

**Thailand 4.0 แนวทางการปรับวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)
สู่การเจริญเติบโตที่ยั่งยืน**

โดย

**นางสาวปริม จิตจรุงพร
กรรมการรองเลขาธิการ
สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย**

**นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๘
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๘ – ๒๕๖๐**

บทคัดย่อ

เรื่อง **Thailand 4.0 แนวทางการปรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)**
สู่การเจริญเติบโตที่ยั่งยืน

ลักษณะวิชา **การเศรษฐกิจ**

ผู้วิจัย **นางสาวปริม จิตจรุงพร หลักสูตร การป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๕**

บริบทโลกที่เปลี่ยนไปและเทคโนโลยีที่กำลังจะเข้ามามีบทบาทสำคัญกับชีวิตความเป็นอยู่และการดำเนินธุรกิจ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและรุนแรง จึงทำให้ทุกภาคส่วนต้องมีการปรับตัวไม่ใช่เพียงแค่ให้อยู่รอด แต่เพื่อสร้างอนาคตที่ดีกว่าให้ยั่งยืนและทั่วถึง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจไทย เพราะ SME มีสัดส่วนถึง ๓๕.๖ ของ GDP และยังเป็นผู้จ้างงานถึง ๘๐ เปอร์เซ็นต์ ของประเทศ และที่สำคัญคือระบบธุรกิจไทยประกอบไปด้วย SME ถึง ๕๕ เปอร์เซ็นต์ บริษัทขนาดเล็กที่เคยนำพาประเทศไทยออกจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี ๒๕๔๐ เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของประเทศไทย และยังเป็นตัวกระจายรายได้ไปสู่ทุกส่วนได้อย่างดี มาถึงวันนี้ SME ไทย เริ่มอ่อนแรงลงเพราะไม่สามารถปรับตัวตามบริบทโลกและความเปลี่ยนแปลงได้ทัน

เมื่อเห็นความสำคัญของ SME ในโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยแล้วนั้น การประคับประคองให้ SME อยู่รอดจึงไม่ใช่ทางออกที่ยั่งยืน ทุกภาคส่วนต้องช่วยกันผลักดัน และช่วยเหลือ SME ให้กลับมาขึ้นได้ด้วยตัวเองและกลับมาเป็นกำลังสำคัญของเศรษฐกิจอีกครั้ง โดยมีการสนับสนุนเปลี่ยนผ่านจาก Traditional SME สู่ SMART SME ตามนโยบาย Thailand 4.0 และนำไปสู่การพัฒนาเป็น Innovation Driven Entrepreneur (IDE) ในที่สุด

การน่านโยบาย Thailand 4.0 มาปรับใช้กับ SME เพื่อให้ SME สามารถก้าวทันบริบทโลกได้ จึงมีความสำคัญในการพัฒนา SME เป็นอย่างมาก Thailand 4.0 แม้จะดูไกลเกินเอื้อมสำหรับ SME หลายราย แต่ก็เป็เป้าหมายที่ดีสำหรับ SME ที่จะค้นหาความสามารถของตนเพื่อการต่อยอดในอนาคต

การพัฒนา SME แม้จะต้องเริ่มจากตัวเอง SME เองที่ต้องเข้าใจถึงจุดแข็ง ความถนัดของตัวเอง และความรู้ความเข้าใจในตลาด เพื่อแสวงหาโอกาส พร้อมมุ่งเป้าพัฒนาธุรกิจให้เติบโตและยั่งยืน ความสำเร็จในครั้งนี้ต้องมีตัวช่วยในการสร้าง Eco System ให้ SME สามารถมี Platform ในการพัฒนา จึงจะสำเร็จลุล่วงได้

บ

สุดท้ายนี้ การเติบโตของ SME ไทย ต้องมีการสร้าง SME ให้เป็นองค์กรที่มีความรู้ มี
คุณธรรมและเติบโตไปด้วยกัน มีการสร้างมูลค่าเพิ่มและดูแลสังคม สิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน เพื่อ
อนาคตที่ยั่งยืน

คำนำ

การค้าขายและธุรกิจของไทยเริ่มจากยุค Thailand 1.0 ซึ่งเป็นยุคที่เน้นการเกษตรเป็นหลัก ต่อมาได้เข้าสู่ยุค Thailand 2.0 นั่นคือ เริ่มทำการผลิตสินค้าแบบอุตสาหกรรมเบา และในยุคนี้ได้สร้างรายได้เพิ่มให้กับประเทศ ส่งผลให้รายได้ของประชาชนเพิ่มขึ้นตาม และเข้าสู่ยุค Thailand 3.0 คือ การเริ่มมีการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ มีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีค่าแรงสูงกว่า มาผลิตในประเทศที่มีค่าแรงต่ำ ซึ่งใน ๒๐ ปี ที่ผ่านมา Thailand 3.0 ได้ยกระดับรายได้ของประชาชนในประเทศไทย แต่ในทางกลับกัน แม้ว่ารายได้ของประเทศและสถานะของประเทศไทยบนเวทีการค้าโลกดูเหมือนทันสมัย แต่กลับไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นของตนเอง ประเทศไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าชิ้นส่วนและวัตถุดิบในการแปรรูปเพื่อการส่งออกและยังเป็นการแข่งขันในเชิงต้นทุน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME ก็เป็นกลไกสำคัญตัวหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เห็นได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ร้อยละ ๓๕.๖ เป็นรายได้จาก SME และอีกร้อยละ ๔๓.๖ เป็นรายได้จากบริษัทขนาดใหญ่ และ SME เป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วน SME ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง ๑๐,๕๐๑,๑๖๖ คนทั่วประเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๘๐.๓ ของการจ้างงานทั้งหมด จุดเด่นของการเป็นองค์กรขนาดเล็กคือ สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วในสถานการณ์ต่างๆ แต่การเป็นองค์กรขนาดเล็กก็มีปัญหาและอุปสรรคไม่น้อยที่ต้องต่อสู้เพื่อความอยู่รอด ขณะเดียวกัน SME ยังคงใช้ราคาเป็นอาวุธในการช่วงชิงตลาด ดังนั้นการพัฒนา SME ของประเทศไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนตามแนวคิดของ Thailand 4.0 จึงเป็นเรื่องที่สมควรได้รับการขับเคลื่อนและผลักดันโดยเร่งด่วนผ่านทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อให้ SME สามารถยืนได้ด้วยตัวเอง และสามารถต่อยอดความรู้ความสามารถ ขยายตลาดของตนเองสู่ต่างประเทศได้ในโลกของการค้าไร้พรมแดน

ที่สำคัญที่สุดคือทุกภาคส่วนต้องช่วยกันนำพา SME ไทยให้กลับมาเป็นจุดแข็งของเศรษฐกิจไทยได้อีกครั้ง

(นางสาวปริม จิตจรุงพร)
นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๕
ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ซ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
ขอบเขตของการวิจัย	๕
วิธีดำเนินการวิจัย	๕
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๕
คำจำกัดความ	๕
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๗
เส้นทางการพัฒนาประเทศจาก Thailand 1.0 – 3.0	๗
เดินทางสู่ Thailand 4.0	๑๑
บริบทและความสำคัญของ SME ในโครงสร้างเศรษฐกิจไทย	๑๕
SME กับโครงสร้างเศรษฐกิจไทย	๑๗
การเปลี่ยนผ่านจาก SME ไปสู่ SMART SME	๒๑
ระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE Ecosystem)	๒๒
ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจ	๒๕
สรุป	๒๗
บทที่ ๓ ทำความเข้าใจกับ SME ไทย	๒๘
นโยบายภาครัฐในการพัฒนา SME	๔๐

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สรุป	๔๔
บทที่ ๔ ผลวิเคราะห์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)	
ในการก้าวสู่ Thailand 4.0	๔๕
โมเดลการขับเคลื่อน SMEs สู่ Thailand 4.0	๕๓
การพินิจกำลังของทุกภาคส่วน 5 Stakeholder model	๕๕
โมเดลการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0	๖๑
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงหัวใจของการขับเคลื่อน SME สู่ Thailand 4.0	๖๕
บทที่ ๕ สรุปและข้อเสนอแนะ	๗๑
สรุป	๗๑
ข้อเสนอแนะ	๗๕
บรรณานุกรม	๗๘
ประวัติย่อผู้วิจัย	๘๐

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๒-๑	คำจำกัดความของธุรกิจ SME	๑๗
๔-๑	แนวความคิดการพัฒนา SME ไทย เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0	๖๘

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
๒-๑	สัดส่วนของ SME	๑๘
๒-๒	สัดส่วนของ SME ภาพรวมจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี ๒๕๕๓	๑๙
๒-๓	ภาพรวมการจ้างงานปี ๒๕๕๓	๒๐
๒-๔	โมเดลระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม	๒๓
๒-๕	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สามห่วงสองเงื่อนไข	๒๖
๓-๑	สินเชื่อกองคลังของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่ให้กับ SME	๓๔
๓-๒	ผลการศึกษาข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อพัฒนา GEM ด้านวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม	๓๖
๓-๓	ดัชนีนวัตกรรมระดับโลก ๒๕๕๘	๓๗
๓-๔	รายงานการแข่งขันระดับโลก ๒๕๕๘-๒๕๕๙	๓๘
๓-๕	ความสะดวกในการทำธุรกิจ ๒๕๕๘	๓๙
๓-๖	ดัชนีนโยบาย SME ขอบอาเซียน ๒๕๕๗	๔๐
๔-๑	โมเดลหัวใจของการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	๕๒
๔-๒	โมเดลธุรกิจ IDEs	๕๔
๔-๓	โมเดลระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม	๕๖
๔-๔	โมเดลการขับเคลื่อนการค้า 4.0 (Trade 4.0)	๖๓
๔-๕	โมเดลการขับเคลื่อนการบริการ 4.0 (Service 4.0)	๖๔
๔-๖	สรุปแนวทางการพัฒนา SME คู่ Thailand 4.0 ภายใน ๕ ปี	๖๘

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยและกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาอื่นอีกหลายประเทศในโลกต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงและปัญหาอุปสรรคตามเส้นทางของการพัฒนาประเทศ บ้างก็สามารถพัฒนาจากประเทศที่มีรายได้ต่ำไปสู่ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง ในที่สุด ประเทศที่มีรายได้ต่ำในหลายประเทศสามารถพัฒนาไปสู่ประเทศที่มีรายได้ปานกลางได้ แต่ก็ติดกับดักรายได้ปานกลางเป็นเวลานานและหากไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและตรงจุด รวมถึงการได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนแล้ว ประเทศนั้นก็จะมีสูญเสียขีดความสามารถที่จะพัฒนาและก้าวไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง

การค้าขายและธุรกิจไทยเริ่มจาก Thailand 1.0 ซึ่งเป็นยุคที่เน้นการเกษตรเป็นหลัก และทำการขายผลิตผลทางการเกษตรให้กับหลายๆประเทศในโลก พืชผลทางการเกษตรมีราคาตลาดโลก และผลกำไรก็ขึ้นอยู่กับการบริหารต้นทุนการผลิต เกษตรกรไทยไม่มีความรู้เรื่องการบริหารต้นทุน และทำการเกษตรโดยอาศัยความอุดมสมบูรณ์ของประเทศเท่านั้น อีกทั้งยังไม่มีความรู้เรื่องการค้าขาย ยุค Thailand 1.0 ก็ได้แต่ขายผลิตผลตามราคาตลาดโลกไปเป็นวัตถุดิบให้ประเทศอื่นแปรรูป ถึงแม้ไทยจะมีรายได้จากการเกษตรแต่ความเป็นอยู่และสถานภาพของประเทศก็ยังเป็นประเทศที่มีรายได้ต่ำ เนื่องจากในกระบวนการของการค้าต้องผ่านผู้ค้าคนกลาง และผลกำไรที่ตกมาถึงเกษตรกรเหลือเพียงน้อยนิด ต่อมาประเทศไทยได้เริ่มเข้าสู่ยุค Thailand 2.0 คนไทยทำการผลิตอุตสาหกรรมเบา และทำรายได้เพิ่มให้กับประเทศส่งผลให้รายได้ของประชาชนเพิ่มขึ้นตาม

การพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่องตามกระแสโลกาภิวัตน์ทำให้รัฐบาลไทยตั้งเป้าที่จะให้ประเทศไทยเป็นเสือตัวที่ ๕ ของเอเชีย ประเทศไทยเข้าสู่ยุค Thailand 3.0 เริ่มมีการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ มีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีค่าแรงสูงกว่า มาผลิตในประเทศที่มีค่าแรงต่ำ เพื่อให้มีต้นทุนการผลิตที่สามารถทำกำไรให้กับบริษัทและสินค้าเหล่านั้นอย่างเป็นกอบ

เป็นค่า ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมหนักในปี ๒๕๒๕ และเป็นจุดเริ่มต้นที่ได้เห็นผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของประเทศไทยโตในระดับ ๑๐ เปอร์เซ็นต์ โดยระหว่างปี ๒๕๒๕-๒๕๓๕ GDP ของประเทศไทยโตเฉลี่ยที่ ๕ เปอร์เซ็นต์ ประเทศไทยอยู่ในยุคเฟื่องฟูมั่งคั่ง และไม่ได้ตระหนักว่าความสำเร็จของธุรกิจในยุคนี้ยังไม่มีเตรียมความพร้อมให้มีเศรษฐกิจที่ยั่งยืน การไม่มีภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจ การหลงระเหิดกับการเติบโตทางธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบในอนาคต ประเทศที่ไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ภาคเอกชนที่เข้มแข็ง การเอาชนะอุปสรรคในการค้าขาย และการขยายฐานธุรกิจ สิ่งต่างๆเหล่านี้ทำให้ขาดการคิดถึงอุปสรรคที่อยู่ข้างหน้า ไม่มีใครมองเห็นว่าประเทศไทยจะเข้าสู่ยุคลำบากอีกครั้ง

หลังจากวิกฤตต้มยำกุ้งในปี ๒๕๔๐ ประเทศไทยก็ไม่เคยได้เห็น GDP ที่โตในระดับ ๑๐ เปอร์เซ็นต์ อีกเลย ถึงแม้ว่าวิกฤตต้มยำกุ้งจะถูกมองว่าเป็นเรื่องของระบบการเงินของไทยที่ไม่มีรากฐานและความไม่พร้อมในการเปิดเสรีการเงิน การโจมตีค่าเงินบาทในปี ๒๕๔๐ ทำให้มีการลอยตัวของค่าเงินบาทในที่สุด ค่าเงินบาทตกจาก ๒๕ บาท ต่อ ๑ ดอลลาร์ มาที่ ๕๐ บาท ต่อ ๑ ดอลลาร์ หลายบริษัทได้ปิดตัวลงมากมายแต่การส่งออกก็ยังได้อานิสงส์จากค่าเงินที่ต่ำลง จึงยังสามารถที่จะส่งออกและแข่งขันทางต้นทุนได้ ทำให้เราไม่ได้มองปัจจัยความสามารถในการแข่งขันและยังคงดำเนินการค้าและธุรกิจในรอบของ Thailand 3.0 อุตสาหกรรมหนักซึ่งต้องใช้ต้นทุนและแรงงานอย่างมาก การสนับสนุนการลงทุนที่มีประสิทธิภาพของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ทำให้ภาคการผลิตของไทยเป็นของชาวต่างชาติที่ย้ายฐานการผลิตมาเป็นส่วนใหญ่ ๗๐ เปอร์เซ็นต์ ของการลงทุนเป็นทุนของต่างชาติ ถึงแม้ประเทศเราจะมี GDP ที่เติบโตในระดับต้นๆ ของ ASEAN แต่รายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศไทย (GDP Per Capital) กลับอยู่ในระดับที่ต่ำ การกระจายรายได้และผลประโยชน์กระจุกอยู่กับบริษัท และไม่ได้มีการกระจายรายได้ถึงระดับปฏิบัติงาน ธุรกิจไทยยังติดอยู่ในกับดักของรายได้ปานกลาง ถึงแม้ว่ารายได้จะเพิ่มขึ้นแต่ก็ไม่มีความหวังว่าจะสูงไปกว่าที่เป็นอยู่มากนัก และถ้าไรก็ลดลงไปตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

ใน ๒๐ ปี ที่ผ่านมา Thailand 3.0 ได้ยกระดับเงินรายได้ของคนในประเทศ แม้ว่ารายได้ของประเทศและสถานะของประเทศไทยบนเวทีการค้าโลกดูเหมือนจะทันสมัย แต่ก็ไม่ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นของไทยเอง ประเทศยังต้องพึ่งพาการนำเข้าของชิ้นส่วนและวัตถุดิบในการแปรรูปเพื่อการส่งออกราคาค่าแรงขั้นต่ำที่ ๓๐๐ บาท ต่อวันเหมือนจะถูกในสายตาของหลายคน ที่มาจากประเทศที่เจริญแล้ว แต่ก็ต้นทุนที่สูงขึ้นและการแข่งขันในเชิงต้นทุนที่ถดถอยลงเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านที่เพิ่งมีการเปิดประเทศ การมีค่าแรงที่ต่ำกว่ามากกว่ารวมถึงผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ไม่แตกต่างทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีต้นทุนสูงขึ้น ประกอบกับการเมืองที่ไม่

มันคงเป็นผลให้บริษัทต่างชาติที่ต้องพึ่งแรงงานราคาถูกย้ายฐานการผลิตไปยังเพื่อนบ้านอย่าง ประเทศเวียดนาม ประจวบกับเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัว การเมืองในภูมิภาคที่มีการแข่งขันขัน อำนาจเพื่อยึดหัวหาดในการค้าภูมิภาค การลดลงของภานำเข้าและสนธิสัญญาทางภาษีต่างๆ ทำให้ การแข่งขันในการค้าขายยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น เครื่องมือการกีดกันทางการค้าก็เปลี่ยนรูปแบบไป จนทำให้ภาคธุรกิจโดยเฉพาะองค์กรที่เป็น SME ไม่ใช่แค่ต้องปรับตัวแต่การผลิตเท่านั้น แต่ยังต้อง ไล่ให้ทันกับทุกปัญหาและอุปสรรคในการค้าและธุรกิจอีกด้วย การปรับแก้กระบวนการในการผลิต ลินค้าให้มีต้นทุนต่ำลงไม่ใช่คำตอบของธุรกิจไทยอีกต่อไป

การก้าวไปข้างหน้าของประเทศไทยต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจในการแก้ไขปัญหา จากทุกภาคส่วนที่จะทำให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเหมือนการขับเคลื่อนของเครื่องจักรที่ต้องอาศัยทุก ฟันเฟืองน้อยใหญ่ให้เดินไปด้วยกันถึงจะสามารถเดินเครื่องได้อย่างสมบูรณ์

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME ก็เป็นกลไกสำคัญตัวหนึ่งในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้ไปได้ในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง จะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวม ในประเทศ (GDP) ที่ประกอบไปด้วยรายได้สองส่วนใหญ่มาก คือ ๓๕.๖ เปอร์เซ็นต์ เป็นรายได้จาก SME และอีก ๔๓.๖ เปอร์เซ็นต์ เป็นรายได้จากบริษัทขนาดใหญ่ จะเห็นได้ว่าหลังจากวิกฤตต้มยำ กุ้งในปี ๒๕๔๐ ทางรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับองค์กรที่เป็น SME อย่างมาก และได้มีการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) จนมีอัตราการเติบโตของ SME อย่างรวดเร็ว จุดเด่นของ การเป็นองค์กรขนาดเล็กคือ สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วในสถานการณ์ต่างๆ แต่การเป็นองค์กร ขนาดเล็กก็มีปัญหาและอุปสรรคไม่น้อยที่ต้องต่อสู้เพื่อความอยู่รอด การเกิดของบริษัท SME เป็น เรื่องไม่ยากและมีการสนับสนุนจากทางภาครัฐ บุคคลธรรมดาที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตัวเองมี ความชำนาญก็สามารถเปิดบริษัทเพื่อทำธุรกิจได้

ในหลายสิบปีที่ผ่านมา มี SME มากมายที่เกิดขึ้นและล้มหายตายจาก ที่ยังอยู่ก็มีหลาย รายที่ประสบความสำเร็จ และมีหลายรายที่อยู่ได้แต่ไม่เห็นอนาคตที่จะเติบโต SME มีการพัฒนาต่ำ เนื่องจาก SME ส่วนใหญ่มีปัญหาเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความรู้และความสามารถในการผลิต ลินค้าของตนเองอาจจะโดดเด่น แต่ความรู้ในเรื่องการบริหาร การวางแผน การตลาด เพื่อยกระดับ นั้นมีน้อยมาก จากปัจจัยหลักสองประการจึงทำให้ SME ขาดการพัฒนาบุคลากร ไม่มีเงินทุน พอที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การขาดความคิดสร้างสรรค์เพราะธุรกิจจำกัดในวงแคบ ทำให้ จิตสำนึกในการแข่งขันไม่แตกต่างกันเท่าไร สุดท้ายบริษัท SME ทั้งหมดในอุตสาหกรรม เดียวกันก็ต้องใช้ราคาเป็นอาวุธในการช่วงชิงตลาด

การพัฒนา SME ของประเทศไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนตามแนวคิดของ Thailand 4.0 จึงเป็นเรื่องที่สมควรได้รับการขับเคลื่อนและผลักดัน โดยเร่งด่วนผ่านทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องในการพัฒนา SME ไทย การพัฒนา SME คู่ Smart Enterprise จึงเป็นทางออกอีกทางหนึ่งที่สามารถทำให้ประเทศไทยสามารถออกจากกับดักรายได้ปานกลาง และพัฒนาสู่รายได้สูงอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ในบริบทของการพัฒนานี้ SME ต้องมีการปรับปรุงองค์กรในหลายมิติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกปัจจุบันและอนาคต การสร้างให้บริษัทเติบโตแต่เพียงอย่างเดียวนั้นคงไม่เพียงพอ การวางโครงสร้างในการพัฒนามีแผนพัฒนาที่ทำได้จริง และมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง และเติบโตได้อย่างยั่งยืนควบคู่กันไปจะเป็นแนวทางให้ SME ไทยเติบโตอย่างมีคุณภาพ และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน การวิจัยนี้จึงเป็นการหาแนวทางเพื่อปรับปรุงองค์กร SME ใหม่ และจุดประกายจิตสำนึกของผู้ประกอบการให้น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นการวางรากฐานขององค์กรให้เกิดความมั่นคง และสามารถที่จะส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นได้

ผู้ประกอบการ SME ต้องสามารถพัฒนาตนเองให้ยืนอยู่บนเวทีการค้าโลกได้ด้วยการเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆมาใช้ ที่สำคัญจะต้องไม่ตกใจกับคำว่า นวัตกรรม เพราะนวัตกรรมไม่ใช่เรื่องยากและต้องมีการลงทุนสูงเสมอไป การนำเอาสิ่งที่เป็นจุดแข็งของเรามาใช้เป็นจุดต่างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มก็เป็นการสร้างนวัตกรรมแล้ว

การก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 อย่างมั่นคงและยั่งยืน จึงมีความสำคัญกับความอยู่รอดของประเทศไทย ธุรกิจไทย คนไทย และลูกหลานไทยในอนาคต สิ่งสำคัญที่สุดคือต้องก้าวไปด้วยกันทุกภาคส่วน ธุรกิจไทยต้องปรับตัวและปรับทัพให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ มีกำไรต่อยอดได้จากสิ่งที่ทำอยู่ มีจิตสำนึกในการทำธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ไม่ทำร้ายและทำลายสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญที่สุดคือ มีการแบ่งปันและกระจายรายได้ไปทั้งระบบจากบริษัทใหญ่สู่บริษัทเล็ก และจากองค์กรธุรกิจถึงพนักงานทุกคนอย่างสมดุล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจนโยบาย Thailand 4.0 ที่มีต่อการขับเคลื่อน SME ไทย
๒. เพื่อแสวงหาปัญหาทั้งปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลต่อ SME เพื่อนำไปสู่โมเดลที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อน SME ไทย สู่เป้าหมายของนโยบาย Thailand 4.0
๓. เพื่อเสนอแนะแนวความคิดและโมเดลแก่ SME ไทย ในการปรับตัวและปรับปรุงองค์กร เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0 อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

๑. เน้นการวิจัยในภาคการค้าและธุรกิจขนาด SME
๒. หาขอบเขตและเป้าหมายร่วมในการปรับโครงสร้างขององค์กร เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน
๓. การวิจัยและผลของการวิจัยในระยะเวลาอันสั้นอาจจะยังไม่เห็นผล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการศึกษาความรู้ ความเข้าใจและศักยภาพขององค์กรและธุรกิจ SME เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาให้เข้าสู่ยุค Thailand 4.0

๑. ทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำมาปรับใช้ในธุรกิจ
๒. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) เพื่อหาแนวทางการปฏิบัติ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ทำให้ประเทศไทยก้าวสู่ Thailand 4.0 อย่างเป็นรูปธรรม
๒. จุดประกายความคิดให้ภาคธุรกิจ SME ทำการปรับโครงสร้างสู่ความเติบโตที่ยั่งยืน

คำจำกัดความ

เศรษฐกิจพอเพียง	หมายถึง	ปรัชญาชี้ถึงแนวทางการดำรงอยู่ และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกโลกาภิวัตน์
Thailand 1.0	หมายถึง	ประเทศไทยที่มีการทำกิจกรรมและเกษตรกรรมเป็นรายได้หลักของประเทศ

Thailand 2.0	หมายถึง	ประเทศไทยที่มีการพัฒนาสู่การทำอุตสาหกรรมเบา
Thailand 3.0	หมายถึง	ประเทศไทยที่เคลื่อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมหนัก เช่น การผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนยางยนต์ เป็นต้น
Thailand 4.0	หมายถึง	โมเดลในการพัฒนาประเทศไทยโดยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจปัจจุบันไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม
กับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)	หมายถึง	สถานะของประเทศที่สามารถพัฒนาจากประเทศยากจนเข้าสู่ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และติดอยู่ในระดับปานกลางโดยไม่มีแนวโน้มที่จะพัฒนาต่อไปให้เป็นประเทศรายได้สูงได้
SME (Small and Medium Enterprise)	หมายถึง	วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม โดยมีการแบ่งตามอุตสาหกรรมและขนาดของสินทรัพย์
GDP	หมายถึง	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งเป็นมูลค่าเบื้องต้นผลผลิตที่เกิดขึ้นในอาณาเขตของประเทศๆหนึ่งในรอบหนึ่งปี
GDP Per Capita	หมายถึง	รายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศ คำนวณจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้วยจำนวนประชากร
Smart Enterprise	หมายถึง	วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่ก้าวเข้าสู่ธุรกิจยุคใหม่ โดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการทำงานในองค์กร

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเทศไทยเหมือนประเทศกำลังพัฒนาอีกหลายๆประเทศที่ต้องพบกับการเปลี่ยนแปลง และปัญหาอุปสรรคบนเส้นทางการพัฒนาประเทศ แต่เราก็ผ่านมาได้ทุกครั้งโดยมีผู้นำบ้านเมืองที่เสียสละ และมีพระมหากษัตริย์ที่คอยให้การสนับสนุน คำจุนและเป็นเสาหลักของประเทศ การเป็นคนไทยที่มีใจโอบอ้อมอารีย์ มีเหตุมีผล และรักสงบ ทำให้ประเทศเรายืนหยัดและเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมาได้จนถึงทุกวันนี้ ที่ผ่านมามีประเทศไทยและประชาชนคนไทยทุกภาคส่วนสามารถเกาะกระแสการพัฒนของโลกได้เป็นอย่างดี ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาจากประเทศที่มีรายได้ต่ำ ค่อยพัฒนามาเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่มีรายได้ปานกลางระดับสูง การพัฒนาของเราอาจอยู่บนพื้นฐานของการเกาะกระแสโลกและอาศัยการพัฒนาที่สามารถเกี่ยวผลตอบแทนได้อย่างรวดเร็วมากกว่าการพัฒนาพื้นฐานให้มั่นคงและสามารถพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต ในวันนี้บริบทโลกที่เปลี่ยนไปและแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและรุนแรงยิ่งขึ้น ทำให้ประเทศหลายประเทศในโลกไม่สามารถพัฒนาได้รวดเร็วตาม ประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศเหล่านั้น และในวันนี้ความคิด ค่านิยม ทักษะของคนไทยยังอยู่ที่เดิม แต่ต้นทุนต่างๆได้เพิ่มมากขึ้น สินค้าและผลผลิตมีการเปลี่ยนแปลงน้อยเมื่อเทียบกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยบนเวทีโลกถดถอยลงอย่างเห็นได้ชัด จาก GDP ที่เคยเติบโตในระดับ ๑๐ % มาเป็น ๒-๓ % ต่อปีเป็นเวลา ๒๐ ปี รายได้ต่อหัวของประชาชนก็ไม่มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นได้มากกว่านี้ เนื่องจากแรงงานไทยมีราคาสูงขึ้นแต่ไม่ได้มีทักษะเพิ่มขึ้น ประเทศไทยกำลังติดกับดักและอยู่ในกับดักรายได้ปานกลางนี้มากกว่า ๒๐ ปี แล้ว (ไทยแลนด์ 4.0 ฝ่าทางตันประเทศไทย, ออนไลน์, ๒๕๕๕) ใน ๑๐ ปี ที่ผ่านมามีประเทศไทยบอบช้ำจากปัญหาความไม่สงบทางการเมือง การบริหารงานประเทศขาดความต่อเนื่อง ไร้ทิศทางและไม่สามารถดำเนินแผนการพัฒนาประเทศตามนโยบายที่วางไว้ได้ ความเหลื่อมล้ำทางสังคม ความล้มเหลวของระบบราชการและข้าราชการรวมถึงการคอร์รัปชันที่มีมาหลายยุคหลายสมัยก็เริ่มส่งผลให้มีความแตกแยกภายในประเทศ การพัฒนาเริ่มหยุดชะงัก เศรษฐกิจเริ่มถดถอย ขณะที่โลกและประเทศอื่นในโลกกำลังก้าวไปข้างหน้าด้วยการพัฒนาแบบก้าวกระโดด มีเทคโนโลยีทันสมัยที่เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคน ประเทศไทยจึงเดินมาถึงจุดเลี้ยวของการอยู่รอดในอนาคต ภาคเอกชนที่เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจก็เริ่มอ่อนแรงลง การเคลื่อนไปข้างหน้าของเศรษฐกิจ

ไทยก็ไม่มีแววที่จะดีขึ้น ไม่มีการพัฒนาแบบบูรณาการของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาครัฐ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและโอกาสที่กำลังพุ่งเข้ามาหาประเทศไทย สังคมไทย และประชาชนคนไทยอย่างรวดเร็วและรุนแรง

การรับมือกับแนวโน้มโลกและการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นเรื่องที่ทุกภาคส่วนต้องเห็นถึงความสำคัญ มีความเข้าใจในบริบทและสถานการณ์ ที่สำคัญที่สุดคือ มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนผ่านประเทศไทย สังคมไทย ธุรกิจไทย และคนไทยไปสู่อนาคตที่ดีกว่าไปด้วยกัน การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้มีความสำคัญต่อคนไทยทั้งประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเป็นอยู่ของประชาชนไทย รวมไปถึงความอยู่รอดของประเทศไทย

เส้นทางของการพัฒนาประเทศมักจะพบเจออุปสรรคและปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภายในประเทศและภายนอกประเทศ แนวโน้มของการพัฒนาที่จะทำให้สังคม เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตของเราเปลี่ยนไปนั้นล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทั้งผู้นำประเทศตลอดจนถึงประชาชนต้องร่วมมือร่วมใจกันฟันฝ่าเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย ในบริบทที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง เทคโนโลยีและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปทำให้ประเทศไทยกำลังจะถูกทิ้งอยู่ข้างหลัง ถ้าไม่มีการเปลี่ยนแปลงและปฏิรูปอย่างจริงจังนั้นหมายความว่า การออกจากกับดักรายได้ปานกลางจะไม่มีทางเป็นไปได้ Thailand 4.0 ที่รัฐบาลกำลังผลักดันนี้ น่าจะเป็นความหวังของการขับเคลื่อนประเทศไทยให้สู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เป็นหนทางที่ทำให้ประเทศไทยกลับมายืนแถวหน้าได้อีกครั้งในประชาคมโลก

เส้นทางพัฒนาประเทศจาก Thailand 1.0 - 3.0

หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเทศไทยเป็นประเทศที่ยากจนที่สุดประเทศหนึ่งในเอเชีย รายได้หลักของประเทศมาจากสินค้าเกษตรกรรม ในยุค Thailand 1.0 นี้ ซึ่งประเทศไทยเน้นการส่งออกของสินค้าเกษตรไปยังประเทศต่างๆ เป็นหลัก สินค้าส่วนใหญ่ที่ส่งไปเพื่อให้ประเทศปลายทางบริโภคและบางประเทศที่มีความรู้ในด้านการแปรรูปก็จะเอาสินค้าเกษตรของไทยไปแปรรูปและขายในราคาที่มีมูลค่าเพิ่ม สินค้าเกษตรนั้นมีราคาซื้อขายเป็นราคาตลาดโลก เพราะฉะนั้นการบริหารต้นทุนเพื่อให้ได้ทั้งคุณภาพและราคาที่มีกำไรเป็นเรื่องยาก เกษตรกรของไทยไม่มีความรู้ในการบริหารจัดการและขาดความรู้ในเรื่องการค้าขายผลผลิต การซื้อขายจึงต้องผ่านพ่อค้าคนกลางซึ่งพ่อค้าคนกลางก็จะต้องมีการหากำไรจากการประกอบธุรกิจ ความได้เปรียบของพ่อค้าคนกลางที่สามารถนำสินค้าไปขายได้ ทำให้ชาวนาชาไร่ต้องยอมขายผลผลิตในราคาที่กำไรน้อย นั่นหมายถึงรายได้ไม่ได้ตกอยู่กับเกษตรกรซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ในยุค Thailand 1.0 ประเทศ

ของเราจึงเป็นประเทศที่ถูกจัดอันดับเป็นประเทศที่มีรายได้น้อย โดยมีรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศ (GDP Per Capita) ที่ \$848 (เหรียญสหรัฐ) เท่านั้น

ต่อมาตลาดโลกได้เปลี่ยนไป ประเทศที่พัฒนาแล้วในโลกตะวันตกมองหาประเทศที่กำลังพัฒนาเพื่อทำสินค้าที่ต้องใช้แรงงานในอุตสาหกรรมเบา เช่น สิ่งทอ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ประเทศไทยเข้าสู่ยุค Thailand 2.0 ที่เราเริ่มมีการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเน้นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นหลัก และการผลิตนั้นก็เพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศและสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศเพื่อเป็นรายได้เข้าประเทศอีกทางหนึ่ง ในยุค Thailand 2.0 นี้ การทดแทนการนำเข้าและการที่เราสามารถส่งออกสินค้ามากขึ้นเป็นการช่วยให้ประเทศเราขาดดุลการค้าน้อยลง เมื่อเทียบกับการส่งออกสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าน้อยกว่าการนำเข้าสินค้าอุปโภคต่างๆ ประเทศไทยและประชาชนคนไทยมีรายได้มากขึ้น มีการสร้างงานใหม่ๆและทำให้ความเป็นอยู่ของคนไทยดีขึ้นตามไปด้วย ในยุค Thailand 2.0 ประชาชนคนไทยมีรายได้ดีขึ้น โอกาสในการศึกษาก็มากขึ้น การสามารถส่งออกของบริษัทไทยก็ทำให้นักธุรกิจไทยมีมุมมองการค้าโลกที่กว้างไกลขึ้น และมองเห็นโอกาสที่จะนำความเจริญมาสู่ประเทศและทำกำไรให้บริษัทอย่างมากมาย โลกการค้าของเราไม่ได้อยู่เพียงแค่นี้ในประเทศไทยอีกต่อไป จากประเทศที่ยากจนประเทศไทยก็สามารถเริ่มลืมตาอ้าปากได้

จากอุตสาหกรรมเบาเรเริ่มเข้าสู่ยุคของอุตสาหกรรมหนักของ Thailand 3.0 ประเทศในเอเชีย ๔ ประเทศ คือ ฮังการี สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และไต้หวัน ได้รับการขนานนามว่าเป็นเสือ ๔ ตัว ของเอเชีย ประเทศเหล่านั้นมีเศรษฐกิจดีขึ้น เพราะมีการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมหนักซึ่งมีมูลค่าสูงกว่าอุตสาหกรรมเบาหลายเท่าตัว อุตสาหกรรมหนักนั้นมีตั้งแต่อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไปจนถึงอุตสาหกรรมรถยนต์ ประเทศในเอเชียกลายเป็นฐานการผลิตที่สำคัญเนื่องจากค่าแรงในภูมิภาคเอเชียมีราคาถูกกว่าทางยุโรปหรืออเมริกา Know-How และเทคโนโลยีเป็นการพึ่งพาจากประเทศต้นทางทั้งสิ้น ในช่วงนี้เองประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงโอกาสที่จะเข้าร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมหนัก เพื่อเพิ่มรายได้และทำให้ประเทศเดินออกจากประเทศรายได้ต่ำสู่ประเทศรายได้ปานกลาง ประเทศไทยได้รับการขนานนามว่าเป็นเสือตัวที่ ๕ ของเอเชีย และเราก็ได้เข้าสู่ยุค Thailand 3.0 ประเทศไทยมีการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมมากมาย และที่โดดเด่นก็คือ อุตสาหกรรมรถยนต์ บีโตร์เคมีและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีความสลับซับซ้อนและเน้นการใช้วิทยาการ จึงมีการลงทุนของทุนต่างชาติที่ย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีต้นทุนสูงมาสู่ประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าเพื่อแสวงหากำไร การเข้าสู่ยุค Thailand 3.0 นี้เองเป็นจุดเปลี่ยนของประเทศไทย ทำให้รายได้ของประชากรดีขึ้นตามลำดับ ประเทศมีการเกินดุลการค้า GDP เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ. ๒๕๓๐-๒๕๓๔ GDP ของประเทศไทยโตในระดับ ๑๐% ต่อปี หลังจากนั้นเราก็โตเฉลี่ยประมาณ ๗-๘ เปอร์เซ็นต์ ต่อปี จนถึงปี ๒๕๓๕ ในปี ๒๕๔๐ ประเทศไทยได้เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจครั้ง

ใหญ่ (วิกฤตต้มยำกุ้ง) มีการลอยตัวของค่าเงินบาทและการอ่อนตัวของค่าเงินบาทจากการลอยตัวนั้น ทำให้ธุรกิจและระบบเศรษฐกิจล่มลง หลังวิกฤตต้มยำกุ้ง GDP ของประเทศไทยก็ไม่เคยโตในระดับเลขสองหลักให้เห็นอีกเลย GDP ของประเทศไทยใน ๒๐ ปี ที่ผ่านมาโตเฉลี่ย ๓-๔ เปอร์เซ็นต์ และหลังจากวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ๒๕๕๑ GDP ของเราก็กังโตไม่พ้น ๓ เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากเศรษฐกิจโลกถดถอย กำลังซื้อหดลง การเมืองในประเทศที่วิกฤตและการไม่พัฒนาของประเทศไทยใน ๑๐ ปี ที่ผ่านมา หนึ่งทศวรรษที่หายไปนั้น ทำให้ประเทศไทยยังติดอยู่กับกับดักของรายได้ปานกลางและไม่มีทิศทางที่จะพัฒนาไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูงได้ เราดูเหมือนจะเป็นประเทศที่ทันสมัยแต่เราไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง Thailand 3.0 ทำให้เราออกจากประเทศที่มีรายได้ต่ำมาสู่ประเทศที่มีรายได้ปานกลางระดับสูงก็จริง แต่การพัฒนาของแรงงานไทยและเทคโนโลยีนั้นยังอยู่ในระดับต่ำ เราลืมนึกไปว่ารายได้ที่ได้นั้นได้มาจากการพึ่งพาเทคโนโลยีต่างประเทศ และชิ้นส่วนต่างๆ ที่มาจากต่างประเทศเพื่ออาศัยแรงงานราคาถูกของไทยในการประกอบเป็นสินค้าเพื่อส่งออกไปขายในตลาดโลก ค่าแรงที่เพิ่มขึ้นตามค่าครองชีพ แรงงานที่ทำได้เท่าเดิม ประเทศเพื่อนบ้านที่เปิดประเทศและมีค่าแรงต่ำกว่าค่าแรงในประเทศไทย ทำให้เราไม่สามารถแข่งขันต่อไปได้ ชี้ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยลดลงอย่างชัดเจน มีการย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมบางอุตสาหกรรมไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่ค่าแรงถูกกว่าอย่างเวียดนาม (กางพิมพ์เขียวไทยแลนด์ 4.0 ในมือ “สุวิทย์ เมษินทรีย์”, ออนไลน์, ๒๕๕๕)

ถ้าเราลองวิเคราะห์สถานการณ์และการปรับเปลี่ยนจาก Thailand 1.0 ถึง Thailand 3.0 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยไม่ได้หยุดนิ่งกับการพัฒนา เรามีการพัฒนาเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงของโลกเสมอ ผู้นำในทุกภาคส่วนของประเทศก็มีบทบาทในการนำพาประเทศไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองทั้งสิ้น จาก Thailand 1.0 ที่ผลิตได้แต่สินค้าการเกษตรซึ่งเมื่อส่งออกในเวทีการค้าโลกแล้วมีมูลค่าน้อยกว่าสินค้าอุปโภคที่นำเข้า ทำให้ประเทศไทยขาดดุลการค้า เราก็เริ่มมีการพัฒนาทางอุตสาหกรรมเริ่มจากอุตสาหกรรมเบา เช่น สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ในยุค Thailand 2.0 ซึ่งทำให้ประเทศไทยสามารถมีรายได้มากขึ้น ประชาชนอยู่ดีกินดีและมีโอกาสเข้าถึงสาธารณูปโภคพื้นฐานได้ดีขึ้น ต่อมาโลกได้เข้าสู่ยุคของโลกาภิวัตน์ประเทศไทยก็สามารถที่จะตามกระแสและสร้างเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดีจนประเทศสามารถออกจากประเทศรายได้ต่ำมาเป็นประเทศรายได้ปานกลาง อย่างไรก็ตามเรายังไม่สามารถพัฒนาต่อไปเพื่อออกจากกับดักรายได้ปานกลางที่เราติดอยู่มากกว่า ๒๐ ปี นี้ไปเป็นประเทศที่รายได้สูงได้ ปัญหาหลักมาจากการพัฒนาที่แล้ววามไม่ได้มีความต่อเนื่องการผลิตที่อาศัยเทคโนโลยีจากต่างประเทศ โดยไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นของตนเองผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันก็ไม่มีการพัฒนา ความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไปทำให้การส่งออกสินค้าของเราลดลงทั้งจำนวนและมูลค่า บุคลากรของไทยก็เป็นระดับแรงงานที่มีทักษะต่ำ

ประเทศไทยมีความมุ่งมั่นในการผลิตเพื่อส่งออกและส่วนใหญ่เป็น OEM (Original Equipment Manufacturer) หรือรับจ้างทำของโดยไม่มีผลิตภัณฑ์เป็นของเราเอง เนื่องจากบุคลากรไทยไม่มีทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ธุรกิจถูกขับเคลื่อนด้วยตัวเลขกำไรและผลตอบแทนเป็นหลัก โดยไม่มีการสร้างรากฐานที่แข็งแรงให้กับภาคเศรษฐกิจ ในบางอุตสาหกรรมเรามีการทำร้ายและทำลายสิ่งแวดล้อมเพื่อหาผลกำไรอย่างเช่น การตัดไม้เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์แต่ไม่มีการปลูกไม้ทดแทนหรือการทำลายป่าเพื่อหาที่ทำกิน เมื่อการศึกษาไม่ได้ปลูกฝังคนให้มีจิตสำนึกและทักษะประเทศก็ไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้

เดินหน้าสู่ Thailand 4.0

เวลาพูดถึง Thailand 4.0 มักมีคำถามแสดงว่า Thailand 4.0 คืออะไร แล้วแนวทางการพัฒนาประเทศนี้จะทำให้ประเทศไทย มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ได้จริงหรือ แล้วรัฐบาลไทยกำลังจะนำประเทศไทยไปในทิศทางไหน เราคงไม่สามารถหาคำตอบเหล่านี้ได้โดยไม่มีความรู้ ความเข้าใจของแนวคิดและวัตถุประสงค์ของ Thailand 4.0

เป้าประสงค์หลักของ Thailand 4.0 ก็เพื่อให้ประเทศไทยมีการพัฒนาที่นำความเจริญรุ่งเรืองมาสู่ทุกภาคส่วนของประเทศ โดยเริ่มจากการปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยและประชาชนคนไทยสามารถที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและรุนแรงในอนาคตโมเดล Thailand 4.0 เน้นการพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อให้ฟันเฟืองทุกตัวสามารถช่วยกันขับเคลื่อนประเทศไปข้างหน้า และนำความเจริญรุ่งเรืองให้เข้าถึงทุกภาคส่วนของประเทศ ความหวังของ Thailand 4.0 คือให้ประเทศไทยสามารถออกจากกับดักรายได้ปานกลางก้าวเข้าสู่ประเทศที่มีรายได้สูงและเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยสามารถลดช่องว่างของความเหลื่อมล้ำในสังคม และนำมาซึ่งความยั่งยืนโดยการพัฒนาที่มีการใช้ทรัพยากรของประเทศอย่างสมดุล สร้างความเข้มแข็งภายในประเทศผ่านกลไกประชารัฐและสร้างมูลค่าเพิ่มจากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบให้เป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน

ที่ผ่านมาภายใต้โมเดล Thailand 3.0 ประเทศไทยสามารถพัฒนาจากประเทศเกษตรกรรมมาเป็นประเทศอุตสาหกรรม และมีรายได้จากการส่งออกเป็นจำนวนมาก มีการเกินดุลการค้ากับหลายประเทศ แต่การพัฒนาที่ไม่ต่อเนื่องของไทยทำให้เราต้องติดอยู่ในกับดักรายได้ปานกลาง การถดถอยของขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยทำให้เราไม่สามารถมองเห็นอนาคตของความอยู่ดีกินดีของประชาชนไทย เมื่อคนส่วนใหญ่ของประเทศติดอยู่ในกับดักรายได้ปานกลาง และมีคนส่วนน้อยที่สามารถมีรายได้สูงและครอบครองความมั่งคั่งของประเทศได้ จึงทำ

ให้ประเทศไทยติดอยู่ในกับดักของความเหลื่อมล้ำทางสังคม ซึ่งไม่ใช่เป็นเพียงแค่ความไม่เท่าเทียมของทรัพย์ แต่เป็นความไม่เท่าเทียมกันของโอกาสในการเข้าถึงปัจจัยพื้นฐานหลายๆอย่างเช่น การศึกษาหรือการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพ เป็นต้น ความเหลื่อมล้ำทำให้เกิดความแตกแยกในสังคมและนำมาซึ่งความไม่สงบของประเทศชาติ อีกหนึ่งกับดักที่มากับ Thailand 3.0 คือกับดักของความไม่สมดุลในการพัฒนา ที่ผ่านมารวมมุ่งเป้าไปที่การหารายได้ และการนำความเจริญมาสู่ประเทศโดยไม่ได้คำนึงถึงการสูญเสีย และการเสียสมดุลของสภาพแวดล้อมและผลเสียทำให้ทรัพยากรของประเทศไทยหลายอย่างหมดไปโดยไม่ได้มีการทดแทน ทั้งหมดทั้งปวงนี้ทำให้รัฐบาลไทยต้องมีมาตรการในการปฏิรูปประเทศเพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตที่ยั่งยืน

Thailand 4.0 เป็นความมุ่งมั่นของภาครัฐที่จะพยายามเปลี่ยน โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันไปสู่ “Value Base Economy” หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป และสามารถนำความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบของประเทศมาเป็นความได้เปรียบในเชิงแข่งขันได้ การสร้าง Value Base Economy มี ๓ มิติที่สำคัญ คือ (ไชรหัส “ประเทศไทย 4.0” สร้างเศรษฐกิจใหม่ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง, ออนไลน์, ๒๕๕๘)

๑. ประเทศไทยต้องมีการเปลี่ยนจากการค้าขายสินค้าโภคภัณฑ์ที่มีราคาตลาดโลกเป็นตัวกำหนดและผลกำไรเกิดจากการลดต้นทุนสู่สินค้าเชิงนวัตกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากความคิดสร้างสรรค์และความแตกต่างของสินค้าที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดได้ ผู้ขายเป็นผู้กำหนดราคาและกำไรที่ได้มาก็มาจากความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มไม่ใช่การลดต้นทุนเพียงอย่างเดียว

๒. ประเทศไทยต้องเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนที่มีภาคอุตสาหกรรมเป็นหลักไปเป็นการขับเคลื่อนประเทศด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม

๓. ประเทศไทยต้องเน้นจากการเปลี่ยนแปลงจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า เป็นภาคการบริการให้มากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มได้โดยไม่ต้องมีการลงทุนมากมาย เนื่องจากเราสามารถสร้างรายได้เปรียบจากต้นทุนวัฒนธรรมไทยที่ดีงาม

การขับเคลื่อนทุกสิ่งอย่างจำเป็นที่จะต้องมีการจัดสรรหรือเครื่องยนต์ในการขับเคลื่อน การขับเคลื่อนประเทศก็เช่นกัน เราต้องมองถึงกลไกที่สามารถผลักดันนโยบายให้สามารถเกิดเป็นรูปธรรมได้ Thailand 4.0 จึงมีเครื่องยนต์สำหรับการขับเคลื่อนที่สำคัญ ๓ เครื่องด้วยกัน เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

เครื่องยนต์เครื่องที่หนึ่งคือ Competitive Growth Engine เป็นกลไกขับเคลื่อนความมั่งคั่งเพื่อให้ประเทศไทยออกจากกับดักรายได้ปานกลางได้ โดยการสร้างขีดความสามารถของ

ประเทศไทยและแรงงานไทยให้สามารถแข่งขันบนเวทีโลกได้ เราต้องมีการเพิ่มขีดความสามารถ ในวิจัยและพัฒนาเพื่อให้เราสามารถมีเทคโนโลยีเป็นของเราเอง และสามารถพัฒนาต่อยอดได้แทน การพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ มีการพัฒนาบุคลากรไทยให้มีทักษะสูงขึ้นและสามารถที่จะ รองรับเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนไปแทนการใช้แรงงานแต่เพียงอย่างเดียว มีการส่งเสริมวิสาหกิจที่ ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจในประเทศไทย รวมถึงมี การพัฒนาการบริหารจัดการแบบสมัยใหม่ให้สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วทันกับความ ต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

เครื่องยนต์ที่สองคือ Inclusive Growth Engine เป็นกลไกที่ขับเคลื่อนโดยคนส่วนใหญ่ มีส่วนร่วมเป็นตัวผลักดันความมั่นคงของประเทศ และเป็นตัวลดช่องว่างของความเหลื่อมล้ำใน สังคม ทำให้สังคมมีความสุข เครื่องยนต์นี้จะทำการขับเคลื่อนผ่านกลไกประชารัฐเพื่อให้ทุก ภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ มีการยกขีดความสามารถของประชาชน การเสริมสร้าง ทักษะเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อประเทศไทย มีการ กระจายรายได้และส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้รายได้และ ความเจริญลงไปถึงประชาชนทุกภาคส่วน

เครื่องยนต์ที่สามคือ Green Growth Engine กลไกขับเคลื่อนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการมุ่งเน้นการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ให้การส่งเสริมธุรกิจและการ ผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน ปรับเปลี่ยนความคิดของการดำเนิน ธุรกิจที่คำนึงถึงความได้เปรียบทางด้านทุน (Cost Advantage) มาเป็นการคำนึงถึงประโยชน์ที่ ส่วนรวมจะได้รับร่วมกัน ด้วยการลดความสูญเสียที่จะเกิดขึ้นในระบบ (Lost Advantage) รวมถึง เสริมสร้างให้ทุกภาคส่วนมีธรรมาภิบาล เพื่อสร้างความเจริญเติบโตที่ยั่งยืนให้กับประเทศไทย

การเปลี่ยนผ่านประเทศไทย 3.0 ไป 4.0 ต้องมีการทำอย่างมีขั้นตอนและมีการเปลี่ยน ผ่านของทั้งระบบไปด้วยกัน การเปลี่ยนผ่านทั้งระบบนี้มีองค์ประกอบสำคัญด้วยกัน ๔ องค์ประกอบคือ (ไชรหัส “ประเทศไทย 4.0” สร้างเศรษฐกิจใหม่ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง , ออนไลน์, ๒๕๕๕)

๑. เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) มาเป็นการเกษตรสมัยใหม่ หรือ (Smart Farming) ส่งเสริมให้มีการเสริมสร้างความรู้ให้เกษตรกรสามารถนำความรู้และ เทคโนโลยีการเกษตรมาเพิ่มผลผลิต และให้เกษตรกรรู้จักการบริหารต้นทุนและการค้าขายเพื่อ ไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง เกษตรกรสามารถเป็นผู้ประกอบการเองได้

๒. เปลี่ยนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) จาก Traditional SME ที่ทาง ภาครัฐต้องออกมาตรการการช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา เนื่องจากไม่สามารถพัฒนาให้ทันกับการ

เปลี่ยนแปลงของตลาด อีกทั้งยังไม่สามารถบริหารจัดการให้องค์กรเติบโตและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ การมีมุมมองธุรกิจที่แคบและการบริหารต้นทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพทำให้ Traditional SME ล้มหายตายจากไปไม่น้อย ฉะนั้นการเปลี่ยนผ่านจาก Traditional SME มาเป็น Smart Enterprise จึงมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของ SME ทั้งระบบ การไปสู่ Smart Enterprise ได้ ต้องมีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานและการส่งเสริมศักยภาพของ SME ให้มีความสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ที่สำคัญต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ประกอบการให้รู้จักการสร้างภูมิคุ้มกันให้ธุรกิจและสามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงได้

๓. การเปลี่ยนระบบภาคบริการทั้งระบบจาก Traditional Service การบริการแบบดั้งเดิมซึ่งไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มาเป็น High Value Service ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและความประทับใจให้ผู้ได้รับบริการได้ในอนาคตแรงงานและถูกทดแทนด้วยเทคโนโลยี ดังนั้นการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพจึงจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้กับลูกค้า ในภาคบริการคนไทยมีความได้เปรียบอยู่มากเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมที่ดีงาม และคนไทยก็มีจิตสำนึกในการให้บริการ ความโอปอ้อมอารีย์ มีน้ำใจซึ่งสามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างไม่ต้องการลงทุนเพิ่ม

๔. องค์ประกอบสำคัญสุดท้ายคือการพัฒนาแรงงานไทย ซึ่งมีค่าแรงสูงขึ้นทุกวันให้มีความทักษะเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ขณะเดียวกันถ้าประเทศไทยสามารถเพิ่มขีดความสามารถและพัฒนาเข้าสู่การแข่งขันในอุตสาหกรรมในอนาคตได้ การพัฒนาทักษะแรงงานให้เป็นแรงงานที่มีทักษะสูงเป็นเรื่องสำคัญและเร่งด่วน การเปลี่ยนผ่านของระบบจำเป็นต้องมีการสร้างคนและพัฒนาการศึกษาของคนไทย จึงมีความสำคัญในการเปลี่ยนผ่านจากแรงงานที่มีทักษะต่ำไปเป็นแรงงานที่มีทักษะสูง การสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ และการแบ่งปันความรู้สามารถเปลี่ยนสังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ได้

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการมีเป้าหมายที่ชัดเจน ต้องสามารถเข้าใจความต้องการของตลาดและมองหาความได้เปรียบหรือจุดแข็งของประเทศเพื่อนำไปสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน Thailand 4.0 มองเห็นถึงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศที่มีอยู่ ๒ ด้าน คือ (ไชรหัส “ประเทศไทย 4.0” สร้างเศรษฐกิจใหม่ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง, ออนไลน์, ๒๕๕๕)

๑. ความหลากหลายทางชีวภาพที่ธรรมชาติให้

๒. ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม

ความได้เปรียบของความหลากหลายทางชีวภาพ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมนั้น สามารถนำมาพัฒนาต่อเพื่อให้เกิดเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งสามารถนำพาประเทศไทยสู่การมี

อุตสาหกรรมใหม่ และทำให้เกิดการสร้างวิสาหกิจใหม่ตามมา การต่อยอดครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมใน ๕ กลุ่มเป้าหมายด้วยกัน (ไชรหัส “ประเทศไทย 4.0” สร้างเศรษฐกิจใหม่ก้าวข้ามกับศักราชได้ปานกลาง, ออนไลน์, ๒๕๕๘)

๑. กลุ่มอาหารและเทคโนโลยีชีวภาพ

๒. กลุ่มสาธารณสุขและเทคโนโลยีทางการแพทย์

๓. กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ

๔. กลุ่มดิจิทัลเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว

๕. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูงกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายนี้จะทำให้เกิดวิสาหกิจใหม่ๆ ขึ้นมาตั้งแต่เทคโนโลยีการเกษตรถึงเทคโนโลยีอาหาร มีการพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์และสุขภาพเกิดขึ้น มีการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์และธุรกิจเกี่ยวกับหุ่นยนต์รวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่จะมาทดแทนการใช้คนอย่าง Fin Tech E-commerce และสุดท้ายการนำวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจภาคบริการ

บริบทและความสำคัญของ SME ในโครงสร้างเศรษฐกิจไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ถือเป็นกลไกสำคัญในหลายประเทศทั่วโลก และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ SME ไทยก็เช่นเดียวกัน รัฐบาลไทยตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนา SME ไทย หลังจากที่เห็นว่า SME ไทยมีศักยภาพ และสามารถอยู่รอดได้ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจปี ๒๕๔๐ ในขณะที่บริษัทใหญ่ในสมัยนั้นต่างล้มหายตายจากไปเป็นจำนวนมาก แต่จากปี ๒๕๔๐ ถึงปัจจุบันมี SME จำนวนมากที่ไม่สามารถต่อยอดทางธุรกิจและเติบโตไปเป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดใหญ่ได้ SME จำนวนมากที่เคยเป็นกำลังสำคัญในการผลิตก็ต้องปิดกิจการไป หรืออยู่ในสภาพที่พออยู่ได้แต่ไม่สามารถเติบโตหรือแข่งขันได้ในปัจจุบันเหมือนที่เคยเป็นมาในยุคก่อนๆ ในหลายๆธุรกิจบริษัท SME ก็ไม่สามารถหารายได้เพิ่มขึ้น และไม่มีแนวโน้มที่จะอยู่รอดได้ในโลกธุรกิจของอนาคต SME ของไทยเคยเติบโตและมีความได้เปรียบจากค่าแรงของแรงงานไทยที่มีราคาถูก เมื่อประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนมีการเปิดประเทศและเริ่มทำธุรกิจแข่งขันกับประเทศไทย ความสามารถในการแข่งขันของเราก็ลดลง เนื่องจาก SME ไทยไม่มีการพัฒนาทักษะแรงงาน การผลิตยังคงพึ่งพาแรงงานที่ทำได้เท่าเดิม แต่มีราคาแพงขึ้น สินค้าที่ต้องใช้แรงงานจึงต่างย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และยังมีประเทศจีนซึ่งมีแรงงานราคาถูกจำนวนมาก การสนับสนุนด้านการผลิตจากรัฐบาลจีนซึ่งทำให้ประเทศจีนเป็นฐานผลิตสำคัญของสินค้าหลายๆประเภท โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องพึ่งพา

แรงงานเป็นต้นทุนส่วนใหญ่ เมื่อค่าแรงของไทยมีราคาสูงขึ้นเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านและแรงงานถูกของตลาดแรงงานจีน ความได้เปรียบในการแข่งขันของไทยจึงลดลง และถ้าไม่มีความได้เปรียบอื่นๆ ในกระบวนการมาทดแทน SME ของไทยก็จะไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก และจะต้องล้มหายตายจากไปในที่สุด ซึ่งรัฐบาลไทยไม่สามารถนิ่งดูคายนได้เพราะ SME มีความสำคัญกับ GDP ของประเทศไทยและมีสัดส่วนของ GDP เทียบเท่ากับบริษัทใหญ่ที่มีจำนวนบริษัทเป็นจำนวนมากหรือคิดเป็น ๘๕% ของธุรกิจจดทะเบียนทั้งประเทศ กระจายตัวอยู่ในทุกจังหวัดและทุกอุตสาหกรรม เนื่องจากธุรกิจ SME มีกระจายไปในทุกที่และทุกอุตสาหกรรม จึงเกิดมีการจ้างงานเป็น ๘๐% ของแรงงานทั่วประเทศ

เศรษฐกิจโลกที่ถดถอยทำให้มีการหดตัวของการส่งออกบริบทของธุรกิจที่เปลี่ยนไปและเทคโนโลยีที่กำลังเข้ามาแทนที่ทำให้ SME ไทยที่ยังดำเนินธุรกิจแบบเดิมด้วยวิธีการเดิมๆ เทคโนโลยีเดิมและความคิดเดิมๆ ในขณะที่โลกธุรกิจเปลี่ยนไป ถ้าธุรกิจ SME ไทยไม่สามารถมีจุดยืนของตนเองและปรับเข้ากับบริบทใหม่ของธุรกิจได้ ธุรกิจของ SME ก็คงถึงจุดจบ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศ

ก่อนที่จะเข้าใจปัญหาและหาแนวทางในการแก้ปัญหา เราจะต้องเข้าใจถึงบริบทและความสำคัญของ SME และนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมและพัฒนา SME ไปสู่อนาคตที่มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน พร้อมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

SME หรือที่เรียกว่ากันชื่อเต็มๆ ในภาษาไทยว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลายเริ่มตั้งแต่ขนาดของธุรกิจ ตั้งแต่ระดับร้านค้าแบบโชว์ห่วย มีเจ้าของเดียว ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก ไปจนถึงบริษัทห้างร้านและโรงงานผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับธุรกิจใหญ่ทุกสายงานและทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนล้วนแต่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับ SME ในทุกวันไม่ทางใดก็ทางหนึ่งเพื่อให้มีความชัดเจน องค์กรแต่ละองค์กรก็มีการจัดนิยามหรือคำจำกัดความและการตีความของธุรกิจ SME ทั้งสิ้น ทางภาครัฐโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. ได้ให้คำจำกัดความดังนี้

ตารางที่ ๒-๑ คำจำกัดความของธุรกิจ SME

ประเภท	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง	
	จำนวนพนักงาน	ทรัพย์สิน ไม่รวมที่ดิน	จำนวนพนักงาน	ทรัพย์สิน ไม่รวมที่ดิน
ภาคการผลิต	50 หรือน้อยกว่า	50 หรือน้อยกว่า	51-200	>50-200
ภาคบริการ	50 หรือน้อยกว่า	50 หรือน้อยกว่า	51-200	>50-200
ภาคค้าส่ง	50 หรือน้อยกว่า	50 หรือน้อยกว่า	26-50	>50-100
ภาคค้าปลีก	50 หรือน้อยกว่า	30 หรือน้อยกว่า	16-30	>30-60

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๔.

SME กับโครงสร้างเศรษฐกิจไทย

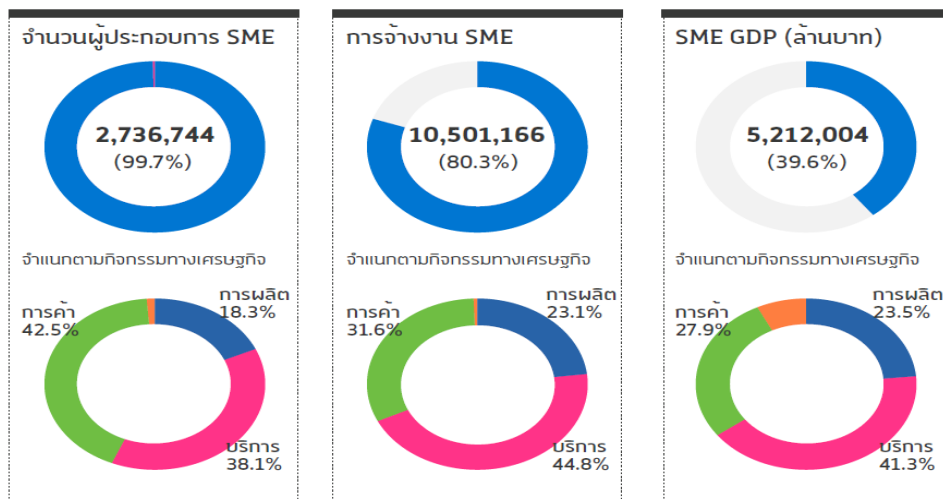
โครงสร้างเศรษฐกิจในแต่ละประเทศประกอบไปด้วยธุรกิจใหญ่เล็กในทุกอุตสาหกรรมมารวมกัน บ้างก็อยู่ในภาคผลิต ภาคการเกษตร การบริการหรือการท่องเที่ยว ทุกภาคส่วนต่างมีความสำคัญและมีผลกระทบกับเศรษฐกิจของประเทศทั้งสิ้น ไม่ยกเว้นขนาดหรืออุตสาหกรรม ตามตัวเลขสำรวจของปี ๒๕๕๓ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของไทยประกอบด้วย SME ถึง ๙๙%

โดยมีจำนวนทั้งสิ้น ๒,๘๙๔,๖๘๐ ราย จากการสำรวจในปี พ.ศ.๒๕๓๓ และในการสำรวจครั้งล่าสุดในปี พ.ศ.๒๕๕๗ มีจำนวนทั้งสิ้น ๒,๗๑๖,๗๔๔ ราย จากสภาพเศรษฐกิจใน ๑๐ ปี ที่ผ่านมามี SME กว่าแสนรายที่ต้องปิดตัวลง อย่างไรก็ตามก็มีส่วนและจำนวนของ SME ก็ยังเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจไทยที่ต้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้ SME รุ่นปัจจุบันอยู่รอดและเดินเข้าสู่อนาคตที่ยั่งยืน ในขณะที่เดียวกัน SME สายพันธุ์ใหม่ก็ต้องมีการเริ่มต้นที่ถูกต้อง และมีการวางรากฐานตั้งแต่แรกเพื่อนำไปสู่การเติบโตแบบยั่งยืนและเป็นพลังที่สำคัญ และเข้มแข็งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

SME ถือเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนได้เป็นอย่างดี เนื่องจาก SME มีธุรกิจอยู่ในทุกภาคส่วนของประเทศอยู่ในอุตสาหกรรมทุกอุตสาหกรรม และที่สำคัญคือ SME ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง ๑๐,๕๐๑,๖๖๖ คน ทั่วประเทศคิดเป็นร้อยละ ๘๐.๓ ของการจ้างงานทั้งหมด ถ้าจะมองในมุมของการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) SME มีสัดส่วนใน GDP ถึงร้อยละ ๓๙.๖ ของ GDP ประเทศโดยมีมูลค่า ๕,๒๑๒,๐๐๔ ล้านบาทจากผู้ประกอบการ SME ทั้งหมด ๔๒.๕% อยู่ในภาคของการค้า ๓๘.๑% อยู่ในภาคของการบริการ และ ๑๘.๓% อยู่ใน

ภาคการผลิต โดยมีรายได้ในสัดส่วนของ GDP เป็นการค้า ๒๗.๕% การบริการ ๔๑.๓% และการผลิต ๒๓.๕% ส่วนของการจ้างงานคิดเป็นสัดส่วนของการค้าที่ ๓๑.๖% การบริการ ๔๔.๘% และการผลิต ๒๓.๑% จะเห็นได้ว่าภาคการค้าและบริการเป็นส่วนสำคัญก่อให้เกิดรายได้และการจ้างงานในสัดส่วนที่มากที่สุด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕ : ๗)

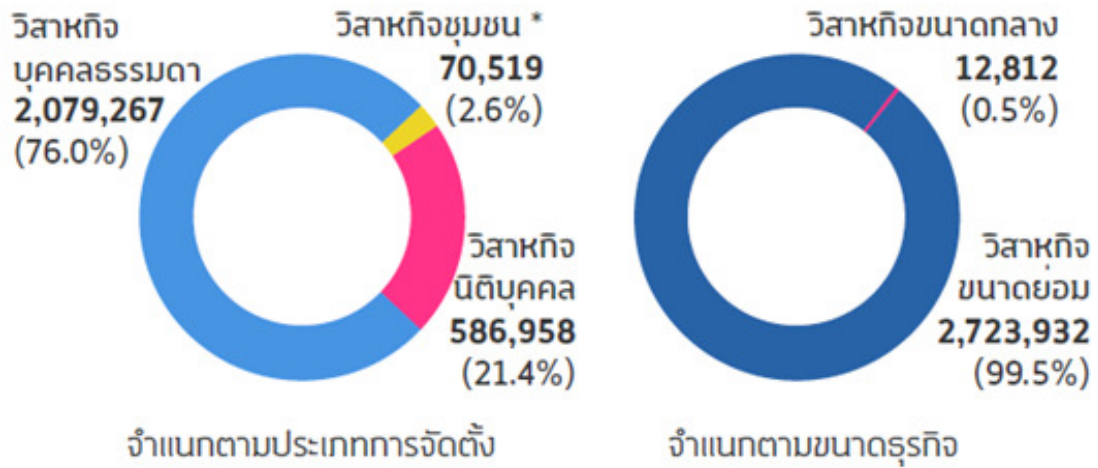
แผนภาพที่ ๒-๑ สัดส่วนของ SME



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕.

