

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์ที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านการตลาด และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสูงทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง วิชาธุรกิจทั่วโลกต่างพยายามที่จะพัฒนากิจกรรมการส่งออกของตนเอง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งมีผลทำให้การแข่งขันระหว่างวิชาธุรกิจเข้มข้นยิ่งขึ้น กลุ่มวิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็เป็นกลุ่มที่สามารถปรับตัวและสามารถแสวงหาโอกาสทางด้านธุรกิจใหม่ๆ ได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้แต่ละประเทศจำเป็นต้องปฏิรูประบบเศรษฐกิจสังคมขึ้นใหม่ ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ ทำให้ความคาดหวังที่มีต่อวิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงขึ้น เนื่องจากเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปแล้วว่า วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ได้ ด้วยการใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติที่มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ง่าย

ในสหรัฐอเมริกาและอังกฤษ วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีบทบาทในการสร้างสรรคสินค้าและบริการใหม่ๆ และเปิดโอกาสให้เกิดการริเริ่มกิจการ และเป็นกลไกสำคัญในการป้องกันการผูกขาด

ส่วนในประเทศในแถบยุโรปตะวันตก วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีบทบาทในฐานะแหล่งผลิตสินค้าและบริการสนองตอบเฉพาะกลุ่มที่เน้นรูปแบบสินค้าแฟชั่น และสินค้ามูลค่าสูง

ในขณะที่ญี่ปุ่นจะเน้นวิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนซึ่งเชื่อมโยงกับกิจการขนาดใหญ่ เพื่อให้วงจรการผลิต การค้าและการบริการเกิดความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

ส่วนประเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ เช่น ใต้หวัน ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศโดยรวมจะเน้นบทบาทของวิชาธุรกิจขนาดกลางแล

ขนาดย่อมมาโดยตลอดจนกลายเป็นรากฐานสำคัญผลักดันให้ประเทศเจริญเติบโตอย่างเข้มแข็งได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากวิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่าง วิชาธุรกิจขนาดใหญ่ และมีความเสียเปรียบในการเข้าซอร์บสินเชื่อกจากสถาบันการเงินหรือการเข้า

เพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการเฉพาะขึ้น และมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางของรัฐเพื่อทำหน้าที่ในการส่งเสริมเพื่อสร้างโอกาสเพื่อความสำเร็จสำหรับวิสาหกิจเหล่านี้โดยตรง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2542 : หน้า 1-2)

สำหรับประเทศไทยนับแต่ปี 2540 ที่มีรัฐมุ่งทางเศรษฐกิจได้ก่อตั้งขึ้นมานั้น บทบาทของ SMEs เริ่มฉายภาพชัดขึ้น กระแสของการเข้าสนับสนุนส่งเสริมชุมพลังทางเศรษฐกิจ ที่ถือว่าเป็นรากเหง้าสำคัญอันจะก่อให้เกิดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เริ่มปรากฏในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทั้งจากภาครัฐและเอกชน

อย่างไรก็ตาม ในเวลาเกือบ 2 ปีที่ผ่านมาได้มีการเคลื่อนไหวในประเทศไทยที่ต้องการเน้นความสำคัญของ SMEs เป็นพิเศษ เพื่อให้ความช่วยเหลือสนับสนุนอย่างโดดเด่นและชัดเจน เพราะ SMEs คือเลือดเนื้อของความกินดีอยู่ดีของประชาชน เพราะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือแหล่งการจ้างงาน โอกาสทางธุรกิจ สามารถสร้างรายได้ให้กับประชากรส่วนใหญ่ของประเทศอย่างปฏิเสธไม่ได้ การเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของ SMEs เป็นพิเศษเช่นนี้ถือได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญ ท่ามกลางแนวโน้มของความจำเป็นในการประกอบอาชีพด้วยตัวเองแทนการเป็นลูกจ้างภาครัฐหรือเอกชน

รัฐบาลโดยแกนนำหลักคือกระทรวงอุตสาหกรรมได้ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ผลักดันให้ออกกฎหมายเพื่อมารองรับการพัฒนา SMEs ในรูปของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 เพื่อเป็นแบบอย่างในการพัฒนา SMEs อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

ธุรกิจอุตสาหกรรม SMEs ที่เกิดขึ้นมาใหม่และทั้งที่มีอยู่เดิมแล้วมักจะใช้เงินลงทุนและแรงงานเริ่มแรกไม่มากจึงเข้าลักษณะของ **“กิจการหรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”** (Small and Medium-sized Enterprises หรือนิยมเรียกย่อๆ ว่า SMEs) ที่มีปัญหาและวิธีการดำเนินการเป็นเอกลักษณ์พิเศษแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่โดยทั่วไป

ทุกวันนี้กระทรวงอุตสาหกรรมมีนโยบายที่จะส่งเสริมและสนับสนุน **“กิจการหรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”** หรือ SMEs อย่างชัดเจนมาก เพราะเห็นว่า SMEs เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นแกนนำ

นโยบายที่สำคัญประการหนึ่งของ SMEs คือ การกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิด **“ผู้ประกอบการรายใหม่”** หรือ **“เจ้าแกหน้าใหม่”** หรือ **“ผู้ประกอบการอิสระ”** (Entrepreneurs) ให้ก่อร่างสร้างตัวและต่อสู้ยืนหยัดอยู่ในโลกธุรกิจอุตสาหกรรมต่อไปได้อย่างมั่นคง

ความหมายและคำนิยามของ SMEs

สำหรับคำนิยามขนาด SMEs ใหม่ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมได้หารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน คือ กระทรวงคลัง กระทรวงพาณิชย์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย และสถาบันการเงินพิเศษในกำกับของรัฐ ได้แก่ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) และธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) จนได้ข้อสรุปนิยามขนาดของ SMEs โดยใช้หลักเกณฑ์มูลค่าขั้นสูงของทรัพย์สินถาวร ดังนี้

ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs (Small and Medium Enterprises) มีความหมายครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1. กิจการการผลิต (Production Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) โดยเฉพาะกิจการแปรรูปการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) เหมืองแร่ (Mining)
2. กิจการการค้า (Trading Sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก (Retail) และรวมถึงการนำเข้าและส่งออก (Import & Export)
3. กิจการบริการ (Service Sector) เป็นกิจการที่สนับสนุนธุรกิจการผลิต การค้า และการอำนวยความสะดวกต่อการผลิต การค้า และการบริโภค เช่น การโรงแรม การท่องเที่ยว การซ่อมแซมบำรุง การเก็บรักษา การขนส่ง บริการเสริมสวย เป็นต้น

ส่วนลักษณะของขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กำหนดจากมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร สำหรับกิจการแต่ละประเภทดังนี้

ลักษณะกิจการ	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. กิจการการผลิต	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
2. กิจการบริการ	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
3. กิจการการค้า		
- ค้าส่ง	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
- ค้าปลีก	ไม่เกิน 60 ล้านบาท	ไม่เกิน 30 ล้านบาท

ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม

SMEs กับเสถียรภาพเศรษฐกิจไทย....

ในปี พ.ศ. 2542 สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรีได้ประมวลข้อมูลสถิติ ของ จำนวนสถานประกอบการธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ ขนาดของสถานประกอบการ รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายและภาค พ.ศ. 2539 ได้ดังนี้

ตารางที่ 1

ประเภทธุรกิจ/ขนาดของ สถานประกอบการ / รูปแบบการจัดตั้ง ตามกฎหมาย	ทั่วราชอาณาจักร	กรุงเทพมหานคร	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
รวม	510,726	153,643	36,216	88,582	76,224	87,266	68,795
ประเภทธุรกิจ							
การขายส่ง	27,116	14,678	1,324	2,811	2,194	2,941	3,168
การขายปลีก	259,310	68,332	19,640	48,282	40,103	48,688	34,265
ภัตตาคาร / โรงแรม	82,309	22,302	5,246	14,678	12,687	13,687	13,709
การบริการ	141,991	48,331	10,006	22,811	21,240	21,950	17,653
ขนาดของสถาน ประกอบการ (จำนวนคนงาน)							
1-4	441,736	120,138	31,188	80,705	69,398	78,892	61,415
5-9	44,331	20,286	3,291	5,187	4,626	6,142	4,799
10-19	1,551	7,907	1,208	1,802	1,471	1,545	1,618
20-49	6,142	3,510	362	617	497	502	654
50-99	1,742	1,037	97	147	153	108	200
100-199	466	457	44	77	55	52	81
200-499	340	218	20	41	17	21	23
500 คนขึ้นไป	118	90	6	6	7	4	5
รูปแบบการจัดตั้งตาม กฎหมาย							
ส่วนบุคคล	456,636	120,860	33,183	84,103	71,989	82,359	64,142
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	18,449	8,434	926	1,939	2,131	2,666	2,353
บริษัทจำกัด มหาชนจำกัด	33,819	24,129	1,971	2,173	1,805	1,706	2,035
องค์การ รัฐวิสาหกิจ	84	42	5	7	9	9	12
สหกรณ์	791	68	84	175	119	202	143
อื่นๆ	947	110	47	185	171	324	110

หมายเหตุ : ไม่รวมนอกเขตเทศบาลฯ

ที่มา : รายงานการนับจดสถานประกอบการอุตสาหกรรมและธุรกิจ พ.ศ. 2539

(สำมะโนอุตสาหกรรม พ.ศ. 2540) ทั่วราชอาณาจักร สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี

ตารางที่ 2 จำนวนและอัตราร้อยละของสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิต และสถานประกอบการ ธุรกิจทางการค้า ธุรกิจทางการบริการ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมและธุรกิจ ปีสำรวจปี 2540

ประเภทอุตสาหกรรม	กรุงเทพฯ		ในเขตเทศบาล		ในเขตสุขาภิบาล	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.1 อุตสาหกรรมการผลิต						
การผลิตอาหาร เครื่องดื่ม ยาสูบ	2,250	4.8	7,773	19.1	13,804	19.8
การผลิตสิ่งทอถัก เครื่องแต่งกาย	20,793	44.2	15,454	38.0	28,380	40.7
หนังสือพิมพ์ และผลิตภัณฑ์หนังสือพิมพ์						
การผลิตไม้ ผลิตภัณฑ์จากไม้	2,895	6.1	2,528	6.5	9,479	13.6
รวมทั้งเครื่องเรือน						
การผลิตกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ การพิมพ์และการพิมพ์	3,559	7.5	1,476	3.6	909	1.3
โฆษณา						
การผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี น้ำมันปิโตรเลียม ถ่านหิน	2,554	5.4	856	2.1	1,313	1.9
ยางและพลาสติก						
การผลิตผลิตภัณฑ์จากแร่โลหะ ยกเว้น ผลิตภัณฑ์จากน้ำมัน	396	0.9	1,237	3.2	3,522	5.0
ปิโตรเลียมและถ่านหิน						
อุตสาหกรรมโลหะขั้นมูลฐาน	316	0.7	510	1.3	465	0.7
การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์	11,797	25.1	8,470	20.8	8,139	11.7
อุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ	2,476	5.3	2,175	5.4	3,667	5.3
รวม	47,036	100.0	40,649	100.0	69,678	100.0
1.2 ธุรกิจ						
การขายส่ง	14,678	9.5	6,935	3.6	5,503	3.4
การขายปลีก	68,332	44.5	97,760	50.0	93,218	57.7
ภัตตาคารและโรงแรม	22,302	14.5	35,502	18.3	24,205	15.0
การบริการ	48,331	31.5	54,975	28.1	38,685	23.9
รวม	153,643	100.0	195,472	100.0	161,611	100.0

ที่มา : รายงานการนับจัดสถานประกอบการอุตสาหกรรมและธุรกิจ พ.ศ. 2539 (สำมะโนอุตสาหกรรม พ.ศ. 2540) ทวีราชอาณาจักร สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากตัวเลขทางสถิติ (ตารางที่ 1 -2) พบว่า ในขณะนี้ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่ยังไม่นับรวมลักษณะการค้าที่เป็นแผงลอย และแผงตั้ง จำนวนรวมกันทั้งสิ้น ประมาณ 510,726 ในจำนวนนี้กว่าร้อยละ 99.7 จะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน จากการสำรวจยังพบว่าธุรกิจในประเทศไทยกว่าร้อยละ 40 ยังจัดเป็นวิสาหกิจนอกระบบที่ไม่มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย

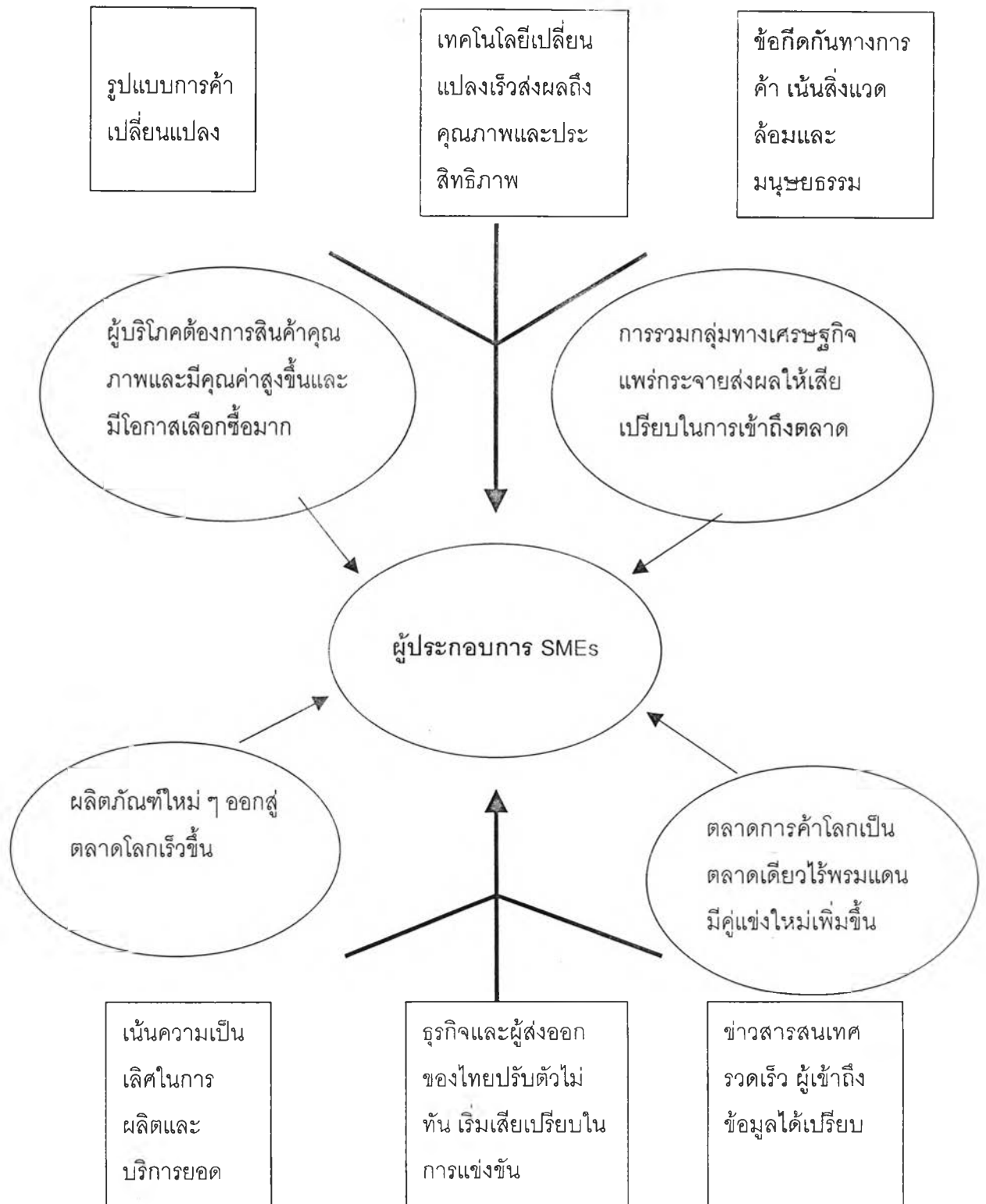
ในส่วนของกรุงเทพมหานครจะเห็นได้ว่ามีอัตราการเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ 153,643 ราย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 30.08 ของกิจการทั้งหมด รองลงมาคือ ภาคกลาง 88,582 ราย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 17.34, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 87,266 ราย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 17.08, ภาคเหนือ 76,224 รายคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 14.92, ภาคใต้ 68,795 ราย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 13.47 และเขตปริมณฑล 36,216 ราย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 8 ตามลำดับ

SMEs มีความสำคัญอย่างไรต่อระบบเศรษฐกิจ

สาระสำคัญที่ SMEs ทำให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมดังนี้

1. SMEs เป็นแหล่งรองรับการว่าจ้างแรงงานขนาดใหญ่ และกระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งนี้เพราะวิสาหกิจต่างๆ ได้เกิดอยู่ในทุกชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่กันเป็นหมู่เหล่า ในปี พ.ศ. 2542 มีการประมาณการว่า SMEs สามารถรองรับการว่าจ้างงานได้ถึง 4.5 ล้านคน
2. SMEs สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้ารวมทั้งยังทำรายได้นำเข้าเงินตราต่างประเทศจากการส่งออก และยังสามารถผลิตสินค้าและบริการเพื่อทดแทนการนำเข้า อันทำให้ประเทศสามารถประหยัดเงินตราต่างประเทศได้
3. SMEs เป็นแหล่งสร้างเสริมประสบการณ์แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือนักลงทุนหน้าใหม่ จากธุรกิจขนาดเล็กๆ และพัฒนาจนเติบโตในที่สุด
4. SMEs เป็นหน่วยผลิตที่สนับสนุน และเชื่อมโยงไปสู่กิจการขนาดต่างๆ โดยเฉพาะกิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลางและหรือกิจการขนาดย่อมด้วยตนเอง ในรูปแบบของการผลิตเป็นสินค้าวัตถุดิบขั้นต้น ชั้นกลางด้วยวิธีการว่าจ้างผลิต การรับช่วงการผลิต (Subcontracting)
5. SMEs เป็นการเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ภาคการเกษตร ภาคการบริการขนส่ง ภาคการก่อสร้าง ภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก
6. การเกิดขึ้นของ SMEs ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศเท่ากับเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค อันเป็นส่วนหนึ่งของการกระจายรายได้ที่ดีทางหนึ่ง

SMEs ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป



ความจำเป็นต้องปรับตัวเพื่ออยู่รอดในระยะยาว

องค์ประกอบของความได้เปรียบ

เดิม	ใหม่
ผลิตของถูก เลียนแบบ	ผลิตได้มากแบบ รวดเร็ว
ค่าแรงถูก	ผลิตภาพสูง คุณภาพสูง เทคนิคดี
มุ่งตัวสินค้า	มุ่งทั้งสินค้าและบริการเสริม
จัดการแบบครอบครัว	จัดการแบบมืออาชีพ
มุ่งธุรกิจเฉพาะตน	มุ่งสร้างผู้ร่วมธุรกิจและรวมกลุ่ม

แม้ SMEs จะเป็นองค์กรขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหารธุรกิจสูง แต่ก็มีอุปสรรคปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลให้ SMEs มีขีดความสามารถในการบริหารธุรกิจและการแข่งขันต่ำลง ทั้งนี้ ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการพัฒนา SMEs ในปัจจุบันประกอบด้วย

- สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำและไม่เอื้ออำนวยต่อการรื้อใหม่ของธุรกิจในทุกด้าน
- เทคโนโลยีสมัยใหม่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว บีบคั้นให้ทุกบริษัทต้องมีการลงทุนเทคโนโลยีมากขึ้น
- กฎระเบียบของทางราชการยังไม่ได้มาตรฐาน
- การเปลี่ยนแปลงของโลกสู่โลกาภิวัตน์ (Globalization) ทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงขึ้น
- ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ต้นทุนการสื่อสารระหว่างประเทศและการประมวลข้อมูลลดลงอย่างมาก ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มศักยภาพการกระจายสินค้า
- ความสามารถในการแข่งขันในอนาคตจะขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่เปิดกว้างขึ้น วิสาหกิจที่มีข่าวสารรวดเร็วเชื่อถือได้ จะมีความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ
- การเปิดเสรีด้านการค้าและการลงทุน ทำให้ระบบการผลิตเริ่มปรับตัวจากการผลิตทีละมากๆ (Mass Production) มาสู่การผลิตล็อตเล็กๆ แบบตอบสนองรสนิยมที่หลากหลายของผู้บริโภค ขณะเดียวกันวิสาหกิจต่างชาติก็จะเข้ามาตั้งกิจการแข่งขันกับกิจการในประเทศมากขึ้น รวมทั้งมีการโยกย้ายการลงทุนเดิมจากประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่งที่คุ้มค่ามากขึ้น

- การผลิตสินค้าและบริการจะต้องพัฒนาคุณภาพให้เข้าสู่มาตรฐานสากล ทั้งทางด้านการบริหารจัดการการผลิต การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน และปัญหาแรงงานเด็ก
- ธุรกิจบริการจะมีลักษณะเป็นนานาชาติมากขึ้น กิจกรรมบริการจากต่างประเทศทางด้านสถาบันการเงิน การประกันภัย ไทโรคมานาคม ธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ บริการข้อมูลข่าวสาร จะเข้ามาแข่งขันกับธุรกิจในประเทศมากขึ้น (อุตสาหกรรมสาร : 2543 หน้า 11-13)

ลักษณะเด่นของ SMEs

SMEs มีลักษณะเด่นดังนี้

1. การเข้าสู่ธุรกิจทำได้ง่าย เพราะใช้เงินทุนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่มากนัก และเมื่อประกอบกิจการแล้วเกิดปัญหาไม่มีความสูญเสีย โอกาสที่จะฟื้นตัวเกิดได้ง่ายกว่ากิจการขนาดใหญ่
2. มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการสามารถควบคุมดูแลกิจการได้ทั่วถึงและใกล้ชิด
3. การดำเนินธุรกิจไม่ว่าด้านการผลิตสินค้า การจัดจำหน่ายหรือการบริการจะมีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับยุคการผลิตและการค้าที่ต้องการตอบสนองที่รวดเร็ว (Quick Response) ตลอดจนการผลิตและการค้าที่มุ่งความหลากหลายของรูปแบบ หรือบริการมากกว่ามุ่งปริมาณ
4. สามารถสร้างความชำนาญเฉพาะอย่างเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

ปัญหาของ SMEs

จากการศึกษาวิจัย และเก็บรวบรวมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมตลอดเวลากว่า 50 ปีที่ผ่านมาพบว่าปัญหาโดยรวมของ SMEs ที่ประสบอยู่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาคือ

1. **ปัญหาด้านการตลาด** วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศ ยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น
2. **ขาดแคลนเงินทุน** วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุน หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่

การทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

3. **ปัญหาด้านแรงงาน** แรงงานที่ทำงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญงานมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้า

4. **ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต** โดยทั่วไปวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากการลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ / พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคโนโลยีวิชาการที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5. **ข้อจำกัดด้านการจัดการ** วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดความรู้ในด้านการจัดการหรือการบริหารงานที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงาน การบริหารภายในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง (หากธุรกิจไม่ใหญ่นัก) แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัว หากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้นได้

6. **ปัญหาการเข้าถึงบริการส่งเสริมของรัฐ** วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถว ไม่มีการจดทะเบียนโรงงาน ทะเบียนพาณิชย์ หรือทะเบียนการค้า ดังนั้น กิจการหรือโรงงานเหล่านี้ จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ หรือแม้แต่กิจการหรือโรงงานที่มีการจดทะเบียนถูกต้อง ก็มักไม่ค่อยอยากเข้ามายุ่งเกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินลงทุนและการจ้างงาน เพื่อจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเสนอโครงการขอรับการส่งเสริมการลงทุนให้มากขึ้น แต่จากข้อมูลการศึกษาวิจัยพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียง 8.1% เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

7. **ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์กรภาครัฐและเอกชน** การส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมา ได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดจนสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น เรื่องบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาในภูมิภาค การให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่างๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

8. ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ข้างต้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไป จึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่างๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารการตลาด ด้านการจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

9. ปัญหาการขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญ เพราะ SMEs มักจะเริ่มต้นจากการประกอบกิจการในเรื่องที่ผู้ประกอบการมีความถนัดหรือมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ จึงต้องอาศัยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง และดำเนินการต่อไปจนกว่าธุรกิจจะลงตัว

10. ปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ที่ยังขาดคุณสมบัติพิเศษของความเป็นผู้ประกอบการ อาทิ ความกล้าเสี่ยง ภาวะตื่นตัว รักการเรียนรู้ ทะเยอทะยาน รักความท้าทาย การมีระเบียบวินัยในการทำงานของตนเองสูง รักความอิสระ มีความเป็นผู้นำ การควบคุมตนเอง เป็นต้น

บทบาทและหน้าที่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)

มีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

1. เสนอแนะนโยบายและแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะและขีดความสามารถของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมให้สนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก
2. บริการและดำเนินงานด้านการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาสมรรถนะของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาที่สำคัญให้เป็นไปตามนโยบาย
3. พัฒนาบุคลากรและสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมในสาขาที่สำคัญด้านเทคโนโลยีและการจัดการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการพัฒนาและการผลิตให้มีมาตรฐานเข้าสู่ระบบสากล

แนวทางของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)

1. แนวทางและมาตรการที่จะทำให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายด้านการเสริมสมรรถนะ และขีดความสามารถของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในการแข่งขันในตลาดการค้าโลก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มสมาชิก ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก (APEC) และกลุ่มประเทศอาเซียนตลอดจนการเป็นสมาชิกองค์การระหว่างประเทศ
2. ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษารวมทั้งผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งอุตสาหกรรมไทยให้เจริญก้าวหน้ามั่นคง
3. ด้านการกระจายอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะขยายความร่วมมือประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนสถาบันการศึกษา
4. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของนักธุรกิจอุตสาหกรรมแต่ละสาขา เพื่อความคล่องตัวในการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการยกระดับประสิทธิภาพการผลิตของอุตสาหกรรมรายสาขา
5. ร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อสนับสนุนเงินทุน เพื่อการลงทุนแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฐานภูมิภาค ตลอดจนการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมให้เหมาะสมกับแต่ละภูมิภาค
6. ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่นแนวทางใหม่คือการใช้ตลาดเป็นแกนนำการผลิตโดยชักจูงให้นักธุรกิจเอกชนสนใจที่จะขยายกิจกรรมการลงทุนในชนบทให้มากขึ้น เพื่อให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในธุรกิจชุมชน แนวทางการดำเนินงานคือการสร้างความร่วมมือในลักษณะ 3 ประสานสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภาครัฐภาคธุรกิจอุตสาหกรรมของเอกชน และราษฎรชนบทในท้องถิ่นโดยมีองค์การพัฒนาเอกชนเข้ามาช่วยประสานงานเตรียมความพร้อมให้แก่ราษฎร ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมชนบทให้มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้เป็นการพัฒนาแบบยั่งยืน
7. การพัฒนาบุคลากรภาคอุตสาหกรรมของรัฐเร่งรัดการพัฒนาบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อเสริมสร้างความรู้และเพิ่มทักษะขีดความสามารถในการปฏิบัติงานร่วมกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรม

โครงสร้างกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับภารกิจหลักของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้กำหนดโครงสร้างองค์กรเป็น 1 กอง 6 สำนัก กับ 11 ศูนย์ภาคตามพระราชกฤษฎีกา การแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2539 ดังนี้

บริหารราชการส่วนกลาง

- สำนักงานเลขาธิการกรม
- สำนักนโยบายและแผนส่งเสริมอุตสาหกรรม
- สำนักบริหารงานส่งเสริมอุตสาหกรรม
- สำนักพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม
- สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม
- สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา
- สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 (จ. เชียงใหม่)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 (จ. พิษณุโลก)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3 (จ. พิจิตร)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 (จ. อุตรธานี)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 (จ. ขอนแก่น)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 (จ. นครราชสีมา)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 (จ. บุรีรัมย์)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8 (จ. สุพรรณบุรี)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 (จ. ชลบุรี)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10 (จ. สุราษฎร์ธานี)
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 (จ. สงขลา)

ในส่วนของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ SMEs ที่เป็นตัวจักรสำคัญในการให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้เข้ามาใช้บริการทางด้านข้อมูลข่าวสาร คำปรึกษาแนะนำ การสัมมนาทางวิชาการ ฯลฯ นั้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้มอบหมายให้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งสังกัดสำนักงานเลขาธิการกรม มีหน้าที่รับผิดชอบบริหารงานประชาสัมพันธ์ และเป็นศูนย์กลางใน

การบริการสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง

ปัจจุบันการผลิตสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ กสอ. มีดังนี้

1. เอกสารข้อมูล (Press Release)
2. วารสาร
 - อุตสาหกรรมสาร ออกเผยแพร่ทุกๆ 2 เดือนให้กับผู้ประกอบการ (SMEs) และบุคคลที่สนใจทั่วไป
3. คู่มือดำเนินธุรกิจ SMEs (Starting Kits for SMEs) ได้แก่
 - 3.1 การเตรียมความพร้อมสู่เส้นทางธุรกิจ SMEs
 - การจัดทำแผนธุรกิจเบื้องต้น
 - การเสนอโครงการแก่สถาบันการเงินและหุ้นส่วน
 - การเริ่มธุรกิจ SMEs
 - การประเมินโอกาสทางธุรกิจ
 - การตลาดสำหรับ SMEs
 - แหล่งเงินกู้สำหรับ SMEs
 - การประเมิน Franchise
 - กฎระเบียบและวิธีการในการจัดตั้งธุรกิจ
 - ประเมินการซื้อขายกิจการ
 - 3.2 การบริการธุรกิจ
 - การจัดทำงบประมาณสำหรับ SME
 - ความเข้าใจเกี่ยวกับ ต้นทุนของธุรกิจ
 - การบริหารต้นทุน และการตั้งราคา
 - การบริหารข้อมูลและการรายงานผล
 - ระบบบัญชีสำหรับ SMEs
 - การบริหารบุคลากร
 - 3.3 การบริหารการผลิต
 - การวางแผนและควบคุมการผลิต
 - การบริหารสินค้าคงคลัง
 - การบริหารคุณภาพคู่ผลิตภาพ
 - ระบบการบริหารการผลิตสมัยใหม่

- การลดความสูญเสียในการผลิต

3.4 เสริมสร้างรายได้เปรียบทางธุรกิจ

- นวัตกรรมเชิงพาณิชย์
 - การหลีกเลี่ยงและแก้ไขปัญหาด้านการจัดการ
 - การร่วมลงทุน
 - การส่งออก
 - การรับช่วงการบริหาร
4. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543
 5. หนังสือ โครงการลดต้นทุน SME
 6. หนังสือพิมพ์, นิตยสาร
 - การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร SMEs ที่ได้เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ต่างๆ เช่น ไทยรัฐ, เดลินิวส์, มติชน, กรุงเทพธุรกิจ, ผู้จัดการ, ฐานเศรษฐกิจ, MISSION THAILAND ฯลฯ
 7. แผ่นพับประชาสัมพันธ์, CD-ROM
 8. สื่อวิทยุ
 - กองทัพบกและในเครือ 125 FM. 93.0 FM 102.5, 107.0, 92.5, 99.5, 96.0, 100.5
 สวพ. 91
 9. สื่อโทรทัศน์
 - รายการคลินิกอุตสาหกรรม ช่อง 11 ทุกวันพฤหัสบดีที่ 3 ของเดือน เวลา 22.00-23.00 น.
 - รายการ "เพื่อคนทำงาน" ช่อง 11 ทุกวันศุกร์ที่ 2, 3, 4 ของเดือน เวลา 22.00 - 23.00น.
 วิทยุทัศน์ (จัดทำเป็นสารคดีส่งไปที่ศูนย์ภาคเพื่อเผยแพร่ทางช่อง 11)
 - วิทยุทัศน์ประกอบการประชุม / สัมมนา / นิทรรศการ และงานแสดงสินค้าของผู้ประกอบการ SMEs
 - วิทยุทัศน์รายการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ได้ออกอากาศ เช่น รายการเพื่อคนทำงาน และรายการคลินิกอุตสาหกรรม
 10. ภาพนิ่ง, สไลด์
 11. สื่อ Internet ให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อ Internet มีโฮมเพจอยู่ที่
 - <http://www.dip.go.th>
 - <http://www.smethai.com>

การให้บริการข้อมูลผ่านสื่อ Internet ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้เป็นการเข้าถึงผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารหลากหลายด้าน ซึ่งสามารถแบ่งสื่อ Internet ออกได้เป็นส่วนๆ ดังนี้

- แนะนำ กสอ.
- คู่มือการลงทุน
- บริการของกสอ.
- นโยบายและกลยุทธ์ SMEs
- ทำเนียบ SMEs
- การเงินและสินเชื่อ
- คลินิกปรึกษาแนะนำ
- บทความที่น่าสนใจ
- เครือข่าย SMEs
- เชื่อมโยงข้อมูล SMEs
- บรรณานุกรมเครื่องจักร
- ทำเนียบผู้เชี่ยวชาญ
- ภูมิปัญญาไทย
- HOT NEWS, HOT ISSUE, GUEST Book, Download

12. สื่อบุคคล

- เจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่ทางกสอ. ได้จัดจ้างเพื่อให้บริการปรึกษาแนะนำแก่กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ทั่วประเทศ ที่มีความชำนาญในสาขาต่างๆ เช่น การผลิต การตลาด การเงิน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร SMEs ดังที่กล่าวมานี้ คือ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลที่ได้เผยแพร่ข่าวสารด้าน SMEs และรวมถึงการที่ผู้ประกอบการ SMEs ได้เข้าร่วมฝึกอบรม สัมมนาในส่วนของโครงการต่างๆ ที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนได้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs เช่น

- โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพ SMEs (โครงการ 13)
- โครงการเพิ่มขีดความสามารถ SMEs
- โครงการพัฒนาผู้ผลิตขึ้นส่วน (Supplier Development Program)
- โครงการเสริมสร้างนักลงทุนใหม่

- โครงการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมชนบท สอช.
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (คพอ.)
- โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขัน

(Manufacturing Development to Improve Competitiveness Program : MDICP)

- โครงการลดต้นทุน SMEs
- บริการเงินสนับสนุนการจ้างที่ปรึกษา เพื่อพัฒนาบุคลากรภาคอุตสาหกรรม

(Training Fund : TF)

- การให้คำปรึกษาแนะนำด้านเงินสมทบจ้างที่ปรึกษา "เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อมในภูมิภาค" (Consultancy Fund)

- หน่วยงานให้บริการข้อมูลข่าวสาร SMEs ทั่วไป เช่น

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรม

ห้องสมุด สำนักงานเลขาธิการกรม

ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม (BOC) สำนักงานพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม

ศูนย์สารสนเทศ สำนักงานนโยบายและแผนส่งเสริมอุตสาหกรรม

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค มี 11 ศูนย์ภาค

บทบาทและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ SMEs

โฆซิต ปันเปียมรัชฎ์ ประธานกรรมการบริหารธนาคารกรุงเทพได้กล่าวไว้ในการสัมมนาเรื่อง "SMEs กับการพัฒนาที่ยั่งยืน" ว่า ปัจจัยสำคัญที่สุดในการปรับตัวของ SMEs คืออะไร ในเรื่องนี้ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาของประเทศไหนในโลกต่างได้ข้อสรุปตรงกันว่า หัวใจของการปรับตัว SMEs อยู่ที่ตัวผู้ประกอบการ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงจึงต้องเริ่มจากตัวผู้ประกอบการก่อน ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะสามารถพัฒนาตนเองให้อยู่รอดได้นั้นจะต้องประกอบด้วย (โฆซิต ปันเปียมรัชฎ์, 2542 : หน้า 6-11)

1. การเป็นนักคิด ในประเทศที่ SMEs มีบทบาทสำคัญมากนั้น ผู้ประกอบการจะขายของคู่กับการขายความคิด คือขายวิธีการที่จะเพิ่มคุณค่า (Value) ให้กับลูกค้า เพราะฉะนั้น ผู้ประกอบการจึงควรต้องใช้ความคิดอยู่ตลอดเวลาในการที่จะให้ผู้บริโภคได้คุณค่าจากสินค้าและบริการของท่าน

2. การเป็นนักบริหารและนักจัดการ ซึ่งยุคใหม่นี้หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและการปรับระบบงานใหม่อยู่ตลอดเวลา

3. การเป็นนักพัฒนาซึ่งมุ่งที่จะสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย (Network) เครือข่ายในที่นี้จะขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจแต่ละประเภท ซึ่งอาจจะหมายถึงเครือข่ายของผู้ผลิตสินค้าและบริการที่มีความเชื่อมโยงกัน เครือข่ายการตลาด เครือข่ายสาขา ฯลฯ ทั้งนี้เนื่องจาก การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นมีข้อจำกัดทางด้านขนาด ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเชื่อมโยงกับกิจการที่มีลักษณะเกื้อกูลกันเพื่อให้เกิดความแข็งแกร่ง วิธีการเช่นนี้ สำหรับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ส่วนมากจะอาศัยการซื้อหรือควบรวมกิจการ (Merger and Acquisition)

ในส่วนของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ให้แนวทางในเรื่องคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการว่า "เมื่อจะทำธุรกิจ เราต้องพิจารณาตัวเองก่อนว่า เรามีคุณสมบัติพอที่จะเป็นเจ้าของกิจการที่ดีหรือไม่ ซึ่งผู้ที่ทำธุรกิจนั้น จะต้องมีความสมบัติอยู่หลายประการ เช่น

- มีเป้าหมายในชีวิต และเป็นนักแก้ปัญหา
- มีความพยายาม เพราะความพยายามเป็นทางแห่งความสำเร็จ ต้องมีความอดทนสูงต่อภาวะกดดันรอบข้างที่เกิดขึ้น
- มีความคิดสร้างสรรค์ คนที่คิดและพัฒนาสินค้าได้เร็วจะสามารถพัฒนาการตลาดได้ก่อนคนอื่น ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งจำเป็นในการทำธุรกิจเนื่องจากสินค้าบางอย่างในประเทศไทยมีผู้ผลิตซ้ำกันมาก ดังนั้นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์จึงมีโอกาสชนะคู่แข่งได้ง่าย และทำให้ผู้ค้าได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา
- ต้องมีประสบการณ์ เคยมีคำกล่าวว่า "ถ้าไม่มีการเริ่มต้นก็จะไม่มีครั้งต่อไป" แต่การที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้น ถ้าผู้ใดมีประสบการณ์จะถือว่าได้เปรียบผู้ประกอบการอื่นเนื่องจากผู้ที่มีประสบการณ์จะรู้ถึงปัญหา วิธีการตลาดและวิธีการผลิตที่จะทำให้สินค้ามีคุณภาพ ในกรณีที่เป็นกิจการใหม่ถ้าผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์จะต้องหาทีมเข้ามาช่วยเพื่อทำให้กิจการสามารถเดินไปได้อย่างรวดเร็ว
- ต้องมีทุน การจะเป็นผู้ประกอบการนั้น จะต้องมีความของตัวเองอย่างน้อย 50% ของเงินลงทุนส่วนที่เหลืออีก 50% อาจจะหามาจากแหล่งเงินกู้ต่างๆ ถ้าเป็นกรณีที่ต้องการกู้ยืมเงินเมื่อยืมมาแล้วไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นก็ตาม "สิ่งที่ไม่ควรทำเด็ดขาดคือการหนีหนี้"
- ต้องเริ่มต้นจากธุรกิจเล็กๆ และเงินหรือสินทรัพย์ในกิจการต้องใช้ประโยชน์ในกิจการของตัวเองเท่านั้น

- **ต้องทำโครงการออกมาเป็นระบบ** วางแผนลดการเสี่ยงและพิจารณาดูว่าธุรกิจของเรานั้นมีความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด พยายามวางแผนให้เกิดความเสี่ยงน้อยที่สุด ต้องมองเหตุการณ์ให้ไกลๆ
- **ไปฝึกอบรมบ่อยๆ** เพื่อศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ
- **เน้นหาทีมงาน** ที่มีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร
- **ต้อนรับลูกค้าด้วยจิตเมตตา** และคุยกับลูกค้าด้วยสายตาที่เป็นมิตร

ยุทธศาสตร์ในการปรับตัวของผู้ประกอบการ SMEs

ผู้ประกอบการ SMEs ยุคใหม่จำเป็นต้องมีการปรับตัวใน 3 ด้านสำคัญได้แก่

1. **มีความโปร่งใส** หมายถึง ความเปิดเผยตรงไปตรงมาบนพื้นฐานของข้อมูลที่เป็นความจริงซึ่งเป็นความจำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจในโลกยุคใหม่เพราะจะเป็นประโยชน์ทำให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้แม่นยำจากพื้นฐานตัวเลขที่เป็นจริงและสามารถเชื่อมโยงต่อกับผู้อื่นได้สะดวกขึ้น

2. **มีแผนธุรกิจที่ชัดเจนและมีการปรับปรุงตลอดเวลา** โดยเน้นเป้าหมายแผนไปที่การเพิ่มคุณภาพซึ่งหมายถึง สามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้า จุดสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จคือการมี **"แผนธุรกิจที่ดี"** มีลักษณะเด่นอย่างน้อย 2 เรื่องสำคัญดังนี้

2.1 การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นเรื่อยๆ เพราะลูกค้าจะเลือกสนับสนุนผู้ประกอบการที่เสนอคุณภาพ

2.2 การกำหนดคุณค่าเพิ่มขึ้นให้กับผู้บริโภค

3. **อย่าออกนอกความถนัด** การออกนอกความถนัดอาจจะทำให้สูญเสียทั้งธุรกิจหลักและเงินที่ลงไป

ด้วยสาเหตุดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง **"การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)"** ที่เป็นตัวจักรสำคัญในการสื่อสารระหว่างหน่วยงานรัฐบาลในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การให้คำแนะนำในการบริหารจัดการ การตลาด การเงิน ฯลฯ เพื่อลดความเสี่ยงทางธุรกิจ อันจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างวิสัยทัศน์ให้กับผู้ประกอบการ

SMEs นั้นประสบความสำเร็จและสามารถดำรงอยู่ท่ามกลางกระแสแห่งความผันผวนทางเศรษฐกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมั่นคง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
3. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร กับการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ SMEs

ปัญหานำการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
2. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความเห็นต่อข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแตกต่างกันอย่างไร
4. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมอย่างไร
5. การเปิดรับข่าวสาร กับการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ SMEs มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมต่างกัน
2. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมต่างกัน
3. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมต่างกัน
4. ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมต่างกัน
5. การเปิดรับข่าวสาร กับการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของผู้ประกอบการ SMEs จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กัน

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษา

1. การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ได้จัดทำเพื่อเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการ SMEs อย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายๆ ประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน, สื่อบุคคล, สื่อเฉพาะกิจและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
2. ทศนคติของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีต่อข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีดังนี้
 - สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร SMEs เช่น สื่อมวลชน, สื่อบุคคล, สื่อเฉพาะกิจและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นั้นเหมาะสม น่าสนใจ/น่าติดตามและเข้าใจง่าย
 - เนื้อหาข้อมูลข่าวสารตรงกับความต้องการ
 - เนื้อหาข้อมูลข่าวสารเป็นวิชาการมากเกินไป อ่าน/ดู/ฟัง แล้วเข้าใจยาก
 - ระยะเวลาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีความเหมาะสม
 - รูปแบบสีสันของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ มีความเหมาะสม
 - รูปภาพประกอบในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ SMEs ได้มากยิ่งขึ้นและมีความเหมาะสมดี
 - ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs เกิดความรู้ ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม

เดิม

3. ในด้านประชากรที่ศึกษา ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากเขตกรุงเทพมหานครเป็นเขตที่มีผู้ประกอบการ SMEs ตั้งกิจการอยู่หนาแน่นเป็นอันดับ 1 คือ 200,679 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2542 : หน้า 55) ซึ่งมีความหลากหลายในด้านลักษณะทางประชากร

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ผู้ประกอบการ SMEs มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อการประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้แก่ สื่อมวลชน, สื่อบุคคล, สื่อเฉพาะกิจและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผู้ประกอบการ SMEs มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
2. ความคิดเห็น หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีต่อข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
3. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความพอใจที่ผู้ประกอบการ SMEs ได้รับจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในด้านต่างๆ เช่น ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
4. การใช้ประโยชน์ หมายถึง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในด้านต่างๆ ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินกิจการ เช่น
 - ใช้เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับการเมือง/เศรษฐกิจ/สังคม/สภาพแวดล้อมภายใน-ภายนอกกิจการได้ทันเวลาที่
 - ใช้เพื่อนำข้อมูลข่าวสาร/สถิติ/แนวโน้มธุรกิจ/ความเคลื่อนไหวของกิจการคู่แข่งและกิจการอื่นๆ มาเปรียบเทียบกับกิจการของตนเอง
 - ใช้เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ/ทักษะต่างๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้า/บริการของกิจการ
 - ใช้เพื่อผ่อนคลายความเครียด
 - ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อการลงทุนหรือขยายกิจการ
 - ใช้เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุย/แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อ/ผู้ประกอบการรายอื่นๆ
 - ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารและการจัดการสินค้า/บริการของกิจการ

- ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด/การขาย/การส่งออกสินค้าและบริการของกิจการ
- ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงการผลิต/การควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน เช่น ISO, TQM เป็นต้น
- ประโยชน์ด้านอื่นๆ

5. SMEs (Small and Medium –Sized Enterprises) หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีความหมายรวมถึง กิจการอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing) กิจการค้าส่งและค้าปลีก (Wholesale and Retail) และกิจการบริการ (Service) โดยลักษณะของ SMEs กำหนดจากมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร สำหรับกิจการแต่ละประเภทดังนี้

ลักษณะกิจการ	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. กิจการการผลิต	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
2. กิจการบริการ	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
3. กิจการการค้า		
- ค้าส่ง	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
- ค้าปลีก	ไม่เกิน 60 ล้านบาท	ไม่เกิน 30 ล้านบาท

6. สื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับ SMEs ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย
7. ผู้ประกอบการ SMEs หมายถึง ผู้ที่ดำรงตำแหน่งหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบระดับสูงของกิจการเพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายต่างๆ และทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท / หน่วยงาน และ / หรือกำกับดูแล / วางแผนควบคุม / สั่งการให้พนักงานมีการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้
8. ปัจจัยทางด้านประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ขนาดกิจการระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ลักษณะของกิจการ ประเภทกิจการของผู้ประกอบการ SMEs

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการเลือกใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs
2. ผลจากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการเพิ่ม ปรับปรุง และพัฒนาเนื้อหาข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับพึงพอใจของผู้ประกอบการ SMEs และสามารถนำประโยชน์ที่ได้รับไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป
3. ผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้เป็นแนวทาง หรือกลยุทธ์เพื่อปรับปรุง วางแผน ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs ต่อไป