นต้น รวมทั้งสร้างเครือข่ายวิชาการที่จะสอดแทรกองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์มูลค่า และความได้เปรียบในการเข้าถึงตลาดและได้มาตรฐานสากลให้กับวัตถุดิบและสินค้าเกษตรแปรรูปขั้นต้น ทั้งนี้ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย ทั้งในรูปของวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ หรือกลุ่มเกษตรกร รวมถึงเยาวชน/แรงงาน ต้องได้รับการศึกษา/ยกระดับคุณภาพให้ได้มาตรฐานเพื่อสามารถเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าในระดับสากลได้ ดังตัวอย่างของการพัฒนาห่วงโซ่การท่องเที่ยวคุณภาพและมีนวัตกรรม (โครงการ Thailand-EU Market Access Partnership through Sustainable Tourism Supply Chains)

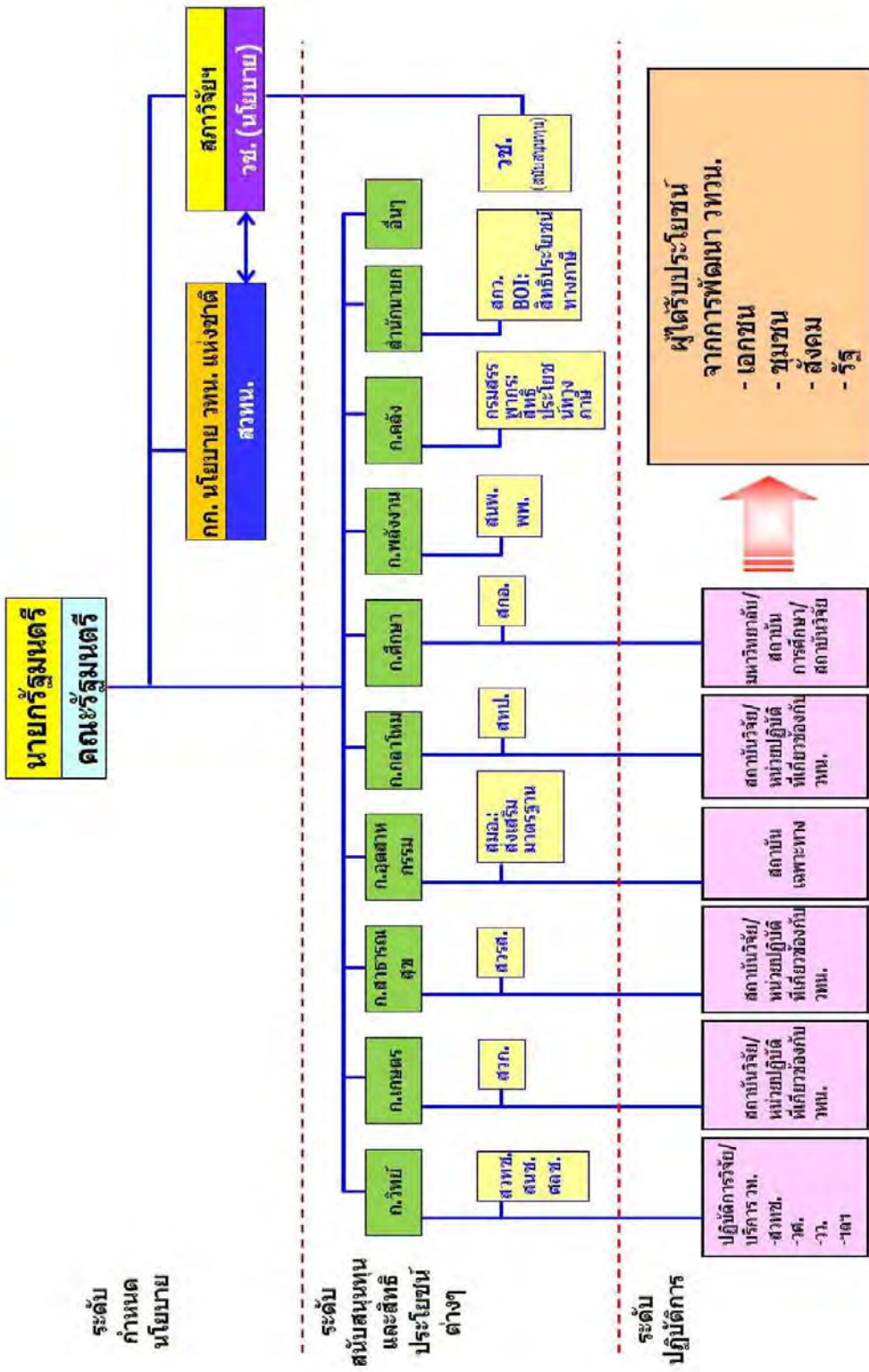
ในการกำหนดแนวทางข้างต้น สสว. จะต้องประสานงานด้านนโยบายและยุทธศาสตร์ กับหน่วยงานส่งเสริมการค้าและการลงทุน ซึ่งอาจอยู่ในรูปของสำนักคณะกรรมการส่งเสริมการค้าและการลงทุน ซึ่งกำกับดูแลวิสาหกิจขนาดใหญ่และ MNCs ไทยในต่างประเทศ เพื่อร่วมกันหาแนวทางผลักดันสินค้า/บริการยุทธศาสตร์และพ่วงต่อห่วงโซ่มูลค่าจากตลาดสู่การผลิตและเศรษฐกิจฐานรากในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ จากตัวอย่างข้างต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนจะทำการศึกษา/วิจัยในรายละเอียดของแต่ละคลัสเตอร์ต่อไป

