

การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0

How to Be New Generation Entrepreneurs in Thailand 4.0

ทิบดี ทัพพรรณ¹

ธีระวัฒน์ จันทิก²

บทคัดย่อ

เมื่อพิจารณาถึงโลกของธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขันที่สูงในปัจจุบัน อุตสาหกรรมของประเทศไทยซึ่งมักอยู่ในรูปแบบการผลิตสินค้าแบบเน้นปริมาณ (Mass production) ไม่สามารถขับเคลื่อนพัฒนาต่อยอดหรือทัดเทียมกับนานาประเทศที่พัฒนาแล้วได้ กล่าวคือ อุตสาหกรรมของประเทศไทยไม่ได้เป็นทั้งอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำหรืออยู่ในกรอบเชิงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อการเสริมสร้างอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจในประเทศให้แข็งแกร่งขึ้น แนวคิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จึงถูกสร้างขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ที่เป็นเสาหลักค้าจุเศรษฐกิจภายในประเทศ ผู้ประกอบการในภาคส่วนนี้จำเป็นต้องได้รับการเรียนรู้ เสริมสร้างทักษะการจัดการบริหาร การวางแผนหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ โดยมีภาครัฐทำหน้าที่เป็นตัวกลางประสานความช่วยเหลือ สนับสนุนผู้ประกอบการในด้านการจัดหาเงินทุน การยืดหยุ่นกฎหมายหรือเอื้อเพื่อสิทธิประโยชน์ด้านธุรกิจ การหาช่องทางทางการตลาด การจัดหาผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาในด้านต่างๆ พร้อมทั้งเชื่อมโยงผู้ประกอบการเข้าด้วยกันเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ซึ่งแบบจำลองขั้นตอนการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0 มีดังต่อไปนี้ 1) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ 2) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้รับการส่งเสริมความรู้ด้านการตั้งต้นและการทำแผนธุรกิจ 3) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้รับการส่งเสริมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าและการทำการตลาดอย่างสร้างสรรค์ 4) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้รับการส่งเสริมด้านช่องทางทางการตลาดในประเทศ และ 5) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้รับการผลักดันในการส่งผลิตภัณฑ์สู่ตลาดต่างประเทศ

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไทยแลนด์ 4.0

¹ ผู้จัดการ บริษัท ทูรคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), Email: tibadee@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

When considering on the current business world that is full of high competition, Thailand's industry that is often in the form of Mass Production cannot be developed or driven further or to be equal with those developed countries, i.e., Thailand's industry is not both low cost production or under the framework of science, technology, innovations, and creativity. Accordingly, to strengthen Thailand's economy and industry, the concept of New Generation Entrepreneurs in Thailand 4.0 was created, especially for Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) that are the main pillar supporting domestic economy. As a result, it is necessary for these entrepreneurs to be given knowledge and reinforced with skills on management, creative product design or planning with the government as the intermediary to coordinate and support entrepreneurs on funding as well as adjust laws to be flexible for them or business benefits, seek for marketing channels, and providing experts or consultants on various dimensions. The model of the process on creating new generation entrepreneurs in Thailand 4.0 is as follows: 1) new generation entrepreneurs can approach sources of funding efficient; 2) new generation entrepreneurs were reinforced with knowledge on business start-up and business planning; 3) new generation entrepreneurs were promoted on product development, branding, and creative marketing; 4) new generation entrepreneurs were promoted on domestic marketing channels; and 5) new generation entrepreneurs were driven to export their products to foreign markets.

Keywords: New Generation Entrepreneur, Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), Thailand 4.0

บทนำ

ภายใต้ภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศไทยที่ยังใช้ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และผลิตสินค้าแบบเน้นปริมาณ จะต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาและการลดต้นทุนการผลิตในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถอยู่รอดในตลาด หากประเทศไทยไม่สามารถหลุดจากวงจรธุรกิจแบบเดิมๆได้ ประเทศก็จะสูญเสียทรัพยากรในประเทศอย่างมหาศาล ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน เงินทุน และเวลา โดยไม่ได้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่คุ้มค่า

การติดอยู่ในกับดักประเทศรายได้ปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยกำลังติดอยู่ใน การแข่งขันจากคู่แข่ง 2 กลุ่ม (Competitive nutcracker) กล่าวคือ ประเทศไทยไม่สามารถที่จะขยับขึ้นไปแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่ขับเคลื่อนด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ อาทิ อิตาลี ญี่ปุ่น หรือเกาหลีใต้ ใน ขณะเดียวกันประเทศไทยก็ไม่สามารถขยับลงมาแข่งกับประเทศคู่แข่งที่ขับเคลื่อนด้วยการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำด้วย แรงงานจำนวนมากและราคาถูก อย่างจีนหรือเวียดนามได้ ประเทศไทยติดอยู่ตรงกลาง ที่เรียกว่า (Stuck in the middle) ในโลกของการแข่งขันเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศนั้น จำเป็นจะต้องยกเครื่องกลไกขับเคลื่อน เศรษฐกิจ เน้นการใช้องค์ความรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ แทนการเน้นทรัพยากรพื้นฐานที่นับวันจะหมดลงเรื่อยๆ (เสาวณี จันทะพงษ์ และขวัญวิ รัตน์สกุล, 2560)

ประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำทางรายได้สูงเป็นอันดับ 2 ของ ทวีปเอเชีย หากพิจารณาสัดส่วนรายได้ของประชากรและการถือครองทรัพย์สิน ระหว่างปี พ.ศ. 2531-2550 สัดส่วนรายได้ของประชากรร้อยละ 20 ที่รวยที่สุดรายได้รวมกันประมาณร้อยละ 55 ของรายได้รวมทั้งประเทศ ในขณะที่กลุ่มที่จนที่สุดร้อยละ 20 มีรายได้รวมเพียงร้อยละ 4 ของรายได้รวมทั้งประเทศเท่านั้น โดยสัดส่วนรายได้ดังกล่าวไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมา และข้อมูลการถือครองทรัพย์สินครัวเรือน แสดงว่า ในปี พ.ศ. 2549 กลุ่มประชากรที่รวยที่สุดร้อยละ 20 ของประเทศ มีทรัพย์สินประมาณ 70 เท่าของกลุ่มที่จนที่สุดร้อยละ 20 ของประเทศ นอกเหนือจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางและกับดักความเหลื่อมล้ำ อีกหนึ่งกับดักที่ประเทศไทยเผชิญคือ “กับดักความไม่สมดุล” (Imbalance trap) โดยในหลายทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยเน้นความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจแต่ละเลยการรักษาสิ่งแวดล้อมการสร้างสังคมที่อยู่ดีมีสุข และการยกระดับศักยภาพจนส่งผลกระทบเชิงลบในมิติต่างๆ มากมายจึงเป็นสาเหตุหลัก ที่ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถสร้างความมั่งคั่ง มีความมั่งคั่งในแนวทางที่ยั่งยืนได้มากกว่านี้ นี่คือเหตุผลสำคัญของการปรับเปลี่ยนโมเดลทางเศรษฐกิจ จาก Thailand 3.0 ไปสู่ Thailand 4.0 (จิรัฐ เจนพิงพร, 2561)

ไทยแลนด์ 4.0 เป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางกับดักความเหลื่อมล้ำและกับดักความไม่สมดุลพร้อมกับเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ประเทศในโลกที่หนึ่ง ที่มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ในบริบทของโลยุค การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่ (The fourth industrial revolution) อย่างเป็นรูปธรรม ตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้วางไว้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยขับเคลื่อนผ่านกลไก “ประชารัฐ”

ทางออกที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถทางนวัตกรรมและการสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ซึ่งเป็นวิสาหกิจส่วนใหญ่ของคนไทยให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และสร้างการจ้างงานที่สำคัญ รวมถึงการพัฒนาให้เกิดการใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากขึ้นเพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Innovation-Driven economy) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559)

SMEs หรือชื่อเต็มๆ ว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ถือเป็น กลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลายอย่างมาก ทั้งในด้านขนาด คือ ตั้งแต่ ขนาดเล็กแบบร้านค้าเจ้าของคนเดียว ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก ไปจนถึง ผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับบริษัทขนาดใหญ่ และด้านระดับการเติบโตของธุรกิจ รูปแบบการจัดตั้งกิจการ ตลอดจนระดับความรู้ของเจ้าของธุรกิจเรียกได้ว่าในทุกวัน แต่ละคนจะต้องเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) แทบจะตลอดเวลา ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ทั้งสิ้น 2,736,744 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.7 เมื่อเทียบกับวิสาหกิจทั้งหมดของประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 10,501,166 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 80.3 ของการจ้างงานทั้งหมด และสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 5,212,004 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.6 ของ GDP ประเทศ จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความสำคัญมากที่จะพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับยุคปัจจุบัน

(คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพและสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ยังมีอุปสรรคอยู่มากโดยเฉพาะอุปสรรคจากกฎระเบียบของภาครัฐที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) เกี่ยวข้อง เช่น การขอใบอนุญาต หรือการขอการรับรองต่างๆ มีขั้นตอนมาก ใช้ระยะเวลานาน หรือมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไปสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ซึ่งจำเป็นต้องเร่งแก้ไขปรับปรุงให้การดำเนินงานและการให้บริการภาครัฐมีความสะดวกและไม่เป็นภาระแก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) รวมถึงการแก้ไขกฎหมายบางเรื่องให้ทันสมัย สามารถสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ที่ประกอบธุรกิจสมัยใหม่ ได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) บางเรื่องที่ยังไม่มีหรือมีแต่ไม่สามารถให้บริการได้เพียงพอ จำเป็นต้องเร่งยกระดับการให้บริการที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดอยู่ให้พร้อมรองรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ที่มีความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งการสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจมีความง่ายและสะดวก นั้นจะเป็นประโยชน์ต่อ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) โดยรวมทุกสาขาธุรกิจ (ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs, 2559)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ประเทศไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความสามารถในการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ ขาดทักษะในการติดต่อเจรจาธุรกิจระดับสากลและไม่รู้เท่าทัน สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การประกอบธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถขยายตลาดการค้าหรือการลงทุน นำไปสู่การไม่สามารถแข่งขันได้ในที่สุด ดังนั้นภาครัฐต้องเร่งยกระดับความสามารถให้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้พื้นฐานที่สำคัญ ในการทำธุรกิจ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประกอบธุรกิจ การเสริมสร้างความสามารถในการค้าขายระหว่างประเทศ การส่งเสริมแนวคิดการทำธุรกิจที่มุ่งตอบสนองตลาดระดับโลก (Global context) ซึ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ทุกระดับไม่ว่าจะเป็น ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ที่มีศักยภาพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ในระดับฐานราก หรือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ภาคเกษตรล้วนแล้วแต่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา ให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ

การสร้างให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความสำคัญมากกับประเทศไทย เพราะเป็นกลไกในการสร้างความเติบโตให้กับเศรษฐกิจในระยะยาว ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยมีการกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่มาโดยตลอด เพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ สามารถขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างแท้จริง เพราะฉะนั้นจำเป็นต้องมุ่งแสวงหาและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สามารถสร้างมูลค่าสูงได้ เช่น ผู้ประกอบการที่มีการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม ผู้ประกอบการในงานสร้างสรรค์และออกแบบ ให้มีศักยภาพใน

การประกอบธุรกิจสมัยใหม่ สามารถแข่งขันในตลาดสากลได้ ซึ่งจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องให้การส่งเสริมในหลาย ๆ ประเด็นทั้งในเรื่องการสร้างเสริมโอกาสผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ไปสู่ธุรกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ และการทำให้เกิดปัจจัยสนับสนุนที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่กลุ่มนี้ เช่น รูปแบบของแหล่งเงินทุน สิทธิประโยชน์ที่เอื้อกับรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น เพื่อนำประเทศไทยก้าวผ่านการเป็นประเทศที่ใช้ประสิทธิภาพเป็นแรงขับเคลื่อนสู่การเป็นประเทศที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นแรงขับเคลื่อนได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐควรมีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อพัฒนาทักษะความสามารถให้สามารถแข่งขันในยุคไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Thai SMEs Center, 2560)

ปัญหาของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ยุคไทยแลนด์ 4.0

1. ขาดการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยการยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพราะการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับเรื่องการพัฒนา ผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถแข่งขันมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และมีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้ว สถานการณ์ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ไทยยังอยู่ในระดับที่น่าเป็นกังวลอย่างมาก จากรายงานของ The Global Innovation Index 2015 ซึ่งประเมินและจัดอันดับความพร้อมและศักยภาพ ด้านนวัตกรรมของประเทศต่างๆ ได้จัดประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 55 จาก 141 ประเทศ ขณะที่ตัวชี้วัดอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การลงทุนวิจัยและพัฒนา การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาโดยการจดสิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร และลิขสิทธิ์ ยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนในเรื่องการบูรณาการ ทำงานร่วมกันของหน่วยงานวิจัยต่างๆ กลไกการเชื่อมโยงงานวิจัย ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และ ยังขาดความชัดเจนในการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนาเชิงพาณิชย์ (คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพและสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

2. ปัญหาการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เงินทุนมีผลอย่างยิ่งต่อการเติบโตและความอยู่รอดของธุรกิจ อย่างไรก็ตามการเข้าถึงแหล่งเงินทุนถือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ประเทศไทยมาอย่างยาวนาน เป็นผลจากข้อจำกัดทั้งด้านความพร้อมของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หลักเกณฑ์ที่ไม่ยืดหยุ่นของสถาบันการเงิน ประเภทของเงินทุนในประเทศที่ไม่มีความหลากหลายและไม่ตอบสนองความต้องการของธุรกิจในแต่ละช่วงการเติบโต รวมถึงผู้ประกอบการขาดหลักทรัพย์สินค้ำประกัน มีหลักประกันไม่เพียงพอ ระบบบัญชีไม่เป็นมาตรฐาน หรือไม่มีประวัติกับสถาบันการเงินมาก่อน ข้อจำกัดด้านเงินทุน กฎระเบียบที่ขาดความยืดหยุ่น รวมถึงปัญหาระบบพี่เลี้ยง ที่ปรึกษาด้านการเงิน ที่อยู่กระจัดกระจายไม่เป็นระบบ และไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559) นอกจากนี้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ต้องเผชิญปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่จะปิดกิจการและบางกลุ่มต้องรับภาระ จากต้นทุนการกู้ยืมที่สูงเกินไป ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการรุ่นใหม่บางส่วนที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ก็ยังมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการทางการเงินให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมให้แหล่งเงินทุนเหล่านี้ให้มีบทบาทมาก

ขึ้นในการสนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในระยะ เริ่มต้นธุรกิจ และในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ (Tech startup) และผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative SMEs) เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and communication technology) ธุรกิจสร้างสรรค์ ดิจิทัล (Digital) ยาและเครื่องสำอางค์ เป็นต้น (จันทวรรณ สุจริตกุล, 2558)

3. ปัญหาการพัฒนาเครื่องมือการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการพัฒนา เครื่องมือการส่งเสริมที่จะช่วยให้กิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่การยกระดับมาตรฐาน และกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมด้านการตลาด ให้สามารถเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เครื่องมือการส่งเสริมที่ดีนั้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีโอกาสเข้าถึงข้อมูล ความรู้ ความช่วยเหลือหรือบริการได้ทั่วถึงและตรงกับความต้องการมากขึ้น นอกจากนั้นยังจะช่วยให้หน่วยงาน ภาครัฐมีข้อมูลสนับสนุนในการกำหนดมาตรการความช่วยเหลือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สุดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการได้ดีขึ้น ซึ่งการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ผ่านมาจึงให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ค่อนข้างน้อย จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการพัฒนาเครื่องมือการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในรูปแบบต่างๆให้เกิดประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันในยุคไทยแลนด์ 4.0 (สุธีรา อะทะวงษา และ สมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์, 2557)

แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0

1. ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

1.1 การยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

1.1.1 การยกระดับด้านผลิตภาพ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ควรมีการเสริมสร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อยกระดับ ทักษะความรู้ความเชี่ยวชาญและบุคลากรในสถานประกอบการ การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจ วิเคราะห์ ประเมินศักยภาพของธุรกิจในด้านต่างๆ โดยจัดที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญเข้าวินิจฉัยสถานประกอบการพร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการดำเนินธุรกิจรวมถึงการยกระดับการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการเสริมสร้างขีดความสามารถการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยจัดกิจกรรมจับคู่เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการรุ่นใหม่กับผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีโอกาสเรียนรู้และเข้าถึงบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) สมัยใหม่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถเลือกใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้อย่างเหมาะสมรวมถึงพัฒนาบุคลากรของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) (Maier, 2007)

ควรมีการส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยการสนับสนุนให้มีการบริการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีที่ครบวงจร เช่น การเสริมกิจกรรมทางการตลาดให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีโอกาสในการทดสอบตลาด ซึ่งจะช่วยให้การถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีนั้นเกิดประสิทธิผลสูงสุด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

ควรมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม และนวัตกรรมชาวบ้าน ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในระดับที่เหมาะสม โดยจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ในการเลือก

เทคโนโลยีหรือ นวัตกรรมที่เหมาะสมไม่ซับซ้อน และมีต้นทุนในการพัฒนาที่ยอมรับได้มาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริการ (นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร, 2558)

ควรมีการสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนงานวิจัยและพัฒนาให้ตอบโจทย์ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงวิชาการไปสู่การปฏิบัติจริงในเชิงธุรกิจ โดยสร้างโอกาสให้นักวิจัย อาจารย์ และนักศึกษาในสถาบันการศึกษาได้ทำงานวิจัยเชิงพาณิชย์ตามความต้องการของผู้ประกอบการรุ่นใหม่มากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

1.1.2 สนับสนุนให้สินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการรายใหม่ไทยเข้าสู่ตลาดภาครัฐ

ควรสนับสนุนให้สินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าถึงผู้ซื้อโดยสร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้านวัตกรรมของ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อนำเสนอสินค้าเทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการให้รับรู้ในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยการจัดกิจกรรม/งานแสดงและจำหน่ายสินค้านวัตกรรม การจัดนิทรรศการออนไลน์ (Online Exhibition) ตลอดจนตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace)

1.2 การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

1.2.1 ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ควรขยายการค้าประกันสินเชื่อให้มีบทบาทมากขึ้น โดยค้าประกันโดยตรงให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เฉพาะกลุ่มเป้าหมายตามนโยบาย เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจึงควรขยายบทบาทการค้าประกันสินเชื่อของไทยให้สามารถค้าประกันโดยตรงแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยการแก้ไข กฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลให้กระบวนการค้าประกันสินเชื่อของไทย เริ่มตั้งแต่การพิจารณาสินเชื่อเบื้องต้น การอนุมัติ การค้าประกัน และการส่งให้แก่สถาบันการเงิน โดยอาจเป็นการคัดเลือกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพจากกลุ่มเป้าหมายตามนโยบาย (Levie & Autio, 2008)

ควรสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ การจัดหาแหล่งเงินทุน ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้สามารถนำมาปล่อยกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าอัตราปกติได้ นอกจากนี้ควรชดเชยดอกเบี้ย และชดเชย ค่าธรรมเนียมการค้าประกันสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนสินเชื่อของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ลดลง และมีสภาพคล่อง ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น (ปรีชญา อัครเดชกำจร และ รุ่งรัตน์ ตัญยาธิคม, 2555)

ควรจัดให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจโดยส่งเสริมให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ประสบปัญหา เพื่อให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีปัญหาโอกาสในการฟื้นฟูกิจการและกลับมาดำเนินธุรกิจได้ต่อไป โดยการจัดให้มี แหล่งเงินทุนให้กู้ยืม ในรูปแบบของโครงการหรือกองทุน และ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะต้องผ่านกระบวนการ ให้คำปรึกษา แนะนำ และวินิจฉัย เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาที่แท้จริง (Kouriloff, 2000)

1.2.2 พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใช้บริการ ระบบพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาด้านการเงิน โดยจัดให้มีช่องทางการให้บริการ พี่เลี้ยงที่ปรึกษาทางด้านการเงินที่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งรูปแบบออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) และให้ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าถึงได้ในอัตราค่าบริการที่เหมาะสมหรือมีมาตรการสิทธิประโยชน์ในการกระตุ้นและช่วยเหลือเพิ่มเติม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความรู้ความเข้าใจด้านการเงินในการประกอบธุรกิจ โดยสนับสนุนให้สถาบันการเงินเพิ่มภารกิจด้านการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เนื่องจากสถาบันการเงินเป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา โดยให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนยื่นขอสินเชื่อตลอดจนให้ ความรู้ด้านการบริหารเงินและธุรกิจ โดยไม่จำกัดเฉพาะลูกค้าของตน (สุชาติ ไตรภพสกุล และ สหทัยา ชูชาติพงษ์, 2557)

2. เสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการรุ่นใหม่

2.1 การส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

2.1.1 ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ควรมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

ควรส่งเสริมให้มีความเข้มแข็งให้คลัสเตอร์ (Cluster) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยจัดทำแนวปฏิบัติในการพัฒนา กลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) ในปัจจุบันมีหลายหน่วยงานที่ดำเนินการในด้านการพัฒนา และส่งเสริมคลัสเตอร์ (Cluster) โดยที่แต่ละหน่วยงานมีกรอบแนวคิด วิธีการดำเนินงานที่ต่างกันไป ทำให้การส่งเสริมและพัฒนาคลัสเตอร์ (Cluster) ในประเทศไทยยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร จึงต้องมีการทบทวน และจัดทำแนวทางกลางในการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ควรเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจให้คลัสเตอร์ (Cluster) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อยกระดับศักยภาพการดำเนินธุรกิจโดยรวมของกลุ่ม โดยจัดกิจกรรมพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็ง เครือข่าย อาทิ การสร้างระบบการบริหารงาน เครือข่ายและการบริหารสมาชิก และการพัฒนาผู้นำเครือข่าย และผู้ประสานงานเครือข่าย จัดกิจกรรมการสร้างและพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เช่น การบริหารจัดการวิสาหกิจ เป็นต้น (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

ควรส่งเสริมและสนับสนุนองค์การเอกชนและเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยพัฒนา ศักยภาพการดำเนินงานขององค์การเอกชนให้เข้มแข็ง การเสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการของ องค์การเอกชนให้สามารถเป็นกลไกในการให้ความช่วยเหลือพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เป็นสมาชิกให้ ได้มากขึ้น เช่น การสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางการตลาด และกิจกรรมในการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการกำหนดสิทธิประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่เป็นสมาชิกขององค์การเอกชน เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าเป็น สมาชิกขององค์การเอกชนให้มากขึ้น เพื่อให้ภาครัฐสามารถ เข้าถึงผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้อย่างสะดวก และ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะมีตัวแทนที่สามารถสะท้อนปัญหา และความต้องการมายังภาครัฐได้ การให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เป็นสมาชิกขององค์การเอกชน เช่น การให้สิทธิในการเข้าร่วมโครงการภาครัฐก่อน เป็นต้น (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559)

3. การพัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่อย่างเป็นระบบ

3.1 การพัฒนาเครื่องมือการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีประสิทธิภาพ

3.1.1 ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าถึง ข้อมูล ความรู้ และการพัฒนาด้านต่าง ๆ

ควรยกระดับการให้ข้อมูลแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีประสิทธิภาพ โดยพัฒนา ศูนย์บริการข้อมูลผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ให้เป็นช่องทางหลักในการ ให้ข้อมูลและให้บริการกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ให้บริการคำปรึกษาแนะนำด้านต่างๆ เช่น การเงิน การตลาด การบริหารจัดการ จัดกิจกรรม การฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รวมทั้งเป็น ศูนย์กลางในการรับความต้องการของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (นนทวัชร อนันต์พรจินดา, 2555)

ควรพัฒนาระบบการให้บริการ ด้านพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา เพื่อสนับสนุน ให้บริการด้านพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวิจัย เป็นกลไกที่สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้อย่างเป็นระบบและ

มีมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ และสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึงดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , 2554)

1. กำหนดคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา นักวิจัย เพื่อส่งเสริม คุณภาพ มาตรฐาน โดยให้มีการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. พัฒนาพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวิจัย ให้เพียงพอสอดคล้องกับความต้องการ ของ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยมุ่งเน้นการพัฒนาจากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์จริงทางธุรกิจ และ ผู้เชี่ยวชาญ ที่เกษียณอายุทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสร้างให้เกิดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น การเงิน เทคโนโลยี และการตลาด เป็นต้น
3. พัฒนาศูนย์ข้อมูลกลางของพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา และนักวิจัยที่ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถสืบค้นได้โดยง่าย โดยมีรายละเอียดของความเชี่ยวชาญและประสบการณ์
4. พัฒนาระบบการติดตามและประเมินคุณภาพ เพื่อใช้ติดตามผลการดำเนินงาน ของพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา นักวิจัย ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้น

3.1.2 มีการติดตามและประเมินศักยภาพผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อให้ได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม

ควรสร้างระบบติดตามและ ประเมินศักยภาพผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยพัฒนาระบบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อเป็นฐานข้อมูลหลักของประเทศ โดยจัดเก็บใน 3 หมวดหลัก คือ 1) ข้อมูลทั่วไป (ชื่อบริษัท ที่อยู่ และหมายเลขติดต่อ ปีที่จัดตั้ง/จดทะเบียน) 2) ข้อมูลธุรกิจ (ประเภทธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ รายละเอียดสินค้าบริการ จำนวนการจ้างงาน และผลการดำเนินงาน) และ 3) ข้อมูลความต้องการ สนับสนุน ปัญหาและอุปสรรคและความต้องการช่วยเหลือ/สนับสนุนที่ต้องการจากภาครัฐ ทั้งนี้ภาครัฐสามารถใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่ขึ้นทะเบียนในการวิเคราะห์วางแผนการสนับสนุนพัฒนา และช่วยเหลือ ให้สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินธุรกิจและความต้องการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์

ควรพัฒนาระบบประเมินศักยภาพธุรกิจเพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่ทราบถึงศักยภาพ ธุรกิจ ที่แท้จริง ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจตัวเอง โดยการจัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้ารับการอบรมและเข้าสู่ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจด้วยตนเอง ทั้งแบบ ออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) นอกจากนี้ ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจยังช่วยคัดกรองและจัดกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สอดคล้องกับกลุ่มวิสาหกิจที่ภาครัฐมุ่งให้การส่งเสริมเพื่อประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการเข้าถึง มาตรการช่วยเหลือและการเข้าร่วมโครงการภาครัฐต่าง ๆ อีกด้วย

ควรพัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการเข้าถึงบริการและการใช้สิทธิประโยชน์ ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ได้รับบริการ ขอบสิทธิประโยชน์หรือเข้าร่วมโครงการต่างๆ ของภาครัฐ รวมถึง ประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบริการและสิทธิประโยชน์นั้นๆ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากระบบติดตาม ประเมินผลฯ นี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐอย่างมากในการลดความซ้ำซ้อนของการให้บริการภาครัฐ การปรับปรุงรูปแบบการให้บริการและการส่งต่อบริการภาครัฐ ตลอดจนการพัฒนาสิทธิประโยชน์ให้สอดคล้อง กับความต้องการ และเอื้อต่อการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เข้มแข็งขึ้น (ชญาภัทร์ กี่อารีโย, อธิรุณ บุญยโสภณ, ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ และคณะ, 2559)

3.2 การ ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการ ดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

3.2.1 กฎหมาย กฎระเบียบ สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ควรมีการปรับปรุงระเบียบ วิธีปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐให้มีความสะดวกต่อผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการขอรับบริการต่างๆ ปัจจุบันการติดต่อขอรับบริการ ขอใบอนุญาต หรือความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐยังมีขั้นตอนปฏิบัติที่เป็นอุปสรรคมากสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เช่น ใช้ระยะเวลานาน มีขั้นตอนมาก หรือมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป จึงควรมีการปรับปรุงระเบียบวิธีปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ให้มีความสะดวกให้มากขึ้น ศึกษาและแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบต่างๆ ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

ควรถูกกำหนดสิทธิประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่พัฒนาตัวเองให้มีศักยภาพและขีดความสามารถ ในการแข่งขันตามระดับการเติบโตของธุรกิจ เช่น สิทธิประโยชน์สำหรับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงงานวิจัยและพัฒนา การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การพัฒนามาตรฐานสินค้า การพัฒนาตลาดต่างประเทศ ตลอดจนสิทธิประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ในสาขาเป้าหมาย ที่มีผลกระทบ ต่อเศรษฐกิจและภาพรวมของการพัฒนาประเทศ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560)

การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0

จากโมเดลกระบวนการผลักดันหรือสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ตั้งแต่เริ่มต้นทำธุรกิจ ซึ่งภาครัฐบาลควรให้การสนับสนุนอย่างค่อยเป็นค่อยไปและเป็นขั้นตอน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอน โดยเริ่มจากการช่วยเหลือในการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจตามด้วยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรุ่นใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์และการทำการตลาด การช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนการลงมือปฏิบัติ เข้าสู่ตลาดและการขายจริงในระดับท้องถิ่นจนกระทั่งก้าวสู่การขายในระดับประเทศจนเป็นที่ยอมรับ จากนั้นจึงเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งด้านการบริหารจัดการ แรงงาน การลงทุนในต่างประเทศ ด้วยการหาคู่ค้าในต่างประเทศหรือการศึกษาตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศ เพื่อดำเนินการค้าขายในต่างประเทศด้วยตนเอง โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

ขั้นที่ 1 การช่วยให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าถึงแหล่งเงินทุน ภาครัฐบาลควรมีการช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการ เข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อเริ่มต้นธุรกิจหรือขยายกิจการ เช่น การประสานความร่วมมือระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ประกอบการในการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อย่างเป็นรูปธรรม อาทิ กองทุนตั้งตัวได้ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 การช่วยเหลือการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ ภาครัฐบาลควรมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อให้ คำแนะนำหรืออบรมในด้านการเขียนแผนธุรกิจ การจดทะเบียนบริษัท การวางแผนด้านภาษี การวางแผนการผลิตสินค้า เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความรู้ความสามารถในแต่ละด้าน หลังจากนั้นควรพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการรุ่นใหม่หลังจากผู้ประกอบการตั้งต้นธุรกิจแล้ว ภาครัฐบาลควรมีการจัดตั้งหน่วยงานช่วยพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในด้าน ต่างๆ เช่น การอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านนวัตกรรมใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเปิดตลาดใหม่ในต่างประเทศ การลงทุนในต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการทำการตลาด ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ควรได้รับความ ช่วยเหลือในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการทำการตลาด เช่น การเชื่อมโยงผู้ประกอบการใหม่กับสถาบันวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือสถาบันการศึกษาที่มีผู้เชี่ยวชาญในการ ให้คำปรึกษาด้านการตลาดและ การสร้างตราสินค้าแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รวมถึงให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เช่น การให้คูปองนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการเข้าไปใช้บริการตามสถาบันต่าง ๆ

ขั้นที่ 4 การนำสินค้าออกวางตลาดเพื่อจำหน่ายในระดับท้องถิ่น ส่วนใหญ่มักเริ่มต้นการขายสินค้าในระดับท้องถิ่นของตนเองจนมีความชำนาญก่อน เช่น ระดับตำบล อำเภอ จังหวัด หรือภูมิภาค เป็นต้น โดยมุ่งเน้นที่การสร้างความรู้จัก และกระตุ้นการซื้อเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความชำนาญ จากนั้นจึงจำหน่ายสินค้าในระดับประเทศ หลังจากผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความชำนาญใน ตลาดท้องถิ่นที่ตนเองคุ้นเคย แล้วมักจะเริ่มขยายตลาดสู่ระดับประเทศ โดยการมองหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถกระจายสินค้าได้ครอบคลุมทั่วประเทศ อาทิ ศูนย์การค้าต่างๆ หรือร้านสะดวกซื้อที่มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ เป็นต้น จนกระทั่งมียอดขายสูงขึ้น ตราสินค้าเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือในระดับประเทศ ทั้งนี้ควรสร้างระบบการบริหารงานภายในบริษัทให้ดีเป็นระบบเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันเตรียมความพร้อมให้กับบริษัทในการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ

ขั้นที่ 5 การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะรับผลิตสินค้าให้กับบริษัทในต่างประเทศหรือการหาคู่ค้าในต่างประเทศ เช่น ผู้จัดจำหน่าย หรือร้านค้าใหญ่ๆ ในต่างประเทศ ทั้งนี้อาจเกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐด้วยการจัดกิจกรรมจับคู่ทางการค้าการสนับสนุนจัดแสดงสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ หรือการศึกษาตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศ เพื่อดำเนินการค้าขายในต่างประเทศด้วยตัวเอง จนกระทั่งยอดการส่งออกมีปริมาณสูงขึ้น สิ่งสำคัญที่สุดคือการรักษาลูกค้าเก่าคงไว้หรือการรักษาตลาดในประเทศและต่างประเทศให้มั่นคง โดยการทำกิจกรรมทางการตลาดการรักษายอดขายการเพิ่มช่องทางการขายการรักษาฐานลูกค้าเก่าด้วยการสร้างความสัมพันธ์ รวมถึงการทำการตลาดเพื่อสังคมจะช่วยให้เกิดความมั่นคงธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน

จะเห็นได้ว่าการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้ประสบความสำเร็จไม่ใช่การได้รับการสนับสนุนหรือความร่วมมือเพียงแค่หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันเพื่อผลักดันผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จเพราะการพัฒนาผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทย ทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคม เพราะทำให้เกิดการจ้างงาน และสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมให้กับประเทศ

ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ยุคไทยแลนด์ 4.0

1. ด้านภาษีอากร

เมื่อพิจารณาจากนโยบายด้านภาษีอากร จะเห็นได้ว่าประเทศไทยควรนำแนวทางของประเทศอังกฤษมาเป็นต้นแบบในการให้สิทธิพิเศษทางภาษีอากรแก่ผู้ประกอบการโดยกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม ในการยกเว้นการเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในระยะแรกให้แก่ผู้ประกอบการของไทย และยังเป็นการเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจด้วย ยกตัวอย่างประเทศอังกฤษรัฐกำหนดเป็นนโยบาย ยกเว้นภาษีอากรให้แก่ ผู้ประกอบการเป็นเวลา 3 ปีนับแต่เริ่มดำเนินกิจการ นอกจากนี้ประเทศไทยควรนำต้นแบบนโยบายการหักลดหย่อนภาษีอากรของประเทศญี่ปุ่น มาปรับใช้เป็นมาตรการเสริมกับนโยบายการยกเว้นภาษีอากรตามช่วงเวลาที่เหมาะสม อันจะเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีโอกาสและศักยภาพในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น เช่น ให้ผู้ประกอบการ นำค่าใช้จ่าย ด้านสังคมและค่าเลี้ยงรับรองมาหักลดหย่อนภาษีอากรได้มากถึงร้อยละ 90 ของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

2. ด้านส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา

ประเทศไทยควรให้ความสำคัญเรื่องการวางนโยบายการพัฒนาและสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าประเทศไทยจะมีหน่วยงานที่สนับสนุน

ด้านการทำวิจัยและพัฒนาอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ศูนย์วิจัยต่างๆ ในมหาวิทยาลัย เป็นต้น แต่เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการของประเทศเกาหลีใต้แล้ว จะเห็นได้ว่าหากประเทศไทยมีการจัดตั้งโครงการใหญ่ที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลางความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ และกำหนดให้ทุกหน่วยงานต้องมีแผนการดำเนินงานและแผนปฏิบัติการที่เป็นไปในทิศทางและระบบเดียวกัน ตลอดจนควรมีการกำหนดโครงการที่เน้นไปที่การพัฒนาและวิจัย อันจะเป็นการสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมมากกว่าการส่งเสริมการพัฒนาและวิจัยแบบไม่มีการรวมศูนย์เป็นผลให้นโยบายด้านการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยไม่โดดเด่นและได้ผลเท่าที่ควร นอกจากนี้รัฐบาลไทยควรจัดให้มีหน่วยงานภาครัฐบาลที่เป็นหน่วยงานกลางทำหน้าที่จัดทำโครงการขึ้นตลอดจนประสานงานกับหน่วยงานองค์กรและสถาบันวิจัยต่างๆ ให้เข้าร่วมใน โครงการพร้อมกับการทำหน้าที่จัดสรรงบประมาณสนับสนุนโครงการดังกล่าวเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มีลักษณะเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งประเทศและสร้างให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ กับผู้ประกอบการตลอดจนเกิดการพัฒนาประเทศในภาพรวม

ประเทศไทยควรพิจารณาการส่งเสริมผู้ประกอบการให้เล็งเห็นความสำคัญและได้รับโอกาสในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยและพัฒนากับการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ด้วยการสร้างแรงจูงใจจากการเพิ่มสัดส่วนในการหักค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการที่ใช้ไปกับการวิจัยและพัฒนา เช่น มาตรการของประเทศอังกฤษ หรือ เนเธอร์แลนด์ที่ได้มีการใช้มาตรการดังกล่าวนี้กระตุ้นให้เกิดการวิจัยและพัฒนาขึ้น เพราะนอกจากจะเกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดแล้ว ยังเป็นการช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศอีกด้วย (จิตรลดา พิศาลสุพงศ์ และคณะ, 2557)

3. การจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กรส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในเมืองต่างๆ

การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความสำคัญอย่างยิ่ง รัฐบาลไทยควรให้ความช่วยเหลือและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ตามความต้องการในแต่ละท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาให้ตรงกับความต้องการและเป็นการสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน จะเห็นได้ว่าการวางระบบขององค์กรที่ประเทศไทยควรนำเป็นแบบอย่าง คือ การมีหน่วยงานกลางตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และมีหน่วยงานสาขาย่อยอยู่ในต่างจังหวัด เพื่อให้การส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่กระจายอย่างทั่วถึงทั้งประเทศ และควรมีการจัดตั้งศูนย์อบรมด้านต่างๆ รวมทั้งการให้คำปรึกษาในแต่ละสาขาเพิ่มเติม โดยอีกทางเลือกหนึ่งคือ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ ในการช่วยจัดฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

การจัดตั้งศูนย์บริการผู้ประกอบการทั่วประเทศของหน่วยงานส่งเสริมผู้ประกอบการ รุ่นใหม่นั้น จะต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก รัฐบาลอาจจะกำหนดให้หน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมผู้ประกอบการโดยตรงร่วมมือกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งมีศูนย์บริการอยู่แล้วทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยการส่งเจ้าหน้าที่ช่วยเหลือผู้ประกอบการไปประจำการที่ศูนย์บริการทุกแห่งซึ่งจะเป็นประโยชน์สูงสุด ทั้งเรื่องการประหยัดงบประมาณเกี่ยวกับอาคารสำนักงาน และเรื่องของการส่งเสริมผู้ประกอบการในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมความร่วมมืออันดีระหว่างหน่วยงานทั้งสององค์กร เพื่อให้บริการข้อมูลและสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

4. การบ่มเพาะธุรกิจ

ในการสร้างธุรกิจใหม่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ด้านบัญชี และด้านกฎหมาย เป็นต้น โดยหากหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ไม่มีงบประมาณในการจ้างผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ ให้ประจำที่ศูนย์ให้บริการบ่มเพาะวิสาหกิจเหมือนเช่นประเทศ

สหรัฐอเมริกา หน่วยงานดังกล่าว ก็อาจสร้างศูนย์บ่มเพาะขึ้นโดยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่าง ๆ ได้

สำหรับประเทศไทยควรมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมความรู้และทำหน้าที่ดูแลให้เกิดการบ่มเพาะการส่งเสริมและการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจแก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ทั้งนี้ควรมีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะขึ้นในมหาวิทยาลัยต่างๆ เชื่อมโยงกับหน่วยงานที่มีหน้าที่และความเชี่ยวชาญเฉพาะในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้เพื่อให้การบ่มเพาะผู้ประกอบการในแต่ละปีเป็นไปตามแผนแม่บท แผนปฏิบัติการ รวมถึงให้สอดคล้องกับธุรกิจแต่ละประเภท ทิศทางหลักของประเทศและระบบเศรษฐกิจในภาพรวมโดยหากมีการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการรุ่นใหม่และสถาบันการศึกษาต่างๆ ก็เป็นผลให้การบ่มเพาะวิสาหกิจนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สามารถ สุวรรณโพล, ชัชชัย สุจริต และ ศิริกาญจน์ ธรรมยัตติวงศ์, 2558)

5. การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ส่งออกสินค้าและบริการไปต่างประเทศ นั้นเป็นสิ่งที่มีความท้าทายอย่างมาก เนื่องจากความไม่พร้อมของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ไทย ทั้งในด้านศักยภาพของผู้เป็นเจ้าของกิจการ ด้านการเงิน คุณลักษณะรวมถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีศักยภาพไม่เพียงพอในการแข่งขันกับบริษัทใหญ่ หรือบริษัทข้ามชาติได้ ดังนั้นรัฐบาลจึงควรให้ความช่วยเหลือทุกด้านในการพัฒนาศักยภาพตัวผู้ประกอบการ เช่น เตรียมความพร้อม ด้านองค์ความรู้ ตั้งแต่เรื่องภาษาที่ใช้ในธุรกิจระดับนานาชาติ วัฒนธรรมสากลขั้นพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ และการวางแผนการตลาดในต่างประเทศ การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย รวมถึงสนับสนุนด้านการส่งออกด้วยการแนะนำตลาดที่เป็นไปได้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทย ให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก มีกฎหมาย และกฎระเบียบ ตลอดจนมาตรการทางภาษีที่เอื้อต่อผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้มีโอกาสในการขยายตลาดสินค้า และบริการไปยังต่างประเทศ โดยการมีหน่วยงานกลางที่ดูแลโดยตรงแบบเบ็ดเสร็จทั้งระบบ (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557)

6. การพัฒนาด้านเทคนิคและนวัตกรรมใหม่

ควรนำมาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากประเทศนิวซีแลนด์มาประยุกต์ใช้ โดยมีการสนับสนุน ทางด้านการเงินในรูปแบบการให้บัตรกำนัล และการให้เงินสนับสนุนการวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ตลอดจนการสร้างให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์และแปลกใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รัฐบาลไทยควรดำเนินโครงการสนับสนุนและสร้างนักศึกษาที่มีความสามารถในการทำธุรกิจให้เข้าร่วมโครงการฝึกงานในเรื่องการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกิจการที่ได้รับเงินสนับสนุน และมีโครงการนำนักศึกษาที่จบการศึกษาเข้ามาฝึกงานกับบริษัทที่ต้องการขยายการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรมและความสามารถในการทำ การค้าพาณิชย์ ซึ่งนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการต้องจบการศึกษาในด้านที่เกี่ยวข้อง กับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม การออกแบบ และการตลาด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

สรุป

การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ยุคไทยแลนด์ 4.0 เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเติบโตให้กับเศรษฐกิจในระยะยาว อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ สามารถขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นอย่างยิ่งต้องส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อยกระดับผลิตภาพเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน การสร้างขีดความสามารถ สามารถพัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่อย่างเป็นระบบและการพัฒนาเครื่องมือการส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ โดยให้คำแนะนำ อบรม พัฒนา ให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีความรู้ รวมถึงช่วยเหลือพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำการตลาด การสร้างตราสินค้า โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาในแต่ละด้าน หลังจากนั้นจึงนำสินค้าออกวางขายตามตลาดโดยจะเริ่มจากตลาดระดับท้องถิ่นก่อน เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความชำนาญและสินค้าติดตลาด จึงส่งเสริมและพัฒนาสินค้าสู่ต่างประเทศ เพื่อให้การสร้างผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพ สิ่งที่รัฐควรให้ความสำคัญเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีประสิทธิภาพ คือ การลดหย่อนด้านภาษีอากร การส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา การจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กรส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในเมืองต่างๆ การบ่มเพาะธุรกิจ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และการพัฒนาด้านเทคนิคและนวัตกรรมใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 – 2579. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา.
- คณะกรรมการเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพและสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). จัดทำโครงการการศึกษาเชิงเปรียบเทียบเพื่อการพัฒนา GEM: Global Entrepreneurship Monitor. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพและสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- จันทวรรณ สุจริตกุล (2558, มกราคม-เมษายน). แหล่งทุน SMEs เพื่อยกระดับการแข่งขันไทย. รัฐสารักษ์, 57(1), 35-52.
- จิตรลดา พิศาลสุพงศ์ และคณะ(2557). ภาพรวมการพัฒนาด้านการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทย. วารสารเศรษฐกิจและสังคมของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 51(1), 27-32.
- จิรัฐ เจนพิงพร. (2561). ก้าวจาก SMEs สตาร์ทอัพ 3.0 สู่เทคสตาร์ทอัพ 4.0. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAAV8SMEStartup23May2017.pdf>
- ชญภัทร์ กี่อารีโย, อีรวุฒิ บุญยโสภณ, ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ และคณะ (2559). รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลาง. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 26(1), 141-152.

- นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร. (2558). เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการความรู้. วารสารวิชาการ การตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2(2), 1-11.
- นนทวัชร์ อนันต์พรจินดา. (2555). ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจากฐานการดำเนินงานโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC). วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย ปทุมธานี, 4(1), 181-192.
- ปรัชญา อัครเดชกำจร และ รุ่งรัตน์ ตัญยาธิคม. (2555). SMEs ตอบโจทย์เศรษฐกิจไทย. กรุงเทพฯ: สายกำกับสถาบันการเงิน.
- ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs. (2559). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs.
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). แนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโต สูงของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). ขับเคลื่อนแผนฯ 12 สู่นาคตประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- _____. (2560). เอกสารประกอบการประชุมประจำปี เรื่องขับเคลื่อนแผนฯ 12 สู่นาคตประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงาน.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559). กรุงเทพฯ : สำนักงาน.
- _____. (2556). สรุปหัวใจหลักการส่งเสริม SMEs ไทยก้าวสู่สากล. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- _____. (2558). การใช้คู่มือทำโครงการแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2558. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- _____. (2559). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2560). ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2560 – 2561. สืบค้นจาก http://www.sme.go.th/upload/mod_download/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%88%E0%B8%B2_%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%8F%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A360_61-20171025174423.PDF
- สามารถ สุวรรณโพล, ชัชชัย สุจริต และ ศิริกาญจน์ ธรรมยัตติวงศ์. (2558) รูปแบบการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการ ของหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจเครือข่ายภาคเหนือตอนล่าง. (ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์).
- สุชาติ ไตรภพสกุล และ สหทัยา ชูชาติพงษ์. (2557, กรกฎาคม-ธันวาคม). แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมในประเทศไทย. วารสารนักบริหาร, 34(2), 26-36.
- สุธีรา อะทะวงษา และ สมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์. (2557, มกราคม - มีนาคม). คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์, 28(85), 61-79.
- เสาวณี จันทะพงษ์ และ ขวัญวิ ینگตันสกุล. (2560). นวัตกรรม: ทางออกจากรักบี้ได้ปาน กลาง. กรุงเทพฯ: สายนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย.

Kouriloff, M. (2000). Exploring perceptions of a priori barriers to entrepreneurship: a multidisciplinary approach. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 25(2), 59-79.

Levie, J., & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. **Small Business Economics**, 31(3), 235-263.

Maier, R. (2007). **Knowledge Management System Information and Communication Technologies for knowledge Management** (3rd ed.). Berlin Heidelberg: Springer.

Thai SMEs Center (2560). **อาวุธเสริมแกร่ง SMEs ยุค 4.0**. สืบค้นจาก
<http://www.thaismescenter.com/4E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%B8%E0%B8%98%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%87-smes-%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%84-4-0/>