

นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดความยั่งยืน

Government Policy to Promote Small and Medium Enterprises to be Sustainable

สุชาติ อำนาจวิภาวี¹ ศิริวัฒน์ เปลียนบางยาง² เพ็ญศรี ฉิรินัง³ และจิระพันธ์ สกุนา⁴

Suchat Amnatwipavee¹ Siriwat Plainbangyang² Pensri Chirinang³ and Jirapan Sakuna⁴

1 นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

2, 3 อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: suchat.amnat01@gmail.com, siriwat.ple@rmutr.ac.th, pensri.chi@rmutr.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้ เป็นการศึกษา นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีวัตถุประสงค์ให้เห็นถึง การกำหนดนโยบายของหน่วยงานภาครัฐในแต่ละหน่วยงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริม สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ประกอบการเดิมให้ สามารถดำเนินธุรกิจได้เติบโต และมั่นคง เมื่อโลกธุรกิจยุคใหม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น และต้องปรับตัวเพื่อให้ก้าวทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคเศรษฐกิจโลกดิจิทัล โดย ภาครัฐได้มีนโยบายที่สำคัญที่ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนา นวัตกรรม ด้านการส่งเสริม ด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมด้านการลงทุน

คำสำคัญ: นโยบายภาครัฐ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความยั่งยืน

Abstract

This article is a study of government policies in encourage small and medium enterprises. The objective is focusing the policy formulation of each of the government agencies and related agencies that encourage supporting small and medium enterprises to have competitiveness. In order to stimulate and encourage new entrepreneurs or former entrepreneurs to be able to grow and stable their business. When the modern business world changes rapidly in every dimension causing SMEs must face more competition and must adjust to keep up with the changing situations in the Digital Global Economy. The government has important policies that encourage small and medium enterprises in 3 policies including innovation development, marketing promotion and investment promotion.

Keywords: Government policy, Small and Medium Enterprises, Sustainable

บทนำ

กระทรวงอุตสาหกรรม การส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมของประเทศไทย เดิมเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐาน เช่น โรงน้ำแข็ง โรงเลื่อย โรงสี ส่วน SMEs คือรายเล็กที่ทำเล็กลงๆ ความสำคัญของธุรกิจ SME คือธุรกิจขนาดเล็ก หรือขนาดย่อม ธุรกิจราย ย่อย หรือธุรกิจครอบครัว อุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่มีนโยบายที่ชัดเจน ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมโดยกรม ส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานที่ดูแลธุรกิจอุตสาหกรรมมาตั้งแต่เริ่มต้นด้วยอุตสาหกรรมในครอบครัว พอมาถึงช่วงยุคการ เปลี่ยนแปลงในช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ กระทรวงอุตสาหกรรมโดย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมองว่า ในการส่งเสริมการลงทุนใน อุตสาหกรรมต่างๆเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ เป็นการส่งเสริมผลประโยชน์ให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และ

ขนาดกลาง ส่วนอุตสาหกรรมรายเล็กยังขาดการส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจัง ดังนั้น กรมส่งเสริมฯ จึงเน้นในเรื่องของการส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม โดยดำเนินการส่งเสริมในเรื่องของเทคนิควิชาการ การบริหารจัดการ เทคโนโลยี มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นต้นแบบหรือแนวคิดเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงสู่การตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทดสอบตลาด การดำเนินงานเหล่านี้เป็นบทบาทของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ได้ปฏิบัติมาอย่างยาวนาน

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีจำนวน 3,046,793 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.7 ของธุรกิจทั้งหมด โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของ SMEs ในไตรมาสที่ 1 ปี 2561 ขยายตัวร้อยละ 6 คิดเป็นมูลค่า 1.74 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.8 ของ GDP รวมทั้งประเทศ (Smart SME, 2561) จึงถือได้ว่า SMEs มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญของเศรษฐกิจ เนื่องจาก SMEs มีอยู่ในธุรกิจทุกประเภททั้งธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต ธุรกิจการจำหน่าย รวมถึงธุรกิจบริการ ทำให้ SMEs เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เข้มแข็ง

ที่ผ่านมา พบว่า การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจไทยได้ประสบกับปัญหาอุปสรรคในเรื่องความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน ทำให้ผู้ประกอบการขาดเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนากิจการของตนขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (SMEs) ยังมี จุดอ่อนในด้านอื่นๆ เช่น ขาดการบริหารจัดการที่ดี ขาดทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ รวมถึงไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐได้ ประเด็นปัญหาดังกล่าว ทำให้หน่วยงานภาครัฐในหลายหน่วยงานพยายามส่งเสริม และสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านต่าง ๆ ทั้งการเงิน การตลาด การบริหารจัดการ และการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ รวมถึงการปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐให้มีความกระชับ และคล่องตัวมากขึ้น (ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ, 2559)

อย่างไรก็ตาม เมื่อโลกธุรกิจยุคใหม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้ SMEs ต้องปรับตัวเพื่อให้ก้าวทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคเศรษฐกิจโลกดิจิทัล จากเดิมที่ประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญอย่างจริงจังกับการพัฒนาโครงสร้างที่เป็นพื้นฐานเพื่อยกระดับ SMEs โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิต ทำให้ภาคการผลิตของไทยมีเทคโนโลยีที่ไม่ทันสมัย มีต้นทุนสูง

เมื่อมองในเชิงโครงสร้างแล้วพบว่า การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม มีปัญหาในระดับนโยบายได้แก่ การขาดทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจนในการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ขาดการบริหาร กำกับดูแลและรับผิดชอบที่เป็นเอกภาพจากหน่วยงานรัฐ ขาดความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง (สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย, 2561) ดังนั้น ภาครัฐจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อขจัดจุดอ่อนที่เกิดขึ้นกับ SMEs ซึ่งรัฐบาลได้ตระหนักถึง และได้เล็งเห็นความสำคัญในประเด็นนี้อย่างยิ่ง ให้เป็นวาระของชาติ จึงมอบหมายให้หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นผู้รับผิดชอบนโยบายของรัฐบาลอย่างจริงจัง เพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ประกอบการเดิมให้สามารถดำเนินธุรกิจได้เติบโต และมั่นคง

นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านการพัฒนานวัตกรรม นโยบายด้านการตลาด นโยบายด้านการลงทุน ดังนี้

1. นโยบายด้านการพัฒนานวัตกรรม

ปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยไม่สามารถแข่งขันในตลาดระดับสากลได้ เนื่องจาก ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการได้ และปัญหาการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถแข่งขันได้กับธุรกิจในตลาดโลกได้ในบริบทที่ระบบเศรษฐกิจโลกมีความเชื่อมโยงและแข่งขันกันมากขึ้น เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาให้ SMEs เติบโตและแข็งแกร่ง คือ การส่งเสริมให้ SME มีนวัตกรรม มีการใช้

เทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับที่สูงขึ้นเพื่อเป็นการพัฒนาระดับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SMEs ให้มีศักยภาพการแข่งขันมากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง มีนวัตกรรม มีคุณค่าและคุณภาพ เมื่อ SMEs เกิดการเติบโตเพิ่มมากขึ้นและแข็งแกร่งขึ้นจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนมากขึ้น และเป็นจุดเริ่มต้นในการก้าวสู่การเป็นประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) ซึ่งภาครัฐได้มีนโยบายมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรม เทคโนโลยี ดังนี้

1) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ปัจจุบัน ประเทศไทยได้พยายามปรับตัวให้ทันตามกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่ด้อยกว่าประเทศอื่นๆ ทำให้ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในอนาคต รวมถึงความยากลำบากในการสร้างนวัตกรรม การเพิ่มพูนองค์ความรู้การสร้างความมาตรฐาน การขยายฐานหรือรักษาการส่งออก การสร้างเสถียรภาพด้านการจ้างงาน รายได้ครัวเรือนบุคลากรการวิจัย องค์ความรู้เทคโนโลยี เงินทุน รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการ ดังนั้น การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยจึงต้องเร่งพัฒนาโดยเฉพาะความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนขีดความสามารถในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการ ซึ่งประเทศต่างๆ ทั่วโลกล้วนให้ความสำคัญโดยเฉพาะเรื่องการศึกษา พัฒนาและการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ในช่วงที่ผ่านมา พบว่า การพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศไทยได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงและบูรณาการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญคือ กำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาที่ไม่สามารถนำงานวิจัยที่ได้มาต่อยอด อย่างไรก็ตามรัฐได้มอบหมายให้กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีดำเนินงานเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยมีนโยบาย ดังนี้

1.1 การพัฒนาและส่งเสริมด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยการมุ่งเน้นการนำเอาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ เพื่อเพิ่มผลิตภาพ มูลค่าเพิ่ม ความสามารถในการแข่งขันมีภูมิคุ้มกันความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์ ดังนี้

(1) เพื่อสร้างและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยการส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ชุมชนสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง รวมถึงถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เพื่อสร้างช่องทางการตลาดในรูปแบบใหม่ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ตรวจสอบคุณภาพและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการชุมชนอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

(2) เพื่อการส่งเสริมการรวมกลุ่มและเครือข่าย บริหารจัดการทรัพยากรและปัจจัยการผลิต ตลอดห่วงโซ่อุปทานทั้งเกษตร ผลิต และบริการ โดยการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สามารถเชื่อมโยงระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตลอดห่วงโซ่มูลค่า เพื่อนำไปสู่การสร้างการแข่งขันในการพัฒนากลุ่มและเครือข่ายแบบครบวงจร

(3) เพื่อยกระดับขีดความสามารถ ประสิทธิภาพและผลิตภาพกระบวนการ เป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุน ลดของเสีย ปรับปรุงเทคนิคการผลิตและวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการนำผลงานไปใช้ประโยชน์และถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้งการถ่ายทอดแบบวิสาหกิจขนาดใหญ่สู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นต้น

(4) เพื่อการยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการส่งเสริมให้มีระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้า เพื่อกำกับ ดูแล และควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐานตลอดห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่มูลค่า เช่น เทคโนโลยีการกำจัดสิ่งสกปรก (ESD contamination) เทคโนโลยีตรวจสอบสารปนเปื้อน ตลอดจนส่งเสริมให้มีการค้นคว้าวิจัยด้านต่างๆ เช่น การค้นคว้าเทคโนโลยีการแปรรูปขั้นสูงในการยืดอายุของอาหาร รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีการออกแบบและวิศวกรรมเพื่อพัฒนากระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ และบริการ

(5) เพื่อปรับตัวในการรองรับเศรษฐกิจสีเขียว โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้งานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ บริการ และกระบวนการรองรับเศรษฐกิจสีเขียวในตลาดที่เน้นเทคโนโลยีและคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการให้สามารถทำตลาดในรูปแบบ Niche Market ได้

(6) เพื่อการวางแผน การตัดสินใจ และการรองรับการผลิต การพัฒนาข้อมูลระบบสารสนเทศให้มีความถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์ เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรทราบข้อมูล สามารถวางแผนและพร้อมเตรียมรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น แนวโน้มตลาดสินค้าที่สำคัญของตลาดโลก การพยากรณ์ผลผลิตและราคาสินค้าเกษตร ตลอดจนการใช้งานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อการปรับโครงสร้างการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ

(7) เพื่อการสนับสนุนระบบงานมาตรฐานเชิงรุก สามารถรองรับและก้าวทันการเปลี่ยนแปลงเตรียมพร้อมรองรับระบบการค้าเสรี

การพัฒนาและนำงานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในการสนับสนุนให้มีระบบมาตรฐานเชิงรุก เพื่อผลักดันให้สาขาเป้าหมายของไทยเป็นผู้นำสามารถในระดับอาเซียน เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันและอำนาจในการต่อรอง เช่น ข้าวและผลิตภัณฑ์ ยางและผลิตภัณฑ์ บริการท่องเที่ยว โลจิสติกส์ อาหารแปรรูป

1.2 การยกระดับความสามารถ ทักษะและองค์ความรู้ด้าน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้แก่แรงงานทั่วไป โดยการอบรมและการดำเนินงานการสร้างองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการฝึกอบรมทักษะด้าน ICT ที่มีระบบมาตรฐานการรับรองระดับสากล ผสมผสานการเรียนการสอนในรูปแบบใหม่ๆ เช่น โรงเรียนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในโรงงานหรือสถานประกอบการ เป็นต้น

1.3 การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยเอื้อด้าน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย

(1) เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือกลไกด้านการเงินการคลังรูปแบบใหม่ และมาตรการสนับสนุนด้านการเงินการคลังสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ในการทำวิจัยและพัฒนา และนำผลงานวิจัยไปใช้ในเชิงพาณิชย์

(2) เพื่อเข้าถึงเครื่องมือทางการเงินการคลังที่สะดวกขึ้น โดยการปรับปรุงระเบียบและขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนจากเครื่องมือทางการเงินการคลังให้มีความสะดวก และรวดเร็วขึ้น และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ทั่วถึงเพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมายผู้ขอรับการสนับสนุน

(3) เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด โดยการส่งเสริมผู้ที่มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ มีเทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้มีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทางเพื่อกระจายสินค้า เช่น ศูนย์แสดง ศูนย์กระจาย และศูนย์จำหน่ายสินค้า นวัตกรรมเชิงบูรณาการร่วมของหน่วยปฏิบัติ สร้างระบบการจับคู่ธุรกิจออนไลน์ และช่องทางการตลาดใหม่ๆ เช่น ตลาดนวัตกรรม.com, STI Channel และ STI Mall เป็นต้น ตลอดจนการศึกษาตลาดใหม่ทั้งในและต่างประเทศ และการพัฒนาโลกหรือหน่วยงานเพื่อเชื่อมโยงตลาดต่างประเทศ

(4) การส่งเสริมการนำผลการวิจัยและพัฒนาเข้าสู่ระบบการคุ้มครองและการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยการส่งเสริมให้มีการนำผลงานวิจัยเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเสริมสร้างความรู้และสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองทรัพย์สินทาง ตลอดจนการพัฒนาเกี่ยวกับการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้มีความสะดวก รวดเร็ว

2) กระทรวงอุตสาหกรรม

กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานของรัฐ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ ให้มีขีดความสามารถในการประกอบการโดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม องค์ความรู้ ภูมิปัญญา และธรรมาภิบาล เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตให้ยั่งยืน

สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำ การฝึกอบรมการบ่มเพาะธุรกิจ การเชื่อมโยงธุรกิจ การจัดแสดง เป็นต้นทั้งนี้ กระทรวงอุตสาหกรรมได้มุ่งเน้นการส่งเสริมพัฒนาและสร้างความแข็งแกร่ง ให้กับ SMEs ในทุกกลุ่มตั้งแต่กลุ่ม Start Up กลุ่ม Spring Up กลุ่ม Step Up จนถึงกลุ่ม Turn Around โดยได้นำนวัตกรรม ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ตลอดจนสถาบันการเงิน มาร่วมบูรณาการเพื่อพัฒนา SMEs ให้เป็น Smart SMES, S-Curve SMEs, Digital SMEs เพื่อก้าวสู่ SMEs 4.0 โดยมีแนวทางในการยกระดับ SMEs ให้แข็งแกร่งและครอบคลุมในทุกมิติ โดยมีนโยบายดังนี้

- 2.1 พัฒนา SMEs ผู้มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่มีนวัตกรรม และผลักดันต้นแบบงานวิจัย สู่การผลิตเชิงพาณิชย์
 - 2.2 พัฒนา SMEs รายเดิม เพื่อรองรับอุตสาหกรรม S-Curve ด้วยศูนย์ปฏิกิริยาอุตสาหกรรมสู่อนาคต และศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และการรวมกลุ่ม เชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน
 - 2.3 ส่งเสริม SMEs ให้ใช้ Digital Content และ Digital Solution เพื่อก้าวทัน ยุคอุตสาหกรรม 4.0
 - 2.4 จัดตั้งศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือ SMEs (SME Support and Rescue Center: SSRC) ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อเชื่อมโยงและบูรณาการหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถาบันการเงิน ให้การช่วยเหลือและสนับสนุน SMEs ในการพัฒนาหรือพลิกฟื้นธุรกิจ
 - 2.5 จัดอบรม ผ่านโครงการ SMEs Academy โดยการถ่ายทอดความรู้ตั้งแต่การก่อตั้งธุรกิจ การบ่มเพาะ และการจัดทำระบบบัญชี เพื่อให้ SMEs มีขีดความสามารถในการแข่งขัน
 - 2.6 การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและในระดับภูมิภาค เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชน ให้ชุมชนสามารถเชื่อมโยงกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการผลิตในชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว
 - 2.7 การพัฒนาด้านการตลาด โดยการสร้างและขยายความร่วมมือกับตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม) ประเทศ ญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้ เป็นต้น เพื่อให้ SMEs มีช่องทางการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ
 - 2.8 การเสริมสร้างวิสาหกิจชุมชนและเศรษฐกิจในท้องถิ่น ผ่านโครงการพัฒนากลุ่มจังหวัด เพื่อยกระดับสินค้า OTOPสู่ Smart Micro-Enterprise
 - 2.9 การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ให้มีผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน มอก. ในระดับสากลเพื่อเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมไทย และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการค้า
- กระทรวงอุตสาหกรรมได้พยายามพัฒนา SMEs เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตมี 2 ระยะ คือ ระยะสั้น โดยการหมุนเวียนการเงินของภาครัฐเพื่อช่วยเหลือ SMEs ที่ประสบปัญหาจากสถานะเศรษฐกิจให้สามารถอยู่รอดได้ แล้วจึงเริ่มสร้างความเข้มแข็งให้ SMEs ในอนาคต ส่วนในระยะยาวได้มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีเสถียรภาพและเกิดความเข้มแข็งภายในประเทศ และผลักดันให้เกิดคลัสเตอร์ในกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม และ อุตสาหกรรมดิจิทัล โดยจะต้องมีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและยกระดับเทคโนโลยีในการเพิ่มผลิตภาพและ ประสิทธิภาพการผลิต (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2561)

3) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ICT)

กระทรวงดิจิทัลฯ มีอำนาจหน้าที่ในการวางแผนส่งเสริม พัฒนา และดำเนินกิจการเกี่ยวกับดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ สังคม กระทรวงดิจิทัลฯ ได้ผลักดันและส่งเสริม SMEs ให้มีความรู้ ความสามารถในการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับ SMEs ในการแข่งขันตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาให้เกิดอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และเพิ่มมูลค่าของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศ

กระทรวงดิจิทัลฯ ได้ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเชิงนโยบายและแผน ด้านมาตรการสนับสนุนทุน ด้านแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งด้านการสร้างสภาพแวดล้อม แรงจูงใจ และให้ความรู้

3.1 ด้านการสนับสนุนเชิงนโยบายและแผน กระทรวงดิจิทัลฯ ได้ดำเนินการเพื่อสนับสนุน SMEs คือ 1) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปฏิรูปการทำธุรกิจ 2) เพิ่มโอกาสทางอาชีพเกษตรและการค้าขายสินค้าชุมชนผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล 3) เร่งสร้างธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Startup) เพื่อเป็นฟันเฟืองในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล และ 4) พัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลให้มีความเข้มแข็งสามารถแข่งขันได้

3.2 ด้านมาตรการสนับสนุนทุน กระทรวงฯ ได้มอบหมายให้สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) ดำเนิน ช่วยเหลือ ส่งเสริม SMEs ในด้านต่างๆ อาทิ การเริ่มต้นธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลในภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม การร่วมวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ SMEs สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลในการพัฒนาธุรกิจของตนเองเพื่อให้ก้าวทันต่อยุคโลกาภิวัตน์

3.3 ด้านแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้อง โดยทางกระทรวงดิจิทัลฯ ได้นำโครงการที่กระทรวงฯ ดำเนินการร่วมกับหน่วยงานในสังกัดฯ มาสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านต่างๆ ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมให้ SMEs สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนิน สนับสนุนการขายสินค้าและบริการในรูปแบบออนไลน์

3.4 ด้านการสร้างสภาพแวดล้อม แรงจูงใจ และให้ความรู้ ประกอบด้วย การปรับศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชนเดิมเป็นศูนย์ดิจิทัลชุมชน พร้อมจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่เอื้อต่อการเรียนรู้ทุกที่ ทุกเวลา ทุกอุปกรณ์ เพื่อให้บริการด้านดิจิทัล ข้อมูลข่าวสารเชิงเศรษฐกิจและสังคม รวบรวมข้อมูลข่าวสารชุมชนเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งจัดกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจ เช่น การเปิดร้านค้าออนไลน์ การปรับปรุงสินค้า/บริการ เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว กระทรวงดิจิทัลฯ มีมาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ประกอบการด้านซอฟต์แวร์ ให้สามารถลดหย่อนภาษีเงินได้ 100% รวมถึงการจัดกิจกรรมสนับสนุนและให้ความรู้แก่ SMEs ตามภูมิภาคต่าง ๆ

2. นโยบายด้านการตลาด

จากเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของโลกธุรกิจปัจจุบัน ทำให้รัฐบาลต้องปรับเปลี่ยนแนวทางในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศเพื่อยกระดับเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) โดยได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศให้ทันกับโลก ในปัจจุบัน ช่องทางการตลาดมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แต่กลับพบว่า SMEs ไทยยังขาดความรู้และทักษะในการจำหน่ายสินค้าโดยเฉพาะการจำหน่ายสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซ โดยมีหน่วยงานที่สำคัญที่ส่งเสริมช่องทางการตลาดแก่ SMEs ดังนี้

1) นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นหน่วยงานของรัฐ ภายใต้การกำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มีวัตถุประสงค์คือ เป็นหน่วยงานหลักที่ส่งเสริม สนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs โดยมีภารกิจหลักคือ การวางแผนแนวทางในการส่งเสริม SMEs การจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เสนอแนะนโยบาย ผลักดัน สนับสนุน พัฒนา ระบบส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานราชการ องค์กรของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานเอกชนทั้งในและต่างประเทศ ให้บรรลุผลตามแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และด้วยการแปลงแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

ในปี พ.ศ. 2558 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) ภายใต้การนำของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของ SMEs เป็นอย่างมาก จึงได้กำหนดให้ SME เป็นวาระแห่งชาติ และได้ปรับโครงสร้าง กลไกการทำงานของ หน่วยงาน สสว. ให้มีความกระชับ รวดเร็วยิ่งขึ้น นับเป็นการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของหน่วยงาน สสว. โดย หน่วยงาน สสว. ได้ริเริ่มนำแนวคิดด้านการส่งเสริม SME เข้ามาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพ

ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ หน่วยงาน สสว. ได้จัดทำงบประมาณการส่งเสริม SMEs ในลักษณะบูรณาการร่วมกับหน่วยงานต่างๆของภาครัฐ เพื่อให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม และนำเทคโนโลยีมาช่วยเสริมประสิทธิภาพ รวมทั้งการประสานงานการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้แก่ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวกยิ่งขึ้น

สำหรับในปี 2559 หน่วยงาน สสว. มีนโยบายร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการจัดทำแผนส่งเสริม SME 4.0 เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล โดยมุ่งเน้นการสร้าง SME รายใหม่ และพัฒนา SMEs รายเดิม ให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรม มีคุณภาพ และมีมาตรฐาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ ได้มีการสนับสนุนให้ SME มีช่องทางด้านการตลาดเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ และยังมีการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา SMEs ผ่านโครงการจำนวนกว่า 38 โครงการ ในปี พ.ศ. 2561 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีนโยบายในการส่งเสริม SMEs เพื่อให้ SMEs มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากลได้มากขึ้น ภายใต้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) หรือแผนการส่งเสริม SMEs 4.0 ที่มุ่งเน้นให้ SMEs สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง ภายใต้บริบทการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น SMEs ไทยจึงต้องมีความรู้ มีทักษะในการประกอบธุรกิจ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาด้านการบริการให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ SMEs กลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมและพัฒนาตามแผนการส่งเสริมดังกล่าว ประกอบด้วย SME 6 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มธุรกิจด้านอาหาร การเกษตร และอุตสาหกรรมชีวภาพ กลุ่มธุรกิจด้านสุขภาพ และที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ กลุ่มธุรกิจด้านเครื่องจักรกล วิศวกรรม อิเล็กทรอนิกส์เชิงกลและหุ่นยนต์ กลุ่มธุรกิจด้านดิจิทัล กลุ่มธุรกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม และกลุ่มธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง

ปัจจุบัน หน่วยงาน สสว. จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2560-2561 เพื่อขับเคลื่อนแนวคิดและแนวทางของแผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 สู่การปฏิบัติ เพื่อมุ่งพัฒนาและยกระดับความสามารถของ SMEs ให้เหมาะสมกับระยะการเติบโตของธุรกิจ (business life cycle) โดยมีการกำหนดแผนงานในด้านการตลาดที่สำคัญ ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่

แนวทางที่ 1 “Smart SMEs” การส่งเสริม SMEs ให้มีศักยภาพและเพิ่มผลิตภาพ รวมทั้งผลักดันให้สินค้าหรือบริการของ SMEs เป็นที่ยอมรับ เช่น มาตรฐาน ออย., มอก., ISO, HACCP ฯลฯ นอกจากนี้แล้วได้มุ่งเน้นการพัฒนา SMEs ให้มีช่องทางการตลาดออนไลน์

แนวทางที่ 2 “Strong” การส่งเสริม SMEs ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล โดยการสนับสนุนส่งเสริม และพัฒนา SMEs ในประเภทอาหารถิ่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เครื่องสำอาง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในด้านของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) อายุการเก็บรักษา (Shelf life) การออกแบบ (Design) ให้มีเอกลักษณ์และมีศักยภาพ เพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและในต่างประเทศได้ เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ผู้ส่งออกรายใหม่

แนวทางที่ 3 “Ecosystem” เป็นการปรับปรุงระบบนิเวศที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ กล่าวคือ การส่งเสริม SMEs ให้มีความรู้และทักษะ ในการดำเนินธุรกิจ โดยการจัดตั้งศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร (One-Stop Service Center: OSS) ขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ SMEs ในการเข้าถึงข้อมูล องค์ความรู้ แบบครบวงจร ในด้านการพัฒนาช่องทางการตลาด ให้คำแนะนำเบื้องต้นในการประกอบกิจการ การส่งต่อความช่วยเหลือแก่ส่วนราชการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถวางแผนและบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างเหมาะสมเพื่อผลักดันให้ SME ไทยประสบความสำเร็จ ในยุค 4.0 ให้เติบโตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

2) นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์ มีภารกิจที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศให้เติบโตมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ตามนโยบายของรัฐบาล ขณะเดียวกันต้องขับเคลื่อนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้ง ผู้บริโภค เกษตรกร ผู้ประกอบการ รวมถึงเศรษฐกิจฐานรากในระดับท้องถิ่นและชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ตระหนักถึงความสำคัญถึงการพัฒนา SMEs จึงได้มีการบูรณาการกับหน่วยงานโดยมีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ และหน่วยงานอื่นๆ ส่งเสริมและสนับสนุนให้ SMEs มีความแข็งแกร่งสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ ไม่เพียงแต่ในกลุ่มอาเซียนเท่านั้น แต่พยายามผลักดันให้สามารถขยายธุรกิจไปในทุกภูมิภาคได้ ดังนั้น จึงได้กำหนดแนวทางสำคัญในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง (กระทรวงพาณิชย์, 2561) โดยกระทรวงฯ มีนโยบายในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้เข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ ประกอบด้วย

2.1 การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ เป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีการจำหน่ายในรูปแบบออฟไลน์ อาทิ การจำหน่ายในตลาด ร้านโชห่วย ห้างสรรพสินค้า หรือ Modern Trade เป็นต้น ได้มีช่องทางจำหน่ายสินค้าในระบบออนไลน์ได้ (กระทรวงพาณิชย์, 2561) ขณะเดียวกัน กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้สร้างช่องทางการค้าออนไลน์เชื่อม SMEs สู่อุตสาหกรรม โดยสร้างมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ชื่อว่า ไทยเทรดดอทคอม (Thaitrade.com) เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ของภาครัฐได้ เป็นการเชื่อมโยง SMEs สู่อุตสาหกรรมได้ (ไทยรัฐ, 2561)

2.2 การส่งเสริมการส่งออก เป็นการผลักดันการส่งออกให้ธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ขยายตัวเพิ่ม โดยการกระชับความสัมพันธ์ภาครัฐในระดับสูงทุกสาขา (การคลัง การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว) เพื่อสร้างเวทีในการแก้ไขอุปสรรค และขยายโอกาสทางการค้า การลงทุน อาทิ การเจรจาขอเปิดสาขาธนาคารของไทยเพิ่มใน CLMV (กระทรวงพาณิชย์, 2561) รวมถึงการปรับโครงสร้างการส่งออกให้สอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 อาทิ เน้นการขยายตลาดสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม สินค้าใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี ตั้งทีมการตลาดและจัดทำแผนการเจาะขยายตลาดรายประเทศ อาทิ จีน อินเดีย สหภาพยุโรป และยังมีแผนเริ่มเจรจาการค้ากับประเทศสำคัญๆ อาทิ เยอรมนี ฝรั่งเศส เป็นการเพิ่มสัดส่วนผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถส่งออกได้มากขึ้น

ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้พัฒนาร่วมมือกับศูนย์นวัตกรรม (Innovation Centre) ของบริษัทเทสโก้ กรุ๊ป ประเทศอังกฤษ เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าของผู้ประกอบการ เพื่อให้มีคุณภาพและมาตรฐานสามารถส่งออกไปจำหน่ายในห้างเครือข่ายในสหราชอาณาจักร ยุโรป และเอเชีย ฯลฯ ได้ อีกทั้งได้ร่วมมือกับสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสถาบันไอซีซี ประเทศฝรั่งเศส เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ SMEs ของไทย ตลอดจนการแลกเปลี่ยนข้อมูลกฎระเบียบด้านการค้า นโยบาย พิธีการศุลกากร ระหว่างกันเพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถทำการค้าได้อย่างเสรีมากยิ่งขึ้น

2.3 การปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา จะดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้สถานะ WL และนำไปสู่การปลดจากบัญชี WL รวมทั้งการแก้ปัญหาดสิททิบัตรล่าช้า และการนำทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ มุ่งเน้นสู่การ ส่งเสริม Creative Economy (กระทรวงพาณิชย์, 2561; Smart SME, 2561)

2.4 การสร้าง Nation Brand เป็นการให้ความสำคัญในการสร้างแบรนด์ให้มีความโดดเด่น เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า ให้สินค้ามีมาตรฐาน มีคุณภาพ อีกทั้งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ การพัฒนาแบรนด์จะช่วยปรับเปลี่ยนให้เป็น SMEs สามารถขับเคลื่อนได้โดยใช้นวัตกรรมเข้ามาทำให้ประหยัดต้นทุนและเวลาในการผลิต ทั้งนี้จะช่วยยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับกิจการ SME ไทย ให้ก้าวไปสู่การแข่งขันในโลกรุจกียุคดิจิทัลให้เท่าทันได้ (กระทรวงพาณิชย์, 2561; กองส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561)

สรุปได้ว่า การสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ SMEs ไทย ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยให้ธุรกิจของผู้ประกอบการสามารถขยายและเติบโตได้คือ นโยบายของภาครัฐ ซึ่งภาครัฐสามารถกระทำได้โดยการ บูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน รวมถึงสถาบันการเงิน ในการช่วยเหลือ SMEs ให้การให้ความรู้ต่างๆในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการหรือด้านการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ ในขณะเดียวกัน มีการส่งเสริมการส่งออกสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการให้ความรู้ด้านการตลาด ข้อมูลวิจัยใหม่ๆ อีกทั้ง พิจารณาเพิ่มมาตรการให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ SMEs อาทิ การเพิ่มวงเงินกู้และเงินประกัน เป็นต้น จากสถาบันการเงินได้เพื่อการขยายกิจการให้เติบโตและมั่นคงต่อไป

3. นโยบายด้านการลงทุน

1) นโยบายของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) หรือเรียกสั้นๆว่า SME Bank เป็นสถาบันการเงินของรัฐที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง และกระทรวงอุตสาหกรรม มีภารกิจหลักในการช่วยเหลือและสนับสนุน SMEs ไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของ SMEs ในการต่อยอดเชื่อมโยงให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ สร้างโอกาส และกระจายสู่ชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศ

ในปีพ.ศ. 2561 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ได้กำหนดทิศทางการดำเนินงาน เพื่อให้มีความสอดคล้องกับภารกิจและนโยบายภาครัฐ โดยการให้บริการทางการเงินควบคู่กับการเสริมสร้างองค์ความรู้ จึงยกระดับให้เป็นพันธกิจหลักเพื่อให้ธนาคารมีสถานะเป็น “ธนาคารเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการ” ที่มุ่งการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุน ควบคู่กับการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs

ทั้งนี้ ธพว. มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา ช่วยเหลือ ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการริเริ่มการทำธุรกิจ การดำเนินงาน การขยายหรือปรับปรุงธุรกิจ โดยการให้สินเชื่อ ค้ำประกัน ร่วมลงทุน ให้คำปรึกษา แนะนำ หรือให้บริการที่จำเป็นอื่นๆ มีแนวทางในการเพิ่มบทบาทของการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อให้มีความมั่นคง และเข้มแข็ง สามารถบริหารจัดการองค์กรได้

ธพว.มีนโยบายการส่งเสริม SMEs ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ ด้านการให้สินเชื่อ รวมถึงการฟื้นฟูกลุ่มหนี้เสีย (NPLs) ดังนี้

1.1 ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ คือ การพัฒนาให้ผู้ประกอบการได้มีองค์ความรู้ครอบคลุมด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจสมัยใหม่อย่างครบวงจรทั้ง 5 ด้าน ตั้งแต่การบริหารจัดการด้านการตลาด ด้านการผลิต การบริหารจัดการองค์กร การบริหารด้านบัญชี การเงิน และ การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, <https://www.smebank.co.th/development-entrepreneurs/service-of-development-entrepreneurs>, วันที่ 25 พฤศจิกายน 2561) โดยได้มุ่งเน้นการช่วยเหลือและส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ใน 4 กลุ่มเป้าหมายหลักตามศักยภาพของธุรกิจ ได้แก่ กลุ่ม SME Start Up กลุ่ม SME Regular กลุ่ม High Potential และกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว ในการดำเนินกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ได้ร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา รวมทั้งสมาคมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ผ่านกระบวนการอบรม สัมมนา และให้คำปรึกษาแนะนำในด้านประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ส่วนด้านประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

1.2 ด้านการให้สินเชื่อ ธพว. ได้ดำเนินการให้การสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ ได้ออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อรองรับผู้ประกอบการ

1.3 การฟื้นฟูกลุ่มหนี้เสีย (NPLs) คือการช่วยเหลือและผลักดันทำให้กลุ่ม NPLs สามารถปรับสถานะลูกหนี้ได้มากขึ้น นอกจาก ธพว. ได้ออกผลิตภัณฑ์ในการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้ว ยังมีมาตรการพิเศษเพื่อขับเคลื่อน SMEs สู่ยุค 4.0 ประจำปี 2561 ได้แก่

(1) การส่งเสริมและช่วยเหลือด้านที่ไม่ใช่การเงิน ซึ่งจะมีบริการ และกิจกรรม เช่น การขยายศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม (ITC) จำนวน 23 แห่งทั่วประเทศ การร่วมมือกับธุรกิจชั้นนำระดับโลกเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีขั้นสูงให้แก่ SMEs การพัฒนา Platform T-Geotech เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยให้สามารถทำธุรกิจแบบ B2B (Business to Business)

(2) การส่งเสริมและช่วยเหลือด้านการเงิน เป็นการสนับสนุน SMEs ทุกกลุ่ม ทุกระดับอย่างให้สามารถเข้าถึงสินเชื่อของ ธพว. ได้อย่างทั่วถึง

ทั้งนี้ ทั้ง 2 มาตรการพิเศษมีเป้าหมายในการส่งเสริมผู้ประกอบการทุกกลุ่มให้ได้เข้าถึงงานบริการจากภาครัฐที่พร้อมจะตอบสนองความต้องการและเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการให้เติบโตสอดคล้องไปกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในทุกมิติ (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2561)

2) นโยบายของธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสินเป็นธนาคารเฉพาะกิจของรัฐซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงการคลัง มีภารกิจหลักในการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวกยิ่งขึ้น สามารถนำเงินทุนมาหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ นับว่าธนาคารออมสินเป็นแหล่งทุนที่คอยสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล

ทั้งนี้ ธนาคารออมสินมีวัตถุประสงค์ คือการให้สินเชื่อแก่ SMEs ควบคู่กับการให้ความรู้ทางการเงิน เช่น การสร้างวินัยทางการเงิน วิธีการออม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ SMEs รวมถึงเศรษฐกิจของประเทศ ควบคู่ไปโดยการสร้าง รวบรวม เผยแพร่ให้ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย เพื่อให้ SMEs มีความคิดสร้างสรรค์หรือแนวคิดใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะ เป็นประโยชน์กับการพัฒนาประเทศและสอดคล้องตามนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs และ SMEs Startup ธนาคารออมสินได้นำนโยบายของรัฐบาลมาร่วมผลักดันและสนับสนุน SMEs และ SMEs Startup อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ผ่านโครงการต่างๆ เพื่อจุดประกายความคิดแก่ผู้ที่ต้องการเริ่มต้นกิจการ เพื่อให้มีนวัตกรรม

ดังนั้น เงินทุนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ นอกจากการนำเงินออกมาลงทุนแล้ว การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินถือว่ามีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน เพื่อให้เจ้าของกิจการมีเงินทุนเพียงพอในการผลิตและการหมุนเวียนเงิน

บทสรุป

การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการประสบปัญหาต่างๆ ในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบความยากลำบากมากขึ้น ทำให้ไม่สามารถปรับตัวให้เท่าทันกับกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งที่ผ่านมาภาครัฐพยายามส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาโดยตลอด โดยภาครัฐได้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละด้าน อาทิ ด้านนวัตกรรม ด้านการตลาด และด้านการลงทุน เพื่อให้ SMEs แข่งขันในตลาดระดับสากลได้ สามารถเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ตลอดจนกระตุ้นให้มีการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่และสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. (2559). กระทรวงพาณิชย์ขานรับนโยบาย พร้อมเร่งขับเคลื่อนการค้าการส่งออกปี 59.

เข้าถึงจาก <http://www.moc.go.th/index.php/moc-news/2015-10-19-04-33-08/item/8785.html>.

(3 พฤศจิกายน 2561).

กระทรวงพาณิชย์. (2561) รายงานประจำปี 2561. นนทบุรี: กระทรวงพาณิชย์.

กระทรวงพาณิชย์. (2560). “พาณิชย์” เดินหน้า 9 นโยบาย และจัด 8 กิจกรรมลดค่าครองชีพ มอบเป็นของขวัญส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ 2561 ให้คนไทยทั้งประเทศ. เข้าถึงจาก <http://www.moc.go.th>. (11 พฤศจิกายน 2561).

ไทยรัฐ. (2560). พาณิชย์ เร่งนโยบายปั้น SME ป้อนตลาด จับมือเอกชนดันช่องทางขายเพิ่ม.

เข้าถึงจาก <https://www.thairath.co.th/content/1014237>. (14 พฤศจิกายน 2561)

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2561). นโยบายและแผนปฏิบัติงานของธนาคาร ประจำปี 2561. เข้าถึงจาก <https://www.smebank.co.th/about/PoliciesandPlans>. (28 กันยายน 2561).

ศักดิ์ดา ศิริทรัพย์โสภณ. (2559). ศักยภาพในการแข่งขันและความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Competitive Capacity and Readiness of Thai Small and Mediums Enterprises for Entering the ASEAN Economic Community). วารสาร สมาคมนักวิจัย, 21(1), 9-33.

สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย. (2560). SMEs หัวใจที่แท้จริงของเศรษฐกิจไทย.

เข้าถึงจาก <https://www.tasme.or.th/article/822/>. (23 พฤศจิกายน 2561).

สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). บริการด้านพัฒนาผู้ประกอบการ.

เข้าถึงจาก <https://www.smebank.co.th/development-entrepreneurs/service-of-development-entrepreneurs>. (25 พฤศจิกายน 2561).

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2558.

ฝ่ายติดตามและประเมินผล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564).

กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

Smart SME. (2561). กระทรวงพาณิชย์ ติดปีก SMEs ไทยบินไกลสู่ตลาดโลก.

เข้าถึงจาก <https://www.smartsme.co.th/content/90616>. (14 พฤศจิกายน 2561).