

สรุปสาระสำคัญ

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศไทย

(พ.ศ. 2545-2549)

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

แผนนี้จัดทำขึ้นจากการทบทวนแนวทางการพัฒนา SMEs จากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 แผนแม่บทการพัฒนา SMEs ภาคอุตสาหกรรมผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs เมื่อวันที่ 8 – 9 มิถุนายน 2544 และแนวทางการพัฒนาตาม พรบ. ส่งเสริม SMEs ปี 2543 รวมทั้งนโยบายของรัฐบาล และการประมวลข้อคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในภูมิภาค โดยมีแนวนโยบายการพัฒนา SMEs ของประเทศที่สำคัญได้ 4 ประการ ดังนี้

1.1 พัฒนาให้ SMEs มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวม เป็นกลไกหลักในการสนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญในลำดับสูงกับวิสาหกิจระดับล่างและระดับกลาง

1.2 การเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs โดยมุ่งเน้นการปรับโครงสร้าง เพื่อสร้างศักยภาพของสินค้าและบริการเป้าหมาย รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพคน เทคโนโลยี และการจัดการที่ดี เพื่อยกระดับสินค้าและบริการส่งออกไปสู่ตลาดในระดับที่สูงขึ้น

1.3 ให้ SMEs เป็นแกนหลักที่สามารถสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจชุมชน โดยการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การส่งเสริมเพื่อให้เกิดการพัฒนาและยกระดับวิสาหกิจที่ต่อเนื่องจากระดับพื้นฐานไปสู่ระดับที่สูงขึ้น และก้าวสู่ระดับสากลได้ในที่สุด

1.4 การสร้างวัฒนธรรมหรือสังคมผู้ประกอบการให้แพร่หลาย เพื่อสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้ และขีดความสามารถ

2. การวิเคราะห์จุดอ่อน – จุดแข็ง และโอกาส – ข้อจำกัด

2.1 สถานการณ์และปัญหาในภาพรวม

2.1.1 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการทำธุรกิจของ SMEs ไทย

2.1.2 ธุรกิจต่างๆ ในยุคเศรษฐกิจใหม่ มีแนวคิดและกระบวนการในการทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป เช่น เกิดการแข่งขันที่ต้องใช้ความรวดเร็ว การผลิตที่อาศัยความรู้ ทักษะ และเทคโนโลยี การใช้เครือข่ายและความเชื่อมโยง และให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค มากขึ้น

2.1.3 แนวโน้มของกิจการจะเล็กลงและเน้นเฉพาะธุรกิจที่ตนมีความเก่ง (Core Competency) ควบคู่ไปกับการเพิ่มพันธมิตร หรือการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับหุ้นส่วนและพันธมิตรในต่างประเทศ

ปัจจัยเหล่านี้เปิดโอกาสให้ SMEs ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศได้ โดยเฉพาะวิสาหกิจที่ใช้ทรัพย์สินด้านปัญญา เช่น สินค้าที่เป็น Niche Product หรือสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีก้าวหน้า

2.2 ปัญหาอุปสรรคของ SMEs ไทย

2.2.1 การสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ไม่สามารถอาศัยข้อได้เปรียบทางด้านแรงงานและทรัพยากรได้เช่นในอดีต จึงต้องเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า Nutcracker Effect

2.2.2 ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากระบบการบริหารจัดการยังขาดความพร้อม และมีปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ก่อนข้างมาก

2.2.3 ข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล SMEs ส่วนใหญ่มักเป็นธุรกิจครอบครัว หรือเจ้าของคนเดียว จึงขาดความเป็นมืออาชีพและยังมีข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล

2.2.4 การจัดการของรัฐในการส่งเสริม ยังขาดความเป็นระบบ ขาดการประสานงาน ไม่มีแผนส่งเสริมที่จะใช้เป็นกรอบทิศทางหลักที่เป็นเอกภาพ รวมทั้งขาดการติดตามและประเมินผลที่ดี

2.3 จุดแข็งและโอกาส

2.3.1 มีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ง่าย

2.3.2 มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้และการใช้ทรัพยากรในประเทศค่อนข้างสูง

2.3.3 เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ทำให้เป็นแหล่งบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ และใช้เงินลงทุนและเงินทุนดำเนินการไม่สูงนัก

2.3.4 เป็นแหล่งรองรับและฝึกฝนแรงงานไร้ฝีมือ กึ่งฝีมือ และแรงงานที่มีทักษะเฉพาะทาง

2.3.5 สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ได้ดี

2.3.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องมือในการส่งเสริมสนับสนุนที่ค่อนข้างพร้อม

2.3.7 กระบวนการทำธุรกิจสมัยใหม่เอื้อต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

2.3.8 นโยบายของรัฐให้ความสำคัญกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

3. วิสัยทัศน์และพันธกิจของการส่งเสริม SMEs ของประเทศไทย

3.1 วิสัยทัศน์ คือ “เพื่อให้ประเทศไทยมีความเป็นสังคมผู้ประกอบการมากขึ้น SMEs มีคุณภาพ มีความเป็นสากล มีความเข้มแข็งและมั่นคง เป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจส่วนรวมและเศรษฐกิจชุมชน”

3.2 พันธกิจ

3.2.1 แก้ไขปัญหาอุปสรรค SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินในปี 2540

3.2.2 เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการและบุคลากรใน SMEs

3.2.3 พัฒนาส่งเสริมให้ SMEs กลุ่มต่างๆ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

3.2.4 เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจให้เอื้อต่อการประกอบกิจการของ SMEs

3.2.5 พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดและการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

3.2.6 ส่งเสริมธุรกิจรากหญ้าให้มีบทบาทสำคัญในการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค

4. เป้าหมายของแผน

4.1 ให้การขยายตัวของ GDP ของ SMEs ขยายตัวในอัตราเร่งที่ต่อเนื่องจนทำให้มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50 ของ GDP รวม เมื่อสิ้นสุดแผนในปี 2549

4.2 การจ้างงานของ SMEs เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 180,000 คน

4.3 เพิ่มผลิตภาพของแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สูงขึ้นในอัตราที่สอดคล้องกับอัตราการเพิ่มผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรมที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 2.5 ต่อปีของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9

4.4 การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 ต่อปี

4.5 เพิ่มประสิทธิภาพระบบการส่งเสริม โดยการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบ ด้วยการจดทะเบียนในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 72 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในปี 2549

4.6 เพิ่มจำนวนผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่ 50,000 รายต่อปี

4.7 มีกลุ่มอาชีพที่สามารถดำเนินการขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี เป็นจำนวน 6,300 กลุ่ม ในปี 2549

4.8 กลุ่มเป้าหมายของการเสริมสร้างและยกระดับขีดความสามารถ

1) กลุ่มวิสาหกิจส่งออกที่มีศักยภาพอยู่แล้ว จะยกระดับความสามารถให้สูงขึ้น ได้แก่ กลุ่มอาหารแปรรูป กลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร และกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น

2) กลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ ชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

3) กลุ่มบริการที่มีศักยภาพอยู่เดิม ได้แก่ การท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง บริการด้านสุขภาพและด้านการศึกษา การออกแบบและการก่อสร้าง

4) กลุ่มวิสาหกิจบริการที่มีแนวโน้มดี ได้แก่ บริการทางวิชาชีพที่สำคัญประกอบด้วย วิศวกร สถาปนิก บัญชี กฎหมาย ธุรกิจบันเทิง และธุรกิจจัดการประชุม

5) กลุ่มวิสาหกิจที่ต้องจัดระเบียบ ได้แก่ การค้าส่ง – ค้าปลีก การขนส่ง และการเงิน

5. ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ไทย พ.ศ. 2545-2549

5.1 จุดเน้นและความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์

จุดเน้นของยุทธศาสตร์ ให้ความสำคัญเฉพาะประเด็นหลักที่จำเป็นต้องเร่งดำเนินการให้เกิดผลสำเร็จในช่วงระยะเวลาของแผน 4 ประการ คือ

5.1.1 ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเร่งด่วน 2 ปัญหาหลัก คือปัญหาด้านการเงินและปัญหาด้านการตลาดที่ SMEs ไทยกำลังประสบต่อเนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจ

5.1.2 การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการภาครัฐให้มีความพร้อมและกระจายอย่างทั่วถึง และลดปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากภาครัฐ

5.1.3 การเสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน เสริมสร้างศักยภาพของบุคลากร ส่งเสริมเทคโนโลยี การวิจัยพัฒนาและการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งส่งเสริมความเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มวิสาหกิจ (Cluster)

5.1.4 การมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาและวางรากฐานเพื่อให้เกิดการเติบโตในวิสาหกิจยุทธศาสตร์สำคัญเฉพาะกลุ่ม ประกอบด้วย วิสาหกิจส่งออก การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และวิสาหกิจชุมชน

ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและส่งต่อกระบวนการพัฒนา โดยเริ่มจากการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้สามารถเติบโตไปเป็นวิสาหกิจสมัยใหม่ รวมทั้งเร่งสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ เพื่อให้เป็นหัวใจของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยเข้าสู่สากล วิสาหกิจทั้งสองกลุ่มนี้เมื่อเกิดและเติบโตได้แล้วจะผนึกกำลังรวมกับ SMEs ทัวไปที่มีอยู่เดิม เป็นวิสาหกิจที่เป็นกลไกหลักในระบบเศรษฐกิจ กระบวนการส่งเสริมต่อไป คือ การยกระดับความเป็นสากลของวิสาหกิจกลุ่มอิสระ (stand alone) ด้วยวิธีการพัฒนาความรู้ความสามารถ การรวมกลุ่ม การขยายตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าและบริการเป้าหมาย (product positioning) และในตลาดส่งออกเป้าหมาย เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดภูมิภาคและตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นเป้าหมายขั้นสุดท้ายของกระบวนการส่งเสริม SMEs ของประเทศ

5.2 การกำหนดความเร่งด่วนของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1) มาตรการที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน ประกอบด้วยมาตรการทางการเงินในส่วนที่ต้องแก้ไขปัญหาหนี้เสีย ปัญหาสินเชื่อ ปัญหาทางการตลาด และจุดอ่อน – ข้อจำกัดที่เป็นปัญหาอุปสรรคอื่นๆ

2) มาตรการที่จะดำเนินการในระยะปานกลางและระยะยาว หมายถึง มาตรการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง และการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจให้มีความสามารถการแข่งขันสูงขึ้น

5.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ไทย พ.ศ. 2545-2549

ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์หลักสำหรับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

- 1) ยุทธศาสตร์การฟื้นฟู SMEs ให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ
- 2) ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ
- 3) ยุทธศาสตร์เสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย

- 4) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออกสู่ระดับสากล
- 5) ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่
- 6) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการแก้ปัญหาคาความยากจนและ

กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

5.4 รายละเอียดของแต่ละยุทธศาสตร์

- 1) ยุทธศาสตร์การฟื้นฟู SMEs ให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

วัตถุประสงค์ เพื่อแก้ปัญหาด้านการเงิน สร้างและขยายโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ แก่ SMEs และส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมทางธุรกิจ

กลยุทธ์การดำเนินงาน

- (1) กลยุทธ์การฟื้นฟูสภาพและพัฒนาฐานะความเข้มแข็งทางการเงินของ SMEs

เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนเงินทุนและการขาดสภาพคล่องของ SMEs

- (2) กลยุทธ์การปรับปรุงสภาพแวดล้อม การสร้างโอกาสและการขยายตลาดของ SMEs

เพื่อขยายโอกาส และลดปัญหาอุปสรรคทางด้านตลาดของ SMEs

- 2) ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคจากภาครัฐ

กลยุทธ์การดำเนินงาน

- (1) กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการปรับปรุงกฎระเบียบและบริการภาครัฐ

ให้เอื้อต่อการประกอบกิจการของ SMEs เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากภาครัฐ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดบริการภาครัฐ

- (2) กลยุทธ์ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนและสร้างความ

เข้มแข็งขององค์กรเอกชน เพื่อให้สามารถจัดบริการของรัฐได้สอดคล้องกับความต้องการของภาคเอกชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ยุทธศาสตร์เสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีการใช้ “ปัญญา ความรู้ และฝีมือ” เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยการปรับปรุงขีดความสามารถในการผลิต การส่งเสริมการพัฒนาของบุคลากร และส่งเสริมการเกาะกลุ่มเชื่อมโยงกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจครบวงจร

กลยุทธ์การดำเนินงาน

(1) กลยุทธ์การยกระดับประสิทธิภาพและส่งเสริมการไหลของผู้ประกอบการให้สูงขึ้นได้มาตรฐานสากลและเป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ SMEs ให้เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในและต่างประเทศ

(2) กลยุทธ์การส่งเสริมการค้า วิจัย ค้นหา และพัฒนานวัตกรรมร่วมกันระหว่างหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษาและภาคเอกชน เพื่อนำไปใช้เชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตโดย SMEs และส่งเสริมการใช้ปัญญาและทักษะฝีมือในการแข่งขันมากขึ้น

(3) กลยุทธ์การเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจและการพัฒนาวิสาหกิจครบวงจร (Cluster) เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของ SMEs โดยการเชื่อมโยงกันเอง หรือเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่

(4) กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถและคุณภาพชีวิตของบุคลากร SMEs เพื่อยกระดับความรู้ ความสามารถ และทักษะฝีมือ รวมทั้งคุณภาพชีวิตบุคลากรของ SMEs

4) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออกสู่ระดับสากล

วัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับการผลิต การจัดการ และการตลาดของ SMEs กลุ่มส่งออก และลดปัญหาอุปสรรคการส่งออกที่เกิดจากการดำเนินงานของภาครัฐ

กลยุทธ์การดำเนินงาน

(1) กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดส่งออก เพื่อช่วยเหลือในด้านการเจาะตลาดการให้บริการข้อมูลการตลาดเชิงลึก การพัฒนาระบบกระจายสินค้า การลดต้นทุนการตลาด และการพัฒนาตราชี้ห่อและภาพลักษณ์สินค้าไทย

(2) กลยุทธ์การพัฒนาการผลิตและการบริการให้มีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันด้านการผลิต การจัดการ และบริการของ SMEs ให้สูงขึ้นและแข่งขันได้

(3) กลยุทธ์เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดีลดภาระและความเสียเปรียบของวิสาหกิจกลุ่มส่งออกที่เกิดจากกฎหมายนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐ เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคลดต้นทุนของธุรกิจ ปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

5) ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

วัตถุประสงค์ เพื่อเร่งสร้างผู้ประกอบการใหม่และพัฒนาความสามารถของ
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

กลยุทธ์การดำเนินงาน

(1) กลยุทธ์การเชื่อมโยงงานวิจัยและพัฒนาในนวัตกรรมสู่การผลิตเชิงพาณิชย์
เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้ความรู้และทักษะฝีมือเป็นปัจจัยหลักในการแข่งขัน

(2) กลยุทธ์การสร้างและปลูกจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเสริมสร้าง
วัฒนธรรมการประกอบการในจิตสำนึกของคนไทย โดยเฉพาะผู้ที่มีความรู้สูง

(3) กลยุทธ์การสร้างโอกาส โดยอาศัยการสนับสนุนมาตรการ การสร้าง ป่มเพาะ และจัด
ตั้งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้กับผู้ประกอบการใหม่และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ เพื่อกระตุ้นให้
เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความรู้ และความสามารถสูง โดยปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น และ
จัดมาตรการสนับสนุนทางการเงินและการให้คำปรึกษาแนะนำ

(4) กลยุทธ์การเสริมสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ เพื่อ
เสริมสร้างบรรยากาศให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ โดยการจัดสิทธิประโยชน์ การจัดตั้ง
ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ

6) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการแก้ปัญหาความยากจน และ
กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

วัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับความสามารถในการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนให้
เข้มแข็ง อยู่รอด และเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีบทบาทในการสร้างงานและสร้างรายได้ในภูมิภาค

กลยุทธ์การดำเนินงาน

(1) กลยุทธ์การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิดผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่ม
รายได้ชุมชน โดยใช้องค์ความรู้และทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นเครื่องมือที่สำคัญ โดยส่งเสริมโครงการ
OTOP และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

(2) กลยุทธ์การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันทั้งระบบ
และส่งเสริมให้เกิดผลถึงระดับจังหวัด ท้องถิ่น และชุมชนโดยเร็ว เพื่อเชื่อมโยงการผลิต การค้า และ
บริการของชุมชนให้เกิดประโยชน์เอื้อซึ่งกันและกัน

(3) กลยุทธ์การสร้างโอกาสทางตลาดและการกระจายสินค้าจากธุรกิจชุมชนไปสู่ตลาด
เพื่อส่งเสริมการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การกระจาย
สินค้า และบริการของวิสาหกิจชุมชนให้มากขึ้น

6. แนวทางการปรับระบบการบริหารจัดการนโยบายการส่งเสริม

ในอดีตที่ผ่านมา การบริหารจัดการนโยบายการส่งเสริม SMEs มีปัญหาอุปสรรคใหญ่ 2 ประการ คือ 1) การขาดทิศทางหลัก (Overarching Policy) ในการดำเนินนโยบายส่งเสริมของประเทศ ที่ได้รับการยอมรับให้เป็นกรอบทิศทางหลักร่วมกัน และ 2) มีลักษณะต่างคนต่างทำ (Fragmented Policy) และขาดกลไกที่จะทำให้เกิดการเชื่อมโยงกัน แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องมาจากการปฏิรูประบบราชการ ปฏิรูปวิธีการงบประมาณ การเมืองที่ค่อนข้างมีเสถียรภาพ และการมีพระราชบัญญัติส่งเสริม SMEs รวมทั้งการมี สสว. ขึ้นมาเป็นหน่วยงานกลาง เพื่อทำหน้าที่ประสานการจัดทำแผนปฏิบัติการให้เป็นเอกภาพและชัดเจนมากขึ้น

แนวทางการปรับระบบการบริหารจัดการนโยบายส่งเสริมยังควรได้รับการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้

1. กำหนดให้การส่งเสริมและพัฒนา SMEs ของประเทศ จะต้องอยู่ภายใต้กรอบแผนการส่งเสริม และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการส่งเสริม SMEs

2. คณะกรรมการส่งเสริม SMEs จัดตั้งคณะอนุกรรมการบริหารแผนส่งเสริมที่มี สสว. เป็นฝ่ายเลขานุการ เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดแนวทางแผนปฏิบัติการ การจัดสรรงบประมาณ และการติดตามประเมินผลเพื่อการส่งเสริม ดังนี้

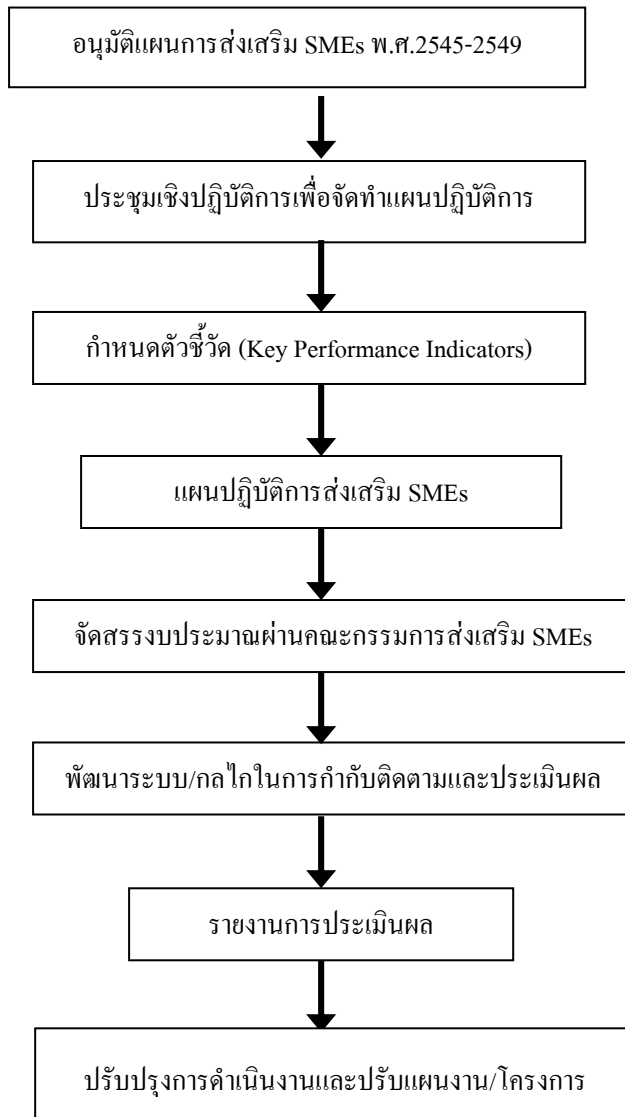
- 2.1 กำหนดวงเงินงบประมาณ เพื่อใช้ในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ และลดวงเงินงบประมาณสนับสนุนงานที่อยู่นอกแผนปฏิบัติการ

- 2.2 กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอแผนงาน/โครงการเพื่อของบฯ

- 2.3 พิจารณาคัดเลือกจากข้อเสนอโครงการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผน

- 2.4 กำกับ ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานโครงการที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ

กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ



สสว. เป็นแกนหลักในการประสาน

- หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง
- รัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง
- สถาบันอิสระ
- องค์กรเอกชน