

บทที่ 4

กรอบแนวคิด ทิศทาง และวิสัยทัศน์

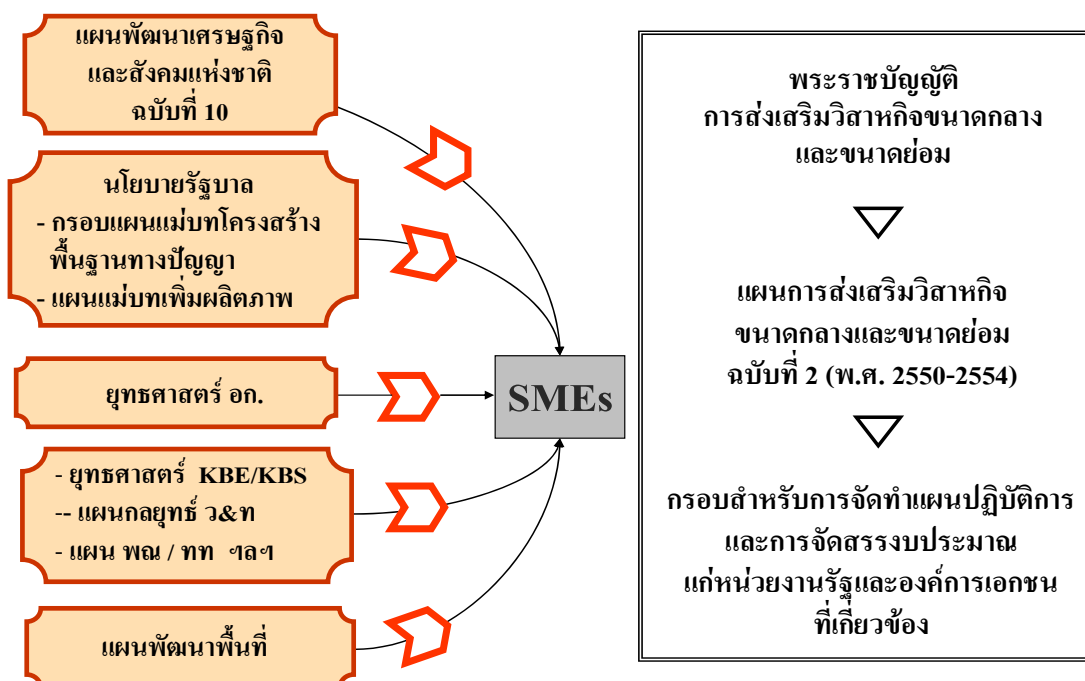
การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550-2554

แผนและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

ในการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาถึงกรอบทิศทางการพัฒนา ยุทธศาสตร์ทางด้านเศรษฐกิจต่างๆ ของประเทศที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 กรอบแนวคิด การสร้างเศรษฐกิจ/สังคมฐานความรู้ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของ ประเทศ นโยบายของรัฐบาล เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ

รูปที่ 4-1 ยุทธศาสตร์ในด้านเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2550-2554)

ยุทธศาสตร์ในด้านเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง



สาระสำคัญของยุทธศาสตร์และแนวนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีดังนี้

(1) **หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ได้นำปรัชญาหรือแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นหลักการพื้นฐานของการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในระยะ 5 ปีข้างหน้าให้จริงจังมากขึ้น ซึ่งสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคตได้ ดังนี้

รูปที่ 4-2 การนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



(1.1) **การพึ่งพาตนเอง** การพึ่งพาตนเองให้ได้ถือเป็นหลักการที่สำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้ว การพึ่งพาตนเองสามารถพิจารณาได้จากความสามารถในการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายใน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในธุรกิจของตนหรือภายในประเทศ เช่น ภูมิปัญญาหรือองค์ความรู้ภายในประเทศหรือท้องถิ่น ปัจจัยการผลิตที่เป็นตัวผู้ประกอบการเองที่จะต้องรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวได้ดี มี

