



ที่ สศ 0001/ 2253

สำนักงานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
128 อาคารพญาไทพลาซ่า ถนนพญาไท กทม. 10400

4 ธันวาคม 2551

เรื่อง ความเห็นและข้อเสนอแนะของสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เรื่อง “แนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการและสนับสนุนการเป็นเจ้าของธุรกิจของไทย”

กราบเรียน นายกรัฐมนตรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ความเห็นและข้อเสนอแนะเรื่อง “แนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการและสนับสนุนการเป็นเจ้าของธุรกิจของไทย”

ด้วยสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรในสาขาวิชาชีพอิสระต่างๆ ไปสู่การเป็นเจ้าของธุรกิจที่เข้มแข็งอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศสามารถยืนหยัดและต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจของโลกได้อย่างมั่นคง

สภาที่ปรึกษาฯ ในคราวประชุมครั้งที่ 20/2551 เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2551 ได้พิจารณาผลการศึกษาของคณะทำงานเศรษฐกิจภาคบริการ และมีมติให้เสนอความเห็นและข้อเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณากำหนดแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการและสนับสนุนการเป็นเจ้าของธุรกิจของไทยที่มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน โดยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. ภาพรวมการพัฒนา

1.1 รัฐควรกำหนดนโยบายการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ให้มีเอกภาพและเป็นการทำงานแบบบูรณาการเบ็ดเสร็จ โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานกลางบริหารงานเบ็ดเสร็จ (one stop service) เพียงองค์กรเดียว เพื่อเชื่อมโยงบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงานเกี่ยวข้องทุกระดับทุกกรมที่เกี่ยวข้อง และทุกด้านของการพัฒนาไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนกัน รวมทั้งสนับสนุน ส่งเสริมและพัฒนาในด้านองค์ความรู้ด้านต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการ SMEs อย่างจริงจัง

1.2 รัฐควรปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วอย่างสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

1.3 รัฐควรเร่งส่งเสริมและสร้างค่านิยมให้คนไทย โดยเฉพาะเยาวชน และนักศึกษา เพื่อให้เกิดแนวคิดและเห็นคุณค่าของการเป็นเจ้าของธุรกิจ

2. การพัฒนาผู้ประกอบการ

2.1 รัฐควรสร้างโครงการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรของอาชีพอิสระที่มีขนาดให้ผู้สนใจได้เลือกและสามารถนำไปประกอบธุรกิจได้จริง

2.2 รัฐควรจัดตั้งทีมที่ปรึกษาธุรกิจ ทำหน้าที่คอยให้คำปรึกษาด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ SMEs อย่างใกล้ชิด และตรวจติดตามอย่างต่อเนื่องทุกระยะ

2.3 รัฐควรส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจในรูปแบบต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2.4 รัฐควรกำหนดนโยบายระบบการศึกษา โดยเน้นความสำคัญหลักสูตรสายอาชีพมากขึ้น โดยเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาระดับต่างๆ กับภาคผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดอย่างใกล้ชิด

3. การพัฒนาตัวสินค้า บริการ และรูปแบบการบรรจุหีบห่อ

3.1 รัฐควรกำหนดมาตรฐานของสินค้าและบริการแต่ละประเภท โดยมีระบบการตรวจควบคุมคุณภาพที่โปร่งใส อย่างเข้มงวดเป็นที่ยอมรับและได้มาตรฐานสากล

3.2 รัฐควรส่งเสริมการค้นคิด ริเริ่ม สร้างสรรค์โดยนำภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของชุมชน มาสร้างมูลค่าให้กับตัวสินค้า รูปแบบการบรรจุหีบห่อ และบริการ โดยเฉพาะให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หรือเอกลักษณ์

3.3 รัฐควรมีนโยบายที่ส่งเสริมให้รัฐและเอกชนช่วยประสานให้ผู้ผลิตสินค้ารายย่อยมีโอกาสดำเนินธุรกิจกับผู้ซื้อรายใหญ่ได้

3.4 รัฐควรเร่งส่งเสริมระบบการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาของสินค้า การบริการ และหีบห่อผลิตภัณฑ์อย่างกว้างขวาง

4. การสนับสนุนด้านทุน

4.1 รัฐควรจัดสรรงบประมาณออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การส่งเสริมแนวกว้าง (Broad-based) 2. การส่งเสริมแบบเจาะจง (Focus based)

4.2 รัฐควรจัดหา ประสานงาน และอำนวยความสะดวกกับธนาคารที่มีความพร้อมในการสนับสนุนเงินทุน เป็นผู้ช่วยด้านจัดทำเอกสารการธนาคารและการเข้าถึงแหล่งเงิน การบริหารการเงิน และการบริหารความเสี่ยงในการลงทุน โดยปรับปรุงขั้นตอนการเข้าถึงให้รวดเร็ว สะดวก และง่ายยิ่งขึ้น รวมทั้งจัดทำเอกสารรายละเอียดแหล่งเงินที่เหมาะสมในแต่ละธุรกิจ

4.3 รัฐควรจัดทีมที่ปรึกษาด้านการเงินเป็นการเฉพาะกิจ โดยมีลักษณะการทำงานเช่นเดียวกับกลุ่มนายหน้า (Broker)

4.4 รัฐควรออกมาตรการด้านการเงินที่สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เป็นการเฉพาะ

4.5 รัฐควรสร้างมาตรการด้านภาษี ให้มีเงื่อนไขหรือกลไกที่สามารถช่วยส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการอิสระ และดำเนินการให้การจัดเก็บภาษีเป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรม

5. การส่งเสริมด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์

5.1 รัฐควรส่งเสริมให้เอกชนมีการสร้างตราสินค้า(Brand) ที่เข้มแข็งและมีคุณภาพ เป็นของตนเอง เพื่อสามารถส่งออกไปสู่ตลาดระดับต่างประเทศ

5.2 รัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งมีความสนใจในสินค้าแต่ละประเภท ให้เป็นผู้แทนนำสินค้าต่างๆ ไปเสนอขายยังต่างประเทศ

5.3 รัฐควรมีการส่งเสริมทางด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ SMEs มากยิ่งขึ้น ทั้งระบบฐานลูกค้าในธุรกิจแต่ละประเภท ข้อมูลการวิเคราะห์โอกาสและการเจริญก้าวหน้า ในธุรกิจแต่ละประเภท ตลาดกลางสินค้าเพื่อให้เป็นแหล่งรวมและจำหน่ายสินค้า SMEs ในทุกระดับ เครือข่าย/ โครงข่ายการตลาด และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

5.4 สร้างมาตรการส่งเสริมวิชาชีพในการดำเนินธุรกิจของคนไทยเพื่อคนไทย

(รายละเอียดปรากฏตามสิ่งที่ส่งมาด้วย)

จึงกราบเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหากผลการพิจารณาเป็นประการใด ขอได้โปรด แจ้งให้สภาที่ปรึกษาฯ ทราบในโอกาสแรกด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถืออย่างยิ่ง



(นายโคทม อารียา)

ประธานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำนักกิจการสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

โทร. 0-2612-9222 ต่อ 211

โทรสาร 0-2612-9152-3

ความเห็นและข้อเสนอแนะ

เรื่อง “แนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการและสนับสนุนการเป็นเจ้าของธุรกิจของไทย”

โดย คณะทำงานเศรษฐกิจภาคบริการ

1. ความเป็นมา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิด มีการรุกของทุนต่างชาติค่อนข้างสูง ในระยะที่ผ่านมา ควบคู่กับมีการแข่งขันอย่างรุนแรงในเวทีการค้าระดับโลก ซึ่งสมรรถนะ การแข่งขันของไทยในเวทีโลกทั้งทางด้านการผลิต การค้า การลงทุน ยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และการที่ประเทศไทยพึ่งพาการส่งออกสูง ทำให้พบว่า เมื่อเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจไม่ว่าจะมี ต้นเหตุมาจากภายในประเทศหรือผลกระทบจากต่างประเทศ ส่งผลให้มีการปิด สถานประกอบการ และมีการลดพนักงานลงในหลายๆ ประเภทกิจการ ซึ่งทำให้มีจำนวน ผู้ว่างงานเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และผู้ว่างงานโดยทั่วไปมักจะหันไปประกอบอาชีพอิสระ เพื่อประทังรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว ซึ่งมีปริมาณมากขึ้นทุกครั้งหลังการเกิดภาวะวิกฤต เศรษฐกิจ โดยอาชีพอิสระที่เกิดขึ้นในสังคมไทยนั้นมีความหลากหลายทั้งสาขาวิชาชีพ เพศ วัย ซึ่งสามารถสร้างรายได้เกื้อหนุนเศรษฐกิจไทยมาอย่างต่อเนื่องแต่กลับประสบความสำเร็จ ในขีดจำกัดเท่านั้น ไม่สามารถพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถเพื่อออกไปแข่งขันกับตลาดภายนอก ประเทศได้ โดยพบว่าผู้ประกอบการอาชีพอิสระยังประสบปัญหาหลายด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการ สนับสนุนแหล่งเงินทุนธุรกิจ การวางแผนด้านการสร้างความเชื่อมั่นในธุรกิจ การบริหารจัดการ การตลาด ฯลฯ

ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาผู้ประกอบการไปสู่การเป็นเจ้าของธุรกิจที่เข้มแข็ง อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ซึ่งจะเป็นรากฐานที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ รัฐต้อง ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างบุคลากรในสายอาชีพให้มีทักษะความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ประกอบการ อย่างมืออาชีพ กล่าวคือไม่เพียงพัฒนาเฉพาะความรู้ความสามารถในแต่ละสาขาอาชีพเท่านั้น แต่ควรมุ่งเน้นส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการได้ยกระดับเป็นเจ้าของธุรกิจซึ่งสามารถ ประกอบกิจการได้อย่างมืออาชีพ โดยมีทั้งมาตรฐาน คุณภาพ และปริมาณที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการสร้างเอกลักษณ์ ลักษณะเด่นเฉพาะของตนเอง การสร้างรายได้แก่ตนเอง ซึ่งจะก่อให้เกิด ประโยชน์ในการจ้างงานสู่ระดับแรงงานเพิ่มมากขึ้น มีผลให้จำนวนผู้ว่างงานลดลง และยังเป็น การสร้างรากฐาน รวมทั้งเป็นกำลังหลักให้แก่ประเทศชาติสามารถเข้าสู่ภาวะการแข่งขันทั้งในและ

ต่างประเทศได้ นอกจากนี้ยังสามารถยืนหยัดและต่อสู้ต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจของโลกได้อย่างมั่นคง

คณะกรรมการเศรษฐกิจภาคบริการ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรในสาขาวิชาชีพอิสระต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน จึงได้ดำเนินการศึกษาและระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์และกำหนดแนวทางส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระและสนับสนุนการเป็นเจ้าของธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อเสนอต่อสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะรัฐมนตรีต่อไป

2. การดำเนินงาน

2.1 จัดการสัมมนา ระดมความคิดเห็นเรื่อง “ส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระและสนับสนุนการเป็นเจ้าของธุรกิจ” เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2551 ณ โรงแรมเรดิสัน กรุงเทพฯ

2.2 ประชุมคณะกรรมการเศรษฐกิจภาคบริการ เพื่อยกร่างความเห็นและข้อเสนอแนะเรื่อง “แนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการและสนับสนุนการเป็นเจ้าของธุรกิจของไทย”

2.3 จัดสร้างความเห็นและข้อเสนอแนะเรื่องดังกล่าวให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง 3 หน่วยงาน เพื่อให้ความเห็น ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) และผู้อำนวยการฝ่ายการค้า บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

2.4 ประชุมคณะกรรมการเศรษฐกิจภาคบริการ เพื่อปรับปรุงร่างความเห็นและข้อเสนอแนะดังกล่าว ก่อนนำเสนอเข้าพิจารณาในคณะกรรมการกิจการสภาที่ปรึกษาฯ และสภาที่ปรึกษาฯ ต่อไป

2.5 พิจารณาในที่ประชุมคณะกรรมการกิจการสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

2.6 ปรับปรุงความเห็นและข้อเสนอแนะดังกล่าวตามมติที่ประชุมสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และนำเสนอต่อนายกรัฐมนตรีต่อไป

3. ผลการศึกษา

3.1 นิยาม/ความหมาย

การประกอบอาชีพอิสระ คือ การประกอบกิจการส่วนตัวต่างๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นธุรกิจของตนเองไม่ว่าธุรกิจนั้นจะเล็กหรือใหญ่ก็ตาม มีอิสระในการกำหนดรูปแบบและวิธีดำเนินงานของตัวเองได้ตามความเหมาะสม ไม่มีเงินเดือนหรือรายได้ที่แน่นอน ผลตอบแทนที่ได้รับคือเงินกำไรจากการลงทุน เป็นเจ้านายตนเอง ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่ กำหนดการทำงาน สามารถตัดสินใจเรื่องต่างๆ รับผิดชอบกิจการเองทั้งหมด และมีรายได้ไม่จำกัด (ทำมากรวยมาก ทำน้อยรวยน้อย)

3.2 ลักษณะของอาชีพ

การประกอบอาชีพสามารถแยกออกเป็นลักษณะใหญ่ๆ 2 สาขา คือ

3.2.1 สาขาการผลิต จำแนกประเภทได้ดังนี้

(1) ประเภทการเกษตร เช่น ปลูกผัก ผลไม้ ดอกไม้ ต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ เป็นต้น

(2) ประเภทการผลิต ผลิตภัณฑ์ เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า การผลิตของใช้ การผลิตอาหาร การผลิตเครื่องประดับตกแต่ง การผลิตเฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ

3.2.2 สาขาการบริการ จำแนกประเภทได้ดังนี้

(1) ประเภทการบริการทั่วไป เช่น บริการนำเที่ยว บริการเลี้ยงสุนัข-แมว บริการ Home Stay ขายอาหาร นวด/สปา บริการจัดแต่งงาน บริการแปลภาษา-ถ่ายเอกสาร บริการการซัก-รีด ฯลฯ

(2) ประเภทการบริการที่ปรึกษาและวิชาชีพ เช่น ทัศนคติและกฎหมาย วิศวกร บัญชีและการเงิน การผลิต การบริหารจัดการด้านต่างๆ การฝึกอบรม การสอนภาษา การบริการกวดวิชา ฯลฯ

(3) ประเภทการซื้อ-ขาย เช่น ร้านค้าขายปลีก สินค้าอุปโภค บริโภค การขายตรง การขายประกันภัย ฯลฯ

3.3 ปัจจัยหลักของการประกอบอาชีพ

ในการประกอบอาชีพอิสระ ต้องเริ่มจากรู้ว่าจะประกอบอาชีพอะไร ต้องมีองค์ความรู้ อะไร และต้องเตรียมความพร้อมอย่างไร กล่าวคือ ควรคำนึงถึงปัจจัยหลักที่สำคัญก่อนเริ่มการประกอบอาชีพอิสระดังนี้

3.3.1 **ทุน** ผู้ประกอบการรายย่อยที่เพิ่งเริ่มกิจการจะเผชิญความไม่แน่นอน นานัปการ ทั้งจากปัจจัยภายใน เช่น การขาดข้อมูลที่สนับสนุนและทักษะในการดำเนินธุรกิจ และปัจจัยภายนอก เช่น ตลาด ลูกค้า suppliers ฯลฯ โดยในระยะแรกควรที่จะลงทุนแต่น้อยค่อยเป็นค่อยไป และต้องตระหนักถึงความสำคัญของเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งต้องมีการบริหารที่คล่องตัว เพื่อป้องกันการติดขัดที่จะเป็นเหตุให้เกิดปัญหาในการประกอบธุรกิจ โดยอาจเน้นการใช้ทุนตนเองหรือการร่วมทุนแทนการกู้เงิน

3.3.2 **ความรู้** ผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากมีทัศนคติต่อการลงทุนพัฒนาตนเองและทักษะการจัดเวลาเพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องน้อย ประกอบกับมีความตื่นตัว และมีความหวังสูงกับแนวคิดทางธุรกิจของตนเอง จึงมักละเลยการแสวงหาความรู้ที่จำเป็น แม้ว่าปัจจุบันจะมีหน่วยงานที่ให้ความรู้ในด้านการดำเนินธุรกิจเป็นจำนวนมาก แต่ผู้เริ่มประกอบการ

ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยใช้บริการ เมื่อดำเนินธุรกิจผิดพลาดแล้วจึงค่อยมาแก้ไข ซึ่งถือเป็นช่วงที่ยากต่อการปรับปรุงการดำเนินงานมาก

3.3.3 การจัดการ เป็นความสามารถในการบริหารการจัดการที่มีระบบและเหมาะสมของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับอาชีพของตนเอง มีความเกี่ยวข้องกับการวางแผน การบริหารจัดการในเรื่องคน เงิน เครื่องมือ เครื่องใช้ และกระบวนการทำงานต่างๆ

3.3.4 การตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญ เพราะหากสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นไม่เป็นที่นิยมหรือไม่ได้รับความสนใจ (ติดหู ติดตา)ของผู้บริโภค ก็ถือว่ากระบวนการทั้งระบบไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากไม่สามารถแปรสินค้าและบริการเหล่านั้นให้เป็นรายได้ได้ ดังนั้นการวางแผนการตลาดจึงมีความสำคัญต่อสภาพการแข่งขันในปัจจุบันสูง

ประเทศไทยยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการและการตลาดสำหรับธุรกิจรายย่อย จึงมีความจำเป็นต้องเร่งส่งเสริมพัฒนาเพิ่มขึ้นทั้งเชิงปริมาณ คุณภาพ และความหลากหลายครอบคลุมทุกประเภทธุรกิจที่เป็นที่ต้องการของตลาด โดยควรให้มีความจำเพาะ (customized) กับแต่ละอาชีพและต้องเป็นองค์ความรู้ เทคนิคการจัดการหรือการตลาด ที่มีความเหมาะสมกับธุรกิจรายย่อยนั้นๆ มิใช่ นำองค์ความรู้ เทคนิคการจัดการหรือการตลาดจากบริบทของธุรกิจขนาดใหญ่มาเผยแพร่

นอกจากนั้นยังมีปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย ความกระตือรือร้น การแสวงหาความรู้ บุคลิกภาพส่วนตัวที่ดี เช่น การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ขยัน อดทน ซื่อสัตย์ จริงใจต่อลูกค้า มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ (ไม่ว่างานจะมีเกียรติหรือไม่ ผู้ประกอบอาชีพอิสระควรรักในงานที่ทำและให้เกียรติต่องานนั้นเสมอ) การมีวินัยในตนเอง ความเชื่อมั่นในตนเอง การมีความคิดสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ดีและความรอบคอบ รวมทั้งมีการบริหารจัดการและควบคุมการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอน มีการจัดการเกี่ยวกับสินค้า การผลิต และการให้บริการที่ดี ตลอดจนทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการมีความเหมาะสมกับการดำเนินงาน รวมทั้งมีการประสานงานการตลาดที่คล่องตัวและรวดเร็ว

3.4 กระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกที่ส่งผลต่อการประกอบอาชีพ

3.4.1 กลุ่มคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจและอยากเป็นเจ้าของกิจการมากขึ้น เพราะต้องการมีอิสรภาพทางการเงินและเวลา

3.4.2 ผู้บริโภคให้ความสำคัญและใส่ใจกับการดูแลตัวเองมากขึ้น ประชากรมีแนวโน้มที่มีอายุยืนมากขึ้น ดังนั้นสินค้าและบริการที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี และชะลอความชรา (อาทิ เครื่องกรองน้ำ เครื่องฟอกอากาศ ผลิตภัณฑ์ anti - aging ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่างๆ ฯลฯ) จะเข้ามามีบทบาทในวิถีการดำรงชีวิตเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มการเจริญเติบโตมากขึ้น

3.4.3 อำนาจซื้อของผู้หญิงมีมากขึ้น แนวโน้มของกลุ่มผู้หญิงที่เป็นคนโสด มีการศึกษาดี และแต่งงานช้า จะมีจำนวนมากขึ้นในสังคม ผู้หญิงกลุ่มนี้จะสามารถหาเลี้ยงตัวเองได้และมีกำลังซื้อสูง ธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตจะเป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สินค้ากลุ่มบ้านเดี่ยว คอนโดฯ เครื่องมือหรือธุรกิจซ่อมแซมบ้าน ซ่อมเสื้อผ้า เครื่องสำอางที่เข้าใจผู้หญิงทำงาน รถยนต์ที่ดูแลผู้หญิงได้เป็นพิเศษ ฯลฯ เป็นต้น

3.4.4 ผู้คนมีความตึงเครียด วุ่นวายในการใช้ชีวิต ต่างมองหาวิธีรับมือกับความซับซ้อนความวุ่นวายหลากหลายในชีวิต ผู้ประกอบการต้องสร้างความสะดวกสบายและง่ายที่สุด ที่จะให้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

3.4.5 ผู้คนกำลังเข้าสู่ยุคของ "Me and My Computer" ที่เปิดโอกาสให้เกิดการปฏิสัมพันธ์เสรีไร้ขอบเขตทั่วโลก ซึ่งระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ ระบบเน็ตเวิร์ก และระบบไร้สายต่างๆ (Internet, personal computer, global network and mobile system) จะเข้ามา มีบทบาทสำคัญสูงสุดในโลกปัจจุบันและอนาคต ตัวอย่างเช่น การซื้อ-ขายออนไลน์ การทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ผ่านสื่อทางเว็บไซต์ (Website) ชุมชนชาวเว็บ (Web) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่สามารถมองข้ามได้อีกต่อไป

3.4.6 กระแสของการรักษ์สิ่งแวดล้อม การช่วยลดภาวะโลกร้อน และการ reduce /reuse/recycle เป็นสิ่งที่ผู้คนให้ความสนใจ ผู้ประกอบการอาจต้องให้ความสนใจในกระแสนี้ อาทิ การใช้สารเคมีที่ไม่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อมในการผลิต/การใช้ถุงพลาสติกรีไซเคิล หรือผลิตด้วยวัตถุดิบที่ย่อยสลายได้ง่าย ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าจากวัสดุรีไซเคิล หรือธุรกิจในการจัดการขยะจะไปได้ดี

3.4.7 ผู้คนจะเน้นการตีמד้ากับสไตส์และดีไซน์ที่อยู่รอบตัวทุกหนทุกแห่ง ดังนั้นตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต้องมีดีไซน์ที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับการใช้งานของผู้บริโภค และกลมกลืนกับวัฒนธรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างลงตัว ซึ่งปัจจัยความต้องการดังกล่าวจะเข้ามา มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความแตกต่าง ดึงดูดความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคและจะกลายเป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ดำเนินต่อไป

3.4.8 ผู้บริโภคเน้นการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่เพื่อสะท้อนความเป็นตัวของตัวเอง ส่งผลให้เป็นผู้ที่จะเข้ามา มีบทบาทในการผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์และสื่อ(Media)ใหม่ๆ และเป็นการเข้าสู่ยุคของ "Consumer is the creator" ซึ่งผู้ประกอบการต้องผลิตสินค้า/บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (เรียนรู้ customer need/wants)

3.4.9 ผู้คนใฝ่ฝันที่จะมีความสุข ทำให้เกิดกระแสการแสวงหาความสุขและความสบายใจ ให้กับตัวเองไม่ว่าจะในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งมากขึ้น ธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตสูง

คือธุรกิจที่สามารถสร้างประสบการณ์แห่งความสุข “Happy experiential marketing” ตัวอย่างเช่น ธุรกิจด้านการบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ ร้านอาหาร ธุรกิจด้านสุขภาพ ความสงบสุขทางใจ ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดความเครียด เป็นต้น

3.4.10 หน่วยงานภาครัฐให้ความสนใจและสนับสนุนกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางมากขึ้น

3.4.11 ภาคประชาชนเริ่มมีความเข้าใจและสนใจเรียนรู้การประกอบธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น

3.5 อุปสรรคที่มีผลต่อการประกอบอาชีพอิสระ

อุปสรรคของการขยายการประกอบอาชีพส่วนตัว คือ ขาดแคลนเงินทุนที่จะขยายกิจการ ความไม่แน่นอนของตลาด ส่วนปัญหาเรื่องขาดแคลนแรงงาน วัตถุดิบ และเทคนิคการผลิตเป็นส่วนน้อย นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องกฎ ระเบียบของทางการที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบการ

อุปสรรคภายใน ได้แก่ ตัวบุคคลเอง เช่น ขาดความรู้ที่จะประกอบอาชีพอิสระ(ทำมาหากินไม่เป็น) ขาดการกระตือรือร้นที่จะประกอบอาชีพด้วยตัวเอง นอกจากนั้นปัญหาที่เป็นอุปสรรคอย่างมากของผู้ประกอบการ คือ ความพร้อมในการตั้งหลักรับมือกับปัญหาต่างๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการใหม่ เนื่องจากอาจจะมองธุรกิจเป็นเรื่องง่ายเกินไปโดยมองแต่ว่าธุรกิจประสบความสำเร็จแต่ไม่ได้ศึกษาทำความเข้าใจให้ลึกซึ้งรอบด้านถึงเงื่อนไขข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรคของกระบวนการแต่ละขั้นตอนก่อนที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ

4 ข้อเท็จจริง สถานการณ์ปัญหาและความต้องการ

4.1 ค่านิยมของคนไทยส่วนมากมักจะถูกปลูกฝังจากครอบครัวให้ทำงานประจำ เช่น พนักงานบริษัท โดยเฉพาะการรับราชการ มากกว่าที่จะปลูกฝังให้ประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง

4.2 การบรรจุหลักสูตรเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการในสถาบันศึกษายังไม่สอดคล้องกับภาวะปัจจุบัน ทำให้บุคลากรที่เรียนจบมาแล้วไม่สามารถประกอบธุรกิจได้ด้วยตัวเอง ต้องเสียเงินไปอบรมรูปแบบการประกอบธุรกิจจริงกับหน่วยงานหรือบริษัทที่จัดหลักสูตรประกอบอาชีพโดยตรงอีก

4.3 ผู้ประกอบการในปัจจุบันขาดการวิเคราะห์ปัญหาธุรกิจของตนเอง เช่น การนำเงินทุนไปใช้ลงทุนต่อยอด การจัดการหนี้สิน ขาดความสามารถด้านการตลาด (ไม่มีช่องทางหรือแหล่งจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้ไม่สามารถที่จะหาตลาดรองรับสินค้าที่ผลิตออกมาขายได้)

4.4 สินค้าต่างๆ ของไทย เช่น สินค้า OTOP ขาดเอกลักษณ์ของตนเอง โดยมีลักษณะหรือรูปแบบที่ซ้ำๆ กันในหลายแห่ง

4.5 ผู้ประกอบการคนไทยส่วนมากมักชอบทำตามแบบอย่างของผู้ที่ประสบความสำเร็จ เป็นลักษณะลอกเลียนแบบกัน โดยมีได้มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าและการตลาดของสิ่งนั้น อย่างแท้จริง

4.6 หลักสูตรการจัดฝึกอบรมต่างๆ เช่น ฝึกอบรมด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ ยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต และการจัดฝึกอบรม มักไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควร (มีผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรมแล้วไปประกอบธุรกิจจริง เป็นของตนเองจำนวนน้อยมาก)

4.7 ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการยื่นขอกู้เงินจากธนาคาร เนื่องจากมีขั้นตอนต่างๆ ยุ่งยากและซับซ้อนมาก รวมทั้งต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ซึ่งยากสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ หรือบัณฑิตที่จบใหม่จะขอกู้มาลงทุนในธุรกิจของตนเองได้

4.8 ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาครัฐ และขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนหรือส่งเสริมผู้ประกอบการ

4.9 นโยบายภาครัฐขาดความชัดเจนและต่อเนื่อง รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ตามการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลแต่ละยุคแต่ละสมัย

5 ความเห็นและข้อเสนอแนะเรื่อง “แนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการและสนับสนุนการ เป็นเจ้าของธุรกิจของไทย”

5.1 การพัฒนาในภาพรวม

5.1.1 รัฐควรกำหนดนโยบายการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ให้มีเอกภาพและ เป็นการทำงานแบบบูรณาการเบ็ดเสร็จ โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานกลางบริหารงานเบ็ดเสร็จ (one stop service) เพียงองค์กรเดียว เพื่อเชื่อมโยงบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงาน เกี่ยวข้องทุกระดับ ทุกกรมที่เกี่ยวข้อง และทุกด้านของการพัฒนา รวมทั้งสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาในด้านองค์ความรู้ด้านต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการ SMEs อย่างจริงจัง ในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ด้านการจัดฝึกอบรม ควรนำหลักสูตรการฝึกอบรมด้านต่างๆ ของหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องทุกกรม มารวมกันและเรียงลำดับความสำคัญร่วมกันแบบบูรณาการ และร่วมกัน ดำเนินการ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน รวมทั้งสามารถติดตามพัฒนาการของแต่ละบุคคล แต่ละ สาขาอาชีพได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้หลักสูตรการฝึกอบรมต้องมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นและ ครอบคลุมทั่วประเทศ และไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการจัดฝึกอบรมหรือให้เสียค่าใช้จ่ายในอัตราที่ น้อยที่สุด สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างแท้จริง และไม่ควรเน้นแต่ทฤษฎีมากเกินไป

(2) ด้านความรู้การบริหารจัดการธุรกิจเบื้องต้น ทั้งการผลิตสินค้า การพัฒนาสินค้า การตลาด การเงิน (เอกสารทำสัญญาธุรกรรมต่างๆ) การบัญชี การบริหาร การพัฒนาบุคลากร ระบบชิปปิง(Shipping) ความรู้เรื่องแหล่งกำเนิดสินค้า และอื่นๆ เพื่อที่จะสามารถประสบความสำเร็จในธุรกิจได้ รวมทั้งแนวโน้มและกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลก (Trend) ที่ส่งผลถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

(3) สร้างฐานข้อมูลด้านต่างๆ และกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ

5.1.2 รัฐควรปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วอย่างสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ. การจัดตั้งอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับแนวนโยบายที่กำหนดไว้ในแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เปรียบเสมือนแผนแม่บทที่ใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.3 รัฐควรเร่งส่งเสริมและสร้างค่านิยมให้คนไทย โดยเฉพาะเยาวชน และนักศึกษา เพื่อให้เกิดแนวคิดและเห็นคุณค่าของการเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยเริ่มปลูกฝังตั้งแต่ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นต้นไป

5.2 การพัฒนาผู้ประกอบการ

5.2.1 รัฐควรสร้างโครงการทางเลือกแบบครบวงจรของอาชีพอิสระที่ยังเป็นที่ต้องการของตลาด และจัดอบรมให้ผู้สนใจเข้าใจในหลักการและให้ทราบถึงสิ่งที่จะได้รับ สนับสนุนเพื่อให้ผู้สนใจสามารถประกอบธุรกิจได้จริง

5.2.2 รัฐควรจัดตั้งทีมที่ปรึกษาธุรกิจ ทำหน้าที่คอยให้คำปรึกษาด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะควรเป็นการดำเนินการเชิงรุก เช่น แสวงหาเป้าหมาย เป็นต้น ทั้งนี้ระยะแรกให้เป็นที่เล็งอย่างใกล้ชิดดูแลจนกว่าจะบรรลุเป้าหมาย คือ มีผลกำไร ระยะที่สองเฝ้า สอดส่องอย่างต่อเนื่องทุกเดือน ระยะสุดท้ายตรวจติดตามทุก 3 เดือน

5.2.3 รัฐควรส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจในรูปแบบต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เช่น ให้เครือข่ายหอการค้าแต่ละจังหวัด ส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระและยกระดับกิจการที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น

5.2.4 รัฐควรกำหนดนโยบายระบบการศึกษา โดยเน้นความสำคัญหลักสูตรสายอาชีพมากขึ้น ทั้งนี้ให้มีหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบโดยตรง (เป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงานตามข้อ 5.1)

ในการเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาระดับต่างๆ และภาคผู้ประกอบการธุรกิจ โดยต้องคำนึงถึงเรื่องภาพลักษณ์และตลาดแรงงาน เนื่องจากคนที่ประกอบอาชีพอิสระที่ดีได้ควรจะต้องหาประสบการณ์จากการเป็นลูกจ้างเสียก่อน

5.3 การพัฒนาตัวสินค้า บริการ และรูปแบบการบรรจุหีบห่อ

5.3.1 รัฐควรกำหนดมาตรฐานของสินค้า และบริการแต่ละประเภท รวมทั้งมีระบบการตรวจควบคุมคุณภาพที่โปร่งใส อย่างเข้มงวดเป็นที่ยอมรับและได้มาตรฐานสากล

5.3.2 รัฐควรส่งเสริมการค้นคิด ริเริ่ม สร้างสรรค์โดยนำภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของชุมชน มาสร้างมูลค่าให้กับตัวสินค้า รูปแบบการบรรจุหีบห่อ และบริการ โดยเฉพาะให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หรือเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือน โดยเป็นความต่างหรือเอกลักษณ์ที่อยู่บนพื้นฐานที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีความทันสมัย ประหยัด เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถใช้ประโยชน์ได้ในหลากหลายลักษณะหลายวัตถุประสงค์หลายครั้ง โดยอาจจัดการประกวดในแต่ละระดับอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

5.3.3 รัฐควรมีนโยบายที่ส่งเสริมให้รัฐและเอกชนช่วยประสานให้ผู้ผลิตสินค้ารายย่อยมีโอกาสดำเนินธุรกิจกับผู้ซื้อรายใหญ่ได้ โดยให้ผู้ผลิตสามารถต่อยอดทางการผลิตและการตลาดได้อย่างชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริงเพิ่มขึ้น

5.3.4 รัฐควรเร่งส่งเสริมให้มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาของสินค้า การบริการ และหีบห่อผลิตภัณฑ์อย่างกว้างขวาง

5.4 การสนับสนุนด้านทุน

5.4.1 รัฐควรจัดสรรงบประมาณออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การส่งเสริมแนวกว้าง (Broad-based) 2. การส่งเสริมแบบเจาะจง (Focus based) โดยเฉพาะการส่งเสริมแบบเจาะจงควรศึกษาและเลือกประเภทอาชีพธุรกิจที่คนไทยมีทักษะความรู้ ความถนัดที่ได้เปรียบ แล้วจัดทำแผนงานส่งเสริมแต่ละอาชีพธุรกิจอย่างเจาะจงให้ครบวงจร

5.4.2 ภาครัฐโดยหน่วยงานกลางตามข้อ 5.1 ควรจัดหา ประสานงาน และอำนวยความสะดวกกับธนาคารที่มีความพร้อมในการสนับสนุนเงินทุน รวมทั้งจัดทำเอกสารรายละเอียดแหล่งเงินที่เหมาะสมในแต่ละธุรกิจ การเป็นผู้ช่วยด้านจัดทำเอกสารการธนาคารและการเข้าถึงแหล่งเงิน การบริหารการเงิน และการบริหารความเสี่ยงในการลงทุน เพื่อให้ผู้ประกอบการแต่ละธุรกิจสามารถเข้าถึงเงินทุนที่เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับธุรกิจของตนได้จริง โดยปรับปรุงขั้นตอนการเข้าถึงให้รวดเร็ว สะดวก และง่ายยิ่งขึ้น อาทิ

(1) ธุรกิจด้านการเกษตร ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน ฯลฯ

(2) ธุรกิจด้านบริการและการท่องเที่ยว ใช้บริการธนาคารส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฯลฯ

5.4.3 ภาครัฐโดยหน่วยงานกลางตามข้อ 5.1 ควรจัดทีมที่ปรึกษาด้านการเงินเป็นการเฉพาะกิจลักษณะการทำงานเช่นเดียวกับกลุ่มนายหน้า (Broker) ที่ประสานอำนวยความสะดวกด้านการเงิน แต่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย โดยทีมที่ปรึกษาต้องมาจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เหมาะสม

5.4.4 รัฐควรออกมาตรการด้านการเงินที่สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs โดยเฉพาะ เช่น มาตรการพักหนี้ในระยะเวลาที่เหมาะสม นโยบายปล่อยกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำ ระยะยาว เป็นต้น โดยอาจดำเนินการในลักษณะเดียวกับการสนับสนุนทุนเพื่อการศึกษา

5.4.5 รัฐควรสร้างมาตรการด้านภาษี ให้มีเงื่อนไขหรือกลไกที่สามารถช่วยส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการอิสระ และดำเนินการให้การจัดเก็บภาษีเป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรม

5.5 การส่งเสริมด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์

5.5.1 รัฐควรส่งเสริมให้เอกชนมีการสร้างตราสินค้า (Brand) ที่เข้มแข็งและมีคุณภาพเป็นของตนเอง เพื่อสามารถส่งออกไปสู่ตลาดระดับต่างประเทศ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของไทยประจำต่างประเทศทุกประเทศ ทุกระดับ ต้องร่วมกันนำเสนอตราสินค้า (Brand) ของไทยทุกช่องทาง ทุกโอกาส และผู้ประกอบการควรได้รับการอบรมเกี่ยวกับเรื่องตราสินค้า (Brand) ให้เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างตราสินค้า (Brand) กับชื่อทางการค้า (Brand name) รวมทั้งสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสินค้านั้นๆ

5.5.2 ควรสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งมีความสนใจในสินค้าแต่ละประเภท ให้เป็นผู้แทนนำสินค้าต่างๆ ไปเสนอขายยังต่างประเทศ พร้อมให้ข้อมูลแก่ผู้ประกอบการในสินค้าและบริการต่างๆ ที่ตนเองดำเนินการอยู่อย่างละเอียดและลึกซึ้ง

5.5.3 รัฐควรมีการส่งเสริมทางด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ SMEs มากยิ่งขึ้น อาทิ

(1) สร้างระบบฐานลูกค้าในธุรกิจแต่ละประเภท รวมทั้งกระบวนการเชื่อมโยงธุรกิจและความสัมพันธ์ของบุคคลในแต่ละธุรกิจ

(2) สร้างระบบข้อมูลที่มีการวิเคราะห์โอกาสและการเจริญก้าวหน้าในธุรกิจแต่ละประเภท

(3) สร้างตลาดกลางสินค้าเพื่อให้เป็นแหล่งรวมและจำหน่ายสินค้า SMEs ในทุกระดับ (จังหวัด ภูมิภาค ประเทศ ระหว่างประเทศ) รวมทั้งสร้างเครือข่าย โครงข่ายการตลาด และมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

5.5.4 สร้างมาตรการส่งเสริมวิชาชีพในการดำเนินธุรกิจของคนไทยเพื่อคนไทย เช่น การใช้คนไทยในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในประเทศ การสนับสนุนให้ใช้สินค้าที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนเองเป็นอันดับแรก ให้ทุกภาคส่วนใช้สินค้า OTOP เป็นของที่ระลึกแก่กัน ฯลฯ
