



รายงาน

ของ

คณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ
สภาปฏิรูปแห่งชาติ

วาระที่ ๑๕ การสร้างสังคมผู้ประกอบการ
เรื่อง วาระการปฏิรูปการสร้างสังคมผู้ประกอบการ

ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร
อุตสาหกรรม การพาณิชย์ การท่องเที่ยวและบริการ
สำนักกรรมการ ๑
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาปฏิรูปแห่งชาติ

(สำเนา)

ที่ (สปช) ๖๕๕ / ๒๕๕๘

สภาปฏิรูปแห่งชาติ

ถนนอุทองใน เขตดุสิต กทม. ๑๐๓๐๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

เรื่อง รายงานการพิจารณาของคณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ
กราบเรียน ประธานสภาปฏิรูปแห่งชาติ

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายงานของคณะกรรมการดังกล่าวข้างต้น

ตามที่ที่ประชุมสภาปฏิรูปแห่งชาติ ครั้งที่ ๗/๒๕๕๗ วันอังคารที่ ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๗
ได้ลงมติตั้งคณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ ตามข้อบังคับ
การประชุมสภาปฏิรูปแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๘๐ วรรคสาม (๑๒) คณะกรรมการคณะนี้ประกอบด้วย

- | | |
|--|-----------------------------|
| ๑. นายเกริกไกร จีระแพทย์ | ประธานกรรมการ |
| ๒. นางสาวพจนีย์ ธนวรานิช | รองประธานกรรมการ คนที่หนึ่ง |
| ๓. นายอุทัย สอนหลักทรัพย์ | รองประธานกรรมการ คนที่สอง |
| ๔. นางอัญชลี ขวณิชย์ | รองประธานกรรมการ คนที่สาม |
| ๕. นายสุทัศน์ เศรษฐ์บุญสร้าง | รองประธานกรรมการ คนที่สี่ |
| ๖. นางกอบกุล พันธุ์เจริญวรกุล | รองประธานกรรมการ คนที่ห้า |
| ๗. พลเอก วิชิต ยาทิพย์ | ประธานที่ปรึกษากรรมการ |
| ๘. นางศิรินา ปวโรฬารวิทยา | ที่ปรึกษากรรมการ |
| ๙. พลเรือเอก ศุภกร บุรณดิลก | ที่ปรึกษากรรมการ |
| ๑๐. นายอนุสรณ์ แสงนิมมวล | ที่ปรึกษากรรมการ |
| ๑๑. นายไพบุลย์ นลินทรางกูร | เลขานุการคณะกรรมการ |
| ๑๒. นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล | ผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการ |
| ๑๓. นายกงกฤษ หิริญกิจ | โฆษกกรรมการ |
| ๑๔. นายจตุรินทร์ ภิรมย์ภักดี | ผู้ช่วยโฆษกกรรมการ |
| ๑๕. นายกิตติ โกสินสกุล | กรรมการ |
| ๑๖. นายไกรฤทธิ์ บุญเกียรติ | กรรมการ |
| ๑๗. นายสายัณห์ จันทร์วิภาสวงศ์ | กรรมการ |
| ๑๘. ว่าที่ร้อยเอก จิตร ศิริธรรานนท์ | กรรมการ |
| ๑๙. นายประทวน สุทธิอำนาจเดช | กรรมการ |
| ๒๐. นายดุสิต สีลาภัทรพันธุ์ | กรรมการ |
| ๒๑. พันตำรวจโท จิตต์ ศรีโยหะ มุกดาธนพงศ์ | กรรมการ |
| ๒๒. นายจรัส สุทธิกุลบุตร | กรรมการ |
| ๒๓. นายเฉลิมศักดิ์ อปสุวรรณ | กรรมการ |
| ๒๔. นายมนู เลียวไพโรจน์ | กรรมการ |
| ๒๕. นายไวภูณท์ ทองอร่าม | กรรมการ |

๒๖. นายสุวัช สิงห์พันธุ์

กรรมการ

๒๗. นายทวีกิจ จตุรเจริญคุณ

กรรมการ

บัดนี้ คณะกรรมการได้ดำเนินการพิจารณาศึกษาเรื่องกรอบความคิดวาระปฏิรูป
จำนวน ๓ วาระ คือ วาระปฏิรูปการผูกขาดและการแข่งขันที่เป็นธรรม วาระการปฏิรูปภาคเกษตร วาระการ
ปฏิรูปการสร้างสังคมผู้ประกอบการ เสร็จแล้ว จึงกราบเรียนมาเพื่อให้โปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถืออย่างยิ่ง

(ลงชื่อ) เกริกไกร จีระแพทย์

(นายเกริกไกร จีระแพทย์)

ประธานกรรมการปฏิรูปการเกษตร
อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยวและบริการ

สำนักกรรมการ ๑

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๔ ๒๖๙๓-๔

โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๒๖๙๓-๔

สำเนาถูกต้อง



(นางนงนุช เศรษฐบุตร)

ผู้อำนวยการสำนักกรรมการ ๑

เอกวิทย์/ร่าง
ศศิวิมล/พิมพ์
ผ่องศรี/ทาน

สารบัญ
วาระการปฏิรูปการสร้างสรรค์สังคมผู้ประกอบการ

เรื่อง	หน้า
๑. ความเป็นมาและประเด็นปัญหา	๑
๒. วัตถุประสงค์	๔
๓. ประเด็นการปฏิรูป	๕
๔. กรอบความคิดรวบยอด	๗
๕. ขอบเขตงานปฏิรูป	๘
๖. เครือข่ายพันธมิตร	๘
๗. ตัวบ่งชี้ผลสัมฤทธิ์	๙
๘. ผลกระทบเชิงบวก	๙
๙. ผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง	๙
๑๐. ขั้นตอนการดำเนินงาน	๑๐

วาระการประชุมการก่อสร้างสังคมผู้ประกอบการ

๑. ความเป็นมาและประเด็นปัญหา

เศรษฐกิจไทยพึ่งพาการการรับจ้างผลิตและลงทุนจากต่างชาติ เป็นที่ทราบกันดีว่ากว่าร้อยละ ๗๐ ของ GDP ขึ้นอยู่กับการผลิตเพื่อส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมให้กับบริษัทข้ามชาติเพื่อส่งไปยังตลาดหลักเพียงไม่กี่ประเทศ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจไทยจึงแขวนไว้กับปัจจัยภายนอกและความผันผวนของตลาดโลก ยิ่งไปกว่านั้น สินค้าอุตสาหกรรมเหล่านั้นมีสัดส่วนการใช้วัตถุดิบสินค้านำเข้าสูง ทำให้ผลประโยชน์ไม่ตกอยู่ในประเทศไทยเท่าที่ควร ในส่วนของภาคเกษตรและการท่องเที่ยวก็ยังคงไม่พัฒนาไปสู่สินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง ทั้งต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนด้านสภาพอากาศและการเมืองในประเทศ ตลอดจนการทำลายจากหลายประเทศที่ก้าวเข้ามาเป็นคู่แข่งทั้งด้านการผลิต การค้าและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านและจีน

จากพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่ผ่านมา คนไทยส่วนใหญ่จึงได้รับประโยชน์จากการระบบเศรษฐกิจและศักยภาพของประเทศอย่างจำกัดมีรายได้้น้อย คุณภาพชีวิตไม่ดีและมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างชะงักงัน (Middle Income Trap) ในขณะที่ การก้าวข้ามให้พ้นจากภาวะพึ่งพิงและกับดักรายได้ปานกลางนี้ก็ไม่อาจทำได้ง่าย เนื่องจากต้องยกระดับความสามารถในการสร้างสรรค์มูลค่าและประกอบธุรกิจการค้า ประชาชนทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม การค้าและบริการต่างๆ จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้มีความพร้อมและความเข้มแข็งรับการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีจำนวนมากถึงร้อยละ ๘๗ และมีมูลค่ากว่าร้อยละ ๓๗ ของ GDP รวมถึงวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์และสถาบันเกษตรกรที่มีส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจฐานราก อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมผู้ประกอบการนั้น จำเป็นต้องอาศัยการปรับตัวพร้อมกันทั้งระบบเพื่อจัดการกับประเด็นปัญหาและข้อจำกัดที่มีอยู่หลายประการ

ประเด็นปัญหา/ข้อจำกัดในการก่อสร้างสังคมผู้ประกอบการ

๑.๑ ข้อจำกัดด้านค่านิยม จิตวิญญาณและทักษะพื้นฐานของผู้ประกอบการ

(๑) เศรษฐกิจไทยมีพื้นฐานจากสังคมเกษตรกรรมและค่านิยมในการประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน ทศนคติในการประกอบอาชีพอิสระยังจำกัดอยู่เพียงกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ส่งผลให้คนไทยโดยรวมยังขาดจิตวิญญาณในการทำการค้า โดยยังไม่ตระหนักว่าการประกอบธุรกิจเป็นอาชีพที่มั่นคงและมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ ทำให้จำกัดโอกาสและศักยภาพของตนเองอยู่กับอาชีพรับจ้างและการผลิตขั้นพื้นฐาน ต่างจากในประเทศพัฒนาแล้วที่มีวัฒนธรรมของผู้ประกอบการแวดล้อมอยู่ อาทิ การแสดงออกที่อิสระ การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแสวงหาโอกาสและการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ทำให้คนได้รับการกล่อมเกลาให้มีค่านิยมและจิตวิญญาณในการประกอบธุรกิจมากกว่า

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

๑.๒ ข้อจำกัดด้านข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวางแผนธุรกิจ

(๑) ภาครัฐยังไม่สามารถนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ประโยชน์และให้บริการอย่างเต็มที่ ทำให้ขาดการชี้แนะแนวโน้มโอกาสทางธุรกิจบนฐานของข้อมูลการตลาด (Market Intelligence) เพื่อสนับสนุนการกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ทั้งของภาครัฐและเอกชน

(๒) ผู้ประกอบการระดับเริ่มต้น (New Entry) มักเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก/วิเคราะห์ได้ยาก ทำให้ขาดการประเมินสถานการณ์และแสวงโอกาสทางธุรกิจเพื่อนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ตอบสนองตลาดในเชิงรุก ทำให้ไม่สามารถการออกแบบธุรกิจที่สะท้อนถึงศักยภาพและแนวโน้มการประสบความสำเร็จ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและโอกาสในการได้รับสินเชื่อหรือเงินสนับสนุน

๑.๓ การบ่มเพาะผู้ประกอบการยังไม่ทั่วถึงและไม่ครบวงจร

(๑) ผู้ประกอบการที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลยังถูกละเลย (มีจำนวนมากถึงประมาณ ๒.๑ ล้านราย) ผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากจึงยังไม่ได้รับการสนับสนุนให้เข้ามาเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ และเสียโอกาสที่จะได้รับการยกระดับความสามารถ

(๒) ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับ SMEs แต่การให้บริการบ่มเพาะธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ (Business Incubation Center) ก็ยังไม่เพียงพอและยังไม่สามารถรองรับความต้องการของผู้ประกอบการได้อย่างหลากหลายและครบวงจรตั้งแต่การเริ่มต้นจนถึงออกสู่ตลาดได้

(๓) งบประมาณเพื่อสนับสนุนการบ่มเพาะผู้ประกอบการมีจำกัด และไม่ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะทุ่มเทการสนับสนุนเป็นพิเศษ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดสรรเงินทุนและเงินช่วยเหลือ (grant)

๑.๔ การพัฒนาผู้ประกอบการยังไม่เอื้อให้สามารถเติบโตได้เต็มศักยภาพ

แม้ภาครัฐจะจัดให้มีการพัฒนาสมรรถนะ (Capacity Building) อย่างกว้างขวาง โดยสนับสนุนตามความเหมาะสมของกลุ่มสินค้า/บริการและขนาดของวิสาหกิจ (Sector and Size) แต่ยังขาดการจำแนกและมุ่งเน้นตามช่วงพัฒนาการ (Stage) รวมทั้งระดับความสามารถ (Performance) ส่งผลให้วิสาหกิจไทย

ยังไม่เข้มแข็งทัดเทียมประเทศพัฒนาแล้ว ดังจะเห็นจากการที่ภาคเกษตรซึ่งมีประชากรในวัยทำงานกว่าร้อยละ ๔๐ ของทั้งหมดมีสัดส่วนเพียงร้อยละ ๑๒ ของ GDP เท่านั้น มีผลิตภาพต่ำกว่ามาเลเซียถึง ๖.๕ เท่า และออสเตรเลีย ๒๓ เท่า ส่วนภาคบริการส่วนใหญ่ก็ยังคงให้บริการที่มีมูลค่าไม่สูง ในขณะเดียวกัน วิสาหกิจที่เข้มแข็งยังไม่ได้รับการต่อยอดศักยภาพให้เต็มที่ ขณะที่ผู้ประกอบการบางส่วนที่อ่อนแอ (อาทิ เกษตรกรที่ยากจน) ยังไม่ได้รับการปรับตัว/โยกย้ายให้ได้ทำกิจกรรมเศรษฐกิจในรูปแบบที่เหมาะสมมากกว่า

๑.๕ เครือข่ายวิสาหกิจที่อ่อนแอ

เครือข่ายวิสาหกิจของไทยเป็นการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ ไม่รองรับการแข่งขันที่จะเข้มข้นภายใต้บริบทการค้าเสรีที่จะขยายไปสู่ภูมิภาคเอเชีย แม้ว่าวิสาหกิจไทย โดยเฉพาะ SMEs และวิสาหกิจชุมชน ได้มีการรวมตัวแล้วในระดับหนึ่ง (อาทิ โครงการ Biz Club ของ กระทรวงพาณิชย์ และเครือข่าย Logistics Service Providers) แต่ส่วนใหญ่ยังจำกัดในลักษณะเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ยังไม่พัฒนาถึงระดับ “หุ้นส่วนการผลิตและพันธมิตรการค้า” (Partnership/Alliance) ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถของสมาชิกในทุกๆ ด้าน อาทิ อำนาจต่อรอง/เรียกร้อง ลดต้นทุนด้วย Economy of Scale การร่วมกันขยายตลาดและต่อยอดธุรกิจใหม่ๆ ดังที่สะท้อนในรายงานของ WEF ที่ระบุว่าไทยยังมีระดับการพัฒนากลัสเตอร์ที่ต่ำ ส่งผลให้ขาดการผนึกกำลังรองรับบริบทในอนาคตที่จะแข่งขันกันในระดับห่วงโซ่ (Value Chain Competitiveness)

๑.๖ ขาดความสามารถในการสร้างและใช้นวัตกรรมเชิงพาณิชย์

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

(๒) การใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสรรคมูลค่า: มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงและแปลงองค์ความรู้ไปสู่การค้า ซึ่งแม้ว่า SMEs ไทยจะมีความสามารถในการใช้ภูมิปัญญา เทคโนโลยี การออกแบบและศิลปวัฒนธรรมมาสร้างเรื่องราวและมูลค่าเพิ่ม (อาทิ สินค้า OTOP) แต่ยังมีข้อจำกัดในการสร้างมูลค่าใหม่ (Value Creation) รวมทั้งการเตรียมหาตลาดรองรับ (Demand Pull) ตลอดจนมาตรการการคุ้มครองและต่อยอดในระดับอุตสาหกรรม (Scale-up) ที่มีประสิทธิภาพ

ผลการสำรวจความสามารถทางการแข่งขันของ WEF ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาสะท้อนว่า ความสามารถด้าน Innovation และ Business Sophistication ของวิสาหกิจไทยเป็นประเด็นสำคัญที่ฉุดรั้งอันดับของไทยอย่างต่อเนื่องในขณะที่ประเทศที่อยู่ในระดับเดียวกัน โดยเฉพาะมาเลเซียกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม (ประเทศ Stage ๓ ซึ่งมี GDP ต่อประชากร ๑๗,๐๐๐ เหรียญสหรัฐ โดยมาเลเซียมีความสามารถด้านนวัตกรรมในอันดับที่ ๑๓ ไทยอยู่อันดับ ๗๐) สินค้าอุตสาหกรรมไทยจึงยังมี

มูลค่าไม่สูงและเป็น OEM ที่มีสัดส่วน local content ต่ำ ทำให้การเติบโตของเศรษฐกิจไทยค่อนข้างชะงักงัน ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางได้ยาก และสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันมากขึ้นทุกขณะ

๑.๗ ปัจจัยแวดล้อมเชิงสถาบันที่เป็นข้อจำกัด

(๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการยังขาดเอกภาพในระดับชาติและการให้น้ำหนักมุ่งเน้น (Strategic Focus) ทั้งในเชิงสาขาธุรกิจและเชิงพื้นที่ เพื่อจัดสรรทรัพยากรที่จำกัดไปสนับสนุนภาคเอกชนอย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง โดยเฉพาะภาคเกษตรที่ต้องมีการยกระดับเกษตรกรที่เข้มแข็งให้เติบโตและขยายสู่สากล และปรับเปลี่ยนเกษตรกรที่อ่อนแอไปสู่กิจกรรมเศรษฐกิจอื่นที่เหมาะสม

(๒) กลไกการขับเคลื่อนนโยบายยังไม่บูรณาการทั้งภาครัฐ เอกชนและภาคีเครือข่าย โดยเฉพาะการส่งเสริมบทบาทของสถาบันเฉพาะทางและสมาคมการค้า

(๓) ระบบการอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business) อาทิ One-stop Services การจดทะเบียนและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศเพื่อให้บริการ โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ อาทิ นิคมอุตสาหกรรมนวัตกรรม (Business-Science Park) และระบบการศึกษา/ฝึกอบรมที่มีมาตรฐานเดียวกันและสอดคล้องยุทธศาสตร์ชาติ

(๔) ความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและผู้ประกอบการยังจำกัดอยู่เพียงการให้บริการวิชาการ แต่ยังไม่พัฒนาไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เกิดผู้ประกอบการรายใหม่จำนวนมากและมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะอยู่รอดภายใต้การค้าเสรี

๒.๒ ยกระดับความสามารถของ SMEs ให้เติบโตจากท้องถิ่นสู่ภูมิภาคและต่างประเทศ โดยเฉพาะในสาขาที่ไทยมีศักยภาพและตลาดรองรับ และสามารถรับมือกับการแข่งขันในระดับห่วงโซ่มูลค่า

๒.๓ วิสาหกิจขนาดเล็กและธุรกิจชุมชนทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม การค้าและบริการสามารถเกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และมีความร่วมมือในลักษณะพันธมิตรธุรกิจ

๒.๔ เพื่อเพิ่มความสามารถในการปรับใช้องค์ความรู้ การออกแบบ และเอกลักษณ์วัฒนธรรม มาสร้างสรรค์นวัตกรรมและมูลค่าเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

๓. ประเด็นการปฏิรูป

จากฐานคติที่ว่า การเกิดและการเติบโตของผู้ประกอบการอยู่บนเงื่อนไขของการมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย (Ecosystem for Entrepreneurship Society) ในการเปลี่ยนเศรษฐกิจไทยให้ไปสู่สังคมที่มีผู้ประกอบการจำนวนมากและหลากหลาย รวมทั้งมี SMEs ที่เข้มแข็งพร้อมแข่งขันในระดับสากล จำเป็นต้องได้ปฏิรูปใน ๕ ประเด็นหลัก ครอบคลุม ๑๓ ประเด็นย่อย ดังนี้

๓.๑ พัฒนายุทธศาสตร์ชาติให้มีเอกภาพและมุ่งเน้นสาขาธุรกิจเป้าหมาย

กำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ชาติให้มีทิศทางเดียวกันและมีจุดเน้น (strategic focus) ในการกำหนดสาขาเป้าหมายควรใช้หลักเกณฑ์ที่รอบด้าน ได้แก่ ทิศทางตลาด ศักยภาพที่โดดเด่น และ แนวโน้มของคู่แข่ง (3C: Customer, Competence, Competitor) รวมทั้งมิติด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (โดยเฉพาะสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต อาทิ อาหาร รถยนต์ พลังงานทดแทน) และการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจในวงกว้าง โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่สามารถต่อยอดมูลค่าได้หลายทอดและผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้ามามีส่วนร่วม

๓.๒ ปฏิรูปการเรียนรู้ด้านธุรกิจ

๑) ปรับหลักสูตรและวิธีการเรียนการสอน ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน ให้มีการปลูกฝังค่านิยมใหม่ ในการประกอบอาชีพ และสอดแทรกทัศนคติผู้ประกอบการ อาทิ ความตื่นตัวและใช้ข้อมูลข่าวสาร แสวงหา โอกาสทางธุรกิจ กล้าเสี่ยงลงทุนอย่างคุ้มค่า รักษา/ต่อยอดกิจการครอบครัว รวมถึงการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและ และจิตบริการ

๒) พัฒนาคุณภาพของสถาบันการศึกษา/ฝึกอบรมด้านบริหารธุรกิจ ให้เหมาะสมกับแต่ละ กลุ่มเป้าหมาย อาทิ เกษตรกร แรงงานอุตสาหกรรม และพนักงาน รวมถึงนักเรียนอาชีวศึกษา/นักศึกษา (ซึ่งมี แนวโน้มจะตกงานสูงถึงประมาณ 2-3 แสนคนต่อปี) โดยให้ความสำคัญกับการแสวงหาและใช้ทรัพยากรใน แต่ละพื้นที่ในเชิงพาณิชย์

๓.๓ ปฏิรูปกฎระเบียบให้เอื้อต่อการเกิดและพัฒนาผู้ประกอบการ

๑) ออกมาตรการทางกฎหมายเพื่อจูงใจและบังคับให้ผู้ประกอบการนอกระบบ (Informal Sector) มาขึ้นทะเบียน เพื่อสามารถรับการสนับสนุนได้มากขึ้น อาทิ การลดหย่อนภาษีนิติบุคคลและยกเว้น การตรวจสอบภาษีย้อนหลัง รวมถึงปรับปรุงกฎระเบียบให้เอื้อต่อการจดทะเบียนให้สะดวกขึ้น

๒) ปรับนิยามของ "วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม" ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 ที่แบ่งขนาดของวิสาหกิจตามขนาดของการลงทุนและการจ้างงาน โดยอาจนำปัจจัยด้านรายได้ (Revenue) มาพิจารณาร่วมด้วย เพื่อให้สามารถจัดแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการได้ ละเอียดมากขึ้นและสามารถให้การสนับสนุนอย่างทั่วถึงกว่าเดิม

๓.๔ ปฏิรูปกระบวนการส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันให้ยั่งยืน

๑) ยกระดับการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก โดยสร้างฐานข้อมูลเชิงลึกที่มีความละเอียดทั้งในระดับสาขาธุรกิจ ขนาดและช่วงพัฒนาการ (Sector-Size-Stage) รวมทั้งแนวโน้มตลาดและธุรกิจใหม่ๆ เพื่อการเขียนแผนธุรกิจที่เป็นรูปธรรม (Market-oriented Business Plan) รวมถึงการใช้ฐานข้อมูลเพื่อให้บริการข้อมูล/ให้คำปรึกษาที่เหมาะสมกับแต่ละสินค้า/บริการ ช่วงพัฒนาการ และระดับความสามารถ (Tailor-made) ทั้งสำหรับธุรกิจไทยภายในประเทศและในต่างประเทศ ดังตัวอย่างของ JETRO ของญี่ปุ่น

๒) เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs อาทิ เงินช่วยเหลือจากภาครัฐเพื่อให้ออกแบบผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีศักยภาพได้กลับมาตั้งต้นธุรกิจได้จนกว่าธุรกิจจะเริ่มมีความมั่นคง (Turnaround Financing) และการส่งเสริมเงินทุนในรูปแบบใหม่ๆ อาทิ Crowd Funding รวมทั้งยกระดับความน่าเชื่อถือและโอกาสในการได้รับสินเชื่อขยายกิจการผ่านความโปร่งใสและวินัยทางการเงิน ในขณะเดียวกัน ต้องเพิ่มมาตรการรองรับการล้มเลิกกิจการ (Exit Scheme) เพื่อให้มีรายได้ต่อเนื่องและเพิ่มความมั่นใจในการลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ

๓) ปรับปรุงระบบ Start-up และ Incubation ให้มีประสิทธิภาพโดยมีกลไกคัดเลือกก่อนการสนับสนุน ทั้งคนที่อยู่ในกลุ่มก่อนเริ่มต้นกิจการ (Pre-Start Up) และกลุ่มเริ่มต้นกิจการ (Start Up) เพื่อเพิ่มโอกาสในการเริ่มต้นและอยู่รอด รวมทั้งมีกระบวนการบ่มเพาะที่เหมาะสมกับธุรกิจที่หลากหลายและต่อเนื่องจากระยะเริ่มต้นถึงการเข้าถึงตลาดและจำหน่าย ตลอดจนระบบเปลี่ยนผ่านให้พนักงานได้พัฒนาไปสู่การเป็น supplier ในห่วงโซ่ และ supporting industries ของบริษัทด้วย

๔) ปรับรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม โดยให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่เหมาะสมตามช่วงพัฒนาการในวงจรชีวิต รวมทั้ง คัดกรองกลุ่มเป้าหมายเพื่อเลือกผู้ประกอบการที่เก่ง/วิสาหกิจที่มีความสามารถสูงออกมาเพื่อส่งเสริมเป็นพิเศษ โดยเน้นสร้างจุดแข็งที่โดดเด่นและขยายกิจการสู่ตลาดที่กว้างขึ้นเป็นลำดับ ในขณะเดียวกัน ต้องปรับเปลี่ยนกลุ่มที่อ่อนแอไปสู่กิจกรรมเศรษฐกิจที่เหมาะสมกว่า อาทิ ทักษะการผลิตพืชเศรษฐกิจใหม่สำหรับพื้นที่นั้นๆ และการเปลี่ยนเกษตรกรไปสู่ภาคเศรษฐกิจอื่น อาทิ บริการก่อสร้าง ซ่อมบำรุง ค้าส่ง/ค้าปลีกของชุมชน

๓.๕ ปฏิรูปกลไก/องค์กร และการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งเสริมผู้ประกอบการ

๑) บูรณาการการทำงาน ของหน่วยงานด้านการสร้าง พัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ เพื่อลดภารกิจซ้ำซ้อนของหน่วยงานต่างๆ และขับเคลื่อนไปพร้อมกันภายใต้องค์กรและยุทธศาสตร์ระดับชาติ

๒) ยกระดับกลไกความร่วมมือระหว่าง SMEs โดยพัฒนาองค์กรให้เข้มแข็งและคล่องตัวเพื่อการแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือที่มีประสิทธิภาพ ทัวถึงและเชื่อมโยงกับวิสาหกิจรายใหญ่ได้มากขึ้น

๓) ให้ภาคเอกชนเป็นผู้นำในการผนึกกำลังในพื้นที่ โดยร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจระดับพื้นที่และความร่วมมือที่เป็นรูปธรรมระหว่างภาคีในห่วงโซ่มูลค่าและเครือข่ายสถาบันที่เกี่ยวข้อง เพิ่มความได้เปรียบให้กับผู้ประกอบการอย่างทัวถึง อาทิ การร่วมวางแผนและผลิตพืชเป็นแปลงใหญ่ การร่วมซื้อปัจจัยการผลิต การร่วมหาตลาดเพื่อคำสั่งซื้อร่วมไม่ตัดราคากันเอง ดังตัวอย่างของ Dutch Food Valley

ซึ่งเป็นห่วงโซ่พันธมิตรโดยไม่ใช้รัฐเป็นกลไกขับเคลื่อน (Tripple Helix) ทั้งนี้ จำเป็นต้องมีมาตรการจูงใจให้ผู้ประกอบการที่เก่ง/วิสาหกิจที่มีความสามารถสูงเข้าร่วมเป็นพันธมิตร (อาทิ โอกาสในการได้รับจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ)

๔) ยกระดับภารกิจด้านนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ (Commercialization) โดยเพิ่มบทบาทของหน่วยงานด้านการสร้างสรรค์มูลค่าและการส่งเสริมตลาดสินค้านวัตกรรมให้เข้มข้น ครอบคลุมด้านการเชื่อมโยงนักออกแบบ/นักวิจัยกับผู้ประกอบการ (Innovation Intermediary) เพื่อเอื้อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะ SMEs ที่มีองค์ความรู้ (Knowledge-based Entrepreneur) และการรักษาความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืน รวมทั้งมีภารกิจส่งเสริมการร่วมทุนกับต่างชาติเพื่อรับการถ่ายโอนเทคโนโลยีและพัฒนาสินค้า นวัตกรรมร่วมกัน

๔. กรอบความคิดรวบยอด



ปฏิรูปการเรียนรู้ (Entrepreneurial Spirit)	ปฏิรูปกระบวนการส่งเสริม (From Cradle to Great)	ปฏิรูปกลไก/องค์กร (Intelligent Institution)	ปฏิรูปกฎหมาย (Ease of Doing Business)
<ul style="list-style-type: none"> ปรับหลักสูตรและระบบการให้บริการสอน ยกระดับคุณภาพสถาบันการศึกษาและการฝึกอบรมผู้ประกอบการ เน้นการสร้างธรรมชาติบุคคลในผู้ประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มโอกาสทางเข้าถึงข้อมูล เพิ่มโอกาสเข้าถึงแหล่งทุน พัฒนาระบบ Startup and Incubation กำหนดมาตรการรองรับการเติบโตของ SMEs (Turnaround and Exit Schemes) พัฒนาให้เครือข่ายผู้ประกอบการที่เข้มแข็งจากต้นน้ำถึงผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> บูรณาการองค์ความรู้จากต้นน้ำถึงปลายน้ำที่ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ยกระดับขีดความสามารถ SMEs ส่งเสริมองค์ความรู้จากต้นน้ำถึงปลายน้ำในการมีพันธมิตรในท้องถิ่น เพิ่มประสิทธิภาพการส่งเสริมนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ 	<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงกฎหมายให้เอื้อต่อการคิดและเติบโตของผู้ประกอบการ ปรับปรุงกฎระเบียบ/ขั้นตอนที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ ปรับปรุงนิยามของผู้ประกอบการที่เป็น SMEs เพื่อให้เหมาะสมต่อการกำหนดมาตรการส่งเสริมพัฒนาอย่างยั่งยืน

ประเทศไทยได้ดำเนินการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ
 โดยให้ความสำคัญกับ SMEs และผู้ประกอบการรายใหม่
 (Small Business & Entrepreneur)

๕. ขอบเขตงานปฏิรูป

๑. วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ชาติ

- บูรณาการยุทธศาสตร์สู่ภาพรวมระดับชาติและมีความชัดเจนใน กลุ่มธุรกิจเป้าหมายที่จะมุ่งเน้น และสนับสนุน (Focus and Aligned Strategy)

๒. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

ทบทวนและปรับปรุงกฎหมายหลัก อาทิ

- พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓
- พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘
- พ.ร.บ. สหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒

ทบทวนและปรับปรุงกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ

- พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. ๒๕๓๕
- พ.ร.บ. ล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๘๓
- พ.ร.บ. ธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. ๒๕๔๒
- กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา

๓. พัฒนากลไก/องค์กร และการดำเนินงานของรัฐและเอกชน

- พัฒนาการเตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มธุรกิจ โดยเฉพาะบทบาทของ สถาบันเฉพาะทาง

- สร้างฐานข้อมูลและบริการวิเคราะห์เชิงลึกด้านการตลาดและวางแผนธุรกิจ รวมทั้งฐานข้อมูลเชิงลึกที่จำแนกตามกลุ่มวิสาหกิจเพื่อการสนับสนุนที่เหมาะสม (Tailor-made)

- พัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยเชื่อมโยงหน่วยงานต่างๆ อาทิ สวท. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

- ขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าและมาตรฐานใหม่ของสินค้าและบริการ โดยบูรณาการการทำงานของ สวท. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สถาบันวิจัย และภาคเอกชน

๖. เครือข่ายพันธมิตร

๖.๑ หน่วยงานราชการ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

๖.๒ ภาคเอกชน อาทิ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมการค้า สถาบันเฉพาะทาง SME Bank บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม และภาคธุรกิจ

๖.๓ ภาควิชาการ อาทิจ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ เครือข่ายหน่วยงานวิจัย (๖ส.๑ว.) สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ และ สถาบันการศึกษาและฝึกอบรมของรัฐและเอกชน รวมถึงนักวิจัย และปราชญ์ชาวบ้าน

๗. ตัวบ่งชี้ผลสัมฤทธิ์

ผลสัมฤทธิ์ในภาพรวม: จัดทำร่างแม่บทปฏิรูปสร้างสังคมผู้ประกอบการร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้องให้แล้วเสร็จภายในปี ๒๕๕๘

ผลสัมฤทธิ์เฉพาะ:

๗.๑ สภาพแวดล้อมเหมาะสม (Enabling Environment) ต่อการเกิดผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง

๗.๒ เกิดจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ไม่น้อยกว่า ๖๐,๐๐๐ ราย ต่อปีและมีอัตราการสิ้นสภาพกิจการของวิสาหกิจลดลง

๗.๓ มูลค่าตลาดสินค้าและบริการภายในประเทศของ SME ขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๔ เพื่อเพิ่มสัดส่วนใน GDP ของ SME ให้ถึงร้อยละ ๕๐ ของ GDP ของประเทศภายในปี ๒๕๖๓

๗.๔ การส่งออกของ SME ขยายตัวไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ เพื่อให้สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ให้ถึงร้อยละ ๔๐ ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศภายใน ๒๕๖๓

๘. ผลกระทบเชิงบวก

๘.๑ สร้างงานและประชาชนมีรายได้มากขึ้น ลดปัญหาที่เกิดจากรายได้น้อยจากการประกอบอาชีพรับจ้าง และการผลิต/บริการมูลค่าต่ำ

๘.๒ เพิ่มความสามารถของวิสาหกิจขนาดเล็ก โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนและสถาบันเกษตรกรในเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถเกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าได้มากขึ้น

๘.๓ เพิ่มความร่วมมือระดับเครือข่ายวิสาหกิจในพื้นที่รองรับการแข่งขันที่เข้มข้นในอนาคต

๘.๔ สินค้าและบริการเป้าหมายมีพร้อมขยายสู่การเป็นผู้นำในตลาดโลก

๙. ผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง

๙.๑ ลดการพึ่งพาการรับจ้างผลิต และเพิ่มความมั่นคงของเศรษฐกิจของไทย

๙.๒ เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ พัฒนาสู่ ODM และ OBM ได้มากขึ้น ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตและข้ามพ้นกับดักรายได้ปานกลาง

๙.๓ อันดับผลการประเมินตามตัวชี้วัด WEF และ IMD ดีขึ้น โดยก้าวสู่การเป็นประเทศเปลี่ยนผ่านไปสู่ Innovation-driven Economy

๙.๔ ผู้ประกอบการมีนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าและความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

๑๐. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผังเวลา							
	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑. ทบทวน รับฟังและกำหนดประเด็นปฏิรูป	■							
๒. จัดทำข้อเสนอแนวทางพัฒนายุทธศาสตร์ กฎหมาย/กลไก องค์กร และการดำเนินงาน		■						
๓. ปรับแนวทางปฏิรูปร่วมกับพันธมิตรเพื่อสร้างการยอมรับ		■	■					
๓. จัดเวทีรับฟังสาธารณะ			■					
๔. จัดทำร่างแม่บทปฏิรูปสร้างสังคมผู้ประกอบการร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร				■	■			
๕. ปรับแก้ไขร่างแผนแม่บทฯ						■		
๖. นำเสนอ สปช. และชี้แจง/ทำความเข้าใจ							■	



(นายไพบุลย์ นลินทรางกูร)

เลขานุการคณะกรรมการธิการ