

ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม

เรื่อง แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๔

โดยที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดำเนินการตามมาตรา ๑๖ (๓) แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ โดยการประสานงานร่วมกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้องตามบทบัญญัติในมาตรา ๓๗ และมาตรา ๓๘ จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๔ โดยการอนุมัติของคณะกรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความเห็นชอบของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามมาตรา ๑๑ (๕) ภายใต้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๔ ที่ผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๐

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ และมาตรา ๓๗ วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓ อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๕ ประกอบกับมาตรา ๓๒ มาตรา ๓๓ มาตรา ๓๔ มาตรา ๔๑ และมาตรา ๔๓ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า “ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๔”

ข้อ ๒ ให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้องใช้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๔ ตามเอกสารแนบท้ายประกาศนี้ เพื่อเป็นกรอบในการปฏิบัติงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ตามกฎหมายว่าด้วยส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อ ๓ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๗ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๓

ชัยวุฒิ บรรณวัฒน์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม

เอกสารแนบท้ายประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม

เรื่อง แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๓-๒๕๕๔

๑. ความนำ

๑.๑ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรา ๑๑ (๕) มาตรา ๑๖ (๓) มาตรา ๑๗ (๕) มาตรา ๓๗ และมาตรา ๓๘ ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๓ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ร่วมกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๓-๒๕๕๔ ตามกรอบแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔) ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๐

๑.๒ แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔ เป็นแผนที่ครอบคลุมงานที่ประสงค์จะดำเนินการในระยะเวลา ๕ ปี และได้มีการปรับปรุงสาระสำคัญบางส่วนเพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรม ตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม

๑.๓ วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๓-๒๕๕๔ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นกรอบการจัดทำโครงการ กิจกรรมตามอำนาจหน้าที่ เพื่อเสนอขอรับความช่วยเหลือจากกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา ๓๔ (๒) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการบูรณาการการทำงาน การประสานแผนและการจัดสรรทรัพยากรสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด สามารถบรรลุเป้าหมายของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔)

๒. สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔ ประกอบด้วย ๒ ส่วน ส่วนแรกเป็นภาพรวมของยุทธศาสตร์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนงานทั้งหมดที่สมควรปรากฏอยู่ในแผนปฏิบัติการซึ่งสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔ เพื่อประกาศให้สาธารณชนได้ทราบสำหรับใช้เป็นกรอบการปฏิบัติงานในเชิงกว้างโดยรวมทั้งหมดของประเทศ ส่วนที่สองเป็นแผนงานที่คณะกรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พิจารณาเห็นสมควรให้มีการดำเนินงาน เพื่อเป็นกรอบการปฏิบัติงานภายใต้การ

ให้ความช่วยเหลือ อุดหนุนและดำเนินการอื่นใดของกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตาม มาตรา ๓๔ (๒)

เป้าประสงค์ของการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะ ๕ ปี คือ การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้าสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ สร้างสังคมผู้ประกอบการที่มีธรรมาภิบาล เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและผลิตภาพการผลิต (Productivity) ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเทคโนโลยี และนวัตกรรม เพิ่มความสามารถและเตรียมความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในระดับชุมชนหรือวิสาหกิจรายย่อยให้มีศักยภาพในเชิงธุรกิจที่สูงขึ้น ยกระดับจากรายย่อยเข้าสู่การเป็นวิสาหกิจระดับกลางและย่อม

ส่วนที่ ๑ ยุทธศาสตร์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนงานโดยรวมของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔

(๑) ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ โดยการสร้างสภาพแวดล้อมและสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่เชิงคุณภาพ เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการเดิมในการผลิตสินค้าที่แข่งขันได้ ด้วยการใช้ฐานความรู้ คุณธรรม ทักษะฝีมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม มีเป้าหมาย คือ

๑. เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

๒. จำนวนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ มีความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงขึ้นทุกปี

๓. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียน หรือเข้าสู่ระบบมากขึ้น

โดยดำเนินการ ๖ กลยุทธ์ ๑๑ แผนงาน ได้แก่

๑. กลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ มี ๑ แผนงาน คือ แผนงานพัฒนาบุคลากรและสร้างความเป็นผู้ประกอบการ

๒. กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถ ความรู้ ทักษะ ตามขนาดและระยะการเติบโตของธุรกิจในการประกอบกิจการ มี ๑ แผนงาน คือ แผนงานสร้างและพัฒนาศักยภาพหน่วยบ่มเพาะธุรกิจให้เพิ่มขึ้นอย่างเพียงพอ ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

๓. กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถด้านเทคโนโลยี/ นวัตกรรม มี ๒ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี และแผนงานสนับสนุนการต่อยอดนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์

๔. กลยุทธ์การยกระดับความสามารถและคุณภาพชีวิตบุคลากร มี ๒ แผนงาน คือ แผนงานเสริมสร้างบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมในสถานประกอบการ และแผนงานส่งเสริมสมรรถนะของผู้ประกอบการ

๕. กลยุทธ์การสร้างโอกาสในทางธุรกิจ และการให้บริการองค์ความรู้ด้านการตลาด มี ๒ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ SMEs กับ LEs และแผนงานสร้างโอกาสและพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการ

๖. กลยุทธ์การสร้างความตื่นตัว จิตสำนึกและธรรมาภิบาลแก่ผู้ประกอบการ มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมการประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม แผนงานส่งเสริม SMEs ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และแผนงานส่งเสริมการจัดการธุรกิจด้วยระบบธรรมาภิบาล

(๒) ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่า เพิ่มความแตกต่าง และความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอุตสาหกรรม รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างการผลิตจากผู้รับจ้างผลิต (OEM) ไปเป็นผู้สามารถออกแบบ (ODM) เองได้ และเป็นผู้สร้างตราหือ (OBM) ของตัวเองได้ในที่สุด มีเป้าหมาย ได้แก่

๑. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตมีผลิตภาพรวม (TFP) สูงขึ้นร้อยละ ๓ ต่อปี

๒. การสร้างตราสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

โดยดำเนินการ ๕ กลยุทธ์ ใน ๑๘ แผนงาน ได้แก่

๑. กลยุทธ์การส่งเสริมการสร้างพันธมิตรธุรกิจและการรวมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Cluster) มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร แผนงานส่งเสริมการสร้างพันธมิตรและเชื่อมโยงทางการค้า และแผนงานสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายธุรกิจเดิม

๒. กลยุทธ์การสนับสนุนขีดความสามารถทางโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานการสร้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม แผนงานเพิ่มศักยภาพของ SMEs ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และแผนงานส่งเสริมการใช้และพัฒนานวัตกรรมของ SMEs

๓. กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ มี ๕ แผนงาน คือ แผนงานลดต้นทุนด้านการผลิต แผนงานส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) เพื่อการเพิ่มผลิตภาพ แผนงานวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มผลิตภาพ แผนงานสนับสนุนการกระตุ้นจิตสำนึกด้านการเพิ่มผลผลิต และแผนงานปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร

๔. กลยุทธ์การเตรียมพร้อมรองรับระบบการค้าเสรีและมาตรการทางการค้า มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมศักยภาพ SMEs รองรับระบบการค้าเสรี แผนงานการศึกษาการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงจากพันธกรณีการค้าระหว่างประเทศ และแผนงานปกป้องการนำเข้าสินค้าด้อยคุณภาพ

๕. กลยุทธ์ระดับคุณภาพ มาตรฐาน และความสามารถในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มี ๔ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ แผนงานส่งเสริมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ แผนงานการสนับสนุนศูนย์บริการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และแผนงานการสร้างตราสินค้า

(๓) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้า โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ และลดผลกระทบที่เกิดจากการแข่งขันกับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ขนาดใหญ่ มี ๒ เป้าหมาย ได้แก่

๑. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้ามีผลผลิตภาพรวม (TFP) เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑ ต่อปี

๒. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการแก้ไขปัญหาด้านการค้าอย่างเป็นธรรม