ความรู้ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจ มีความสามารถในการจัดการและการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงรูปแบบต่างๆ หรือแม้แต่ปัจจัยการผลิตที่เป็นแรงงานก็ต้องสร้างความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำงานภายใต้สภาวะการณ์ต่างๆ ให้ได้ ส่วนปัจจัยด้านเงินทุน ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจะต้องพึ่งพาเงินทุนภายในองค์กรและเงินทุนที่เหมาะสมภายในประเทศก่อน รวมทั้งจะต้องนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการพึ่งพาตนเองทางเทคโนโลยี จะต้องเสริมสร้างศักยภาพทางเทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของธุรกิจไทย และสำหรับกิจการที่มีศักยภาพก็สนับสนุนการทำวิจัยและพัฒนาหรือการสร้างนวัตกรรมขึ้นมาเอง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้นในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้การพึ่งพาวัตถุดิบ องค์ความรู้ และทรัพยากรภายในประเทศ และการพัฒนาการผลิตและบริการทดแทนการนำเข้า จะช่วยให้ทั้งธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และประเทศสามารถลดการพึ่งพาจากภายนอก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

(1.2) ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ การนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการเสริมสร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจซึ่งถือเป็นเป้าหมายหนึ่งของการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ โดยสามารถพิจารณาได้หลายแนวทาง ได้แก่ การสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันทางธุรกิจระหว่างธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กกับธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีความสามารถ กำลังทุน และอิทธิพลทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน การสร้างความเป็นธรรมเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจ ดินน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และการสร้างความเป็นธรรมระหว่างผู้ผลิตสินค้าและบริการกับผู้บริโภค เพื่อไม่ให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบ หรือการเอารัดเอาเปรียบกัน

(1.3) ความสมดุล การพัฒนาทางเศรษฐกิจในอดีตที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดผลกระทบข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์บางประการทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในด้านนี้ จึงต้องการสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจกับสังคม การพัฒนาเมืองกับชนบท การพัฒนาระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาไปพร้อมๆ กัน เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ไม่ส่งผลเสียหรือส่งผลกระทบต่อกัน และไม่ละทิ้งการพัฒนาในด้านใดด้านหนึ่งไป นอกจากนี้ยังต้องสร้างระบบและกลไกที่จะป้องกันปัญหาการลงทุนที่เกินตัวและขาดประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และจะส่งผลกระทบต่อทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมารวมทั้งในระดับกิจการจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างศักยภาพในการปรับตัวให้สามารถปรับเปลี่ยนไปผลิตสินค้าและบริการได้อย่างหลากหลาย (Diversification) เพื่อลดความเสี่ยงจากภาวะทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

(1.4) การเติบโตอย่างยั่งยืน การพัฒนาในอดีตให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นจนเกิดปัญหาการเติบโตที่ยั่งยืนในระยะยาว ที่ผ่านมามีวิสาหกิจไทยเน้นการแข่งขันด้วยต้นทุนแรงงานและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร และประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่มากพอ เช่น การสร้างคน การพัฒนาวัฒนธรรมของสินค้าและบริการ การสร้างองค์ความรู้ หรือการบริหารจัดการที่ดีทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้การเติบโตพัฒนาของวิสาหกิจไทยไม่ต่อเนื่อง เมื่อต้องเผชิญกับการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในระดับล่าง เช่น จีน อินเดีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะต่อไป จึงจะต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้ฐานความรู้และมีนวัตกรรม เพื่อยกระดับการแข่งขันไปสู่การแข่งขันเชิงคุณภาพ โดยจะต้องให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพวิสาหกิจไทยด้านความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การลงทุนและดำเนินธุรกิจอย่างชาญฉลาด รวมทั้งการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

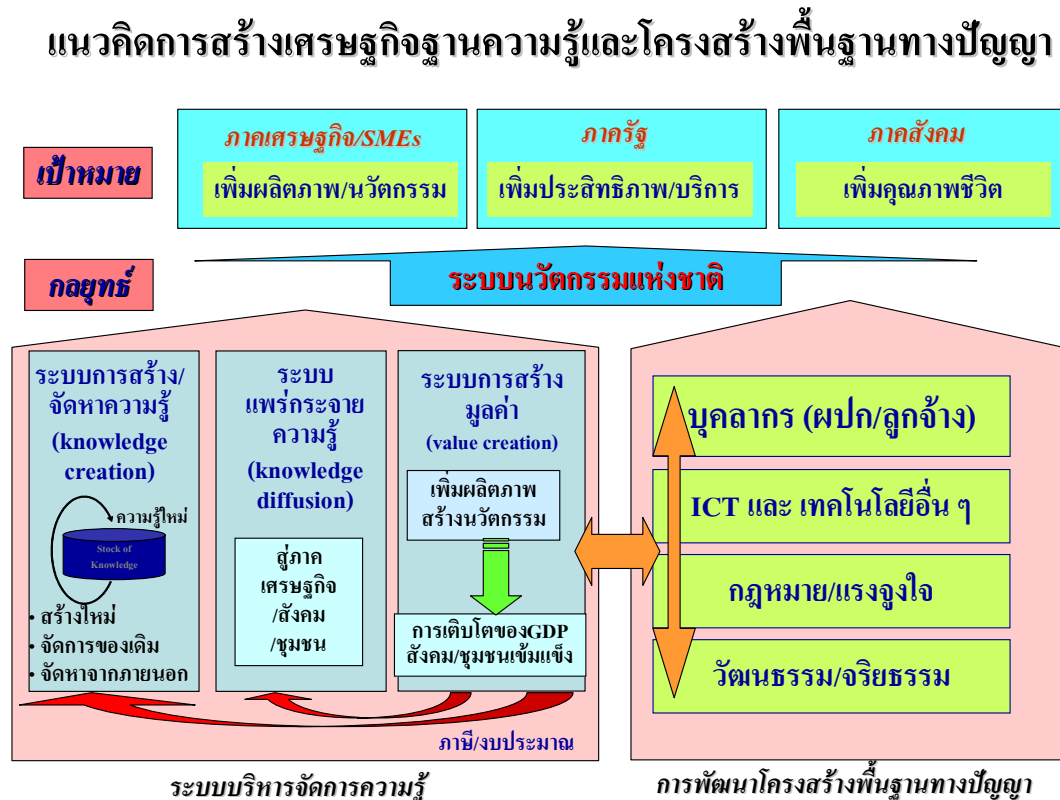
(2) แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) แนวทางการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างทุนเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ การปรับโครงสร้างการผลิตให้มีผลผลิตการผลิตและการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตในประเทศไทยให้สูงขึ้น บนฐานความรู้และความเป็นไทย โดยใช้กระบวนการพัฒนากลัสเตอร์และเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน การสนับสนุนการเพิ่มผลผลิตการผลิต ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคธุรกิจในระดับสาขา การสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและการลงทุน นอกจากนี้ยังได้มีการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นหลักการพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วย

(3) แผนกลยุทธ์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (พ.ศ.2547-2556) โดยมีปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขพื้นฐาน 4 ประการ คือ ความเข้มแข็งของระบบนวัตกรรมแห่งชาติ ความเข้มแข็งทางด้านทรัพยากรมนุษย์ บรรยากาศการพัฒนาที่เอื้ออำนวย และความสามารถในสาขาเทคโนโลยีเพื่ออนาคต ซึ่งมีเป้าหมายที่จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างอุตสาหกรรมให้เน้นการผลิตและบริการที่ใช้ความรู้เข้มข้นและการสร้างนวัตกรรม การเพิ่มความสามารถในการจัดการตนเองเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่น และยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของไทยให้อยู่ในอันดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของ IMD โดยมีกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาแบ่งเป็น 3 ภาคส่วน ได้แก่ ภาคอุตสาหกรรม ภาคเศรษฐกิจชุมชน และภาคสังคม