ภาคผนวก ค

โครงสร้างระบบนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ของไทย
สหกรณ์
และวิสาหกิจชุมชน

โครงสร้างระบบนวัตกรรมไทย

ระดับ
กำหนด
นโยบาย

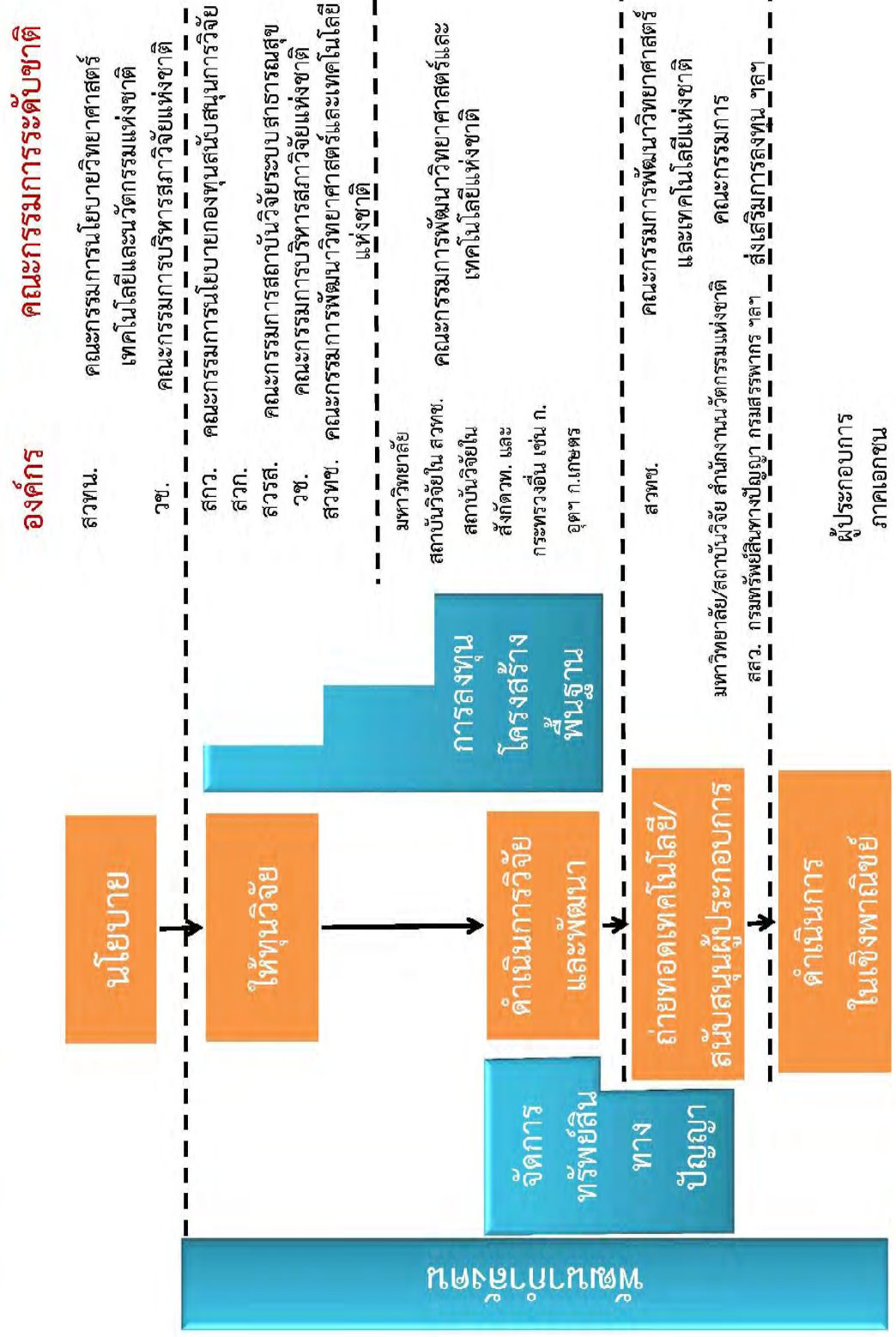


ระดับ
ปฏิบัติกา

ผู้ได้รับประโยชน์
จากการพัฒนา วัฒน.

- เอกชน
- ชุมชน
- สังคม
- รัฐ

ระบบนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ : องค์การและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง



ข. สหกรณ์

สหกรณ์ คือ “องค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม”

“สหกรณ์” ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒ หมายความว่า คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒

ดังนั้น สหกรณ์จึงตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่แก้ปัญหาในด้านการทำมาหากินที่เหมือน หรือคล้าย ๆ กัน หรือความต้องการบริการที่เหมือนกันและเป็นปัญหาที่สมาชิกแต่ละคนไม่สามารถแก้ไขได้ตามลำพัง หรือตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการ ให้สมาชิกได้รับประโยชน์ในการประกอบอาชีพของตนมากกว่าที่แต่ละคนเคยได้จากการดำเนินกิจการเองตามลำพัง

สภาพาสหกรณ์

สหกรณ์เกิดขึ้นได้ เมื่อมีการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒ ต่อนายทะเบียนสหกรณ์ หรือรองนายทะเบียนสหกรณ์ที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น เมื่อจดทะเบียนแล้ว สหกรณ์มีสภาพเป็น “นิติบุคคล” สหกรณ์เป็นนิติบุคคลในภาคเอกชน ไม่สังกัดส่วนราชการใด ๆ

ทำไมต้องมีการจัดตั้งสหกรณ์

- สหกรณ์เป็นที่ยอมรับของผู้มีปัญหาคคล้าย ๆ กัน คนที่รู้ปัญหาดี คือ ตัวผู้มีปัญหานั้นเอง ฉะนั้น การแก้ปัญหาได้ดีที่สุดก็คือการรวมคนที่มีความรู้ปัญหานั้นมาช่วยกันแก้ไข

- สหกรณ์เป็นองค์การที่มีกฎหมายรองรับ เป็นนิติบุคคลที่ถาวร เป็นอิสระ มีส่วนราชการเข้าไปช่วยเหลือสนับสนุนตามความจำเป็น

- สหกรณ์มีวิธีการแบ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยธรรม เป็นแบบของสหกรณ์โดยเฉพาะ มีลักษณะที่สมาชิกเป็นเจ้าของ และผู้ใช้บริการในขณะเดียวกัน

ประโยชน์ที่จะได้รับจากสหกรณ์ มีดังต่อไปนี้

- การรวมกันเป็นสหกรณ์ ทำให้มีผลในการต่อรองทั้งในด้านการซื้อและการขายสินค้า ที่สมาชิกผลิตได้ และฝึกคนให้รู้จักการพึ่งตนเอง

- ทำให้ชุมชนมีความสามัคคี ประองดอง อันจะนำความเจริญมาสู่ประเทศชาติได้ สหกรณ์ส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการอยู่ร่วมกันโดยสันติ การสหกรณ์เป็นวิธีการที่อุ้มชูผู้ที่ยากจนให้มีฐานะดีขึ้น โดยมีได้ทำลายคนมั่งมี จึงมีลักษณะเป็นสันตินิยมหรือส่งเสริมสันติภาพ

- สหกรณ์เป็นแหล่งจัดหาเงินทุนมาให้สมาชิกกู้ยืมไปลงทุนในการประกอบอาชีพหลัก

- สหกรณ์ช่วยส่งเสริมความรู้ด้านการประกอบอาชีพแก่สมาชิก เช่น แนะนำให้สมาชิกรู้จักพัฒนาการผลิตด้วยวิธีการเกษตรสมัยใหม่ จำหน่ายผลผลิตให้ได้ในราคาสูงขึ้น เป็นต้น

- ส่งเสริมความเสมอภาคกันและเป็นประชาธิปไตย โดยให้ทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน ในการออกเสียงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจการสหกรณ์

- สหกรณ์ฝึกคนให้มีความรู้ ประสพการณ์ รู้จักการประหยัดทรัพย์และสนับสนุนด้านเงิน ทุน การผลิต ควบคุมการใช้เงินทุนให้เป็นไปตามแผน รวมกันซื้อปัจจัยการผลิตและรวมกันขายผลิตผล ทำให้คนในชุมชนนั้น ๆ มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

การดำเนินงานของสหกรณ์

สหกรณ์ดำเนินกิจการภายใต้กรอบแห่งกฎหมายทั้งปวง แต่ต้องไม่ขัดกับข้อบังคับสหกรณ์และพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.๒๕๔๒ ซึ่งกำหนดให้สหกรณ์มีอำนาจกระทำการตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

- ดำเนินธุรกิจการผลิต การค้า การบริการ และอุตสาหกรรม เพื่อประโยชน์ของสมาชิก
- รับฝากเงินประเภทออมทรัพย์ หรือประเภทประจำจากสมาชิก หรือสหกรณ์อื่นได้ตามระเบียบสหกรณ์
- จัดให้ได้มา หรือจำหน่ายไป ซึ่งกรรมสิทธิ์ หรือทรัพย์สินในทรัพย์สินโดยหลักแห่งนิติกรรมและสัญญา ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

สัญญา ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

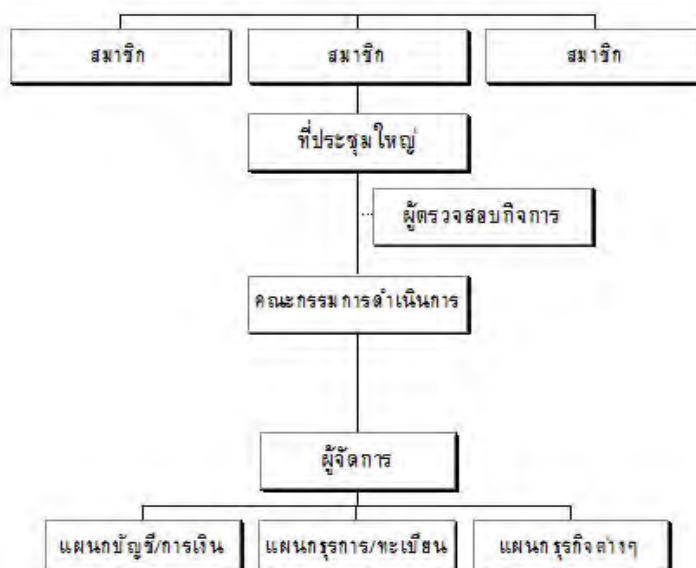
- ให้กู้ ให้สินเชื่อ ให้ยืม ให้เช่า ให้เช่าซื้อ รับจำนอง หรือรับจำนำ ซึ่งทรัพย์สินแก่สมาชิก หรือของสมาชิก
- ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงินได้ตามระเบียบของสหกรณ์
- ให้สวัสดิการหรือการสงเคราะห์แก่สมาชิกและครอบครัว
- ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สมาชิก
- ขอหรือรับความช่วยเหลือทางวิชาการจากทางราชการ หน่วยงานของต่างประเทศ หรือบุคคลอื่น
- ดำเนินการอย่างอื่นที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดการให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

โครงสร้างของสหกรณ์

สหกรณ์ตั้งอยู่บนรากฐานของประชาธิปไตย สมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของสหกรณ์ แต่ทุกคนไม่สามารถร่วมบริหารกิจการของสหกรณ์ได้ จึงต้องมีการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการเป็นผู้บริหารงานแทน ซึ่งตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒ กำหนดให้มีคณะกรรมการดำเนินการไม่เกิน ๑๕ คน มีอำนาจหน้าที่ เป็นผู้ดำเนินการและเป็นผู้แทนสหกรณ์ในกิจการทั้งปวง

เพื่อให้กิจการสหกรณ์ดำเนินการอย่างกว้างขวาง และให้บริการแก่สมาชิกอย่างทั่วถึง คณะกรรมการดำเนินการควรจัดจ้างผู้จัดการที่มีความรู้ความสามารถมาดำเนินธุรกิจแทน และผู้จัดการ อาจจัดจ้างเจ้าหน้าที่โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการดำเนินการ เพื่อช่วยเหลือกิจการสหกรณ์ด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสม โดยคำนึงถึงปริมาณธุรกิจและการประหยัดเป็นสำคัญ

แผนภูมิแสดงโครงสร้างการดำเนินงานของสหกรณ์



สิทธิพิเศษของสหกรณ์

- สหกรณ์ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียน สำหรับการได้มา การจำหน่าย การยกขึ้นเป็นข้อต่อสู้ หรือการยึดหน่วง ซึ่งกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ หรือทรัพย์สินอันเกี่ยวเนื่องอสังหาริมทรัพย์
- สหกรณ์ไม่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล
- เอกสารที่สหกรณ์ทำขึ้นบางอย่างได้รับการยกเว้นไม่เสียค่าอากรแสตมป์

สหกรณ์บริหารจัดการอย่างไร

เมื่อนายทะเบียนสหกรณ์รับจดทะเบียนจัดตั้งสหกรณ์แล้ว สหกรณ์มีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยสมบูรณ์ สามารถบริหารจัดการองค์กรได้ตามที่กำหนดในข้อบังคับและกฎหมาย มีคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์เป็นผู้แทน สหกรณ์ใช้อำนาจหน้าที่บริหารจัดการภายในองค์กรสหกรณ์และในกิจการอันเกี่ยวกับบุคคลภายนอก สามารถแบ่งการบริหารจัดการเป็น ๒ ระยะ ดังนี้

ระยะชั่วคราว

- คณะผู้จัดตั้งสหกรณ์มีอำนาจหน้าที่และสิทธิเสมือนเป็นคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์นั้น กล่าวคือ เป็นผู้แทนของสหกรณ์ดำเนินกิจการได้โดยชอบ
- บุคคลที่มีรายชื่ออยู่ในบัญชีผู้ซึ่งจะเป็นสมาชิก ได้สิทธิเป็นสมาชิกของสหกรณ์นั้น นับแต่วันรับจดทะเบียนสหกรณ์ และได้ชำระค่าหุ้นตามจำนวนที่จะถือครบถ้วน
- ภายใน ๙๐ วัน นับแต่วันรับจดทะเบียนสหกรณ์ คณะผู้จัดตั้งสหกรณ์ต้องนัดสมาชิกประชุมใหญ่สามัญครั้งแรก เพื่อเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ตามที่กำหนดในข้อบังคับสหกรณ์และคณะผู้จัดตั้งสหกรณ์ต้องมอบหมายการทำงานทั้งปวงให้กับคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์

ระยะถาวร

หลังจากคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ได้รับมอบหมายการดำเนินงานจากคณะผู้จัดตั้งสหกรณ์แล้ว สหกรณ์ดำเนินกิจการอย่างถาวรสืบต่อไป จนกว่าจะเลิกสหกรณ์

ค. วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการโดยคนในชุมชนเพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองและความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน

ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

๑. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน ผลิต แปรรูปการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อกินเพื่อใช้ในครอบครัวในชุมชนเพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน

๒. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้าการดำเนินการอย่างเป็นระบบและด้วยรูปแบบที่ทันสมัยใช้ทุนและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองชุมชน เครือข่าย และตลาดในวงกว้าง

“ทุนชุมชน” มีอะไรบ้าง

ทุนชุมชนมีทั้งทุนที่เป็นเงิน ทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะต่าง ๆ ประเพณี วัฒนธรรม ทุนทางสังคม หรือความเป็นพี่เป็นน้อง ความไว้วางใจกันของชุมชนเครือข่ายความสัมพันธ์ของสมาชิกของชุมชน

องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

๑. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
๒. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
๓. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
๔. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล
๕. มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีระบบ
๖. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ

ประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน

๑. การรวมตัวกันของเกษตรกรในการประกอบธุรกิจในระดับชุมชน มีความมั่นคง ได้รับการรับรองตามกฎหมาย
๒. การส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาความสามารถในการจัดการ ตรงตามความต้องการที่แท้จริง
๓. ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ มีความพร้อมที่จะพัฒนาสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต

วิสาหกิจชุมชนแตกต่างจากธุรกิจอื่นอย่างไร

ธุรกิจอื่นส่วนใหญ่มุ่งแสวงหาผลกำไรเป็นหลักและอาจจะไม่ให้ความสำคัญต่อผลเสียที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและสังคมเท่าที่ควร แต่วิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนเป็นการประกอบการบนพื้นฐานการใช้ความรู้ ภูมิปัญญาวัฒนธรรม และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชนโดยมุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด มุ่งต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบการมีสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนและมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศน์ของสังคมโดยรวม

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง

คณะบุคคลที่รวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ในขณะที่ชาวบ้านทั่วไปและองค์กรพัฒนาเอกชนใช้คำนี้เพื่อหมายถึงองค์กรชุมชนต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กันเป็นเครือข่าย

ความเป็นมาของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ เกิดจากการนำเสนอของตัวแทนเครือข่ายองค์กรชุมชนทั่วประเทศ ร่วมกับมูลนิธิหมู่บ้านและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เมื่อต้นปี พ.ศ. ๒๕๔๔ เพื่อรองรับกระแสการเคลื่อนตัวของกระบวนความคิดในการประกอบวิสาหกิจเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชนและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้แต่งตั้งตัวแทนเครือข่ายองค์กรดังกล่าว ร่วมกับผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเป็น “คณะกรรมการพิจารณาการร่างพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.” ในคราวที่มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการร่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ใช้ชื่อร่างกฎหมายฉบับนี้ว่า “ร่างพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.” แต่เมื่อทำการพิจารณาการร่างได้เปลี่ยนมาใช้ชื่อ “ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.” ซึ่งคณะกรรมการได้ดำเนินการพิจารณาการร่างแล้วเสร็จเสนอต่อคณะรัฐมนตรีและที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติหลักการ เมื่อวันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๔๔ ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เสนอภายหลังจากมีมติอนุมัติหลักการคณะรัฐมนตรีได้ส่งร่างฯ ไปยังสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อตรวจพิจารณา รายละเอียดตาม ขั้นตอนของกฎหมาย และต่อมาได้เสนอเข้าสู่การพิจารณาของรัฐสภาผ่านกระบวนการพิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภาได้ลงมติเห็นชอบ เมื่อเดือนพฤศจิกายน ๒๕๔๗ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงลงพระปรมาภิไธย เมื่อวันที่ ๘ มกราคม ๒๕๔๘ โดยพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เป็นผู้รับสนองพระบรมราชโองการ และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่ม ๑๒๒ ตอนที่ ๖ก เมื่อวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๔๘ โดยให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศ ในราชกิจจานุเบกษา คือ ตั้งแต่วันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๔๘ เป็นต้นไป

กรมส่งเสริมการเกษตรกับบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

สถานภาพ

๑. กรมส่งเสริมการเกษตร ทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

๒. อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร ทำหน้าที่เป็นกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

๓. ผู้แทนกรมส่งเสริมการเกษตรหนึ่งคน ซึ่งอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้แต่งตั้งเป็นผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ผู้แทนกรมการพัฒนาชุมชนอีกหนึ่งคนซึ่งอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชนแต่งตั้งเป็นผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน)

๔. เกษตรจังหวัด เป็นกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดทุกจังหวัด (รวมทั้งกรุงเทพมหานคร)

บทบาท

๑. กรมส่งเสริมการเกษตร รับผิดชอบงานด้านธุรการ งานประชุมการศึกษาข้อมูลและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

๒. สำนักงานเกษตรจังหวัด ทำหน้าที่และรับผิดชอบงานตาม (๑) ที่เกี่ยวข้องกับงานของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด (รวมทั้งกรุงเทพมหานคร)

หน้าที่และความรับผิดชอบ

กรมส่งเสริมการเกษตรและสำนักงานเกษตรจังหวัด มีหน้าที่และความรับผิดชอบในงานด้านธุรการ งานประชุม การศึกษาข้อมูลและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.๒๕๔๘ มีบทบัญญัติไว้ชัดเจนเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการและการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ดังปรากฏในตารางแสดงประเด็นการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ภาคผนวก ง

คณะกรรมการการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม
การท่องเที่ยวและบริการ

คณะอนุกรรมการการปฏิรูปอุตสาหกรรม
และที่ปรึกษาประจำอนุกรรมการ

ภาคผนวก ง

คณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ

๑. นายเกริกไกร จีระแพทย์	ประธานกรรมการ
๒. นางสาวพจนีย์ ธนวรานิซ	รองประธานกรรมการ คนที่หนึ่ง
๓. นายอุทัย สอนหลักทรัพย์	รองประธานกรรมการ คนที่สอง
๔. นางอัญชลี ชวนิชย์	รองประธานกรรมการ คนที่สาม
๕. นายสุทัศน์ เศรษฐ์บุญสร้าง	รองประธานกรรมการ คนที่สี่
๖. นางกอบกุล พันธุ์เจริญวรกุล	รองประธานกรรมการ คนที่ห้า
๗. พลเอก วิจิต ยาทิพย์	ประธานที่ปรึกษากรรมการ
๘. พลเรือเอก ศุภกร บุรณดิลก	ที่ปรึกษากรรมการ
๙. นายอนุสรณ์ แสงนิมนวล	ที่ปรึกษากรรมการ
๑๐. นางศิรินา ปวโรฬารวิทยา	ที่ปรึกษากรรมการ
๑๑. นายกงกฤช หิรัญกิจ	โฆษกกรรมการ
๑๒. นายจตุพันธ์ ภิรมย์ภักดี	ผู้ช่วยโฆษกกรรมการ
๑๓. นายกิตติ โกสินสกุล	กรรมการ
๑๔. นายไกรฤทธิ บุญเกียรติ	กรรมการ
๑๕. นายจรัส สุทธิกุลบุตร	กรรมการ
๑๖. พันตำรวจโท จิตต์ ศรีโยหะ มุกดาธนพงศ์	กรรมการ
๑๗. ว่าที่ร้อยเอก จิตร ศิรธรานนท์	กรรมการ
๑๘. นายเฉลิมศักดิ์ อบสุวรรณ	กรรมการ
๑๙. นายดุสิต ลีลาภัทรพันธุ์	กรรมการ
๒๐. นายทวีกิจ จตุรเจริญคุณ	กรรมการ
๒๑. นายมนู เลียวไพโรจน์	กรรมการ
๒๒. นายประทวน สุทธิอำนาจเดช	กรรมการ
๒๓. นายไวกุณธ์ ทองอร่าม	กรรมการ
๒๔. นายสายัณห์ จันทวิภาสวงศ์	กรรมการ
๒๕. นายสุวัช สิงห์พันธุ์	กรรมการ
๒๖. นายไพบุลย์ นลินทรางกูร	เลขานุการคณะกรรมการ

คณะอนุกรรมการปฏิรูปอุตสาหกรรม

๑. นายมนู เลียวไพโรจน์	ประธานที่ปรึกษา
๒. นางอัญชลี ชวนิชย์	ประธานอนุกรรมการ
๓. พลเอกวิชิต ยาทิพย์	รองประธานอนุกรรมการ คนที่หนึ่ง
๔. นายทวีกิจ จตุรเจริญคุณ	รองประธานอนุกรรมการ คนที่สอง
๕. นายดุสิต สีสากัทรพันธุ์	โฆษกอนุกรรมการ
๖. นายอนุสรณ์ แสงนิมมวล	อนุกรรมการ
๗. นางทิพย์รัตน์ นพดารมย์	อนุกรรมการ
๘. นายสมชาย นันทิเกียรติกุล	อนุกรรมการ
๙. นายมนัส สีสากัทรพันธุ์	อนุกรรมการ
๑๐. นายประยุทธ์ อินทร์ตลาดชุม	อนุกรรมการ
๑๑. นายชัยโรจน์ เจริญชัยกรณ์	อนุกรรมการ
๑๒. นายอุดม วงศ์วิวัฒน์ไชย	อนุกรรมการ
๑๓. นายอุทัย ปิยวนิชพงษ์	อนุกรรมการ
๑๔. นายภาณุ เชาว์ปรีชา	อนุกรรมการ
๑๕. นายประทวน สุทธิอำนาจเดช	เลขานุการคณะอนุกรรมการ

ที่ปรึกษาประจำคณะอนุกรรมการ

๑. นางศรีนา ปวโรฬารวิทยา
๒. พันตำรวจโท จิตต์ ศรีโยหะ มุกดาธนพงศ์
๓. นายเจน นำชัยศิริ
๔. นายวีรพงศ์ ไชยเพิ่ม
๕. นายเทพชัย มณีไพโรจน์
๖. นายนิกร สุศิริวัฒนนันท
๗. นายเอนก นาคะบุตร
๘. นายสุชาติ ตันตวิณชานนท์
๙. นายวศิน ตันตวิณชานนท์
๑๐. นายปฎิมา จีระแพทย์
๑๑. นายเดชา จาตุธนานนท์

พิมพ์ที่ : สำนักงานพิมพ์
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร