

บทที่ 11

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการและการสร้างสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย ปี 2549

จากผลการศึกษาด้านภาพของระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยในปี 2549 นั้น ได้ยืนยันผลการศึกษาในปี 2545 และ 2548 โดยชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการเป็นกิจกรรมที่คนไทยที่อยู่ในวัยทำงานได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่ทำการศึกษา จากผลการศึกษาในปี 2549 พบว่าร้อยละ 15.2 ของประชากรในวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี มีส่วนร่วมในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Total early-stage entrepreneurial activity) ซึ่งประชากรที่เข้ามามีส่วนร่วมส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 18-34 ปี และมีทัศนคติในด้านบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นกิจการขนาดเล็กในการให้บริการ เช่น ขายของชำ ร้านอาหาร ห้องพักรับรอง เป็นต้น เน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลัก

สำหรับปัจจัยที่สนับสนุนสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยทางพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะทฤษฎีทุนมนุษย์ที่สนใจการทำธุรกิจของครอบครัวมากขึ้น บรรยากาศทางเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนที่เปิดกว้าง นโยบายและมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ความพร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐานทั้งด้านกายภาพและทางธุรกิจ รวมทั้งทัศนคติในเชิงบวกของประชากรต่อการก่อตั้งธุรกิจใหม่

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างสังคมผู้ประกอบการในประเทศไทย เช่น ลักษณะการเลี้ยงดูในครอบครัว ระบบการศึกษา ระบบสถาบันและสังคม ความสามารถในการทำวิจัยและพัฒนา การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนแหล่งเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ใกล้เคียงกับที่พบในการศึกษาในปี 2545 และ ปี 2548

ในด้านการมีส่วนร่วมในระบบเศรษฐกิจ ผลการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการไทยทั้งผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการเดิมยังให้ความสำคัญต่อการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ต่อลูกค้าน้อย รวมทั้งขาดแนวคิดในการที่จะสร้างความต้องการ (Demand) ในสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเองส่วนใหญ่ยังคงแข่งขันในตลาดสินค้าชนิดเดิม และยังมีบทบาทในการจ้างงานและการส่งออกน้อย

บทที่ 12 การศึกษาเปรียบเทียบสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในต่างประเทศ

การเปรียบเทียบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศต่างๆ ในที่นี้จะใช้กรณีศึกษาของญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน ซึ่งได้รับความยอมรับในฐานะต้นแบบความสำเร็จในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออก และศึกษาสิงคโปร์ในฐานะตัวแทนของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กับศึกษากรณีของสหรัฐอเมริกา ในฐานะตัวแทนของทวีปอเมริกาเหนือ โดยมีขอบเขตการศึกษาใน 3 ประเด็นหลัก คือ

1. การเปรียบเทียบบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่างๆ

2. การศึกษาลักษณะร่วมของทิศทางและนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศต่างๆ ซึ่งสะท้อนถึงกระบวนการตัดสินใจที่เป็นความพยายามในการรับมือกับกระแสความเปลี่ยนแปลงในระดับโลก

3. การศึกษาสถานการณ์และมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละประเทศ

12.1 การเปรียบเทียบบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่างๆ

โดยทั่วไปวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศต่างๆ มักมีบทบาทในภาคส่งออกในระดับปานกลางเท่านั้น เช่น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของเกาหลีใต้มีส่วนในภาคส่งออกเมื่อปี 2004 เพียง 39.0% วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสหรัฐมีส่วนในภาคส่งออกเมื่อปี 2003 เพียง 28.6% ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของญี่ปุ่นและไต้หวันมีบทบาทในภาคส่งออกเพียง 13.5% (ข้อมูลปี 2547) และ 17.6% (ข้อมูลปี 2548) ตามลำดับ

สำหรับบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการร่วมสร้าง GDP อยู่ในระดับค่อนข้างสูง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสหรัฐและสิงคโปร์มีส่วนร่วมสร้าง GDP ของประเทศเกือบครึ่งหนึ่งของตัวเลขรวม ทั้งนี้ ในปี 2005 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสหรัฐมีส่วนอยู่ใน GDP รวมที่ระดับ 49.9% ขณะที่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สิงคโปร์มีส่วนอยู่ใน GDP รวมที่ระดับ 42.0%

12.2 การศึกษาลักษณะร่วมของทิศทางและนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การกำหนดทิศทาง นโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของแต่ละประเทศ จะสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ที่ประเทศเหล่านั้นวางตำแหน่งแห่งที่ของตน ตลอดจนวิสัยทัศน์ต่อการปรับตัวกับโอกาสและภัยคุกคามในสถานการณ์จริงที่เผชิญอยู่ ในปัจจุบันประเทศที่ได้รับการยอมรับว่าประสบความสำเร็จในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักมีวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกัน และต่างเผชิญปัญหาอีกทั้งความท้าทายร่วมกันอยู่มาก ส่งผลให้กระบวนการตัดสินใจเรื่องเหล่านี้มีลักษณะเป็นกระแสหลักของโลก โดยประเทศต่างๆ ที่ศึกษาจะมีองค์ประกอบของทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่คล้ายคลึงกัน 5 ประการดังนี้

12.2.1 องค์ประกอบร่วมของทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศต่างๆ ประกอบด้วย

- 1) การเสริมสร้างศักยภาพเชิงการแข่งขัน
- 2) การส่งเสริมให้ปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- 3) การตั้งเป้าหมายจะพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้ และให้ความสำคัญแก่นวัตกรรมเชิงเทคโนโลยีเป็นอันดับต้นๆ
- 4) การสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายธุรกิจออกต่างประเทศ
- 5) การส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ๆ จำนวนมาก พร้อมกับยกระดับคุณภาพของรายที่ดำเนินการอยู่แล้ว

12.2.2 นโยบายและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประเทศต่างๆเลือกใช้

- 1) เสริมสร้างศักยภาพในด้านเทคโนโลยีระดับสูง รวมทั้งสนับสนุนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่และนำนวัตกรรมไปใช้เชิงพาณิชย์
- 3) ปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่ง แกไขกฎหมายและกฎระเบียบ ที่เป็นอุปสรรค
- 4) พัฒนาและสร้างความมั่นคงด้านทรัพยากรบุคคล เพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ เช่น ประชาสัมพันธ์ให้คนรุ่นใหม่เห็นศักยภาพการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความช่วยเหลือด้านการฝึกอบรมทั้งระดับแรงงานและผู้บริหาร
- 5) ให้การสนับสนุนด้านการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเพิ่มศักยภาพในการบริหารการเงิน การระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์ และ Venture Capital Fund
- 6) กระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใหม่ๆ และสนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งรวมถึงการสร้างผ่านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และการบ่มเพาะกิจการตั้งใหม่ด้วย Venture Capital Fund
- 7) เพิ่มความแข็งแกร่งในศักยภาพด้านการตลาด เช่น การสร้างตราयीหือ, ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการตลาด, ส่งเสริมการขายตลาดในต่างประเทศ, สร้างสื่อกลางเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร, สนับสนุนให้ภาครัฐอุดหนุนสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 8) ยกกระดับขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ ตลอดจนสนับสนุนการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร
- 9) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมหาวิทยาลัย/สถาบันวิจัย
- 10) ส่งเสริมพื้นที่พยานซื้อปึงที่ซบเซา รวมทั้งพื้นที่ตลาดดั้งเดิม