(4) ยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้เพื่อรองรับกระแสโลกาภิวัตน์ มีองค์ประกอบ ที่สำคัญใน 2 ส่วน คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมและพัฒนาขีดความรู้ ความสามารถทางเทคโนโลยี รวมทั้งในส่วนของกฎหมายและ

วัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และพัฒนากระบวนการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ระบบการสร้าง และจัดการความรู้ ระบบแพร่กระจายความรู้ ระบบการสร้างมูลค่าและคุณค่า

รูปที่ 4-3 การสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้และโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญาเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม



(5) แผนแม่บทโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญาในระบบเศรษฐกิจที่ใช้องค์ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มจะต้องส่งเสริมให้เกิดการประกอบการที่ใช้ฐานความรู้ให้มากขึ้น โดยจำเป็นต้องเสริมสร้างระบบนวัตกรรมแห่งชาติขึ้นมา โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 2 ส่วน ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการความรู้ ประกอบด้วย การสร้างความรู้ทั้งการสร้างความรู้ใหม่ๆ หรือการจัดการความรู้เดิม การแพร่กระจายความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ในการสร้างมูลค่าหรือใช้ประโยชน์ และโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ คือ เทคโนโลยี บุคลากร กฎหมายและแรงจูงใจ วัฒนธรรมและจริยธรรม และโครงสร้างพื้นฐานและสถาบัน

(6) แผนแม่บทการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรม ด้วยเหตุที่ประเทศไทยยังประสบกับปัญหาด้านการใช้ปัจจัยการผลิตในภาพรวมไม่เต็มศักยภาพ รวมทั้งขาดประสิทธิภาพและมีความไม่สมดุลของการใช้ปัจจัย ดังนั้น การพัฒนาภาคอุตสาหกรรมในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภาพ (Productivity) ภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากร

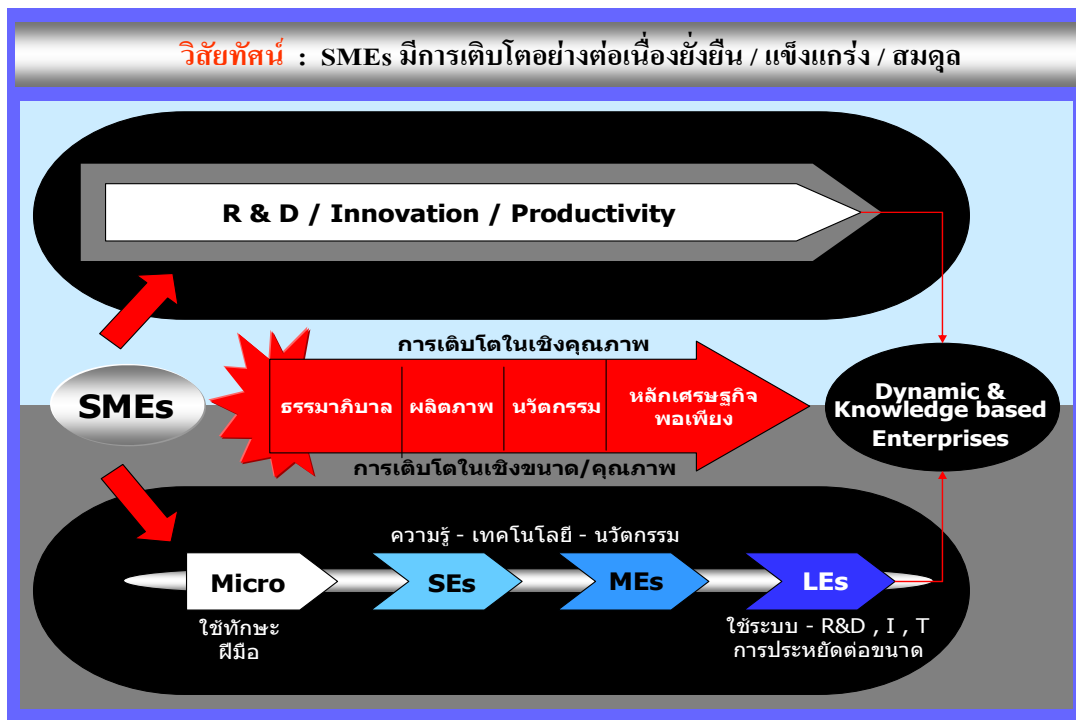
แรงงานและทุน โดยอาศัยความร่วมมือและบูรณาการระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นกลไกหลักในการผลักดันแผนแม่บทการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรมจะเป็นการตอบสนองนโยบายรัฐบาลเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพ รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมไทย และเป็นการผลักดันให้เอกชนมีบทบาทในการพัฒนาร่วมกับภาครัฐ โดยมีเป้าหมายอยู่ที่ผลิตภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3 ต่อปี ผลิตภาพแรงงานของภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี และผู้ประกอบการและแรงงานมีความตระหนักถึงการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ

กรอบแนวคิดและทิศทางการส่งเสริม

(1) **กรอบแนวคิด** ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกิจการที่เน้นการใช้ฐานความรู้และมีพลวัตสูง เพื่อเป็นกลไกหลักในการสนับสนุนการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม และเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ โดยการสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ความรู้ ทักษะฝีมือในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพและแนวโน้มความต้องการของตลาด และแบ่งการสนับสนุนออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับสาขาธุรกิจ (Sector or Firm Level) และระดับผู้ประกอบการ (Individual Level) ซึ่งแบ่งออกเป็นผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการเดิม ที่มีลักษณะ ปัญหา และความต้องการแตกต่างกันออกไปตามระยะการเติบโตของธุรกิจ คือ **ขั้นเริ่มต้นธุรกิจ (Start-up)** ที่หมายถึงธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจไม่เกิน 2 ปี **ขั้นเติบโตแล้ว (Growth)** ขั้นของการอยู่ตัว (Maturity) และ **ขั้นการปรับเปลี่ยนธุรกิจ (Turnaround)** และครอบคลุมใน 2 มิติ คือ มิติของภาพรวมทั้งประเทศ และมิติของพื้นที่ เป็นรายจังหวัดและกลุ่มจังหวัด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการกระจายความเจริญจากส่วนกลางสู่ภูมิภาค

(2) **ทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระยะปี 2550-2554** จากกรอบแนวคิดดังกล่าวนำมาสู่การกำหนดทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สอดคล้องกัน ซึ่งประกอบด้วย การปรับโครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การสร้างสังคมผู้ประกอบการ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยประสิทธิภาพและนวัตกรรม การสร้างความสมดุลในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อม การนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักการที่สำคัญในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจไทยให้มีการเติบโต พัฒนา ได้ 2 แนวทาง คือ การเติบโตในเชิงคุณภาพ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา การสร้างสรรค์นวัตกรรม และการเพิ่มผลิตภาพโดยรวม ในขณะที่อีกแนวทางหนึ่งเป็นการเติบโตในเชิงขนาดควบคู่ไปกับคุณภาพ โดยเริ่มจากวิสาหกิจขนาดจิ๋ว ขนาดย่อม ขนาดกลาง และขยายตัวไปเป็นขนาดใหญ่ในที่สุด ซึ่งก็ยังคงให้ความสำคัญกับทักษะฝีมือ องค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

รูปที่ 4-4 วิสัยทัศน์และทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550-2554