โดยดำเนินการ ๓ กลยุทธ์ ใน ๑๐ แผนงาน ได้แก่

๑. กลยุทธ์การเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก มี ๕ แผนงาน คือ แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพ SMEs ภาคการค้า โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) แผนงานพัฒนาบุคลากรภาคการค้า แผนงานพัฒนาระบบข้อมูล SMEs ภาคการค้า แผนงานลดต้นทุนธุรกิจภาคการค้า และแผนงานยกระดับการแข่งขันภาคการค้า (Branding/ Trading firm/ Specialty Store)

๒. กลยุทธ์การส่งเสริมและปรับปรุงระบบการค้ากับดูแลภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม มี ๒ แผนงาน คือ แผนงานแก้ไขปัญหาดูแลธุรกิจ SMEs ภาคการค้า และแผนงานปรับปรุงการออกกฎระเบียบ เพื่อการแข่งขันที่เป็นธรรม

๓. กลยุทธ์การสร้างและพัฒนากลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาชน ในการพัฒนาธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนา SMEs ภาคการค้า แผนงานส่งเสริมการสร้างพันธมิตรและเชื่อมโยงทางการค้า และแผนงานส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ SMEs กับ LEs

(๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม โดยการสนับสนุนให้ใช้องค์ความรู้ วัฒนธรรมไทย ภูมิปัญญาไทย และเทคโนโลยี โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) ในการสร้างคุณค่าและมูลค่า รวมทั้งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการกับธุรกิจขนาดใหญ่ มี ๒ เป้าหมาย ได้แก่

๑. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการมีผลผลิตภาพรวม (TFP) เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒ ต่อปี

๒. การส่งเสริมให้มีมาตรฐานในสาขาภาคบริการ

โดยดำเนินการ ๔ กลยุทธ์ ใน ๑๑ แผนงาน ได้แก่

๑. กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรภาคบริการ มี ๒ แผนงาน คือ แผนงานเสริมสร้างองค์ความรู้ทางธุรกิจ และแผนงานพัฒนาบุคลากรและสร้างความเป็นผู้ประกอบการ

๒. กลยุทธ์การเสริมสร้างระบบความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานและเครือข่ายวิสาหกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพ มี ๒ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร และแผนงานส่งเสริมการสร้างพันธมิตรและเชื่อมโยงภาคบริการ

๓. กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน มี ๔ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานภาคบริการ แผนงานส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในธุรกิจบริการ แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการภาคบริการ และแผนงานส่งเสริมการสร้างตราสินค้า (Brand) ในสาขาบริการที่มีศักยภาพ

๔. กลยุทธ์การเร่งรัดการเพิ่มประสิทธิภาพ ผลผลิตภาพ และคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์บริการ มี ๑ แผนงาน คือ แผนงานเสริมสร้างการเข้าสู่บริการสาขาเป้าหมาย แผนงานจัดทำและให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารภาคบริการ และแผนงานบูรณาการงานส่งเสริมภาคบริการ

(๕) ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น เพื่อให้เกิดเครือข่ายและความเชื่อมโยงธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาค และพัฒนาศักยภาพการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาไทย สร้างคุณค่าและยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการของวิสาหกิจในภูมิภาคและท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และมีบทบาทในการสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจฐานราก รวมทั้งส่งเสริม พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน มี ๑ เป้าหมาย ได้แก่

๑. มีการเริ่มต้นพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

๒. มีแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับพื้นที่เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนรวมเป็นเครือข่ายในการบูรณาการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๓. ยอดจำหน่ายสินค้าและบริการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพิ่มขึ้น

โดยดำเนินการ ๔ กลยุทธ์ ใน ๑๕ แผนงาน ได้แก่

๑. กลยุทธ์การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น มี ๖ แผนงาน คือ แผนงานสนับสนุนและส่งเสริมการตลาด แผนงานเสริมสร้างศักยภาพ ยกระดับกระบวนการผลิต มาตรฐาน คุณภาพ และความแตกต่างของสินค้าและบริการ แผนงานส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น แผนงานการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ เสริมสร้างองค์ความรู้ และความเข้มแข็งของชุมชนและท้องถิ่น แผนงานการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการ และแผนงานการพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อการเตือนภัย และการลงทุนในชุมชนและท้องถิ่น

๒. กลยุทธ์การส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเสริมสร้างห่วงโซ่มูลค่า ในสาขาที่มีศักยภาพ มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมการสร้างพันธมิตรและเชื่อมโยงทางธุรกิจ แผนงานพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในสาขาที่มีศักยภาพในภูมิภาค และแผนงานสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจในภูมิภาค

๓. กลยุทธ์การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาค มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานการสนับสนุนด้านการเพิ่มองค์ความรู้ ทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจและทักษะแรงงาน แผนงานสร้างและสนับสนุนบริการที่ปรึกษา พี่เลี้ยงแก่ผู้ประกอบการ และแผนงานสนับสนุนบริการด้านเทคโนโลยี

๔. กลยุทธ์การบูรณาการและสร้างเครือข่ายการทำงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาค มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานสร้างระบบกลไกการส่งเสริม SMEs ในส่วนภูมิภาค แผนงานส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการส่งเสริม SMEs และแผนงานสร้างเครือข่ายการทำงานในระดับพื้นที่

(๖) ยุทธศาสตร์ที่ ๖ การพัฒนาปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น องค์ความรู้ บุคลากร ผลิตภัณฑ์การเงิน ช่องทางการตลาด โลจิสติกส์ พื้นที่ประกอบการ และกฎระเบียบ เพื่อมุ่งยกระดับผลิตภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สูงขึ้น มี ๘ เป้าหมาย ได้แก่

๑. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มขึ้น
๒. นวัตกรรมที่พัฒนาโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนเพิ่มขึ้น
๓. บุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ฐานความรู้พัฒนาทักษะฝีมือสูงขึ้น
๔. มีฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ครบถ้วน ทันสมัย สมบูรณ์ สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ
๕. มีช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่ๆเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
๖. การบริหารจัดการ โลจิสติกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อมุ่งสู่การยกระดับไปสู่ World Class
๗. การทบทวน ปรับปรุงและออกกฎระเบียบใหม่ที่เอื้อต่อการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๘. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีพื้นที่สำหรับการประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้น รวมทั้งมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อเอื้อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้

โดยดำเนินการ ๘ กลยุทธ์ ใน ๒๖ แผนงาน ได้แก่

๑. กลยุทธ์การส่งเสริมระบบและเครื่องมือให้ SMEs เกิดความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานยกระดับและการถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม แผนงานสนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม และแผนงานสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่

๒. กลยุทธ์การยกระดับความรู้และทักษะบุคลากรของ SMEs (ผู้ประกอบการ/พนักงาน) มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน แผนงานส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้เพื่อการจัดการธุรกิจ SMEs และแผนงานสร้างและพัฒนาบริการธุรกิจ(Service Provider)

๓. กลยุทธ์การบริหารจัดการระบบข้อมูลสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมระบบเตือนภัยเพื่อการลงทุนและ การเตือนภัยล่วงหน้า สำหรับ SMEs รายสาขา แผนงานสร้างระบบและกลไกการเรียนรู้ทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และแผนงานพัฒนาฐานข้อมูล

๔. กลยุทธ์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางการเงิน มี ๕ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งทุน SMEs แผนงานการสร้างโอกาสและความพร้อมในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs แผนงานสนับสนุนการลงทุนและเงินร่วมลงทุนกับ SMEs แผนงานกองทุนร่วมลงทุนภาครัฐร่วมเอกชน และแผนงานพัฒนาเครื่องมือทางการเงินเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของ SMEs

๕. กลยุทธ์การส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถด้านการตลาด มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานเสริมสร้างความรู้ ทักษะ ความสามารถใช้ประโยชน์จากระบบการค้าเสรีและข้อตกลงระหว่างประเทศ แผนงานพัฒนาระบบฐานข้อมูลตลาดเชิงลึก และแผนงานพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสร้างโอกาสทางการตลาด รวมทั้งพัฒนาตราสินค้าในประเทศและต่างประเทศ

๖. กลยุทธ์การส่งเสริมประสิทธิภาพการจัดการด้านโลจิสติกส์ มี ๓ แผนงาน คือ แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการด้านโลจิสติกส์ในสถานประกอบการ แผนงานสนับสนุนการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์และแผนงานสนับสนุนผู้ผลิต/ ผู้ให้บริการ / ผู้ใช้บริการด้านโลจิสติกส์

๗. กลยุทธ์การปรับปรุงและพัฒนากฎระเบียบเพื่อลดอุปสรรคและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ มี ๑ แผนงาน คือ แผนงานพัฒนาระบบสถาบันและกฎหมายให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ SMEs

๘. กลยุทธ์การส่งเสริมด้านพื้นที่ประกอบการ มี ๑ แผนงาน คือ แผนงานส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ประกอบการ และปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจในประเทศ และต่างประเทศ

๘. กลยุทธ์การบริหารจัดการงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มี ๔ แผนงาน คือ แผนงานบูรณาการความร่วมมือการส่งเสริม SMEs แผนงานการจัดทำแผนและแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ แผนงานการบริหารจัดการองค์ความรู้ และแผนงานการสร้างระบบกลไกการติดตามประเมินผล

ส่วนที่ ๒ แผนงานการดำเนินการในระยะเวลา พ.ศ. ๒๕๕๓-๒๕๕๔

แผนการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแผนงานที่นำเฉพาะเรื่องที่สำคัญและจำเป็นเร่งด่วนที่สมควรดำเนินการในระยะเวลา พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๕๔ มาแสดงไว้เพื่อให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้องที่มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามมาตรา ๓๘ รวมทั้งการใช้เงินจากกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามมาตรา ๓๔(๒) เพื่อการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ

โดยมีเป้าหมายในการดำเนินงาน คือ

- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยอยู่รอดและมีการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ซึ่งพิจารณาจากมูลค่าตลาดของสินค้าและบริการภายในของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย มีการขยายตัวไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ หรือคิดเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า ๑.๖ แสนล้านบาท
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเป็นส่วนหนึ่งของ Global supply chain โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย มีการขยายตัวไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐
- การสร้างรายได้ การสร้างงาน และศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก โดยการสร้างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ให้เกิดขึ้นไม่น้อยกว่า ๖๐,๐๐๐ ราย

แผนการดำเนินงาน คือ

๑. เสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีการเติบโตอย่างยั่งยืน

๑.๑ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อลดต้นทุน เพิ่มผลประกอบการผลิต ผลภาพแรงงาน และเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจทั้งด้านการจัดการและการตลาด

๑.๒ สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๑.๓ พัฒนาปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๑.๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีกระบวนการผลิตที่ได้การรับรองตามมาตรฐานสากล หรือมีการรับรองมาตรฐานสำหรับตัวผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อ

ยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ประกอบการไทยให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

๒. การสร้างรายได้และศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก

๒.๑ ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาวิสาหกิจใหม่ที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูง โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่ใช้นวัตกรรม และภูมิปัญญา หรือเป็นวิสาหกิจที่สอดคล้องกับการพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และนโยบายของรัฐ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ สร้างงาน และศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก รวมถึงการดูดซับแรงงานให้อยู่ในท้องถิ่น และยังเป็นการสร้างความหลากหลายให้กับภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ

๒.๒ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสอดคล้องกับศักยภาพของแต่ละพื้นที่ โดยคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนของชุมชนและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

๒.๓ ผลักดันให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาขึ้นเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Upgrading Micro enterprise)

๒.๔ ส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสนับสนุนช่วยเหลือและเกิดการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนเกิดความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่และสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ

๓. การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศในภูมิภาค

๓.๑ พัฒนาช่องทางทางการตลาดใหม่ๆ (Improving access to markets) และสร้างโอกาสทางการตลาดให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย พร้อมทั้งสนับสนุนด้านการตลาดในต่างประเทศในสาขาที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพ

๓.๒ สนับสนุนโครงการวิจัยและพัฒนา ทั้งงานวิจัยขั้นพื้นฐานและงานวิจัยประยุกต์ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ รวมทั้งเร่งรัดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคต

๓.๓. การเตรียมความพร้อมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อการใช้ประโยชน์และลดผลกระทบที่เกิดจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในด้านการผลิต การค้า การลงทุน และการบริการ