ถ้าแยกย่อยลงมามากในจำนวน SME ๒.๘ ล้านรายมีไม่ถึง ๖๐๐,๐๐๐ รายที่จดทะเบียนนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๔% ของ SME ทั้งหมด โดยที่จดทะเบียนแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมจำนวน ๕๗๖,๔๕๗ ราย และมีเพียง ๑๐,๕๐๑ รายที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง ผู้ประกอบการอีกรวม ๒ ล้านรายหรือ ประมาณร้อยละ ๗๖.๔ ของ SME ทั้งหมดเป็น SME ประเภทบุคคลธรรมดาซึ่งแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมจำนวน ๒,๐๗๖,๕๕๖ รายและวิสาหกิจขนาดกลางจำนวน ๒,๓๑๑ รายเท่านั้น และกลุ่มสุดท้ายที่มีเพียงร้อยละ ๒.๖ ของจำนวน SME ทั้งหมดคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีจำนวน ๗๐,๕๑๕ ราย

แผนภาพที่ ๒-๒ สัดส่วนของ SME ภาพรวมจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี ๒๕๕๗



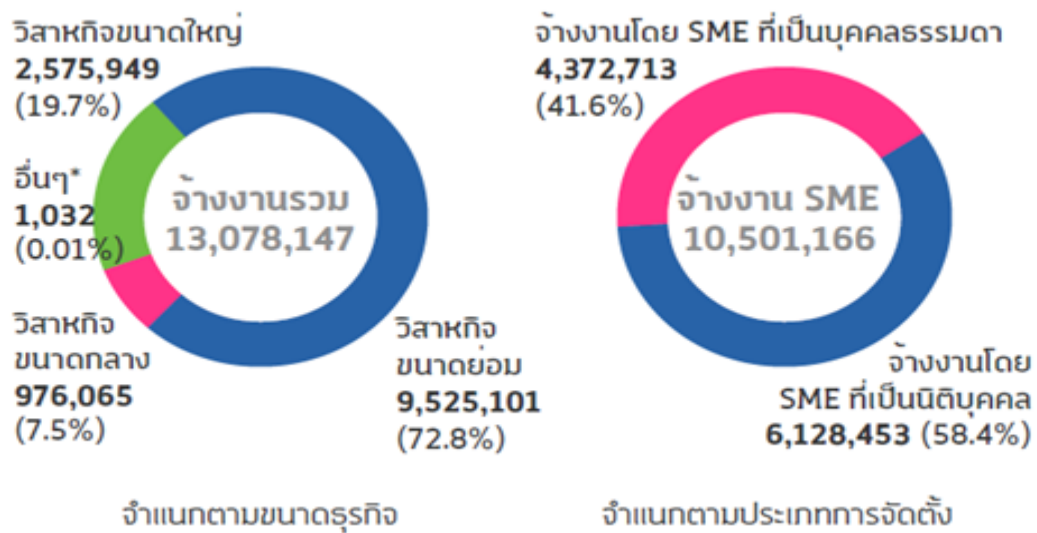
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๘.

จากสถิติจะเห็นได้ว่า SME มีอยู่เป็นจำนวนมากแต่เพียง ๑๒,๘๑๒ ราย เท่านั้นที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางหรือน้อยกว่า ๑% ของ SME ทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เจริญแล้วที่มีสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางที่ ๕-๑๐% ของ SME ทั้งหมด เป็นข้อสังเกตว่าวิสาหกิจขนาดย่อมในประเทศไทยไม่สามารถจะเติบโตขึ้นมาเป็นวิสาหกิจขนาดกลางได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเงินทุน การบริหาร มาตรฐานผลิตภัณฑ์ เรื่องของการตลาดหรือเหตุผลใดก็ตามที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของ SME The Organizational for Economic Co-Operation and Development (OECD) ซึ่งเป็นองค์กรในการช่วยพัฒนานโยบายของประเทศต่างๆ เพื่อให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยมีการทำงานร่วมกับประเทศต่างๆ ในทุกภูมิภาค OECD ได้ให้ความเห็นว่าประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางน้อยเกินไปหรือที่เรียกว่า “Missing Middle” ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทยเพราะขาดกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันระดับสากล สามารถใช้ประโยชน์จากการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ และมีโอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของตนเองด้วยนวัตกรรมได้มากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อมซึ่งยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงานอย่างเป็นระบบและไม่มีศักยภาพในการแข่งขันในเวทีโลก การเพิ่มจำนวนของวิสาหกิจขนาดกลางเป็นสิ่งสำคัญ เพราะนั่นหมายความว่าประเทศไทยจะสามารถเพิ่มจำนวนวิสาหกิจขนาดย่อมที่สามารถเติบโตได้ เพราะสามารถแข่งขันในระดับสากลและพัฒนาให้มีการบริหารจัดการอย่างเป็นมืออาชีพได้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๘ : ๘)

ความสำคัญอย่างหนึ่งของ SME ต่อเศรษฐกิจไทยคือ การเป็นส่วนหนึ่งของการกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนของประเทศและสู่หลายๆอุตสาหกรรม การสำรวจในปี ๒๕๕๗

SME มีกระจายอยู่ทั่วประเทศ ๒๕.๕% อยู่ในภาคอีสาน ๑๕.๗% ในกรุงเทพมหานคร และ ๑๕.๔% อยู่ในภาคกลาง ในจำนวน SME ทั้งหมด ๔๕.๗% ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ๑๗.๕% อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม และ ๕.๗% ทำงานในกลุ่มบริการ โรงแรมและภัตตาคาร การสำรวจตัวเลขจ้างงานในปี ๒๕๕๗ มีการจ้างงาน ๑๓,๐๗๘,๑๔๗ คน แบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่จำนวน ๒,๕๕๗,๕๔๕ คน คิดเป็น ๑๙.๗% วิสาหกิจขนาดกลาง ๙๗๖,๐๖๕ คน คิดเป็น ๗.๕% และวิสาหกิจขนาดย่อมถึง ๙,๕๒๕,๑๐๑ คิดเป็น ๗๒.๘% ของการจ้างงานทั่วประเทศ

แผนภาพที่ ๒-๓ ภาพรวมการจ้างงานปี ๒๕๕๗



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕.

จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนรวมกันถึง ๑๐,๕๐๑,๑๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๐ ของการจ้างงานในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕ : ๕)

เมื่อมองดูโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยและบทบาทของ SME ไทยซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจไทยให้มีพลังและแข็งแกร่ง รัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยก็มีมาตรการในการเสริมสร้าง SME เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย มีการก่อตั้งหน่วยงานหลักเพื่อรับผิดชอบธุรกิจ SME โดยเฉพาะคือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานเชื่อมระหว่างธุรกิจ SME และภาครัฐบาล สสว.ภายใต้ต้นนโยบายของรัฐบาลมีเป้าหมายในการพัฒนาและยกระดับธุรกิจ SME ให้โตได้ภายใน ๕ ปี สามารถทำธุรกิจในระดับสากลได้มากขึ้น มีขีดความสามารถในการสร้างความก้าวหน้าให้แก่เศรษฐกิจไทย เป็นแรง

ขับเคลื่อนสำคัญให้เศรษฐกิจไทยและประเทศไทยสามารถก้าวออกจากกับดักรายได้ปานกลางและกลับมาเจริญเติบโตอีกครั้งหนึ่ง

เป้าหมายของรัฐบาลคือการใช้ SME เป็นเครื่องมือในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Competitive growth) และการกระจายตัวของ SME อยู่ในทุกภาคส่วน ทุกอุตสาหกรรม และภูมิภาค ทำให้ SME เป็นเครื่องมืออย่างดีในการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำในสังคมไทยได้เป็นอย่างดี การพัฒนาครั้งนี้รัฐบาลได้ตั้งเป้าไว้ให้ SME ไทยได้สามารถมีส่วนของ GDP เพิ่มจากปัจจุบันที่ ๔๒% ของ GDP เป็นไม่น้อยกว่า ๕๐% ของ GDP ภายในปี ๒๕๖๔ ให้เทียบเท่ากับประเทศที่พัฒนาแล้ว

การเปลี่ยนผ่านจาก SME ไปสู่ Smart SME

การก้าวสู่ Thailand 4.0 คือการเปลี่ยนผ่านประเทศที่ใช้ประสิทธิภาพเป็นแรงขับเคลื่อน (Efficiency Driven Economy) เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพและความแตกต่างมาเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นแรงขับเคลื่อน (Innovation-Driven Economy) สามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าและสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเติมได้และไม่ต้องแข่งขันเรื่องราคาเป็นหลัก การที่ประเทศไทยจะสามารถก้าวเข้าสู่การเป็น Innovation-Driven Economy ได้นั้นต้องมีการสร้างหรือพัฒนา SME ให้สามารถเปลี่ยนเป็น IDE หรือ Innovation Driven Entrepreneur ได้สร้างผู้ประกอบการที่สามารถนำนวัตกรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้

ความเป็นผู้ประกอบการ IDE นั้น จะมีความเสี่ยงและความทะเยอทะยานมากกว่าผู้ประกอบการแบบ SME ผู้ประกอบการ IDE มีความต้องการตอบสนองตลาดที่กว้างกว่าตลาดในท้องถิ่น พวกเขาต้องการจำหน่ายสินค้าของตนในระดับโลก หรืออย่างน้อยในระดับภาคพื้น ผู้ประกอบการเหล่านี้มักทำงานเป็นทีม ที่ซึ่งพวกเขาสร้างธุรกิจของตนขึ้นมาจากเทคโนโลยี กระบวนการ หรือรูปแบบธุรกิจบางอย่าง หรือนวัตกรรมอื่นๆ ที่ทำให้พวกเขามีความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทที่มีอยู่ พวกเขาสนใจในการสร้างความมั่งคั่งมากกว่าจะสนใจในการควบคุมกิจการ และพวกเขามักต้องขายหุ้นในบริษัทของตนออกไป เพื่อส่งเสริมแผนการของการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของพวกเขา ถึงแม้ผู้ประกอบการ IDE มักเริ่มต้นช้ากว่าผู้ประกอบการแบบ SME แต่ผู้ประกอบการ IDE ก็มักมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด แลกกับความเสี่ยงที่จะสูญเสียการควบคุมบริษัทตัวเองและการมีเจ้าของบริษัทหลายคน ในขณะที่บริษัท SME มักเติบโตและรักษาสถานะในระดับค่อยเป็นค่อยไป

และในหนังสือ “Disciplined Entrepreneurship” โดย Bill Aulet ถือได้ว่าเป็นผู้นำเสนอคำว่า “Innovation - Driven Entrepreneurship” หรือ “IDE” และเสนอไว้ว่าผู้ประกอบการนั้นสามารถสอนกันได้ หรือ “Entrepreneurship can be taught” ในหนังสือเล่มนี้ได้กล่าวว่าการเป็นผู้ประกอบการ ไม่ใช่การสอนการบริหารธุรกิจหรือเขียนแผนธุรกิจเพียงเท่านั้น แต่การเป็นผู้ประกอบการมีการสอนใน รูปแบบความสามารถทักษะ (Skill Sets) ที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการค้นหาไอเดีย การแสวงหาโอกาส การยอมรับได้ต่อความไม่แน่นอน การเจรจาต่อรอง ที่จะต้องฝึกฝน รวมไปถึงความสามารถอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอผลงาน การสัมภาษณ์ลูกค้า และอื่นๆ โดยการสอนเป็นเพียงแต่การแนะนำ แต่การจะได้มาซึ่งความสามารถที่ได้กล่าวมานั้น คนที่อยากจะเป็นผู้ประกอบการจะต้องออกไป “ทำจริง” (Aulet, 2013)

คำถามต่อมา ถ้าการเป็นผู้ประกอบการสอนได้ แล้วจะสอนอย่างไร (How can we teach Entrepreneurship?) ด้วยเหตุนี้ Bill Aulet จึงได้นำเสนอโมเดล ๒๔ ขั้นตอนของการประกอบการที่มีวินัย (24 Steps of Disciplined Entrepreneurship) โดยแนวคิดของคำว่าในวินัยของ “วินัย” Bill Aulet ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีจิตวิญญาณของโจรสลัด (Pirate) และมีวินัยแบบนาวิกโยธิน (Seal Navy) ไปพร้อมๆกัน ทำไมต้องโจรสลัด ? Bill Aulet บอกว่า โจรสลัดมีจิตวิญญาณของนักผจญภัยและมีความสามารถในการรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน และเสาะแสวงหาโอกาส (ชุมทรัพย์)

ระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE Ecosystem)

โมเดลของการสร้างผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (Innovation-Driven Entrepreneurship: IDE) หนึ่งในส่วนสำคัญของการสร้างผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม หรือ IDE นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE Ecosystem) โดยเน้นย้ำว่าการที่สร้าง IDE Ecosystem ได้จำเป็นจะต้องรวบรวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ๕ ส่วนเข้าด้วยกันซึ่งประกอบไปด้วย (Aulet and Murray, 2013)

แผนภาพที่ ๒-๔ โมเดลระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม



ที่มา : Aulet and Murrey, 2013.

๑. ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs)

ผู้ประกอบการถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในการดำเนินกิจกรรมการประกอบการ (Entrepreneurial Activities) ไม่เพียงแต่มีความสัมพันธ์กับภาคส่วนอื่นๆ ทั้งรับและให้การสนับสนุนจากภาคส่วนอื่นๆ แล้วแต่ยังเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างผู้ประกอบการซึ่งทำให้อัตราการอยู่รอดของการประกอบการ (Entrepreneurial Survival) สูงขึ้น ความสัมพันธ์กับภาคส่วนอื่น เช่นการรับการสนับสนุนจากภาครัฐ การเป็นพันธมิตรร่วมกัน ภาคเอกชน การสนับสนุนด้านงานวิจัยจากมหาวิทยาลัย หรือการรับเงินลงทุนจากภาคเงินทุน เป็นต้น

๒. ภาครัฐ (Government)

นโยบาย กฎระเบียบ และการส่งเสริมของภาครัฐ เป็นส่วนสำคัญต่อระบบนิเวศและถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่สำคัญ เนื่องด้วยการส่งเสริมเพื่อให้เกิดกิจกรรมทางการประกอบการขึ้นจะส่งผลทำให้เกิดการจ้างงาน และตัวเลขทางเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) แล้ว ผลที่ได้ส่วนของธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่และประสบความสำเร็จยังย้อนกลับคืนมาให้แก่ภาครัฐในรูปของภาษี ทั้งนี้ภาครัฐยังมีความสัมพันธ์กับภาค

อื่นๆ ซึ่งอยู่ในบทบาทที่หลากหลายที่จะส่งผลกระทบทางตรงหรือทางอ้อมให้แก่ผู้ประกอบการ ยกตัวอย่างเช่นการที่ภาครัฐให้การสนับสนุน มหาวิทยาลัยเพื่อสร้างทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่ จะเข้าสู่ภาคธุรกิจใหม่ (New Venture) ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านนวัตกรรมที่มีความต้องการ บุคลากรทางด้าน วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยี ก็เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริม ระบบนิเวศที่จะสนับสนุนการเกิดขึ้นของวิสาหกิจใหม่เป็นต้น

๓. ภาคเอกชน (Corporate)

สำหรับภาคเอกชน หรือองค์กรขนาดใหญ่ นั้น มีความสัมพันธ์ที่หลากหลายต่อภาค ส่วนอื่นๆ แต่สำหรับความสัมพันธ์ต่อผู้ประกอบการนั้น นอกจากจะเป็นคู่ค้าทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการแล้ว หลายๆครั้งองค์กรขนาดใหญ่ต้องการขยายธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจเดิมของ ตน การควบรวมและเข้าซื้อกิจการ (Merge & Acquisition) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจใหม่ ก็เป็น อีกกระบวนการหนึ่งที่สามารถทำได้ และเป็นอีกทางหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้ประกอบการมีทางเลือก ในการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการประกอบการ ซึ่งอาจจะเรียกว่าเป็นหนึ่งใน Exit Strategy ของ ผู้ประกอบการ นอกจากนี้ภาคเอกชนบางส่วนยังมีการเข้าร่วมลงทุนกับวิสาหกิจใหม่ หรือที่เรียกว่า Corporate Venture Capital อีกด้วย ดังนั้นภาคเอกชน จึงถือได้ว่ามีบทบาทในการสร้าง ผู้ประกอบการในสังคม

๔. ภาคเงินทุน (Risk Capital)

ในส่วนของภาคเงินทุน ซึ่งนอกจากจะประกอบไปด้วยสถาบันการเงินหลักที่อยู่ใน ตลาดเงินและตลาดทุนแล้ว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่เข้ามามีบทบาท คือ นักลงทุนในระยะเริ่มแรก ที่เรียกว่า Angel Investors กับ Venture Capitalist ซึ่งเป็นผู้ที่ลงทุนในวิสาหกิจใหม่ ที่มีศักยภาพและ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ถึงแม้ว่ามีความเสี่ยงสูงก็ตาม นอกจากส่วนของนักลงทุนแล้ว การมี ตลาดเงินหรือตลาดทุนที่มีเครื่องมือทางการเงินที่สามารถรองรับการเกิดขึ้นของวิสาหกิจใหม่เพื่อ ระดมทุนนั้น เป็นองค์ประกอบสำคัญของผู้ประกอบการในการขยายกิจการให้เติบโตขึ้น สำหรับ ผู้ประกอบการแล้ว การเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (Initial Public Offerings หรือ IPOs) ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มความสำเร็จของผู้ประกอบการ

๕. มหาวิทยาลัย (University)

ด้านการศึกษา วิจัย และพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นในด้านสินค้าและบริการ รวมไปถึงการ ผลิตบุคลากรเข้าสู่วิสาหกิจใหม่ หรือสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ นั้น มหาวิทยาลัยและสถาบันการ ศึกษา มีบทบาทสำคัญอย่างมาก มีงานศึกษาวิจัยที่กล่าวถึงการสร้างศูนย์บ่มเพาะและเร่งพัฒนา (Incubation and Acceleration Center) ภายในมหาวิทยาลัย เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างระบบนิเวศ

ของการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยยังเป็นหน่วยงานที่ให้คำแนะนำ เสนอนโยบายใหม่ๆ รวมถึงทำการศึกษาวิจัยด้านต่างๆ ของผลกระทบของการประกอบการต่อระบบเศรษฐกิจ เพื่อเสนอแนวทางและชี้บ่งถึงผลกระทบ ในการพัฒนาผู้ประกอบการต่อไป

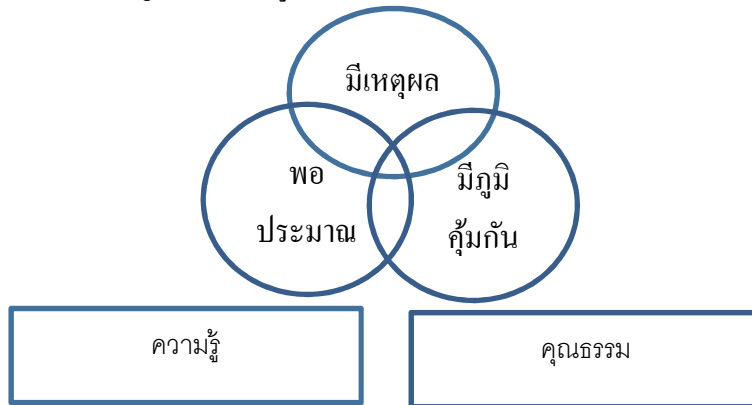
ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในการสร้าง IDE Ecosystem นั้น จะสำเร็จได้จำเป็นต้ององค์กรประกอบทั้ง 5 Stakeholders เข้าร่วมกันเพื่อผลักดันให้เกิดระบบนิเวศ และจะขาดภาคส่วนใดมิได้ เนื่องจากทั้ง ๕ ส่วนนั้นต่างผลักดันส่งเสริมกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐที่จะช่วยปรับปรุงกฎระเบียบ ข้อบังคับเพื่อให้เกื้อหนุนผู้ประกอบการ ส่วนของนักลงทุนที่จะลงทุนเงินทุนเริ่มแรกให้กับผู้ประกอบการ ส่วนของภาคเอกชนหรือองค์กรเอกชนที่จะเข้ามาช่วยให้ผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ท้ายที่สุดคือ มหาวิทยาลัยที่จะช่วยสร้าง บ่มเพาะ แนวความรู้ทั้งในด้านเทคนิค และความรู้ในด้านการประกอบการนั่นเอง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจ (ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์, บรรยาย, ๒๕๖๐)

การเข้าถึงศาสตร์ของพระราชาวาด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในบริบทของธุรกิจนั้นอาจเป็นเรื่องที่เข้าใจไม่ได้ง่ายนัก คำว่าพอเพียงมักจะถูกมองไปในความหมายของการไม่ต้องเติบโต ไม่ต้องมีกำไรมาก ทำแต่ในประเทศไม่ต้องออกนอกประเทศ ทั้งหมดทั้งปวงนั้นเป็นเรื่องของความเข้าใจผิดทั้งสิ้น ตรงกันข้ามพื้นฐานของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนั้นเมื่อมาปรับใช้ในบริบทของธุรกิจแล้วกลับเป็นรากฐานของการสร้างพื้นฐาน เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในตัวของบริษัทเอง และยังสามารถแบ่งปันและช่วยเหลือบริษัทเล็กที่อยู่ในระบบนิเวศให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ ทุกองค์กรน้อยใหญ่สามารถมีที่ยืนของตัวเองได้

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงประกอบด้วยสามเสาหลักบนฐานของความรู้และคุณธรรม หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า สามห่วงสองเงื่อนไข

แผนภาพที่ ๒-๕ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สามห่วงสองเงื่อนไข



ที่มา : ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์. “Thailand 4.0 กับอนาคตประเทศไทย”, ๒๕๖๐

๑. การบริหารองค์กรหรือธุรกิจ (Corporate Governance) (เหตุผล)

การบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นธรรมและโปร่งใสโดยผู้มีอำนาจบริหารธุรกิจนั้นๆ มีความรับผิดชอบต่อน้ำที่และผลกระทบของการกระทำของตนต่อผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร (Stakeholders) ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม การบริหารองค์กรมีหลักการคือ ทำเพื่อคนอื่นเช่นการดูแลลูกค้า ลูกจ้าง คู่ค้า และชุมชนเป็นต้น ผลที่ได้รับคือผลประโยชน์ร่วมกันในระยะยาวจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน โดยสามารถวัดผลได้จากราคาสินค้าที่เป็นธรรม ค่าจ้างที่เป็นธรรม การตอบแทนและพัฒนาชุมชนที่เราอยู่ โดยบริษัทยังต้องมียอดขายหรือรายได้ที่ดี มีกำไรพอต่อยอดธุรกิจได้และได้ความจงรักภักดีต่อพนักงาน การดูแลและเข้าใจพนักงานไม่ใช่แค่เรื่องการจ้างงานแต่เพียงอย่างเดียว หากรวมไปถึงความเป็นอยู่ของพนักงาน การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี มีความสุขและปลอดภัย ชุมชนและสังคมที่เราอยู่ก็ควรได้รับการตอบแทนเช่นกัน

๒. สร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ (พอประมาณ)

การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและการยอมรับการเปลี่ยนแปลง เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร แต่การปรับตัวให้ยั่งยืนนั้นต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจในสภาพตลาด และจุดยืนในองค์กรของเรา การตัดสินใจในการลงทุนหรือขยายกิจการต้องทำด้วยความรอบคอบและอยู่ในวิสัยที่พอประมาณ ไม่ลงทุนเกินตัวหรือเข้าไปธุรกิจที่เราไม่มีความรู้ความเข้าใจ

ความพอประมาณไม่ได้เป็นการปฏิเสธการเจริญเติบโตหรือการขยายกิจการแต่อย่างใด ตรงกันข้ามความพอประมาณคือการมีความรับผิดชอบในการสร้างความเจริญเติบโตขององค์กรด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ไม่มีการลงทุนเกินตัว เพื่อความอยู่รอดของการขยายกิจการหรือการลงทุนในธุรกิจใหม่ขององค์กร

ตัวชี้วัดของการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าและผลตอบแทนที่ดีมีหลายตัวด้วยกัน ที่ใช้กันทั่วไปคือการวัดสัดส่วนของกำไรที่ได้มาจากการลงทุนนั้นๆ อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เพื่อดูการใช้ประโยชน์จากเงินกู้ยืม หรือระยะเวลาค้ำทุน และระยะเวลาในการจ่ายดอกเบี้ย

การเติบโตอย่างพอประมาณ ไม่ได้หมายความว่า การเจริญเติบโตช้า แต่เป็นการเจริญเติบโตที่เกิดขึ้นในองค์กรเอง ไม่ใช่การขายกิจการ ซื้อมกิจการ หรือควบรวม การดูแลสภาพแวดล้อมและการบริหารจัดการของเสียก็เป็นการเติบโตอย่างพอประมาณวิธีหนึ่ง

๓. การบริหารความเสี่ยง (มีภูมิคุ้มกัน)

การบริหารความเสี่ยงหรือการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับธุรกิจไม่ได้หมายความว่า การสร้างป้อมปราการเพื่อปกป้องธุรกิจจากความเสียหายภายนอก ที่จริงแล้วเป็นการเข้าใจและเข้าถึงสภาพแวดล้อมภายนอก รวมถึงความเปลี่ยนแปลงต่างๆที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ มีการเตรียมความพร้อม และมีทัศนคติในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีนโยบายในการจัดการและป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ความเสี่ยงเหล่านี้มีทั้งความเสี่ยงด้านผลประกอบการของบริษัท ผลพวงของสังคมและความเปลี่ยนแปลงของโลก ธุรกิจ การบริหารความเสี่ยงให้ความสำคัญในการปรับตัวขององค์กรเพื่อรับกับสถานการณ์หรือตลาดที่เปลี่ยนไป หัวใจสำคัญของการบริหารความเสี่ยงคือ การพัฒนาแผนในการบริหารความเสี่ยง และการเตรียมความพร้อมที่จะใช้แผนเมื่อเวลามาถึง อีกด้านหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงคือ การมีนโยบายและวิธีการในการติดตามผลการดำเนินงานความเปลี่ยนแปลงของตลาด และการป้องกันความไม่แน่นอนของธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การวัดความเสี่ยงดูได้จากนโยบายการจัดการความเสี่ยงของแต่ละองค์กรและการวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นต้น

ทั้งสามเสาตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้และคุณธรรมเปรียบเสมือน คันเร่ง เบรค และบังคับ ความรู้ เปรียบเสมือนเครื่องยนต์ ในการทำธุรกิจต้องมีความรู้หรือภูมิปัญญาในธุรกิจนั้น ไม่ใช่แค่ Know how และทักษะในการบริหารแบบวันต่อวัน แต่ต้องมีความรู้ใหม่ๆ การรู้จักตลาดและการคาดการณ์ที่ดีก็จะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีความรู้ ความรู้ได้จากการสำรวจลูกค้า การวิจัยตลาด การอบรมพัฒนา การสอบถาม การแบ่งปันข้อมูล และการเฝ้าระวังเหตุการณ์รอบตัวเรา ที่อาจดูเหมือนไม่เกี่ยวข้องกับองค์กรของเรา

คุณธรรม เปรียบเสมือนพวงมาลัย คือ ความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินธุรกิจ เช่น การแข่งขันกับคู่แข่งอย่างเป็นธรรม การให้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ราคาเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และไม่ทำธุรกิจผิดกฎหมาย

สรุป

SME เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย เป็นสัดส่วนใหญ่ใน GDP ของประเทศไทยในทุกปี ถ้า SME อยู่ไม่ได้ เศรษฐกิจไทยก็อยู่ไม่ได้เช่นกัน ในบริบทของการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน และการเมืองที่ไม่นิ่งของประเทศไทยทำให้การพัฒนาต้องสะดุดลง รัฐบาลจึงมีนโยบายในการขับเคลื่อนเพื่อให้ไล่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อจะเปลี่ยนผ่านประเทศไทยและนำพาประเทศออกจากกับดักรายได้ปานกลางถึงแม้จะมี SME เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ แต่ปัจจุบันความสามารถที่จะขับเคลื่อนไปกับนโยบาย Thailand 4.0 แทบจะเป็นไปไม่ได้เลย จึงทำให้เราต้องค้นหาปัญหาที่แท้จริง เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข SME ของเราให้ขับเคลื่อนเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ ๓

ทำความเข้าใจกับ SME ไทย

ทุกวันนี้บริบทของโลกที่เปลี่ยนไปและเทคโนโลยีใหม่ๆที่เข้ามาทำให้ชีวิตและการดำเนินธุรกิจแบบเดิมๆต้องสะดุดลง สำหรับ SME เป็นองค์กรที่มีโครงสร้างง่ายๆสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมโดยไม่ต้องมีขั้นตอนมากมาย ซึ่งเป็นความได้เปรียบอย่างหนึ่งของ SME แต่ในความเป็นจริง SME ในปัจจุบันกลับไม่สามารถปรับเปลี่ยนและก้าวทันบริบทที่เปลี่ยนไปได้เท่าที่ควร ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มีปัจจัยทั้งจากผลกระทบภายนอกและเป็นผลมาจากตัวองค์กรของ SME เอง

โลกธุรกิจในอนาคตจะมีความแตกต่างจากในอดีตและปัจจุบันอย่างมาก ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากแนวโน้มของโลกที่เปลี่ยนไป เทคโนโลยีทันสมัยที่กำลังจะเข้ามาทดแทนกระบวนการทำงานต่างๆ การสื่อสารที่รวดเร็วด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศแบบใหม่ ทำให้การกระจายข้อมูลมีความรวดเร็ว การติดต่อสื่อสารแบบ Real Time ทำให้การดำเนินธุรกิจมีความรวดเร็วขึ้น การเปลี่ยนแปลงก็รวดเร็วและรุนแรงตามเช่นเดียวกัน การรับรู้ข่าวสารก็มีความโปร่งใสขึ้น ถึงแม้ว่าจะต้องมีการคัดกรองข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องก็ตาม เมื่อมีความโปร่งใสก็ย่อมมีการแข่งขันมากขึ้น ราคาซื้อขายของสินค้าไม่ได้เป็นความลับและความได้เปรียบอีกต่อไป บริบทของธุรกิจจึงต้องเปลี่ยนไป ธุรกิจทุกขนาดใหญ่เล็กต่างต้องหาที่ยืนใหม่ของตนเอง มีจุดยืนที่สามารถแข่งขันได้ มีการบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพ บริษัทต่างๆล้วนแต่ต้องมีความรู้ความเข้าใจในความต้องการของตลาด เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เข้าแข่งขันในตลาด คำว่า “ตลาด” เองก็เปลี่ยนไปเช่นกัน ในปัจจุบันการค้าขายและลงทุนเดินมาถึงจุดของการค้า การลงทุนข้ามชาติธุรกิจ และพื้นที่การค้าขายไม่ได้อยู่ในท้องถิ่นหรือในประเทศอีกต่อไป การค้าขายอย่างไร้พรมแดนเกิดขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มประเทศในภูมิภาคต่างๆ เป็นกลุ่มเศรษฐกิจเพื่อพึ่งพาอาศัยกันในภูมิภาคของตนเอง การรวมตัวกันเพื่อสร้างขีดความสามารถและอำนาจต่อรองกับเศรษฐกิจที่ใหญ่กว่าบวกกับ Platform ใหม่ของการค้าขายหรือ E-Commerce ที่สามารถเปิดการค้าขายได้ ๒๔ ชั่วโมงต่อวัน ๓๖๕ วันต่อปี ต่างจากการที่ต้องเช่าร้านค้ามีการเปิดปิดเป็นเวลา ต้องมีคนเฝ้าร้านคอยตอบคำถาม รูปแบบใหม่ในการค้าขายแม้จะลดการพบปะหรือพูดคุยเพื่อหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

และตอบโจทย์ลงไปบ้าง แต่องค์ความรู้เหล่านั้นก็ถูกนำมาบรรจุลงในระบบ IT ซึ่งสามารถตอบ โจทย์การซื้อขายของคนส่วนใหญ่ได้เช่นกัน การเปลี่ยนรูปแบบของการค้าอาจจะง่ายสำหรับบริษัท ใหญ่เพราะมีเงินทุนและความรู้พร้อม แต่การก้าวรูปแบบใหม่ในปัจจุบันก็มีการแข่งขัน Platform กัน มากขึ้น เพื่อเอื้อให้บริษัทขนาดเล็กได้มีโอกาส อย่างที่เห็นได้จากการค้าขายบนบริการของ Alibaba.com ที่พาสู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกันและสามารถทำการค้าร่วมกันได้ทุกเวลา

ไม่เพียงแค่อุปแบบต่างๆ ในการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไปยังมีข้อกำหนดต่างๆ ที่ เปลี่ยนไป และกระทบกับการดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต ข้อกำหนดนั้นคือข้อกำหนด ทางด้านสิ่งแวดล้อมและมนุษยธรรม ธุรกิจที่ผ่านมามีการทำร้ายและทำลายสภาพแวดล้อม อุตสาหกรรมหลายอุตสาหกรรมก่อให้เกิดมลภาวะมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเสียง น้ำเสีย มลภาวะ อากาศในเมืองที่ก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมเลวร้าย รวมถึงกฎเกณฑ์เรื่องของมนุษยธรรม เช่นการจ้าง แรงงานเด็ก การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อแรงงาน กฎหมายแรงงานและการจ้างที่เป็นธรรมสำหรับลูกจ้าง ถูกต้องกับหลักสิทธิมนุษยชนสากล ประเทศที่เจริญแล้วอย่างสหรัฐอเมริกาและประเทศต่างๆ ในยุโรปมีการนำประเด็นเหล่านี้มาผูกติด กับการค้าส่วนหนึ่ง เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของสภาพแวดล้อม ปัญหาสิทธิมนุษยชนทำให้เกิด ความไม่เท่าเทียมของคนในสังคม อีกส่วนหนึ่งก็เป็นเครื่องมือกีดกันทางการค้าของประเทศเจริญ แล้ว เพื่อไม่ให้ประเทศหรือธุรกิจในประเทศที่ไม่มีธรรมาภิบาลที่ดีเข้ามาหาประโยชน์ในวงธุรกิจ กับประเทศที่ส่งเสริมธรรมาภิบาล สิทธิมนุษยชน และสิ่งแวดล้อม ธุรกิจไทยโดยเฉพาะ SME ไทย ต้องตระหนักถึงถูกกติกาการค้าขายนี้อย่างจริงจังและหาช่องทางในการสร้างองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และมีธรรมาภิบาล การมีมาตรฐานและ ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์สากลทางการค้าและการบริการจะเป็นใบเบิกทาง (License to operate) อย่างดีของ SME ไทยให้ก้าวทันบริบทของธุรกิจโลกไร้พรมแดน และสามารถมีที่ยืนในตลาดโลก อย่างไม่มีข้อโต้แย้ง

การแข่งขันที่สูงขึ้นจากการเปิดการค้าเสรีและเทคโนโลยีที่ทำให้บริบทและวิธีค้าขาย เปลี่ยนไป ความรวดเร็วในการทำธุรกรรมต่างๆจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ รวมไปถึงการเปิด การค้าเสรีในภูมิภาคต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ASEAN หรือ ภูมิภาคใกล้เคียงล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อ SME ไทยทั้งสิ้น การเปิดเสรีทำให้ SME ที่ไม่มีการเตรียมพร้อมมาก่อนต้องปรับกระบวนการทัศน์ให้ สามารถแข่งขันได้ SME หลายรายมองเห็นโลกการค้าไร้พรมแดนเป็นเรื่องไกลตัว เพราะด้วยความ จำกัของภาษาและความรู้ของการค้าสากล จึงไม่ได้คิดที่จะออกไปต่อสู้แข่งขันในตลาด ต่างประเทศและไม่ได้มีการปรับตัว แต่ในวันนี้การค้าสากลโดยการเปิดเสรีทางการค้าไม่ได้อยู่ใน

ประเทศคู่ค้าเสมอไป การแข่งขันได้มาถึงประเทศไทยอย่างหยุดไม่ได้ ต่างชาติสามารถเข้ามาแข่งขันกับ SME ในประเทศได้อย่างเสรี

เนื่องจากบริบทของธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไปและการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นนอกประเทศก็เริ่มมีความเป็นสากลมากขึ้น การมองปัญหาของ SME เพื่อส่งเสริมและพัฒนาได้ถูกทางจึงต้องคำนึงถึงศักยภาพและบริบทของ SME ประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเพื่อให้เข้าถึงปัญหาอุปสรรคที่แท้จริงและการพัฒนาเป็นไปได้อย่างตรงจุด

ปัจจุบันถึงประเทศไทยจะมีนโยบายภาครัฐหลายนโยบายที่เอื้อต่อ SME ที่ดีเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีข้อมูลรายงานในปี ๒๕๕๘ ของ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ที่สรุปได้ว่าประเทศไทยมีการเอื้อต่อธุรกิจ SME เป็นอย่างมาก โดยมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนผ่านธนาคารของรัฐและธนาคารพาณิชย์ของภาคเอกชน มีนโยบายสนับสนุนจากทางภาครัฐและมีการยกระดับ SME เป็นวาระแห่งชาติ ช่วยเหลือในการเข้าถึงบริการภาครัฐ และมาตรการทางภาษีที่ช่วยการลดต้นทุนในการทำธุรกิจของ SME ถึงนโยบายหลายอย่างที่ทางภาครัฐมีให้แก่ SME ไทยดูเหมือนจะเป็นการช่วยกระตุ้นธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจให้ดีขึ้น แต่ผลที่ออกมาก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร SME ส่วนใหญ่ก็ยังมีปัญหาเดิมๆ เช่น รัฐบาลมีมีนโยบายการเงินที่เอื้อแก่ SME มีแหล่งทุนและธนาคารในประเทศที่พร้อมให้ความร่วมมือ แต่ SME เข้าไม่ถึงแหล่งเงินทุน บริษัทใหญ่ที่เป็นคู่ค้าของ SME ก็ยังเป็นผู้กำหนดต้นทุน ราคา และระบบโลจิสติกส์ เนื่องจาก SME ยังขาดความรู้ในเชิงลึกเพื่อบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง

ในรายงานของ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ปี ๒๕๕๘ โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีการทำวิจัยของปัญหาและอุปสรรคของ SME ซึ่งสามารถนำมาเป็นพื้นฐานข้อมูลในการวิจัยได้ในหลายประเด็น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๘ : ๑๖)

๑. ทัศนคติในการดำเนินธุรกิจของ SME

SME ไทยยังคงต่อสู้ในด้านธุรกิจด้วยการใช้ราคาเป็นกลยุทธ์หลัก ไม่ได้มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า เน้นการลดต้นทุนในการผลิตเพื่อที่จะขายได้ในราคาถูกและสามารถปิดการขายได้ในปริมาณมาก ถ้าไรต่อขึ้นจะน้อยแต่อาศัยปริมาณจึงสามารถมีกำไรที่พออยู่ได้ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ไม่สามารถลงทุนต่อเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้ การสร้างนวัตกรรมหรือการสร้างแบรนด์แม้จะต้องมีการลงทุนและเงินเป็นปัจจัย แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งไปกว่านั้นคือมุมมองของผู้ประกอบการ ถ้าผู้ประกอบการไม่มีความรู้และความเข้าใจในการวางยุทธศาสตร์ธุรกิจของตนเอง สิ่งที่มีก็นำมาใช้คือกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาเป็นประเด็นโดยไม่คำนึงถึงภาพรวม ทั้งในเรื่องการตลาด ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในองค์กร

ผลวิจัยของ GEM จะเห็นได้ว่า วิสาหกิจขนาดย่อมมีการจดทะเบียนกับกรมธุรกิจการค้าจำนวนน้อยมากคิดเป็น ๑๕.๒% ของจำนวน SME ทั้งหมด ในขณะที่เดียวกันวิสาหกิจขนาดกลางมีการจดทะเบียนถึง ๔๔๖% ของผู้ประกอบการ ถึงแม้จะเป็นตัวเลขที่สูงกว่าแต่ก็ยังไม่ถึงครึ่งหนึ่งของผู้ประกอบการ โดยรวมแล้ว SME ในประเทศไทยมีพื้นฐานของการเป็นธุรกิจครอบครัวโดยในวิสาหกิจขนาดย่อมมีจำนวน ๓๘.๑% และในธุรกิจขนาดกลางมีจำนวนถึง ๖๐% การเริ่มธุรกิจใหม่มักไม่ได้มองในเรื่องของข้อมูลเป็นสำคัญ หรือการทำการศึกษาและใช้ข้อมูลเป็นการตัดสินใจ ผู้ประกอบการรายเล็กมักจะเริ่มธุรกิจเพราะเห็นว่าเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพที่คิดว่าการเป็นลูกจ้าง ส่วนในบริษัทขนาดกลางก็มักจะตัดสินใจเริ่มหรือขยายธุรกิจจากข้อมูลข่าวสารและความสำเร็จของผู้ประกอบการรายอื่น การศึกษาก็เป็นส่วนสำคัญในการมีขีดความสามารถในการทำธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางมีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาซึ่งไม่น่าแปลกที่สามารถเข้าใจการทำธุรกิจอย่างเป็นระบบมากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม ซึ่งมักจะจบระดับประถมหรือมัธยมศึกษาเท่านั้น ความต่างในข้อนี้มีผลกระทบกับการเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมไปถึงวิสาหกิจขนาดกลาง เนื่องจากระดับความรู้ความเข้าใจของการทำธุรกิจและสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีงานที่เป็นระบบ มีความรู้พร้อมเรื่องการตลาด การใช้เทคโนโลยีและการทำการค้าในระดับสากลของวิสาหกิจขนาดย่อมในปัจจุบันแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย สิ่งที่มีคือความรู้ของธุรกิจตนเองและทักษะในการทำงานที่เรียนรู้และสั่งสมจากประสบการณ์ ซึ่งสามารถทำให้ธุรกิจเหล่านี้ดำเนินไปได้ แต่ไม่สามารถเติบโตไปแข่งขันในธุรกิจยุคใหม่หรือในสากลได้ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง วิสาหกิจขนาดกลางสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ถึง ๕๘.๑% ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพียง ๑๒.๘% เท่านั้น การพัฒนาการค้าให้มีปริมาณเพิ่มขึ้นหรือเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นจากการใช้อินเทอร์เน็ตจึงไม่มี

ข้อมูลที่น่าสนใจของ GEM ที่ทำให้เน้นการพัฒนาของ SME โดยการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้วจะเห็นได้ว่ามีเพียง ๑๕% ของผู้ประกอบการรายใหม่ที่น่าเสนอสินค้าและสิ่งแปลกใหม่ให้ตลาด แยกไปกว่านั้น ๖๖% ของผู้ประกอบการธุรกิจอยู่แล้วมีสินค้าและบริการที่เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ ในตลาด โดยมีแค่ ๖.๘% ของผู้ประกอบการที่คิดจะหลีกเลี่ยงสินค้าเดิมๆ และตลาดเดิมๆ ยังคิดที่ผู้ประกอบการรายใหม่มีสัดส่วนที่น้อยกว่าในการนำเสนอสินค้าเดิมๆ แต่ก็ยังเป็นสัดส่วนที่สูงถึง ๔๘.๔% และมีแค่ ๘% เท่านั้นที่คิดนำเสนอของแปลกใหม่ ไม่แปลกใจว่าทำไม SME ไทยจึงไม่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล เพราะเริ่มต้นก็ไม่ได้มีความคิดในการหาตลาดนอกประเทศอยู่แล้ว ความนิยมของการทำธุรกิจในประเทศมีสูงถึง ๘๗.๒% ในวิสาหกิจขนาดย่อม และ ๕๐.๓% ในวิสาหกิจขนาดกลาง คงจะเป็นจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial spirit) ที่ทำให้ผู้ประกอบการในทุกระดับสามารถ

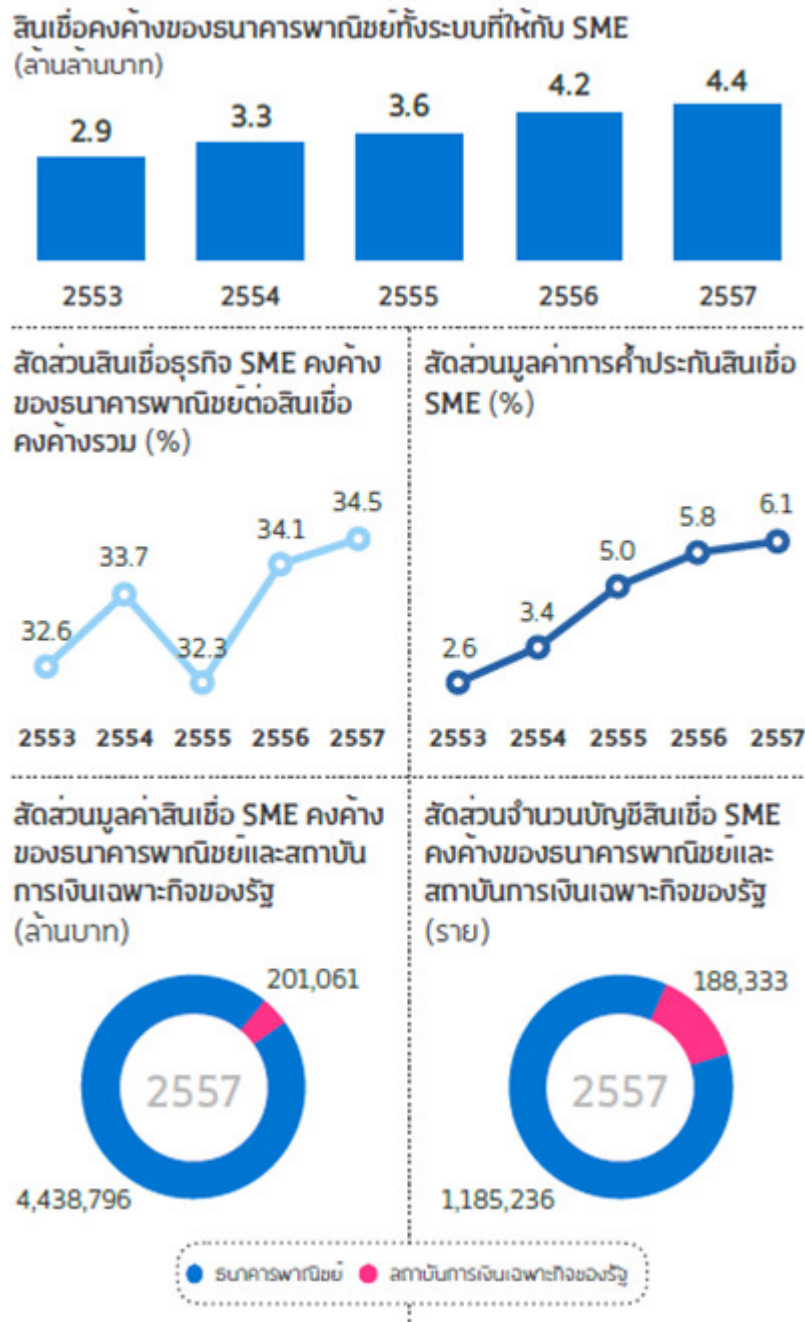
มองเห็นถึงโอกาสในการทำการค้าและการให้บริการ ๗๕.๘% ของธุรกิจขนาดเล็กสามารถมองเห็นโอกาสของคนในการสร้างธุรกิจ และ ๕๘.๕% ของธุรกิจขนาดกลางจัดตั้งธุรกิจ เพราะสามารถมองเห็น โอกาสผู้ที่ประกอบการอยู่แล้ว การขยายตัวของผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้วมุ่งเน้นหาความอิสระทางการเงินมากกว่าการเพิ่มพูนรายได้ แต่ในส่วนของผู้ประกอบการใหม่มุ่งหารายได้มากกว่าความเป็นอิสระทางการเงิน สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือทั้งผู้ประกอบการใหม่และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่เดิมยังคงอยากให้ธุรกิจเป็นธุรกิจของคนเดียว ๕๘% ของผู้ประกอบการใหม่และมากกว่า ๖๐% ในผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว ๔๒% ของผู้ประกอบการใหม่และ ๕๗.๖% ของผู้ประกอบการอยู่แล้วไม่มีแนวโน้มในการจ้างงานในอนาคต และเกือบ ๓๐% ของผู้ประกอบการทั้งใหม่และเก่าคาดหวังรายได้หลักจากการทำธุรกิจกับคนใกล้ชิดหรือครอบครัว ตัวเลข GEM ทำให้เราเห็นการทำงานที่ไม่เป็นระบบของธุรกิจ SME และมุมมองธุรกิจที่มาจากการใช้ความรู้สึกคาดเดามากกว่าการใช้ข้อมูลทางการตลาด

การสร้างธุรกิจให้เติบโตไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนต้องมีการใช้ข้อมูลทางการตลาด มีเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ โดยนำเอาจุดแข็งขององค์กรและองค์ความรู้ที่มีมาเป็นตัวนำร่อง การคาดเดาโดยใช้ความรู้สึกนำอาจจะทำให้ธุรกิจโตได้เป็นบางช่วง แต่เมื่อไม่มีข้อมูลที่แท้จริงการคาดเดานั้นก็จะไม่มีความแม่นยำและสามารถนำธุรกิจไปถึงจุดจบได้

๒. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ปัญหาหลักอีกอย่างหนึ่งของ SME ไทยคือ การเข้าไม่ถึงแหล่งเงินทุนของ SME ไทย จากตัวเลขของธนาคารแห่งประเทศไทยในปี ๒๕๕๗ ยอดสินเชื่อคงค้างที่ปล่อยให้กับ SME มีมูลค่าเพียง ๔.๔ ล้านล้านบาท หรือคิดเป็น ๓๔.๕% ของหนี้สินคงค้างทั้งหมด แม้จะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นจาก ๕ ปี ก่อนหน้าแต่ก็ยังเป็นสัดส่วนที่ต่ำเมื่อมองเทียบกับสัดส่วนรายได้ใน GDP ของ SME และวิสาหกิจขนาดใหญ่

แผนภาพที่ ๓-๑ สินเชื่อค้ำของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่ให้กับ SME



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕.

แล้วแหล่งเงินทุนของ SME คือใคร จากการสำรวจของ GEM ๒๕๕๗ พบว่า SME ส่วนใหญ่ทำธุรกิจจากเงินเก็บออมของตนเอง หรือการกู้ยืมนอกระบบเพราะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงระบบการกู้ยืมผ่านธนาคาร ๕๕.๓% ใช้เงินออมของตนเอง รองลงมาคือการใช้เงินจากสมาชิก

ครอบครัว ๒๔.๑% คู่เพื่อน ๒.๕% และคู่ธนาคารเพียง ๑๔.๑% เท่านั้น ปัญหาสำคัญของการเข้าไม่ถึงสินเชื่อมีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก โดยมีปัจจัยหลัก ๓ ประการ

๑. ปัญหาจากผู้ประกอบการ SME ซึ่งทำให้มีข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อ

- ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันสินเชื่อ
- มีหลักทรัพย์ไม่พอเพียงกับสินเชื่อที่ต้องการ
- ระบบบัญชีที่ไม่ได้มาตรฐาน
- ไม่มีประวัติการกู้ยืมหรือการทำธุรกรรมกับทางธนาคารมาก่อน

๒. ปัญหาจากสถาบันการเงินซึ่งทำให้มีข้อจำกัดในการปล่อยสินเชื่อ

- ข้อจำกัดทางด้านเงินทุน
- กฎระเบียบในการปล่อยกู้ที่ไม่ยืดหยุ่น

๓. ปัญหาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานซึ่งทำให้ธุรกรรมการเงินมีข้อจำกัด

- ระบบที่เล็ยงที่มีข้อจำกัดเพราะมีที่ปรึกษาการเงินที่กระจัดกระจายไม่

เป็นระบบ

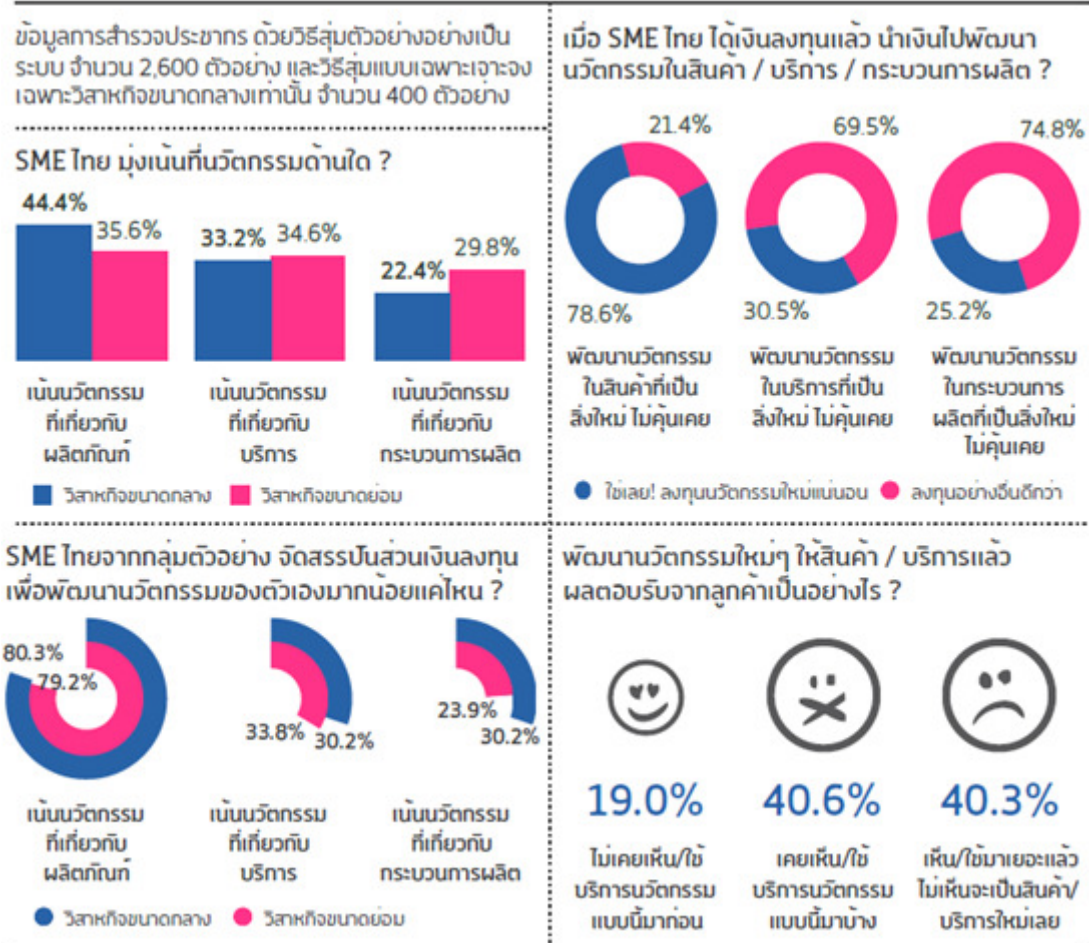
- จำนวนที่ปรึกษาทางการเงินไม่เพียงพอกับความต้องการของ SME

รัฐบาลได้มีความพยายามมาแล้ว ๕ ปีในการช่วยให้ SME เข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายขึ้น ไม่ที่จะเป็นการช่วยเหลือในเรื่องของการค้ำประกัน และเปิดตัวโครงการในการช่วยเหลือ SME หลายโครงการในหลายรูปแบบ แต่ก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ ธุรกิจ SME เองก็ยังไม่มีความพร้อมและระบบการทำธุรกิจที่สามารถมีแผนงานชัดเจนเพื่อขอสนับสนุน อีกทั้งแหล่งทุนในรูปแบบอื่น เช่น Venture Capital, Private Equity Fund Crowdfunding ยังไม่มีระบบรองรับและไม่เป็นที่แพร่หลายในประเทศไทย

๓. ขาดความรู้ความเข้าใจในการนำนวัตกรรมมาต่อยอด

SME ไทย ยังขาดการนำนวัตกรรมและความคิดที่สร้างสรรค์มาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือมาเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้การสำรวจในโครงการ GEM ๒๕๕๗ ของสสว. พบว่ากว่า ๕๐% ของ SME ยังจำหน่ายสินค้าและให้บริการในรูปแบบเดิมๆที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้ว มีส่วนน้อยที่มีสินค้าที่ยังไม่มีจำหน่ายในตลาด ยิ่งไปกว่านั้นมากกว่า ๕๐% ของธุรกิจ SME ใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตที่เก่ากว่า ๕ ปี

แผนภาพที่ ๓-๒ ผลการศึกษาข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อพัฒนา GEM ด้านวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม

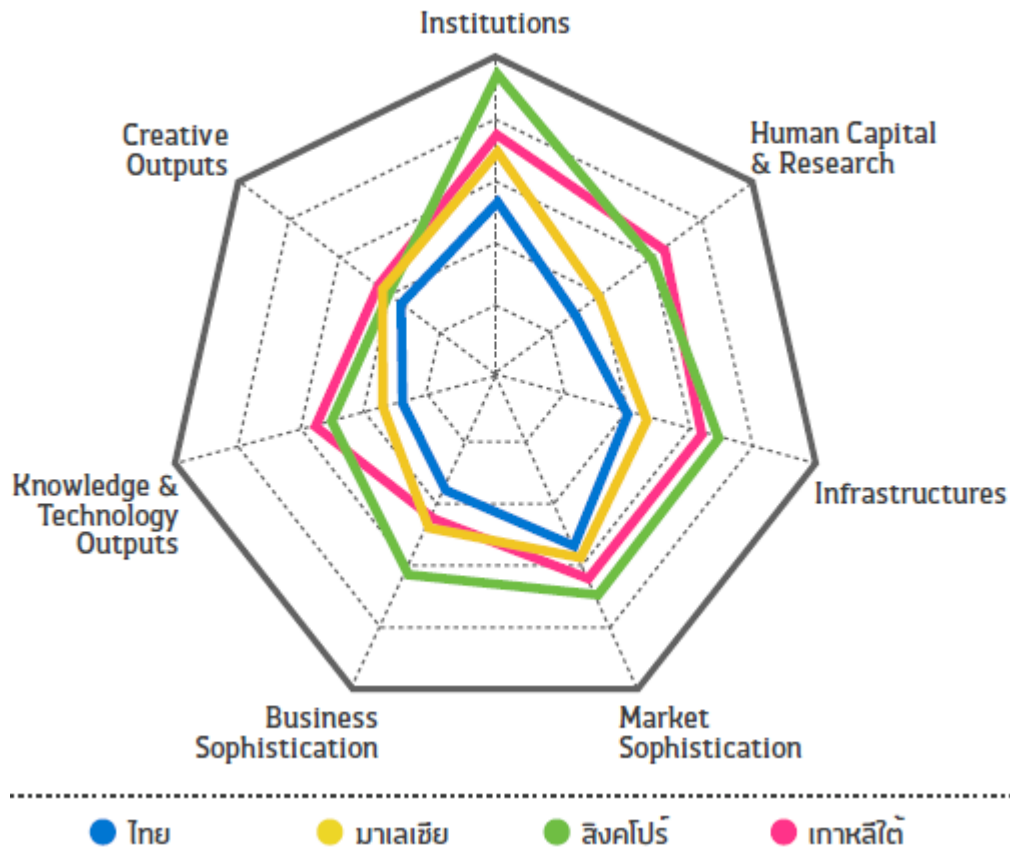


ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕.

จากผลศึกษาสรุปได้ว่าการมุ่งเน้นนวัตกรรมส่วนใหญ่เป็นนวัตกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากกว่าขบวนการผลิตหรือการให้บริการ การจัดสรรเงินลงทุนก็ถูกเทลงในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เช่นกัน เมื่อ SME ไทยได้เงินลงทุนแล้วเกือบ ๘๐% อยากพัฒนานวัตกรรมที่เป็นสิ่งใหม่ไม่คุ้นเคย มีเพียง ๑๕% เท่านั้นที่พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ให้สินค้าและมีผลตอบรับว่าเป็นสินค้าที่ไม่เคยมีมาก่อน

ดูจาก Global Innovation Index 2015 ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ ๕๕ จากจำนวน ๑๔๑ ประเทศในเรื่องของความพร้อมทางศักยภาพของนวัตกรรม เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์ที่อยู่ในอันดับ ๗ และมาเลเซียซึ่งอยู่ในอันดับที่ ๓๒

แผนภาพที่ ๓-๓ ดัชนีนวัตกรรมระดับโลก 2015
The Global Innovation Index 2015

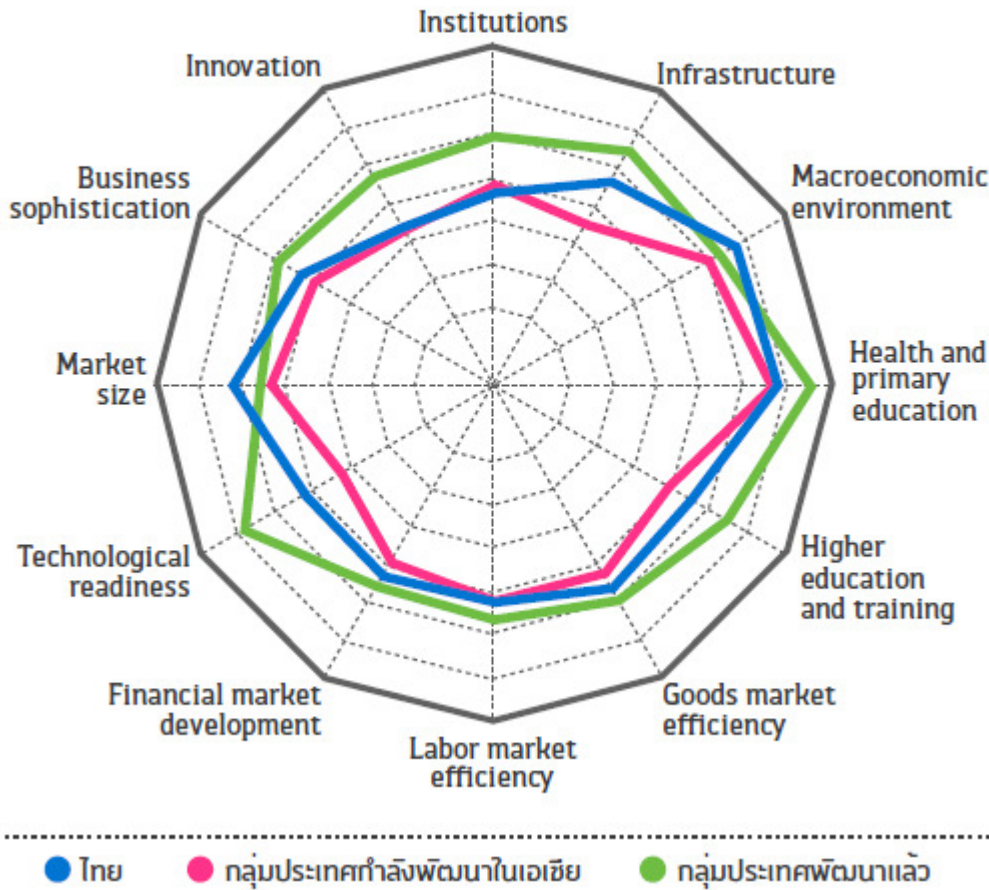


ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕.

ในด้านของขีดความสามารถในการแข่งขัน ประเทศไทยมีจุดอ่อนอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านของความพร้อมในเรื่อง Technology readiness และนวัตกรรม (Innovation) ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๕๘ และ ๕๗ จาก ๑๔๐ ประเทศ และอยู่ในลำดับที่ ๔๖ ในโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และ ๔๑ ในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ใน World Competitiveness Year Book 2014 ที่มีการจัดอันดับทั้งหมด ๖๐ ประเทศ

แผนภาพที่ ๓-๔ รายงานการแข่งขันระดับ 2015-2016

The Global Competitiveness Report 2015-2016



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕.

SME ไทยมีปัญหาและอุปสรรคมากมายในการทำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการเพิ่มผลิตภาพ และมูลค่าของสินค้าและบริการเพราะ SME ไทยยังไม่ตระหนักถึงการแข่งขันในเชิงยุทธศาสตร์ และยังคงแข่งกันที่ราคาและพัฒนาแต่การลดต้นทุน มีทั้งที่ไม่สนใจนวัตกรรมเพราะคิดว่าลดต้นทุน มีทั้งที่ไม่สนใจนวัตกรรมเพราะคิดว่าลดต้นทุนก็สามารถเพิ่มยอดขายเพราะแข่งราคาได้ บางรายก็สนใจแต่เข้าไม่ถึงเทคโนโลยีหรือไม่มีทุน และความรู้ในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาสินค้าและบริการ และทางภาครัฐซึ่งมีนโยบายช่วยเหลือ SME ก็ไม่สามารถตอบสนอง SME ด้วยการสร้างกลไกให้ SME สามารถเอานวัตกรรมที่มีการวิจัยอยู่แล้วมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้

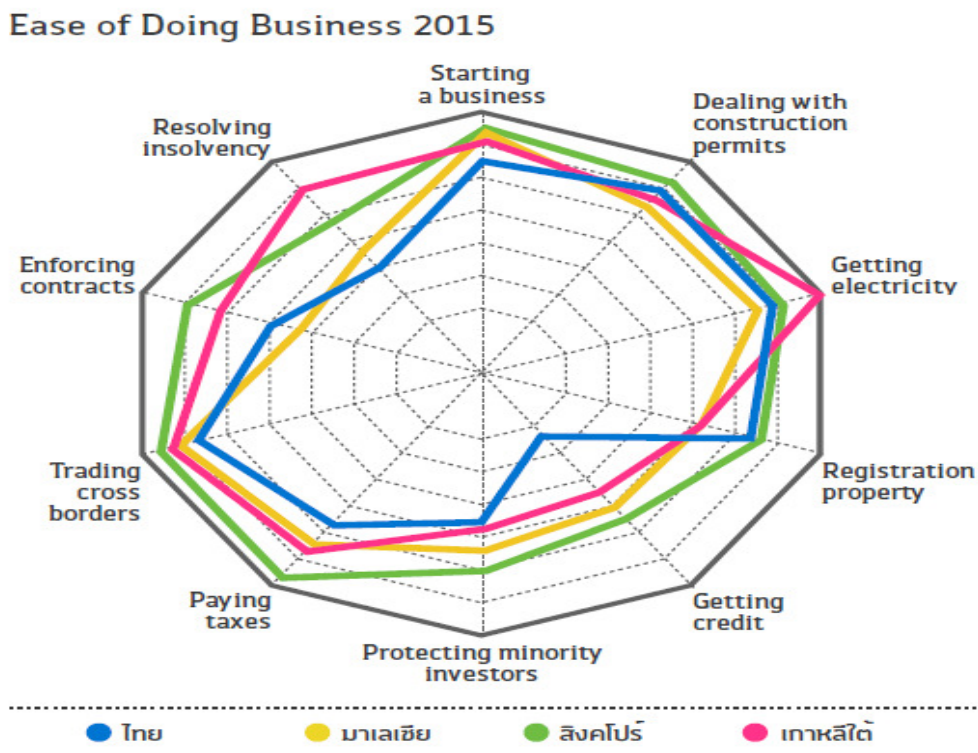
๔. อุปสรรคและปัญหาจากทางรัฐ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นอุปสรรคหนึ่งของ SME และเป็นจุดสำคัญที่ทำให้ SME ของไทยไม่สามารถเติบโตได้ กฎกติกาในการทำธุรกิจเอื้อแก่ธุรกิจใหญ่และทำให้ SME มีต้นทุนสูง และระยะเวลาที่ใช้ในการขออนุญาตทำให้ธุรกิจหลายอย่างต้องสะดุดลง จากการสำรวจของธนาคารโลกในเรื่อง Ease of Doing Business ใน ๑๘๕ ประเทศ ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๒๖ โดยมีประเด็นสำคัญที่ต้องแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้อย่างคล่องตัวคือ

- การเข้าถึงสินเชื่อ ไทยอยู่ในลำดับที่ ๘๕
- การจ่ายภาษี ไทยอยู่ในลำดับที่ ๖๒

จะเห็นได้ว่าการทำธุรกรรมและเข้าถึงบริการภาครัฐ เพื่อประกอบธุรกิจอย่างถูกต้องตรงไปตรงมา สามารถเกิดปัญหาได้ จากการประเมินไทยเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศไทยยังต้องมีการปรับปรุงระบบอีกมากมายเพื่อให้ SME เดินไปได้อย่างราบรื่น

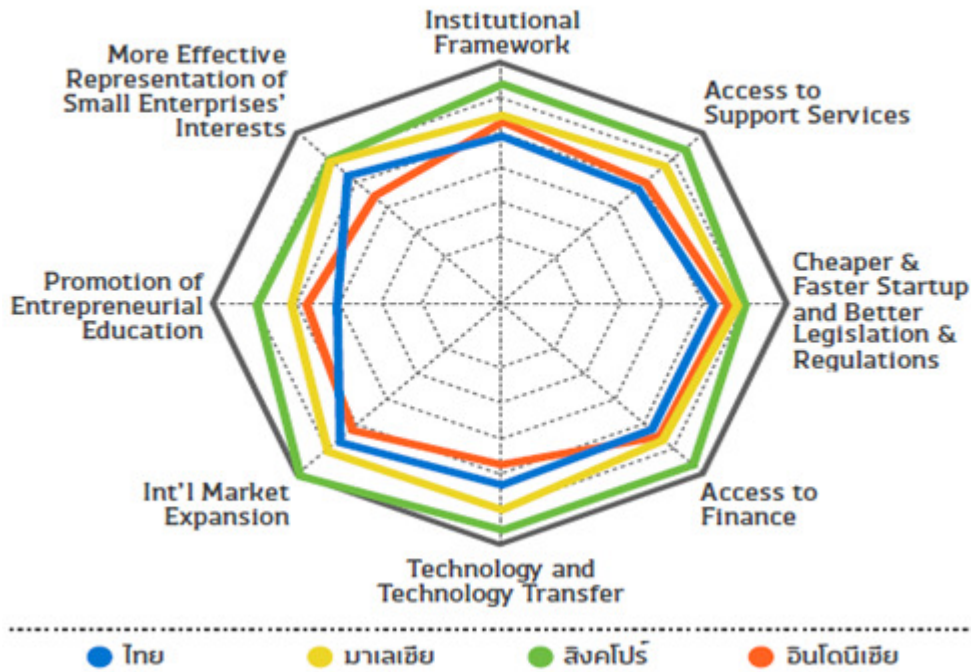
แผนภาพที่ ๓-๕ ความสะดวกในการธุรกิจ 2015



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕.

แผนภาพที่ ๓-๖ ดัชนีนโยบาย SME ของอาเซียน

ASEAN SME Policy Index 2014



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๕.

นโยบายภาครัฐในการพัฒนา SME

ทางภาครัฐตระหนักถึงความสำคัญในการช่วยเหลือ SME เพื่อให้ SME สามารถเป็นตัวขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจไทยสามารถออกจากกับดักรายได้ปานกลาง การพัฒนาเข้าสู่การนำเอานวัตกรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นต้องมีการพัฒนาอีกมาก จากบทวิเคราะห์ต่างๆจะเห็นได้ว่า SME จำนวนมากที่ต้องการความช่วยเหลือไม่ใช่เพื่อที่จะเติบโตแต่เพื่อที่จะอยู่รอดได้ รัฐบาลในทุกภาคส่วนก็มีการช่วยเหลือ SME อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานของรัฐอีกมากมาย และได้มีการจัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ภายใต้กระทรวงการคลังซึ่งมีความรับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนา SME ของประเทศไทยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทย

ทาง สสว. ได้จัดให้มีการทำวิจัยเพื่อให้เข้าถึงปัญหาและอุปสรรคที่แท้จริงของ SME ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา SME ที่ถูกทาง นโยบายสำคัญของแผน สสว. ฉบับที่ ๔ ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ มีแนวทางในการพัฒนา SME ที่น่าสนใจในหลายด้าน

๑. ปรับปรุงให้การดำเนินธุรกิจของ SME มีความสะดวกมากขึ้น (Ease of Doing Business)

ส่วนหนึ่งของปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ SME มาจากกฎระเบียบของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับ SME เช่นการขอใบอนุญาตหรือการรับรองต่างๆ ซึ่งมีขั้นตอนมากมาย มีค่าใช้จ่ายสูง และที่สำคัญใช้เวลานาน ทาง สสว. จึงมีนโยบายร่วมกับทางภาครัฐบาลในการปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ให้ทันสมัยและสนับสนุนการทำธุรกิจของ SME ให้มีมากขึ้น มีแนวทางในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานบางอย่างซึ่งไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจของ SME โดยจะมีการเพิ่มเติมและปรับปรุงในส่วนที่ขาดอยู่

๒. ส่งเสริมให้ SME มีความสามารถในการประกอบธุรกิจแบบมีอาชีพ (SMART SME)

SME ส่วนใหญ่ของประเทศไทย เป็นธุรกิจขนาดเล็กและประกอบธุรกิจในท้องถิ่นจะมีไม่มากบริษัทที่สามารถขยายงานได้ทั่วประเทศ จึงไม่แปลกที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยจึงไม่มีความสามารถในการแข่งขันในสากลด้วยขนาด และขนาดของตลาดที่ดำเนินธุรกิจอยู่ SME ส่วนใหญ่ขาดความรู้ความสามารถและไม่เห็นความสำคัญในการบริหารงานอย่างเป็นระบบ ใช้ความรู้สึกมากกว่าข้อมูลเนื่องจากไม่มีระบบรองรับการทำงาน เนื่องจากไม่ต้องแข่งขันนอกประเทศจึงไม่เห็นความสำคัญในการสร้างเสริมทักษะในการเจรจาระดับสากล ที่สุดเมื่อมองธุรกิจแคบ SME ไทยมักจะไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจระดับสากล ทั้งหมดนี้ทำให้ SME ไทยไม่มีศักยภาพและประกอบธุรกิจอย่างไม่มีประสิทธิภาพ การใช้ระบบและเทคโนโลยีก็ยังอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากไม่มีความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีสมัยใหม่ สสว. ตั้งเป้าในการพัฒนา SME ในทุกอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นภาคการเกษตรหรือเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสามารถแข่งขันในสากล ดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการแข่งขันระดับสากลได้เริ่มเข้ามาในประเทศอย่างรวดเร็วจากผลของการค้าไร้พรมแดน เทคโนโลยีสื่อสารและอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัย

๓. การพัฒนา SME รุ่นใหม่ให้ก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการที่สร้างคุณค่าและมูลค่า (High Value Startup)

การขาดความรู้ต่างๆ ของ SME ในปัจจุบันทำให้ SME ไม่สามารถที่จะสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของตนได้ทำให้การแข่งขันตกอยู่ที่ราคา เนื่องจากไม่มีความแตกต่างผลิตภัณฑ์ สสว.จึงเล็งเห็นว่าการส่งเสริม SME รุ่นใหม่นั้นควรมุ่งเน้นให้เป็น SME ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ของได้ จากความแตกต่างไม่ว่าจะเป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ (Tech Startup) หรือเป็นการสร้างสรรค์ออกแบบเพื่อสร้างความต่างและเพิ่มมูลค่า (Creative Startup) การพัฒนาในส่วนนี้

มุ่งเน้นให้ SME รุ่นใหม่มีความรู้ความสามารถประกอบธุรกิจสมัยใหม่และแข่งขันกับสากลได้โดยส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่ม Startup นี้ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนในการวิจัยพัฒนาและให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ เพื่อที่เอื้อกับรูปแบบของการประกอบธุรกิจ Startup

เพื่อให้แนวทางในการพัฒนา SME บรรลุผลในแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๔ ประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์สำคัญ ๓ ยุทธศาสตร์ด้วยกัน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น

เป็นการเน้นการพัฒนา SME ที่เป็นประเด็นปัญหา (Issue – based) ของการเติบโตของ SME และเป็นข้อจำกัดของการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME โดยมีการพัฒนาทักษะความสามารถและสร้างระบบนิเวศ (Eco System) ที่เอื้อต่อการเติบโตและสร้างความเข้มแข็งให้กับ SME ยุทธศาสตร์นี้ประกอบไปด้วย ๔ กลยุทธ์ คือ

๑. ยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม: การช่วยเหลือ SME จะมุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพของ SME โดยมีการให้ความรู้และสนับสนุน SME ให้มีการใช้เทคโนโลยีมาพัฒนาธุรกิจมากขึ้น มีการส่งเสริมด้านนวัตกรรมและการต่อยอดของนวัตกรรม เพื่อนำออกสู่ตลาดและปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่โดยใช้นวัตกรรมเพื่อนำไปสู่เชิงพาณิชย์ได้ ทาง สสว. ยังได้มีการดำเนินการของการจดสิทธิบัตร ปรับปรุงฐานข้อมูลของผลงานการวิจัยและความเชี่ยวชาญของหน่วยงานต่างๆที่สามารถเป็นองค์ความรู้ของ SME เพื่อให้เข้าถึงบริการได้อย่างสะดวกมากขึ้น และสามารถนำมาใช้งานได้จริง

๒. ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน: ปัญหาของการเข้าถึงแหล่งเงินทุนนั้น ส่วนหนึ่งมาจากกฎกติกาที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการกู้ยืมของ SME แต่อีกส่วนหนึ่งก็มาจาก SME เอง ซึ่งไม่สามารถทำงานอย่างเป็นระบบและมีความโปร่งใสตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทาง สสว.จึงจัดให้มีการอำนวยความสะดวกในเรื่องขั้นตอนของการเข้าถึงสินเชื่อในขณะเดียวกันก็ช่วยเสริมสร้างพื้นฐานด้านการเงินให้ SME เพื่อที่จะดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

๓. ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล: ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ SME ไม่สามารถเข้าถึงตลาดได้คือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางการตลาดโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ทาง สสว.จึงมีนโยบายส่งเสริม SME ให้เข้าถึงตลาดภาครัฐซึ่งมีศักยภาพในการจัดซื้อจัดจ้างในจำนวนมาก มีการสนับสนุน SME ให้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาเพิ่มสัดส่วนของการตลาดและเพิ่มตลาดใหม่ให้กับ SME การสนับสนุนและพัฒนาให้ SME สามารถเข้าถึงสนามแข่งขันในเวทีการค้าต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นพัฒนา SME ที่มีการส่งออกพร้อมทั้งให้การสนับสนุน SME ให้ไปลงทุนในต่างประเทศ

๔. พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ: กลยุทธ์ที่ ๔ นี้เน้นการสร้างความตระหนักและแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รวมทั้งเตรียมความพร้อมครบเครื่องให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ทั้งด้านทักษะและองค์ความรู้

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม

ที่ผ่านมาการช่วยเหลือ SME ดำเนินการโดยไม่มีการคัดกรองความต้องการของความช่วยเหลือในแต่ละกลุ่ม ถึงแม้ความช่วยเหลือจะลงไปถึง SME จำนวนมากแต่ก็ไม่ได้ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ทาง สสว. จึงมีการปรับปรุงกลยุทธ์ดังนี้

๑. สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup): จัดให้มีการพัฒนาที่สามารถมีมูลค่าได้สูงโดยผ่านกระบวนการบ่มเพาะ และการอบรมเชิงลึกเพื่อให้มีขีดความสามารถดำเนินธุรกิจสู่เป้าประสงค์ได้อย่างยั่งยืน มีการสนับสนุน การดำเนินงานของ Startup Accelerator ให้มีศักยภาพมากขึ้นเพื่อที่จะรองรับ High Value Startup ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งมีการส่งเสริมให้มีศูนย์บ่มเพาะ ศูนย์บริการด้านการออกแบบ และความคิดสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริม High Value Startup รวมไปถึงการจัดหาแหล่งเงินทุน ปรับปรุงกฎระเบียบและกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการกลุ่มนี้ให้เหมาะสมและครบวงจร

๒. ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายของ SME: มีแนวในการพัฒนา SME โดยการรวมกลุ่ม SME เป็นคลัสเตอร์เพื่อสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมพร้อมทั้งเชื่อมโยงให้ SME เข้ากับห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจรายใหญ่ และส่งเสริมการพัฒนาองค์กรเอกชนให้เข้มแข็ง

๓. พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง: วิสาหกิจฐานรากเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจที่มองข้ามไม่ได้ การส่งเสริมให้วิสาหกิจฐานรากมีความรู้ในการประกอบธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อต่อยอดธุรกิจ และการส่งเสริมให้เข้าถึงตลาดท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาให้มีการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้เป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับวิสาหกิจฐานราก

นอกจากการพัฒนาและส่งเสริมตัว SME เองแล้ว ทาง สสว. ก็กำหนดให้มีการพัฒนากลไกในการขับเคลื่อนเพื่อให้การส่งเสริมเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมี ๒ กลยุทธ์ด้วยกัน ดังนี้

1. พัฒนาส่งเสริมเครื่องมือ SME ให้มีประสิทธิภาพ: สนับสนุนให้ SME เข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้และพัฒนาต่างๆ ที่มีผลในการเพิ่มประสิทธิภาพของ SME โดยผ่านศูนย์บริการข้อมูลเปิดให้มีการสนับสนุนการบริการข้อมูลต่างๆ ผ่านภาคเอกชน (Private Service Provider) ให้มากขึ้น พัฒนาระบบให้บริการด้านที่ปรึกษา นักวินิจฉัย พี่เลี้ยงทางธุรกิจ และจัดการติดตามการประเมินผล

ประกอบการของ SME ที่ได้รับความช่วยเหลือ รวมถึงการพัฒนายกระดับมาตรฐานของ SME และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ซึ่งเอื้อกับการพัฒนา SME ให้เป็นระบบและวัดผลสำเร็จได้

2. ทบทวน ปรับปรุง กฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME: เปิดให้มีการทบทวนกฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ที่มีผลกระทบกับการดำเนินงานของ SME และเป็นอุปสรรคกับการเจริญเติบโตของ SME พร้อมทั้งกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับ SME ในรูปแบบต่างๆ

สรุป

การเปลี่ยนผ่านของ SME ไปสู่ Smart SME ในบริบทของ Thailand 4.0 นั้น มีทั้งปัจจัยภายในองค์กรของ SME เอง ที่ยังไม่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก มุมมองทางธุรกิจที่แคบและจำกัดอยู่ในประเทศ การเข้าถึงข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อการดำเนินธุรกิจมีน้อย การเข้าถึงระบบเงินทุนเป็นไปได้ยาก ส่วนหนึ่งมาจากกฎกติกาของทางธนาคารที่ไม่เอื้อต่อ SME แต่อีกส่วนหนึ่งก็เป็นความไม่เป็นมืออาชีพของ SME เอง และความไม่โปร่งใสที่ไม่ทำให้เกิดความเชื่อถือซึ่งเป็นฐานของการทำธุรกิจที่สำเร็จและยั่งยืน

ปัจจัยภายนอกเช่น การเข้าถึงบริการของรัฐและขั้นตอนที่สลับซับซ้อนใช้เวลานานทางรัฐก็มีนโยบายที่จะปรับปรุงเช่นกัน และการเข้ามาดูแลอย่างใกล้ชิดของรัฐในนามของ สสว. ถือว่าเป็นโอกาสที่ดี SME จะสามารถปรับตัวเข้าสู่ยุคใหม่ได้มากขึ้น

บทที่ ๔

ผลวิเคราะห์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

ในการก้าวสู่ Thailand 4.0

การจัดทำรายงานในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ คือ ๑. เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจนโยบาย Thailand 4.0 ที่มีต่อการขับเคลื่อน SME ไทย ๒. เพื่อแสวงหาปัญหาที่บังจัยภายนอกและภายในที่มีผลต่อ SME เพื่อนำไปสู่โมเดลที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อน SME ไทยสู่เป้าหมายของนโยบาย Thailand 4.0 ๓. เพื่อเสนอแนะแนวความคิดและโมเดลการพัฒนา SME ไทยเพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0 อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ประเทศไทย และผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจนโยบาย Thailand 4.0 ที่มีต่อการขับเคลื่อน SME ไทย สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

เนื่องจากบริบทของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง ทำให้ประเทศไทยตกอยู่ในภาวะความเสี่ยงที่มองเห็นและมองไม่เห็น ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องดำเนินการปฏิรูปประเทศโดยการผลักดันนโยบาย Thailand 4.0 โดยมุ่งหวังว่านโยบาย Thailand 4.0 จะนำพาประเทศ ออกจากกับดักรายได้ปานกลางและเข้าสู่ประเทศที่มีรายได้สูงและเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในที่สุด โดยการขับเคลื่อนนี้มีกลไกสำคัญ อันได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

จากข้อมูล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี ๒๕๕๕ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีสัดส่วนในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ถึงร้อยละ ๓๕.๖ มีมูลค่า ๕,๒๑๒,๐๐๔ ล้านบาท โดยจำแนกอยู่ในกิจกรรมภาคการค้าร้อยละ ๒๗.๕ และภาคบริการร้อยละ ๔๑.๓ และ SME ยังก่อให้เกิดการจ้างงานถึง ๑๐,๕๐๑,๑๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๐.๓ ของการจ้างงาน ทั้งหมด และจากการทบทวนนโยบาย Thailand 4.0 ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างเศรษฐกิจฐานคุณค่า (Valued-based Economy) โดยให้ความสำคัญต่อการยกระดับ SME ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไปจากเดิม

โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ผนวกกับการพัฒนาบุคลากรผู้ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ และเป็นแรงงานในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งเป้าหมายของนโยบาย Thailand 4.0 นั้น กล่าวไว้ว่า SME ดั้งเดิม (Traditional SME) ต้องยกระดับตัวเองสู่ SMART Enterprise ซึ่ง SMART Enterprise ในที่นี้ หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่ก้าวสู่ธุรกิจยุคใหม่ โดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้กับองค์กร และ SMART Enterprise นั้นต้องเปลี่ยนผันตัวเองสู่ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise: IDE) ในที่สุด

พร้อมกันนั้น ประเทศไทยต้องสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise: IDE) เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ เพื่อเป็นกลจักรที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพราะ ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise: IDE) นั้นมีโอกาสดในการเติบโตแบบก้าวกระโดดและขยายตลาดในระดับภูมิภาคและระดับโลกได้ ซึ่งกลุ่ม IDE นี้ได้แก่ กลุ่มอาหารและเทคโนโลยีชีวภาพ (Food Tech), กลุ่มสาธารณสุขและเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health Tech) กลุ่มดิจิทัลเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Robo Tech) กลุ่มเทคโนโลยีทางการเกษตร (Agri Tech) กลุ่ม E-Commerce กลุ่มเทคโนโลยีทางการเงิน (Fin Tech) และกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและการบริการที่มีมูลค่าสูง

ตามนโยบาย Thailand 4.0 นั้น กลุ่ม ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยจุดแข็งของประเทศไทย ๒ ด้าน ด้านที่หนึ่งคือ ความหลากหลายเชิงชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันนำไปสู่ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ เกษตรอาหาร สมุนไพร พลังงานชีวภาพ ท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม และอีกด้านคือ การมีจิตวิญญาณของการให้บริการ หรือ Service Culture อันนำไปสู่ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ บริการสุขภาพและการแพทย์ บริการเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ธุรกิจดิจิทัล และอุตสาหกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น

ในนโยบาย Thailand 4.0 มุ่งยกระดับ SME ดั้งเดิมสู่ SMART Enterprise และ กลุ่ม SME ที่เป็น SMART Enterprise ต้องเปลี่ยนตัวเองสู่ IDE หรือธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise) กล่าวโดยสรุปการก้าวสู่ Thailand 4.0 นั้น SME จำต้องปรับเปลี่ยนตัวเอง โดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้กับองค์กร และมุ่งแสวงหาโอกาสเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม พร้อมไปกับการสร้างบุคลากรให้มีแนวคิดกล้าคิด กล้าทำ และอดทนต่อการเรียนรู้และความล้มเหลว พร้อมกับการมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจอย่างท่วงแท้ และรู้วิธีการแสวงหาธุรกิจใหม่แบบ IDE เพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ เพื่อแสวงหาปัญหาทั้งปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลต่อ SME เพื่อนำไปสู่โมเดลที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อน SME ไทยสู่เป้าหมายของนโยบาย Thailand 4.0 สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

ด้วยบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป มีเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่การดำเนินชีวิตจนถึง การดำเนินธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้มีผลเชิงบวกต่อผู้ที่สามารถปรับตัวได้ และสร้างคุณค่าทาง ธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี และในทางตรงกันข้าม ธุรกิจที่ไม่สามารถปรับตัวกับบริบทที่ เปลี่ยนแปลงได้นี้ จะถึงจุดล่มสลายในที่สุด ปรากฏการณ์นี้ เกิดขึ้นกับทุกประเทศ บางประเทศ สามารถปรับตัวได้ดี มีมาตรการรองรับ และมีแผนการให้การสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจ SME ได้ดี บางประเทศก็ยังคงตามหลังการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้มีผลกระทบต่อขีดความสามารถใน การแข่งขันของธุรกิจไทยในบริบทสากล และ การทำธุรกิจแบบสากลนี้ ไม่ใช่เพียงการลงทุนหรือ การค้าที่ดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ แต่ขณะนี้เป็นการดำเนินธุรกิจแบบไร้พรมแดน (Borderless) ที่ สร้างความสะดวกรวดเร็ว โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจและองค์กร

ซึ่งนโยบาย Thailand 4.0 และการนำแนวทางของ Thailand 4.0 มาปรับใช้กับการ ส่งเสริมธุรกิจ SME นั้น ทางสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ได้ให้ความเห็นว่า การส่งเสริมธุรกิจ SME ในบริบท Thailand 4.0 ควรเป็นการส่งเสริมธุรกิจที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบ หรือ หมายถึง คัดเลือกกลุ่มธุรกิจ SME ที่มีจุดแข็งและโอกาสในการแข่งขัน และนำความได้เปรียบนั้น นำมาพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นั่นคือ การนำเอาความ ได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) มาเป็นความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) มาเป็นหัวใจของการขับเคลื่อน SME ไทยสู่ Thailand 4.0 ซึ่งประเทศไทย มีความได้เปรียบอย่างโดดเด่นใน ๒ ด้าน

๑. ความหลากหลายทางชีวภาพ และความหลากหลายด้านวัฒนธรรม ที่จะสามารถ สร้างสรรค์สู่ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ เกษตร อาหาร สมุนไพร พลังงานชีวภาพ ท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม

๒. จุดแข็งของการมีจิตวิญญาณของการให้บริการ หรือ Service Culture อันนำไปสู่ ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ บริการสุขภาพและการแพทย์ บริการเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ธุรกิจดิจิทัล และอุตสาหกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น

ทางหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (จากการสัมภาษณ์ คุณกสินท์ สารสิน ประธานหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย) จึงมีนโยบายผลักดันการดำเนิน ธุรกิจที่สามารถนำความได้เปรียบทั้งสองนี้มาใช้ โดยมุ่งเน้นคุณค่าทั้งห่วงโซ่ (Value Chain) นั่นคือ

๑. มุ่งเน้นภาคการค้าการลงทุน มุ่งเน้นการส่งเสริมธุรกิจให้มีการค้าการลงทุนในระดับสากล

๒. มุ่งเน้นภาคการเกษตรและอาหาร ซึ่งปัจจุบันสร้างรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก

๓. มุ่งเน้นการท่องเที่ยวและการบริการ ให้มีนโยบายช่วยการท่องเที่ยวในทุกระดับ รวมถึงมีการรณรงค์ให้ ๑ หอการค้าจังหวัดดูแลอย่างน้อย ๑ การท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้มีการกระจายรายได้

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาปัญหาภายนอกที่มีต่อการขับเคลื่อนนวัตกรรมภายในประเทศไทย ประเทศไทยยังติดปัญหาทางเชื่อมโยงการค้าและการส่งเสริมระหว่างหน่วยงาน อาทิเช่น ทูตวิจัยทางนวัตกรรมที่ส่งเสริมให้คณาจารย์ในมหาวิทยาลัยฯ ขอรับทุนเพื่อทำการวิจัย ไม่เชื่อมต่อกับทูตสตาร์ทอัพ ทำให้การวิจัยนั้นไม่ต่อยอดซึ่งกันและกัน ทุนสนับสนุนพัฒนานวัตกรรมไม่ครอบคลุมถึงขั้นตอนการยื่นขอ อย. และ สมอ. ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงสำหรับสตาร์ทอัพ และการให้สิทธิแก่บริษัทเอกชนในการได้รับการยกเว้นภาษี ๓๐๐% สำหรับการลงทุนในงานวิจัย จัดจ้างมหาวิทยาลัยฯ ในการดำเนินการวิจัยนั้น ไม่สามารถลดหย่อนได้ เนื่องจาก มหาวิทยาลัยฯ ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่มของกรมสรรพากร อีกทั้งการดำเนินการพัฒนานวัตกรรมร่วมรัฐและเอกชนนั้น ยังขาดบุคลากรที่เป็นผู้บริหารงานวิจัยและที่ปรึกษาทางกฎหมายที่จะมาสนับสนุนกระบวนการดำเนินงานการพัฒนาวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้จริงและรวดเร็ว และ พรบ.ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม ยังไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ตัวอย่างนี้เป็นปัญหาของการขับเคลื่อนในเชิงปฏิบัติการ ซึ่งภาครัฐต้องลงมาปลดล็อกในเรื่องเหล่านี้ ให้เกิดความง่ายและสะดวกต่อการพัฒนานวัตกรรมและการดำเนินธุรกิจ

และในส่วนของการส่งเสริม SME การต่อยอดธุรกิจ หน่วยงานยังไม่มีแผนบูรณาการกันอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้มีความหลากหลายในการอบรม การช่วยเหลือ และการสนับสนุนในด้านต่างๆ สร้างความสับสนให้กับผู้ประกอบการ SME ในการเข้ารับบริการจากภาครัฐ ซึ่งหากมีการจัดระดับการอบรมและให้การสนับสนุน SME ในแต่ละระดับพร้อมกับจัดโปรแกรมส่งเสริมที่ตรงต่อความต้องการและผลักดันให้ SME เติบโตอีกระดับจะสร้างประโยชน์อย่างยิ่ง อีกทั้งการวัดผลของกิจกรรมส่งเสริมควรวัดผลที่ผลลัพธ์เป็นเป้าหมายหลักของกิจกรรมเป็นสำคัญ

และการอบรมให้กับผู้ประกอบการ SME ที่จัดโดยภาครัฐ เน้นการอบรมในการบริหารธุรกิจที่เป็นเชิงเทคนิคในด้านต่างๆ อาทิ การอบรมการจัดทำบัญชี กลยุทธ์ด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าและบริการ ฯลฯ แต่ขาดการอบรมด้านจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ที่เป็นทักษะพื้นฐานที่ให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติเชิงบวกในการดำเนินธุรกิจ

ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ SME พบว่าปัญหาและอุปสรรคของ SME คือ ไม่มีความชัดเจนในเป้าหมายของธุรกิจตัวเอง ไม่รู้ จุดแข็งความสามารถของตนเอง และไม่รู้ว่าจะจริงๆตนเองนั้นมีปัญหาในการพัฒนาธุรกิจที่จุดใด ทำให้ไม่สามารถสร้างนวัตกรรมมาต่อยอดให้กับธุรกิจตนเองได้ ดังนั้นสิ่งที่พบในปัจจุบันคือ SME ดำเนินธุรกิจโดยไร้ทิศทาง มุ่งแข่งขันธุรกิจด้วยการใช้กลยุทธ์ทางราคาเป็นหลัก โดยไม่ได้สร้างความเข้มแข็งจากสินค้าหรือบริการจากธุรกิจของตนเอง และในส่วนของกลยุทธ์การบริหารงานของ SME พบว่า ยังขาดการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ที่จะสามารถบริหารต้นทุนและทำแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังขาดการสอบถามข้อมูลและเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจตนเอง และขาดกลยุทธ์และการวางแผนทางการตลาด ขาดกลยุทธ์การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างคุณค่าทางองค์กร

และด้วยปัญหาของ SME ที่ไม่รู้จุดแข็งและทิศทางของตนเอง ประกอบกับกิจกรรมที่มุ่งพัฒนา SME นั้น มุ่งเน้นพัฒนาทักษะทางด้านกลยุทธ์ในการสร้างความสามารถแข่งขันเป็นสำคัญ แต่ขาดการสร้างรากฐานของการสร้างความเข้มแข็งจากภายในนั้น ทำให้ SME ขาดจุดเริ่มต้นที่แข็งแรง และจุดเริ่มต้นหรือรากฐานของธุรกิจนั้น ต้องเริ่มจากฐานทางความคิด (Mindset) ของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ

รากฐานนี้ คือ การน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ๓ ห่วง และ ๒ เงื่อนไข ได้แก่ องค์กรประกอบที่หนึ่ง “ความพอประมาณ” สอง “ความมีเหตุผล” และ สาม “การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว” ส่วน ๒ เงื่อนไข คือ ความรู้และคุณธรรม

“ความพอประมาณ” หมายถึง การสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ โดยการปรับตัวให้เข้าสภาพแวดล้อมและยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง นั้นหมายถึงต้องมีความเข้าใจในสภาพตลาดและจุดยืนขององค์กรของตนเอง ความพอประมาณในที่นี้มิใช่การปฏิเสธการเจริญเติบโตหรือการขยายกิจการ แต่ความพอประมาณในที่นี้ คือ การมีความรับผิดชอบต่อการสร้างความเติบโตให้แก่องค์กร โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า ลงทุนไม่เกินตัว “ความมีเหตุผล” หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ สิ่งนี้คือ การบริหารองค์กรธุรกิจ ที่มุ่งการบริหารอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส รับผิดชอบต่อหน้าที่และผลกระทบของตนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร (Stakeholder) และ “การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว” หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล ซึ่งหมายถึง การบริหารความเสี่ยง ทั้งสามห่วงนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้และ

คุณธรรม “เงื่อนไขความรู้” หมายถึง ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นตอนปฏิบัติ ธุรกิจไม่เพียงแต่มีความทักษะในการบริหารแบบวันต่อวัน แต่ต้องแสวงหาความรู้ใหม่ๆ จากลูกค้า ตลาด และผู้ที่มีประสบการณ์ “เงื่อนไขคุณธรรม” ที่จะต้องเสริมสร้าง ประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญา ซึ่งคุณธรรมนี้ความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อธุรกิจ และต่อการดำเนินธุรกิจกับคนภายนอก ซึ่ง ๓ หัวง และ ๒ เงื่อนไข จะทำให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการบริหารและพัฒนาในทุกกระดับ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นรากฐานของการสร้างความเข้มแข็งจากภายในนั้น ที่จำต้องฝังอยู่ในจิตสำนึกของผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนี้ จะช่วยสร้างความชัดเจนในเป้าหมาย อีกทั้งสามารถปรับใช้ได้กับบริบทที่แตกต่างกันได้เหมาะสม มีแนวปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน ทำให้การขับเคลื่อนเกิดพลัง และ ทำให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน

ซึ่ง ดร.ศิริกุล เลากัยกุล ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด เป็นผู้หนึ่งที่อุทิศตนเข้าร่วมพัฒนา SME ไทยให้ก้าวไปในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ได้ให้ความคิดเห็นต่อ Thailand 4.0 และ SME ว่า “การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่โลกอนาคต เราต้องคำนึงถึงความแตกต่างของ SME ในหลายระดับ รวมถึงความสามารถในการขับเคลื่อนองค์กรไปให้ถึงเป้าหมาย 4.0 โดยมุ่งเป้าที่ความยั่งยืนของธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ ไม่ใช่การเจริญเติบโตเชิงตัวเลขเพียงด้านเดียว ซึ่งการปิดช่องว่างระหว่างความยั่งยืนและการเติบโตทางธุรกิจนั้น สามารถทำได้โดยการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวคิดในการสร้างรากฐานของธุรกิจ และโดยนำคำว่า “พอ” และต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์โดยมุ่งหวังว่าเป้าหมายของธุรกิจคือการสร้างสิ่งดีให้องค์กรและสังคม” ซึ่งต้องเริ่มด้วยตัวบุคคล ฐานความคิดของผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจ

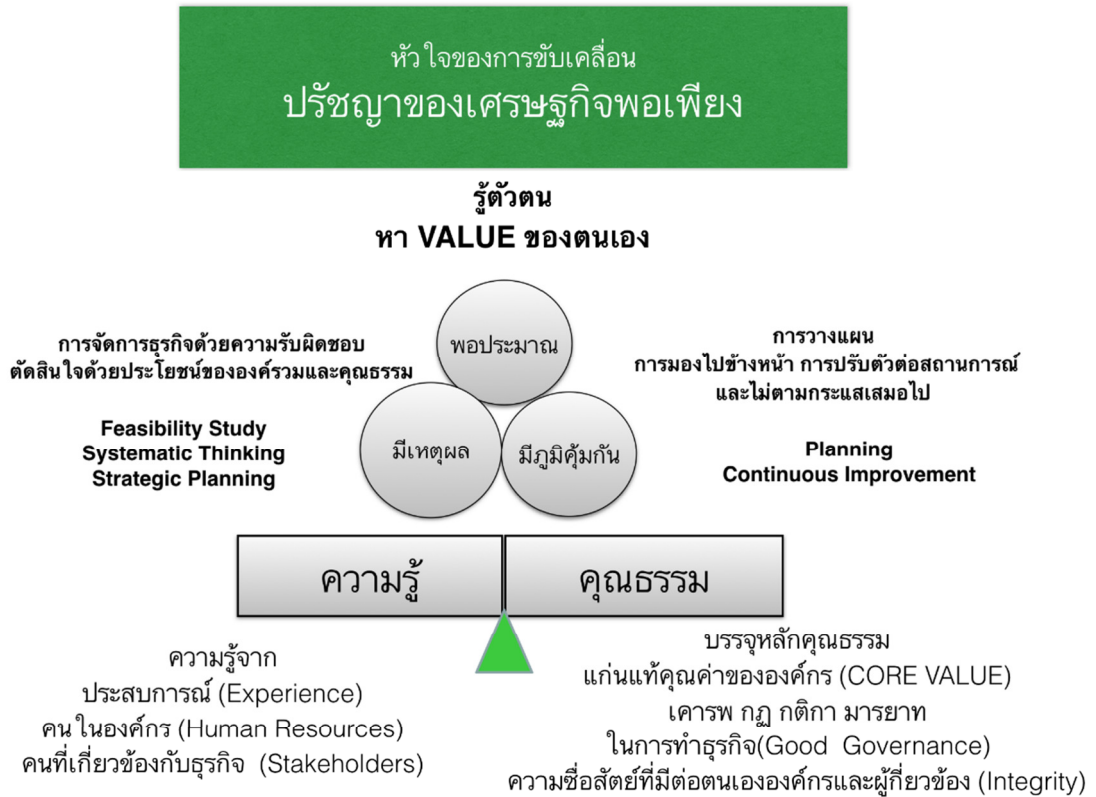
ซึ่งอธิบายเนื้อหาของการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ได้ดังนี้ “พอ” มาจากการหาตัวตนของตนเอง รู้จักตนเพื่อประมาณตนได้ ในทางธุรกิจหมายถึงการรู้จักธุรกิจตนเองให้ถ่องแท้และรู้ศักยภาพธุรกิจของตน เพื่อหาจุดแข็งของตนเองและต่อยอดสร้างกลยุทธ์พัฒนาธุรกิจตนเองให้แข็งแกร่ง ต่อมา “มีเหตุผล” เป็นเรื่องของการวางแผนกลยุทธ์ ความคิดต้องมีเหตุมีผลมีความเป็นไปได้ นั่นหมายถึง พิจารณาตัดสินใจในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจ ลงทุนในธุรกิจ ต้องมีการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจมากกว่าการตัดสินใจบนความรู้สึก กล่าวคือ ต้องดำเนินการจัดการธุรกิจด้วยความรับผิดชอบตัดสินใจด้วยประโยชน์ขององค์กรรวมและคุณธรรม เมื่อได้ธุรกิจแล้วก็ต้องสร้างภูมิคุ้มกันให้กับธุรกิจตนเอง โดยการวางแผน และการจัดการและบริหารความเสี่ยงซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการรับมือต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ซึ่งภูมิคุ้มกันนี้ คือ การปรับปรุงและ

พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ส่วน ๒ เงื่อนไข คือการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้อยู่ระดับพอเพียง นั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน ประกอบไปด้วย “เงื่อนไขความรู้” หมายถึง ความรอบรู้ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ซึ่งมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และองค์ความรู้ของคนในองค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้อง ความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นตอนปฏิบัติ “เงื่อนไขคุณธรรม” ที่จะต้องเสริมสร้าง ประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญา

ดร. ศิริกุล เลากัยกุล ได้อธิบายเพิ่มเติม ในการประยุกต์นำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ปรับใช้ในองค์กร ไว้ว่า การสร้างความสมดุลและยั่งยืนในการบริหารและพัฒนาในทุก ระดับ องค์กรเองจะยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อมีธรรมาภิบาล หรือ บรรษัทภิบาล (Corporate Governance) หรือการดูแลกิจการที่ดี ซึ่งแก่นเนื้อหาของธรรมาภิบาลองค์กรนั้น มาจากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง แนวทางเป้าหมายขององค์กรมุ่งสร้างให้องค์กรมีความดี อันเป็นรากฐานแห่งความยั่งยืนของกิจการซึ่ง ๓ หัวง และ ๒ เงื่อนไข จะทำให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการบริหารและพัฒนา ในทุกระดับ และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนี้ จะช่วยสร้างความชัดเจนในเป้าหมาย อีกทั้งสามารถปรับใช้ได้กับบริบทที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม มีแนวปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน ทำให้การขับเคลื่อนเกิดพลัง และพัฒนาธุรกิจด้วยความสมดุลและเติบโตยั่งยืน สามารถสรุปตามภาพด้านล่างนี้

แผนภาพที่ ๔-๑ โมเดลหัวใจการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



กล่าวโดยสรุปว่าการสร้างความเข้มแข็งจากภายในที่องค์กรธุรกิจนั้น ต้องน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเริ่มที่ฐานความคิด (Mindset) เปรียบเสมือนสมองและหัวใจของธุรกิจ และพัฒนาทักษะ (Skill Set) ที่เปรียบเสมือนแขนขา ที่จะทำให้เราเคลื่อนไหวได้คล่องตัวพร้อมกันนี้ต้องหาเครื่องมือ (Tool Set) ที่จะมาช่วยในการขับเคลื่อนในบริบทต่างๆ เพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนที่มีพลังกำลังและมีความเร็วมากขึ้น และเมื่อสร้างความเข้มแข็งจากภายในแล้ว ต้องนำพาตนเองสู่การเชื่อมโยงโลกภายนอก โดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมและตอบโจทย์ต่อตลาดภายนอก

และหลักการแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนั้น ยังเน้นให้องค์กรธุรกิจรู้จักแบ่งปัน นั่นคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility) หลายนกรณีศึกษาขององค์กรธุรกิจที่ได้นำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการมาประยุกต์ใช้ ตัวอย่างบริษัทกลุ่มมิตรผล ที่ได้นำหลักการนี้ในการช่วยเหลือชาวไร่อ้อย และบรรจุเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ในปรัชญาองค์กร เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกระดับ

และเพื่อให้มีตัวอย่างของการนำไปใช้ของโมเดลการขับเคลื่อนนี้ จึงได้วิเคราะห์ส่วนของกระบวนการพัฒนา SME ภาคการค้าและส่วนของกระบวนการพัฒนา SME การบริการ เพื่อ

เป็นประโยชน์ต่อ SME ที่อยู่ในธุรกิจภาคการค้าและบริการ ที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจตนเอง

ในการพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่เอง ได้มีการบรรจุเรื่องของการแบ่งปันและการรับผิดชอบต่อสังคม ดังที่ รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ผู้ซึ่งอุทิศตนใน การสร้างผู้ประกอบการไทย ได้อธิบายไว้ว่า ผู้ประกอบการต้องมีใจแบบพอเพียงและมีใจช่วยเหลือสังคม จากตัวอย่างมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จัดแข่งแผนธุรกิจ Social Global Ventures Competition (GSVC) แผนธุรกิจที่เข้าการประกวดจะต้องเป็นธุรกิจใหม่ที่สามารถแก้ไขปัญหาสังคม หรือสิ่งแวดล้อม ต้องสามารถวัดมูลค่าของการแก้ปัญหาเหล่านั้นออกมาได้ ธุรกิจสามารถสร้างผลตอบแทนทางการเงินอย่างยั่งยืน ที่ผ่านมา โครงการ GSVC ได้สร้างธุรกิจเพื่อสังคมมากกว่า ๒๐๐ โครงการทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นโครงการสาธารณสุข การศึกษา สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี พลังงานทดแทน ฯลฯ โดยตัวอย่างสินค้าของผู้ผ่านการเข้ารอบการแข่งขันจากไทย และตอนนี้ได้พัฒนาจากแผนธุรกิจเป็นสินค้า ได้แก่ กล่องดินสอ อุปกรณ์วาดรูปสำหรับนักเรียนตาบอด โดยไอเดียของผู้ประกอบการคนนี้ คือ ต้องการช่วยฝึกทักษะและสร้างความสุขให้กับคนตาบอด จึงสร้างสินค้านี้ขึ้นมา และจะมีอีกหลายอย่างเกิดขึ้นเพื่อสังคม ด้วยแนวคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นหัวใจที่สำคัญของกระบวนการแนวความคิดของ Thailand 4.0 และเป็นแนวทางที่จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตไปได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

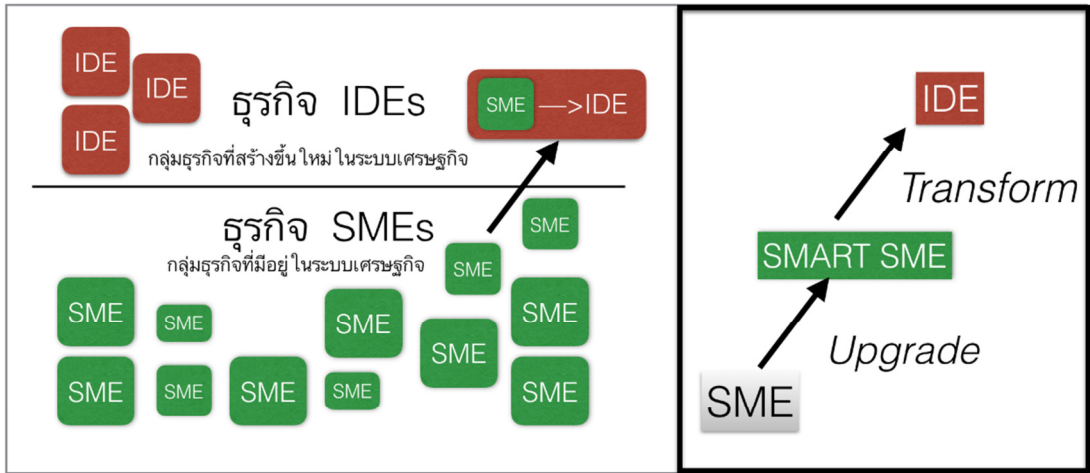
โมเดลการขับเคลื่อน SMEs คู่ Thailand 4.0

จากการทบทวน นโยบาย Thailand 4.0 ที่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างเศรษฐกิจฐานคุณค่า (Valued-Based Economy) และได้วางทิศทางในการสร้างสังคมผู้ประกอบการขึ้นนั้น นโยบายมีเป้าหมายในการยกระดับ SMEs ในปัจจุบันไปสู่การเป็น SME ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งหมายถึงการยกระดับจาก SME ให้เป็น IDE (Innovation-Driven Entrepreneur) ตามที่รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ ได้ให้คำจำกัดความคำว่า IDE คือ Innovation-Driven Entrepreneur หรือ ผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

โดยรากแก้วทางเศรษฐกิจที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 นี้คือ SMEs ซึ่งการขับเคลื่อนนี้สามารถแบ่งได้ ๒ ทาง ทางที่หนึ่งคือ ขับเคลื่อน SME เดิมที่อยู่ในระบบเศรษฐกิจให้เป็น SMART SME คือการเริ่มนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในองค์กร เพื่อสร้างความเข้มแข็งและขับเคลื่อนองค์กรสู่อีกระดับ และขับเคลื่อนกลุ่มของ SMART SME ให้เป็น IDE คือการก้าวสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ ในตลาดใหม่ เพื่อสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดดและขยายตลาดระดับโลก และอีกทางเลือกคือ มุ่งสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม หรือ IDE

(Innovation-Driven Entrepreneur) ซึ่งอธิบายตามภาพด้านล่าง

แผนภาพที่ ๔-๒ โมเดลธุรกิจ IDEs



ซึ่งรองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ ได้ให้ความแตกต่างระหว่าง ธุรกิจ SME และ ธุรกิจ IDE ไว้ว่า ธุรกิจประเภท SME มักเริ่มต้นจากคนๆ เดียว เพื่อตอบสนองตลาดในท้องถิ่น และเติบโตเป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ที่ตอบสนองตลาดในท้องถิ่นดังกล่าว โดยทั่วไปธุรกิจประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องระดมทุนมากมาย ดังนั้น เมื่อมีการอัดฉีดเงินเข้าไปในธุรกิจเหล่านี้ ผลที่ตามมาที่เป็นรายได้และการจ้างงานที่เกิดขึ้นตามมาอย่างรวดเร็ว บริษัทประเภท SME นี้อาจอยู่กระจายกันออกไป และ โดยมากธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจบริการ หรือเป็นร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าของบริษัทอื่นๆ โดยปัจจัยแตกต่างที่สำคัญ คือ SME มุ่งเน้นตลาดในท้องถิ่น หรือในประเทศ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มีอยู่ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

ส่วนความเป็นผู้ประกอบการ IDE นั้นจะมีความเสี่ยงและความทะเยอทะยานมากกว่าผู้ประกอบการแบบ SME ผู้ประกอบการ IDE มีความต้องการตอบสนองตลาดที่กว้างกว่าตลาดในท้องถิ่น พวกเขาต้องการจำหน่ายสินค้าของตนในระดับโลก หรืออย่างน้อยในระดับภาคพื้น ผู้ประกอบการเหล่านี้มักทำงานเป็นทีม ที่ซึ่งพวกเขาสร้างธุรกิจของตนขึ้นมาจากเทคโนโลยี กระบวนการ หรือรูปแบบธุรกิจบางอย่าง หรือนวัตกรรมอื่นๆ

ซึ่งช่วงของการเริ่มต้น ผู้ประกอบการ IDE ต้องใช้เวลาในการเสาะแสวงหาโอกาสในการค้นหาไอเดีย ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับผู้คนในโลก โดยการคิดหาไอเดียนี้ต้องมาจากทีมที่มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญที่หลากหลายและนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ร่วมกัน และต้องนำแผนธุรกิจนี้ไปเสนอต่อนักลงทุนเพื่อหาเงินลงทุนในการลงทุนพัฒนานวัตกรรม ซึ่งในช่วงของการพัฒนานี้ อาจจะมีใช้เวลา ๖ เดือน ๑ ปี ๒ ปี หรือมากกว่านั้น ซึ่งผู้ประกอบการ IDE จึงมักเริ่มต้นช้า

กว่าประกอบการแบบ SME แต่ผู้ประกอบการ IDE ก็มักมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด ในขณะที่บริษัท SME มักเติบโตและรักษาสถานะในระดับค่อยเป็นค่อยไป ข้อมูลความแตกต่างระหว่าง SME และ IDE นี้อ้างอิงจากรายงานของ A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy โดย Aulet, W., & Murray, F. E. (2013).

กล่าวโดยสรุปคือ การนำประเทศไทยเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ได้นั้นคือ การยกระดับ SME คู่ IDE และการสร้างธุรกิจใหม่ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม IDE โดยนำจุดแข็งของผู้ประกอบการไทยของเราที่มีความหลากหลายเชิงชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม และจิตวิญญาณของการให้บริการ หรือ Service Culture ไปสู่การพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ทั้งสองกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง กลุ่มธุรกิจ SME เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีขนาดใหญ่ครอบคลุมคนส่วนมากในประเทศ SME ทั้งรายใหญ่และรายย่อยรวมกันกว่า ๕ ล้านกิจการ การจ้างงานมากกว่า ๑๐ ล้านคน แต่ทางออกของการเติบโตของกลุ่มธุรกิจ SME คือ นวัตกรรม กลุ่มธุรกิจ SME จำต้องพยายามค้นตัวเองให้เป็น IDE และอีกกลุ่ม ก็คือการผลักดันให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ แบบ IDE เพื่อสร้างพื้นที่ช่องทางเศรษฐกิจตัวใหม่ที่จะมาขับเคลื่อนประเทศ

การพลิกกำลังของทุกภาคส่วน “5 Stakeholder Model”

การพลิกกำลังของทุกภาคส่วน คือ การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการลักษณะ “การร่วมรังสรรค์” (Co-Creation) ครอบคลุมทั้งการร่วมรังสรรค์ทางเศรษฐกิจ (Economic Co-Creation) การร่วมรังสรรค์ทางสังคม (Social Co-Creation) ซึ่งในการขับเคลื่อน SMEs คู่ประเทศไทย 4.0 คือ การขับเคลื่อนร่วมกัน ระหว่างรัฐบาล เอกชนรายใหญ่ และ SMEs โดยใช้วิธีการ “พี่ช่วยน้อง” คือ ให้เอกชนรายใหญ่ช่วยพัฒนา SMEs ในการนำนวัตกรรมและองค์ความรู้มาใช้ในการทำธุรกิจ รวมถึงช่วยสร้างช่องทางการขาย โดยรัฐบาลจะเป็นผู้สร้างแรงจูงใจให้เอกชนรายใหญ่ดำเนินการ นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสภาหอการค้าไทยในการพัฒนา SMEs ให้ลงทุนใน R&D การสร้างแพลตฟอร์มความร่วมมือระหว่าง SMEs และมหาวิทยาลัย

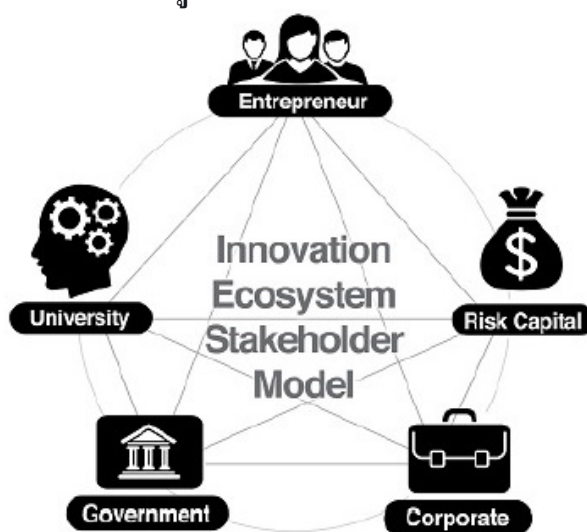
ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ กล่าวในงานสัมมนาหอการค้าประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๕ ว่าในส่วนของการขับเคลื่อนแบบกลไกประชารัฐ ความร่วมมือระหว่างภาคส่วน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ต้องมีการดำเนินการตามขั้นของ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” นั่นคือ ขั้นที่หนึ่ง คือ พึ่งพาตนเอง ขั้นที่สอง คือ พึ่งพากันเอง ขั้นที่สาม คือ รวมกันเป็นกลุ่มอย่างมีพลัง

และจากการสัมภาษณ์คุณกณิณี สารสิน ประธานหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ถึงการขับเคลื่อนผ่านกลไกประชารัฐ ด้วยโมเดลการขับเคลื่อนนี้เหมาะสมและ

เป็นหนทางที่จะให้ทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนในการร่วมคิดร่วมสร้าง หอการค้าไทยเองได้เน้นการขับเคลื่อนอยู่ ๓ เรื่องหลัก คือ การค้าการลงทุน เกษตรและอาหาร และท่องเที่ยวและบริการ และสามเรื่องนี้ขับเคลื่อนแบบ Inclusive คือการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ซึ่งอาจจะมากกว่า ๓ ฝ่ายได้ เพราะแต่ละเรื่องย่อมมีบริบทแตกต่างกันไป

และ รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีษ์ ไทยรุ่งโรจน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลไกการขับเคลื่อนแบบ ประชาธิปไตย ไว้ว่า ในการสร้างผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมจำเป็นต้องสร้างระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE Ecosystem) โดยต้องรวบรวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ๕ ส่วนเข้าด้วยกันซึ่งประกอบไปด้วย ๑. ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ๒. ภาครัฐ (Government) ๓. ภาคเอกชน หรือองค์กรขนาดใหญ่ (Corporate) ๔. ภาคเงินทุน (Risk Capital) ๕. มหาวิทยาลัย (University) ที่จะต้องร่วมกันขับเคลื่อน ดังภาพประกอบด้านล่าง

แผนภาพที่ ๔-๓ โมเดลระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม



ที่มา : (Murray and Budden, online, 2014)

ซึ่งในการขับเคลื่อนนี้ รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีษ์ ไทยรุ่งโรจน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ให้คำอธิบายเพิ่มเติม ถึงการขับเคลื่อนว่ากลไกนี้สามารถดำเนินการทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค จังหวัด หรือ ชุมชน สามารถดำเนินการพัฒนาในพื้นที่เล็กๆ และค่อยขยายเชื่อมโยงออกไปในระดับประเทศ และ ระหว่างประเทศต่อไปได้ เป็นการดำเนินการแบบ Think Big Act Small ตัวอย่างเช่น จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดที่มีโรงงานแปรรูปอาหารแช่แข็ง มีโครงการทำ R&D Lab ให้เป็นแบบ Open Innovation เปิดให้บริการสำหรับองค์กรทั่วไป การริเริ่ม

นี้ เริ่มจากหอการค้าจังหวัด กับ ทางมหาวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนานวัตกรรมทางอาหารเข้ามา และบริษัทใหญ่ที่เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมทางอาหาร เข้ามาสนับสนุนแนวคิดการพัฒนาวัตกรรม แสร้งคือความรู้ให้กับผู้ประกอบการ ในส่วนนวัตกรรมใหม่ที่ใช้เงินลงทุน ต้องมีกลุ่มนักลงทุนเข้ามามีส่วนร่วมในร่วมลงทุน ซึ่งผู้ร่วมลงทุนนอกจากจะให้เงินร่วมลงทุนแล้ว ยังเป็นโค้ชที่ให้คำแนะนำในการพัฒนานวัตกรรมอีกด้วย ในส่วนของภาครัฐ ในพื้นที่ที่สามารถเข้ามา ร่วมกันดำเนินการ ผู้ว่าราชการจังหวัด พาณิชย์จังหวัด เข้ามามีส่วนร่วมในการผลักดันและสนับสนุน ศูนย์นวัตกรรม R&D Lab นี้ให้เกิดเป็นรูปธรรม

กระบวนการมีส่วนร่วมนี้ ในระดับของนโยบายดำเนินการตามแบบ “ประชารัฐ” จะช่วยสนับสนุนในภาพใหญ่ ที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการทั้งระบบ อาทิ ในการปรับแก้ไข ข้อกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม และการสร้าง incentives ด้านต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมมากขึ้น อย่างไรก็ตามในรูปแบบโมเดลการมีส่วนร่วมของมีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ๕ ส่วนนี้ สามารถดำเนินการด้วยบุคลากรที่อยู่ในชุมชนจังหวัด ได้เช่นกัน หรือเรียกได้ว่า การทำเล็กและเกิดผล (Act Small) ซึ่งการเกิดของระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE Ecosystem) สามารถสร้างได้ในทุกที่ที่ ซึ่งสิ่งนี้จะเกิดขึ้นได้เช่นกัน โดยการหาตัวแทนจากแต่ละที่ประกอบไปด้วย ๑. ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ๒. ภาครัฐ (Government) ๓. ภาคเอกชน หรือองค์กรขนาดใหญ่ (Corporate) ๔. ภาคเงินทุน (Risk Capital) ๕. มหาวิทยาลัย (University) มาร่วมกันคิดและหาจุดแข็งของชุมชนและคิดว่าจะมีแนวทางในการพัฒนาอย่างไร โดยต้องมีบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มแนวคิด และเข้าหา Stakeholders อื่นๆ และนำแนวคิดมาจัดเป็นแผนงานและพัฒนาต่อให้เกิดขึ้นจริง

รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และกลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ YEC หอการค้าไทย ได้ให้ความเห็นถึง การดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นนวัตกรรมนี้ ว่าการดำเนินการนี้เป็นแผนระยะยาว ประเทศไทยต้องสร้างระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE Ecosystem) ในแต่ละพื้นที่ และต้องมีโครงสร้างที่ค่อยๆ ต่อตัวขึ้น ในส่วนของภาคเอกชน กลุ่มคณะกรรมการหอการค้าไทย และนักธุรกิจรุ่นใหม่ YEC หอการค้าไทย ให้ความเห็นว่า ในส่วนการพัฒนาสร้างระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE Ecosystem) สามารถขับเคลื่อนโดยการหาแสวงหาจุดแข็งของจังหวัด โดยการร่วมระดมสมองกัน และ รวบรวมข้อมูลและถักนอกรออกมาแล้ว สร้างแผนงาน และ เริ่มดำเนินการ ซึ่งในต่างจังหวัด ภาคเอกชนมีบทบาทต่อการขับเคลื่อน เพราะภาคเอกชนรู้ความต้องการในตลาด ซึ่งเป็นตลาดระดับประเทศและตลาดในต่างประเทศ รู้การนำมา

ซึ่งเครือข่าย และเป็นนักปฏิบัติ และยังเป็นคนที่เป็นเสมือน Change Agents ที่นำความคิดไปนำเสนอต่อภาครัฐ และขอความร่วมมือจากภาคส่วนอื่นๆ ได้

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ให้ความเห็นว่า บริษัทใหญ่อย่างมิตรผล หรือ ในบทบาทของภาคเอกชนขนาดใหญ่ (Corporate) มีเงินทุน มีกำลังคน มีระบบชัดเจน มีความสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ แต่ในด้านนวัตกรรมนั้น การจะพัฒนาสิ่งใหม่ จำต้องร่วมกับกลุ่มธุรกิจเกิดใหม่ เพราะในการทำงานในองค์กร ด้วยระบบการบริหารจัดการองค์กร การทำงานมีระดับชั้น ที่ต้องดำเนินการผ่านการอนุมัติตามระบบขององค์กร และ พนักงานในองค์กรจะมีหน้าที่ประจำที่ ต้องดำเนินการและยากจะนำกลุ่มพวกเขาออกมาจากงานประจำ และพัฒนาสิ่งที่เรียกว่า นวัตกรรมได้สำเร็จ เขาอาจจะช่วยคิดได้แต่ในการทำงานจนสำเร็จนั้น ต้องให้กลุ่มคนที่มีความคล่องตัว มีอิสระที่จะคิดสร้างสรรค์ และมีความชอบความรักในการพัฒนาสิ่งใหม่ เป็นผู้คิดและดำเนินการ โดยลักษณะการดำเนินการบริษัทใหญ่จะให้คำปรึกษา และดูทางในการเข้าถึงข้อมูล ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนเพื่อบริหารความเสี่ยง ให้เครือข่าย และเติมเต็มในเรื่องต่างๆ เพื่อให้เขาดำเนินการจนสำเร็จ

ดังนั้น ในบทบาทของบริษัทใหญ่นั้น ถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน นอกจากนี้จะเป็นผู้สนับสนุนและคู่ค้าทางธุรกิจของผู้ประกอบการแล้ว ผู้บริหารกลุ่มน้ำตาลมิตรผล กล่าวว่า เราไม่เพียงที่จะร่วมพัฒนาหาแนวทางขับเคลื่อนกับนักธุรกิจกลุ่มใหม่ เรายังได้ร่วมพัฒนาไปกับชุมชน และวิสาหกิจชุมชน มิตรผล คือผู้ผลิตน้ำตาล อ้อยคือวัตถุดิบในการผลิต ดังนั้น การลดต้นทุนในการดำเนินการและเพิ่มผลผลิตตั้งแต่ต้นน้ำมีส่วนสำคัญ เราจึงร่วมพัฒนานวัตกรรม Smart Farming กับชาวไร่อ้อย เพื่อให้เกิดการทำน้อยแต่ได้มาก หลายๆ ครั้งองค์กรขนาดใหญ่ต่างต้องการขยายธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจเดิมของตน การควบรวมและเข้าซื้อกิจการ (Merge & Acquisition) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจใหม่ ภาคเอกชนบางส่วนยังมีการเข้าร่วมลงทุนกับวิสาหกิจใหม่ หรือที่เรียกว่า Corporate Venture Capital อีกด้วย ดังนั้นภาคเอกชน จึงถือได้ว่ามีบทบาทในการสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งกลุ่มของบริษัทมิตรผล ได้พัฒนาระบบนิเวศของผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE Ecosystem)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในการสร้าง IDE Ecosystem นั้นจะสำเร็จได้จำเป็นจะต้องเป็นองค์กรประกอบทั้ง 5 Stakeholders เข้าร่วมกันเพื่อผลักดันให้เกิดระบบนิเวศ และจะขาดภาคส่วนใดมิได้ เนื่องจากทั้ง ๕ ส่วนนั้นต่างผลักดัน ส่งเสริมกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐที่จะช่วยปรับปรุงกฎระเบียบ ข้อบังคับเพื่อให้เกื้อหนุนผู้ประกอบการ ส่วนของนักลงทุนที่จะลงทุนเงินทุนเริ่มแรกให้กับผู้ประกอบการ ส่วนของภาคเอกชนหรือองค์กรเอกชนที่จะเข้ามาช่วยให้ผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ท้ายที่สุดคือ มหาวิทยาลัยที่จะช่วยสร้าง บ่ม

เพาะ แนวความรู้ทั้งในด้านเทคนิค และความรู้ในด้านการประกอบการ นั้นเอง โดยสรุปแนวทางในการพัฒนาองค์กร SME คู่ Thailand 4.0 สามารถสรุปได้ดังนี้

๑. ทุมนมนุษย์ หรือ คุณภาพของคน

การขับเคลื่อน SMEs และการสร้างผู้ประกอบการใหม่ แบบ IDE ปัจจัยแรกที่ทำให้ความสำคัญคือ การพัฒนาคุณภาพของคนไทย ทำอย่างไรทักษะคนไทยจะมีมาตรฐาน และมาตรฐานหรือทักษะนี้ บ่มเพาะอย่างไร การสร้าง Mindset/ Skill set/ Behavior set/ Tool set ที่จะนำพาตนเองและองค์กรไปสู่นวัตกรรม ต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ ได้แนะนำว่า ในหนังสือ “Disciplined Entrepreneurship” โดย Bill Aulet อาจารย์ที่สร้างผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม ที่ Massachusetts Institute of Technology สหรัฐอเมริกา ผู้นำเสนอคำว่า “Innovation-Driven Entrepreneurship” หรือ “IDE” และเสนอไว้ว่าผู้ประกอบการนั้นสามารถสอนกันได้ หรือ “Entrepreneurship can be taught” ในหนังสือเล่มนี้ได้กล่าวว่า การเป็นผู้ประกอบการ ไม่ใช่การสอนการบริหารธุรกิจหรือเขียนแผนธุรกิจเพียงเท่านั้น แต่การเป็นผู้ประกอบการมีการสอนใน รูปแบบความสามารถทักษะ (Skill Sets) ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาไอเดีย การแสวงหาโอกาส การยอมรับได้ต่อความไม่แน่นอน การเจรจาต่อรอง ที่จะต้องฝึกฝน รวมไปถึงความสามารถอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอผลงาน การสัมภาษณ์ลูกค้า และอื่นๆ โดยการสอนเป็นเพียงแต่การแนะนำ แต่การจะได้มาซึ่งความสามารถที่ได้กล่าวมานั้น คนที่อยากจะเป็นผู้ประกอบการจะต้องออกไป ”แท้จริง“ถ้าการเป็นผู้ประกอบการสอนได้ แล้วจะสอนอย่างไร (How can we teach entrepreneurship?) ด้วยเหตุนี้ Bill Aulet จึงได้นำเสนอโมเดล ๒๔ ขั้นตอนของการประกอบการที่มีวินัย 24 Steps of Disciplined Entrepreneurship) โดยแนวคิดของคำว่า “วินัย” ในนัยยะของ Bill Aulet ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีจิตวิญญาณของโจรสลัด (Pirate) และมีวินัยแบบนาวิกโยธิน (Seal Navy) Bill Aulet บอกว่า โจรสลัดมีจิตวิญญาณของนักผจญภัย และ มีความสามารถในการรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน และเสาะแสวงหาโอกาส (ขุมทรัพย์)

และในส่วนของการพัฒนาบุคลากรภาคบริการสู่ ประเทศไทย 4.0 ได้มีการกล่าวถึงการพัฒนาแรงงานภาคบริการ ว่าการพัฒนาแรงงานให้เป็น Skilled labor ปัจจัยหลักคือ การรักษามาตรฐาน โดยมาตรฐานการให้บริการที่ประเทศไทยควรกำหนดขึ้น ต้องเป็นมาตรฐานแบบ Thainess ที่มี Efficiency + Consistency

๒. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ผู้จัดทำรายงานได้ขอสัมภาษณ์ผู้บริหารแหล่งเงินทุน ถึงแนวทางการช่วยเหลือ SME และสอบถามถึงปัญหาของการผลักดัน SME พบว่า ปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME คือ การขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันสินเชื่อ และ ไม่มีหลักทรัพย์เพียงพอต่อการยื่นขอวงเงินสินเชื่อตามที่

ต้องการ อีกทั้งไม่มีประวัติการขอสินเชื่อหรือการทำธุรกรรมกับทางธนาคารมาก่อน ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ และด้วยทางสถาบันการเงินเองก็มีข้อจำกัด มีกฎระเบียบในการปล่อยสินเชื่อ ทำให้ไม่สามารถปล่อยสินเชื่อได้ และ SME บางราย ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการทำแผนธุรกิจและขาดการวางแผนทางการเงินอย่างเป็นระบบ ทำให้สถาบันการเงินไม่เชื่อมั่นในการให้สินเชื่อ

ซึ่งปัญหาเหล่านี้ ทางสถาบันการเงินเองรับทราบและได้เข้ามาช่วยสนับสนุนในเรื่องการพัฒนา SME ในเชิงลึกมากขึ้นและศึกษาวิธีการดำเนินธุรกิจของแต่ละธุรกิจมากขึ้น การปล่อยสินเชื่อนี้ สถาบันการเงินบางแห่งเริ่มปรับการให้สินเชื่อโดยการพิจารณาส่วนอื่นประกอบ นอกเหนือจากหลักทรัพย์และการค้ำประกัน อาทิ ยอดการสั่งซื้อจากลูกค้า โดยนำไปสั่งซื้อจากลูกค้า รายนามลูกค้าที่มียอดการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาที่บริษัท มาประกอบการพิจารณาขอสินเชื่อ

และยังได้เข้าไปช่วย SME โดยการเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน และเป็นพี่เลี้ยงที่ให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาสินค้าและการบริการ การขยายตลาด และสนับสนุนด้านการเงินตามความเหมาะสม แต่ด้วยอุปสรรคปัจจุบันนี้ ระบบพี่เลี้ยง และ ที่ปรึกษาทางการเงินนี้ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SME และทางสถาบันการเงินเอง อยู่ในระหว่างการพัฒนาบุคลากรให้มีจำนวนพอเพียงต่อความต้องการของ SME

จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ภาครัฐบาลได้มีความพยายามอย่างต่อเนื่องในการช่วยให้ SME ด้านเงินทุนและยังพัฒนาโครงการต่างๆ ในการช่วยเหลือ SME หลายโครงการในหลากหลายรูปแบบ แต่ด้วยธุรกิจ SME เองก็ยังไม่มีความพร้อม และ ยังขาดแผนงานที่ชัดเจนเพื่อขอสนับสนุนด้านเงินทุน ขณะนี้ ภาครัฐมีการสนับสนุน SME ให้เข้าถึงบริการภาครัฐในเรื่องของนวัตกรรม

๓. การพัฒนาสินค้าและการบริการของ SME

จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ข้อมูลว่า SME ไทยยังขาดการนำนวัตกรรมและความคิดที่สร้างสรรค์มาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม SME ไทยยังคงต่อสู้ในด้านธุรกิจด้วยการใช้ราคาเป็นกลยุทธ์หลัก ไม่ได้มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า เน้นการลดต้นทุนในการผลิต เพื่อที่จะขายได้ในราคาถูกและสามารถปิดการขายได้ในปริมาณมาก กำไรต่อชิ้นจะน้อยแต่อาศัยปริมาณจึงสามารถมีกำไรที่พออยู่ได้ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ไม่สามารถลงทุนต่อเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้ และ SME ยังไม่เข้าใจในการแสวงหาความต้องการของตลาด ที่จะนำมาต่อยอดเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์และการบริการที่แตกต่างได้ รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ กล่าวว่า การพัฒนานวัตกรรมนั้น เริ่มต้นจากการหา Pain Point หรือการหาสิ่งที่เป็นปัญหาความกังวลของลูกค้า หรือ สิ่งที่จะช่วยลดต้นทุน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีมากขึ้น

แนวทางการ แก้ปัญหาแก่ SME เพื่อการขับเคลื่อนสู่ประเทศไทย 4.0

จากการศึกษาถึงข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทฤษฎีภูมิ ถึงปัญหาและอุปสรรคของ SME พบว่า ปัจจัยหลักๆ มี ๓ เรื่องด้วยกัน คือ คน เงิน และ สินค้ากับการบริการ ซึ่งการขับเคลื่อนนี้เริ่มตั้งแต่ การสร้างมุมมองของผู้ประกอบการให้มุ่งเน้นการลดต้นทุนมาเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการนำเอา นวัตกรรม ความสร้างสรรค์และแบรนด์ของสินค้า ความแตกต่างและความรู้และเข้าใจถึงความ ต้องการของตลาด เพื่อสร้างความเข้มแข็งของตนเอง เพื่อที่จะเปลี่ยนผ่านตัวเองจาก SME ให้ไปถึง จุดสูงสุดของการเป็น Innovation Driven Entrepreneur (IDE) ได้ และเมื่อมีแผนธุรกิจและ ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจที่ชัดเจน ก็จะทำให้เข้าถึงแหล่งของเงินทุนและนำไปต่อยอดพัฒนา ธุรกิจต่อไปได้อีก หาก SMEs ไทยสามารถขับเคลื่อนเรื่อง คน เงิน และสินค้ากับการบริการไปสู่ Innovation Driven Entrepreneur (IDE) ได้ ประเทศไทยจะก้าวไปสู่ประเทศไทย 4.0 ได้ตาม เป้าหมาย

โมเดลการขับเคลื่อนประเทศไปสู่ประเทศไทย 4.0

เพื่อหาโมเดลการขับเคลื่อนประเทศไปสู่ Thailand 4.0 ตามวัตถุประสงค์ของการ รายงานนี้ นโยบาย Thailand 4.0 ได้อ้างถึงพลวัตการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เป็นปัจจัย ภายนอก ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ไม่ว่าจะเป็น การเปลี่ยนแปลงจากกระแส โลกาภิวัตน์ รวมถึงกระแส Digitalization ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คนและรูปแบบ ในการดำเนินธุรกิจ กระแส urbanization ที่มีการกระจายตัวไป ทุกคนเริ่มมีชีวิตความเป็นอยู่แบบ คนเมือง มีการกระจายตัวทางความเจริญไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น กระแส Commonization ที่เป็นเรื่องที่ ผู้คนในโลกได้รับผลกระทบร่วมกันอย่างถ้วนทั่ว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การก่อการร้าย โรคระบาด ที่สามารถแพร่ไปในทุกภูมิภาคของโลก

และในกระแสที่มีผลทางเชิงบวก การรวมกลุ่มกันในภูมิภาค เพื่อขยายอำนาจการ ต่อรองของประเทศที่อยู่ในกลุ่มสมาชิกเป็นอย่างดี และแสวงหาความเป็นท้องถิ่นและชุมชน อย่างเข้มข้น มีความเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ชัดเจน มีวัฒนธรรมและเชื่อมโยงกับคนในท้องถิ่น

ซึ่งประเทศเรากำลังติดกับดักของการเป็นประเทศที่มี “รายได้ปานกลาง” (Middle Income Trapped) ไม่สามารถพัฒนาตัวเองไปสู่ประเทศรายได้สูง เนื่องจากต้องพึ่งพาต่างชาติมาก จนเกินไป นอกจากนี้ยังทำให้การเหลื่อมล้ำของความมั่งคั่ง อำนาจ และโอกาสอื่นๆ อีกมากมาย

ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวเอง และสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคม ให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยมีหัวใจขับเคลื่อนด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ

ภาครัฐได้ให้แนวคิดที่ประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วยสองแนวคิดที่สำคัญคือ

๑. Strength from Within คือ การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน
๒. Connect to the World คือ การเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในกับเศรษฐกิจโลกซึ่ง

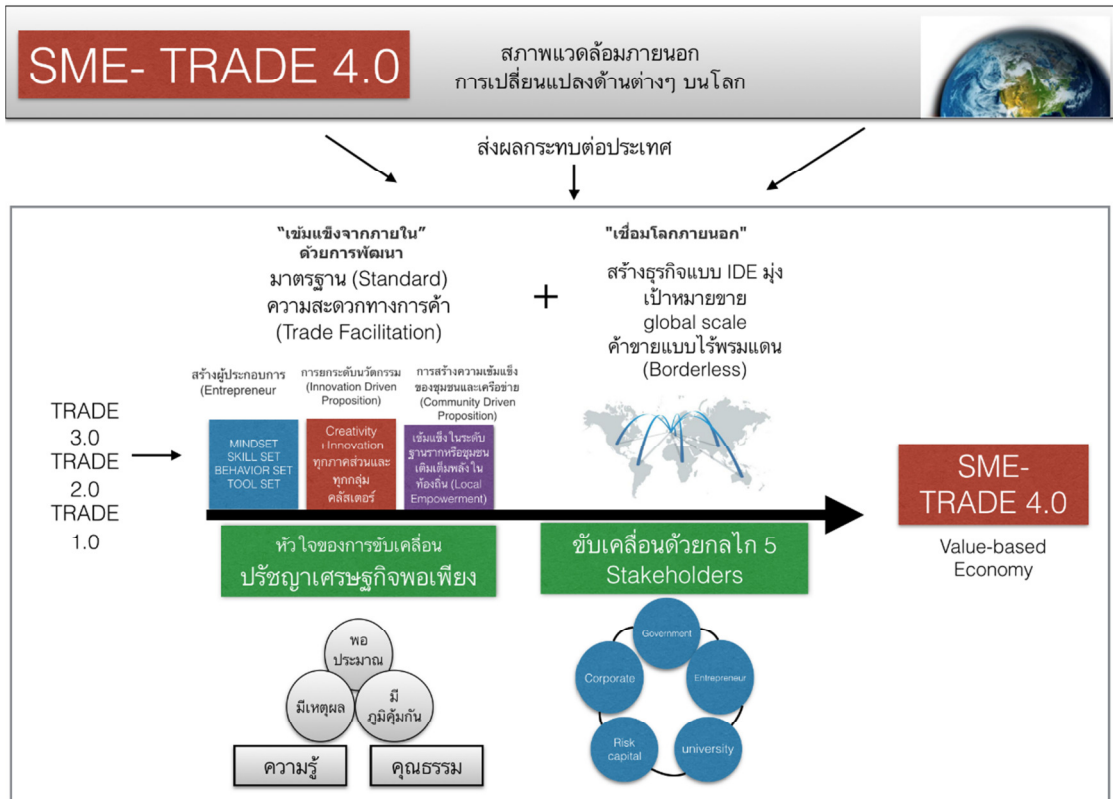
Strength from within หรือการสร้างความเข้มแข็งจากภายในนั้น มีกลไกอยู่ ๓ ตัว คือ

- การสร้างสังคมที่มีจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Driven Proposition) การสร้างผู้ประกอบการ ที่มี Mindset/ Skill set/ Behavior set / Tool set ทำให้สถานะของผู้ประกอบการปรับทักษะ ความคิด และความสามารถ
- การยกระดับนวัตกรรม (Innovation Driven Proposition) การยกระดับ คลัสเตอร์ ทุกกลุ่มให้มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
- การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย (Community Driven Proposition) เศรษฐกิจเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานรากก่อให้เกิดการเติมเต็มพลังในท้องถิ่น (Local Empowerment) ผ่านการค้าและการลงทุนในท้องถิ่น การจ้างงานในท้องถิ่น และนำไปสู่การเป็นเจ้าของของคนในท้องถิ่น และ Connect to the World หรือการเชื่อมโยงภายนอก เชื่อมโยงกับโลกด้วย ๓ ระดับด้วยกัน
 - Domestic Economy เศรษฐกิจภายในประเทศ
 - Regional Economy เศรษฐกิจภูมิภาค
 - Global Economy เศรษฐกิจโลก

ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงทั้งรัฐบาลและรัฐบาล ธุรกิจกับธุรกิจ ประชาชนกับประชาชน และเชื่อมโยงในกลไกอื่นๆ และเชื่อมโยง Regional กับ Global Economy

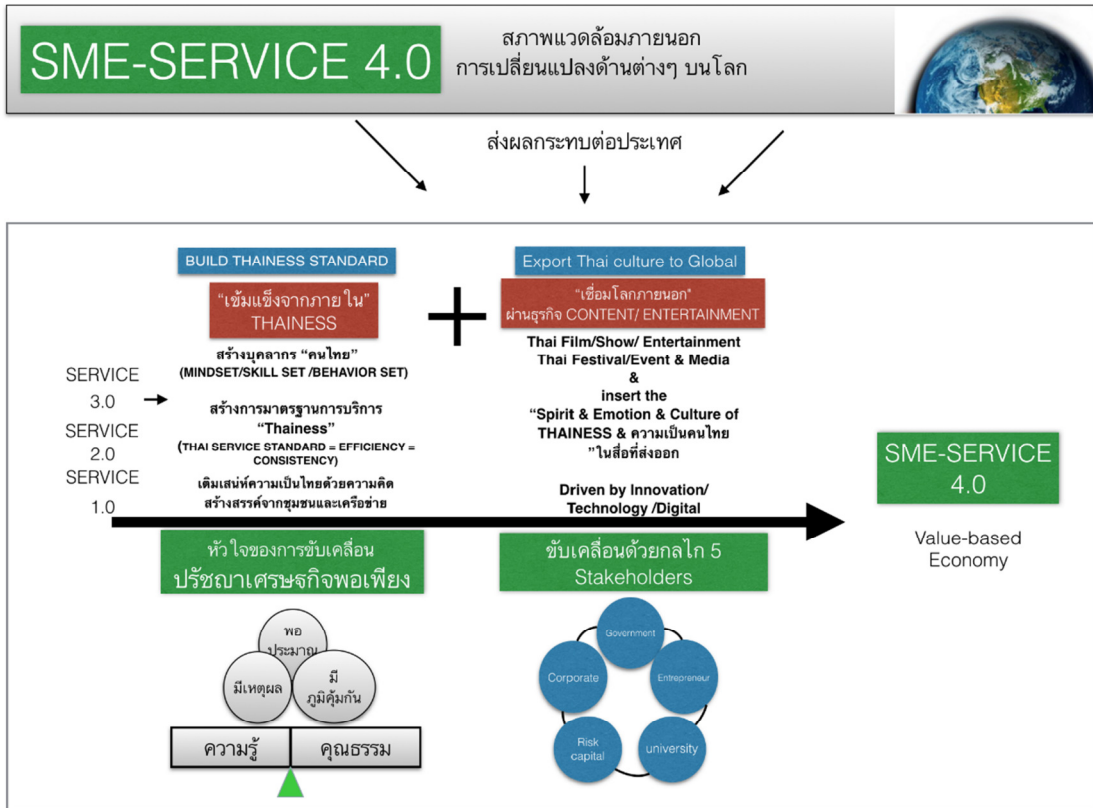
จากการสัมภาษณ์ คุณกณิษฐ์ สารสิน ประธานหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ได้ให้โมเดลการขับเคลื่อนแบ่งเป็น ๒ เรื่อง ได้แก่ Trade 4.0 และ Service 4.0 ด้วยบริบทของการดำเนินการมีความแตกต่างกัน และเมื่อทำการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ของทั้งสองกลุ่ม จึงเห็นความแตกต่างของภาคบริการที่เน้นสร้างความเข้มแข็งจากภายในผ่านทุนมนุษย์ และจุดแข็งด้านเสน่ห์ต่างๆ ในความเป็นไทย และการส่งออกหรือการเชื่อมต่อของภาคบริการมีรูปแบบที่แตกต่างจากการค้า ที่เป็นการค้าขายระหว่างกัน แต่การบริการเป็นการส่งออกวัฒนธรรมเอกลักษณ์ และลักษณะการบริการ มาตรฐานการบริการแบบไทย ซึ่งได้ให้บทสรุปโมเดลของการค้า 4.0 (Trade 4.0) มาดังภาพด้านล่างนี้

แผนภาพที่ ๔-๔ โมเดลการขับเคลื่อนการค้า 4.0 (Trade 4.0)



โมเดลการขับเคลื่อนการค้า 4.0 (Trade 4.0) คือ การสร้าง Smart Trade Platform ด้วยการพัฒนามาตรฐานสินค้า และพัฒนาความสะดวกทางการค้า ร่วมกับกลไก ๗ ตัวที่สร้างความเข้มแข็งจากภายใน คือ การสร้างสังคมที่มีจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Driven Proposition) การยกระดับนวัตกรรม (Innovation Driven Proposition) การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย (Community Driven Proposition) เศรษฐกิจเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานราก ก่อให้เกิดการเติมเต็มพลังในท้องถิ่น (Local Empowerment) ผ่านการค้าและการลงทุนในท้องถิ่น การจ้างงานในท้องถิ่น และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสู่ภายนอก ด้วยการขยายตลาดแบบไร้พรมแดน (borderless) และ โมเดลการขยายธุรกิจโดย IDE ที่แพลตฟอร์มสามารถเชื่อมต่อประเทศอื่นๆบนโลกได้อย่างรวดเร็ว

แผนภาพที่ ๔-๕ โมเดลการขับเคลื่อนการบริการ 4.0 (Service 4.0)



โมเดลการขับเคลื่อนภาคการบริการ คู่ 4.0 นั้น มีกลไกการขับเคลื่อนที่สร้างความเข้มแข็งจากภายใน และเชื่อมโลกภายนอกเหมือนการค้า 4.0 เช่นกัน และหัวใจในการขับเคลื่อนคือปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ ขับเคลื่อนด้วยกลไกของ 5 Stakeholders หากแต่วิธีการของการสร้างความเข้มแข็งภายในนั้น มีความแตกต่างจากการค้า ซึ่งจากการได้ทำบทสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) นักธุรกิจชั้นนำผู้ดำเนินธุรกิจด้านบริการ มองว่าการบริการของประเทศไทย มีจุดเด่นที่ความเป็นไทย (Thainess) แต่ปัญหาของการบริการไทย คือ ขาดความสม่ำเสมอ ในการให้บริการ บางครั้งดีมาก บางครั้งดี บางครั้งธรรมดา ทำให้ระดับของความประทับใจของผู้รับบริการไม่ต่อเนื่อง มารับบริการ มาท่องเที่ยว ครั้งนี้ดีมาก ครั้งหน้าดี หรือ เฉยๆ ซึ่งได้วิเคราะห์ออกมาว่า เพราะเรายังขาด “มาตรฐานการบริการ (Standard) ซึ่งมาตรฐานตรงนี้จะเป็นตัวกำหนดระดับการให้บริการของเรา ซึ่งมาตรฐานนี้ต้องมีความเป็นไทย (Thainess Standard) เพราะความเป็นไทยนี้เป็นสิ่งที่ไม่มีที่ใดเหมือน เพราะมันคือเอกลักษณ์ การบริการของไทย ที่มีพื้นฐานมาจากจิตใจ วัฒนธรรม อารมณ์ ประกอบกัน ซึ่งเสน่ห์ของการบริการสามารถเติมแต่งด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อชูจุดแข็งของเราให้เด่นชัด ซึ่งสิ่งนี้ต้องบ่มเพาะ สร้างทักษะ ลงไปในตัวบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในกลไกของมีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีมาตรฐานเป็นเกณฑ์ในการวัดระดับ

และสามารถเชื่อมต่อโลกภายนอก ด้วยการส่งออกการบริการ และการส่งออกความเป็นไทย ผ่านสื่อต่างๆ สร้างเนื้อหา (Content) ผ่านสื่อต่างๆ ทางภาพยนตร์ รายการ ทีวี หรือ กิจกรรมอีเวนต์ต่างๆ หรือสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการจดจำและการเข้าถึง ความเป็นไทย ผ่านการส่งออกทางด้านเนื้อหาที่มีความผสมผสานทางอารมณ์ ความรู้สึก และ แก่นของความหมายในแง่ต่างๆ เพื่อให้ผู้เสพสื่อสามารถเข้าถึง เนื้อหาที่ต้องการสื่อได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งการดำเนินการผลักดัน Service 4.0 นี้ ต้องดำเนินการร่วมกับหลายภาคส่วน เพื่อที่จะกลไกให้หมุนไปพร้อมๆกัน ซึ่งสิ่งนี้ต้องผ่านกลไกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาร่วมหารือและระดมสมองและดำเนินการร่วมกัน และการเชื่อมโลกในส่วนของสื่อนี้จะสร้างผลลัพธ์ที่มากกว่าภาคการบริการ แต่มันสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) ต่อไปยังภาคการค้าการลงทุนอีกด้วย

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ เพื่อเสนอแนะแนวความคิดและโมเดลการพัฒนา SME ไทย เพื่อนำธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0 อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ผู้จัดทำวิจัย ขอเสนอแนะแนวความคิดเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ โดยเป็นกลยุทธ์นี้มีพื้นฐานมาจากโมเดลที่ได้เสนอในวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ ซึ่งในโมเดลการขับเคลื่อน SME สู่ Thailand 4.0 เริ่มจากการสร้างความเข้มแข็งที่ภายใน โดยการนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงหัวใจของการขับเคลื่อน SME สู่ Thailand 4.0

การเปลี่ยนแปลงต้องเริ่มจากฐานทางความคิด (Mindset) ของผู้ประกอบการ เพื่อสร้างจิตสำนึกของตัวผู้ประกอบการและบรรจุแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในแก่นคุณค่าขององค์กรธุรกิจ และพัฒนาเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่จะนำธุรกิจไปสู่แนวทางการบริหารธุรกิจและการพัฒนาองค์กรให้มีความสมดุลและยั่งยืน สามารถสรุปแนวคิดของการเปลี่ยนจาก SME สู่ SME นวัตกรรม ดังนี้

- การเปลี่ยนจากเป้าหมาย Profit Maximization เป็น Profit Optimization
- การเปลี่ยนจากมุ่งเติบโตแบบ Individual growth เป็น Collaborative growth
- การเปลี่ยนจากการใช้มุมมองของบริษัท เป็น มุมมองของลูกค้า
- การเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจตนเองสู่การเป้าหมายมุ่งผลลัพธ์ (result-oriented) เป็นสำคัญ

ซึ่งการปรับเปลี่ยนทางความคิดนี้ สามารถดำเนินการด้วยการจัด “Incubation Forum วงสนทนาแห่งการแลกเปลี่ยน” โดย SME Mentor คือการสร้างกระบวนการเปิดทัศนคติของแต่ละ

ท่าน มุมมองแนวคิด และปัญหาที่พบเจอในการดำเนินธุรกิจ ผ่านวงสนทนา เพื่อให้มีการสะท้อนกลับในอีกแง่มุม เพื่อปรับมุมมองและแนวคิด

และเมื่อ SME ค้นพบจุดแข็งและสร้างจุดแข็งสู่ความเข้มแข็งแล้ว สามารถส่งออกจุดแข็งของไทยไปสู่โลก ด้วยกลยุทธ์ต่างๆ และขับเคลื่อนด้วยการดำเนินการผ่าน ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) อันได้แก่ ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ภาครัฐ (Government) ภาคเอกชน (Corporate) ภาคเงินทุน (Risk Capital) และมหาวิทยาลัย (University)

สร้าง “ผู้นำ (Champion)” ในกลไก 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ซึ่งการขับเคลื่อนด้วย ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) นั้น ผู้จัดทำวิจัยขอเสนอว่าใน 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) นี้ต้องมีคนที่เป็ “ผู้นำ (Champion)” ที่จะนำพากลไกการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมาย ซึ่งกลไกการขับเคลื่อนนี้ จะเป็นการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัดและระดับชุมชน ซึ่งในแต่ละบริบทของแต่ละระดับแต่ละที่ ต้องมีบุคคลที่เป็นแกนในการขับเคลื่อนระบบกลไกนี้ ซึ่งผู้นำ (Champion) ในกลไก ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) สามารถเป็นบุคคลจากส่วนใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของตัวบุคคลและการยอมรับของสังคมนั้นๆ เพราะผู้นำ (Champion) นี้จำเป็นต้องมีความเข้าใจต่อแนวทางการพัฒนาประเทศไทยและ SME ไทยสู่เศรษฐกิจฐานคุณค่า (Valued-based Economy) และมีความสามารถในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อนเครือข่ายของตนเองได้

และการขับเคลื่อนนี้ถือเป็นเรื่องใหม่ ที่ยังมีความเข้าใจที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงต้องมีผู้นำที่จะเป็นแกนหลักในการให้องค์ความรู้แก่ ผู้นำ (Champion) โดยมีบทบาทเป็นผู้ให้แนวทางและแนะนำการขับเคลื่อนให้แก่ ผู้นำ (Champion) เพื่อขับเคลื่อนระบบนิเวศ (Ecosystem) ของระบบตัวเองของตามโมเดล Thailand 4.0 ไปสู่ผลลัพธ์ได้ และผู้นำ (Champion) นี้จะเป็นแกนสำคัญในระบบนิเวศ (Ecosystem) ในการชี้ นำ กำกับ และสร้างองค์ประกอบเครือข่ายของทั้ง ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) และ ให้บทบาทและแนวทางที่ชัดเจนแก่ ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) อันได้แก่ ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ภาครัฐ (Government) ภาคเอกชน (Corporate) ภาคเงินทุน (Risk Capital) และมหาวิทยาลัย (University) ดำเนินการไปสู่เป้าหมายได้ ทั้งนี้เพื่อมุ่งสร้างระบบนิเวศให้เกิดขึ้นในหลายๆที่ จำต้องสร้างทีมที่ปรึกษา ที่เป็นผู้ให้คำแนะนำต่อแนวทางการขับเคลื่อนให้เป็ผล

วิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR”

ปัจจุบันนี้องค์กรได้ใช้การวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นการมองทั้งเชิงบวก (Positive) และเชิงลบ (Negative) นั่นคือเชิงบวกคือ จุดแข็ง (Strengths) และ โอกาส (Opportunities) และเชิงลบ คือ จุดอ่อน (Weaknesses) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งในการวิเคราะห์ SWOT นี้เมื่อ SME พบจุดอ่อน

ก็จะหาทางออกโดยการแก้ไขจุดอ่อนและหวังว่าการแก้ไขจุดอ่อนจะทำให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ได้ แต่ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์สถานการณ์อาจจะไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และการวางแผนกลยุทธ์ของ SME พบจุดอ่อนและมุ่งหวังที่จะแก้ไข จะทำให้พลาดการสร้างจุดแข็งและแสวงหาโอกาส ดังนั้น ผู้จัดทำวิจัยจึงขอเสนอการวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” แทน SWOT

กลยุทธ์การขับเคลื่อนที่มุ่งสร้างความเข้มแข็งและแสวงหาโอกาสเพื่อมุ่งสู่ผลลัพธ์ เรียกว่า SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) กลยุทธ์นี้จะเป็นแนวปฏิบัติ (Guideline) แก่ SME และผู้ที่ขับเคลื่อน SME ได้ โดยกลยุทธ์ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบคือ

๑. การหาจุดแข็ง (Strengths)

การหาจุดแข็งของธุรกิจตนเองและตนเอง โดยพิจารณาถึงความสามารถ ทรัพยากร ประสบการณ์ความสำเร็จที่ผ่านมา

๒. การแสวงหาโอกาส (Opportunities)

การแสวงหาโอกาส สามารถหาจากการค้นหาปัญหาหรืออุปสรรคจากการสอบถามลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างกลยุทธ์และตอบโจทย์ของลูกค้ากลุ่มเดิมและกลุ่มใหม่ต่อไป

๓. การขับเคลื่อนด้วยแรงบันดาลใจ (Aspirations)

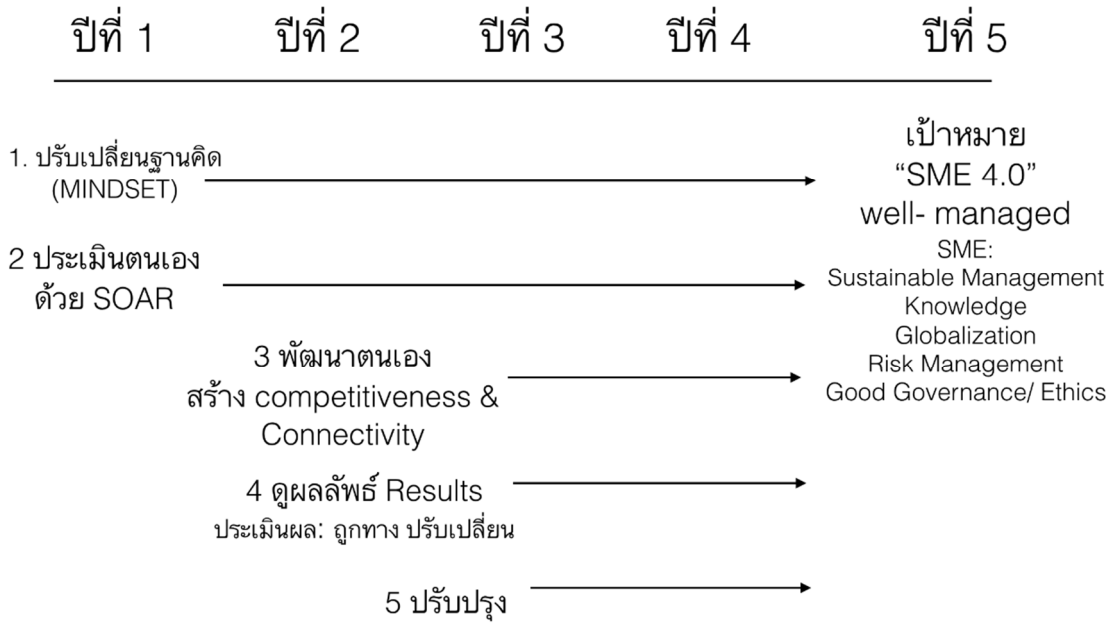
ผู้ประกอบการ และองค์กรธุรกิจต้องแสวงหาแรงบันดาลใจในการดำเนินธุรกิจ อะไรคือเป้าหมายสูงสุดของการดำเนินธุรกิจ อะไรคือสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต

๔. การนำไปสู่ผลลัพธ์ (Results)

เมื่อมีเป้าหมาย ย่อมต้องสร้างเครื่องมือในการวัดว่าตนเองและองค์กรธุรกิจได้ดำเนินการไปสู่ผลลัพธ์ในแต่ละขั้นอย่างไร เพื่อนำตนเองและองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ โดยผลลัพธ์ที่ต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับ Aspirations

และการวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” นั้น เป็นการมุ่งสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ให้กับองค์กรธุรกิจให้เกิดขึ้น ซึ่งสรุปแนวทางการพัฒนา SME ผู้ Thailand 4.0 ภายใน ๕ ปี ดังภาพด้านล่างนี้

แผนภาพที่ ๔-๖ สรุปแนวทางการพัฒนา SME สู่ Thailand 4.0 ภายใน ๕ ปี



ทั้งนี้ขอสรุปภาพแนวความคิดการพัฒนา SME ไทย เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0 อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ดังตารางที่ ๔-๑

ตารางที่ ๔-๑ แนวความคิดการพัฒนา SME ไทย เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0

ข้อเสนอแนะ	เป้าหมาย	กิจกรรม
“ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หัวใจ การขับเคลื่อนสู่ Thailand 4.0	สร้างรากฐานองค์กรธุรกิจให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง)๓ ห่วง ๒ เงื่อนไข(เพื่อให้ SME มีความเข้มแข็งและมีพลังในการขับเคลื่อนด้วยตัวเอง	<ul style="list-style-type: none"> ● การให้ความรู้ในการน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ใช้ในองค์กร เพื่อให้องค์กรเห็นคุณค่าของการปรับใช้ ● สื่อสารและเผยแพร่ Best Practices เพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่ SME ในการไปประยุกต์ใช้กับองค์กร ● สร้างทีมที่ปรึกษาแนะนำการประยุกต์ใช้ในองค์กร

ข้อเสนอแนะ	เป้าหมาย	กิจกรรม
<p>สร้างระบบนิเวศ ๕ กลุ่ม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง)Stakeholders(</p>	<p>สร้างกลจักรในการขับเคลื่อน Thailand 4.0 ผ่าน ๕ กลุ่ม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง)Stakeholdersที่ (เป็นแกนประสานความร่วมมือทั้งที่จะเชื่อมโยงกลไกทั้งหมดเข้าด้วยกัน และเป็นเสมือนเครื่องยนต์ขับเคลื่อนองค์ประกอบทั้งหมดสู่เป้าหมาย Thailand 4.0</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● สร้างระบบนิเวศ ๕ กลุ่ม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง)Stakeholdersระดับประเทศ (ภูมิภาค จังหวัด ชุมชน หรือกลุ่มธุรกิจ โดยมุ่งเป้าหมายเพื่อสร้างสังคมนวัตกรรม ● สร้างผู้นำ (Champion) ในระบบนิเวศ ● สร้างแกนหลักที่จะเป็นผู้ห้อยค้วความรู้แก่ผู้นำ (Champion) โดยให้แนวทางในการพัฒนาและสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนมุมมองให้แก่ผู้นำ (Champion) ● ให้ความรู้และแนวทางแก่ผู้นำ (Champion) และกลุ่มคนใน 5 Stakeholders ถึงบทบาทของแต่ละ Stakeholders ที่จะขับเคลื่อนร่วมกัน ● ประชาธิรัฐริเริ่มโดยการพัฒนาระบบนิเวศโดยเริ่มจากการสร้างแกนหลักและผู้นำ (Champion) และทำ Pilot Project เพื่อเป็นต้นแบบ โดยเริ่มจากภาคเอกชน อาทิ หอการค้าไทย ● สร้างทีมที่ปรึกษาเพื่อเป็น โฉลชในการขับเคลื่อนระบบนิเวศในแต่ละระบบ

ข้อเสนอแนะ	เป้าหมาย	กิจกรรม
การวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” <u>S</u> trengths <u>O</u> pportunities <u>A</u> spirations <u>R</u> esults	สร้างแนวทางการขับเคลื่อนให้แก่ SME โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งและแสวงหา โอกาส สร้างเป้าหมาย และมุ่งสู่ผลลัพธ์	<ul style="list-style-type: none"> ● ทำการอบรมและให้แนวทางในการวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” ● ทำสื่อที่ให้ความเข้าใจในการนำไปปรับใช้แก่ SME ● สนับสนุน SME ให้มี SME Journey ของตนเอง เริ่มจากปรับ Mindset->ทำแผน SOAR-> สร้าง competitiveness ประเมินตนเอง <-connectivity &-> ปรับปรุงตนเอง

บทที่ ๕

สรุปและข้อเสนอแนะ

ในบทที่ ๔ ได้มีการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ SMEs กับนโยบาย Thailand 4.0 ที่จะนำมาปรับใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตไปได้อย่างยั่งยืนในอนาคต และเพื่อเข้าใจและเข้าถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถึงปัญหาอุปสรรคเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาองค์กร SME ให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และโมเดลของการขับเคลื่อนของ SME ทั้งแบบภาคการค้าและภาคบริการ ในยุค Thailand 4.0 ในบทนี้จะเป็นบทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

นโยบาย Thailand 4.0 เป็นเรื่องของการปฏิรูปประเทศในปัจจุบัน เนื่องจากบริบทของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง เป็นเหตุให้ประเทศไทยตกอยู่ในสภาวะความเสี่ยง ดังนั้น นโยบาย Thailand 4.0 จึงเป็นเป้าหมายที่จะนำพาประเทศออกจากกับดักรายได้ปานกลางและเข้าสู่ประเทศที่มีรายได้สูงและเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในที่สุด โดยการขับเคลื่อนนี้มีกลไกสำคัญ อันได้แก่ “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)”

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วน และ SME มีธุรกิจอยู่ในทุกภาคส่วนของประเทศและอยู่ในทุกอุตสาหกรรม และ SME ยังก่อให้เกิดการจ้างงานถึง ๑๐,๕๐๑,๑๖๖ คนทั่วประเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๘๐.๓ ของการจ้างงานทั้งหมด และ SME ได้สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ถึงร้อยละ ๓๕.๖ ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในขณะที่เดียวกันนั้นประเทศที่พัฒนาแล้ว SME ได้สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ถึงร้อยละ ๕๐ ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เห็นได้ว่าประเทศไทยยังต้องขับเคลื่อนและผลักดันให้ SME เติบโตและสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ให้ถึงร้อยละ ๕๐ ทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้ว

และจากสถิติของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทยมีน้อยกว่าร้อยละ ๑ ของวิสาหกิจทั้งหมด ซึ่งประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีสัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางที่ร้อยละ ๕-๑๐ ของวิสาหกิจทั้งหมด เห็นได้ว่าประเทศไทยไม่สามารถ

ขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดย่อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางได้ ซึ่งเรียกปัญหานี้ว่า “Missing Middle” และปัญหานี้ถือเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย เพราะขาดกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางที่จะแข่งขันในระดับสากลและใช้ประโยชน์จากการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ และนวัตกรรมต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการได้

นโยบาย Thailand 4.0 ด้วยการยกระดับ SME จึงเป็นนโยบายที่ตอบโจทย์ต่อการขับเคลื่อน มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และยกระดับวิสาหกิจขนาดย่อมสู่วิสาหกิจขนาดกลาง ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ หรือเรียกว่า การสร้างเศรษฐกิจฐานคุณค่า (Valued-based Economy) นั่นคือ ยกระดับ SME ดั้งเดิม (Traditional SME) สู่ SMART Enterprise โดยการนำนวัตกรรมมาปรับใช้กับองค์กรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และธุรกิจที่เป็น SMART Enterprise ต้องผันเปลี่ยนตัวเองสู่ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise: IDE)

อีกทางหนึ่ง ประเทศไทยต้องผลักดันสร้างผู้ประกอบการรายใหม่สู่ธุรกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise: IDE) เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ เพื่อเป็นกลจักรที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพราะธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise: IDE) นั้นมีโอกาสในการเติบโตแบบก้าวกระโดดและขยายตลาดในระดับโลกได้ ซึ่งกลุ่มธุรกิจ IDE นี้ได้แก่ Food Tech, Health Tech, Robo Tech, Agri Tech, Fin Tech และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมและการบริการที่มีมูลค่าสูง

และเพื่อทำการวิเคราะห์สถานการณ์ของ SME ในปัจจุบันและหาโมเดลที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อน SME ไทย จึงได้เลือกทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูล และรายงานต่างๆ จากแหล่งทุติยภูมิ และศึกษาหาข้อมูลประกอบจากแหล่งปฐมภูมิ โดย ด้วยวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ที่มีบทบาทและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) ต่อการวางแผนและขับเคลื่อนนโยบาย Thailand 4.0

โดยการวิเคราะห์เริ่มจากการมุ่งแสวงหาปัญหาของ SME และกระบวนการพัฒนา SME ซึ่งพบปัญหาของ SME คือ ไม่มีความชัดเจนในเป้าหมายของธุรกิจตัวเอง ไม่รู้ จุดแข็ง ความสามารถของตนเอง และไม่รู้ว่าจริงๆตนเองนั้นมีปัญหาในการพัฒนาธุรกิจที่จุดใด ทำให้ไม่สามารถสร้างนวัตกรรมมาต่อยอดให้กับธุรกิจตนเองได้ ดังนั้นสิ่งที่พบในปัจจุบันคือ SME ดำเนินธุรกิจโดยไร้ทิศทาง มุ่งแข่งขันธุรกิจด้วยการใช้กลยุทธ์ทางราคาเป็นหลัก โดยไม่ได้สร้างความเข้มแข็งจากสินค้าหรือบริการของตนเอง และด้วยปัญหาของ SME ที่ไม่รู้จุดแข็งและทิศทางของตนเอง ประกอบกับกิจกรรมที่มุ่งพัฒนา SME นั้น เน้นการพัฒนาด้านกลยุทธ์ แต่ขาดการสร้าง

รากฐานของการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ทำให้ SME ขาดจุดเริ่มต้นที่แข็งแกร่ง ซึ่งจุดเริ่มต้นหรือรากฐานของธุรกิจนั้น ต้องเริ่มจากฐานทางความคิด (Mindset) ของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ ซึ่งรากฐานนี้ คือ การน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ๓ ห่วง และ ๒ เงื่อนไข ได้แก่ องค์ประกอบที่หนึ่ง “ความพอประมาณ” สอง “ความมีเหตุผล” และ สาม “การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว” ส่วน ๒ เงื่อนไข คือ ความรู้และคุณธรรม

“ความพอประมาณ” คือ การรู้ตัวตนของธุรกิจ “ความมีเหตุผล” คือ การบริหารองค์กรธุรกิจ โดยรับผิดชอบต่อหน้าที่และผลกระทบของตนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร (Stakeholder) และ “การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว” คือ การมองไปข้างหน้าเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านการต่างๆ ซึ่งหมายถึง การบริหารความเสี่ยง ทั้งสามห่วงนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้และคุณธรรม “ความรู้” ในที่นี้เกี่ยวกับความรู้ที่เกี่ยวข้องรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นตอนปฏิบัติ ส่วน “คุณธรรม” คือ มีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อธุรกิจ และต่อการดำเนินธุรกิจกับคนภายนอก ซึ่ง ๓ ห่วง และ ๒ เงื่อนไข จะทำให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการบริหารและพัฒนาในทุกระดับ

และเพื่อให้มีตัวอย่างของการนำไปใช้ของโมเดลการขับเคลื่อนนี้ จึงได้วิเคราะห์ส่วนของกระบวนการพัฒนา SME ภาคการค้าและการบริการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อ SME ที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจตนเอง และเพื่อเป็นรูปแบบที่จะนำมาเป็นตัวอย่างแก่ภาคอื่นๆ ให้ปรับใช้ได้

โมเดลการขับเคลื่อนการค้า 4.0 (Trade 4.0) คือการมุ่งสร้าง Smart Trade Platform ด้วยการพัฒนามาตรฐานสินค้า และพัฒนาความสะดวกทางการค้า โดยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน คือ การสร้างที่ตัวผู้ประกอบการ (Entrepreneur Driven Proposition) สร้างนวัตกรรม (Innovation Driven Proposition) และสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย (Community Driven Proposition) เพื่อสร้างการค้าในท้องถิ่น การจ้างงานในท้องถิ่น ก่อให้เกิดพลังในท้องถิ่น (Local Empowerment) นั้นหมายถึง SME เติบโตด้วยพลังของตนเอง และสามารถขยายตลาดในต่างประเทศได้ โดยผ่านการค้าแบบไร้พรมแดน (Borderless) ที่เชื่อมต่อประเทศอื่นๆบนโลกได้อย่างรวดเร็ว โดยความเข้มแข็งจากภายในและการบริหารงานนั้นบรรจุหลักคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และให้ ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในวงจร อันได้แก่ ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ภาครัฐ (Government) ภาคเอกชน (Corporate) ภาคเงินทุน (Risk Capital) และมหาวิทยาลัย (University) เป็นผู้ขับเคลื่อน

โมเดลการขับเคลื่อนภาคการบริการ ผู้ 4.0 มีกลไกการขับเคลื่อนที่สร้างความเข้มแข็งจากภายใน และเชื่อมโลกภายนอกเหมือนการค้า 4.0 เช่นกัน และหัวใจในการขับเคลื่อน คือปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ ขับเคลื่อนด้วยกลไกของ ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) หากแต่วิธีการของการสร้างความเข้มแข็งภายในนั้น มีความแตกต่างจากการค้า นั่นคือการสร้างความเข้มแข็งภายในมาจาก ความเป็นไทย (Thainess) และการสร้าง“มาตรฐานการบริการ (Standard)” ที่มีความเป็นไทย เดิมเส้นที่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ และเชื่อมต่อกับโลกภายนอกด้วยกลยุทธ์การส่งออกความเป็นไทย ผ่านสื่อต่างๆ สร้างเนื้อหา (Content) ที่ชูจุดเด่นผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างการจดจำและการเข้าถึงอารมณ์ ความรู้สึกรักของความเป็นไทยและการบริการของไทย และผู้เสพสื่อสามารถเข้าถึงเนื้อหาของสื่อได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งการดำเนินการผลักดัน Service 4.0 นี้ ต้องดำเนินการร่วมกับหลายภาคส่วน เพื่อที่จะกลไกหมุนไปพร้อมๆกัน นั่นคือดำเนินการผ่านกลไกของ ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในวงจ

และด้วยปัจจุบันนี้องค์กรได้ใช้การวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นการมองทั้งเชิงบวก (Positive) และ เชิงลบ (Negative) นั่นคือเชิงบวกคือ จุดแข็ง (Strengths) และ โอกาส(Opportunities) และเชิงลบ คือ จุดอ่อน (Weaknesses) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งในการวิเคราะห์ SWOT นี้เมื่อ SME พบจุดอ่อน ก็จะหาทางออกโดยการแก้ไขจุดอ่อนและหวังว่าการแก้ไขจุดอ่อนจะทำให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ได้ แต่ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์สถานการณ์อาจจะไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และเมื่อ SME พบจุดอ่อนและมุ่งหวังที่จะแก้ไข จะทำให้พลาดการสร้างจุดแข็งและแสวงหาโอกาส ดังนั้น ผู้จัดทำวิจัยจึงขอเสนอการวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” แทน SWOT ซึ่ง SOAR ประกอบด้วย การหาจุดแข็ง (Strengths) การแสวงหาโอกาส (Opportunities) การขับเคลื่อนด้วยเป้าหมายและแรงบันดาลใจ (Aspirations) การนำไปสู่ผลลัพธ์ (Results) เมื่อมีเป้าหมาย ย่อมต้องสร้างเครื่องมือในการวัดว่าตนเองและองค์กรธุรกิจได้ดำเนินการไปสู่ผลลัพธ์ในแต่ละขั้นอย่างไร เพื่อนำตนเองและองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ และการวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” นั้น เป็นการมุ่งสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ให้กับองค์กรธุรกิจให้เกิดขึ้น กล่าวโดยสรุปแนวทางในการขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจ SME เชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย ๓ เรื่องหลักด้วยกัน หนึ่ง การน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ผู้ การบริหารธุรกิจและการพัฒนาองค์กร สอง การสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่จะเป็นกลไก ๕ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) และสาม วิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” ซึ่งการดำเนินการ ๓ เรื่องนี้จะเป็นส่วนสำคัญที่ SME จะได้รับการพัฒนาตนเองไปพร้อมกับสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการขับเคลื่อน ท้ายที่สุดจะผลักดันให้ SME สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ให้ถึงร้อยละ ๕๐ พัดเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาโดยการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) นำไปสู่การเสนอโมเดลการขับเคลื่อนจากองค์กรธุรกิจ SME ที่ตนเอง ผู้การขับเคลื่อนทั้งระบบที่ไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ๕ ฝ่าย (5 Stakeholders) ซึ่งการขับเคลื่อน SME นี้มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย และเป้าหมายที่สำคัญของการขับเคลื่อนคือ SME ไทยต้องสร้างมูลค่าใน GDP ให้กับประเทศให้เทียบเท่ากับประเทศพัฒนาแล้ว นั่นคือมากกว่าร้อยละ ๕๐ ของ GDP (ปัจจุบัน SME ไทยสร้างมูลค่าใน GDP อยู่เพียงร้อยละ ๓๕.๖ ดังนั้นข้อเสนอแนะนี้จึงขอเสนอแนวทางที่จะขับเคลื่อน SME ไทยสู่เป้าหมายดังเช่นประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนี้

๑. ข้อเสนอแนะการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)เชิงปฏิบัติ

จากผลการสำรวจความสามารถทางการแข่งขันของ WEF บ่งชี้ว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมและความสามารถในการทำธุรกิจของ SME เป็นประเด็นสำคัญที่ดูครั้งอันดับของไทยมาในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รวมทั้งข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ และสภาพแวดล้อมเชิงสถาบัน และผลการสำรวจยังระบุว่า ไทยยังมีระดับการพัฒนาคลัสเตอร์ที่ต่ำส่งผลให้ขาดการผนึกกำลังรองรับบริบทในอนาคตที่มุ่งแข่งขันในระดับห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) อย่างไรก็ตามประเด็นปัญหาต่างๆ เหล่านี้ เป็นที่ตระหนักและบางส่วนอยู่ในระหว่างการดำเนินการโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ผู้จัดทำรายงานขอเสนอแนวทางแก้ไขและการวางรากฐานระยะยาวที่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยน เพื่อให้ SME ไทยมีทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจน (focus) มากขึ้น โดยมีข้อเสนอดังนี้

๑.๑ ปรับหลักคิด (Mindset) จากการตั้งรับ ผู้ “หลักคตินำการเปลี่ยนแปลง” โดยการสร้างแคมเปญแห่งชาติ ตัวอย่าง “ผู้ประกอบการไทยนำการเปลี่ยนแปลง” โดยสร้างภาพที่มีอารมณ์ความรู้สึกของ SME ตัวอย่าง ที่มองภาพการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก รักการเรียนรู้ ปรับตัวได้รวดเร็ว ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มุ่งมั่นสู่เป้าหมาย ชี้อัตถ์และรับผิดชอบต่อสังคม โดยสร้างแคมเปญผ่านสื่อต่างๆ พร้อมไปกับการให้การบ่มเพาะความเป็น “ผู้ประกอบการไทยนำการเปลี่ยนแปลง” โดย SME Mentor ที่มุ่งบ่มเพาะและสร้าง DNA เลือดใหม่ให้กับ SME ผ่านการให้คำแนะนำและการจัดวงสนทนา SME (SME Incubation Forum) ซึ่ง SME Mentor กลุ่มนี้จะได้รับการฝึกฝนเฉพาะทางในการให้คำปรึกษา และการสะท้อนมุมมองสู่การสร้างตัวตน และสร้าง DNA ใหม่และสร้างตัวตนที่แข็งแกร่งที่เป็นรากฐานของการทำธุรกิจ โดยแกนหลัก ของเนื้อหาที่มาปรับใช้ คือปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ SOAR ประกอบด้วย การหาจุดแข็ง (Strengths) การแสวงหา

โอกาส (Opportunities) การขับเคลื่อนด้วยเป้าหมายและแรงบันดาลใจ (Aspirations) การนำไปสู่ผลลัพธ์ (Results) เมื่อมีเป้าหมาย

๑.๒ พัฒนาทักษะ (Skill Set) ผู้ประกอบการ สร้างพื้นที่การเรียนรู้ในการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการทั้งด้านการบริหารธุรกิจและด้านเทคนิคเฉพาะด้านต่างๆ สร้างทักษะความเป็นผู้นำ (Leadership) ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ในการมองอนาคต และสร้างทักษะมุ่งสู่การเปลี่ยนแปลงด้วยกลยุทธ์ Game Changer โดยการยกกรณีศึกษาต่างๆ มาทำการเรียนรู้ และสร้างทักษะในการเลือกใช้เครื่องมือด้านดิจิทัลเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ ทำได้ดีที่สุด SME ต้องมีความมั่นใจในสินค้าและบริการของตนเองและสร้างพัฒนาธุรกิจด้วยตนเองต่อไปได้อย่างยั่งยืน

๑.๓ กระบวนการส่งเสริมวิสาหกิจที่ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม (Tailor-made) จัดระดับการส่งเสริมศักยภาพ SME ตามระดับของความสามารถและเป้าหมาย และตามอุตสาหกรรม โดยมีกระบวนการคัดกรองระดับของ SME ด้วยการวิเคราะห์ทัศนคติ ความคิด ความเป็นผู้นำ แผนการดำเนินงานขององค์กร เป้าหมายขององค์กรประกอบการพิจารณาการยอมรับระดับของ SME เพื่อประโยชน์ของ SME ในการรู้และเข้าใจตัวตนของตนเองก่อนการรับการอบรม และรู้หนทางในการพัฒนาตนเองและองค์กรสู่เป้าหมายอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

๑.๔ สนับสนุนกลยุทธ์การขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ด้วยกลไกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ๕ ฝ่าย (5 Stakeholders) โดยเอกชนมีบทบาทมากขึ้น การขับเคลื่อนนี้จำเป็นต้องมีผู้นำ (Champion) ในการดำเนินการซึ่งผู้ที่เป็นผู้เข้าใจบริบทการเปลี่ยนแปลงของ SME และแนวทางการพัฒนา SME ด้วยกลไกการขับเคลื่อน จึงเสนอให้ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นผู้นำ (Champion) ในระบบนิเวศ ด้วยองค์กรสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรไม่แสวงผลประโยชน์และมีผู้ประกอบการร่วมเป็นสมาชิกทั่วประเทศที่สามารถเกื้อหนุนและช่วยเหลือกันซึ่งกันและกัน อีกทั้งเป็นองค์กรที่เป็นกลางในการประสานความร่วมมือกับอีก ๔ องค์กร อีกทั้งมี SME Center ที่เป็นผู้สนับสนุนส่งเสริมความรู้ให้กับ SME และเป็นองค์กรที่พร้อมเริ่มดำเนินการโดยไม่มีเงื่อนไข หรือข้อจำกัดในการขับเคลื่อน

๒. ข้อเสนอแนะการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เชิงนโยบาย

๒.๑ การปรับปรุงกฎระเบียบและอำนวยความสะดวกแก่ SME ให้เอื้อต่อการเติบโต เสนอให้ภาครัฐปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจและลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น พร้อมกับให้การสนับสนุนทางด้านภาษี โดยการลดหย่อนภาษีให้กับองค์กรธุรกิจที่เข้ามาสนับสนุนการขับเคลื่อน SME

๒.๒ นโยบายสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ ด้วยธุรกิจขนาดกลางเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตและมีโอกาสในการขยายตลาด ควรมีกฎบัตรสนับสนุนที่พัฒนาต่อยอดให้กับธุรกิจขนาดกลาง อาทิ การสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม การสนับสนุนการเข้าสู่ตลาดใหม่ และการสร้างพันธมิตรกับองค์กรในต่างประเทศในการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี โดยการนำของภาครัฐ ที่ดำเนินการเปิดประตูให้กับผู้ประกอบการ

๒.๓ ในระดับนโยบาย เพื่อกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ มาตรการเพื่อพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ขอให้บรรจุข้อเสนอที่กล่าวมาข้างต้น ในแผนยุทธศาสตร์ของภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนเป็นไปทิศทางเดียวกัน พร้อมกับกำหนดเป้าหมายและกรอบเวลาการดำเนินการ และขอเสนอให้สำนักงานส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นองค์กรแกนหลักดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ ประสานงานและแนวทางขับเคลื่อนร่วมกับทางสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

ทั้งหมดนี้เป็นข้อเสนอแนะการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) สู่เป้าหมาย Thailand 4.0 ซึ่งการเปลี่ยนผ่านประเทศไทยในครั้งนี้เป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็นต่อการอยู่รอดของประเทศ ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกภาคส่วนต้องมีส่วนร่วมในการทำให้การปฏิรูปนี้สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

บรรยาย ปาฐกถา

สุวิทย์ เมษินทรีย์, รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี. บรรยายเรื่อง “Thailand 4.0 กับอนาคตประเทศไทย”. ณ โรงแรมรามการ์เด้นส์, ๓ มิถุนายน ๒๕๖๐.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

“แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘)”.

(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/แผนการส่งเสริมSMEs/03/แผนแม่บท%20ฉบับที่%203.pdf,2554>.

“แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)”.

(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://sme.go.th/th/images/data/it/download/2016/แผนปฏิบัติการสสว/SME%204.0%20Final.pdf,2559>.

“Thailand 4.0 ฝ่าทางตันประเทศไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<https://www.itisablogsite.com/การเงินธุรกิจ/thailand-4-0-ทางออกของประเทศไทย/,2559>.

“กางพิมพ์เขียว ไทยแลนด์ 4.0 ในมือ สุวิทย์ เมษินทรีย์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<https://www.matichon.co.th/news/405820,2559>.

“ไชรหัส ประเทศไทย 4.0 สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง”. (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก : <https://www.thairath.co.th/content/613903,2559>.

ภาษาอังกฤษ

หนังสือ

Aulet, Bill and Murray, Fiona. A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy. Missouri : Ewing Marion Kauffman Foundation, 2013.

Senor, D., & Singer, S. Start-up nation: the story of Israel's economic miracle. New York: Twelve, 2011.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

“MIT’s Entrepreneurial Ecosystem Model”. (Online). Available :

<http://www.betaboston.com/news/2014/04/18/innovation-diplomacy/>, 2014.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวปริม จิตจรุงพร
วัน เดือน ปี เกิด	วันที่ ๒๖ กันยายน ๒๕๐๗
การศึกษา	๑. Owner President Management Program, Harvard Business School ๒. M.S. (Information System), The American University, USA. ๓. B.A. (International Business), George Washington University, USA.
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. ๒๕๓๔ – ๒๕๓๖ : เจ้าหน้าที่ห้องค้าเงินตราต่างประเทศ ธนาคารเชสแมน ฮัตตัน สาขาประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๓๖ – ๒๕๕๐ : ผู้อำนวยการฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด บริษัทแอล ไลด์ เม็ททัลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด พ.ศ. ๒๕๕๑ – ๒๕๕๘ : กรรมการผู้จัดการ บริษัทแอล ไลด์ เม็ททัลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด พ.ศ. ๒๕๕๘ – ปัจจุบัน : ประธานกรรมการบริหาร บริษัทแอล ไลด์ เม็ททัลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด พ.ศ. ๒๕๕๘ – ปัจจุบัน : กรรมการผู้จัดการ บริษัทแอล ไลด์ เม็ททัลส์ (อินเดีย) ไพรวาท ลิมิเต็ด พ.ศ. ๒๕๕๘ – ปัจจุบัน : กรรมการผู้จัดการ บริษัทแอล ไลด์ เม็ททัลส์ เซลอน ไพรวาท ลิมิเต็ด
ตำแหน่งปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหารของบริษัทแอล ไลด์ เม็ททัลส์ (ไทยแลนด์) จำกัด กรรมการผู้จัดการ บริษัทแอล ไลด์ เม็ททัลส์ (อินเดีย) ไพรวาท ลิมิเต็ด กรรมการผู้จัดการ บริษัทแอล ไลด์ เม็ททัลส์ เซลอน ไพรวาท ลิมิเต็ด กรรมการรองเลขาธิการ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง Thailand 4.0 แนวทางการปรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

ผู้การเจริญเติบโตที่ยั่งยืน

ผู้วิจัย นางสาวปริม จิตจรุงพร

หลักสูตร วปอ.

รุ่นที่ 59

ตำแหน่ง กรรมการรองเลขาธิการ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การค้าขายและธุรกิจของไทยเริ่มจากยุค Thailand 1.0 ซึ่งเป็นยุคที่เน้นการเกษตรเป็นหลัก ต่อมาได้เข้าสู่ยุค Thailand 2.0 นั่นคือ เริ่มทำการผลิตสินค้าแบบอุตสาหกรรมเบา และในยุคนี้ได้สร้างรายได้เพิ่มให้กับประเทศ ส่งผลให้รายได้ของประชาชนเพิ่มขึ้นตาม และเข้าสู่ยุค Thailand 3.0 คือ การเริ่มมีการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ มีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีค่าแรงสูงกว่า มาผลิตในประเทศที่มีค่าแรงต่ำ ซึ่งใน 20 ปี ที่ผ่านมา Thailand 3.0 ได้ยกระดับรายได้ของประชาชนในประเทศไทย แต่ในทางกลับกัน แม้ว่ารายได้ของประเทศและสถานะของประเทศไทยบนเวทีการค้าโลกดูเหมือนทันสมัย แต่กลับไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นของประเทศเราเอง ประเทศไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าชิ้นส่วนและวัตถุดิบในการแปรรูปเพื่อการส่งออกและยังเป็นการแข่งขันในเชิงต้นทุน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME ก็เป็นกลไกสำคัญตัวหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เห็นได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ร้อยละ 39.6 เป็นรายได้จาก SME และอีกร้อยละ 43.6 เป็นรายได้จากบริษัทขนาดใหญ่ และ SME เป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วน SME ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 10,501,166 คนทั่วประเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 80.3 ของการจ้างงานทั้งหมด จุดเด่นของการเป็นองค์กรขนาดเล็กคือ สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วในสถานการณ์ต่าง ๆ แต่การเป็นองค์กรขนาดเล็กก็มีปัญหาและอุปสรรคไม่น้อยที่ต้องต่อสู้เพื่อความอยู่รอด ขณะเดียวกัน SME ยังคงใช้ราคาเป็นอาวุธในการช่วงชิงตลาด ดังนั้นการพัฒนา SME ของประเทศไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนตามแนวคิดของ Thailand

4.0 จึงเป็นเรื่องที่สมควรได้รับการขับเคลื่อนและผลักดันโดยเร่งด่วนผ่านทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจนโยบาย Thailand 4.0 ที่มีต่อการขับเคลื่อน SME ไทย
2. เพื่อแสวงหาปัญหาทั้งปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลต่อ SME เพื่อนำไปสู่โมเดลที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อน SME ไทยสู่เป้าหมายของนโยบาย Thailand 4.0
3. เพื่อเสนอแนะแนวความคิดและโมเดลการพัฒนา SME ไทย เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0 อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งเน้นการวิจัย SME ในกลุ่มภาคการค้าและการบริการที่มีต่อการขับเคลื่อนสู่ Thailand 4.0 โดยศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการขับเคลื่อน รวมถึงปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ของ SME ทั้งนี้เพื่อแสวงหาโมเดลที่เหมาะสมและแนวทางการปรับองค์กรธุรกิจสู่ Thailand 4.0
2. ขอบเขตด้านระยะเวลา งานวิจัยนี้มีช่วงระยะเวลาดำเนินการเพียง 7 เดือน การศึกษาและข้อเสนอแนะจึงเสนอเป็นแนวทางที่จุดประกายความคิดในเริ่มต้น ที่ SME สามารถนำไปคิดต่อยอดถึงวิธีการปรับใช้ตามบริบทแต่ละองค์กรธุรกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษาเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูล และรายงานต่างๆ จากแหล่งทุติยภูมิ และศึกษาจากแหล่งปฐมภูมิโดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ที่มีบทบาทและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) ต่อนโยบาย Thailand 4.0 โดยคัดเลือกผู้บริหารจากภาครัฐ เอกชน และการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และสังเคราะห์ผลที่ได้ให้เห็นปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปและข้อเสนอแนะต่อการขับเคลื่อน SME ไทยสู่ Thailand 4.0

ผลการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เพื่อสืบค้นหาข้อมูลนำมาวิเคราะห์หาปัจจัยของการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่มีผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศตามนโยบาย Thailand 4.0 นั้น ผลการศึกษาวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์ ได้ดังต่อไปนี้

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจนโยบาย Thailand 4.0 ที่มีต่อการขับเคลื่อน SME ไทย สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

เนื่องจากบริบทของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง ทำให้ประเทศไทยตกอยู่ในภาวะความเสี่ยง ดังนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องดำเนินการปฏิรูปประเทศโดยการผลักดันนโยบาย Thailand 4.0 โดยมุ่งหวังว่า จะนำพาประเทศออกจากกับดักรายได้ปานกลางและเข้าสู่ประเทศที่มีรายได้สูงและเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในที่สุด โดยการขับเคลื่อนนี้มีกลไกสำคัญ อันได้แก่ “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)”

จากข้อมูล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2559 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีสัดส่วนในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ถึงร้อยละ 39.6 มีมูลค่า 5,212,004 ล้านบาท โดยจำแนกอยู่ในกิจกรรมภาคการค้าร้อยละ 27.9 และภาคการบริการร้อยละ 41.3 และ SME สร้างการจ้างงานถึง 10,501,166 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 ของการจ้างงานทั้งหมด

นโยบาย Thailand 4.0 ต่อการยกระดับ SME ในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานคุณค่า (Valued-based Economy) ซึ่งเป้าหมายของนโยบาย Thailand 4.0 นั้น กล่าวไว้ว่า SME ดั้งเดิม (Traditional SME) ต้องยกระดับตัวเองสู่ SMART Enterprise นั่นคือ การนำนวัตกรรมมาปรับใช้กับองค์กรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และ SMART Enterprise เองนั้น ต้องผันเปลี่ยนตัวเองสู่ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise: IDE) ในที่สุด

พร้อมกันนั้น ประเทศไทยต้องผลักดันสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่เป็นกลุ่มธุรกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Enterprise: IDE) เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ เพื่อเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพราะ ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-

Driven Enterprise: IDE) นั้นมีโอกาสในการเติบโตแบบก้าวกระโดดและขยายตลาดในระดับโลกได้ ซึ่งกลุ่ม IDE นี้ได้แก่ Food Tech, Health Tech, Robo Tech, Agri Tech, Fin Tech และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆที่สร้างสรรค์ วัฒนธรรมและการบริการที่มีมูลค่าสูง

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อแสวงหาปัญหาทั้งปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลต่อ SME เพื่อนำไปสู่โมเดลที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อน SME ไทยสู่เป้าหมายของนโยบาย Thailand 4.0 สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

ตามนโยบาย Thailand 4.0 ประเทศไทยนั้นมีจุดแข็งอยู่ 2 ด้าน ด้านที่หนึ่ง คือ ความหลากหลายเชิงชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม และอีกด้านคือ การมีจิตวิญญาณของการให้บริการ ดังนั้นการขับเคลื่อน SME ไทยจึงต้อง การสร้างความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) จากความเข้มแข็งจากภายในและนำไปสู่การเชื่อมโยง (Connectivity) ในการทำตลาดโลกภายนอก และดำเนินการผ่านกระบวนการขับเคลื่อนด้วยกลไกประชารัฐ เพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจฐานคุณค่า (Valued-based Economy) ในที่สุด

หากแต่การศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายที่จะแสวงหาโมเดลที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อน SME จาก Thailand 3.0 สู่ Thailand 4.0 โดยได้ยกตัวอย่าง โมเดลที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อน SME ไทยในภาคการค้าและภาคการบริการที่จะนำไปสู่ Thailand 4.0 ทั้งนี้เพื่อเป็นรูปแบบที่จะนำมาเป็นตัวอย่างแก่ภาคอื่นๆ ให้เข้าใจและปรับใช้ได้ จึงได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนนโยบาย Thailand 4.0 โดยเริ่มจากการมุ่งแสวงหาปัญหาของ SME และกระบวนการพัฒนา SME ซึ่งพบทั้งปัญหา ดังนี้

ปัญหาของ SME คือ ไม่มีความชัดเจนในเป้าหมายของธุรกิจตัวเอง ไม่รู้ จุดแข็ง ความสามารถของตนเอง และไม่รู้ว่าคุณเองนั้นมีปัญหาในการพัฒนาธุรกิจที่จุดใด ทำให้ไม่สามารถสร้างนวัตกรรมมาต่อยอดให้กับธุรกิจตนเองได้ ดังนั้นสิ่งที่พบในปัจจุบันคือ SME ดำเนินธุรกิจโดยไร้ทิศทาง มุ่งแข่งขันธุรกิจด้วยการใช้กลยุทธ์ทางราคาเป็นหลัก โดยไม่ได้สร้างความเข้มแข็งจากสินค้าหรือบริการของตนเอง

และด้วยปัญหาของ SME ที่ไม่รู้จุดแข็งและทิศทางของตนเอง ประกอบกับกิจกรรมที่มุ่งพัฒนา SME นั้น มุ่งเน้นพัฒนาทักษะทางด้านกลยุทธ์ แต่ขาดการสร้างรากฐานของการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ทำให้ SME ขาดจุดเริ่มต้นที่แข็งแรง และจุดเริ่มต้นหรือรากฐานของธุรกิจนั้น ต้องเริ่มจากฐานทางความคิด (Mindset) ของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ ซึ่งรากฐานนี้ คือ การน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย 3 ห่วง และ 2 เงื่อนไข ได้แก่ องค์ประกอบที่หนึ่ง “ความพอประมาณ” สอง “ความมีเหตุผล” และ สาม “การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว” ส่วน 2 เงื่อนไข คือ ความรู้และคุณธรรม

“ความพอประมาณ” คือ การสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ โดยการปรับตัวให้เข้าสภาพแวดล้อมและยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง “ความมีเหตุผล” คือ การบริหารองค์กรธุรกิจ โดยรับผิดชอบต่อหน้าที่และผลกระทบของตนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร (Stakeholder) และ “การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว” คือ การมองไปข้างหน้า เตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านการต่างๆ ซึ่งหมายถึง การบริหารความเสี่ยง ทั้งสามห่วงนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้และคุณธรรม “ความรู้” ในที่นี้เกี่ยวกับความรู้ที่เกี่ยวข้องรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นตอนปฏิบัติ ธุรกิจไม่เพียงแต่มีความทักษะในการบริหารแบบวันต่อวัน แต่ต้องแสวงหาความรู้ใหม่ๆ จากลูกค้า ตลาด และผู้ที่มีประสบการณ์ “คุณธรรม” มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต นั่นคือซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อธุรกิจ และต่อการดำเนินธุรกิจกับคนภายนอก ซึ่ง 3 ห่วง และ 2 เงื่อนไข จะทำให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการบริหารและพัฒนาในทุกระดับ

และเพื่อให้มีตัวอย่างของการนำไปใช้ของโมเดลการขับเคลื่อนนี้ จึงได้วิเคราะห์ส่วนของกระบวนการพัฒนา SME ภาคการค้าและการบริการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อ SME ที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจตนเอง

โมเดลการขับเคลื่อนการค้า 4.0 (Trade 4.0)

การขับเคลื่อนการค้า 4.0 คือการมุ่งสร้าง Smart Trade Platform ด้วยการพัฒนามาตรฐานสินค้า และพัฒนาความสะดวกทางการค้า โดยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน คือ การสร้างที่ตัวผู้ประกอบการ (Entrepreneur Driven Proposition) สร้างนวัตกรรม (Innovation Driven Proposition) และสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย (Community Driven Proposition) เพื่อสร้างการค้าในท้องถิ่น การจ้างงานในท้องถิ่น ก่อให้เกิดพลังในท้องถิ่น (Local Empowerment) นั่นหมายถึง SME เติบโตด้วยพลังของตนเอง และสามารถขยายตลาดในต่างประเทศได้ โดยผ่านการค้าแบบไร้พรมแดน (Borderless) หรือ IDE Platform ที่เชื่อมต่อประเทศอื่นๆบนโลกได้อย่างรวดเร็ว โดยความเข้มแข็งจากภายในและการบริหารงานนั้น บรรจุหลักคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และให้ 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในวงจร อันได้แก่ ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ภาครัฐ (Government) ภาคเอกชน (Corporate) ภาคเงินทุน (Risk Capital) และมหาวิทยาลัย (University) เป็นผู้ขับเคลื่อน

โมเดลการขับเคลื่อนภาคการบริการ คู่ 4.0

การขับเคลื่อนภาคการบริการ คู่ 4.0 นั้น มีกลไกการขับเคลื่อนที่สร้างความเข้มแข็งจากภายใน และเชื่อมโยงโลกภายนอกเหมือนการค้า 4.0 เช่นกัน และหัวใจในการขับเคลื่อน คือ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ ขับเคลื่อนด้วยกลไกของ 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders)

หากแต่วิธีการของการสร้างความเข้มแข็งภายในนั้น มีความแตกต่างจากการค้า นั่นคือการสร้างความเข้มแข็งภายในมาจาก ความเป็นไทย (Thainess) และการสร้าง“มาตรฐานการบริการ (Standard)” ที่มีความเป็นไทย เติมเสน่ห์ด้วยความคิดสร้างสรรค์ และเชื่อมต่อโลกภายนอก ด้วยกลยุทธ์การส่งออกความเป็นไทย ผ่านสื่อต่างๆ สร้างเนื้อหา (Content) ที่จุดเด่นผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างการจดจำและการเข้าถึงอารมณ์ ความรู้สึกของความเป็นไทยและการบริการของไทย และผู้เสฟสื่อสามารถเข้าถึงเนื้อหาของสื่อได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งการดำเนินการผลักดัน Service 4.0 นี้ ต้องดำเนินการร่วมกับหลายภาคส่วน เพื่อที่จะกลไกหมุนไปพร้อมๆกัน นั่นคือดำเนินการผ่านกลไกของ 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในวงจรร อันได้แก่ ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ภาครัฐ (Government) ภาคเอกชน (Corporate) ภาคเงินทุน (Risk Capital) และมหาวิทยาลัย (University)

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนะแนวความคิดและโมเดลการพัฒนา SME ไทย เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0 อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ผู้จัดทำวิจัย ขอเสนอแนะแนวความคิดเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ โดยเป็นกลยุทธ์นี้มีพื้นฐานมาจากโมเดลที่ได้เสนอในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ประกอบด้วย 3 เรื่อง หนึ่ง การน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” คู่ การบริหารธุรกิจและการพัฒนาองค์กร สอง การสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่จะเป็นกลไก 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) และสาม วิเคราะห์องค์กร SME ด้วยหลักการวิเคราะห์ “SOAR” แทน “SWOT”

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหัวใจของการขับเคลื่อน SME สู่ Thailand 4.0 เพราะปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถสร้างจิตสำนึกและสร้างฐานทางความคิด (Mindset) ของผู้ประกอบการที่จะนำธุรกิจไปสู่แนวทางการบริหารธุรกิจให้มีความสมดุลและยั่งยืน สามารถสรุปแนวคิดของการเปลี่ยนจาก SME สู่ SME นวัตกรรม ดังนี้

- การเปลี่ยนจากเป้าหมาย Profit Maximization เป็น Profit Optimization
- การเปลี่ยนจากมุ่งเติบโตแบบ Individual growth เป็น Collaborative growth
- การเปลี่ยนจากการใช้มุมมองของบริษัท เป็น มุมมองของลูกค้า
- การเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจตนเองสู่การเป้าหมายมุ่งผลลัพธ์ (result-oriented) เป็นสำคัญ

ซึ่งการปรับเปลี่ยนทางความคิดนี้ สามารถดำเนินการด้วยการจัด “Incubation Forum หรือ วงสนทนาแห่งการแลกเปลี่ยน” ซึ่งเป็นกระบวนการเปิดทัศนคติของแต่ละท่าน มุมมองแนวคิด

และปัญหาที่พบเจอในการดำเนินธุรกิจ ผ่านวงสนทนา เพื่อให้มีการสะท้อนกลับในอีกแง่มุม เพื่อปรับมุมมองและแนวคิด

และเมื่อ SME ค้นพบจุดแข็งและสร้างจุดแข็งสู่ความเข้มแข็งแล้ว สามารถส่งออกจุดแข็งของไทยไปสู่โลก ด้วยกลยุทธ์ต่างๆ และขับเคลื่อนด้วยการดำเนินการผ่าน 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) อันได้แก่ ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ภาครัฐ (Government) ภาคเอกชน (Corporate) ภาคเงินทุน (Risk Capital) และมหาวิทยาลัย (University) ผู้จัดทำวิจัยขอเสนอว่าใน 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) นี้ต้องมีคนที่เป็น “ผู้นำ (Champion)” ที่จะนำพากลไกการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมาย ซึ่งกลไกการขับเคลื่อนนี้ จะเป็นการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัดและระดับชุมชน ซึ่งในแต่ละบริบทของแต่ละระดับแต่ละที่ ต้องมีบุคคลที่เป็นแกนในการขับเคลื่อนระบบกลไกนี้ ซึ่งผู้นำ (Champion) ในกลไก 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders)

ปัจจุบันนี้องค์กรได้ใช้การวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นการมองทั้งเชิงบวก (Positive) และเชิงลบ (Negative) นั่นคือเชิงบวกคือ จุดแข็ง (Strengths) และโอกาส (Opportunities) และเชิงลบ คือ จุดอ่อน (Weaknesses) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งในการวิเคราะห์ SWOT นี้เมื่อ SME พบจุดอ่อน ก็ จะหาทางออกโดยการแก้ไขจุดอ่อนและหวังว่าการแก้ไขจุดอ่อนจะทำให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ได้ แต่ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์สถานการณ์ อาจจะไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และเมื่อ SME พบจุดอ่อนและมุ่งหวังที่จะแก้ไข จะทำให้พลาดการสร้างจุดแข็งและแสวงหาโอกาส ดังนั้น ผู้จัดทำวิจัยจึงขอเสนอการวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” แทน SWOT ซึ่ง SOAR ประกอบด้วย การหาจุดแข็ง (Strengths) การแสวงหาโอกาส (Opportunities) การขับเคลื่อนด้วยเป้าหมายและแรงบันดาลใจ (Aspirations) การนำไปสู่ผลลัพธ์ (Results) เมื่อมีเป้าหมายย่อมต้องสร้างเครื่องมือในการวัดว่าตนเองและองค์กรธุรกิจได้ดำเนินการ ไปสู่ผลลัพธ์ในแต่ละขั้นอย่างไร เพื่อนำตนเองและองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ และการวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” นั้น เป็นการมุ่งสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ให้กับองค์กรธุรกิจให้เกิดขึ้น

ทั้งนี้ขอสรุปภาพแนวความคิดการพัฒนา SME ไทย เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ Thailand 4.0 อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ดังตารางดังนี้

ข้อเสนอแนะ	เป้าหมาย	กิจกรรม
<p>“ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หัวใจการขับเคลื่อนสู่ Thailand 4.0</p>	<p>สร้างรากฐานองค์กรธุรกิจให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (3 ห่วง 2 เงื่อนไข) เพื่อให้ SME มีความเข้มแข็งและมีพลังในการขับเคลื่อนด้วยตัวเอง</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● การให้ความรู้ในการน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ใช้ในองค์กร เพื่อให้องค์กรเห็นคุณค่าของการปรับใช้ ● สื่อสารและเผยแพร่ Best Practices เพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่ SME ในการไปประยุกต์ใช้กับองค์กร ● จัด “Incubation Forum หรือ วงสนทนาแห่งการแลกเปลี่ยน” โดยการสร้างทีมที่ปรึกษา SME Mentor
<p>สร้างระบบนิเวศ 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (5 Stakeholders)</p>	<p>สร้างกลจักรในการขับเคลื่อน Thailand 4.0 ผ่าน 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ที่เป็นแกนประสานความร่วมมือซึ่งจะเชื่อมโยงกลไกทั้งหมดเข้าด้วยกัน และเป็นเสมือนเครื่องยนต์ขับเคลื่อนองค์กรประกอบทั้งหมดสู่เป้าหมาย Thailand 4.0</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● สร้างระบบนิเวศ 5 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ระดับประเทศ ภูมิภาค จังหวัด ชุมชน หรือกลุ่มธุรกิจ โดยมุ่งเป้าหมายเพื่อสร้างสังคมนวัตกรรม ● สร้างผู้นำ (Champion) ในระบบนิเวศ ● สร้างแกนหลักที่จะเป็นผู้ให้องค์ความรู้แก่ ผู้นำ (Champion) โดยให้แนวทางในการพัฒนาและสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนมุมมองให้แก่ ผู้นำ (Champion) ● ให้ความรู้และแนวทางแก่ผู้นำ (Champion) และกลุ่มคนใน 5 Stakeholders ถึงบทบาทของแต่ละ Stakeholders ที่จะขับเคลื่อน

ข้อเสนอแนะ	เป้าหมาย	กิจกรรม
		<p>ร่วมกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ริเริ่มการพัฒนาระบบนิเวศโดยสร้างแกนหลักและผู้นำ (Champion) และทำ Pilot Project เพื่อเป็นต้นแบบ โดยเริ่มจากภาคเอกชน อาทิ หอการค้าไทย ● สร้างทีมที่ปรึกษาเพื่อเป็นโค้ชในการขับเคลื่อนระบบนิเวศในแต่ละระบบ
<p>การวิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR”</p> <p><u>S</u>trengths</p> <p><u>O</u>pportunities</p> <p><u>A</u>spirations</p> <p><u>R</u>esults</p>	<p>สร้างแนวทางการขับเคลื่อนให้แก่ SME โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งและแสวงหาโอกาสสร้างเป้าหมาย และมุ่งสู่ผลลัพธ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ทำการอบรมและให้แนวทางในการ วิเคราะห์องค์กร SME ด้วย “SOAR” ● ทำสื่อ ที่ให้ความเข้าใจในการนำไปปรับใช้แก่ SME ● สนับสนุน SME ให้มี SME Journey ของตนเอง เริ่มจากปรับ Mindset->ทำแผน SOAR->สร้าง competitiveness & connectivity-> ประเมินตนเอง -> ปรับปรุงตนเอง