(3) แนวทางที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยสามารถเผชิญกับปัญหาต่างๆ และสามารถสร้างการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง คือ จะต้องสร้างความเข้มแข็งภายในกิจการของตน และจะต้องแข่งขันด้วยประสิทธิภาพและการมีนวัตกรรม สำหรับแนวคิดพื้นฐานในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และมาตรการการส่งเสริม ได้แก่ การมุ่งเน้นไปที่การสร้างขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่แข่งขันเชิงคุณภาพได้ การสร้างขีดความสามารถและความเข้มแข็ง (Capacity Building) ของผู้ประกอบการ เนื่องจากการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจเป็นเรื่องภายในกิจการที่ผู้ประกอบการต้องดำเนินการเอง ส่วนภาครัฐจะมีบทบาทในการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้เกิดการรวมตัวและการเชื่อมโยงกันทางธุรกิจ เพราะเป็นเรื่องยากที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถของกิจการได้โดยลำพัง

(4) **วิสัยทัศน์ของการส่งเสริม** คือ การเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย เพื่อให้สามารถเติบโตอย่างสมดุล ต่อเนื่อง และยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยฐานความรู้ และความสามารถในเชิงทักษะฝีมือ (Knowledge - Skill Based) ซึ่งจะทำได้

กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถมีบทบาทเป็นกลไกหลักขับเคลื่อนสู่การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(5) **มติการส่งเสริม** มุ่งเน้นการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับสาขาธุรกิจ ในพื้นที่ และในระดับตัวผู้ประกอบการ ซึ่งพิจารณาตามสภาพการพัฒนาของกิจการด้วย ได้แก่ ระยะก่อนเริ่มกิจการ ระยะเริ่มต้น ระยะเติบโต ระยะอยู่ตัว และระยะถดถอย-ปรับตัว โดยการส่งเสริมจะให้ความสำคัญกับกิจการที่มีการปรับตัวด้านความโปร่งใสและประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตการผลิต-การจัดการ (Productivity) ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม และการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเน้นปรับระบบการจัดการหรือการทำงานส่งเสริมในภาครัฐให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป้าหมาย

เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านงบประมาณและทรัพยากรในการส่งเสริมของภาครัฐและภาคเอกชน ในระยะของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550-2554 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และสถาบันด้านวิชาการ คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายของการส่งเสริมในภาคการผลิต การค้าและบริการ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจ เช่น มีการใช้วัตถุดิบ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและความเป็นไทย ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตภายในประเทศสูง ก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้จากการส่งออก มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นๆ สูง รวมทั้งมีแนวโน้มการเติบโตดี และมีศักยภาพในการพัฒนามาก ทำให้ได้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป้าหมาย ดังนี้

1) ภาคการผลิต

1.1) กลุ่มอุตสาหกรรมดั้งเดิม (Indigenous) ได้แก่ *กลุ่มอุตสาหกรรมเบา* (สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้า อัญมณีและเครื่องประดับ สิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์พลาสติก) *กลุ่มอุตสาหกรรมวิศวกรรม* (เหล็กและโลหะประดิษฐ์ เครื่องจักรกล แม่พิมพ์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และยานยนต์และชิ้นส่วน) และ*กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากร* (อาหาร ยาและสมุนไพร เฟอร์นิเจอร์ไม้ ของขวัญ ของชำร่วย ของตกแต่งบ้านผลิตภัณฑ์ยาง และผลิตภัณฑ์เซรามิกส์)

1.2) กลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ (New Wave) ได้แก่ พลังงานทดแทน และผลิตภัณฑ์ที่เข้าสู่ระดับที่สูงขึ้นของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในกลุ่มอุตสาหกรรมดั้งเดิม

