



รายงาน
ของ
คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ
ด้านเศรษฐกิจ
สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ
เรื่อง “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ”

๖/๒๑/สปช.
สำนักกรรมการ ๑
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ

(สำเนา)

ที่ (สปท) /๒๕๕๙

สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ
ถนนอุทองใน เขตดุสิต กทม. ๑๐๓๐๐

พฤษภาคม ๒๕๕๙

เรื่อง รายงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ

กราบเรียน ประธานสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายงานของคณะกรรมการดังกล่าวข้างต้น จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ประชุมสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ครั้งที่ ๙/๒๕๕๘ วันอังคารที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ ได้มีมติตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ นั้น ซึ่งกรรมการคณะนี้ประกอบด้วย

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| ๑. นายสถิตย์ ลิ่มพงศ์พันธุ์ | ประธานกรรมการ |
| ๒. นายรังสรรค์ ศรีวรศาสตร์ | รองประธานกรรมการ คนที่หนึ่ง |
| ๓. นายคณิตสร นาวานุเคราะห์ | รองประธานกรรมการ คนที่สอง |
| ๔. นายทวีศักดิ์ กอนันต์กุล | รองประธานกรรมการ คนที่สาม |
| ๕. พลเอก วิจิต ยาทิพย์ | ที่ปรึกษากรรมการ |
| ๖. นายปิติพงศ์ พึ่งบุญ ณ อยุธยา | ที่ปรึกษากรรมการ |
| ๗. นายมนู เลียวไพโรจน์ | ที่ปรึกษากรรมการ |
| ๘. นายสันตศักดิ์ จรุงญามพิเชษฐ์ | ที่ปรึกษากรรมการ |
| ๙. นายสมชัย ฤชุพันธุ์ | โฆษกกรรมการ |
| ๑๐. นายกฤษฎา จีนะวิจารณ์ | ผู้ช่วยโฆษกกรรมการ |
| ๑๑. นายกลินท์ สารสิน | กรรมการ |
| ๑๒. นายเฉลิมศักดิ์ อบสุวรรณ | กรรมการ |
| ๑๓. นายชูชาติ อินสว่าง | กรรมการ |
| ๑๔. นายชูศักดิ์ เกวี | กรรมการ |
| ๑๕. นายดุสิต ลีลาภัทรพันธุ์ | กรรมการ |
| ๑๖. พันเอก ธนศักดิ์ มิตรภานนท์ | กรรมการ |
| ๑๗. นายธนศพล ธนบุญวัฒน์ | กรรมการ |
| ๑๘. นายเลิศวิโรจน์ โกวัฒนะ | กรรมการ |
| ๑๙. นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ | กรรมการ |
| ๒๐. นายสุวัฒน์ จิราพันธุ์ | กรรมการ |

/๒๑.นางอรมน ทรัพย์ทวีธรรม...

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| ๒๑. นางอรมน ทรัพย์ทวีธรรม | กรรมการ |
| ๒๒. นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล | เลขานุการกรรมการ |
| ๒๓. นางปัทมา เขียววิศิษฐ์สกุล | ผู้ช่วยเลขานุการกรรมการ |

บัดนี้ คณะกรรมการได้พิจารณาศึกษา รายงานเรื่อง “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ” ตามแผนการปฏิรูปของคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ เสร็จแล้ว

จึงกราบเรียนมาเพื่อโปรดนำเสนอที่ประชุมสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศพิจารณา และ หากสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศเห็นชอบ ขอให้โปรดส่งรายงานไปยังคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณา ดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถืออย่างยิ่ง

(ลงชื่อ) สติത്യ ลิมพงค์พันธุ์

(นายสติത്യ ลิมพงค์พันธุ์)

ประธานกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ
ด้านเศรษฐกิจ

สำนักกรรมการ ๑

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๔ ๒๖๗๒, ๐ ๒๒๔๔ ๒๖๘๐

โทรสาร ๐ ๒๒๔๔ ๒๖๗๙

สำเนาถูกต้อง



(นางนงนุช เศรษฐบุตร์)

ผู้อำนวยการสำนักกรรมการ ๑

นางสาวสุจิตตรา พูนสวัสดิ์/ร่าง
นางจิรัชญา ชินะประภา/พิมพ์
นางสาวพิมพ์อาภา พันธุ์ลี/ตรวจ

รายงาน
ของคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ
ด้านเศรษฐกิจ
เรื่อง “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ”

๑. แผนการปฏิรูป

ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการของไทยมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี ๒๕๕๗ มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) รวมกันประมาณ ๗.๙๒ ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๕ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในทุกภาคของประเทศ โดยมีจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประมาณ ๒.๗ ล้านราย ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละ ๔๐ ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด ประกอบกับคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปเศรษฐกิจด้านอุตสาหกรรมและบริการ ได้พิจารณาวาระการปฏิรูปด้านเศรษฐกิจ จำนวน ๒๓ เรื่อง ซึ่งนำเสนอโดยสภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) และได้มีมติเห็นควรให้ต่อยอดประเด็นปฏิรูปเรื่อง การสร้างสังคมผู้ประกอบการ เพื่อผลักดันให้เกิดการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ที่แสวงหาโอกาสทางการค้าที่พร้อมจะรับความเสี่ยงจากการลงทุน สามารถวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจ ใช้อิทธิพลความรู้ในการสร้างสรรค์มูลค่าและความแตกต่าง มุ่งมั่น/ผูกพันต่อเป้าหมาย มีความสามารถปรับตัวและแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ (Citizenship)

สังคมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Society) หมายถึง การอยู่ร่วมกันของผู้ประกอบการและวิสาหกิจที่หลากหลาย อย่างเท่าเทียมและเอื้ออาทร (Equitable, Caring, Sharing) ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้ออำนวยและเป็นธรรม เพื่อความเข้มแข็งและแข่งขันได้ในระดับสากล

โดยสรุปการสร้างสังคมผู้ประกอบการ จึงเป็นการสร้างโอกาสและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับผู้สนใจและผู้ประกอบการรายใหม่ (Startup) ที่มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ โดยเริ่มจากการปลูกฝังแนวคิดและสร้างองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจตั้งแต่ระดับเยาวชน การบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่โดยผู้มีประสบการณ์ทั้งที่อยู่ในวงการธุรกิจ การศึกษา และการวิจัยพัฒนา ตลอดจนการพัฒนาปรับปรุงสถานประกอบการด้วยการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่องด้วยการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือของพันธมิตรทางธุรกิจตลอดโซ่อุปทาน เป็นเครือข่ายสังคมผู้ประกอบการที่เข้มแข็งและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของประเทศอย่างมั่นคง และยั่งยืน

๑.๑ เหตุผลความจำเป็นในการปฏิรูป

เศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันประสบภาวะชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีจำนวนมากกว่า ๒.๗ ล้านราย ได้รับผลกระทบและประสบปัญหาในการประกอบธุรกิจ อีกทั้งค่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ SMEs มีแนวโน้มลดลง ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการ SMEs กำลังประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจและขาดความเชื่อมั่นในการ

ดำเนินธุรกิจ จำเป็นที่ภาครัฐจะต้องเข้าไปให้ความช่วยเหลือเพื่อให้ SMEs สามารถดำเนินธุรกิจและเติบโตต่อไปได้

SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาหลายประการทั้งในด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ปัญหาด้านบุคลากรที่ขาดประสิทธิภาพ ขาดทักษะฝีมือความรู้ ปัญหาด้านการตลาดที่ขาดข้อมูล การตลาดเชิงลึกในเรื่องข้อมูลคู่แข่งชั้นและข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และขาดโอกาสในการเข้าสู่ช่องทางการตลาด ปัญหาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ขาดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ขาดการนำและเชื่อมโยงกับงานวิจัยและพัฒนาสินค้านวัตกรรม โดยเฉพาะการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และการสร้างตราสินค้า ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อผู้ประกอบการ SMEs ประสบปัญหาหรรษา ย่อมเกิดความสับสนลังเลตัดสินใจไม่ถูกว่าจะเลือกแก้ปัญหาเรื่องใดก่อน อาจเป็นเพราะไม่ทราบว่าอะไรคือปัญหาที่แท้จริงหรือทราบปัญหาแต่ไม่ทราบว่าแก้ไขอย่างไร จึงเห็นควรถ่ายทอดแนวคิดในการวิเคราะห์ปัญหา การดำเนินการปรับแผนธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถ SMEs ในด้านต่างๆ ดังกล่าวเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว

การส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในปัจจุบันดำเนินการเป็นแบบแยกส่วนตามภารกิจของแต่ละหน่วยงาน ไม่ได้มีการส่งต่อผู้รับบริการให้มีความเชื่อมโยงตลอดช่วงชีวิตของการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ การพัฒนาการประกอบการ การตลาด รวมไปถึงการได้รับเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงาน ทำให้ผู้ประกอบการยังมีศักยภาพไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงต้องมีการบูรณาการ การดำเนินงานในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ให้เชื่อมโยงกันครบวงจร ทั้งการดำเนินงานที่อยู่ภายใต้แผนงานบูรณาการ SMEs และแผนงานปกติที่ได้รับงบประมาณประจำปีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีรายได้น้อยและมีความเหลื่อมล้ำสูง ทำให้เกิดนโยบายประชานิยมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเมืองและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ จำเป็นต้องยกระดับรายได้ให้ข้ามพ้น Middle Income Trap และขยายโอกาสทางธุรกิจให้ทั่วถึง (Inclusive Growth) รวมทั้งวิสาหกิจในเศรษฐกิจฐานรากไม่เข้มแข็งเพียงพอ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดเล็ก วิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ ซึ่งต้องอยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันกับรายใหญ่ทั้งของไทยและต่างชาติ รวมถึงข้อจำกัดเชิงสถาบันที่ต้องปรับให้เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของธุรกิจทุกระดับ สามารถอยู่ร่วมกันได้และไม่เอาเปรียบเป็นสังคมของผู้ประกอบการที่มีความเกื้อกูลและเป็นธรรม

นอกจากนี้ ยังพบว่าคนไทยยังได้รับประโยชน์จากศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไม่มากเท่าที่ควร เศรษฐกิจไทยพึ่งพาการรับจ้างผลิตเพื่อส่งต่อสินค้าให้กับนักลงทุนต่างชาติ ทำให้ได้รับเพียงค่าจ้างราคาถูกและส่วนแบ่งที่จำกัดจากการผลิตแบบ OEM ซึ่งมีแนวโน้มจะย้ายฐานการผลิตออกไปมากขึ้นด้วย โดยการส่งออกยังต้องอาศัยชิ้นส่วนและวัตถุดิบนำเข้าจำนวนมาก (Import Content) จึงเกิดการสร้างมูลค่าภายในประเทศได้ไม่มากเท่าที่ควร ในขณะที่วิสาหกิจ SMEs สามารถเกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่ระหว่างประเทศได้น้อย

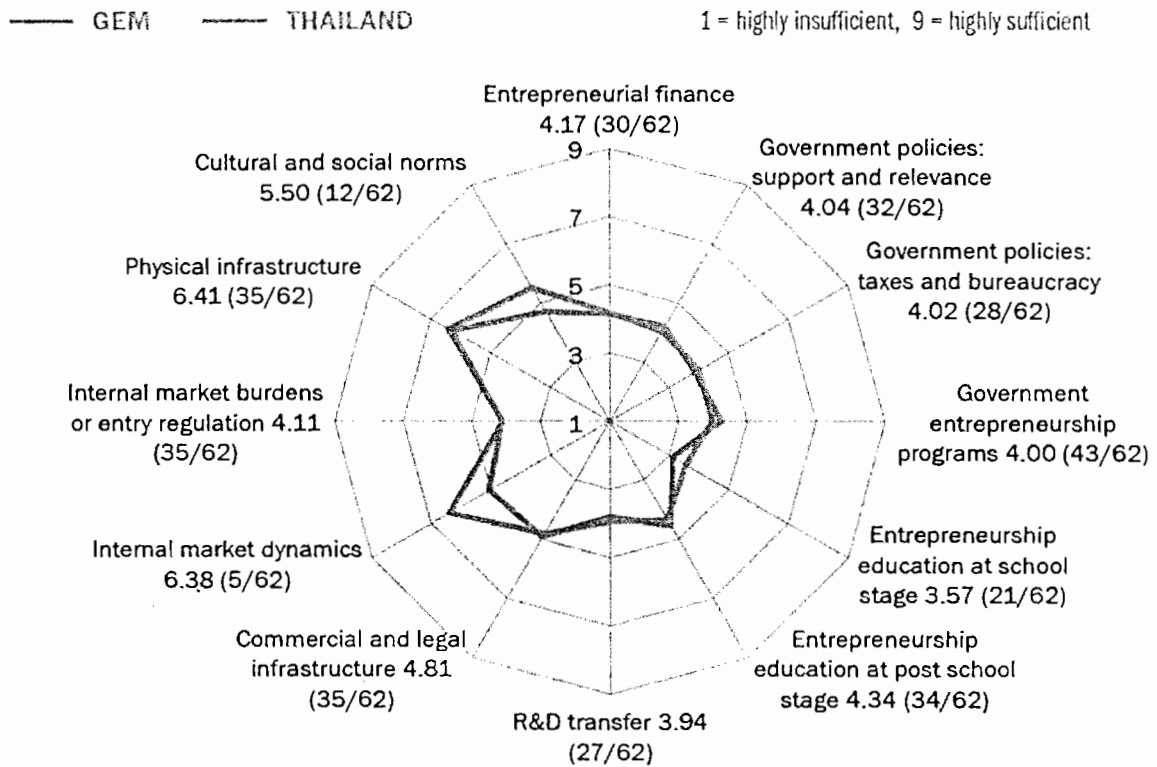
ในการยกระดับประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานการค้ามูลค่าสูง เพื่อโครงสร้างเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนและมีคุณภาพ ซึ่งต้องขยายบทบาททางการค้าจากเดิมที่เน้นการส่งต่อสินค้าขั้นต้นและขั้นกลางที่มีมูลค่าต่ำไปสู่การผลิตสินค้ามูลค่าสูง การเพิ่มบทบาทในการเป็นผู้จัดจำหน่ายภายใต้การออกแบบและตราสินค้าของตนเองและการเป็นผู้จัดหาและจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตได้ในอาเซียนและภูมิภาคอื่น รวมทั้งการสร้างสรรคมูลค่า (Value Creation) ในภาคบริการสาขาต่าง ๆ ซึ่งการก้าวไปสู่ Trading Nation

ในระยะต่อไปนี้ จำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพคน (Manpower) ให้มีทัศนคติและทักษะ (Mindset and Skills) ที่พร้อมจะเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์และเป็นสากล (Global/Creative Entrepreneur) และคำนึงถึงมาตรฐานด้านธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อการเข้าถึงตลาดโลกในอนาคต

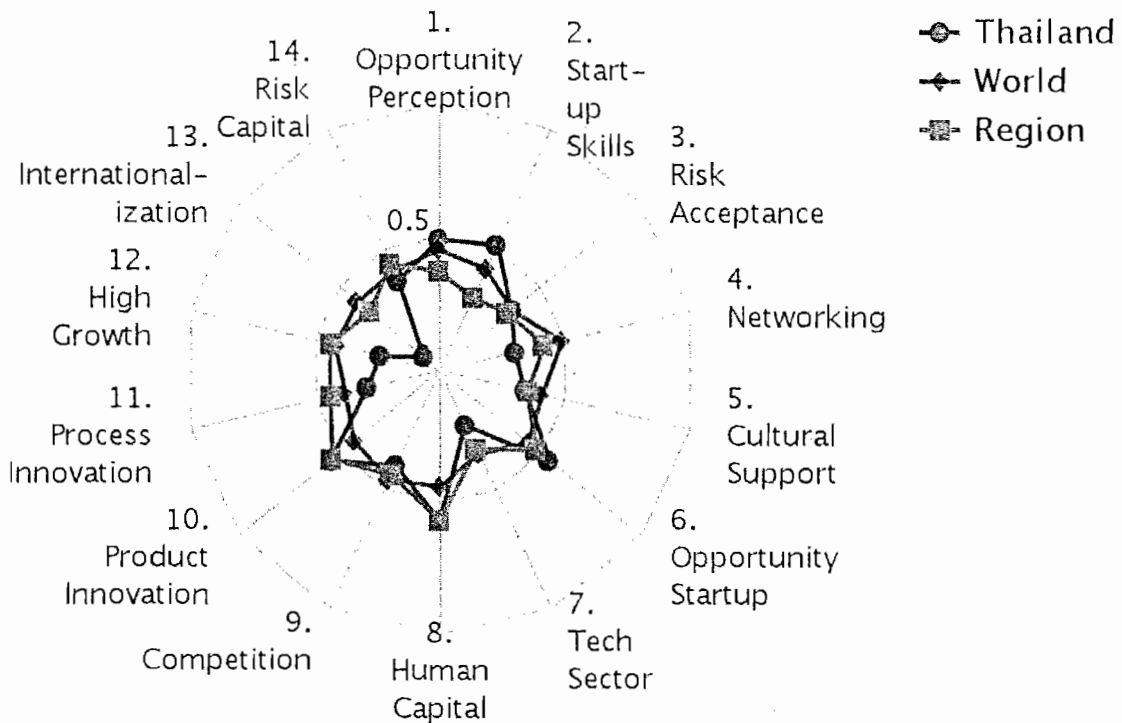
ข้อมูลของ Global Entrepreneur Monitor (GEM) ปี ๒๐๑๕-๒๐๑๖ ระบุว่า กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (Total Early - Stage Entrepreneurship Activity : TEA)^๑ ของประเทศไทยแม้จะอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลก เมื่อเทียบกับหลายประเทศในเอเชีย แต่ก็มีอัตราการเลิกล้มธุรกิจที่ค่อนข้างสูงด้วย และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่เอื้อต่อการเป็นสังคมผู้ประกอบการ จะพบว่า ประเทศไทยยังอยู่ในกลุ่มของ Efficiency Driven Economy ซึ่งผู้ประกอบการยังไม่ได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา และไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการได้ อีกทั้งโครงการส่งเสริมและพัฒนาของภาครัฐยังไม่เพียงพอ โครงสร้างพื้นฐานและมาตรการสนับสนุนของรัฐยังไม่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ รวมถึงขาดการส่งเสริมการเรียนรู้ให้เป็นผู้ประกอบการหลังจากสำเร็จการศึกษา อย่างไรก็ตาม ข้อมูลของ GEM ระบุว่าประเทศไทยมีปัจจัยที่ได้เปรียบในด้านการเป็นสังคมที่เปิดรับสินค้าและบริการใหม่ ๆ ซึ่งจะเป็นโอกาสต่อผู้ประกอบการที่จะคิดและนำเสนอสินค้าและบริการแนวใหม่ที่มีความแตกต่างจากที่มีอยู่ในท้องตลาด รายละเอียดดังแผนภาพที่ ๑ นอกจากนี้ ข้อมูลจาก The Global Entrepreneurship and Development Institute (GEI) ปี ๒๐๑๕ ได้ระบุว่า ประเทศไทยยังคงมีจุดอ่อนในเรื่องความเป็นสากล (Internationalization) การเติบโตอย่างมีศักยภาพ (High Growth) ด้านกระบวนการนวัตกรรม (Process Innovation) และด้านเทคโนโลยี (Tech Sector) ดังแสดงในภาพที่ ๒

^๑ กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (TEA) หมายถึง อัตราร้อยละกลุ่มผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจใหม่และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีธุรกิจอายุน้อยกว่า ๓.๕ ปี จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดซึ่งเป็นประชากรวัยทำงานในช่วงอายุระหว่าง ๑๘ - ๖๔ ปี

แผนภาพที่ ๑ ปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสังคมผู้ประกอบการในไทย (ที่มา: GEM ปี ๒๐๑๕-๒๐๑๖)



แผนภาพที่ ๒ ดัชนีสภาพแวดล้อมของการเป็นผู้ประกอบการ (ที่มา: GEI ปี ๒๐๑๕)



จากการศึกษาพบว่า ปัญหาสำคัญของการสร้างสังคมผู้ประกอบการของประเทศให้มีความเข้มแข็ง ประกอบด้วย

๑. ค่านิยม จิตวิญญาณและทักษะพื้นฐานของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

(๑) คนไทยโดยรวมยังขาดจิตวิญญาณในการทำการค้า โดยยังไม่ตระหนักว่าการประกอบธุรกิจเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ดีและมีบทบาทในการพัฒนาประเทศ มีความกังวลในความมั่นคงของการประกอบอาชีพอิสระ/กิจการส่วนตัว รวมถึงความต้องการที่จะเข้าถึงสวัสดิการที่ได้จากงานประจำ ทำให้ยังจำกัดโอกาสและศักยภาพของตนเองอยู่กับอาชีพรับจ้างและการผลิตในขั้นพื้นฐาน ต่างจากในประเทศพัฒนาแล้วที่มีวัฒนธรรมของการเป็นผู้ประกอบการแวดล้อมอยู่ ทำให้คนได้รับการกล่อมเกลาทางสังคมให้มีความนิยมและจิตวิญญาณในการประกอบธุรกิจมากกว่า

(๒) ผู้ประกอบการไทยที่อยู่ในระยะเรียนรู้/ทดลอง มักไม่มีพื้นฐานความรู้ในการทำธุรกิจที่เพียงพอ จึงอาจต้องลองถูกลองผิดและล้มเหลวในการตั้งต้นธุรกิจหลายครั้ง ในขณะที่คุณภาพการให้ความรู้และการพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจของไทย (Quality of Management School) ยังมีช่องว่างให้พัฒนาได้อีกมาก โดยการประเมินของ WEF (ปี ๒๐๑๕-๒๐๑๖) บ่งชี้ว่าไทยอยู่ในอันดับที่ ๗๗ ต่างกับสิงคโปร์ มาเลเซีย ซึ่งอยู่ในอันดับที่ ๔ และ ๒๒ ตามลำดับ

๒. ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวางแผนธุรกิจ

ภาครัฐยังไม่สามารถนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ประโยชน์และให้บริการอย่างเต็มที่ ทำให้ขาดการชี้แนะโอกาสทางธุรกิจบนฐานของข้อมูลการตลาด (Market Intelligence) เพื่อสนับสนุนการกำหนดยุทธศาสตร์ในขณะที่ผู้ประกอบการระดับเริ่มต้น (Pre-entry / New-entry) มักเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก/วิเคราะห์ได้ยากทำให้ไม่สามารถออกแบบธุรกิจที่สะท้อนถึงแนวโน้มการประสบความสำเร็จ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและโอกาสในการได้รับสินเชื่อหรือเงินสนับสนุน

๓. การบ่มเพาะผู้ประกอบการยังไม่ทั่วถึงและไม่ครบวงจร

(๑) ผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากยังไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร เนื่องจากยังขาดเจ้าภาพหลักที่รับผิดชอบอย่างจริงจัง รวมทั้งกิจการนอกภาคทางการ (Informal Sector) ที่มีรายได้น้อยและเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา ทำให้วิสาหกิจเหล่านี้เสียโอกาสที่จะเติบโตเป็นวิสาหกิจรายใหม่และยกระดับความสามารถเพื่อขยายตลาดจากท้องถิ่นสู่ต่างถิ่นและสากล

(๒) การให้บริการบ่มเพาะธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ (Business Incubation) ยังไม่เพียงพอและยังไม่สอดคล้องกับพื้นฐานของคนแต่ละกลุ่ม ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการพัฒนา SMEs แต่ยังคงขยายผลการบ่มเพาะให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับคนแต่ละกลุ่ม (Inputs) อาทิ เกษตรกร นักเรียน อาชีวะ นักวิจัย และพนักงาน รวมทั้งการบ่มเพาะกิจการให้มีความหลากหลายและครบวงจรตั้งแต่เริ่มต้นจนออกสู่ตลาด รวมถึงการเปลี่ยนผ่านจากกิจการเดิมไปสู่การเริ่มต้นกิจการใหม่อีกครั้ง (Exit/Turn-around) จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเครือข่ายศูนย์บ่มเพาะแห่งชาติของมาเลเซีย (NINA) ในตารางที่ ๑ พบว่า จำนวนศูนย์บ่มเพาะต่อจำนวนประชากรของประเทศไทยต่ำกว่าหลายประเทศในเอเชีย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ยังมีช่องว่างในการขยายปริมาณและคุณภาพของศูนย์บ่มเพาะให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่มากขึ้น

ตารางที่ ๑ จำนวนศูนย์บ่มเพาะธุรกิจของประเทศต่าง ๆ

ประเทศ	จำนวนประชากร (ล้านคน)	จำนวนศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (แห่ง)	ความสามารถในการรองรับผู้ประกอบการใหม่ (ต่อปี)	อัตราส่วนศูนย์บ่มเพาะต่อประชากร
ไต้หวัน	๒๓	๑๔๐	๑,๔๐๐	๑ : ๐.๑๖
สาธารณรัฐเกาหลี	๕๐	๒๗๕	๕,๐๐๐	๑ : ๐.๑๘
สหพันธรัฐมาเลเซีย	๓๐	๑๐๖	๒,๐๐๐	๑ : ๐.๒๘
ญี่ปุ่น	๑๒๗	๓๔๐	๔,๐๐๐	๑ : ๐.๓๗
ประเทศไทย	๖๘	๗๒	๓๐๐	๑ : ๐.๙๔
สาธารณรัฐประชาชนจีน	๑,๓๖๗	๔๓๖	๒๓,๐๐๐	๑ : ๓.๑๔

การบ่มเพาะธุรกิจมี ๒ ประเภท ได้แก่ การบ่มเพาะภายในศูนย์บ่มเพาะ ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานภาคเอกชน ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินโครงการหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (UBI) ซึ่งมีจำนวนศูนย์บ่มเพาะทั้งหมด ๗๒ แห่ง โดยระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๖-๒๕๕๘ สามารถบ่มเพาะผู้ประกอบการได้จำนวน ๗๐๒ ราย และการบ่มเพาะในสถานประกอบการ (Outreach) ซึ่งหน่วยงานภาครัฐจะเป็นผู้ให้การสนับสนุนที่ปรึกษาเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการใหม่ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ในช่วงเริ่มต้นกิจการ ตัวอย่างเช่น ในส่วนของกระทรวงอุตสาหกรรมซึ่งรับผิดชอบการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการจะใช้แนวทางนี้ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ โดยในช่วงระหว่างปี ๒๕๕๓-๒๕๕๘ สามารถบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ได้ทั้งสิ้น ๓๔๓ ราย เป็นต้น โดยภาพรวมในปัจจุบันหน่วยบ่มเพาะธุรกิจของไทยสามารถบ่มเพาะผู้ประกอบการได้ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ราย ต่อปี

๔. การพัฒนาผู้ประกอบการยังไม่เอื้อให้สามารถเติบโตเป็นลำดับ

(๑) การพัฒนาสมรรถนะ (Capacity Building) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจยังไม่มี ความต่อเนื่องให้ลงลึกถึงแต่ละช่วงของพัฒนาการ และออกแบบให้มีความเหมาะสมของกลุ่มธุรกิจและขนาดของวิสาหกิจในลักษณะ Tailor-made นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐยังไม่จำแนกถึงช่วงของพัฒนาการ (Stages) ของกลุ่มเป้าหมายและไม่ได้พัฒนาให้สอดคล้องกับจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ (Spatial Settings) ส่งผลให้วิสาหกิจไทยยังไม่เข้มแข็งทัดเทียมประเทศพัฒนาแล้ว ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการบางส่วนที่อ่อนแอ (อาทิ เกษตรกรที่ยากจน) ยังไม่ได้รับการปรับตัว/เปลี่ยนแปลงให้ได้ทำกิจกรรมเศรษฐกิจในรูปแบบที่เหมาะสมมากกว่า

(๒) วิสาหกิจ SMEs ประสบข้อจำกัดเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อขยายกิจการ ในขณะที่ธุรกิจเงินร่วมทุนยังไม่สามารถขยายตัวได้ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากนักลงทุนยังขาดความเชื่อมั่นในสถานะการเงินของวิสาหกิจเนื่องจากมีความโปร่งใสในงบดุลไม่เพียงพอและมีการจัดการต้นทุนที่ไม่ชัดเจน แม้ว่ารัฐจะมีมาตรการต่าง ๆ เพื่อจูงใจและช่วยเหลือเพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีที่ถูกต้องอย่างต่อเนื่อง

๕. การผนึกกำลังเป็นเครือข่ายพันธมิตร

เครือข่ายวิสาหกิจของไทยเป็นการรวมกลุ่มแบบหลวม ๆ ไม่รองรับการแข่งขันที่จะเข้มข้น โดยเฉพาะเครือข่ายของวิสาหกิจในเศรษฐกิจฐานราก อาทิ สหกรณ์ต่าง ๆ และผู้ประกอบการขนาดเล็กมาก (วิสาหกิจรายย่อย) ซึ่งการพัฒนาเครือข่ายในลักษณะ “หุ้นส่วนการผลิตและพันธมิตรการค้า” (Partnership/Alliance) จะเป็นกลไกที่ช่วยเพิ่มความสามารถของสมาชิกในทุก ๆ ด้าน ดังที่สะท้อนในรายงานของ WEF ที่ระบุว่าไทยยังมีระดับการพัฒนาคลัสเตอร์ที่ต่ำ ส่งผลให้ขาดการผนึกกำลังรองรับบริบทในอนาคตที่จะแข่งขันกันในระดับห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Competitiveness)

๖. ความสามารถในการสร้างและใช้นวัตกรรมเชิงพาณิชย์

ผู้ประกอบการไทยยังขาดความสามารถด้านนวัตกรรม ซึ่งเป็นผลจากข้อจำกัดในการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี การสื่อสารระหว่างนักออกแบบ/นักวิจัยกับผู้ประกอบการ และการตั้งโจทย์วิจัยที่ไม่ได้มุ่งผลลัพธ์ทางธุรกิจ รวมถึงขาดมาตรการจูงใจให้เกิดนักวิจัยและนักออกแบบ ซึ่งจากข้อมูลของ World Economic Forum (WEF) ปี ๒๐๑๕-๒๐๑๖ พบว่าความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวมของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๕๗ ในขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีน อยู่อันดับที่ ๓๑ มาเลเซีย อันดับที่ ๒๐ สาธารณรัฐเกาหลี อันดับที่ ๑๙ ใต้หวัน อันดับที่ ๑๑ สิงคโปร์ อันดับที่ ๙ และญี่ปุ่นอันดับที่ ๕

ในส่วนของ การใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่า ผู้ประกอบการไทยยังมีข้อจำกัดในด้านการเข้าถึงและการแปลงองค์ความรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งแม้ว่า SMEs ไทยจะมีความสามารถในการใช้ภูมิปัญญา เทคโนโลยี การออกแบบและศิลปวัฒนธรรมมาสร้างเรื่องราวและมูลค่าเพิ่ม (อาทิ สินค้า OTOP) แต่ยังมีข้อจำกัดในการสร้างมูลค่าใหม่ (Value Creation) รวมทั้งการเตรียมตลาดมารองรับ (Demand Pull)

๗. ข้อจำกัดด้านปัจจัยแวดล้อม

(๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการยังไม่ชัดเจนและเป็นระดับชาติ ขาดการให้น้ำหนักและทิศทางที่จะมุ่งเน้นทุ่มเทไปสู่ความเป็นเลิศ (Strategic Focus) ทั้งในเชิงสาขาธุรกิจและเชิงพื้นที่ เพื่อจัดสรรทรัพยากรและสิทธิประโยชน์ให้ภาคเอกชนอย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง โดยเฉพาะเกษตรกรที่ต้องยกระดับให้พร้อมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร/เกษตรแปรรูป

(๒) กลไกการขับเคลื่อนนโยบายยังซ้ำซ้อนและไม่บูรณาการอย่างเป็นเอกภาพ ระหว่างภาครัฐ เอกชนและภาคีเครือข่าย โดยเฉพาะการส่งเสริมบทบาทของสถาบันเฉพาะทางและสมาคมการค้า

(๓) ระบบการอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business) ยังต้องยกระดับให้รองรับระบบการค้าเสรี และเอื้อให้ธุรกิจทุกระดับสามารถเข้าถึงตลาดได้เท่าเทียมกัน

(๔) ความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและผู้ประกอบการยังจำกัดอยู่เพียงการให้บริการวิชาการแต่ยังไม่พัฒนาไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า ในขณะที่ สถาบันอุดมศึกษาภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจการศึกษาและระบบการกำกับดูแลต้องเอื้อให้คณาจารย์สามารถสร้างสรรค์/ผลิตงานวิจัยได้อย่างเต็มศักยภาพและขยายผลสู่ภาคธุรกิจได้อย่างคล่องตัว

๑.๒ เป้าหมายการปฏิรูป

“การสร้างสังคมผู้ประกอบการให้เข้มแข็งอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน”

จากเหตุผลและปัญหาดังกล่าวข้างต้น คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) เห็นด้วยกับข้อเสนอการปฏิรูปสังคมผู้ประกอบการของสภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) ซึ่งได้กำหนดแผนการปฏิรูปใน ๕ ประเด็นหลัก ได้แก่

(๑) การผลักดันให้การสร้างสังคมผู้ประกอบการเป็นวาระแห่งชาติ โดยมีการบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การกำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย สาขา และมาตรการส่งเสริมที่เหมาะสมและชัดเจนในการสร้างสังคมผู้ประกอบการของประเทศ

(๒) การปฏิรูปการเรียนรู้ เพื่อสร้างคนให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Spirit) และทักษะในการประกอบการ

(๓) การปฏิรูปด้านกระบวนการและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจ ทั้งที่ใหม่และที่มีอยู่ ให้เติบโตและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในรูปแบบที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวงจรชีวิตของการเป็นผู้ประกอบการ

(๔) การปฏิรูปองค์กรและกลไกในการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

(๕) การปฏิรูปด้านกฎหมาย เพื่อลดอุปสรรคและอำนวยความสะดวกต่อการทำธุรกิจในทุกระดับ

โดยจำเป็นจะต้องขับเคลื่อนแนวทางการปฏิรูปดังกล่าวให้บรรลุผลอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

๒. วิธีการปฏิรูป

๑. การผลักดันให้การสร้างสังคมผู้ประกอบการเป็นวาระแห่งชาติ

๑.๑ บรรจุประเด็นการสร้างสังคมผู้ประกอบการในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เนื่องจากการสร้างสังคมผู้ประกอบการให้เข้มแข็งจะเป็นพลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีจำนวนมากกว่าร้อยละ ๙๗ ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด เป็นแหล่งจ้างงาน และเป็นธุรกิจสนับสนุนให้กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ จึงควรมีการบรรจุประเด็นการสร้างสังคมผู้ประกอบการในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เป็นต้นไป

๑.๒ กำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย สาขา และมาตรการที่ชัดเจน สังคมผู้ประกอบการประกอบด้วย ผู้ประกอบการในสาขาอุตสาหกรรม เกษตรกรรม การค้า บริการ และเพื่อสังคม ซึ่งจำเป็นต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย สาขา และมาตรการส่งเสริมที่ชัดเจนในการสร้างสังคมผู้ประกอบการของประเทศ โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งของ แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๑.๓ ขยายฐานการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจในทุกสาขา ขนาด ระดับชั้น และสอดคล้องกับจุดเด่นของพื้นที่ เนื่องจากการพัฒนาผู้ประกอบการและการส่งเสริมวิสาหกิจในปัจจุบันยังกระจุกตัวอยู่ในบางพื้นที่ และไม่ครอบคลุมทุกสาขาธุรกิจเป้าหมาย ในขณะที่เดียวกันก็ไม่สามารถพัฒนาให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และศักยภาพตามวงจรชีวิตของการเป็นผู้ประกอบการได้ จึงทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาและไม่สามารถสร้างสังคมผู้ประกอบการที่เข้มแข็งได้

๒. การปฏิรูปการเรียนรู้

๒.๑ ปรับหลักสูตรการเรียนรู้เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการและบ่มเพาะความรู้พื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งในระดับพื้นฐาน อาชีว และอุดมศึกษา โดยการเพิ่มเติมเนื้อหาหลักสูตรเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การเงิน การบัญชี การตลาด ระบบภาษี การออกแบบผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่ง่ายต่อการเข้าใจและสามารถเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

๒.๒ ส่งเสริมการจัดตั้งและยกระดับหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจแบบบูรณาการภาครัฐและเอกชน ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ ปัจจุบันหน่วยบ่มเพาะธุรกิจของประเทศมีความสามารถในการรองรับผู้ประกอบการ ปีละประมาณ ๓๐๐ ราย ซึ่งไม่เพียงพอต่อการสร้างผู้ประกอบการและบ่มเพาะผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ในกรณีของไต้หวัน มีหน่วยบ่มเพาะธุรกิจที่เป็นของภาครัฐและเอกชนรวมทั้งสิ้น ๑๔๐ แห่ง โดยแบ่งเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ ประเภทวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเภทบริการเชิงยุทธศาสตร์ ประเภทอุตสาหกรรมสาขาหลักเชิงนวัตกรรม ประเภทอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง และประเภททั่วไป ส่วนสาธารณรัฐเกาหลี มีศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ จำนวน ๒๗๕ แห่ง สามารถรับผู้ประกอบการใหม่ได้ ๔,๐๐๐ ราย ในขณะที่ประเทศจีน มีศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ จำนวน ๔๓๖ แห่ง สามารถรับผู้ประกอบการใหม่ได้ ๒๓,๓๗๓ ราย

๒.๓ ยกระดับคุณภาพ สถาบันการศึกษา/สถาบันการฝึกอบรม และส่งเสริมมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้ประกอบการโดยภาคเอกชนที่มีประสบการณ์ จากการศึกษาพบว่า บุคลากรที่ทำการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่จะเป็นนักวิชาการที่ให้ความสำคัญกับทฤษฎี และขาดประสบการณ์ทางด้านธุรกิจ ทำให้นักศึกษาและผู้เข้ารับการอบรมไม่สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ได้ จึงควรเพิ่มเติมบทบาทของผู้ประกอบการภาคเอกชนในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์การดำเนินธุรกิจแก่นักเรียน และนักศึกษา รวมถึงการเยี่ยมชมสถานประกอบการและหน่วยงานที่เป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้สถาบันการศึกษา/สถาบันการฝึกอบรม ส่วนใหญ่ยังขาดเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ในเชิงธุรกิจ เช่น แบบจำลองธุรกิจ กรณีศึกษา และเวทีในการประกวดและทดลองแผนธุรกิจ เป็นต้น

๓. การปฏิรูปด้านกระบวนการและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจ

๓.๑ ออกแบบกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับวัฏจักรชีวิตของวิสาหกิจ โดยความร่วมมือของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในอดีตที่ผ่านมา ผู้ประกอบการและวิสาหกิจซึ่งมาจากหลากหลายสาขาธุรกิจมักได้รับการพัฒนาด้วยหลักสูตรและวิธีการในรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งอาจไม่สามารถเพิ่มพูนศักยภาพได้ตรงตามลักษณะเฉพาะของการประกอบธุรกิจนั้น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าหน่วยงานที่ทำหน้าที่พัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจต่างให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายของตนเอง โดยขาดการประสานงานหรือเชื่อมโยงการให้บริการระหว่างกัน ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของภารกิจ การให้บริการไม่ตรงกับความต้องการของหน่วยงาน การส่งผ่านกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานหนึ่งเพื่อไปรับบริการยังอีกหน่วยงานหนึ่งไม่สามารถกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ และขาดการวางแผนการพัฒนากลุ่มเป้าหมายร่วมกัน ทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณ จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการในการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจใหม่ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนพัฒนาร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การออกแบบกระบวนการพัฒนาที่เหมาะสมกับช่วงชีวิตของวิสาหกิจ ตลอดจนการส่งผ่านกลุ่มเป้าหมายระหว่างหน่วยงาน และความร่วมมือในการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจ

๓.๒ ผลักดันให้กระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจจะต้องเน้นผลิตภาพ มาตรฐาน และนวัตกรรม โดยหน่วยงานซึ่งทำหน้าที่พัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจจะต้องออกแบบ หลักสูตรและแนวทางการพัฒนาที่มุ่งเน้นให้กลุ่มเป้าหมายยกระดับความสามารถในการแข่งขัน บนพื้นฐาน ของการมีผลิตภาพ (Productivity) มาตรฐาน (Standard) และนวัตกรรม (Innovation) เพื่อใช้ทรัพยากร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผลักดันให้สินค้าหรือบริการเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

๓.๓ ปรับปรุงมาตรการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ

(๑) การออกใบอนุญาต/ใบรับรอง อาทิ การปรับปรุงขั้นตอน และกระบวนการออก ใบอนุญาตประกอบการ การจดทะเบียนผู้ประกอบการ การขออนุญาตนำเข้าและส่งออกสินค้าและบริการ การขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความสะดวก รวดเร็ว และเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ

(๒) มาตรการทางภาษี การปรับปรุงมาตรการการจัดเก็บภาษีนิติบุคคลให้เหมาะสม กับขนาดและสถานะทางการเงินของวิสาหกิจ และเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิสาหกิจรายย่อย เพื่อส่งเสริมการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึง วิสาหกิจรายย่อยและผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ของประเทศอย่างเป็นระบบ

(๓) ทรัพย์สินทางปัญญา การปรับปรุงขั้นตอน และกระบวนการด้านทรัพย์สินทางปัญญา ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม เทคโนโลยี และภูมิปัญญาท้องถิ่น และการเชื่อมโยงงานสิทธิบัตรของกระทรวงพาณิชย์ กับกระทรวงอุตสาหกรรม และ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงการออกแบบและจัดทำระบบการขึ้นทะเบียนนวัตกรรมของ ประเทศไทยที่เอื้อต่อการดำเนินการของนักวิจัย ประชาชนชาวบ้าน และผู้ประกอบการทุกระดับชั้น และการ สร้างแบรนด์สินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทยให้เข้าสู่ตลาดการค้าอย่างเป็นระบบ

(๔) เงินทุน การตั้งกองทุนเพิ่มสำหรับผู้ประกอบการใหม่ (Startup) การขยายกองทุน นวัตกรรม คุปองนวัตกรรม การส่งเสริมการระดมทุนสาธารณะ (Crowd Funding)

(๕) ฐานข้อมูล การพัฒนาฐานข้อมูลรวมของวิสาหกิจในทุกสาขา ให้ครบถ้วน ถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน เพื่อการเชื่อมโยงการซื้อขาย และเพื่อขยายให้รองรับรายย่อยได้มากขึ้น โดยให้บริการผ่าน ระบบ Online รวมถึงการนำไปเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการและ วิสาหกิจต่อไป

(๖) แรงงานและบุคลากร โดยการเตรียมความพร้อมบุคลากรใหม่เพื่อเข้าสู่ ภาคอุตสาหกรรม โดยเน้นการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงก่อนปฏิบัติงาน การสร้างแรงงานชั้นสูง โดยการเตรียมความพร้อมร่วมกับโรงงานขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพ การวางระบบบริหารจัดการแรงงานเพื่อน บ้าน และการสร้างและพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยให้สามารถใช้ผู้เชี่ยวชาญ ต่างประเทศได้

(๗) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยสร้างและขยายโครงสร้างพื้นฐานและ สิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมความต้องการในพื้นที่ อาทิ นิคมอุตสาหกรรม และศูนย์ทดสอบ มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์

๔. การปฏิรูปองค์กรและกลไกในการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจ

๔.๑ กำหนดให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นองค์กรดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ เพื่อกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ ในการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจในระยะสั้น กลาง และยาว รวมทั้งประสานงานเพื่อกำหนดกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย พิจารณางบประมาณบูรณาการ ติดตามให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์และกรอบเวลา

๔.๒ สร้างและพัฒนาหน่วยงานที่ให้บริการข้อมูลและการจัดตั้งธุรกิจแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One Stop Service) ในปัจจุบันมีการจัดตั้งศูนย์ให้บริการ SMEs แบบครบวงจรเพียง ๗ แห่ง ซึ่งไม่เพียงพอต่อการให้บริการ นอกจากนี้ ศูนย์ดังกล่าวยังเป็นเพียงแค่การให้ข้อมูลและคำปรึกษาแนะนำขั้นพื้นฐานเท่านั้น โดยยังไม่สามารถให้บริการออกใบอนุญาตหรือใบรับรองการประกอบธุรกิจได้อย่างเบ็ดเสร็จครบวงจรเหมือนในบางประเทศ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งปัจจุบันได้มีการนำร่องการปฏิรูประบบการอนุญาตการลงทุนและการประกอบธุรกิจแบบเบ็ดเสร็จ ณ ศูนย์ OSS โดยสามารถลดระยะเวลาจากเดิม ๘ วัน เหลือ ๑ วันทำการ เป็นต้น

๔.๓ ขยายและปรับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อรองรับการแข่งขันบนฐานองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ โดยควรพิจารณาขยายบทบาทด้านการสร้างสรรค์มูลค่าให้เข้มข้นมากขึ้น โดยครอบคลุมทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม การค้าและบริการ

๕. ปฏิรูปด้านกฎหมาย

การสร้างสังคมผู้ประกอบการให้เกิดผลสัมฤทธิ์นั้น มีกฎหมายและระเบียบในหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องและเอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ อาทิ เรื่องสหกรณ์ เรื่องวิสาหกิจชุมชน เรื่องการส่งเสริมการลงทุน นอกจากนี้ยังมีพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างสังคมผู้ประกอบการให้มีความชัดเจนและนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

๕.๑ แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการกำกับดูแลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบกับเนื้อหาใน พ.ร.บ. ดังกล่าว ไม่สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และไม่สอดคล้องกับนโยบายการสร้างสังคมผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง โดยสาระสำคัญของการปรับปรุง พ.ร.บ. ควรประกอบด้วย

- ๑) ความครอบคลุมในทุกสาขาธุรกิจ ได้แก่ สาขาเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การค้า และบริการ
- ๒) วิสาหกิจ ควรครอบคลุมถึง วิสาหกิจขนาดกลาง วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดย่อย
- ๓) เกณฑ์การจำแนกวิสาหกิจ ควรแบ่งตามระดับ รายได้ หรือจำนวนการจ้างงาน หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

๔) การปรับนิยามของ “องค์กรเอกชน” ให้หมายถึง องค์กรเอกชนที่จัดตั้งขึ้นโดยการรวมตัวกันเองของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์กรของเอกชนที่จัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หรือตามกฎหมายเฉพาะ ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๕) การปรับปรุงคุณสมบัติของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ โดยต้องไม่เป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง สมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น เพื่อไม่ให้เกิดการขัดกันแห่งผลประโยชน์

๖) การเพิ่มเติมอำนาจผู้อำนวยความสะดวกสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการปฏิบัติหน้าที่เป็นนายทะเบียนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๗) การปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยให้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการขึ้นทะเบียนองค์การเอกชนและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อที่จะเชื่อมโยงกับกฎหมายล้มละลาย

๕.๒ ปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบ/ขั้นตอนที่เป็นอุปสรรคและเพื่อการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ โดยการ การแก้กฎระเบียบของการดำเนินงานภาครัฐ ให้สามารถนำลิขสิทธิ์ที่ภาครัฐช่วยเหลือเป็นของผู้ประกอบการ เพื่อนำไปต่อยอดทางธุรกิจได้ การเพิ่มช่องทางการตลาดให้ SMEs โดยปรับปรุงระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ อาทิ การกำหนดสัดส่วนวงเงิน (โควตา) ที่หน่วยงานต้องจัดซื้อจัดจ้างจาก SMEs และการกำหนดขนาดวงเงิน/ประเภทของการจัดซื้อจัดจ้างที่ให้เฉพาะ SMEs เป็นผู้มสิทธิเข้าแข่งราคา (ในกรณีของสหรัฐฯ ร้อยละ ๒๓ และประเทศจีน ร้อยละ ๓๐ ของงบประมาณจัดซื้อจัดจ้าง ต้องจัดซื้อจัดจ้างจาก SMEs)

๓. กำหนดเวลาการปฏิรูป

ระยะที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๙ – มิถุนายน ๒๕๕๙

๑. บรรจุประเด็นการสร้างสังคมผู้ประกอบการในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
๒. กำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย สาขา และมาตรการที่ชัดเจน
๓. กำหนดให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นองค์กรดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ
๔. แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓

ระยะที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙ – ธันวาคม ๒๕๕๙

๑. ขยายฐานการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจในทุกสาขา ขนาด และระดับขั้น สอดคล้องกับจุดเด่นของพื้นที่
๒. ผลักดันให้กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจจะต้องเน้นผลผลิตภาพ มาตรฐาน และนวัตกรรม
๓. สร้างและพัฒนาหน่วยงานที่ให้บริการข้อมูลและการจัดตั้งธุรกิจแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One Stop Service)
๔. ขยายและปรับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา
๕. ปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบ/ขั้นตอนที่เป็นอุปสรรค เพื่อการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ โดยการ
 - (๑) แก้กฎระเบียบของการดำเนินงานภาครัฐ ให้สามารถนำลิขสิทธิ์ที่ภาครัฐช่วยเหลือเป็นของผู้ประกอบการ เพื่อนำไปต่อยอดทางธุรกิจได้
 - (๒) เพิ่มช่องทางการตลาดให้ SMEs โดยปรับปรุงระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ระยะที่ ๓ มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๐

๑. ส่งเสริมการจัดตั้งและยกระดับหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจแบบบูรณาการภาครัฐและเอกชน ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ
๒. ปรับปรุงมาตรการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ
๓. ปรับหลักสูตรการเรียนรู้เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการและบ่มเพาะความรู้พื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งในระดับพื้นฐาน อาชีว และอุดมศึกษา
๔. ยกระดับคุณภาพ สถาบันการศึกษา/ สถาบันการฝึกอบรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้ประกอบการโดยภาคเอกชนที่มีประสบการณ์
๕. ออกแบบกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับวัฏจักรชีวิตของวิสาหกิจ โดยความร่วมมือของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๔. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ระยะสั้น (๑-๒ ปี)

๑. เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ (Startup) และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
๒. เพิ่มจำนวนศูนย์บริการข้อมูลและการจัดตั้งธุรกิจแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One Stop Service) ให้เพียงพอต่อการให้บริการ (ปัจจุบันมีจำนวน ๗ แห่ง)
๓. จำนวนศูนย์บ่มเพาะได้รับการจัดตั้งเพิ่มขึ้นเป็น ๑๐๐ แห่งทั่วประเทศ

ระยะกลาง (๕ ปี)

๑. เพิ่มจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ส่งออกโดยตรง (Direct Exporter)
๒. จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่ (New Business Ownership Rate) ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๐ ของจำนวนประชากรที่มีอายุระหว่าง ๑๘ - ๖๔ ปี
๓. จำนวนศูนย์บ่มเพาะได้รับการจัดตั้งเพิ่มขึ้นเป็น ๑๕๐ แห่งทั่วประเทศ
๔. เพิ่มจำนวนศูนย์บริการข้อมูลและการจัดตั้งธุรกิจแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One Stop Service) ให้เพียงพอต่อการให้บริการทั่วประเทศ

ระยะยาว (๑๐-๒๐ ปี)

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME คิดเป็นร้อยละ ๕๐ (ภายใน ๑๐ ปี) และ ๖๐ (ภายใน ๒๐ ปี) ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ

๕. แหล่งที่มาของงบประมาณ (กรณีที่ต้องใช้งบประมาณ)

- ๑) ใช้งบประมาณแผ่นดินปกติจากหน่วยงานหลักโดยเพิ่มกรอบการจัดสรรเงินสำหรับวงเงินงบประมาณประจำปีปกติ
- ๒) งบประมาณแผ่นดินที่เป็นงบกลาง

๖. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

- ๑) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ๒) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- ๓) กระทรวงอุตสาหกรรม
- ๔) กระทรวงพาณิชย์
- ๕) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ๖) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- ๗) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- ๘) กระทรวงศึกษาธิการ
- ๙) กระทรวงกลาโหม
- ๑๐) กระทรวงมหาดไทย
- ๑๑) กระทรวงการคลัง
- ๑๒) กระทรวงแรงงาน
- ๑๓) กระทรวงการต่างประเทศ
- ๑๔) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- ๑๕) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- ๑๖) สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

๗. ข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้ เพื่อให้การปฏิรูปสังคมผู้ประกอบการมีแบบอย่างความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในช่วงระยะแรก ก่อนจะส่งมอบให้กับรัฐบาลชุดต่อไปนั้น คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปเศรษฐกิจด้าน อุตสาหกรรมและบริการ เห็นควรให้มีการนำร่องในเชิงพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ตลอดจน ครอบคลุมในสาขาการผลิต การค้า และบริการ ดังนี้

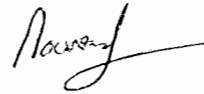
๑. ภาคเกษตรและการค้าในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ๒ จังหวัด ได้แก่ ตาก และ สระแก้ว
๒. ภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลด้านตะวันออก (Eastern Seaboard) ใน ๓ จังหวัด ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา
๓. ภาคบริการในพื้นที่ฝั่งทะเลอันดามัน ๖ จังหวัด ได้แก่ ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง และ สตูล

โดยแบบอย่างความสำเร็จดังกล่าวจะได้ขยายผลให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศต่อไป

๘. ร่างพระราชบัญญัติหรือร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ (ถ้ามี)

- ไม่มี -

คณะกรรมการจึงขอเสนอรายงานเรื่อง “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ” เพื่อให้สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศได้โปรดพิจารณา หากสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศเห็นชอบด้วยขอได้โปรดส่งรายงานไปยังคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป



(นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล)
เลขาธิการกรรมการ

รายงานของคณะกรรมการวิชาการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ
เรื่อง “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ”

เรื่อง	แผนการปฏิรูป	วิธีการปฏิรูป	กำหนดเวลา การปฏิรูป	แหล่งที่มา ของ งบประมาณ	หน่วยงาน ที่ รับผิดชอบ	ข้อเสนอแนะ	ร่าง พรบ. หรือ ร่าง พรบ. (ถ้ามี)
การสร้างสังคม ผู้ประกอบการ	๑. การผลักดันให้ การสร้างสังคม ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบ เป็นวาระแห่งชาติ	๑.๑ บรรลุประเด็นการสร้างสังคมผู้ประกอบการใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	๖ เดือน	ไม่ใช้ งบประมาณ	สศช.		
		๑.๒ กำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย สาขา และ มาตรการที่ชัดเจน	๖ เดือน	ไม่ใช้ งบประมาณ	สศว. สศช.		
		๑.๓ ขยายฐานการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริม วิสาหกิจในทุกสาขา ขนาด และระดับชั้น และ สอดคล้องกับจุดเด่นของพื้นที่	๑ ปี	งบประมาณ อก. กช./พณ./ กก./สศว.			
๒. การปฏิรูปการ เรียนรู้	๒.๑ ปรับหลักสูตรการเรียนรู้เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีใน การเป็นผู้ประกอบการและบ่มเพาะความรู้พื้นฐานของ การเป็นผู้ประกอบการ ทั้งในระดับพื้นฐาน อาชีวะ และ อุดมศึกษา	๒.๑ ส่งเสริมการจัดตั้งและยกระดับหน่วยบ่มเพาะ วิสาหกิจแบบบูรณาการภาครัฐและเอกชน ให้ ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ	๒ ปี	งบกลาง	ศธ./วท.		
		๒.๓ ยกระดับคุณภาพ สถาบันการศึกษา/ สถาบันการ ฝึกอบรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ผู้ประกอบการโดยภาคเอกชนที่มีประสบการณ์	๑.๕ ปี	งบปกติ	ศธ. อก./พณ./ กช./กก..		

เรื่อง	แผนการปฏิรูป	วิธีการปฏิรูป	กำหนดเวลา การปฏิรูป	แหล่งที่มา ของ งบประมาณ	หน่วยงาน ที่ รับผิดชอบ	ข้อเสนอแนะ	ร่าง พรบ. หรือ ร่าง พรบ. (ถ้ามี)
๓. การปฏิรูปด้าน กระบวนการและ มาตรการส่งเสริม วิสาหกิจ		๓.๑ ออกแบบกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับ วิถีชีวิตของวิสาหกิจ โดยความร่วมมือของ ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๑.๕ ปี	ไม่ใช้ งบประมาณ	สสว. อก./พณ./ ทก./ กก. / กษ./วท.		
		๓.๒ ผลักดันให้กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจจะตั้งเน้น ผลิตภาพ มาตรฐาน และนวัตกรรม	๑ ปี	ไม่ใช้ งบประมาณ	อก./พณ./ ทก./ กก. / กษ./วท.		
		๓.๓ ปรับปรุงมาตรการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ โดย (๑) การออกใบอนุญาต/ใบรับรอง (๒) มาตรการทางภาษี (๓) ทรัพย์สินทางปัญญา (๔) เงินทุน (๕) ฐานข้อมูล (๖) แรงงานและบุคลากร (๗) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก	๑.๕ ปี	งบปกติ	สสว./อก./ พณ./ ทก./ กก. /กษ./ วท./กค./ รง/คค.		
๔. การปฏิรูปองค์กร และกลไกในการ พัฒนาผู้ประกอบการ และวิสาหกิจ		๔.๑ กำหนดให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) เป็นองค์กรดำเนินนโยบายและ ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมของประเทศ	๖ เดือน	ไม่ใช้ งบประมาณ	สสว.		

เรื่อง	แผนการปฏิรูป	วิธีการปฏิรูป	กำหนดเวลา การปฏิรูป	แหล่งที่มา ของ งบประมาณ	หน่วยงาน ที่ รับผิดชอบ	ข้อเสนอแนะ	ร่าง พรบ. หรือ ร่าง พรบ. (ถ้ามี)
		<p>๔.๒ สร้างและพัฒนาหน่วยงานที่ให้บริการข้อมูลและ การจัดตั้งธุรกิจแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One Stop Service)</p> <p>๔.๓ ขยายและปรับปรุงบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องกับงานด้านนวัตกรรมและทรัพย์สินทาง ปัญญา</p>	๑ ปี	งบกลาง	สสว. อก./พณ./ มท./กษ.		
		๕.๑ แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๓	๑ ปี	งบกลาง	พณ.		
๕. การปฏิรูปด้าน กฎหมาย		๕.๒ ปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบ/ขั้นตอนที่เป็น อุปสรรค เพื่อการอำนวยความสะดวกในการประกอบ ธุรกิจ โดยการ	๖ เดือน	ไม่ใช่ งบประมาณ	สสว.		
		(๑) แก้กฎระเบียบของการดำเนินงานภาครัฐ ให้ สามารถนำสิทธิที่ภาครัฐช่วยเหลือเป็นของ ผู้ประกอบการ เพื่อนำไปต่อยอดทางธุรกิจได้	๑ ปี	ไม่ใช่ งบประมาณ	สสว. /วท.		
		(๒) เพิ่มช่องทางการตลาดให้ SMEs โดยปรับปรุง ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ	๑ ปี	ไม่ใช่ งบประมาณ	กค. สสว.		

ภาพรวมระยะเวลาการปฏิบัติการสร้างสังคมผู้ประกอบการ

วิธีการปฏิรูป	ระยะที่ ๑						ระยะที่ ๒						ระยะที่ ๓					
	ม.ค. ๕๕	ก.พ. ๕๕	มี.ค. ๕๕	เม.ย. ๕๕	พ.ค. ๕๕	มิ.ย. ๕๕	ก.ค. ๕๕	ส.ค. ๕๕	ก.ย. ๕๕	ต.ค. ๕๕	พ.ย. ๕๕	ธ.ค. ๕๕	ม.ค. ๖๐	ก.พ. ๖๐	มี.ค. ๖๐	เม.ย. ๖๐	พ.ค. ๖๐	มิ.ย. ๖๐
๑. บรรจุประเด็นการสร้างสังคมผู้ประกอบการในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	↔																	
๒. กำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย สาขา และมาตรการที่ชัดเจน	↔																	
๓. กำหนดให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นองค์กรดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ	↔																	
๔. แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓	↔																	
๕. ขยายฐานการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมวิสาหกิจในทุกสาขา ขนาด และระดับขั้น และสอดคล้องกับจุดเด่นของพื้นที่	↔																	
๖. ผลักดันให้กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจจะต้องเน้นผลิตภาพ มาตรฐาน และนวัตกรรม	↔																	
๗. สร้างและพัฒนาหน่วยงานที่ให้บริการข้อมูล และการจัดตั้งธุรกิจแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One Stop Service)	↔																	

วิธีการปฏิรูป	ระยะที่ ๑						ระยะที่ ๒						ระยะที่ ๓						
	ม.ค. ๕๙	ก.พ. ๕๙	มี.ค. ๕๙	เม.ย. ๕๙	พ.ค. ๕๙	มิ.ย. ๕๙	ก.ค. ๕๙	ส.ค. ๕๙	ก.ย. ๕๙	ต.ค. ๕๙	พ.ย. ๕๙	ธ.ค. ๕๙	ม.ค. ๖๐	ก.พ. ๖๐	มี.ค. ๖๐	เม.ย. ๖๐	พ.ค. ๖๐	มิ.ย. ๖๐	
๘. ขยายและปรับปรุงบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา																			
๙. ปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบ/ขั้นตอนที่เป็นอุปสรรค เพื่อการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ โดยการ (๑) แก่กฎระเบียบของการดำเนินงานภาครัฐ ให้สามารถนำลิขสิทธิ์ที่ภาครัฐช่วยเหลือเป็นผู้ประกอบการ เพื่อนำไปต่อยอดทางธุรกิจได้ (๒) เพิ่มช่องทางการตลาดให้ SMEs โดยปรับปรุงระเบียบการจัดตั้งจัดจ้างภาครัฐ																			
๑๐. ส่งเสริมการจัดตั้งและยกระดับหน่วยแบเฉพาะวิสาหกิจแบบบูรณาการภาครัฐและเอกชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ																			
๑๑. ปรับปรุงมาตรการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ																			
๑๒. ปรับหลักสูตรการเรียนรู้เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการและแบเฉพาะความรู้																			

วิธีการปฏิรูป	ระยะที่ ๑					ระยะที่ ๒					ระยะที่ ๓								
	ม.ค. ๕๙	ก.พ. ๕๙	มี.ค. ๕๙	เม.ย. ๕๙	พ.ค. ๕๙	มิ.ย. ๕๙	ก.ค. ๕๙	ส.ค. ๕๙	ก.ย. ๕๙	ต.ค. ๕๙	พ.ย. ๕๙	ธ.ค. ๕๙	ม.ค. ๖๐	ก.พ. ๖๐	มี.ค. ๖๐	เม.ย. ๖๐	พ.ค. ๖๐	มิ.ย. ๖๐	
พื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งในระดับพื้นฐาน อาชีวะ และอุดมศึกษา																			
๑๓. ยกกระดับคุณภาพ สถาบันการศึกษา/สถาบันการฝึกอบรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้ประกอบการโดยภาคเอกชนที่มีประสบการณ์																			
๑๔. ออกแบบกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของวิสาหกิจ โดยความร่วมมือของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง																			