2) ภาคการค้า

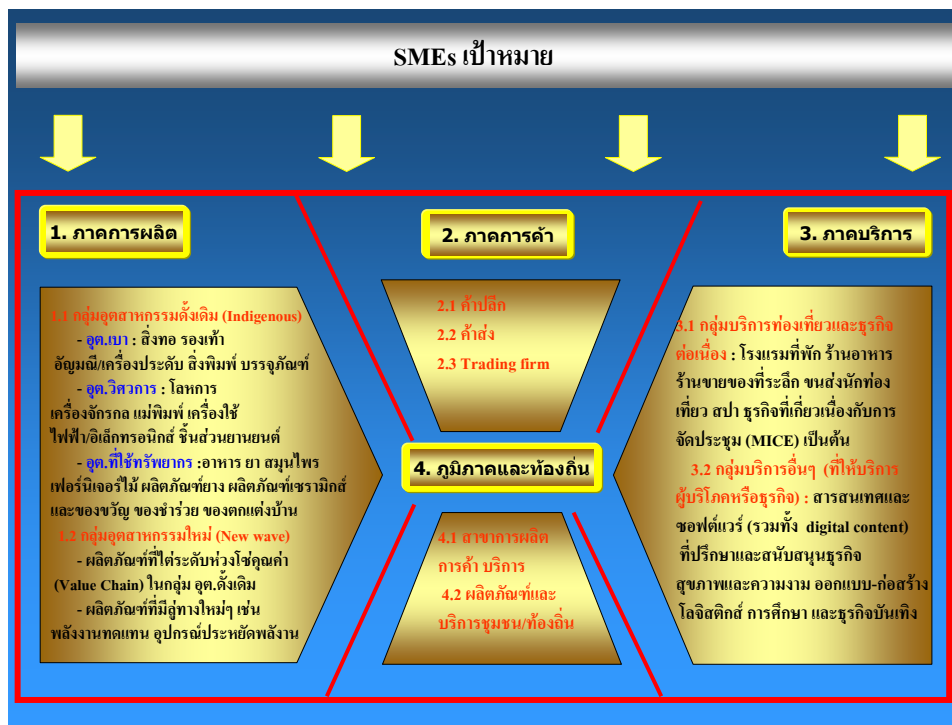
- 2.1) ภาคค้าส่ง
- 2.2) ภาคค้าปลีก
- 2.3) บริษัทการค้า (Trading Firms)

3) ภาคบริการ ให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มบริการซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นธุรกิจ (Service Providers) และกลุ่มบริการซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภค สำหรับสาขาบริการเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

3.1) กลุ่มบริการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่งนักท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริการสปา / นวดแผนไทย ธุรกิจจัดประชุมและนิทรรศการ (MICE) เป็นต้น

3.2) กลุ่มบริการอื่นๆ ประกอบด้วย (1) สารสนเทศและซอฟต์แวร์ รวมทั้ง digital content (2) บริการที่ปรึกษาและสนับสนุนธุรกิจ (3) บริการสุขภาพและความงาม (4) บริการออกแบบ-การก่อสร้าง (5) บริการโลจิสติกส์ (6) ธุรกิจบันเทิง และ (7) บริการการศึกษา

รูปที่ 4-5 กลุ่มเป้าหมายของการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ประมาณการเป้าหมายและตัวชี้วัดในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550-2554

ตัวชี้วัดและประมาณการเป้าหมายของการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริม พิจารณาจากข้อมูลในปัจจุบันประกอบกับความเป็นไปได้จากการส่งเสริมที่ผ่านมา และการคาดการณ์จากแนวโน้มสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม ประกอบไปด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของทั้งประเทศ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และอัตราการเพิ่มผลิตภาพรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

เป้าหมายที่ 1 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จนมีสัดส่วนเพิ่มเป็นร้อยละ 42 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศในปี 2554 โดยจะต้อง

- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต มีการขยายตัวร้อยละ 10 ต่อปี
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้า มีการขยายตัวร้อยละ 5 ต่อปี
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ มีการขยายตัวร้อยละ 15 ต่อปี

เป้าหมายที่ 2 การส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดความสำเร็จ อัตราการขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวม

เป้าหมายที่ 3 ผลิตภาพการผลิตและผลิตภาพแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดความสำเร็จ ผลิตภาพการผลิตโดยรวม (Total Factor Productivity) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 ต่อปี รวมทั้งผลิตภาพการผลิตโดยรวมของสาขาเป้าหมายและผลิตภาพแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี