

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทุนวิจัย

กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช

รายงานผลการวิจัย

รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในมหาวิทยาลัย

โดย

รองศาสตราจารย์ จินตนา บุญบงการ

รองศาสตราจารย์ ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ

รองศาสตราจารย์ เพลินทิพย์ โทเมศโสภา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญเสริม วิมุกตะนันท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เมธินี วัฒนกุล

มกราคม 2550

สารบัญ

	หน้าที่
กิตติกรรมประกาศ	i
บทคัดย่อ	ii
ABSTRACT	iii
บทที่ 1 บทนำ	1-1
1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
1.1.1 การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนา SME	1-1
1.1.2 ลักษณะความรับผิดชอบของศูนย์บ่มเพาะ	1-2
1.2 วัตถุประสงค์	1-2
1.3 สมมุติฐานการศึกษา	1-3
1.4 ตัวแบบทฤษฎี	1-3
1.5 ระเบียบการดำเนินงานวิจัย	1-3
1.6 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย	1-5
1.7 แผนการดำเนินงาน	1-5
1.8 ผลของการวิจัยต่อการพัฒนาองค์ความรู้และการนำไปใช้	1-5
บทที่ 2 ลักษณะศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัย	2-1
2.1 ศูนย์บ่มเพาะในประเทศไทยและการจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา	2-1
2.2 หน่วยงานที่สนับสนุนศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในสถาบันอุดมศึกษา	2-5
2.2.1 สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.)	2-5
2.2.2 สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	2-11
2.2.3 สำนักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	2-13
2.3 ตัวอย่างโครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัยต่างๆ	2-14
2.3.1 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2-14
2.3.2 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร	2-16
2.3.3 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	2-19
2.3.4 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา	2-22
2.3.5 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	2-23

	หน้าที่
2.3.6 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2-23
2.4 ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในต่างประเทศ	2-26
2.4.1 ลักษณะศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ	2-27
2.5 ตัวอย่างโครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ	2-30
2.5.1 มหาวิทยาลัย RWTH-Aachen	2-30
2.5.2 Technology University at Delft (TU Delft)	2-35
2.5.3 Enterprise at NUS	2-37
2.5.4 University of Science and Technology Beijing (USTB)	2-42
2.5.5 Technology Business Incubator, University of the Philippines (UP)	2-43
บทที่ 3 การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนา SME	3-1
3.1 การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศไทย	3-1
3.1.1 นโยบายของรัฐในด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3-1
3.1.2 การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของรัฐบาล	3-2
3.1.3 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผู้ประกอบการ SME	3-13
3.2 การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในต่างประเทศ	3-23
3.2.1 กลุ่มประเทศในยุโรป	3-26
3.2.2 กลุ่มประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์	3-29
3.2.3 กลุ่มประเทศในเอเชีย	3-30
3.3 กรณีตัวอย่างการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในต่างประเทศ	3-32
3.3.1 ประเทศฮ่องกง	3-33
3.3.2 ประเทศมาเลเซีย	3-38
บทที่ 4 ผลจากการวิจัย	4-1
4.1 ผลการสำรวจจากแบบสอบถาม	4-1
4.1.1 ส่วนของนิสิต นักศึกษา	4-2
4.1.2 ส่วนของผู้ประกอบการและนักธุรกิจ	4-20
4.1.3 ส่วนของผู้รับบริการจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ	4-34

	หน้าที่
บทที่ 5 ผลการประชุมกลุ่ม และผลการสัมภาษณ์ลึก	5-1
5.1 ผลการประชุมกลุ่ม	5-1
5.1.1 Focus Group ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย	5-1
5.1.2 Focus Group ผู้ประกอบการ SME	5-6
5.2 ผลสรุปการจัดทำ Public Hearing	5-9
5.2.1 กลุ่มผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย	5-9
5.2.2 กลุ่มผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ	5-15
5.3 สรุปผลการสัมภาษณ์ลึก	5-22
บทที่ 6 บทสรุป และข้อเสนอแนะ	6-1
6.1 บทสรุป	6-1
6.1.1 สรุปผลการสำรวจ	6-2
6.1.2 สรุปความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	6-4
6.1.3 สรุปความคิดเห็นของผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย	6-5
6.2 ข้อเสนอแนะ	6-7
6.2.1 แนวทางการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะ	6-7
6.2.2 การแก้ไขปัญหาอุปสรรค เพื่อการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ	6-8
ภาคผนวก	
ก. การประชุมกลุ่มและสัมภาษณ์ลึก	
ข. แบบสอบถาม	
ค. แนวสัมภาษณ์ลึก	
บรรณานุกรม	

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในมหาวิทยาลัย” ได้รับทุนวิจัยจาก กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งทาง
คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ การทำวิจัยในครั้งนี้จะไม่สำเร็จได้เลยหากไม่ได้รับความ
อนุเคราะห์ จากท่านศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย ผู้ให้ความคิดริเริ่ม เสนอแนะวิธีการเก็บ
รวบรวมข้อมูล อันเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยชิ้นนี้ ผู้ช่วยทำวิจัยที่แข็ง
ขันคือ นายไตรรัตน์ ปัทมโยธิน ซึ่งคณะผู้วิจัยใคร่ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่งไว้ ณ ที่นี้
คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แก่ผู้ที่สนใจ เพื่อพัฒนารากฐานเศรษฐกิจของประเทศได้อย่าง
เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

คณะผู้วิจัย

มกราคม 2550

สถาบันนวัตกรรมการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

รศ.จินตนา บุญบงการ และคณะ

มกราคม 2550

บทคัดย่อ

การวิจัยรูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย โดยวัตถุประสงค์ ของ โครงการวิจัย เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินการของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยสถาบันการศึกษาต่างๆ โดยเป็นการศึกษา ศักยภาพความพร้อมของสถาบัน เพื่อหาแนวทางการพัฒนา และเสนอแนะแนวทางและนโยบายในการเพิ่มศักยภาพของศูนย์บ่มเพาะ เพื่อการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ยั่งยืน

วิธีการศึกษาวิจัยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาและผู้ประกอบการ ผู้บริหารในสถาบันการศึกษาและวิจัย อีกทั้งบัณฑิต และใช้วิธีการประชุม Focus Group วิธีการสัมภาษณ์ลึก และวิธีการ Public Hearing โดยใช้เวลาในการทำวิจัย 12 เดือน

ผลการวิจัยยอมรับสมมุติฐานการศึกษา คือ ศักยภาพความพร้อมของสถาบันการศึกษา ในการเป็นศูนย์บ่มเพาะขึ้นกับความพร้อมของคณาจารย์มากกว่าเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ควรพัฒนาแนวทางการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะ โดยเริ่มจากการเลือกผู้ประกอบการวิสาหกิจ การให้คำปรึกษา การฝึกอบรม การสร้างเครือข่าย การบริการ การติดตามประเมินผล และการวิจัย วิธีการแก้ไขปัญหาอุปสรรค เพื่อการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะ ต้องดำเนินการทุกด้าน ตั้งแต่ด้านกลยุทธ์การบริหารงาน ด้านโครงสร้างการบริหารศูนย์บ่มเพาะและทีมที่ปรึกษา ด้านระบบต่างๆ เช่น ระบบการเงิน ระบบข้อมูล ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านทักษะของผู้บริหารศูนย์ เจ้าหน้าที่ศูนย์ และทีมที่ปรึกษา ด้านรูปแบบการบริหาร และการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย

“ Study a Pattern of Development of an Incubation Center of Small and Medium Size Business Established in University”
Assistant Professor Jintana Boonbongkran and Team
2007, January

ABSTRACT

The research is designed to study a pattern of development of an incubation center of small and medium size business established in a university. It focuses on the operation and potential incubation centers of the incubators and research institutes in this area in various university. It also provides recommendations for increasing potential of the incubation centers to become sustainable.

As for the research method, questionnaires were distributed to students, business entrepreneurs, university administrators. Focus group meetings, indept interviews and public hearing were also employed. The duration of the study was 12 months.

The study confirms the hypothesis that the potential of the incubation centers depends more on the readiness of the faculty staff than equipment and laboratories.

The study suggests that the incubation centers should in the beginning focus an entrepreneur selection, giving advise, training, network building, services, evaluation, and research. To resolve problems connected with the development of incubators, they have to set up management strategy, management structure and advising teams. Financial management, information system, personnel management, management skills of the administrators, staff and advising teams should be developed. Participation in management by every department concerned should be encouraged.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ ปี 2540-2541 นโยบายของประเทศไทย ได้ส่งเสริมให้ประชาชนผู้วิกฤตทางเศรษฐกิจ โดยการสร้างผู้ประกอบการใหม่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งในรูปแบบการเปิดสอนในหลักสูตรของสถาบันการศึกษาต่างๆ การฝึกอบรมพิเศษและการให้ความช่วยเหลือทางการเงิน ในรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งเริ่มเห็นความจำเป็นว่าการเรียนการฝึกอบรม อาจไม่สามารถทำให้สร้างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้จริงจึงจำเป็นต้องมีศูนย์บ่มเพาะ (Incubation Center) ดำเนินการโดยหน่วยงานที่มีองค์ความรู้ เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และสถาบันฝึกอบรมโดยหน่วยงานที่มีองค์ความรู้เหล่านี้ต้องมีศักยภาพ มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ และมีความสามารถเพียงพอ

1.1.1 การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนา SME

ภาครัฐได้มีแนวนโยบายในการส่งเสริมพัฒนา SME โดยมีโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ได้แก่ โครงการ NEC (New Entrepreneur Creation) ซึ่งโครงการนี้จะเน้นหนักด้านการฝึกอบรมและให้คำแนะนำปรึกษาโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้มอบหมายให้สถาบันต่างๆ ทำการพัฒนา SME ใหม่ โครงการดังกล่าวยังไม่สามารถที่จะพัฒนา SME ให้อยู่รอดและยั่งยืนได้ เนื่องจากโครงการดังกล่าวเน้นการทำแผนธุรกิจ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ความสำเร็จของกิจการ คือขั้นตอนการนำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะช่วง Business Startup เป็นช่วงที่ SME ใหม่ต้องการบ่มเพาะทั้งด้านบริหาร ด้านเทคนิค ในประเทศยังไม่มีศูนย์บ่มเพาะในระดับสถาบันการศึกษาและมหาวิทยาลัย ซึ่งแตกต่างจากประเทศที่พัฒนาแล้ว บทบาทของสถาบันการศึกษาจะมีบทบาทในการพัฒนา SME โดยจัดตั้งเป็นศูนย์บ่มเพาะ โดยการเชื่อมโยงผลงานวิจัยและพัฒนาไปสู่เชิงพาณิชย์ ตามแนวนโยบายการพัฒนา SME ในปัจจุบัน ซึ่งส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ แต่เนื่องจากการขาดประสบการณ์ในการดำเนินการ จึงเห็นสมควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาตัวเองของศูนย์บ่มเพาะเพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ได้เป็นข้อมูลในการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะเพื่อพัฒนา SME ต่อไป

1.1.2 ลักษณะความรับผิดชอบของศูนย์บ่มเพาะ

จากการศึกษาศูนย์บ่มเพาะในต่างประเทศ ศูนย์จะมีหน้าที่รับผิดชอบหลัก คือ พัฒนาวิชาการผลิตและการจัดการที่เกี่ยวข้องกับระดับความรู้ ทักษะ ความสามารถ โดยมีบริการหลักในด้านการเลือกสถาบันการศึกษาร่วมโครงการบ่มเพาะ เพื่อให้ SME สามารถก้าวไปสู่ระดับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลผลิต และให้ SME มีความคิดริเริ่มทางการดำเนินการโดยอาศัย ความรู้ เทคโนโลยี ตลอดจนใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ได้รับการพัฒนาฝึกอบรมมาใช้กับการประกอบการของ SME เองให้สามารถดำเนินธุรกิจอยู่รอดได้ มีการเจริญเติบโตและยกระดับความรู้ความสามารถ รวมทั้งปรับเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินงานการปฏิบัติงาน และสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้นรูปแบบความรับผิดชอบของศูนย์บ่มเพาะประกอบไปด้วย

1. จัดหาที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทั้งในระดับปฏิบัติการ (Technical skill) และระดับการถ่ายทอดความคิด (Conceptual skill) ให้แก่ SME
2. ช่วยเหลือ SME ในการประกอบการและปรับปรุงให้คำแนะนำให้มีทักษะการบริหารอย่างมืออาชีพ ตลอดจนมุ่งให้เกิดความคิดริเริ่มใหม่ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิต
3. เป็นตัวกลางในการช่วยประสานงานและช่วยจัดหาพันธมิตรในการดำเนินงาน และในด้านต่าง ๆ ให้กับ SME อันรวมไปถึงพันธมิตรในลักษณะ Backward Integration และ Forward Integration
4. ประสานและเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา สถาบันการวิจัยต่าง ๆ ในการถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ตลอดจนเทคโนโลยี อันเกี่ยวข้องที่จะช่วยพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถของ SME รวมทั้งจะเป็นศูนย์ที่ให้นักศึกษาในสถาบันการศึกษานั้น ๆ ได้มีโอกาสเข้าร่วมฝึกงานเพื่อให้นักศึกษาเหล่านี้มีความรู้และความเข้าใจในเรื่อง SME เพื่อก่อให้เกิดการเจริญเติบโตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมของสถาบันวิจัย สถาบันการศึกษาและ สถาบันฝึกอบรมในการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ
- 2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะระดับมหาวิทยาลัย
- 2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางและนโยบายในการเพิ่มศักยภาพของศูนย์บ่มเพาะ เพื่อการพัฒนา SME ที่ยั่งยืน

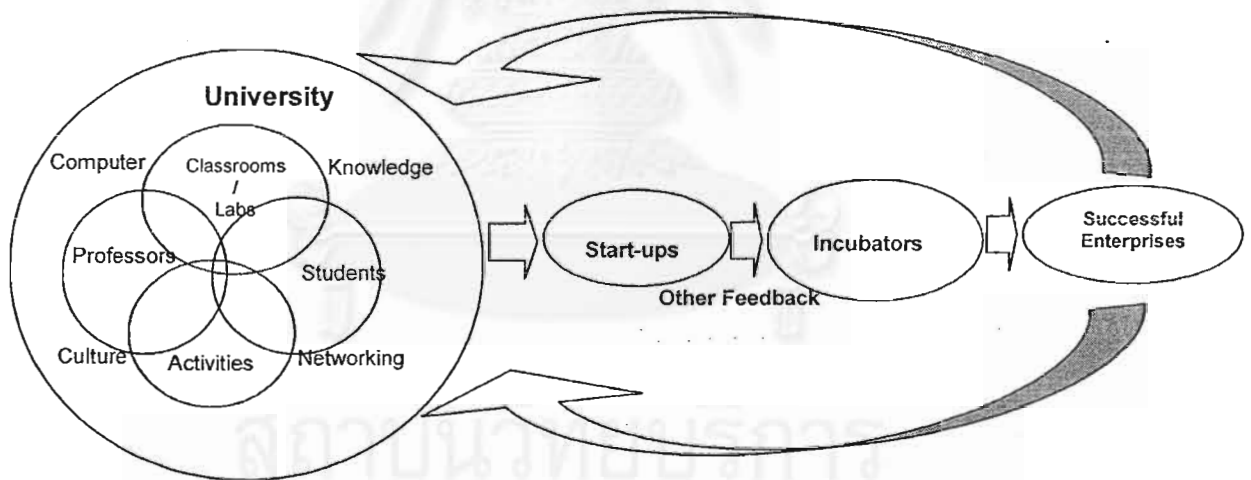
1.3 สมมุติฐานการศึกษา

ศักยภาพความพร้อมของสถาบันการศึกษาในการเป็นศูนย์บ่มเพาะขึ้นกับความพร้อมของคณาจารย์มากกว่าเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ

1.4 ตัวแบบทฤษฎี

ตัวแบบการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะในต่างประเทศ โดยใช้สถาบันการศึกษาเป็นศูนย์บ่มเพาะ เพราะมีความพร้อมในการดำเนินการเพื่อพัฒนา SMEs ใหม่ให้มีศักยภาพแข็งแกร่งและแข่งขันได้ ทั้งนี้ปัญหาของ SMEs เกิดจากช่วงเริ่มต้นแล้วอาจมีปัญหาในการดำเนินการช่วงแรก ซึ่งมีความต้องการได้รับการบ่มเพาะให้เป็น SMEs ที่ประสบความสำเร็จ โดยสถาบันศึกษามีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินการบ่มเพาะ โดยใช้ความเชี่ยวชาญ มีงานวิจัยและพัฒนา มีเครื่องมือที่จะสนับสนุนบ่มเพาะธุรกิจที่เริ่มดำเนินการได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ

Incubator Center



1.5 ระเบียบการดำเนินงานวิจัย

1.5.1 เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผลงานวิจัยของสถาบันต่าง ๆ รวมทั้งจากต่างประเทศ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.5.2 เก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยกำหนดวิธีการเลือกตัวอย่างจากผู้เกี่ยวข้อง
การกำหนดตัวอย่าง ดังนี้

เทคนิค	ตัวอย่าง
Focus Group	จำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มแรก ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 4 ศูนย์ กลุ่มที่สอง เป็นผู้ประกอบการ SME จำนวน 13 ราย
In depth Interview	สถาบัน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 9 ราย
Public Hearing	กลุ่มแรก ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 35 สถาบันการศึกษา กลุ่มที่สอง เป็นผู้ประกอบการ SME จำนวน 19 ราย
Survey Research	จากสถาบันการศึกษาและวิจัย บัณฑิต และผู้ที่มีความสนใจเป็น ผู้ประกอบการใหม่ ผู้ประกอบการเดิม และผู้ประกอบการที่เข้ารับ การบ่มเพาะ จำนวน 384 ราย

การเลือกตัวอย่าง

ตัวอย่างเพื่อทำ Focus Group

กลุ่มที่ 1 Focus Group ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะทั้งสิ้น 4 แห่ง จากศูนย์บ่มเพาะใน
มหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยมหิดล

กลุ่มที่ 2 Focus Group ผู้ประกอบการที่ใช้บริการศูนย์บ่มเพาะจากมหาวิทยาลัย
จำนวน 13 ราย

ตัวอย่างเพื่อทำ Indepth Interview

กลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ผู้บริหาร หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3 ราย
กระทรวงศึกษาธิการ, กระทรวงอุตสาหกรรม	2 ราย
นักวิจัยจากสถาบันการศึกษา	1 ราย
ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะต้นแบบ	3 ราย

กลุ่มตัวอย่างจากการทำ Public Hearing

แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะ ในมหาวิทยาลัยที่ดำเนินการอยู่แล้ว และที่กำลัง
เริ่มก่อตั้ง ทั้งจากกรุงเทพและต่างจังหวัด จำนวน 35 สถาบัน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ประกอบการที่เคยเข้ารับการบ่มเพาะจากศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัย

จำนวน 19 ราย

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจ

- จากนิสิตนักศึกษา บัณฑิต และผู้สนใจเป็นผู้ประกอบการจากสถานประกอบการในกรุงเทพ จำนวน 150 ราย
- จากผู้ประกอบการและนักธุรกิจทั่วไป จำนวน 224 ราย
- จากผู้ประกอบการที่เข้าบ่มเพาะในศูนย์บ่มเพาะต่างๆ โดยเลือก มหาวิทยาลัยจากในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 10 ราย

1.5.3 สร้างเครื่องมือและทำการทดสอบเครื่องมือ

1.5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ มีดังนี้

- จากการสัมภาษณ์ลึกและดูงาน ณ สถาบันต่าง ๆ
- สัมภาษณ์ลึกหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น
- จัดประชุมกลุ่ม (Focus Group) ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะในสถาบันต่างๆ และผู้ประกอบการในศูนย์บ่มเพาะ
- ทำการสำรวจโดยแบบสอบถาม (Survey Research) 3 กลุ่ม คือกลุ่มนิสิตนักศึกษา ชั้นปีที่ 3-4 กลุ่มผู้ประกอบการนักธุรกิจ และกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะ

1.5.5 ประมวลผลและจัดทำรายงานเบื้องต้น

1.5.6 จัดประชุมเพื่อนำเสนอตัวแบบของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเพื่อระดมความคิดเห็น (Public Hearing) ในส่วนของผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะ และส่วนของผู้ประกอบการวิสาหกิจ

1.5.7 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

1.6 ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาการดำเนินงาน 12 เดือน

1.7 แผนการดำเนินงาน

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. รวบรวมข้อมูลทุกวิทยุ		→										
2. เลือกตัวอย่าง		→	→									
3. สร้างเครื่องมือสำรวจทดสอบ		→	→									
4. สัมภาษณ์ลึก			→	→	→							
5. จัดทำ Focus Group			→	→	→							
6. งานสนาม						→	→					
7. ประมวลผลและเขียน								→	→	→		
8. จัดประชุมสัมมนา										→	→	
9. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์											→	→

1.8 ผลของการวิจัยต่อการพัฒนาองค์ความรู้และการนำไปใช้

จะมีการชี้แจงให้สถาบันต่าง ๆ ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และให้มีส่วนร่วมในการศึกษาเพื่อผลงานนี้สามารถนำไปใช้ได้ และสามารถวัดผลการดำเนินงานของสถาบันเปรียบเทียบกับสถาบันที่มีความพร้อม การรวบรวมข้อมูลโดยไม่มี การเปิดเผยสถาบันเพื่อสร้างความไว้วางใจและประโยชน์ของการศึกษา

เมื่องานวิจัยเสร็จการเผยแพร่ผ่านทางทบวงมหาวิทยาลัยของรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ SME พัฒนาส่งเสริมสนับสนุนการใช้ศูนย์บ่มเพาะ

เขียนบทความเผยแพร่ในสื่อต่างๆ เพื่อใช้ในการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจทั้งระดับปริญญาตรี และปริญญาโท

หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สถาบันการศึกษา
2. สถาบันวิจัย

หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SME

บทที่ 2

ลักษณะศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในประเทศไทย

จากวิกฤตเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ปี 2539-2540 เป็นต้นมาสร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยโดยรวมของประเทศเป็นอย่างมาก เมื่อบริษัทใหญ่ๆต่างขาดสภาพคล่องทางการเงิน สถาบันการเงินหลายสถาบันที่ต้องปิดกิจการลง ตลอดจนมีหลายบริษัททั้งขนาดกลางและขนาดเล็กต้องปิดกิจการลง ก่อให้เกิดการว่างงานมากขึ้นเป็นเงาตามตัว รัฐบาลจึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ขึ้นมา โดยหวังจะฟื้นฟูเศรษฐกิจโดยมีแนวนโยบายในการสร้างผู้ประกอบการใหม่ จากผู้ที่ว่างงาน หรือผู้ที่ต้องการจะมีกิจการเป็นของตนเอง ในระดับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยได้จัดทำแผนการสนับสนุน ส่งเสริมช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) และได้ผลักดันโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” One Tambon One Product หรือที่เรียกว่า OTOP ซึ่งถือว่าเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจ ในระดับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นฐานของประเทศให้มีความแข็งแกร่งโดยใช้ทรัพยากร วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนเอง มาพัฒนาให้เป็นสินค้าที่สามารถเข้าสู่ตลาดได้

2.1 ศูนย์บ่มเพาะในประเทศไทย และการจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ ในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator)

ศูนย์บ่มเพาะในประเทศไทย

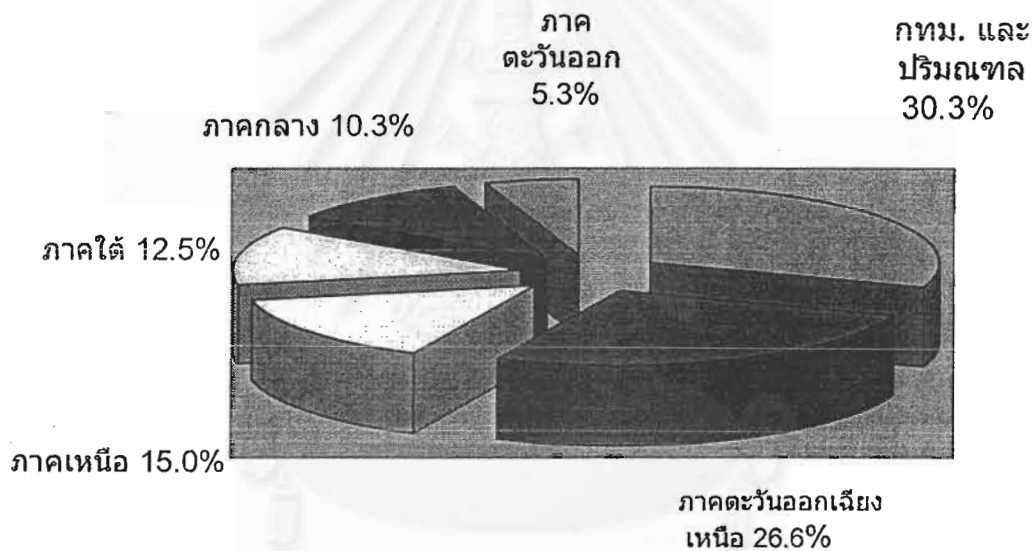
เมื่อรัฐบาลมีแนวนโยบายในการช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งที่เป็นรายที่ดำเนินกิจการอยู่แล้ว และเพิ่งเริ่มต้นดำเนินกิจการ หน่วยงานของรัฐบาลหลายๆ หน่วยจึงได้รับแนวทางในการร่วมกันทำงานวางแนวทาง สืบรวจ และดำเนินการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลในด้านต่างๆ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจเอง ในการวางกรอบการดำเนินงานในการพัฒนา และช่วยเหลือผู้ประกอบการเหล่านี้

การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามภูมิภาค

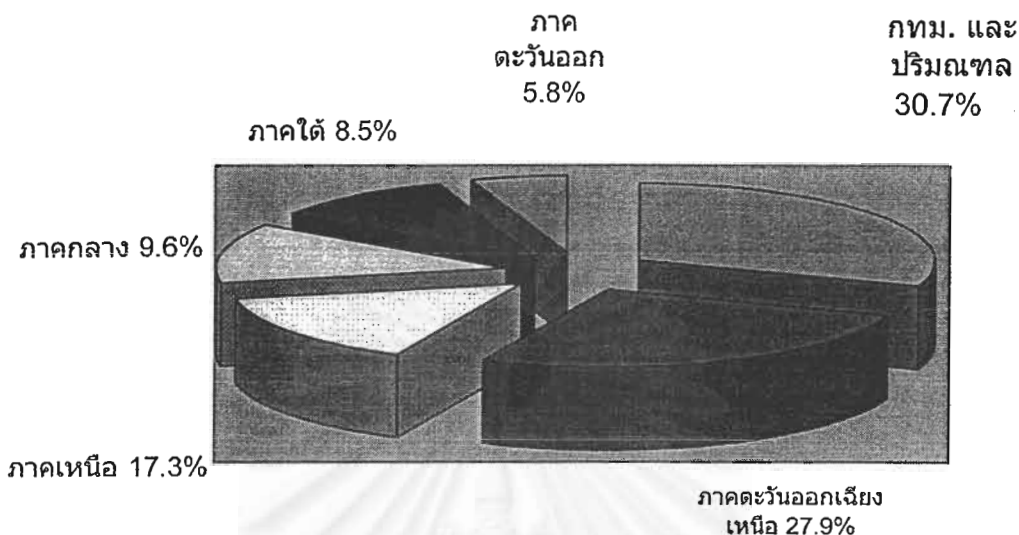
ในปี 2548 มีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มากที่สุด โดยมีจำนวน 674,838 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.1 ของ SMEs ทั้งประเทศ ส่วนในภูมิภาคที่มีจำนวน SMEs มากเป็นอันดับ 2 คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนถึง 625,402 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.9 อันดับต่อมาคือภาคเหนือ มีจำนวน 387,585 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 ต่อมาภาคกลางมีจำนวน 215,588 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.6 ส่วนภาคใต้ มีจำนวน 190,061

ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 และภาคสุดท้ายมีจำนวนน้อยที่สุดคือ ภาคตะวันออก มีจำนวน 129,210 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 5.8 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2547 พบว่าทุกภาคมีการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยกเว้นภาคใต้ที่ลดน้อยลง เนื่องจากความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเน้นกิจการ

รูปแสดง จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามภูมิภาค ปี 2546-2547



รูปแสดง จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามภูมิภาค ปี 2547-2548



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

: รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล การพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

: รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม

: รายชื่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ศูนย์บ่มเพาะมี 2 ประเภท ได้แก่

- **Out Wall Incubator**

เป็นศูนย์บ่มเพาะ ที่ไม่มีสถานที่ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจ เข้ามาใช้พื้นที่ในศูนย์บ่มเพาะ ก่อนดำเนินธุรกิจ หรือดำเนินธุรกิจไปแล้ว เพียงแค่ให้การปรึกษาบ่มเพาะด้านต่างๆ มีสถานที่ให้การฝึกอบรม ให้ความรู้ในด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการเท่านั้น

- **In Wall Incubator**

มีพื้นที่ให้ผู้ประกอบการเช่าในราคาพิเศษ โดยพื้นที่ ที่เป็นพื้นที่สำนักงาน โกดัง และพื้นที่ จัดตั้งโรงงาน โดยที่ผู้ประกอบการสามารถเข้ามาเช่าได้เลย โดยไม่ต้องสร้างเอง บริการแตกต่างกันไปแต่ละศูนย์บ่มเพาะ บางแห่งจะมีบริการสำนักงานกลางจัดทำบัญชี ให้คำปรึกษา ห้อง Lab ห้องคอมพิวเตอร์ ในการนี้ศูนย์บ่มเพาะที่เป็น In Wall ยังดูแลอย่างใกล้ชิด ให้คำปรึกษาการ

ฝึกอบรม โดยวิทยากรที่เชี่ยวชาญ มีความรู้ของสถาบันนั้นๆ อีกทั้งอาจจะได้รับสิทธิพิเศษด้าน ภาษี บริการที่ได้รับสามารถจำแนกได้ ดังนี้

- งานเลขา และบริการส่วนกลาง
- อุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็น เช่น พรินเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร คอมพิวเตอร์ ฯลฯ
- ห้องสมุด
- ห้องประชุม
- ห้องอาหาร
- บริการไปรษณีย์ และการส่งของ
- การทำความสะอาด เป็นต้น

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator)

เมื่อรัฐได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้ว ก็ได้ ตราพระราชบัญญัติขึ้นมา โดยใช้ชื่อว่า พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พุทธศักราช 2543 เพื่อเป็นกลไกหลักในการส่งเสริม สนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Entrepreneurs) SMEs ให้มีแนวทางในการปฏิบัติเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เป็นไปในแนวทางเดียวกัน มีความต่อเนื่อง เชื่อมโยง ของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และภาคเอกชน โดยกำหนดให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นผู้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนา ผู้ประกอบการ SMEs (ภาคอุตสาหกรรม) รัฐบาลได้ก่อตั้งกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นไปตาม พรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้การพัฒนาไปสู่เป้าหมาย โดยได้จัดสรรงบประมาณประจำปี จาก 100 ล้านบาทในปี 2544 เพิ่มขึ้นเป็น 1,000 ล้านบาทในปี 2546 และปัจจุบันปี 2549 ได้รับงบประมาณเกือบ 1,800 ล้านบาท ซึ่งรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ในการที่จะให้เป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจึงได้จัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้นทุกปี

หน่วยงานของรัฐที่ได้จัดตั้งขึ้นมาตาม พระราชบัญญัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พุทธศักราช 2543 เพื่อรองรับการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายหลักได้วางไว้ โดยมุ่งเน้นไปที่สถาบันการศึกษาที่มีกระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความพร้อม มีศักยภาพของสถาบันการศึกษาทั้งทางด้านอาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องไม้เครื่องมือ สาธารณูปโภคพื้นฐาน อุปกรณ์สำนักงาน เทคโนโลยี และสิ่งสำคัญอย่างยิ่งคือ มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ ที่สามารถเป็นเครือข่ายใน

สถาบันการศึกษานั้นเอง โดยได้จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ขึ้นโดยให้งบประมาณช่วยเหลือในการดำเนินงาน แก่ศูนย์ฯ ต่างๆ เพื่อสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพ ในการแข่งขันในตลาดโลก

2.2 หน่วยงานที่สนับสนุนศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในสถาบันอุดมศึกษา

หน่วยงานของรัฐที่ได้ให้การส่งเสริม และสนับสนุน ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในสถาบันการศึกษาต่างๆ นั้น มีหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

2.2.1 สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.)

สำนักงานประสานหน่วยงานเพาะบ่มวิสาหกิจ ในสถาบันอุดมศึกษา¹ เป็นหน่วยงานที่สังกัดอยู่ใน สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) กระทรวงศึกษาธิการ ได้จัดโครงการการจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator) หรือ UBI เมื่อปี 2547 เพื่อให้ UBI ในสถาบันอุดมศึกษา ทำหน้าที่ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจใหม่ หรือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เพิ่งดำเนินธุรกิจ หรือดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเอง และผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น จนถึงขั้นที่จะก่อตั้งบริษัทใหม่ (Start up Companies) โดยอาศัยหน่วยบ่มเพาะที่ได้จัดตั้งขึ้น อาศัยความได้เปรียบทางด้านความพร้อมทางวิชาการ เทคโนโลยี เครือข่ายเชื่อมโยงในมหาวิทยาลัย บ่มเพาะให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจมีความแข็งแกร่งสามารถดำเนินธุรกิจ ไปสู่ความเป็นบริษัทได้เต็มรูปแบบ (Spin off) อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสนับสนุนสถาบันอุดมศึกษา ที่มีความพร้อม ให้สามารถจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ
2. เพื่อส่งเสริมให้นำผลงานวิจัย และพัฒนาความพร้อมด้านวิชาการของสถาบันอุดมศึกษา มาเชื่อมต่อกับโลกธุรกิจเพื่อพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการใหม่
3. เพื่อส่งเสริมให้นิสิต นักศึกษา และบัณฑิต เข้ามามีส่วนในกิจกรรมของหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อ การพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กรุ่นใหม่

¹ เว็บไซต์ของสำนักงานประสานงานหน่วยงานเพาะบ่มวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา

เป้าหมาย

เพื่อให้ประเทศไทยมีหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษาเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถดำเนินกิจกรรมซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมายในระยะ 3 ปี มีดังนี้ (2547-2550)

1. มีหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันเกิดขึ้น ไม่ต่ำกว่า 15 หน่วย
2. มีบริษัทจากภาคเอกชนเข้าร่วมดำเนินกิจกรรม ไม่ต่ำกว่า 75 บริษัท (ไม่ต่ำกว่า 5 บริษัท/หน่วย)
3. มีบริษัทใหม่ในรูปแบบ start-up companies ไม่ต่ำกว่า 30 บริษัท (ไม่ต่ำกว่า 2 บริษัท/หน่วย)
4. เกิดการเสริมสร้างประสบการณ์ ให้กับนิสิต นักศึกษา บัณฑิต ไม่ต่ำกว่า 1,000 ราย

ขอบเขตของโครงการ

1. หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้น จะต้องสนองตอบต่อแผนการพัฒนาประเทศ และหากสอดคล้องกับการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์หลักที่อยู่ในเป้าหมายของประเทศ เช่น กลุ่มอาหาร (Food) กลุ่มสุขภาพ (Health) กลุ่มพัฒนาสินค้า (OTOP) กลุ่มยานยนต์ (Automobile) กลุ่มซอฟต์แวร์ ไมโครชิพ และอิเล็กทรอนิกส์ (Software, Microchip, Electronics) กลุ่มนาโนเทคโนโลยี (Nanotechnology) กลุ่มท่องเที่ยว (Tourism) กลุ่มวิทยาศาสตร์เพื่อสังคม กลุ่มการเรียนการสอน กลุ่มเทคโนโลยีสมัยใหม่ กลุ่มสิ่งทอและแฟชั่น และกลุ่มพลังงาน ซึ่งกลุ่มสิ่งทอและแฟชั่น และกลุ่มพลังงาน จะได้รับการพัฒนาเป็นพิเศษ
2. หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจที่จัดตั้ง ควรเชื่อมโยงกับบริษัทเป้าหมาย ที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันเป็นหลัก เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในด้านความร่วมมือ และดำเนินกิจกรรมร่วมกัน
3. โครงการนี้มุ่งเป้าที่สถาบันอุดมศึกษาที่มีความพร้อมเป็นอันดับแรก เพื่อให้เกิดรูปธรรมการจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจโดยเร็ว ในขณะที่กลุ่มสถาบันอุดมศึกษาที่กำลังพัฒนา หรือที่เกิดใหม่ จะพัฒนาจากความพร้อมและศักยภาพที่มีอยู่
4. แต่ละหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ ที่จัดตั้งขึ้น อาจจะดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเฉพาะกลุ่มคลัสเตอร์เพียงกลุ่มเดียว หรือที่เกี่ยวข้องกับหลายคลัสเตอร์ก็ได้ โดยอาจจะมีการเน้นรูปแบบของหน่วยฯ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งดังนี้

- Technology-base

- Light manufacturing

- Service
- Mixed use
- Micro Enterprise

5. สถาบันอุดมศึกษาที่สนใจ จะต้องแสดงความพร้อมในด้านการถือหุ้นสถานที่ สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร การเข้าร่วมของนิสิต นักศึกษา และ ปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ที่เอื้อต่อการทำงานของหน่วยฯ

คุณสมบัติของสถาบันอุดมศึกษาและข้อกำหนดหลัก ของข้อเสนอโครงการ

1. สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ และสถาบันในกำกับ สามารถยื่นข้อเสนอโครงการ โดยมี อธิการบดีเป็นหัวหน้าและผู้รับผิดชอบโครงการ
2. สถาบันอุดมศึกษาที่ยื่นข้อเสนอโครงการจะต้องแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของกลุ่ม ผู้บริการจัดหน่วยบ่มเพาะฯ รวมถึงสถานภาพของนักวิจัย/เทคโนโลยี ที่เป็นฐานสำคัญ ของการจัดตั้งหน่วยฯ ดังกล่าว และประวัติของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
3. สถาบันอุดมศึกษา ต้องแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในด้านการใช้อาคารสถานที่ ที่มีอยู่ แล้วซึ่งจะนำมาใช้เพื่อการก่อตั้งหน่วยบ่มเพาะฯ ในขณะที่งบประมาณที่จะขอจาก โครงการ จะนำไปใช้เพื่อดำเนินการให้เกิดศักยภาพการทำงานของหน่วยฯ ในด้าน ต่างๆ เช่น การใช้พื้นที่ ความพร้อมในการเข้าถึงเครื่องมือ ห้องปฏิบัติการ อุปกรณ์การ ตรวจวัด ห้องสมุด อินเทอร์เน็ต แหล่งเงินทุน เงินกู้ บริการส่วนกลางที่ใช้ร่วมกัน เช่น แผนกต้อนรับ เลขานุการ ห้องประชุม บริการอื่นๆ ที่สนับสนุน ตลอดจนความสามารถ ในการให้คำปรึกษาด้านบุคลากร การวางแผนธุรกิจ การทำบัญชี การตลาด การ โฆษณา การเงิน ตลอดจนการเสาะหาผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น
4. สถาบันอุดมศึกษา ต้องมีแผนการเข้าร่วมของภาคเอกชน และภาคอุตสาหกรรมที่ เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน
5. สถาบันอุดมศึกษา ต้องมีแผนการให้บริการ หรือการให้นิสิต นักศึกษา และบัณฑิต เข้า ไปมีส่วนร่วมในหน่วยบ่มเพาะฯ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการใหม่

การบริหารโครงการ และติดตามประเมินผล

1. สกอ. จัดพิธีลงนาม ในสัญญาเงินทุนอุดหนุนการจัดตั้ง UBI ระหว่างเลขาธิการ คณะกรรมการอุดมศึกษา กับอธิการบดีของสถาบันที่ได้รับทุน โดยวันที่ลงนามถือเป็น วันเริ่มต้นของโครงการ พร้อมกับการเบิกจ่ายเงินงวดแรก (40%)

2. เมื่อครบระยะเวลา 6 เดือน ของการดำเนินโครงการ สถาบันผู้รับทุนต้องส่งรายงานความก้าวหน้า และ สกอ.จะมีการจัดประชุมนำเสนอผลการดำเนินงานของทุก UBI โดยมีคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งจากสถาบันอุดมศึกษา และภาคเอกชนเข้าร่วมฟังและประเมินผลงาน
3. หลังจากนั้นจะมีการกำหนดวันเวลา เพื่อแวะเยี่ยมชมหน่วย UBI ของแต่ละสถาบัน โดยคณะกรรมการชุดเดียวกัน เพื่อคุณภาพของ UBI ในโครงการ
4. ในกรณี UBI ของสถาบันที่มีผลการดำเนินงานที่น่าพอใจ จะได้รับเงินงวดที่ 2 (30%) เพื่อการดำเนินโครงการต่อไป ส่วนในกรณีที่ UBI ของสถาบันใดที่ไม่สามารถดำเนินงานได้ตามแผนงาน สกอ.จะดำเนินการยกเลิกสัญญากับสถาบันอุดมศึกษานั้นทันที
5. เมื่อครบระยะเวลา 10 เดือน คณะกรรมการจะมีการเยี่ยมชม UBI ของแต่ละสถาบันเป็นครั้งสุดท้าย เพื่อประเมินผลความคืบหน้าของโครงการ UBI ที่ผ่านการประเมิน จะได้รับเงินงวดที่ 3 (20%) เพื่อดำเนินการต่อไป
6. เมื่อครบระยะเวลา 1 ปี ของการดำเนินโครงการ ทุก UBI จะต้องส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ และสกอ.จะจัดให้มีการประชุมเสนอผลการดำเนินงานของทุก UBI อีกครั้งหนึ่ง UBI ที่ได้ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว จะได้รับเงินงวดที่ 4 (10%) ครอบคลุมจำนวนเงินทุนที่ได้รับอนุมัติตามโครงการ
7. ผลการประเมินของทุกหน่วย UBI จะนำมาจัดอันดับผลการดำเนินงาน และคัดเลือก 3 อันดับแรกเพื่อรับรางวัลเชิดชูเกียรติจาก ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พร้อมเงินรางวัลเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมของ UBI เป็นจำนวนเงิน 3 ล้าน 2 ล้าน และ 1 ล้าน สำหรับผลงานดีเยี่ยมอันดับที่ 1 2 และ 3 ตามลำดับ
8. ผู้ผ่านการบ่มเพาะอาจได้รับการสนับสนุนให้เข้ากองทุน ร่วมลงทุนเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แห่งประเทศไทย (สสว.) เป็นกรณีพิเศษ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประเทศไทยมีหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา อย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรกทำให้ผลงานที่เกิดจากการวิจัย และพัฒนาของแต่ละสถาบัน ในรูปแบบต่างๆ เช่น นวัตกรรมเทคโนโลยี โรงงานต้นแบบบริการ หรือรูปแบบวิสาหกิจขนาดย่อม ที่มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ สามารถถูกนำเข้าสู่กระบวนการบ่มเพาะในรูปแบบของ start-up companies ที่ทำให้เกิด

การสร้างงานและทักษะเชิงธุรกิจให้กับนิสิต นักศึกษา และบัณฑิต และกรณีที่ประสบความสำเร็จ จะเกิดเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่เป็นฐานสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ

โครงการจัดตั้งหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology Licensing Office-TLO)

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)² ได้จัดทำโครงการหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และถ่ายทอดเทคโนโลยี ขึ้นซึ่งจะทำหน้าที่ถ่ายทอดงานวิจัย ที่มีเนื้อหาทางด้านเทคโนโลยีและด้านนวัตกรรม ที่เรียกว่า High-End จากสถาบันอุดมศึกษาไปสู่ผู้ประกอบการ SME เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการของผู้ประกอบการ ให้เกิดศักยภาพที่สูงขึ้น ในการแข่งขันกับตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการนำเอาผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรมที่สร้างขึ้น โดยบุคลากร นิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา ไปสู่การใช้งานในเชิงพาณิชย์ได้จริง และเกิดวงจรรายได้แก่สถาบันอุดมศึกษา ในระยะยาว โดย TLO จะทำหน้าที่บริหารจัดการสิทธิ์ทางเทคโนโลยี ที่สร้างขึ้นโดยบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยี และนวัตกรรมนั้นไปสู่ผู้ใช้ในรูปแบบต่างๆ

โดยโครงการจัดตั้งหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และถ่ายทอดเทคโนโลยี ของ สกอ. นั้น ได้ผสมผสานกับโครงการของ สกอ.เอง 3 โครงการคือ โครงการบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (UBI) โครงการจัดตั้งหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและถ่ายทอดเทคโนโลยี (TLO) และโครงการวิจัยและพัฒนาภาครัฐร่วมเอกชนในเชิงพาณิชย์ ทั้ง 3 โครงการนี้เข้าด้วยกันเพื่อความสอดคล้อง ส่งเสริม สนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยมีเป้าหมายให้สถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับการสนับสนุน สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เกิดการใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่า และนำไปสู่ผลผลิตที่มีมูลค่าที่สูงขึ้น โดยในช่วงปีแรก (2549) จะเน้นการกระจายหน่วย TLO ให้ครบทุกภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ และจะทยอยจัดตั้งขึ้นเพิ่มเติมในปีต่อไป ปัจจุบันมีหน่วยร่วมที่ได้จัดตั้งไปแล้ว 10 หน่วยร่วม ซึ่งเมื่อถึงจุดๆหนึ่ง ทาง สกอ. มีนโยบายที่จะให้สถาบันอุดมศึกษามีการร่วมตัวเป็นเครือข่าย (Consortium) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการระบบทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงข้อมูลด้านต่างๆไว้เข้าด้วยกัน

² <http://www.ubico.org>

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ทาง สกอ. จะพิจารณาการจัดตั้งหน่วย TLO จากความพร้อมของสถาบันอุดมศึกษา ตลอดจนศักยภาพของหน่วยฯที่จะดำเนินงานได้ตามแผนงานที่ได้วางไว้ รวมไปถึงการให้ความสำคัญของผู้บริหารระดับสูงของสถาบันอุดมศึกษานั้นๆด้วย โดยมีการกำหนดให้อธิการบดี เป็นหัวหน้าและผู้รับผิดชอบโครงการ ตลอดจนจะต้องมีความพร้อมในด้านทรัพยากรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร ปัจจัยพื้นฐานด้านต่างๆ ที่จะรองรับการทำงานของหน่วย TLO มีการพิจารณาผลการดำเนินงานของหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) ของสถาบันอุดมศึกษานั้นๆ และพิจารณาจากแผนการดำเนินการ การบริหารจัดการหน่วยร่วม TLO ว่ามีแนวคิด วิสัยทัศน์ในการบริหาร ขับเคลื่อนหน่วยฯ ไปในแนวทางใดด้วย ตลอดจนพิจารณาจากศักยภาพของกลุ่มผู้บริหาร ประวัติผู้บริหาร และผลงานย้อนหลังไปในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนในเรื่องของงบประมาณที่ให้นั้น ต้องนำไปใช้ในการดำเนินงาน เพื่อก่อให้เกิดศักยภาพของการทำงานของหน่วย TLO ในด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมการจดอนุสิทธิบัตร / สิทธิบัตร บริการให้คำปรึกษาในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา การดำเนินการต่างๆทางกฎหมาย การฝึกอบรม การเสาะหาผู้เชี่ยวชาญ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนัก รวมทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้สิทธิ / การขายสิทธิ

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI)

1. มีหน่วยงาน TLO เกิดขึ้นจริงในสถาบันอุดมศึกษานั้นๆ เป็นหน่วยงานที่มีโครงสร้างบริหารชัดเจน มีคณะกรรมการบริหารที่มีอธิการบดีเป็นประธาน
2. มีการจัดอบรมความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา การจดอนุสิทธิบัตร / สิทธิบัตร โดยมีนิสิตนักศึกษา บัณฑิต และบุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมตลอดปี รวมกันแล้วไม่ต่ำกว่า 100 ราย ซึ่งรวมไปถึงการมีผู้เข้าขอคำปรึกษาในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างๆ เพิ่มขึ้น มีกิจกรรมที่กระตุ้นให้มีการนำทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้นในสถาบันฯ ไปสู่การใช้งานในภาคเอกชน
3. มีการส่งเสริมให้มีการจดอนุสิทธิบัตร / สิทธิบัตร เพิ่มขึ้น โดยผลดำเนินงานตลอดทั้งปี มีการยื่นขอจดอนุสิทธิบัตร / สิทธิบัตร อย่างน้อย 2 เรื่อง
4. มีการนำทรัพย์สินทางปัญญา (ตามนิยามศัพท์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา) ไปใช้เป็นประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน และภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ผ่านกลไกการบริหารจัดการของ TLO โดยอาจมีหรือไม่มีผลตอบแทนในเชิงพาณิชย์ก็ได้

2.2.2 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)³ เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พุทธศักราช 2543 ซึ่งกำหนดให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการที่จะกำหนดนโยบายหลักและการดำเนินการส่งเสริมสนับสนุน ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ถือเป็นหน่วยงานหลักที่จะร่วมกันจัดทำแผนแม่บท

สสว. ได้เห็นความสำคัญ ในการบ่มเพาะธุรกิจเฉพาะด้าน เพื่อให้คำปรึกษา ประกอบกับการปฏิบัติจริงแก่ผู้ประกอบการ ทั้งรายใหม่และรายเก่า ซึ่งจะช่วยปรับการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พร้อมทั้งเร่งให้ธุรกิจนั้น มีการเติบโตและคงอยู่ต่อไปได้อันจะก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ แก่เศรษฐกิจและสังคมในภูมิภาค ที่เชื่อมโยงสู่ระดับประเทศต่อไป จึงได้ดำเนินโครงการบ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเดือนมิถุนายน 2547 โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

- ผลักดันให้เกิดการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของ SMEs โดยอาศัยศักยภาพขององค์กร สถาบันการศึกษา ที่มีความพร้อมด้านบุคลากร ห้องปฏิบัติการ เพื่อให้คำปรึกษา ฝึกอบรม และถ่ายทอดเทคโนโลยี แก่ผู้ประกอบการ SMEs อย่างเป็นระบบ
- เพื่อเชื่อมโยงเครือข่าย การดำเนินการบ่มเพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่เกิดขึ้นใหม่ และผู้ประกอบการเดิม ที่เป็นการบูรณาการอย่างเป็นระบบครบวงจร ให้มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความยั่งยืนในระยะยาว

การให้บริการของหน่วยบ่มเพาะธุรกิจ

ปัจจุบันการบริการของหน่วยบ่มเพาะฯ มี 2 แบบได้แก่

- การให้บริการแบบให้เช่าพื้นที่ภายในหน่วยบ่มเพาะ (*In-Wall Incubation*)

การให้บริการจะประกอบด้วยพื้นที่สำนักงาน ห้องประชุม ห้องสัมมนา ฯลฯ และบริการรวมจากส่วนกลาง เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานรับ โทรศัพท์ พนักงานธุรการ พร้อมทั้งให้บริการด้านคำปรึกษา เช่น ด้านธุรกิจ ด้านบริหารการจัดการ ด้านการตลาด ด้านกฎหมาย หรือด้านเทคโนโลยี เช่น ซอฟต์แวร์ปาร์ก สถาบันเทคโนโลยีพระนครเหนือ ฯลฯ

³ <http://www.sme.go.th>

- การให้บริการแบบไม่มีการเข้ามาเช่าพื้นที่ภายในศูนย์บ่มเพาะ (Out-Wall Incubation หรือ Virtual Incubation)

การให้บริการจะเน้นการให้คำปรึกษา ในด้านต่างๆกัน บริษัทที่อยู่ในบริเวณเดียวกันกับหน่วยบ่มเพาะนั้น และใช้บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์ก็ได้ ซึ่งอาจอยู่คนละประเทศ หรือซีกโลกก็สามารถรับบริการได้

เกณฑ์การพิจารณาจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะ

พิจารณาสถานที่ตั้ง (ภูมิภาค) สาขาที่มีความชำนาญ มีศักยภาพ และความพร้อมด้านบุคลากร (สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ประสิทธิภาพในการสร้างผู้ประกอบการ องค์กรความรู้ด้านเทคนิค และการค้า) แผนการดำเนินงาน นโยบายของศูนย์ฯ การเชื่อมโยงกับเครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน

หน่วยบ่มเพาะที่ สสว. สนับสนุนได้แก่ โครงการนำร่อง 4 แห่ง คือ

1. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- เปิดศูนย์บ่มเพาะฯ ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2547
- เริ่มใช้การบ่มเพาะ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2548
- ให้บริการบ่มเพาะทางด้านอาหาร แฟชั่นเสื้อผ้า และผลิตภัณฑ์ Life Style และด้านอื่นๆ โดยเป็นการบ่มเพาะแบบ Out-Wall Incubation

2. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

- เปิดศูนย์บ่มเพาะต้นแบบ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2547
- เริ่มใช้การบ่มเพาะ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2548
- เน้นการสร้างผู้ประกอบการทางด้านเทคโนโลยี
- ให้บริการบ่มเพาะสำหรับอุตสาหกรรมด้านอาหาร และอุตสาหกรรมด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ในลักษณะ In-Wall Incubation

3. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- บริการบ่มเพาะด้านการเกษตร และอุตสาหกรรมการเกษตร อาทิ อาหาร อาหารแปรรูป สมุนไพร และเครื่องสำอาง
- ที่ตั้ง : ศูนย์พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี รัฐร่วมเอกชน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ

4. โครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

- ดำเนินการบ่มเพาะ ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548

- บริการด้านการพัฒนา และการให้บริการด้านซอฟต์แวร์
- เป็นการบ่มเพาะแบบ In-Wall Incubation
- พื้นที่ต่อ 1 ราย ขนาด 180x180 ซม.

หน่วยงานของภาครัฐที่มีการให้บริการในด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้น นอกจากจะให้บริการในด้านวิชาการ การฝึกอบรมความเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้นแล้ว แต่ละหน่วยงานยังมีบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี ความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่มุ่งเน้นให้คำปรึกษา ส่งเสริมสนับสนุน ช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการที่มีปัญหาต้องการความช่วยเหลือแนะนำในด้านต่างๆ ด้วย

2.2.3 สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)⁴

หน่วยบ่มเพาะภายใต้การดูแลของ สวทช. ได้มีการจัดตั้งในอุทยานวิทยาศาสตร์และอุทยานซอฟต์แวร์ 2 แห่ง ในภูมิภาค 3 แห่ง คือ ที่จังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา ซอฟต์แวร์ ปาร์ค (Software Park)

ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ หรือการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาของไทยนั้น ยังนับว่าด้อยกว่าหลายประเทศในแถบเอเชีย ด้วยศักยภาพที่ยังคงมีอยู่แต่ยังขาดการสนับสนุน ส่งเสริม ในอันที่จะช่วยพัฒนาให้ผู้มีแนวคิด ค้นคิด สร้างสรรค์เทคโนโลยีเหล่านั้นได้พัฒนาไปสู่เชิงพาณิชย์ได้ ดังนั้น ซอฟต์แวร์ ปาร์ค (Software Park) จึงเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ก่อตั้งขึ้นมาภายใต้สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ที่จะสนับสนุน ส่งเสริม ให้คำปรึกษา ฝึกอบรมบ่มเพาะ ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านการสื่อสาร ได้นำเทคโนโลยีเหล่านั้นไปสู่ภาคอุตสาหกรรมได้ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ที่ใช้งาน มีทักษะความรู้ในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสาร ในส่วนของเทคโนโลยีสารสนเทศ ไปสู่ภาคอุตสาหกรรมด้านบริการ และอุตสาหกรรมด้านซอฟต์แวร์

⁴ <http://www.nstda.or.th>

- สนับสนุน ส่งเสริม ให้คำแนะนำคำปรึกษา แก่ผู้ผลิตซอฟต์แวร์ มีแนวทางในการพัฒนาซอฟต์แวร์ ได้อย่างมีระบบ มีศักยภาพในการพัฒนาประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น
- ส่งเสริมและสนับสนุน ให้เกิดการเพิ่มรายได้ ให้แก่อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศ

ในการอบรมบ่มเพาะผู้ประกอบการด้านซอฟต์แวร์นั้น เน้นไปในด้านผู้ประกอบการ ที่มีความพร้อมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านทักษะความรู้ ความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านระบบงานซอฟต์แวร์ มีต้นแบบของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมา พร้อมทั้งจะพัฒนาไปสู่เชิงพาณิชย์ได้

รูปแบบของศูนย์บ่มเพาะในประเทศไทย ในอนาคตจะมี 3 ลักษณะ ได้แก่

1. Technology Incubator
2. Business Incubator
3. Technology Business Incubator

2.3 ตัวอย่างโครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัยต่างๆ

2.3.1 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (KU-BIC)

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นับว่ามีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของ ศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ โดยเฉพาะชื่อเสียงทางด้านเกษตร ด้านอุตสาหกรรมอาหาร และเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านเครื่องจักรกล ซึ่งสถาบันแห่งนี้มีหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนได้ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ทั้งทุน อุปกรณ์ต่างๆ และมีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านนี้อยู่เป็นจำนวนมาก ตลอดจนมีอุปกรณ์เครื่องมือ ในการวิจัย ที่จะพัฒนาองค์ความรู้ในด้านต่างๆ เหล่านี้ ซึ่ง บริการที่ให้ ได้แก่

- ฝึกอบรมเทคโนโลยีและยกระดับช่างฝีมือ ทั้งทางด้านเกษตร และอุตสาหกรรมอาหาร
- บริการถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้งการให้คำปรึกษาและฝึกอบรม ทั้งในและนอกสถานที่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตรวจวิเคราะห์คุณภาพ ระบบคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร สุขอนามัยการผลิต การประเมินอายุการเก็บ และการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้ภาชนะบรรจุ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบภาชนะบรรจุ รวมถึงให้บริการทดสอบคุณภาพทางด้านกายภาพและประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตร การทดสอบความต้องการของผู้บริโภค และบริการอื่นๆ เช่นการจัดอุปกรณ์

ห้องปฏิบัติการทดสอบคุณภาพ การแก้ไขปัญหาทางเทคนิค การจัดทำระบบคุณภาพ ISO 9000 และระบบ HACCP ฯลฯ

- ให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี ให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับการวางระบบ โครงสร้างโรงงานผลิตอาหาร กระบวนการผลิตอาหารและเทคโนโลยีการแปรรูป ปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้บริการอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร เพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์อาหาร แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม รวมทั้งให้บริการฐานข้อมูลด้าน อุตสาหกรรมอาหารภายใต้การบริการของศูนย์ต่างๆดังนี้
- มีศูนย์สารสนเทศทางอาหาร

วัตถุประสงค์

1. เป็นกลไก ในการเชื่อมคองการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีจากการวิจัย กับภาคการ ผลิตในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
2. เพื่อพัฒนาขีดความสามารถ ทางการค้าเงินธุรกิจให้นิสิตและผู้ประกอบการใหม่
3. เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศด้วยการผลิต ทรัพยากรบุคคลที่มีความชำนาญทางด้านเทคโนโลยี และมีทักษะในการดำเนินธุรกิจ

กลุ่มเป้าหมาย

เป็นนิสิตระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิตศึกษา และผู้ประกอบการใหม่ ที่ประสงค์จะจัดตั้ง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รูปแบบการให้บริการบ่มเพาะธุรกิจ

1. บริการที่ปรึกษาด้านวิชาการและธุรกิจ
2. การจัดฝึกอบรมด้านเทคนิค และด้านธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการบริหารจัดการ การตลาด บัญชี และกฎหมาย เพื่อให้บัณฑิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และผู้ประกอบการมีทักษะในการ จัดทำแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เนื้อหาของหลักสูตร

จัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

1. ด้านเทคนิค
2. ด้านบริหารธุรกิจ

โดยหวังผลสัมฤทธิ์ในการจัดทำแผนธุรกิจจากผลงานวิจัย หรือทรัพย์สินทางปัญญาของ อาจารย์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดัชนีวัดความสำเร็จ

ดัชนีวัดความสำเร็จของการบ่มเพาะธุรกิจ ของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มี 6 รายการ ได้แก่

1. จำนวนโครงการที่ได้รับการบ่มเพาะ 45 โครงการ
2. จำนวนแผนธุรกิจ 45 แผนธุรกิจ
3. จำนวนหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้น 6 หลักสูตร
4. จำนวนครั้งของการให้บริการปรึกษาแนะนำทางวิชาการ ด้านเทคนิคด้านบริหาร ด้านการจัดการ ด้านการตลาด 675 ครั้ง
5. จำนวนนิสิตที่จะเข้าร่วมโครงการ 100 คน
6. จำนวนแผนธุรกิจ 4 แผนธุรกิจ ที่จะขอรับการสนับสนุน Start-up fund ผ่านโครงการของ สกอ.

2.3.2 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Silpakorn University Business Incubator)

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ของมหาวิทยาลัยศิลปากร นับว่าเป็นตัวอย่างที่ดีศูนย์หนึ่งในจำนวนหลายศูนย์ ที่ผู้บริหารศูนย์มีความพยายามที่จะพัฒนาศูนย์บ่มเพาะของตนเองไปสู่การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จ และเห็นเป็นรูปธรรม เห็นความตั้งใจจริงของศูนย์ที่ผลักดันให้ทั้งตัวศูนย์ฯเอง และผู้ประกอบการวิสาหกิจ มีความเข้มแข็ง และสามารถยืนได้ด้วยตัวเอง ในแง่ของศูนย์เองนั้น พยายามที่จะไปศึกษาดูงาน จากประเทศต่างๆ เพื่อเก็บเกี่ยวสิ่งที่เหมาะสมสำหรับศูนย์ของตนเอง รวมทั้งพยายามสร้างเครือข่ายกับต่างประเทศ ในการขอความช่วยเหลือในด้านต่างๆ พยายามที่จะให้ความรู้ ให้ความช่วยเหลือ อย่างเต็มที่ ในสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ พยายามไม่ตามแบบใคร พยายามสร้างจุดยืนที่สามารถให้บริการแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ให้สามารถยืนด้วยตัวเองอย่างมั่นคง และยั่งยืน

พันธกิจ

- สร้างผู้ประกอบการ ซึ่งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาศูนย์บ่มเพาะธุรกิจให้เป็น Learning Organization
- มีระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ โดยใช้ทรัพยากรของศูนย์ฯ ร่วมกับหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเปิดดำเนินการในมหาวิทยาลัยศิลปากร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างผู้ประกอบการอาชีพอิสระ จากนักศึกษาของมหาวิทยาลัยศิลปากรและบุคคลทั่วไป
2. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอาชีพอิสระในข้อ 1. ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กในด้านต่างๆ ตั้งแต่ธุรกิจบริการจนถึงภาคการผลิต
3. เพื่อพัฒนางานวิจัยและทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนด้านวิชาการต่ออุตสาหกรรม ซึ่งตั้งอยู่โดยรอบของศูนย์
4. เพื่อการร่วมมือกับภาคเอกชน และอุตสาหกรรมในการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตและการบริการ เพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุนระหว่างศูนย์ฯ กับภาคเอกชนนั้นๆ

ลูกค้า (Customers)

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดลูกค้าไว้ 4 กลุ่มหลักดังนี้

1. ธุรกิจที่จัดตั้งแล้ว และมีความมั่นคง แต่ต้องการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน
ลูกค้าในกลุ่มนี้หมายถึง บริษัทหรือห้างร้านที่มีการดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว แต่ต้องการพัฒนาระบบการผลิต หรือบริหารจัดการ ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น ไปอีก ตัวอย่าง ลูกค้ากลุ่มนี้ของมหาวิทยาลัยศิลปากร เช่น บริษัทนานมีกรุ๊ป บริษัทในเครือกลุ่มวังขนาย เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น
2. ผู้ประกอบการที่สนใจจะจัดตั้งธุรกิจใหม่ (มีแผนธุรกิจเบื้องต้นแล้ว)
ลูกค้ากลุ่มนี้มีแผนการดำเนินธุรกิจแล้ว แต่อาจมีปัญหาด้านการหาแหล่งเงินทุน สนับสนุนหรือต้องการหาผู้ร่วมลงทุน ตัวอย่างลูกค้ากลุ่มนี้ของมหาวิทยาลัยศิลปากร เช่น กลุ่มผู้ประกอบการในสมาคมของขวัญ ของข้าวสวยไทยที่มีสมาชิกกว่า 200 บริษัท
3. ธุรกิจที่เริ่มจัดตั้ง
กลุ่มลูกค้าประเภทนี้ ต้องการการฝึกอบรมวิธีการเขียนแผนธุรกิจ การบริหารจัดการ การจัดทำแผนกลยุทธ์ และการหาแหล่งเงินทุนสนับสนุน เช่น กลุ่มเกษตรชาวสวนมะพร้าว ตำบลพงศ์ประศาสน์ ในการดำเนินธุรกิจการผลิตถ่านกัมมันต์จากกะลามะพร้าว
4. ผู้ที่ต้องการพัฒนาตนเองเป็นผู้ประกอบการ
ลูกค้ากลุ่มนี้คือ ผู้ที่ต้องการพัฒนาและผันตัวเองไปเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ นักศึกษา อาจารย์ ข้าราชการ พนักงาน และบุคคลทั่วไปที่สนใจอยากดำเนินธุรกิจเป็นของตนเอง

การดำเนินงาน

หน้าที่ของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร คือการให้บริการในด้านต่างๆ ที่เหมาะสมต่อลูกค้าในการออกไปเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ การดำเนินงานของศูนย์ฯ มีดังนี้

1. **บริหารจัดการทรัพยากรที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างทรัพยากรภายในและภายนอก**
ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร จะต้องการวิเคราะห์และบริหารจัดการให้ทรัพยากร ทั้งที่มีอยู่แล้วภายในมหาวิทยาลัย และทั้งที่นำเข้ามาจากภายนอกมหาวิทยาลัยเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการให้บริการแก่ลูกค้า สามารถทำให้เกิดทั้ง Start up Companies และ Spin off Companies ได้

2. **ให้บริการด้านการฝึกอบรมและพัฒนาผู้เข้าร่วมโครงการ**

กิจกรรมหลักสำคัญประการหนึ่งที่ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากรต้องดำเนินการ คือ การฝึกอบรมในด้านต่างๆ เช่น การเขียนแผนธุรกิจ การบริหารจัดการ การจัดทำและการบริหารงบประมาณ การตลาด การจัดทำแผนกลยุทธ์ และอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการควรทราบ นอกจากนั้นอาจมีการจัดการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ผู้ที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว แต่ต้องการเพิ่มเติมความรู้ให้ทันสมัย และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน

3. **คลินิกอุตสาหกรรม**

คลินิกอุตสาหกรรมนับเป็นภารกิจหลักอีกอย่างหนึ่ง ที่ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากรต้องดำเนินการ เพื่อให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ทั้งปัญหาด้านการจัดการ การพัฒนาระบบการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การเงิน และการตลาด แก่ลูกค้าผู้มารับบริการ

4. **วิจัยและพัฒนา**

การศึกษาและวิจัยด้านการตลาด และการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของศูนย์ฯ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เป็นภาระที่ต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้แล้วศูนย์ฯ ก็รับดำเนินการวิจัยเพื่อปรับปรุง และพัฒนาผลผลิตหรือการบริหารจัดการให้แก่บริษัทและหน่วยงานต่างๆ ด้วย

5. **การตลาด** ของ SUBI และเป็นพี่เลี้ยงด้านการตลาดให้กับ Start up Companies และ Spin off Companies

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร มีหน้าที่ออกพบปะกับบริษัท หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อรับข้อเสนอโครงการต่างๆ มาดำเนินงานตลอดจน จัดทำการ

ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานของศูนย์เพื่อให้ประชาชนทั่วไปปรับทราบและเข้ามารับการ ให้บริการจากศูนย์ฯ

6. ประสานงานกับแหล่งเงินทุนต่างๆ

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร มีหน้าที่ประสานงานกับแหล่งเงินทุนต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลในด้านการหาแหล่งทุนสนับสนุนที่เหมาะสมแก่ลูกค้าในการจัดตั้งและดำเนิน ธุรกิจ

ผลผลิต

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดเป้าหมายผลผลิตจากการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว ได้รับการแก้ไขปัญหาด้านการพัฒนาผลผลิต และการบริหารจัดการอย่างน้อยปีละ 2 บริษัท
2. เกิด Start up Companies อย่างน้อยปีละ 1 บริษัท
3. เกิด Spin off Companies อย่างน้อย 1 บริษัท ภายในระยะเวลา 2 ปี
4. ได้สมาชิกที่ผ่านการฝึกอบรมในด้านต่างๆ อย่างน้อยปีละ 100 คน
5. สนับสนุนให้เกิดการจดทรัพย์สินทางปัญญาปีละ 3 รายการ
6. เป็นที่ปรึกษาให้แก่หน่วยงานต่างๆ ปีละ 10 หน่วยงาน

2.3.3 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ แห่งนี้เน้น ไปในด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม สิ่งใหม่ๆ เพื่อสร้างจุด แข็งของ ศูนย์เอง ในการให้การฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ซึ่งศูนย์แห่งนี้มีความพร้อม ทั้งด้านตัวบุคคล สถานที่ และเครื่องมือเครื่องมือทางเทคโนโลยี ที่ทันสมัย และสามารถนำ เทคโนโลยี จากต่างประเทศ มาดัดแปลงให้มีราคาที่ถูกลง และเหมาะสมกับอุตสาหกรรมของไทย รวมทั้งมีจุดเด่นในเรื่องการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และมองหาโอกาสทางธุรกิจให้กับ ผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

เพื่อให้บุคลากร และนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้รู้จักและเข้าใจในการให้บริการของศูนย์ฯ รวมทั้งกระตุ้นให้บุคลากรและนักศึกษาเกิดความ สนใจในกระบวนการบ่มเพาะ เพื่อการเป็นผู้ประกอบการ

2.3.4 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา (SUBIC)

พันธกิจ (Mission)

หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจสวนสุนันทา หรือ SUBIC ได้กำหนดพันธกิจ หรือภารกิจของหน่วยงานให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ สกอ. และนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการในการบ่มเพาะวิสาหกิจภายในมหาวิทยาลัยคือ

1. เชื่อมโยงผลงานการวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการต่างๆ ไปสู่การออกแบบ การผลิตสินค้าหรือบริการ และให้การจัดจำหน่ายหรือบริการเชิงพาณิชย์
2. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน และการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ ให้แก่ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา บัณฑิต ศิษย์เก่า และผู้สนใจทั่วไป ที่ต้องการจะเป็นผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดเล็กรายใหม่
3. ตอบสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ ด้วยการผลิตบุคลากรที่มีความชำนาญ ของกลุ่มอุตสาหกรรมด้านอาหาร เครื่องดื่ม บริการทางด้านสุขภาพ และการแพทย์แผนไทย บนพื้นฐานของการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดภายในประเทศ

เป้าหมาย (Goal)

การดำเนินงานหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจสวนสุนันทา หรือ SUBIC ประจำปี 2548 ได้กำหนดเป้าหมายการทำงานเพื่อให้การปฏิบัติงานต่างๆ เป็นไปตามแผนการทำงานประจำปีคือ

1. มีสถานที่ หรือหน่วยงานบ่มเพาะวิสาหกิจ เพื่อให้บริการด้านต่างๆ
2. เปิดตัวหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจสวนสุนันทาอย่างเป็นทางการ
3. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ แผนการตลาดจำนวน 2 รุ่น มีผู้เข้าฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 300 คน
4. โครงการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 โครงการ
5. มีแผนการตลาดและธุรกิจ เพื่อพัฒนาไปสู่หน่วยธุรกิจจัดตั้งใหม่ ได้ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยธุรกิจ
6. เข้าร่วมกิจกรรมกับ สกอ. พันธมิตรในเครือข่าย UBI และหน่วยงานอื่น ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม
7. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน ไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

2.3.5 โครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

กิจกรรมที่หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดำเนินการนั้นมีกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. จัดฝึกอบรมอาจารย์ นิสิต และบัณฑิต เพื่อเพิ่มศักยภาพทางด้านการทำธุรกิจ
2. On the Job training workshop financial security marketing
3. กิจกรรมดูงาน และพบผู้ประกอบการ
4. ประสานความร่วมมือภายในมหาวิทยาลัย
5. ประสานความร่วมมือกับ ภายนอกมหาวิทยาลัย
6. มีการจัดตั้ง Student Enterprises Club

ผลการดำเนินงานของหน่วยฯ มีดังนี้

1. จัดตั้งสำนักงาน UBI /แต่งตั้งคณะกรรมการบริหาร และคัดเลือกบุคลากร /OPEN HOUSE และประชาสัมพันธ์เชิงรุก
2. ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน
3. จัดตั้งชมรมนิสิตผู้ประกอบการ
4. รับสมัคร และคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรมบ่มเพาะวิสาหกิจ
5. จัดทีมที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ
6. ดำเนินงานการจัดกิจกรรมบ่มเพาะวิสาหกิจ โดยมีการดำเนินกิจกรรมในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ ฝึกอบรมเบื้องต้น และ Post test การวินิจฉัยเชิงลึก คลินิกให้คำปรึกษา เพิ่มศักยภาพ OJT กิจกรรมเสริมสร้างความเข้มแข็ง (ดูงาน พบสถาบันการเงิน จัดนิทรรศการและออกบูธ)
7. ประเมินผลการดำเนินงานทุกกิจกรรม

2.3.6 โครงการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความพร้อมในด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องมือ รวมทั้งบุคลากรในมหาวิทยาลัย จึงได้รับเลือกให้เป็นศูนย์บ่มเพาะต้นแบบ แห่งหนึ่ง ที่หน่วยงานภาครัฐได้เลือกขึ้นมา ในไม่กี่แห่ง ด้วยเป็นสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญในด้านองค์ความรู้ และมีคณะต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย ในการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน สนุน ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะ

เป็นด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากทางคณะสถาปัตย์ ด้านการวิจัยทดลองผลิตภัณฑ์ จากคณะวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

วิสัยทัศน์

จัดตั้งเป็นศูนย์บ่มเพาะธุรกิจสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีความเชี่ยวชาญในการเสริมสร้างผู้ประกอบการให้มีศักยภาพที่แข็งแกร่ง และมีความยั่งยืน สามารถดำเนินธุรกิจด้วยตนเองต่อไป

พันธกิจ

1. บ่มเพาะธุรกิจ SMEs ในสาขาอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมแฟชั่น และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต (Lifestyle)
2. ให้คำปรึกษาแนะนำด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการตลาด การดำเนินงาน การเงินและบัญชี ภาษี การบริหารจัดการ และด้านเทคนิค เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบด้านวิศวกรรม เป็นต้น

กลยุทธ์

1. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับหน่วยงานต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย เพื่อเกิดการรวมพลังในการพัฒนาและบ่มเพาะธุรกิจ SMEs
2. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยทั้งระดับประเทศ และระดับนานาชาติ ได้แก่ ความร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรม และ Asia link – Eu Program
3. สรรหาและคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเข้าบ่มเพาะธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดธุรกิจที่มีนวัตกรรม และศักยภาพที่จะแข่งขันได้ในระดับประเทศ และระดับโลก
4. เสริมสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์การบ่มเพาะธุรกิจ SMEs ไปยังหน่วยงาน หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ให้เห็นศักยภาพของศูนย์ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการ
5. พัฒนาคณาจารย์ และบุคลากรของศูนย์ให้ดำเนินการบ่มเพาะธุรกิจแบบมืออาชีพ
6. เชื่อมโยงการนำ R&D เพื่อก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ที่มีความเป็นไปได้
7. สร้างพันธมิตรกับสถาบันการเงิน ของภาครัฐและภาคเอกชน ในการสนับสนุน SMEs
8. สรรหา Business Angel เพื่อสนับสนุนการพัฒนา SMEs

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการ SME ในกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป แฟชั่น และสินค้าไลฟ์สไตล์

2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ได้มีความรู้ ความสามารถในการผลิต การตลาด และสามารถเรียนรู้เทคโนโลยี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ และพัฒนาความสามารถของตนให้มีศักยภาพ ตลอดจนช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการใหม่ หรือผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการตลาด

ใหม่

วิธีดำเนินการ

1. คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี ได้ประสานงานจากผู้เชี่ยวชาญจากคณะต่างๆ ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เช่น ด้านวัสดุศาสตร์ ด้านวิทยาศาสตร์อาหาร ด้านการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านวิศวกรรมเทคโนโลยีการผลิต ด้านการประชาสัมพันธ์ การ โฆษณา เป็นต้น ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นในลักษณะศูนย์บ่มเพาะแบบ Out-wall Incubation Center โดยใช้สถานที่ของคณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี เป็นสถานที่ทำการ
2. ดำเนินการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการโดยการบ่มเพาะ ทั้งการ ฝึกอบรม ให้คำปรึกษาแนะนำ จัดทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ รวมทั้งให้บริการสนับสนุน ด้านข้อมูล ด้านการตลาด ด้านการออกแบบ และติดต่อประสานงานให้คำปรึกษาในด้าน ต่างๆ ที่ผู้ประกอบการประสบอยู่
3. จัดทำแฟ้มข้อมูลผู้เข้าร่วมบ่มเพาะแต่ละราย มีการบันทึกการดำเนินการ การให้ คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนทำการประเมินความก้าวหน้า และความสำเร็จของผู้บ่มเพาะ แต่ละราย เมื่อสิ้นสุดกิจกรรมบ่มเพาะหรือสิ้นสุดโครงการ
4. จัดทำรายงาน โครงการฉบับสมบูรณ์ของการให้บริการแนะนำ สรุปคำถาม-คำตอบ ปัญหาการลงทุน และรายละเอียดการติดตามผล พร้อมการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

เป้าหมายการดำเนินการ

เป้าหมายในการสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการ ในปี 2548 จะต้องให้ คำแนะนำ และพัฒนาให้ผู้ประกอบการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการเข้ารับการบ่มเพาะ แบ่งเป็นผู้ประกอบการด้านอาหาร จำนวน 5 ราย และในปี 2549 เพิ่มเป้าหมายเป็น 6 ราย ผู้ประกอบการด้านสินค้าแฟชั่น ในปี 2548 วางเป้าหมายไว้จำนวน 2 ราย ในปี 2549 เพิ่มเป็น 3 ราย และสุดท้ายเป็นผู้ประกอบการด้านไลฟ์สไตล์ ทั้งปี 2548 และปี 2549 จำนวน 3 ราย

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

1. ยกระดับผู้ประกอบการจาก OEM (Original Equipment Manufacturing) เป็น ODM (Original Design Manufacturing) และ OBM (Original Brand Manufacturing)

2. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์ การผลิต การออกแบบ และการบริหารจัดการ ได้ตามแผน

3. ผู้ประกอบการมีผลประกอบการที่ดีขึ้น และสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกได้

2.4 ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในต่างประเทศ

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในต่างประเทศนั้น ต่างมีความหลากหลายในนโยบาย และแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจของแต่ละประเทศ ซึ่งแล้วแต่ว่าประเทศต่างๆเหล่านั้น มีทรัพยากร มีปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ เน้นไปทางด้านใด ซึ่งแต่ละประเทศนั้นต่างก็พยายามจะส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจในประเทศของตน มีความเชี่ยวชาญ หรือรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ความได้เปรียบทางการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศอินเดีย นั้นจะเน้นไปในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ประเทศสวีเดน เน้นชื่อเสียงทางด้านการผลิตนาฬิกา อิตาลี มีความเชี่ยวชาญด้านแฟชั่น แม้แต่ประเทศไทยเราเอง เน้นทางด้านการท่องเที่ยวที่เราได้เปรียบกว่ากับประเทศอื่นๆ หรือด้านสินค้าในท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาของไทยเราเอง ไปสู่กับตลาดโลก

ตัวแบบศูนย์บ่มเพาะ

ศูนย์บ่มเพาะมีตัวแบบหลากหลายดังนี้

1. ศูนย์บ่มเพาะยุคแรก (First Generation Incubator)

มีลักษณะคล้ายการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้ประกอบการ และตั้งใกล้กับสถาบันวิจัย หรือมหาวิทยาลัย ด้านเทคนิค ศูนย์บ่มเพาะประเภทนี้ จะสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อุทยานวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี เป็นการลงทุนของภาครัฐเพื่อเสริมสร้างนวัตกรรม การสร้างงานและพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนเป็นสิ่งท้าทาย ที่จะให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ

2. ศูนย์บ่มเพาะมหาวิทยาลัย (University Incubator)

ศูนย์บ่มเพาะนี้จัดตั้งในมหาวิทยาลัย โดยมหาวิทยาลัย มีตัวแบบที่แตกต่างกัน รวมทั้งขนาด แต่ปัจจัยที่เหมือนกันคือ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ เน้นงานวิจัย และเทคโนโลยีเป็นพื้นฐาน บทบาทของมหาวิทยาลัย คือเชื่อมโยงงานวิจัยเทคโนโลยี ทูม และความรู้ เพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ ด้านเทคโนโลยี และเป็นการเร่งงานวิจัยไปสู่เชิงพาณิชย์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จคือความสามารถ เชื่อมโยงงานวิจัย กับธุรกิจ

3. Virtual Incubator

เป็นยุคที่ 2 ของศูนย์บ่มเพาะ คือการบ่มเพาะโดยไม่มีทรัพย์สิน (Non- Property Bases Venture) เน้นการให้บริการแก่ SME ในชุมชน ศูนย์บ่มเพาะแบบนี้ โดยมากจะดำเนินการ โดยมหาวิทยาลัย หรือสถาบันวิจัย การดำเนินการมีทั้งที่เป็น In-wall และ Out-Wall การเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจโดยใช้ระบบ ICT โดยมากศูนย์บ่มเพาะในรูปแบบนี้จะเน้นด้านเทคโนโลยีเป็นการแปลงงานวิจัยไปสู่ผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างศูนย์ที่ตั้งในประเทศบราซิล รัสเซีย และออสเตรเลีย

4. International Enterprise Center -International Business Incubation

เป็นยุคที่ 3 ของศูนย์บ่มเพาะ เป็นศูนย์ที่ให้บริการสนับสนุนการพัฒนา ฐานความรู้ด้านธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการส่งออก เน้นการเชื่อมโยง มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย Venture Capital และการร่วมลงทุนกับ ต่างประเทศ ตัวอย่างศูนย์จัดตั้งในประเทศ จีน เกาหลี มาเลเซีย เป็นการสร้าง Network ภายในภูมิภาค และประเทศ ลดการแข่งขันกัน ความสามารถในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และทรัพยากร มีศูนย์แบบนี้ 8 ศูนย์ในประเทศจีน

5. Dot. Com Incubator

เป็นศูนย์บ่มเพาะ ยุคที่ 4 เป็นศูนย์ที่สร้างภายใต้ยุคเศรษฐกิจใหม่ ยุคอินเทอร์เน็ต ศูนย์ประเภทนี้ตั้งในสมัย 1999

2.4.1 ลักษณะศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ

ในประเทศที่มีการพัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา จะมีหน่วยธุรกิจเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา บ้างก็เติบโตอย่างรวดเร็ว บ้างก็ไม่ประสบความสำเร็จ ต้องเลิกกิจการไปก็มาก ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้เกิดความร่วมมือกันขององค์กรต่างๆ ในรูปแบบของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างธุรกิจใหม่ให้เข้มแข็ง และเติบโตขึ้นเป็นกำลังสำคัญของเศรษฐกิจของบ้านเมือง

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ เป็นหน่วยงานที่จัดให้มีลักษณะและสภาพแวดล้อมที่สามารถชี้แนะ แนวทางการดำเนินงานและส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการ เมื่อเริ่มก่อตั้งธุรกิจ (Start-up) และในช่วงเวลาของการประกอบธุรกิจในระยะต้น

ในยุโรปและสหรัฐอเมริกาเมืองคักร์ในลักษณะนี้ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 และเริ่มเป็นที่แพร่หลายออกไปยังส่วนอื่นๆของโลกมากขึ้น

● องค์ประกอบของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ โดยทั่วไปในต่างประเทศเมืองคักร์ประกอบที่สำคัญ เพื่อช่วยให้ธุรกิจเติบโต และประสบผลสำเร็จ ซึ่งได้แก่

- สภาพแวดล้อมของการประกอบการและการเรียนรู้
- ความพร้อมในการพบกับพี่เลี้ยง (Mentor) และนักลงทุน

- Visibility in the marketplace

ผู้มีส่วนร่วมในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ มักได้แก่

1. นักวิชาการ
2. องค์กรที่กำหนดนโยบายระดับชาติและระดับนานาชาติ
3. ผู้จัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ
4. ผู้แทนสมาคมศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ
5. หน่วยธุรกิจที่ให้คำปรึกษาเชิงพาณิชย์

ประโยชน์ของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ มีประโยชน์หลายประการ โดยเฉพาะในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้

1. การกระตุ้นให้ธุรกิจใหม่เติบโตเร็ว และมีอัตราการรอดที่สูงขึ้น
2. ความช่วยเหลือในการชี้ช่องทาง หรือโอกาสการลงทุน
3. การสนับสนุนให้มีการนำงานวิจัย หรือความคิดใหม่ๆ ของมหาวิทยาลัย หรือขององค์กร มาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
4. ช่วยให้เกิดการสร้างงานและร่วมกันแก้ไขปัญหาในการพัฒนาเศรษฐกิจในเมือง และนอกเมือง

• บทบาทของมหาวิทยาลัยในการบ่มเพาะธุรกิจ

มหาวิทยาลัยมีส่วนร่วมในการบ่มเพาะธุรกิจ โดยจัดให้มีพื้นที่สำหรับการบ่มเพาะ และให้การสนับสนุนที่เชื่อมโยงกับงานวิจัย และความสามารถในการพัฒนา

ในยุโรปนั้น นอกจากจะมีความร่วมมือกันขององค์กรต่างๆ ในระดับภูมิภาค และระดับประเทศแล้ว ยังมีการรวมตัวกันในระดับของสหภาพยุโรป โดยผ่านทางคณะกรรมการยุโรป (EC.) ด้วย เช่น เครือข่าย SAIL (Strengthening Academic & Industrial Links) ในสหราชอาณาจักร ซึ่งได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจาก EC ดำเนินงานภายใต้กรอบโครงการ “Promotion of Innovation and encouragement of SME participation”

กิจกรรมของการบ่มเพาะธุรกิจ

- การถ่ายโอนเทคโนโลยี (Technology Transfer) เป็นการแบ่งปันความรู้และเครื่องมืออุปกรณ์ระหว่างภาคอุตสาหกรรมและมหาวิทยาลัย และองค์กรอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเบื้องต้นที่จะให้ภาคอุตสาหกรรมเอกชน และผู้ที่สนใจ สามารถนำเทคโนโลยีที่มหาวิทยาลัยได้พัฒนาแล้วมาใช้ได้ และมีการกระตุ้นให้ผู้ที่นำไปใช้พัฒนาเทคโนโลยีนั้นต่อไปอีก เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่ วัสดุใหม่ หรือบริการใหม่ ที่จะสามารถแข่งขันได้กว้างขวางขึ้น หรือปรับปรุงคุณภาพ

ชีวิตให้ดีขึ้น เคยมีการประมาณกันว่า 30-50 เปอร์เซ็นต์ ของการเติบโตของสหรัฐอเมริกา มาจากเทคโนโลยีใหม่ๆ นี้เอง

- การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer) เป็นเป้าหมายสำคัญของสถาบันการศึกษาชั้นสูง และสถาบันวิจัย บุคคลในสถาบันเหล่านี้ พยายามที่จะก่อให้เกิดความเชื่อมโยงของงานวิจัยกับบริษัทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือกิจการค้า ในทำนองเดียวกัน ภาคอุตสาหกรรมก็ตระหนักดีว่ามหาวิทยาลัยมิใช่เพียงแต่ผลิตบัณฑิตใหม่เท่านั้น หากแต่เป็นแหล่งของความรู้และทรัพยากรในการวิจัย ดังนั้นในโลกของการค้าและอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา บริษัทต่างๆจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ตลอดเวลา ทางหนึ่งที่จะช่วยได้ก็คือ การรับบัณฑิตใหม่เข้าทำงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทก็ไม่ควรละเลยพนักงานที่ทำงานอยู่แล้ว ควรจะต้องเสริมความรู้ใหม่ๆ ให้พวกเขาด้วย เพื่อให้องค์กรก้าวไปได้พร้อมๆกัน มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาชั้นสูงมีบทบาทใน ส่วนนี้เป็นอย่างมาก โดยจัดทำหลักสูตรเพื่อให้ผู้ที่ทำงานแล้วสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง
- การวิจัยและพัฒนา (Research & Development) แบ่งได้เป็นการวิจัยขั้นพื้นฐาน (Basic Research) และการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) การวิจัยขั้นพื้นฐาน เป็นรายงานด้านการทดลอง หรือด้านทฤษฎีของสิ่งที่มีอยู่ และข้อมูลที่สังเกตได้ โดยสืบค้นข้อมูล เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ แต่มีการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้ในทางปฏิบัติ การพัฒนาที่มีการทดลอง (Experimental Development) เป็นงานที่มีระบบ โดยการนำความรู้ที่มีอยู่จากผลการวิจัย และ/หรือ ประสบการณ์ในทางปฏิบัติมาใช้ในการผลิตวัสดุใหม่ๆ เครื่องมือการผลิต หรือเพื่อการติดตั้งกระบวนการใหม่ ระบบใหม่ การบริการใหม่ หรือเพื่อปรับปรุงสิ่งที่มีการผลิตอยู่แล้ว ระบบที่มีการดำเนินอยู่แล้ว ซึ่งจะนำไปสู่การต่อยอดองค์ความรู้ได้
- การประชุม (Conferences) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรม ซึ่งแต่ละประเทศจะมีลักษณะแตกต่างกันไป การประชุมอาจอยู่ในรูปของการอบรมสัมมนา การประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้เข้าร่วมประชุมอาจอยู่ในวงแคบ หรือวงกว้างได้แต่จะทำให้เกิดเครือข่าย เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อความร่วมมือและช่วยเหลือกัน ในระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม
- การเดินทางทัศนศึกษา ศูนย์บ่มเพาะบางแห่งจะมีการจัดการเดินทางเพื่อ

- ให้ข้อมูลซึ่งกันและกันเกี่ยวกับข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และวิธีการที่ประสบความสำเร็จในระหว่างภูมิภาค โดยการแสดงให้เห็นถึง Best Practice ของกระบวนการต่างๆกลยุทธ์การจัดการ ซึ่งจะเป็แนวทางให้ผู้เยี่ยมชมกลับไปปรับปรุงงานของตน ซึ่งจะทำให้ความร่วมมืออยู่บนพื้นฐานที่ใกล้เคียงกันมากขึ้น
- ทำให้มีการถ่ายโอนความรู้ในโครงการสำคัญๆ ในภูมิภาค
- เพื่อทำให้มีการติดต่อสื่อสารที่ดีขึ้น ในหมู่ผู้มีส่วนร่วมในการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ
- เพื่อให้ภูมิภาคแต่ละแห่งได้แสดงผลงาน / โครงการที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะทำให้มีการตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมมือกันระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น

2.5 ตัวอย่างโครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ

2.5.1 มหาวิทยาลัย RWTH-Aachen

โครงสร้างสำหรับเครือข่ายของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Incubators) ประกอบด้วย

Nodes ผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท

Hub ศูนย์กลางการประสานงานของเครือข่าย

Link การเชื่อมโยง ระหว่าง - Nodes & Hub

- Nodes

■ Nodes

ในการที่จะผลักดันให้เกิด Start-up ได้ มีผู้ที่เกี่ยวข้อง 4 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1. สถาบันการศึกษา-มหาวิทยาลัย
2. ภาคอุตสาหกรรม
3. แหล่งเงินทุน
4. ชุมชน (Community)

มหาวิทยาลัย

- ระดับมหาวิทยาลัย
 - TTO
 - Interdisciplinary Forums

● ระดับคณะ

- Aachen Incubator (Dr.Brettel)

● ระดับภาควิชา

- ภาควิชาวิศวกรรมศาสตร์

ภาคอุตสาหกรรม

- สภาอุตสาหกรรม – หอการค้า
- อุตสาหกรรมขนาดใหญ่
- อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก
- ผู้ประกอบการใหม่

แหล่งเงินทุน

- ธนาคาร
- Business Angel (ให้เงินทุนในช่วงต้นๆของการประกอบธุรกิจ เป็นบุคคลที่มีเงินทุนในมือ)
- Venture Capitalist (ให้เงินทุนเมื่อธุรกิจก่อตั้งเรียบร้อยแล้ว และต้องการขยายตัว)
- รัฐ – EU
 - Fedderal. / State ให้เงินทุนเพื่อการลงทุนในอาคารของ Technology Centre เพื่อที่จะสามารถให้เช่าที่แก่ Start up ในราคาต่ำได้

ชุมชน

- AGIT เป็นหน่วยงานของ City of Aachen Chamber of Commerce และอื่นๆ ที่บริหาร 2 Technology Centres
- Technology Centres eg. ERODE มีผู้ถือหุ้น 50% เป็นชาวเยอรมนี และอีก 50% เป็นชาวเนเธอร์แลนด์
- Technology Park (อยู่ใกล้ Technology Centre)
- Business Development Agency

■ Hub

ศูนย์กลางการประสานงานของเครือข่าย ได้แก่

- Aachen Incubator
- หอการค้า

■ Links

- Aachen Incubator และหอการค้า มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น มี Terms of Reference และ MOU ที่ระบุแน่ชัดว่าจะมีความร่วมมือกันอย่างไร
- มีหน่วยงาน 40 กว่าแห่งใน Aachen ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Start up) ใน Aachen
- ผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้แก่ มหาวิทยาลัย ภาคอุตสาหกรรม แหล่งเงินทุน และ ชุมชน จะมีความเชื่อมโยงกันภายในกลุ่ม (Interlinks) และ ภายนอกกลุ่ม (Crosslink) กันตลอดเวลา

The Aachen Incubator

Grunderkolleg

มหาวิทยาลัย RWTH-Aachen มีการดำเนินการในด้านศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การวิจัย การให้ความรู้ (Education and Teaching) และ การบ่มเพาะ (Grunderkolleg)

ในการบ่มเพาะ จะมีความร่วมมือที่ใกล้ชิด ของธนาคารในท้องถิ่น หอการค้า และ ภาคอุตสาหกรรม

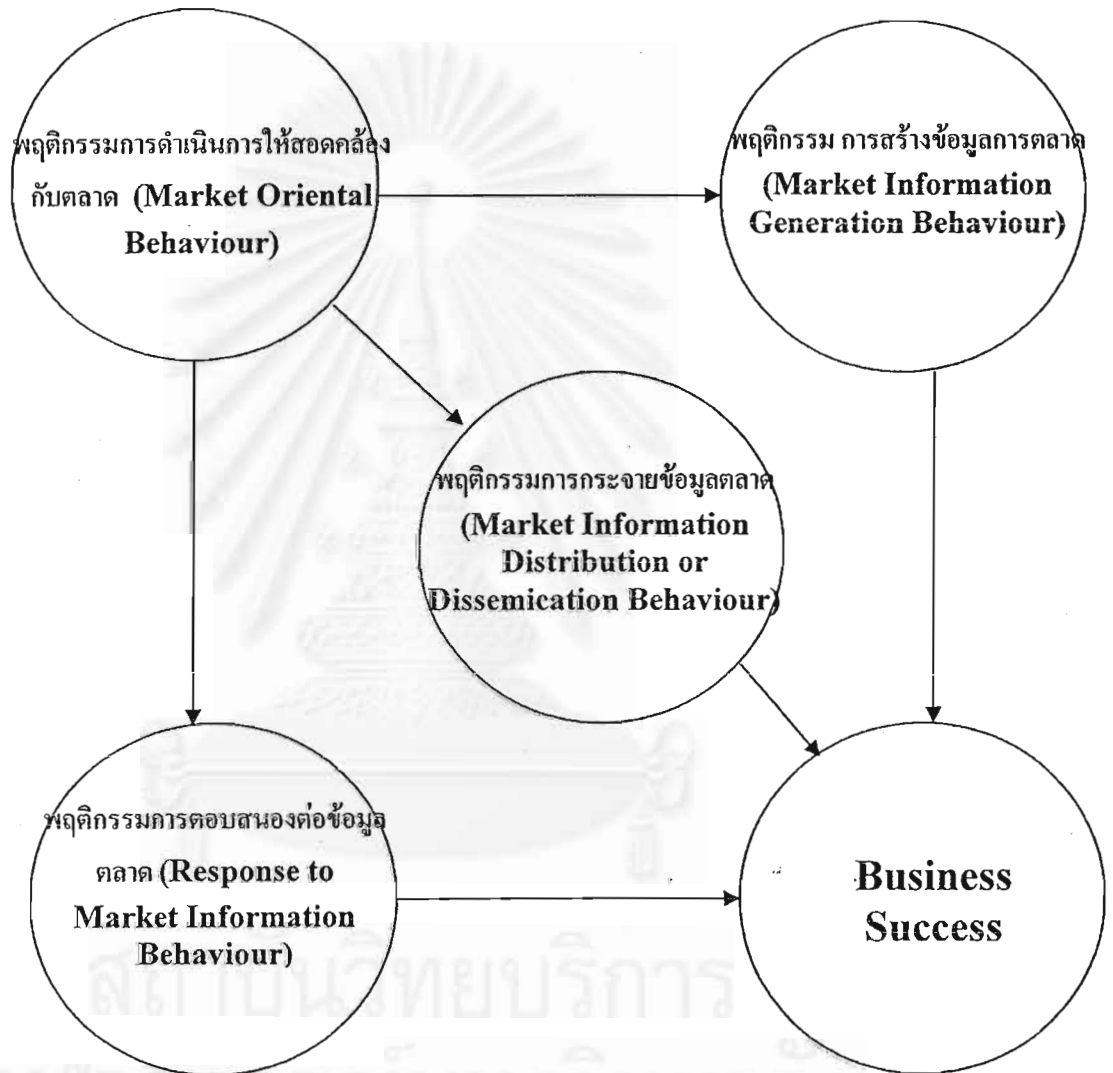
หน่วยงานมีการประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง Homepage, Newsletter, Lecture, Events มีการจัดอบรมให้กับผู้ที่เริ่มประกอบกิจการ (Start up) ในลักษณะของการสัมมนา ประมาณ 1 สัปดาห์ ปีละ 2 ครั้ง และยังมี การฝึกหัดเพื่อเป็นผู้ประกอบการ (Coaching) ซึ่งครอบคลุมเรื่องต่างๆ ดังนี้

- ให้คำปรึกษารายตัว สัมภาษณ์ และฝึกอบรม
- พัฒนาและทบทวนแผนธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนการเงิน และแผนการตลาด
- ให้การสนับสนุนผู้ก่อตั้งธุรกิจในช่วงการแข่งขันแผนธุรกิจ (ในปี 2003 มีผู้เข้าร่วมแข่งขัน 220 ราย ได้รับรางวัล 14 ราย ก่อตั้งธุรกิจได้ 68 ราย)
- พัฒนาแนวคิดทางการเงิน การยื่นขอเงินทุนสนับสนุน
- เครือข่าย

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจของมหาวิทยาลัย จะมีเครือข่ายกับ Business Angel ซึ่งเป็นนักลงทุนที่ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ ในช่วงแรกของการเริ่มดำเนินธุรกิจ ในเรื่องของเงินทุน ความรู้ (know-how) โดยที่ผู้ประกอบการใหม่

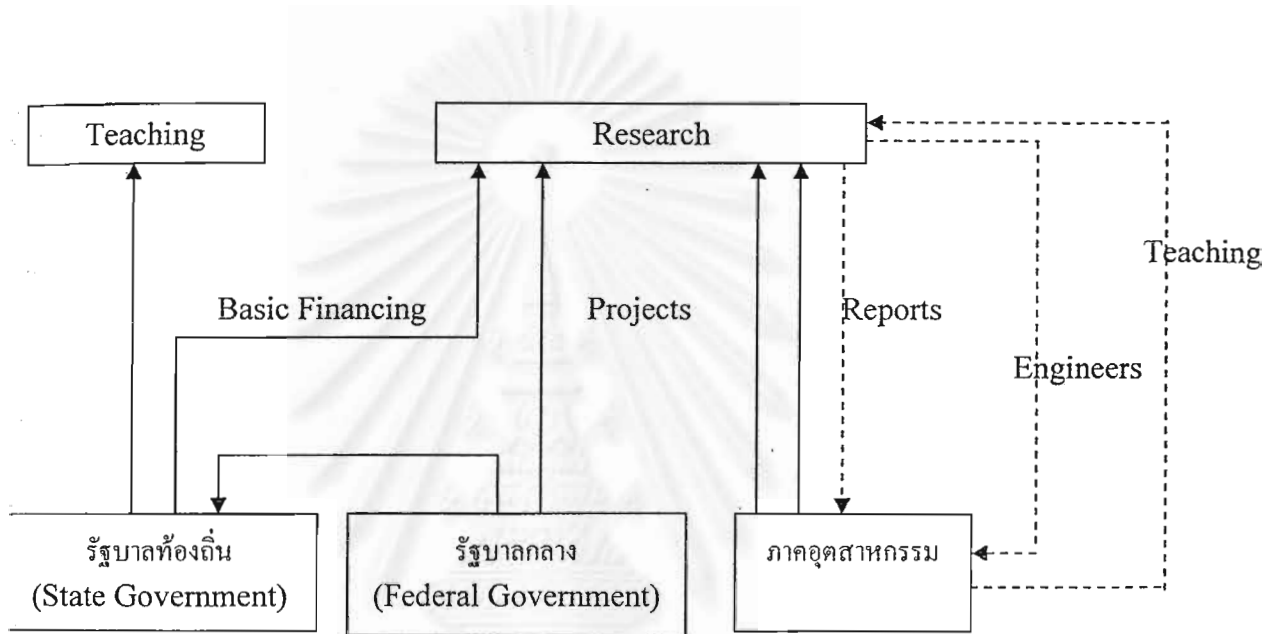
- ต้องการที่จะเสนอความคิดใหม่ๆ ที่จะนำไปสู่การประกอบการเชิงพาณิชย์ได้
- ต้องการหารือ / พูดคุยกับ Business Angles
- ต้องการทำความรู้จัก และหาโอกาสที่จะเป็นประโยชน์ต่อไป

การที่ Start up จะประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับ การดำเนินการที่สอดคล้องกับตลาด (Market orientation) ซึ่งหมายถึง ลูกค้า คู่แข่ง ตัวผลักดันตลาด (Market drivers) และแนวโน้มของตลาด

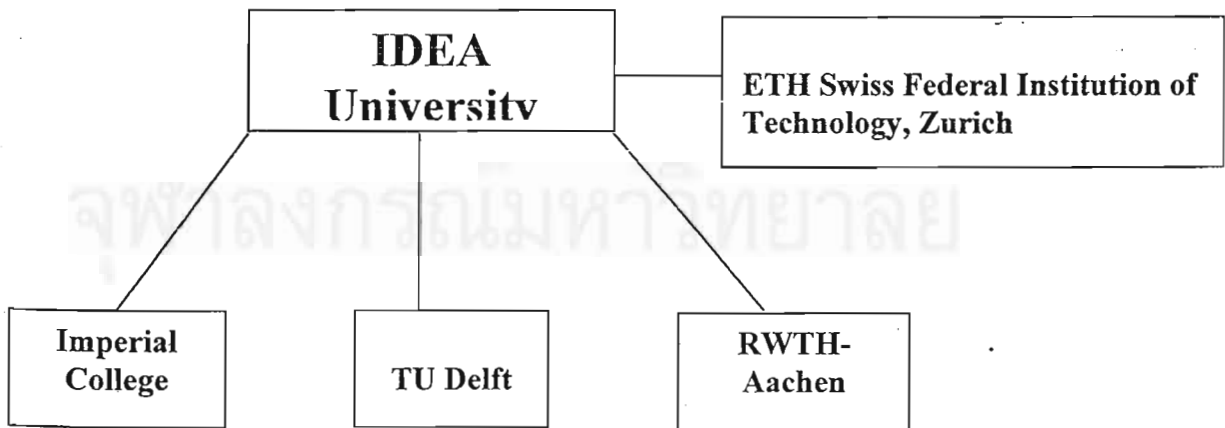


ที่มหาวิทยาลัย RWTH – Aachen มีนักศึกษาทางด้าน Technology มากที่สุดในยุโรป สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย อยู่ในเยอรมันนี ด้านตะวันตกเฉียงเหนือ ซึ่งใกล้กับ เบลเยี่ยม และเนเธอร์แลนด์ อันเป็นประโยชน์ในด้านการตลาด และการลงทุน สำหรับผู้ประกอบการใหม่ๆ

จะเห็นได้ว่า การให้ความรู้และการวิจัยในสถาบันการศึกษา มีความสัมพันธ์และเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันกับภาคอุตสาหกรรม และยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ทั้งในระดับรัฐบาลท้องถิ่น และรัฐบาลกลางของประเทศด้วย ดังแผนภาพที่ปรากฏ



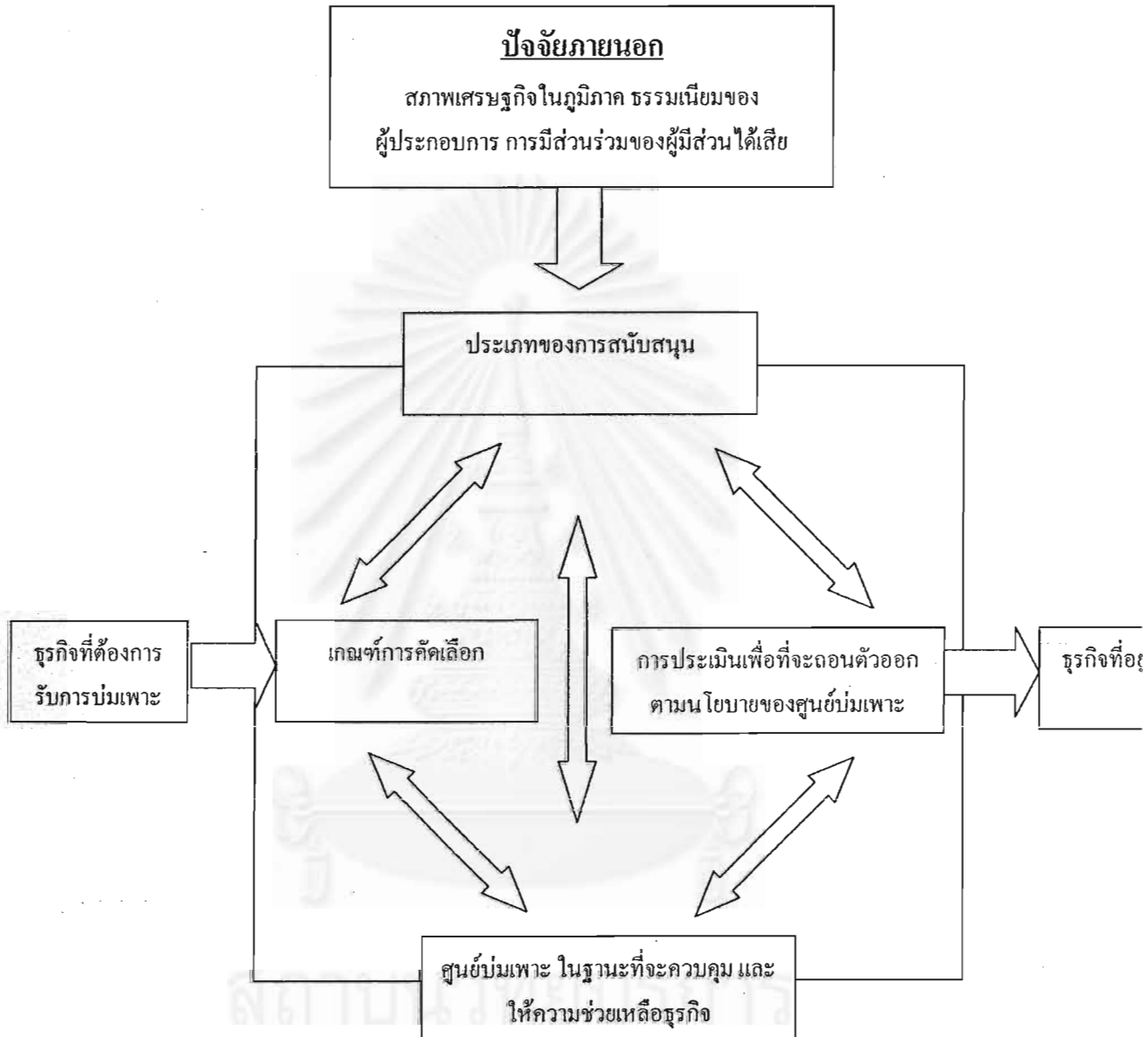
Networking with other universities



2.5.2 Technology University at Delft (TU Delft)

- ที่ TU Delft เป็นมหาวิทยาลัยที่เมือง Delft ประเทศเนเธอร์แลนด์ มีศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะเป็นหน่วยงานที่ช่วยให้มีการก่อตั้งธุรกิจ ช่วยเหลือธุรกิจในช่วงแรกๆ ให้เติบโต เพื่อพร้อมที่จะอยู่อย่างยั่งยืนต่อไปได้
- นโยบายของมหาวิทยาลัย ในการให้การบ่มเพาะธุรกิจ ประกอบด้วย การสนับสนุน และ กิจกรรมต่างๆ ได้แก่
 - คัดเลือกกระบวนการ
 - ให้ความรู้ในการเริ่มต้นดำเนินการ
 - ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุน
 - ให้ความรู้ และ ให้ความช่วยเหลือด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ในการวิจัย
 - ควบคุมกิจกรรมต่างๆ
- รูปแบบของการให้การบ่มเพาะธุรกิจในมหาวิทยาลัย
 - Low Selective มุ่งเน้นหน่วยธุรกิจที่มีผู้ประกอบการคนเดียว พร้อมทั้งจะ Spin-off มักจะอยู่ในธุรกิจบริการ ซึ่งมีการประดิษฐ์คิดค้นค่อนข้างน้อย eg TU Delft
 - Supportive มุ่งเน้นบริษัทที่กำลังโต มีการประดิษฐ์คิดค้นในระดับที่สูงขึ้น
 - Incubator มุ่งเน้นผลตอบแทนด้านการเงิน จากการ exit (eg.IPO) มีการประดิษฐ์คิดค้นในระดับที่สูงขึ้นมากกว่า 2 รูปแบบแรก
- ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจที่ TU Delft ตั้งขึ้นเมื่อ ปี ค.ศ. 1998 ในลักษณะของโครงการ “Technostarters” ซึ่งให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ดังนี้
 - ห้องในอาคารของคณะต่างๆ
 - การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ (จัด โดยคณะ)
 - เงินทุน
 - การให้คำปรึกษา การเป็นที่ปรึกษา การอบรมให้ความรู้
 - สร้างเครือข่าย

รูปแบบกระบวนการของการบ่มเพาะ



เกณฑ์การคัดเลือกผู้ที่ จะเข้ารับการบ่มเพาะ ได้แก่

- โอกาสความเป็นจริง / ความเป็นไปได้ที่จะทำธุรกิจ
- แผนธุรกิจ
- เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย
- เป็นบัณฑิตของมหาวิทยาลัย
- เป็นเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัย

ที่ TU Delft มี Technostarters โดยเฉลี่ยปีละ 8 ราย ปัญหาที่ผู้เข้ารับการบ่มเพาะต้องการความช่วยเหลือมากที่สุด คือ ด้านการตลาด รองลงมาคือ ความไม่แน่นอน กระแสเงินสด ทักษะในการขาย และการบริหารจัดการทั่วไป

นักศึกษา TU Delft มีความคิดดีๆ ในด้านเทคโนโลยี แต่ขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการตลาด ส่วนใหญ่จะมีการแนะนำให้มีผู้ร่วมงาน 2-3 คน ที่มีความแข็งแกร่งในแต่ละด้าน ไม่ควรที่จะเริ่มประกอบการตามลำพัง ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะทำผลิตภัณฑ์ออกมาได้ แต่หาลูกค้าไม่ได้ ผู้ประกอบการมักขาดความรู้ที่จะเจาะตลาด เนื่องจากกังวลว่าจะเชื่อผู้ใดได้ เพราะเกรงว่าสิ่งที่ตนได้เพียงพยายามคิดค้นขึ้นมา จะตกไปอยู่ในมือผู้อื่นนั่นเอง

2.5.3 Enterprise at NUS :

The NUS approach : Entrepreneurship in the University

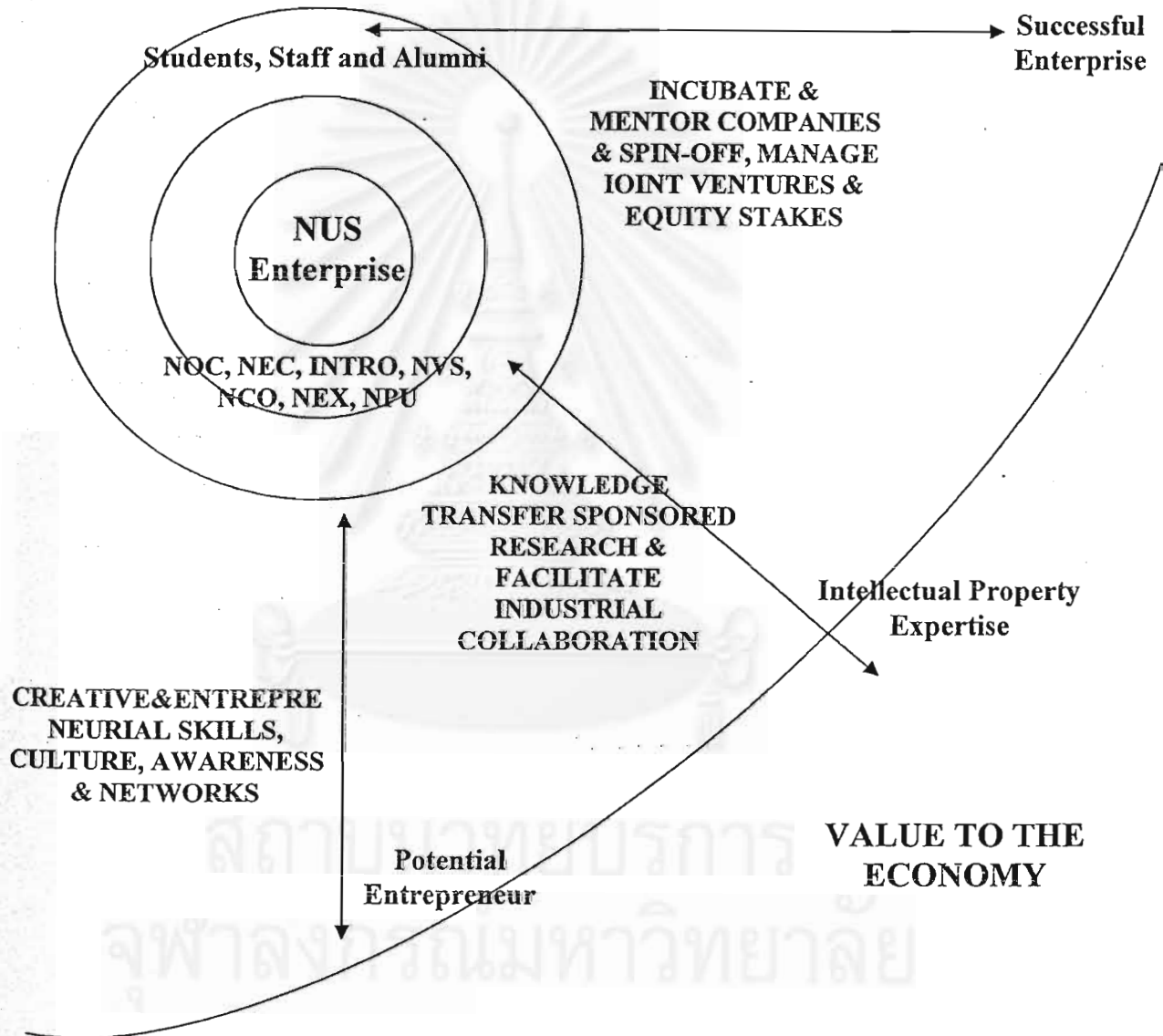
Dr. Tony Tan Keng Yam รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีกลาโหมของสิงคโปร์ ได้กล่าวใน Opening Ceremony of Bigworld เมื่อ 19 มีนาคม 2002 ว่า รัฐบาลสิงคโปร์จะสนับสนุนสภาพแวดล้อมของการเป็นผู้ประกอบการ แต่ความสำเร็จในการส่งเสริมดังกล่าว ต้องเริ่มตั้งแต่ในสถานศึกษา เนื่องจากในสถานศึกษานี้เองที่เด็กๆ จะมีการพัฒนาให้เกิดแรงบันดาลใจ มีทัศนคติที่เป็นรูปเป็นร่างและตัดสินใจว่าเขาต้องการเป็นอะไรในอนาคต

Professor Shih Choon Fong อธิการบดีของ NUS กล่าวใน State of the University Address 2002 ว่า ในปัจจุบันนวัตกรรมทางเทคโนโลยีด้านสารสนเทศ และการสื่อสาร มีการปรับเปลี่ยนเร็วมาก และเป็นสิ่งจำเป็นทางเศรษฐกิจที่จะทำให้สามารถแข่งขันได้ แม้ว่าประเทศในยุโรป และ ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ก็ยังเป็นผู้ตามสหรัฐอเมริกาซึ่งมีระบบเศรษฐกิจเปิด และการปรับตัวที่รวดเร็วเสมอ

ดังนั้น เพื่อที่จะให้อยู่ในระดับเคียงบ่าเคียงไหล่กับเศรษฐกิจโลกใหม่ (New World Economy) NUS จึงต้องส่งเสริมเรื่องของนวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ นอกเหนือจากการมีบทบาทในการสอนและการวิจัยเท่านั้น การศึกษาที่ NUS จึงต้องการมีเชื่อมโยง และให้โอกาสภาคอุตสาหกรรม มีส่วนร่วมในการ เชื่อมโยงการเรียนรู้ การค้นพบสิ่งใหม่ๆ เข้ากับการถ่ายโอนความรู้และการนำไปประยุกต์ใช้

FIG.1

Creating Opportunities from Knowledge



ด้วยเหตุนี้ NUS Enterprise จึงตั้งขึ้นเมื่อตุลาคม 2001 เป็นหน่วยงานอิสระ เป็น
เวทีให้มีการนำนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย มาสู่การทดลองปฏิบัติ และส่งเสริมให้มีการ
ประกอบการต่อไป แม้ว่า NUS Enterprise อยู่ในระยะเริ่มต้น แต่ได้ให้บริการและให้ความ

ช่วยเหลือ แก่ผู้ประกอบการที่เป็นบุคลากรของ NUS รวมทั้งผู้ที่มีศักยภาพ เป็นผู้ประกอบการ เช่น NUS Overseas Colleges in Silicon Valley และ Bio Valley ซึ่งนักศึกษาได้มีโอกาสฝึกงาน กับธุรกิจที่ดั่งใหม่ (Start-up) ที่มีเทคโนโลยีสูงๆ และที่ NUS Enterprise Center ที่ Silicon Valley มีธุรกิจดั่งใหม่ของ NUS ที่ต้องการหาผู้ร่วมทุนในตลาดสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยยังมีฐานข้อมูลเทคโนโลยี Online เพื่อให้ผู้สนใจค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ของ NUS จากส่วนต่างๆของโลกได้

NUS Enterprise : Creating Opportunities from Knowledge

องค์ความรู้ของ NUS มาจากงานวิจัย มหาวิทยาลัยเป็นผู้จัดหาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) อุปกรณ์ เครื่องมือ และให้บริการต่างๆ เพื่อให้ นักวิจัยลงทุนไปกับงานวิจัยของเขา และสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีนวัตกรรมออกสู่สาธารณชน NUS Enterprise ทำให้ผลงานวิจัยในมหาวิทยาลัยได้เชื่อมโยงสู่โลกภายนอกมากขึ้น และนำความรู้ในทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ กลับเข้ามาสู่การเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยด้วย โดยที่สังคมของ NUS ทั้งหมดมีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา บุคลากร หรือศิษย์เก่า

เป้าหมายของ NUS Enterprise ได้แก่

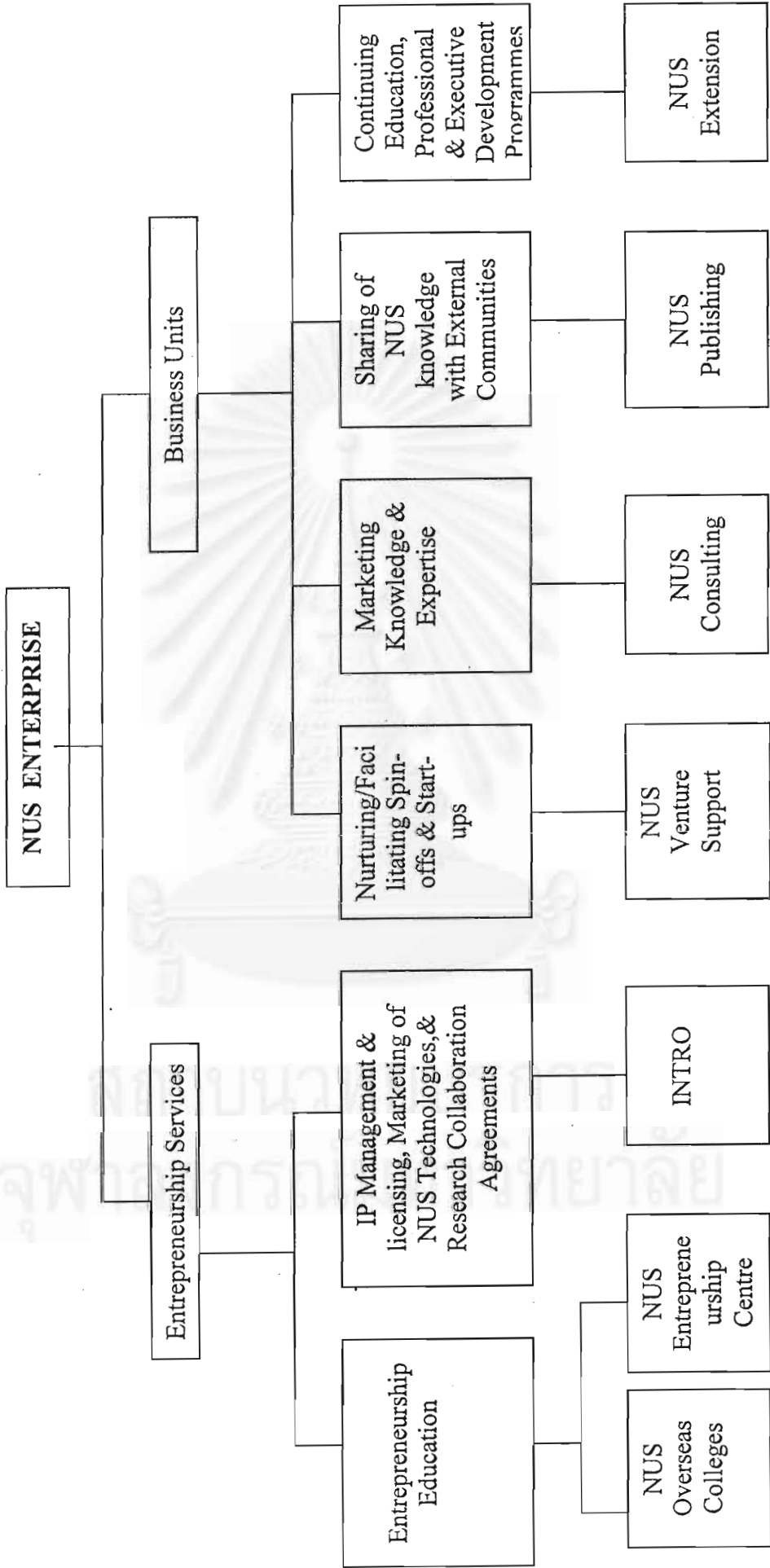
- ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ และปลูกฝังรูปแบบความคิดที่เป็นสากล
- จัดทะเบียน ปกป้อง ทรัพย์สินทางปัญญา และพัฒนาเชิงพาณิชย์
- ให้ความช่วยเหลือดูแล NUS Spin-offs และ Start-ups
- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย และองค์กรภายนอก
- เผยแพร่ความรู้ ของมหาวิทยาลัยสู่สังคมภายนอก

NUS Enterprise ประกอบด้วยหน่วยงานย่อย 7 หน่วย ได้แก่

1. NUS Entrepreneurship Center (NEC) มีกิจกรรมหลักคือ การสอน การวิจัย NEC เป็นหน่วยงานที่มีการสอน Technopreneurship-related Academic Courses ให้แก่นักศึกษา NUS ทั้งในระดับปริญญาตรี และสูงกว่า ตลอดจนในโครงการการศึกษาต่อเนื่อง ที่ให้บริการแก่ศิษย์เก่าของ NUS ตลอดจนกลุ่มผู้ร่วมค้า
2. NUS Overseas Colleges (NOC) ดำเนินโครงการฝึกงานสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีของ NUS ที่ Silicon Valley และ Bio Valley นักศึกษาจะเข้าฝึกงานกับธุรกิจที่ดั่งขึ้นมาใหม่ ที่ใช้เทคโนโลยีสูง และในขณะเดียวกันนักศึกษาจะเข้าเรียนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเป็นผู้ประกอบการที่ Stanford University หรือ University of Pennsylvania ด้วย

3. NUS Industry and Technology Relations Office (INTRO) เป็นหน่วยงานที่ดูแลปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาที่มหาวิทยาลัยสร้างขึ้น
 - ดำเนินการเรื่องหนังสืออนุญาต ให้บริษัทที่ประกอบการอยู่แล้ว และที่จะจัดตั้งใหม่สามารถใช้เทคโนโลยีของมหาวิทยาลัย
 - ดำเนินการด้านการตลาดสำหรับเทคโนโลยีของมหาวิทยาลัย
 - สร้างความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรม โดยการให้ทุนทำวิจัย และการทำข้อตกลงความร่วมมือกัน
 - บริหารจัดการฐานข้อมูลเทคโนโลยี Online และทะเบียนผู้เชี่ยวชาญ
4. NUS Venture Support (NVS) เป็นหน่วยงานที่มีกิจกรรมหลัก คือ บ่มเพาะธุรกิจ และการตั้งศูนย์ธุรกิจ在不同ประเทศ เพื่อเป็นช่องทางให้ธุรกิจตั้งใหม่ของ NUS สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้
5. NUS Consulting
6. NUS Publishing
7. NUS Extension

FIG 2. UNIT UNDER THE NUS ENTERPRISE CLUSTER



2.5.4 University of Science and Technology Beijing (USTB)

Industry Relation Setups

มหาวิทยาลัย Science and Technology แห่งปักกิ่ง (USTB) ตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1952 โดยเป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถด้านเหมืองแร่ โลหะวิทยา วัสดุศาสตร์ และวิศวกรรมศาสตร์ของประเทศ

ขณะนี้ (ปี ค.ศ. 2006) มหาวิทยาลัยมีนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประมาณ 11,500 คน นักศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ประมาณ 7,000 คน นักศึกษาบางเวลา และนักศึกษาต่อเนื่อง ประมาณ 9,500 คน

มหาวิทยาลัยเปิดสอนหลักสูตรต่างๆ ในระดับปริญญาตรี 40 หลักสูตร ระดับปริญญาโท 109 หลักสูตร หลักสูตรระดับปริญญาโทด้านวิชาชีพ 20 หลักสูตร และระดับปริญญาเอก 48 หลักสูตร โดยมีจำนวนอาจารย์ทั้งสิ้นประมาณ 1,100 คน

มหาวิทยาลัย Science and Technology แห่งปักกิ่ง มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ผ่าน Business and Industrial Group ซึ่งขึ้นตรงต่อรองอธิการบดีด้านบริหารของมหาวิทยาลัย

Business and Industrial Group ประกอบด้วยหน่วยงาน ที่สำคัญ 3 ส่วน ได้แก่

1. USTB Science Park
2. Fangxing Incubator
3. บริษัทต่างๆ

การถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายโอนความรู้ด้านเทคโนโลยี การทำวิจัย การให้คำปรึกษา การฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการ/ธุรกิจ อยู่ในความดูแลของรองอธิการบดีด้านวิจัย โดยความร่วมมือของคณะต่างๆ ของมหาวิทยาลัยในด้านห้องปฏิบัติการทดลองและศูนย์วิจัย ได้แก่ School of Civil & Environment คณะวิศวกรรมโยธาและสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์และวัสดุศาสตร์ School Of Metallurgy , Ecological Engineering , School Of Sufo Engineering คณะวิศวกรรมเครื่องกล คณะบริหารจัดการ คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ ความสัมพันธ์เชื่อมโยงของ USTB กับอุตสาหกรรม เน้นหนักในด้านวิศวกรรม และเทคโนโลยีต่างๆ และมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมเหล็ก เป็นอย่างมาก

มหาวิทยาลัยมีรายได้ ประมาณปีละ 600 ล้านดอลลาร์ โดยเป็นงบประมาณ ด้านการศึกษาจากรัฐบาลกลาง ประมาณ 40% จากการทำวิจัย และการให้บริการวิชาการ แก่ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ประมาณ 30%

2.5.5 UP-AFI Technology Business Incubator (TBI)

University of the Philippines (UP)

UP-AFI Technology Business Incubator (TBI) เป็นความร่วมมือตกลงกันระหว่าง University of the Philippines และ Ayala Foundation Incorporation เพื่อที่จะกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือกันระหว่าง นักวิชาการ และภาคธุรกิจอุตสาหกรรม และเพื่อพัฒนารูปแบบในการสร้างกำลังคนในประเทศ ต้องการ ในอันที่จะสามารถแข่งขันในด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ และ เทคโนโลยีการสื่อสาร ในเวที โลกได้

University of the Philippines เป็นผู้รับผิดชอบให้นักศึกษาและอาจารย์ มีการทำวิจัยและพัฒนา ในสิ่งที่ภาคอุตสาหกรรมต้องการ เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ในขณะที่ Ayala Foundation Incorporation รับผิดชอบและมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคม IT (IT Community) ซึ่งประกอบด้วย ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและนักวิชาการ ตลอดจนรับผิดชอบในการ บริหารจัดการศูนย์

TBI มีเนื้อที่ทั้งสิ้นประมาณ 50,000 ตารางเมตร ภายใน UP-Diliman Campus Science & Technology Park's South sector โดยที่ แบ่งเป็นพื้นที่ให้เช่า 520 ตารางเมตร ซึ่งจัดทำเป็นห้อง สำนักงาน 8 ห้องๆ ละประมาณ 80 ตารางเมตร และโถงกลาง ซึ่งใช้เป็นที่แสดงสินค้าและทำ การตลาดได้ TBI มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ผู้ที่เข้ารับการบ่มเพาะด้วย เช่น อินเทอร์เน็ต ศูนย์ ธุรกิจที่มีเครื่องถ่ายเอกสาร โทรสาร เครื่องพิมพ์เลเซอร์ เป็นต้น มีการรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และมีที่จอดรถได้ประมาณ 40 คัน

เกณฑ์การพิจารณา ผู้ที่จะเข้ารับการบ่มเพาะจากศูนย์ TBI

1. กลุ่มผู้ที่อยู่ในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ ได้แก่

- Technology start ups จะเป็นบริษัทเล็กๆ หรือส่วนงานย่อยของบริษัทใหญ่ก็ได้
- บริษัทที่ดำเนินงานแล้ว และมีความประสงค์ที่จะทำ R&D ใหม่ๆ UP
- ผู้ให้บริการ R&D
- Technology Venture Capital firms ที่จะคอยช่วยเหลือ start up companies

2. เทคโนโลยีที่เป็นเป้าหมายคือ เทคโนโลยีด้าน ICT (Information and Communication Technology) ได้แก่

- Internet Technology
- Network Technology
- Wired and Wireless Technology
- Data communication

- Digital signal processing

3. ผลิตภัณฑ์และบริการที่สนับสนุนด้าน ICT

- Algorithm development
- Software design & development
- Hardware design & development
- Microelectronics design

4. เอกสารที่ต้องการเพื่อพิจารณาคุณสมบัติ ของผู้ที่จะเข้ารับการบ่มเพาะ ได้แก่

- หนังสือจัดตั้ง และจดทะเบียนบริษัท
- ในอนุญาตประกอบธุรกิจ ในปีปัจจุบัน
- Company / Business Profile
- ข้อเสนอโครงการในการใช้พื้นที่ ตลอดจนรายละเอียดของกิจกรรมที่จะดำเนินการ
- รายงานการเงินล่าสุด ที่มีผู้สอบบัญชีรับอนุญาตรับรอง

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนา SME

3.1 การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศไทย

การพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อาศัยแนวทางที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ภาคอุตสาหกรรม) ส่วนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) (แบบร่าง) ยังคงระบุไว้ในแผนนี้เช่นกันในการที่วางแนวทางให้มีการร่วมกลุ่ม (Cluster) สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกัน และสรุปผลการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการระดับชาติในเรื่อง ยุทธศาสตร์ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ผ่านมาจากองค์กร และแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เป็นศูนย์กลางประสานการส่งเสริมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเท่าที่ควร ถึงแม้ว่ากิจกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กระทำมาเป็นเวลานานอย่างต่อเนื่องและด้วยดีตลอดมา

3.1.1 นโยบายของรัฐในด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กำหนดเป็นกระบวนการไว้ ในการส่งเสริมให้เกิดการสร้างงาน และขยายฐานการผลิตให้มั่นคงยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การปรับโครงสร้างการผลิต และการค้าให้เป็นไปในทิศทางที่สามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจ การพึ่งพาตนเอง และสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจส่วนรวม โดยมุ่งเน้นใน 2 ประการคือ

1. การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้เป็นระบบครบวงจร การขยายฐานด้านเทคโนโลยี การสร้างความเชื่อมโยงและรับช่วงระหว่างกิจการและกลุ่มอุตสาหกรรม การฝึกอบรมผู้ประกอบการ และการเพิ่มการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) รวมทั้งการเชื่อมโยงเครือข่าย และการเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยี
2. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นปัจจัยสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน การขยายสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการรวมทั้งสนับสนุนความร่วมมือในรูปแบบการสหกรณ์

3.1.2 การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของรัฐบาล

รัฐบาลได้มีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

1. จัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการเดิม และเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่ อย่างเป็นระบบและเป็นแกนหลักในการสร้างความเติบโต รวมทั้งเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในอนาคต
2. การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ ส่งเสริมบทบาทของสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม และสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ สำหรับเศรษฐกิจใหม่ที่ใช้ความรู้เป็นฐาน
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธุรกิจชุมชน
4. ส่งเสริมให้ธุรกิจค้าปลีก ขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถดำรงอยู่ และปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันการเปิดเสรีด้านการค้าและบริการได้

นอกจากนี้ นโยบายที่สำคัญของรัฐบาล ยังประกอบด้วย การสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม การตลาด การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมการกระจายสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในภูมิภาค การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ทั้งส่วนที่เป็นผู้ประกอบการเดิม และสร้างผู้ประกอบการใหม่ การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการปรับปรุงระบบการทดสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับสากล

มาตรการส่งเสริม SMEs ที่รัฐบาลดำเนินการ

ในระหว่างที่ผ่านมารัฐบาลได้ดำเนินมาตรการหลายด้าน เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs เดิม และเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่ ตลอดจนดูแลแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ ให้แก่ SMEs ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้

1. การส่งเสริมภายใต้ พระราชบัญญัติ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พศ. 2543 เพื่อวางรากฐาน สร้างกลไก และระบบการส่งเสริม SMEs ให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ต่อเนื่อง มีความเชื่อมโยง และบูรณาการ การทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน ให้ขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อลดความซ้ำซ้อน เพิ่มประสิทธิภาพ และกระจายผลสู่ SMEs ได้ทั่วถึงยิ่งขึ้น ได้แก่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.1 การดำเนินงานตามบทเฉพาะกาลของพระราชบัญญัติ

การส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ทำหน้าที่ เป็นสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นผู้อำนวยการสำนักงานฯ รวมทั้งเป็นกรรมการ และเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริม SMEs ด้วยตามที่กฎหมายกำหนดไว้ และได้ดำเนินงานส่งเสริม SMEs มาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำแผนแม่บทการพัฒนา SMEs (ภาคอุตสาหกรรม) เสนอขอความเห็นชอบ จากคณะรัฐมนตรี ไปแล้ว และคณะกรรมการส่งเสริม SMEs ภาคอุตสาหกรรม ภายใต้ พรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจฯ พ.ศ. 2543 ตั้งแต่วันที่ 15 กันยายน 2543

1.2 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เป็นกรรมการระดับนโยบาย ที่ได้รับการแต่งตั้งเต็มองค์ประกอบ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2543 เพื่อพิจารณาตัดสินใจในเรื่องสำคัญๆ ในระดับนโยบาย เช่น การให้ความเห็นชอบในการแต่งตั้งผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริม SMEs การติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์การพัฒนา SME s โดยจัดทำฐานข้อมูล SMEs แห่งชาติ จัดทำแผนงานโครงการเร่งด่วน ของสำนักงานฯ เพื่อฟื้นฟู SMEs การสร้างความเชื่อมโยง ระหว่างโครงการต่างๆ ที่รัฐได้ลงทุนไปแล้ว กับสถาบันการเงิน และตลาดทุน เพื่อให้การส่งเสริมครบวงจร

1.3 การจัดตั้งกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กองทุนส่งเสริม SMEs ตาม พรบ.ส่งเสริม SMEs จะเป็นกลไกสำคัญในการผลักดัน การพัฒนา SMEs ไปสู่เป้าหมาย โดยรัฐบาลลงเงินทุนประเดิม เงินอุดหนุนประจำปี จัดสรรจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้มอบให้ หรือคอกผล และรายได้ของกองทุน กองทุนนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี จาก 100 ล้านบาท ในปี 2544 เพิ่มขึ้นเป็น 1,000 ล้านบาท ในปี 2546 และปี 2549 ได้รับเกือบ 1,800 ล้านบาท

1.4 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้รับการจัดตั้งขึ้นตาม พ.ร.บ.ส่งเสริม SMEs พ.ศ. 2543 เป็นนิติบุคคล และหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริม SMEs ให้ดำเนินการส่งเสริม SMEs ไปในทิศทางที่ถูกต้องตรงตามเป้าหมาย โดยมีภารกิจสำคัญ ดังต่อไปนี้

1.4.1 ทำหน้าที่วางแผนและเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการของหน่วยงานต่างๆ

สสว. มีบทบาทเป็นส่วนงานวางแผนและเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ของทุกหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้การส่งเสริม โดยการทำหน้าที่ประสานงาน (Coordinator) อำนวยการให้ความสะดวก แก่หน่วยงานปฏิบัติการส่งเสริม SMEs (Facilitator) และให้การส่งเสริมสนับสนุน หน่วยงานปฏิบัติการส่งเสริม SMEs (Promotor)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.4.2 ทำหน้าที่ดำเนินการส่งเสริมธุรกิจ SMEs

สสว. มีภารกิจที่จะต้องลงมือปฏิบัติการส่งเสริมในกิจกรรมที่หน่วยงานส่งเสริม SMEs อื่นๆ ยังไม่ได้ทำ หรือทำแล้วแต่ยังไม่กระจายไปยังผู้ประกอบการมากพอ ดังนั้น สสว. จะเข้าไปมีบทบาทในการดำเนินการส่งเสริม และสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้เกิดศักยภาพมากขึ้น

ทาง สสว. ได้มีการจัดทำนโยบาย และแผนส่งเสริม SMEs ต่อจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยเพิ่มขอบเขตของแผนให้ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ มีการจัดทำรายงานสภาพการณ์ SMEs เป็นรายไตรมาสเสนอต่อรัฐบาล รัฐสภา และประชาชนทั่วไป ทำการติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs ตลอดจนดำเนินการจัดตั้งฐานข้อมูล SMEs แห่งชาติ เพื่อให้ทุกฝ่ายในประเทศ สามารถใช้ประโยชน์ในการวางแผน และทำธุรกิจได้

2. การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs

ภาครัฐและภาคเอกชน และนักวิชาการได้ระดมความคิดเห็นในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ในเดือนมิถุนายน 2544 จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs และมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รับผิดชอบดำเนินการ ทั้งในรูปโครงการที่ต้องเร่งรัดผลักดัน การขยายผล และการริเริ่มโครงการใหม่ โดยกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นแกนนำในการประสานและติดตามความคืบหน้าทุก 3 เดือน การที่มีการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนา SMEs นั้น ให้ผลดังต่อไปนี้

1. การสนับสนุนให้ SMEs เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของประเทศนั้น ได้ทำกิจกรรมดังต่อไปนี้
 - โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (เป้าหมายคืออบรมผู้มีศักยภาพ ที่จะเป็นผู้ประกอบการ 5,000 คนต่อปี)
 - การจัดตั้งศูนย์บริการวิสาหกรรมการ
 - การส่งเสริมร้านค้าชุมชนในจังหวัดต่างๆ (กรมการค้าภายใน)
 - โครงการด้านการจัดที่ปรึกษา เพื่อให้คำแนะนำแก่โรงงาน ซึ่งเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพ และยกระดับมาตรฐานการผลิต
 - การกำหนดสินค้าเป้าหมายสำหรับประเทศ ในการพัฒนาและส่งออก โดยมีหน่วยหลักดำเนินงานด้านนี้ ทั้งกระทรวงอุตสาหกรรม ที่จัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา โครงการจัดทำ Competition Benchmarking ของอุตสาหกรรม 13 สาขา และกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีแผนการส่งเสริม การส่งออกทั้งรายสินค้า และตลาด

2. มาตรการด้านการเงิน

- การจัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธนาคาร SMEs)

ธนาคาร SMEs เป็นธนาคารที่สามารถให้บริการทางการเงินครบวงจร ใกล้เคียงกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไป เช่น การรับฝากเงิน โฉนดเงินทางกระแสรายวัย บริการสินเชื่ออื่นๆ นอกจากการให้กู้ยืมโดยตรง เช่น การทำแฟคตอรี และลิสซิ่ง การทำธุรกิจเงินตราต่างประเทศ เพื่อให้บริการแก่ SMEs ที่มีธุรกิจการส่งออก และการค้ากับต่างประเทศ สามารถเข้าร่วมทุนในกิจการที่มีศักยภาพ ตลอดจนการให้บริการให้คำปรึกษา แนะนำ และบริการอื่นๆ ที่จำเป็นเพื่อช่วยเหลือ สนับสนุน ธุรกิจ SMEe ให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ในการพัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

โครงการของธนาคาร SMEs ที่สำคัญๆ ในระยะเวลาที่ผ่านมา เช่น โครงการเสริมแกร่งส่งออก เพื่อสร้างผู้ส่งออกรายใหม่ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ โครงการเงินกู้โชวห่วยช่วยชาติ โดยปรับให้เป็นโชวห่วยที่ทันสมัย พัฒนาระบบการจัดการ ระบบบัญชี โครงการปั้นดาวชนบท ส่งเสริมการตลาดสินค้าวิสาหกิจชุมชน โครงการ Food Safety for Export, New Champion Fund (ร่วมกับวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล) โครงการ Franchise Management Centre และโครงการ 3 ประสานเศรษฐกิจส่งออกร่วมกับกรมส่งเสริมการส่งออก และ EXIM Bank ฯลฯ

- การให้สินเชื่อแก่ SMEs ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายให้สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ สนับสนุนสินเชื่อแก่ SMEs อย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) และอื่นๆ จำนวน 9 หน่วยงาน มีเป้าหมายในการให้สินเชื่อแก่ SMEs ที่ขาดแคลนเงินทุน ขาดสภาพคล่อง รวมทั้งให้การสนับสนุนไม่น้อยกว่า 6,000 ราย (เฉลี่ยรายละ 1 ล้านบาท) ภายในปี 2549

ทั้งนี้รัฐบาลได้มีส่วนช่วยในการเชื่อมโยงระหว่าง SMEs ที่มีศักยภาพกับสถาบันการเงิน ในการลดอุปสรรคที่จะเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยที่สถาบันการเงิน ก็มีข้อมูลและความสนใจเพียงพอที่จะพิจารณาสินเชื่อหลายวิธี เช่น

- โครงการสินเชื่อ เพื่อเตรียมการส่งออก สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นโครงการภายใต้โครงการสามประสานกู้เศรษฐกิจส่งออก ซึ่ง EXIM Bank ร่วมกับ บอย. และกรมส่งเสริมการส่งออก จัดสินเชื่อสำหรับ SMEs ที่มีฐานะทางการเงินไม่สู้ดีนัก และมีกำลังซื้อสินค้าจากผู้ซื้อในต่างประเทศแล้ว ทางกรมส่งเสริมการส่งออกเองก็จะช่วยเหลือด้านให้ข้อมูลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้สั่งซื้อในต่างประเทศด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- โครงการชুবชีวิตธุรกิจไทย เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการให้ความช่วยเหลือแก่ SMEs ที่ยังดำเนินงานอยู่ให้สามารถพลิกฟื้นกิจการได้เร็วขึ้น โดยการให้มีแผนฟื้นฟู หรือปรับปรุงกิจการที่ดี เพื่อใช้เป็นแผนธุรกิจในการขอการสนับสนุนสินเชื่ออุตสาหกรรม

ตาราง รายงานผลสินเชื่อ SMEs ของธนาคารพาณิชย์ของรัฐ

หน่วย : ล้านบาท

รายงานผลสินเชื่อ SMEs ของธนาคารพาณิชย์ของรัฐ ตามแผนเชิงยุทธศาสตร์ของสถาบันการเงินของรัฐ มกราคม-ธันวาคม 2548				
สถาบันการเงิน	เป้าหมาย สินเชื่อ	ยอดอนุมัติ สินเชื่อ	เปรียบเทียบกับ เป้าหมาย (%)	ยอดไม่อนุมัติ สินเชื่อ
1. ธนาคารออมสิน	11,000	14,602	133	-
2. ธนาคารกรุงไทย จก.(มหาชน)	39,600	49,901	126	-
3.ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร	5,970	15,693	263	-
4. ธนาคารนครหลวงไทย	12,000	30,723	256	-
5. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า แห่งประเทศไทย	15,000	9,395	63	-
6. ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)	22,000	15,560	71	-
7. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	38,000	34,125	90	-
รวมทั้งสิ้น	143,570	169,999	118	-

ที่มา : ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

- การสนับสนุน SMEs ของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง มีโครงการสนับสนุน SMEs นอกเหนือจากการสนับสนุนสด้านสินเชื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธนาคารขนาดใหญ่ 6 แห่ง เช่น ธนาคารกรุงเทพ ซึ่งมีโครงการพัฒนา SMEs ร่วมกับหน่วยงานของรัฐและเอกชน ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารทหารไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นต้น ดังนั้น ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่างๆ จัดเป็นแหล่งสินเชื่อที่สำคัญของ SMEs

- การสนับสนุนด้านการค้าประกันสินเชื่อ ของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรม (บสย.)

ได้มีการปรับปรุงระบบการค้าประกันสินเชื่อ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้ระบบธนาคารพาณิชย์ สามารถปล่อยสินเชื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการ SMEs ที่มีหลักประกันไม่เพียงพอ โดยการพัฒนาระบบการค้าประกันสินเชื่อให้แก่ SMEs ใหม่ เป็นการประกันสินเชื่อกลุ่มรายภาคอุตสาหกรรมธุรกิจ (Risk Participation) ซึ่งจะเป็นเครื่องมือกระจายความเสี่ยงทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ โดยอาศัยปริมาณ และขนาดของกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ดี เข้ามารับการค้ำประกันเป็นสำคัญ การดำเนินโครงการประกันสินเชื่อกลุ่มของ บสย. มีเป้าหมายที่สถาบันการเงินของรัฐ เป็นอันดับแรกในปี 2548 บสย. ได้อนุมัติค้ำประกันสินเชื่อแก่ SMEs รวมแล้วกว่า 2,794 ราย เป็นวงเงินถึง 6,018 ล้านบาท

- การสนับสนุนในรูปส่วนของทุน หรือส่วนของเจ้าของ

มีการดำเนินงานผ่านช่องทางทางการสนับสนุนธุรกิจร่วมทุน (Venture Capital) หรือกองทุนประเภทอื่นๆ ตลอดจนการเข้าระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์โดยตรง เท่าที่ผ่านมาได้มีการจัดตั้งกองทุนรวม เพื่อร่วมลงทุนใน SMEs จำนวน ส่วน แต่ก็มีปัจจัยอยู่หลายประการ ที่ทำให้การเข้าร่วมทุน ต้องใช้เวลามากพอสมควร เช่น SMEs ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องโครงสร้างทางการเงินมาก ไม่พร้อมที่จะเปิดเผยข้อมูลของกิจการ ระบบบัญชีไม่ได้มาตรฐาน เป็นปัญหาในการวิเคราะห์เชิงลึก เป็นต้น

ด้านการสนับสนุนธุรกิจร่วมลงทุน (Venture Capital) ในประเทศไทยนั้น เพื่อช่วยกระตุ้นการลงทุนระยะยาว จากต่างประเทศ ในลักษณะผู้ลงทุนไม่เข้าควบคุมการบริหารงาน โดยเป็นการลงทุนทางตรงในกิจการที่มีศักยภาพ ในการเติบโตทั้งกิจการที่ดำเนินการอยู่แล้ว หรือกิจกรรมที่เริ่มจัดตั้งใหม่ โดยผู้ร่วมลงทุน จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการนั้นๆ และส่งเสริมให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีระบบตามมาตรฐานสากล ก่อนจะนำกิจการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้รัฐบาลจะให้สิทธิประโยชน์ ทางภาษีด้วย โดยการยกเว้นภาษีให้ด้วย

ในระหว่างเดือนมกราคม ถึงสิ้นเดือนธันวาคม 2548 กองทุนร่วมลงทุน ภาครัฐและสถาบันการเงินของรัฐ ได้แก่ กองทุนร่วมลงทุนเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขัน ของธุรกิจไทย กองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ได้อนุมัติเข้าร่วมทุนกับ SMEs รวม 99 ราย วงเงิน 2,742 ล้านบาท

3. มาตรการด้านการตลาดเพื่อสนับสนุน SMEs

รัฐบาลได้ดำเนินการส่งเสริมผู้ประกอบการในประเทศ ดังต่อไปนี้

- ให้การสนับสนุนการจัดตั้งร้านค้าชุมชน

มีการส่งเสริมการจัดตั้งร้านค้าชุมชน ในเขตห่างไกลให้ได้มีร้านค้าของตนเอง เป็นการสร้างรายได้แก่ชุมชน และช่วยให้ประชาชนได้ซื้อสินค้าที่จำเป็น ในราคาที่เป็นธรรม โดยกรมการค้าภายในจะให้ร้านค้าชุมชนที่ตั้งครั้งแรก ยืมเงินทุนในรูปแบบสินเชื่อเงิน 30,000-50,000 บาท และจัดหาร้านค้าส่งให้ร้านค้าชุมชน กรณีที่กิจการสามารถดำเนินธุรกิจไปได้ดี ก็สามารถขอยืมเงินทุนเพื่อขยายร้าน วงเงินไม่เกิน 100,000 บาท ได้ นอกจากนี้ยังให้ความช่วยเหลือด้านการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการในเชิงพาณิชย์ แก่ผู้บริหารร้านค้าชุมชน เพื่อให้สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- พัฒนาการค้าปลีกขนาดกลางและขนาดเล็กในภูมิภาค

มีการจัดทำร้านค้าต้นแบบ เป็นตัวอย่างให้ร้านค้าปลีกรายอื่น นำไปปรับปรุงระบบการดำเนินงานในร้านของตนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถทำกำไรและอยู่รอดได้ เป็นการช่วยเหลือผู้ค้าปลีกรายย่อย ที่มีเงินทุนน้อย ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ โดยที่หน่วยงานของรัฐจะเข้าร่วมดำเนินการในระยะ 1-3 ปีแรก นอกจากนั้นก็ดำเนินการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในการสั่งซื้อและส่งสินค้า ทำให้ต้นทุนสินค้าต่ำลง และสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการ ค้าปลีกรายใหญ่ได้ดีขึ้น

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินการจัดการอบรม สัมมนา เสริมสร้างความรู้ความสามารถ และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในด้านต่างๆ เช่น การบริหารจัดการ การตลาด การบัญชี วิธีการค้าขายสมัยใหม่ กฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยร่วมกับสมาคมผู้ค้าปลีกไทย และหอการค้าไทย ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด หลายครั้ง นอกจากนี้ยังจัดทำร้านค้าต้นแบบ (Model) โดยจ้างที่ปรึกษามาดำเนินการให้ความรู้ และคำปรึกษาแนะนำในการวางระบบแก่ร้านค้าปลีก ทั้งด้านรูปแบบร้าน และการจัดการ ทั้งนี้โดยการคัดเลือกร้านค้าที่มีศักยภาพเหมาะสม ในแต่ละภูมิภาค มาดำเนินการออกแบบ และวางระบบ เป็นร้านค้าต้นแบบ เพื่อให้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ใช้เป็นแนวทางในการปรับตัว

สำหรับการประกอบธุรกิจในรูปแบบเฟรนไชส์ ก็ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการร่างกฎหมาย โดยประกอบด้วยผู้แทนสถาบันเอกชน สถาบันผู้บริโภคร และส่วนราชการ พิจารณาลักษณะการประกอบธุรกิจเฟรนไชส์ กฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กำหนดแนวทางกฎหมายดูแลระบบเฟรนไชส์ ให้เกิดความเป็นธรรม และยังมีบททบทวนกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจค้าปลีก เพื่อจัดระบบธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ทุกประเภท ให้สามารถอยู่ร่วมกันในชุมชนได้ โดยมีแนวทางกำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในด้านสำคัญคือ การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ การขจัดความเสียเปรียบระหว่างธุรกิจ และปกป้องผลกระทบต่อชุมชน และสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังมี

แนวโน้มที่จะจำกัดการขยายตัวของธุรกิจ คิสเคัสโตร์ จากต่างประเทศ ในเขตชุมชนเมือง เพื่อช่วยให้ร้านค้าปลีกขยายยอดขายสามารถอยู่รอดได้

- การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า

รัฐบาลได้ดำเนินการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า ในระดับจังหวัด ภาค ประเทศ และในต่างประเทศ ในพื้นที่จังหวัดต่างๆ โดยการริเริ่มโครงการ Thailand Plaza (ศูนย์การค้าตลาดผลิตภัณฑ์ไทย) การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการลงทุน การจัดตั้งศูนย์การค้าทั้งในและต่างประเทศ สนับสนุนภาคเอกชน ให้จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า ในตลาดตะวันออกกลาง ตลอดจน โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบท เพื่อการท่องเที่ยว

บริษัทค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด ซึ่งจัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2545 ให้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กระจายสินค้า แก่ SMEs ในภาคการค้าปลีก โดยจัดหาสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีกสมาชิก ในราคายุติธรรม

- การส่งเสริมการพัฒนารายี่ห้อสินค้าไทย

โครงการสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทย (Thailand Brand) มีการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ และอนุญาตให้ผู้ส่งออกใช้ตราสัญลักษณ์อย่างต่อเนื่อง

- การให้บริการระบบข้อมูลการค้า

มีหลายหน่วยงานที่ให้บริการด้านข้อมูลแก่ธุรกิจ SMEs เช่น บริการห้องแนะนำการค้า ของกรมส่งเสริมการส่งออก ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสนับสนุนของ BOI เป็นต้น

4. มาตรการด้านทรัพยากรมนุษย์

- การสร้างผู้ประกอบการใหม่

การดำเนินงานบ่มเพาะทักษะการเป็นผู้ประกอบการ โดยวิธีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่กำลังคิดและตั้งใจจะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ เช่น ผู้ที่มีอาชีพ และรับเงินเดือนอยู่แล้ว แต่อยากเปลี่ยนเข็มชีวิต มาเป็นผู้ประกอบการ หรือผู้ที่ต้องว่างงานจากผลของวิกฤตเศรษฐกิจ ผู้เพิ่งจบการศึกษา และสนใจจะประกอบอาชีพอิสระ เป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ ตลอดจนทายาทธุรกิจ ซึ่งต้องรับช่วงกิจการต่อจากบรรพบุรุษ ฯลฯ โดยมีโครงการเพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่อยู่หลายโครงการ ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม เป็นต้น โครงการที่สำคัญ เช่น

- โครงการเสริมสร้างนักลงทุนใหม่
- โครงการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจขนาดย่อม
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (กลุ่มนักลงทุนใหม่ และทายาทผู้ประกอบการเดิม)

- การพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรของ SMEs

การดำเนินงานยกระดับผู้ประกอบการ ที่ดำเนินกิจการอยู่แล้ว ให้มีขีดความสามารถเพิ่มขึ้น เพื่อพัฒนากิจการของตนให้เจริญก้าวหน้า สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับภายในประเทศ และระดับสากล โดยมีหลายหน่วยงานได้ร่วมดำเนินงาน ทั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และกรมการค้าภายใน เป็นต้น

โครงการที่สำคัญ เช่น

- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการทั่วประเทศของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสถาบันเครือข่าย
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ในภูมิภาคของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- โครงการพัฒนาผู้ผลิต ผู้ส่งออก ให้มีความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ

5. มาตรการด้านภาษีอากร และกฎระเบียบ

- การปรับโครงสร้างภาษีสำหรับ SMEs

รัฐบาลได้ออกมาตรการเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เช่น กรณีที่เป็น SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ไม่เกิน 5 ล้านบาท อัตราภาษีจะเป็นแบบขั้นบันได คือ เริ่มตั้งแต่ร้อยละ 20 25 และ 30 จากกำไรสุทธิตามลำดับ ส่วนกรณี SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเกิน 5 ล้านบาทขึ้นไป อัตราภาษียังคงเป็นปกติอยู่ โดยมีการจัดเก็บภาษีในอัตราเดียว คือร้อยละ 3 จากกำไรสุทธิ นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลง ในเรื่องค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน โดยอนุญาตให้ SMEs สามารถหักค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินได้ ในอัตราเร่งตั้งแต่ปีแรกของการประกอบธุรกิจ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2545 เป็นต้นไป เพื่อช่วยแก้ปัญหาสภาพคล่อง ให้ผู้ประกอบการ SMEs ในปี 2548 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบ 3 ฉบับ ได้แก่ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจคนต่างด้าว และประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 (ควบคุมกิจการค้าขายอันกระทบถึงความปลอดภัยหรือผาสุกแก่สาธารณะชน)

- การส่งเสริมการลงทุนให้กับธุรกิจ SMEs

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ให้การส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยกำหนดวงเงินขั้นต่ำ ในการขอส่งเสริมไว้ที่ 1 ล้านบาท ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน และยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมโยง ระหว่างบริษัทผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป กับผู้ผลิตชิ้นส่วน เพื่อจะช่วยให้ SMEs ไทยสามารถพัฒนามาตรฐานการผลิต และมีโอกาสขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมแบบครบวงจรมากขึ้นด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SME

ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	การให้บริการ
1. ด้านการพัฒนาบุคลากร การบริหารจัดการ		
1.1 ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และประชาชน	บ้านมนังคศิลา ถ.หลานหลวง แขวงสี่แยกมหานาค เขตดุสิต กทม. 10300 โทร 02-628-0334-7,02-628-1802-3	บริการด้านสินเชื่อ ให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการ ช่วยประเมินประนอมกับสถาบันการเงิน ฯลฯ
1.2 สถาบันไทย-เยอรมัน	700/1 ม.1 นิคมอุตสาหกรรมบางปะกง 2 ถ.บางนา-ตราด กม.57 อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000 โทร 038-215-033-44	อบรมด้านเทคโนโลยี ให้บริการเครื่องจักร และรับทำชิ้นงานตามต้องการ ให้บริการข้อมูล การจัดแสดงงานต่างๆ ฯลฯ
1.3 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถ.พญาไท กรุงเทพฯ 10330 โทร. 02-218-5724,02-218-5741-2	ด้านการฝึกอบรมผู้ประกอบการใหม่ หรือให้คำปรึกษาทุกด้าน แก่ผู้ประกอบการ SME เช่น การบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์ บัญชี/การเงิน ฯลฯ
1.4 สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 50 ถ.พหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร 02-942-8200	ให้บริการฝึกอบรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี ให้คำปรึกษา แนะนำ เกี่ยวกับการวางระบบ โครงสร้าง โรงงานผลิตอาหาร กระบวนการผลิตอาหารต่างๆ ฯลฯ
1.5 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม	ตรงข้าม รพ.รามาริบัติ ถ.พระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทร 02-202-4414-18,02-202-4511	ให้บริการด้านการฝึกอบรม ให้คำปรึกษาที่ครอบคลุม เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกับศูนย์บ่มเพาะในสถาบันการศึกษาต่างๆ และมีอุตสาหกรรมเขต ทั่วทุกภูมิภาค
1.6 สถาบันส่งเสริมเทคโนโลยี (สสท.)	5-7 ซ.สุขุมวิท 29 ถ.สุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทร 02-258-0320-5	บริการจัดอบรม และให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยี ทุกประเภท
1.7 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	อาคาร ทีเอสที เขตจตุจักร กรุงเทพฯ โทร 02-278-8800	ให้บริการด้านการฝึกอบรม และให้คำปรึกษา ทุกๆด้าน กับผู้ประกอบการ SME มีเครือข่ายเชื่อมโยงกับศูนย์บ่มเพาะในสถาบันการศึกษา ทุกภูมิภาค

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	การให้บริการ
2. ด้านการเงินและการลงทุน		
2.1 สำนักคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)	ถ.วิภาวดี-รังสิต บางเขน กรุงเทพฯ 10400 โทร 02-537-8111,02-537-8155	ให้บริการช่วยเหลือในการจัดตั้งบริษัท สู่ทางการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ บริการศูนย์วีซ่าชาวต่างชาติ
2.2 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)	475 อาคารศิริกัญญา ชั้น 9 ถ.ศรีอยุธยา แขวงพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ โทร 02-201-3700	ให้บริการเงินกู้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2.3 ธนาคารพาณิชย์	เช่น กรุงไทย กรุงเทพ ทหารไทย กรุงศรีอยุธยา ฯลฯ	ให้บริการสินเชื่อทุกประเภทแก่ผู้ประกอบการ SME ตามนโยบายของรัฐบาล ตามเกณฑ์ของแต่ละธนาคาร
2.4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม	ตรงข้าม รพ.รามาริบัติ ถ.พระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทร 02-202-4414-18,02-202-4511	ให้บริการเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ผ่อนชำระระยะยาว ตั้งแต่ 5 หมื่นถึง 1 ล้านบาท
3. ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		
3.1 สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)	196 ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ โทร 02-579-1121,02-579-5515	ทำหน้าที่หลักในการให้บริการทดสอบ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และวัสดุ ดิบ ที่ ใช้ ใน โรงงานอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก รวมทั้งให้บริการสอบเทียบมาตรฐานเครื่องมือวัดทางวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรม
3.2 สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ	73/1 ถ.พระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทร 02-644-8027-9	บริการให้ความรู้ทางด้านวิชาการ ดำเนินการและสนับสนุนการให้บริการ ในการวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์
3.3 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	ถ.พระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทร 02-202-2415	การกำหนดมาตรฐาน การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ การรับรองระบบการรับรองระบบงาน การบริการข้อสนเทศมาตรฐาน การส่งเสริมมาตรฐาน
3.4 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	กระทรวงสาธารณสุข ถ.ติวานนท์ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	ส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน โดยการควบคุม กำหนด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	การให้บริการ
	โทร 02-590-7000	มาตรฐาน และเฝ้าระวังความปลอดภัยผลิตภัณฑ์สุขภาพ
3.5 กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์	88/7 ม.4 ซ.โรงพยาบาลบำรุงราศนราคร ถ.ติวานนท์ ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ. นนทบุรี 11000 โทร 02-589-0022,02-951-0000-9	บริการคุ้มครองผู้บริโภค ตรวจวิเคราะห์วิจัย ทางด้านอาหาร ยา เครื่องสำอาง สารพิษ และรังสีทดสอบวิธีวิเคราะห์ของผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ในการควบคุมคุณภาพมาตรฐาน
4. ด้านการตลาด		
4.1 กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์	22/77 ถ.รัชดาภิเษก แขวงลาดยาว เขต จตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร 02-511-1079,02-512-0093-104	ส่งเสริมการส่งออกและขยายตลาดสินค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริการให้ได้มาตรฐานและทำการตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น
4.2 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์	ถ.มหาราช เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200 โทร 02-221-0062,02-221-4706	ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการค้าขนาดย่อมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
4.3 กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์	44/100 ถ.สนามบินน้ำ-นนทบุรี อ. เมือง จ.นนทบุรี 11000 โทร 02-547-4843	ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการส่งออกไปนอกและการนำเข้าในราชอาณาจักรจัดระเบียบและบริหารการนำเข้าและส่งออกสินค้า

3.1.3 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผู้ประกอบการ SME

ในอดีตที่ผ่านมา แม้ภาครัฐจะเล็งเห็นความสำคัญ ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียงใดก็ตาม แต่การดำเนินงานเพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยที่ผ่านมา ยังขาดเอกภาพ ขาดการผนึกกำลัง และขาดความต่อเนื่อง หรือแม้แต่ปัจจัยด้านตัวผู้ประกอบการเอง ตลอดจนปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองของไทยเอง หรือของโลกในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ก็จะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจ และผลต่อศักยภาพในการบ่มเพาะของผู้ประกอบการ SME เอง นอกจากนี้ การที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม ช่วยเหลือ สนับสนุน และพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐเอง ต่างมีโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ ขบพาท

และภารกิจของตนเองเป็นเอกเทศ จึงทำให้การส่งเสริมสนับสนุนขาดการประสานงาน ขาดความร่วมมือกันทำงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง

การกำหนดแผนหรือกรอบการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ ยังไม่มีความชัดเจนที่จะทำให้เกิดการเชื่อมโยง ประสานงานกันอย่างชัดเจน การประเมินสถานภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย พบว่ายังไม่สามารถแข่งขัน ได้อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นกลุ่มเศรษฐกิจ ฐานรากที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

สภาพปัญหาของผู้ประกอบการ SME ในการแข่งขัน

การแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยที่ผ่านมาอาศัยข้อได้เปรียบทางด้านแรงงาน และทรัพยากรของไทยที่มีอยู่มากมาย มากกว่าความเข้มแข็งทางด้านเทคโนโลยี หรือทางด้านนวัตกรรม ธุรกิจหลายประเภทที่เติบโตและยิ่งใหญ่ด้วยการนำเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิตที่เน้นทางด้านเทคโนโลยี ตลอดจนความรู้ การจัดการด้านการผลิตจากต่างประเทศ หรือแม้แต่ประเทศในแถบภูมิภาคไทยเรายังมีการย้ายฐานการผลิตเพื่อหาความได้เปรียบทางด้านทรัพยากร และจากแรงจูงจูงราคาถูก ซึ่งภาคอุตสาหกรรมไทยก็ยังไม่สามารถก้าวสู่การแข่งขันกับประเทศผู้นำ ในการผลิตสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ได้ ซึ่งไทยเรายังเสียเปรียบกับประเทศอื่นๆ ในด้านเทคโนโลยี ด้านการออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์ ด้านต้นทุนการผลิต และการสร้างความหลากหลายของสินค้าและบริการ ปัญหาต่างๆสามารถสรุปสถานภาพในประเด็นขีดความสามารถด้านต่างๆ ได้ดังนี้

1. การสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

- ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี

- ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินการ ผู้ประกอบการ SME ยังมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีน้อย ซึ่งที่ผ่านมาผู้ประกอบการ SME น้อยรายมากที่จะนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการออกแบบ ช่วยวิเคราะห์ระบบ ช่วยจัดการธุรกิจในระดับสูง

- ความสามารถในการดัดแปลงเทคโนโลยี ผู้ประกอบการ SME ส่วนหนึ่งที่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ออกใหม่ หรือมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยในอุตสาหกรรมของตน ซึ่งผู้ประกอบการเองมีแหล่งข้อมูลของเครื่องจักร ไม่ว่าจะทางด้านสิ่งพิมพ์ ผู้ขายอุปกรณ์ ผู้ผลิตวัตถุดิบ และตามนิทรรศการต่างๆ แต่ไม่สามารถออกแบบเทคโนโลยีใช้เองได้ภายในบริษัท

- ความสามารถทางด้านนวัตกรรม

- ผู้ประกอบการ SME ของไทยส่วนใหญ่ ยังขาดความสามารถในการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น หรือดัดแปลงกระบวนการผลิตให้มี

ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ไม่สามารถนำเอานวัตกรรมใหม่ๆ มาพัฒนาผลผลิตให้ดีขึ้นหรือสูงขึ้นให้แตกต่างไปจากเดิม

- ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ทำงานผลิตสินค้าตามแบบของลูกค้าได้ ทำสินค้าตัวอย่างได้ สามารถออกแบบจากภาพ และสามารถเขียนแบบตามลักษณะที่ลูกค้ากำหนดได้ แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ในขั้นที่สูงขึ้น เช่น การทำสินค้าต้นแบบ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการจำนวนมากไม่ได้มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นของตนเอง จึงทำให้ขาดความสามารถในการพัฒนางานวิจัย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานที่สูงขึ้น

- ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการประกอบธุรกิจ เช่น ให้ควบคุมการจัดการทั่วไป แต่ไม่ได้ใช้เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ใช้ค้นหาข้อมูลทางธุรกิจ หาดตลาดใหม่ การติดต่อค้นหาวัตถุดิบในการผลิต หรือการลงโฆษณาขายสินค้า

- ความสามารถด้านการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะใช้วิธีการทำตลาดเอง ไม่มีหน่วยงานหรือบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดเป็นอย่างดี ขาดการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด และยังไม่มีการกำหนดแผนการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละตัว รวมทั้งยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสำรวจความพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ของตนเองอย่างเป็นทางการ และมีผู้ประกอบการบางรายทำการผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของผู้จ้างผลิต และมีขีดความสามารถในการขายสินค้าสู่ผู้บริโภคปลายทางน้อย จะจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าส่งหรือตัวแทนการค้ามากกว่า

- ประสิทธิภาพในการผลิต

ประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการมีแนวโน้มลดลง ต้นทุนในการผลิตมีสูงขึ้น ซึ่งมีผลจากการที่เศรษฐกิจที่ชะลอตัว จากการแข่งขันทางการค้าของโลก

- ศักยภาพด้านแรงงานและทรัพยากรมนุษย์

ศักยภาพด้านแรงงานของผู้ประกอบการมีข้อจำกัดอยู่มาก เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อระยะยาว ซึ่งในปัจจุบันก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ให้ลุล่วงไปได้ ปัญหาที่เป็นอุปสรรคมาได้แก่ การขาดช่างเทคนิคที่มีความสามารถเฉพาะด้าน แรงงานไทยโดยเฉลี่ยมีการศึกษาที่ไม่สูงนัก ยังไม่มีการคิดที่จะผลิตช่างเทคนิคที่มีฝีมือตรงกับความต้องการ ในการสร้างสินค้าประเภทใหม่ๆ ปัญหาขาดวิสัยทัศน์

ขาดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ผู้ประกอบการ SME ไม่สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนได้ เนื่องจากระบบการบริหารจัดการยังขาดความพร้อมที่จะระดมทุนเพิ่ม หรือ โน้มน้าวให้เกิดการร่วมทุนได้ (Venture Capital) ประกอบกับการที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ยังมีความประสงค์ที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจเองทั้งหมด

3. ข้อจำกัดทางด้านธรรมาภิบาล

ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ยังไม่มีคุณสมบัติด้านธรรมาภิบาล ทั้งในเรื่องของความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และความมีศีลธรรมประจำใจ การที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำนวนไม่น้อยเป็นธุรกิจครอบครัว มีผลทำให้การตัดสินใจทั้งด้านการบริการจัดการ ด้านแนวทางในการประกอบธุรกิจ ขาดจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งยังขาดแนวคิดในการสร้างจิตสำนึกของบุคลากรในองค์กร ที่จะนำแนวคิดด้านธรรมาภิบาลมาใช้

4. ระบบการบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมและสนับสนุน

การบริหารจัดการของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมายังขาดการจัดการที่เป็นระบบ แม้ว่าในแต่ละเรื่องจะมีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ เช่น ภาครัฐการผลิตมี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลัก รวมทั้งหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐค้ามีกระทรวงพาณิชย์ ส่วนภาครัฐบริการมีหน่วยงานหลายหน่วยงานรับผิดชอบอยู่ อุปสรรคที่สำคัญ คือ ขาดการประสานงาน ยังไม่มีการกำหนดแผนส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ทั้งระบบ แผนปฏิบัติการที่ดำเนินการอยู่ขณะนี้เป็นการดำเนินงานที่เป็นอิสระของแต่ละหน่วยงาน ยังไม่มีการปรับแผนให้สอดคล้องกัน ทั้งในเรื่องเป้าหมาย ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ขาดการติดตามและประเมินผลที่เชื่อมโยงทั้งระบบด้วยกัน

ปัญหาและอุปสรรคจำแนกตามกลุ่มที่สำคัญ

1. กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไป

• ปัญหาทางการเงิน

เป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบอยู่ คือขาดหลักทรัพย์ในการค้ำประกันสินเชื่อ ขาดเงินทุนในการเริ่มกิจการใหม่หรือเงินทุนในการขยายกิจการ ทั้งนี้ปัญหาเหล่านี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการขาดการบริหารจัดการที่ดี ขาดการจัดทำระบบบัญชีที่ดี ขาดความโปร่งใสในการทำงาน ทำให้สถาบันการเงินต่างๆ ขาดความเชื่อถือในการปล่อยสินเชื่อ เป็นเหตุให้วิสาหกิจต้อง

พึ่งพาเงินนอกระบบ และต้องชำระดอกเบี้ยในอัตราที่สูง จึงเป็นข้อจำกัดในการปรับปรุงกิจการ และการเพิ่มประสิทธิภาพการลงทุน

- **ปัญหาด้านตัวผู้ประกอบการ**

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการประกอบธุรกิจทั้งทางด้านการจัดการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ ขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนา ขาดคุณสมบัติของความ เป็นผู้ประกอบการ เช่น ความกล้าเสี่ยง ความกระตือรือร้น รักการเรียนรู้ ความทะเยอทะยาน รัก ความท้าทาย มีความเป็นผู้นำ และการยอมรับสิ่งใหม่ เป็นต้น

- **ปัญหาด้านเทคโนโลยี**

ผู้ประกอบการขาดการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้สูงขึ้น ส่วนใหญ่ยังใช้เทคโนโลยีดั้งเดิม ไม่ซับซ้อน เนื่องจากลงทุนต่ำ จึงทำให้การผลิตของผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพต่ำ เสียเปรียบคู่แข่ง ทั้งนี้การใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์เก่าๆ ทำให้กระบวนการผลิตมีปัญหาและส่งผลโดยตรง ต่อผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดลดลง โดยไม่ได้มองว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยให้การพัฒนาหรือการผลิตสินค้ามีมาตรฐานขึ้น

- **ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของรัฐ**

ผู้ประกอบการ SME ทั่วไปจำนวนมากที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน หรือมีขนาดของ กิจการเล็กๆ เช่น เป็น โรงงานห้องแถว โดยไม่มีการขึ้นทะเบียน ดังนั้นกิจการเหล่านี้จึงค่อนข้างปิด ตัวเองในการเข้ามาขอใช้บริการของรัฐ หรือแม้กระทั่งกิจการที่มีการจดทะเบียนถูกต้องแล้ว ก็มัก ยากเข้ามาเกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐบางหน่วยงาน เนื่องจากบางกิจการเสียภาษีไม่ถูกต้อง การ กลัวถูกตรวจสอบด้านการรักษาภาพแวดล้อม กลัวความยุ่งยาก ตลอดจนขาดข้อมูลในการเข้าถึง บริการของรัฐบาล เช่น ไม่รู้แหล่งที่ตั้ง หรือการปิดความช่วยเหลือของหลายๆ หน่วยงาน รวมทั้งมีทัศนคติไม่ดีต่อระบบราชการ

- **ปัญหาด้านการตลาด**

ผู้ประกอบการทั่วไปประสบปัญหาทางด้านการตลาดที่สำคัญ คือ ขาดความรู้ในการพัฒนา ช่องทางการตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการ SME ยังใช้ช่องทางการตลาดแบบเดิมๆ ทำให้ยากในการ เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่ปัจจุบันมีความซับซ้อนและหลากหลายยิ่งขึ้น

- **ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์**

แบ่งออกเป็น

- ปัญหาการขาดการพัฒนาสินค้าและบริการ ให้ได้มาตรฐาน ทำให้มาตรฐานของ สินค้าและบริการของกลุ่มผู้ประกอบการ SME โดยทั่วไป ไม่เป็นที่ยอมรับของ ตลาด

- ปัญหาการขาดการพัฒนาในรูปแบบสินค้าใหม่ๆ ทำให้สินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการ SME ทั่วไป ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งความต้องการของผู้บริโภค จะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

● **ปัญหาด้านปัจจัยการผลิต**

ประกอบด้วยปัญหาที่สำคัญ ดังนี้

- ปัญหาด้านวัตถุดิบ มีการใช้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ ขาดการพัฒนาวัตถุดิบ รวมทั้งไม่มีข้อมูลด้านแหล่งของวัตถุดิบ มีผลทำให้สินค้าของผู้ประกอบการไม่มีคุณภาพ และมีต้นทุนการผลิตที่สูง
- ปัญหาด้านแรงงาน มีการใช้แรงงานที่มีพื้นฐานการศึกษาน้อย ขาดแรงงานด้านเทคนิคที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน มีการโยกย้ายสูง ทำให้การพัฒนาฝีมือแรงงานไม่มีความต่อเนื่อง และสิ้นเปลืองงบประมาณ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้า และประสิทธิภาพการผลิต

2. **กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs)**

ปัจจุบันผู้ประกอบการใหม่ของไทย ทั้งที่จดทะเบียนหรือไม่ได้จดทะเบียนยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับระบบเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจแบบเก่า ไปสู่รูปแบบเศรษฐกิจที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ ทักษะ เทคโนโลยี และองค์ประกอบอื่นๆ เป็นสำคัญ

● **ปัญหาขาดประสบการณ์ในการประกอบกิจการ**

ผู้ประกอบการใหม่ มักประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจจริง ที่ไม่เป็นไปตามแผนธุรกิจที่ได้วางเอาไว้ เนื่องจากการประกอบธุรกิจจริงนั้น มีบางครั้งที่ประสบปัญหาไม่เป็นไปตามที่ได้วางแผนไว้แตกต่างจากทฤษฎีที่ได้เรียนมา บางครั้งเกิดปัญหาจากปัจจัยภายนอก ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาวะเศรษฐกิจโลก การเมืองภายในประเทศ เป็นต้น

● **ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน**

ผู้ประกอบการรายใหม่ เกือบทุกรายที่ประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากเพิ่งเริ่มประกอบธุรกิจไม่นาน จึงยังไม่มีผลประกอบการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือแก่สถาบันการเงินในการขออนุมัติสินเชื่อ และยังขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันในการขอสินเชื่ออีกด้วย ผู้ประกอบการรายใหม่บางรายยังขาดความรู้ในการเขียนแผนธุรกิจ ประกอบการขอสินเชื่ออีกด้วย ทำให้สถาบันการเงินไม่กล้าเสี่ยงที่จะอนุมัติสินเชื่อ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

● ปัญหาด้านการตลาด

ผู้ประกอบการรายใหม่ ส่วนมากขาดความรู้ความเข้าใจในตัวผู้บริโภคทำให้การเข้าถึงของสินค้าไม่สามารถเข้าถึงได้ ตลอดจนขาดกลยุทธ์และแผนการตลาดที่เหมาะสม

3. กลุ่มผู้ประกอบการส่งออก ขนาดกลางและขนาดย่อม

การแข่งขันด้านการส่งออกเริ่มมีการเปลี่ยนรูปแบบจากการรับจ้างผลิต ไปสู่การผลิตสินค้าเอง เพื่อสนองความต้องการโดยตรงของผู้บริโภค และเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการ ดังนั้นรูปแบบของการผลิตแบบเก่าที่เน้นการผลิตจำนวนมากเพื่อลดต้นทุนการผลิต ปรับไปสู่การผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยตรง ด้วยคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐานและรูปแบบที่โดดเด่น ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกต้องรักษาระดับคุณภาพมาตรฐานไว้ ซึ่งบ่อยครั้งที่มักจะถูกยกเลิกใบสั่งสินค้า โดยเฉพาะหมวดอุตสาหกรรมอาหาร เช่น กุ้งแช่แข็ง ไก่แช่แข็ง และหมวดสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น

● ปัญหาด้านความสามารถของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการส่งออก ยังขาดศักยภาพในการกำหนดวิสัยทัศน์ของการประกอบธุรกิจ ขาดความรู้และทักษะในการประกอบการ เช่น ความสามารถทางด้านภาษาในการติดต่อสื่อสาร ความรู้ด้านข้อกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าต่างประเทศ

● ปัญหาด้านเทคโนโลยี

ปัญหาด้านเทคโนโลยี เป็นปัญหาที่สำคัญของกลุ่มผู้ประกอบการส่งออก ที่ส่งผลถึงความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า และการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของสินค้า ปัญหาคือการขาดความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงการขาดการเรียนรู้วิทยาการใหม่ๆ จากเจ้าของเทคโนโลยีเพื่อนำความรู้ที่ได้สู่องค์กร

● ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

มีผู้ประกอบการที่มีคำสั่งซื้อจากลูกค้าจากต่างประเทศแล้ว แต่ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการผลิตได้ เนื่องจากสถาบันการเงินระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการมากขึ้น รวมถึงความไม่เชื่อมั่นในสถานะภาพของผู้ซื้อในต่างประเทศ ทำให้ผู้ส่งออกรายย่อยไม่สามารถขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ตามต้องการ

● ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของรัฐ

ผู้ประกอบการส่งออก ไม่สามารถเข้าถึงบริการของรัฐ เนื่องจากขาดข้อมูลในการรับรู้ว่าหน่วยงานของรัฐให้บริการในด้านใด และสามารถติดต่อเข้ารับบริการได้อย่างไร หรือปัญหาด้าน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อจำกัดในการขอรับบริการ โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการตลาดในต่างประเทศ ที่ผู้ส่งออกรายย่อยที่มีความพร้อมน้อยไม่ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรม

- ปัญหาด้านการตลาด

ผู้ประกอบการส่งออก ส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกตามคำสั่งซื้อของลูกค้าต่างประเทศ จึงขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศโดยตรง จึงมีผลต่อความสามารถในการออกแบบและคุณภาพของสินค้า อีกประการหนึ่งคือขาดความรู้ ความสามารถในการหาตลาดใหม่

4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มที่ประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมาคือภาคเหนือ ภาคใต้ และน้อยสุดคือภาคกลาง อุตสาหกรรมในครัวเรือนของวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่พึ่งพาทรัพยากร หรือวัตถุดิบในท้องถิ่นของตนเอง เช่น การผลิตสิ่งทอ สิ่งถัก เครื่องแต่งการ หนังสัตว์ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ อาหารแปรรูป

- ปัญหาด้านความสามารถของผู้ประกอบการ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในรูปแบบเดิมๆ ขาดความรู้พื้นฐานที่จะรองรับเทคนิค วิชาการที่ทันสมัย และยังขาดองค์ความรู้ ขาดทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด

- ปัญหาด้านการบริหารจัดการ

ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนยังขาดความรู้ในการบริหารจัดการที่ดี ไม่สามารถคิดต้นทุนที่ถูกต้อง ขาดกลยุทธ์ และความรู้ในการตั้งราคาขายสินค้าที่สอดคล้องกับต้นทุน และความรู้ด้านสภาพการณ์ของตลาด ทำให้ประสบภาวะขายสินค้าไม่ออก หรือขาดทุน

- ปัญหาทางด้านเทคโนโลยี

วิสาหกิจชุมชนยังใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบดั้งเดิม โดยการใช้แรงงานคนเป็นหลัก ไม่ซับซ้อน หรือเป็นเทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน เกิดจากภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สืบทอดมาช้านาน ข้อดีคือมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีต้นทุนการผลิตต่ำ ในขณะที่เดียวกันก็มีข้อเสียคือผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการผลิต และคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งไม่สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมากตามต้องการ ยังขาดความรู้ในการดูแลรักษาเครื่องมือ เครื่องจักร และวัตถุดิบ และขาดแนวคิดในการพัฒนาเพื่อยกระดับเทคโนโลยีของชุมชน

- ปัญหาทางการเงิน

วิสาหกิจชุมชน ก็เหมือนกับกลุ่มต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วทางการเงินยังขาดแคลนเงินทุนในการลงทุนและการดำเนินกิจการ ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ด้วยเหตุผลเดียวกัน ส่วนใหญ่

ยังคงต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนของรัฐ ที่บางครั้งไม่ทั่วถึง และขาดความต่อเนื่อง ทำให้สถานภาพของวิสาหกิจชุมชนมีความไม่มั่นคงสูง

- ปัญหาด้านการตลาด

ถือว่าเป็นปัญหาหลักในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากทำการผลิตสินค้าตามความชำนาญที่ตนมีอยู่ ขาดความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้การจำหน่ายสินค้าเข้าไม่ถึง และไม่ตรงกับความต้องการของตลาด การหาตลาดใหม่ๆ ทำได้ยาก ในขณะเดียวกันก็มีขีดจำกัดทางด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าอีกด้วย

- ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทพื้นบ้านและของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์บางส่วนที่มีรูปแบบซ้ำๆ กัน ไม่มีความหลากหลาย นอกจากนี้ด้านบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย ไม่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามแปลกใหม่เพื่อดึงดูดใจ

ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ ในการพัฒนา SME

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (University Business Incubator) เป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการ SME เนื่องจากนโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นใช้สถาบันการศึกษาเป็นฐานในการพัฒนา เนื่องจากสถาบันการศึกษามีความพร้อมหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมด้านสถานที่ มีบุคลากรที่มีความรู้ มีเครื่องมือและอุปกรณ์พื้นฐานที่จำเป็นในการดำเนินโครงการ สิ่งสำคัญที่สุดคือมีหน่วยงานภายในสถาบันที่สามารถเป็นเครือข่ายหลากหลายด้านในการช่วยเหลือด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ SME ในการดำเนินโครงการที่ผ่านมีสามารถแยกประเด็นของปัญหาและอุปสรรค ที่หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจประสบ ดังนี้

1. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ในช่วงแรกนั้น ระยะเวลาในการดำเนินงานมีส่วนสำคัญในการที่จะวางแผนพัฒนาผู้ประกอบการ SME เป็นอย่างมาก ซึ่งบางช่วงเวลาหน่วยงานของรัฐที่ได้ให้การสนับสนุนงบประมาณได้กำหนดระยะเวลาในการดำเนินการบางเรื่องให้สั้นลง เช่น การนำเสนอแผน ซึ่งปกติกำหนดไว้ 6 เดือน แต่หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจต้องนำเสนอแผนให้แล้วเสร็จภายใน 2 เดือน ทำให้มีการเร่งรัดในการทำงาน ส่งผลให้การจัดระเบียบการบริหารงาน และการจัดองค์กร ไม่เป็นรูปแบบตามที่ควรจะเป็น

2. ทิศทาง และนโยบายการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ

นโยบายของภาครัฐที่ให้การสนับสนุนหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ ไม่มีความชัดเจน กระบวนการที่เป็นนโยบายหลัก ตลอดจนแนวทาง ทิศทางของศูนย์จะเป็นไปในแนวทางใด ซึ่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หน่วยงานของรัฐบางหน่วยไม่ได้กำหนดตัวชี้วัดที่แน่นอนแก่หน่วยบ่มเพาะฯ เพื่อที่หน่วยบ่มเพาะฯ จะได้นำดำเนินการเป็นไปตามเป้าหมาย หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารประเทศแล้ว ทิศทางของหน่วยบ่มเพาะฯ จะเปลี่ยนไป โดยเพาะด้านงบประมาณ

หน่วยงานภาครัฐยังไม่มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และไม่เพียงพอ เช่น ด้านงบประมาณ ด้านข้อมูล ด้านการสร้างเครือข่าย (Network) เชื่อมโยงทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

3. ด้านโครงสร้างและกลยุทธ์ในการบริหารงาน

บางศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจมีความขัดแย้งของผู้บริหารระดับสูง ทำให้การบริการงานบางเรื่อง ซ้ำมาก ส่งผลต่อประสิทธิภาพของโครงการ อีกทั้งกรอบของราชการทำให้บุคลากรของศูนย์ทำงาน ยากขึ้น บางครั้งมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารระดับปฏิบัติการบ่อย ทำให้การดำเนินงานไม่ต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้บริหารบางคนงานเยอะไม่ค่อยมีเวลาในการดูแลศูนย์ฯ การอิงกับกฎระเบียบของมหาวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ระบบการบริหารงานต่างๆ มีความล่าช้า เช่น การเบิกจ่ายเงินที่ได้รับอุดหนุน ต้องเบิกจ่ายเงินผ่านกองคลังของมหาวิทยาลัย ถึงแม้ว่าหน่วยงานภาครัฐที่ให้เงินสนับสนุนให้นโยบายว่า การดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะฯ อยู่ในรูปแบบองค์กรอิสระ มีความคล่องตัวในการเบิกจ่ายและดำเนินการ ซึ่งในความเป็นจริง ได้จัดสรรงบประมาณในสถานะเงินอุดหนุน ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างคล่องตัว

4. ด้านความร่วมมือ และการสนับสนุนของสถาบันที่สังกัด

มีสถาบันหลายสถาบันที่หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจสังกัดอยู่ ยังไม่มีการสนับสนุนที่ดี หรือสนับสนุนบ้างแต่ยังไม่เพียงพอ เช่น ด้านสถานที่ บุคลากรที่ให้ความรู้ในการอบรม หรือบางสถาบันไม่ได้สนับสนุนด้านงบประมาณ แล้วยังหักเงินบางส่วนจากงบประมาณที่ได้เข้ามหาวิทยาลัย

ด้านความร่วมมือ ผู้บริหารสถาบันไม่เห็นความสำคัญ จึงมีการแต่งตั้งผู้แทนจากคณะต่างๆ เป็นกรรมการที่ปรึกษา

5. ด้านทรัพยากรมนุษย์

- บุคลากร มีไม่เพียงพอ เนื่องจากถูกจำกัดด้วยงบประมาณ ทำให้การว่าจ้างทำได้ น้อย บางครั้งบุคลากรที่ได้มาก็ไม่มีศักยภาพเพียงพอในการให้คำปรึกษา แนะนำช่วยเหลือ แก่ผู้ประกอบการ SME บางหน่วยฯ ยังขาดบุคลากรที่มีความชำนาญ เฉพาะด้าน
- ที่ปรึกษา ทีมที่ปรึกษาไม่เพียงพอ ไม่ครอบคลุมทุกสาขาวิชา บางคนไม่ให้ความร่วมมือ ขาดความรู้บางเรื่อง เช่น เรื่องของกฎหมาย เรื่องภาษี หรือด้านทรัพย์สินทางปัญญา สิ่งสำคัญคือมีที่ปรึกษาไม่ประจำ ไม่มีเวลา ทำให้ขาดความต่อเนื่อง

ในการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ ค่าตอบแทนที่ให้กับทีมที่ปรึกษาน้อยเกินไป

- วิทยากร ขาดวิทยากรที่มีความรู้เฉพาะด้าน คัดขาดเรื่องงบประมาณจึงไม่สามารถจ้างวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ ที่มีประสบการณ์จริงๆ ได้ จึงต้องใช้อาจารย์ในสถาบันตนเองเป็นวิทยากรซึ่งมีแต่ทฤษฎี ไม่มีประสบการณ์ในการธุรกิจจริง

6. ด้านเงินทุนสนับสนุน

มีหลายหน่วยบ่มเพาะธุรกิจ ที่มีความเห็นว่าเงินงบประมาณของหน่วยงานของรัฐ ที่ได้ให้การสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจนั้นให้น้อยเกินไป ไม่เพียงพอต่อการดำเนิน โครงการ และไม่มี ความมั่นใจในเรื่องงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนในระยะสั้นๆ 3 ปี เท่านั้น ไม่มีความต่อเนื่อง แล้วหลังจากนั้นไม่มีความมั่นใจในการหางบประมาณมาบริหารศูนย์ให้อยู่รอดต่อไปได้

3.2 การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในต่างประเทศ

ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SME จะมีค่านิยมต่างกันตามเกณฑ์ของลักษณะอุตสาหกรรม จำนวนการจ้างงานและลักษณะเฉพาะอื่นๆ อาทิเช่น ขนาดของสินทรัพย์และทุนจดทะเบียน ดังรายละเอียดของข้อมูลตามตารางต่อไปนี้

ค่านิยมของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศต่างๆ

ประเทศ	ลักษณะอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงาน (คน)	อื่นๆ
แคนาดา	ขนาดย่อม		ขอดขายไม่เกิน 5 ล้านเหรียญ
	- มิใช่อุตสาหกรรมผลิต	<50	แคนาดา
	- อุตสาหกรรมผลิต	<100	
	ขนาดกลาง		
	- มิใช่อุตสาหกรรมผลิต	50 - 499	ขอดขายไม่เกิน 5 - 20 ล้านเหรียญ
	- อุตสาหกรรมผลิต	100-499	แคนาดา
ญี่ปุ่น	ขนาดย่อม / กลาง		

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเทศ	ลักษณะอุตสาหกรรม	จำนวนการ จ้างงาน (คน)	อื่นๆ
	- เหมือนแร่ อุตสาหกรรมผลิต ฯลฯ - ค้าส่ง - ค้าปลีกและบริการ	<300 <100 <50	ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 100 ล้านบาท ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 30 ล้านบาท ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท
เกาหลีใต้	<u>ขนาดย่อม / กลาง</u> - อุตสาหกรรมเหมือนแร่ ขนส่ง - ก่อสร้าง - พาณิชยกรรมและบริการอื่นๆ	<300 200 <20	สินทรัพย์รวม 20 - 80 พันล้านบาท
มาเลเซีย	<u>ขนาดย่อม</u> <u>ขนาดกลาง</u>	<75 <75	ส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 500,000 RM ส่วนของผู้ถือหุ้นระหว่าง 500,000 - 2.5 ล้าน RM
ฟิลิปปินส์	<u>ขนาดย่อม</u> <u>ขนาดกลาง</u>	10 - 99 100 - 199	สินทรัพย์รวม 1.5 - 15 ล้านบาท สินทรัพย์รวม 15 - 60 ล้านบาท
สิงคโปร์	<u>ขนาดย่อม / กลาง</u> - อุตสาหกรรมผลิต - อุตสาหกรรมบริการ	<100	สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 12 ล้านเหรียญ สิงคโปร์
ไทย	<u>ขนาดย่อม</u> <u>ขนาดกลาง</u>	<50 50 - 200	สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 20 ล้านบาท สินทรัพย์ถาวร 20 - 100 ล้านบาท
ออสเตรเลีย	<u>ขนาดย่อม</u> - อุตสาหกรรมผลิต - อุตสาหกรรมบริการ <u>ขนาดกลาง</u> - อุตสาหกรรมผลิต - อุตสาหกรรมบริการ	<100 <20 100 - 499 20 - 499	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเภท	ลักษณะอุตสาหกรรม	จำนวนการ จ้างงาน (คน)	อื่นๆ
ฮ่องกง	ขนาดย่อม / กลาง - มิใช่อุตสาหกรรมผลิต - อุตสาหกรรมผลิต	<50 <100	
จีน	ขนาดย่อม / กลาง		ขึ้นอยู่กับผลผลิตของผลิตภัณฑ์หลัก ของแต่ละบริษัท บริษัทที่มีกลุ่มของ ผลิตภัณฑ์ หลายชนิดจะถูกกำหนดตามมูลค่า ดั้งเดิม ของสินทรัพย์ถาวร
อินโดนีเซีย	ขนาดย่อม / กลาง		สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 0.2 พันล้านรูเปีย ยอด ขายไม่เกิน 1.0 พันล้านรูเปีย
ไต้หวัน	ขนาดย่อม / กลาง - อุตสาหกรรมผลิตและก่อสร้าง - อุตสาหกรรมบริการ ก่อสร้าง เหมืองแร่		ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 40 ล้านเหรียญ NT หรือสินทรัพย์รวมไม่เกิน 120 ล้าน เหรียญ NT ยอดขายไม่เกิน 40 ล้านเหรียญ NT

ที่มา : เอกสารประกอบการประชุม "The APEC Congress on Entrepreneurship in the 21st Century
ในหัวข้อเรื่อง "The Development of Small and Medium Enterprises (SMEs) in some
APEC Countries" ณ โรงแรมเซางกรีลา วันที่ 30 - 31 กรกฎาคม 2540

ธุรกิจ SMEs ในภาคการผลิตอุตสาหกรรมและภาคการบริการนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่ม
ธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งในส่วนของคุณสมบัติ เทคโนโลยี การตลาดและเครือข่าย

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจ SMEs ดังตัวอย่างในแต่ละประเทศ ดังนี้

3.2.1 กลุ่มประเทศในยุโรป

สหภาพยุโรป

มีนโยบายที่จะพัฒนาเศรษฐกิจให้มีพลวัตและสามารถแข่งขันบนพื้นฐานความรู้และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนา SMEs ส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อ innovation และ entrepreneurship ด้วยการพัฒนาตลาดภายในยุโรป หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ได้แก่ Enterprise Director-General ซึ่งได้จัดทำ Work Program สำหรับนโยบายวิสาหกิจในช่วงปี 2543-2548 โดยใช้หลัก Best Procedure ซึ่งเป็นการประมวลและแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมทั้งการให้คำแนะนำเพื่อสร้างความเป็นผู้ประกอบการ โดยจะใช้วิธีการ Benchmarking เพื่อการตรวจสอบผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานดังกล่าวได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐสภายุโรป จำนวน 317 ล้านยูโร โดยผ่าน European Investment Bank นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ ยังมีแผนงาน Go Digital ที่สนับสนุนให้ SME สามารถปรับตัวเข้ากับเศรษฐกิจใหม่ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยการจัดทำระบบข้อมูลเกี่ยวกับอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตและการจัดฝึกอบรมให้แก่ SMEs

สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

SMEs คิดเป็นร้อยละ 99.3 ของบริษัทเยอรมัน โดยมีสัดส่วนร้อยละ 56 ของรายได้ประชาชาติ นโยบายสำคัญของรัฐบาลในการส่งเสริม SMEs ได้แก่ การปฏิรูปโครงสร้างทางภาษีระหว่าง 2541-การให้เงินทุนสนับสนุนแก่บริษัทใหม่ การส่งเสริมช่องทางในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้แก่ SMEs การวางระบบการฝึกอบรมที่จะช่วยพัฒนาองค์ความรู้ การปรับลดแนวทางการระเบียบในราชการ

กระทรวงเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของสหพันธ์ฯ ได้ร่วมกับภาคเอกชนในการจัดทำ SME Action Program ได้แก่

- โครงการ Junior ที่รัฐบาลกลางร่วมกับสถาบันวิจัยทางธุรกิจ ส่งเสริมการจัดตั้งบริษัทขนาดเล็ก
- โครงการ EXIST ของมหาวิทยาลัยและสถาบันต่างๆ เน้นการจัดตั้งธุรกิจใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง
- การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านการเงินในรูปแบบต่างๆ
- โครงการ Venture Capital for Small Technology Companies เพื่อเป็นการส่งเสริมและ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พัฒนาเทคโนโลยีของ SME

- กระทรวงเศรษฐกิจฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนา e-commerce โดยขอให้ Centre of Excellence ประจำภูมิภาคให้ความช่วยเหลือแก่ SMEs เพื่อให้หันมาใช้อินเทอร์เน็ต
- ปรับปรุงความโปร่งใสและปัญหาด้านกฎหมายให้สอดคล้องกับระเบียบใหม่ของสหภาพยุโรป
- ส่งเสริมระบบการศึกษาที่ควบคู่ไปกับการฝึกฝนทักษะ เพื่อให้ครอบคลุมกับการศึกษาต่อเนื่องในสาขาเฉพาะทาง
- โครงการช่วยเหลือ SMEs ในธุรกิจบริการที่ประสบความสำเร็จสูง

โดยการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัยอาทิเช่น Aachen University (RWTH Aachen) โดยเป็นศูนย์ที่เน้นในด้านเทคโนโลยี ให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการที่มีเทคโนโลยี ตั้งแต่ขั้นของแนวคิด (Seed) เริ่มด้วยธุรกิจ (Stand up) เข้าสู่ตลาด (Market entry) และขั้นเจริญเติบโต (Growth) โดยการฝึกอบรมให้คำปรึกษาดูแล รวมทั้งหาพันธมิตรต่างๆอาทิเช่น ทางการค้า หรือสถาบันเพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจ (The Institution of The Economic Promotion) ศูนย์เทคโนโลยี AGIT แห่งเมือง Aachen มาร่วมในเครือข่ายเพื่อทำการบ่มเพาะผู้ประกอบการและหาเงินสนับสนุนจากธนาคารท้องถิ่นโดยช่วยประสานในการหาแหล่งเงินกู้ หรือ ร่วมลงทุนกับธุรกิจในลักษณะ Venture Capital

สหราชอาณาจักร

รัฐบาลได้จัดทำโครงการ Small Business Service (SBS) และจัดตั้ง Small Business Council (SBC) เพื่อเป็นองค์กรหลักในการดำเนินการตามโครงการสนับสนุน SMEs โดยมีการบริหารที่เป็นเอกเทศ รายงานตรงต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม โดยคุณสมบัติของ SMEs ที่อยู่ในเกณฑ์ คือ มีการจ้างงานตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป หรือ ธุรกิจที่มีเงินทุนหมุนเวียนอย่างน้อย 1 ล้านปอนด์หลักจากประกอบกิจการมาแล้ว 4 ปี

นอกจากนี้ รัฐบาลประกาศแผนที่จะสนับสนุน SMEs ในด้านการเงินการคลังเพิ่มเติม ได้แก่

- ลดภาษีเงินได้บุคคลสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก
- SMEs ที่มียอดขายไม่เกิน 54,000 ปอนด์ จะได้รับการยกเว้นการจ่ายภาษีมูลค่าเพิ่ม
- ลด Capital Gain Tax ของลูกจ้างที่ถือหุ้นในบริษัทสำหรับการลงทุนระยะยาว
- ปฏิรูป tax incentive สำหรับ SMEs ที่ลงทุนในเขตที่มีการว่างงานสูง หรือลงทุนในเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน

• เสนอ A New Community Investment Tax Credit และตั้งกองทุน Venture Capital ร่วมระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน และองค์กรการกุศลต่างๆ จำนวน 40 ล้านปอนด์ เพื่อปล่อยเงินกู้สำหรับ SMEs

ฝรั่งเศส

รัฐบาลให้ความสนับสนุนด้านการเงินเพื่อจัดตั้งบริษัทของ SMEs ที่ก่อให้เกิดการสร้างงานในเขตที่รัฐบาลกำหนด ซึ่งได้แก่ เขตพื้นที่ชนบทและเขตเมืองระดับปานกลาง โดยการลงทุนในโครงการอุตสาหกรรม รัฐบาลจะให้ความช่วยเหลือโครงการที่มีมูลค่า 15 ล้านฟรังก์ สาขาบริการ ให้ความช่วยเหลือแก่ SMEs ร้อยละ 21.5-33 สาขาการวิจัยและพัฒนา อาจสูงถึงร้อยละ 60 ของเงินลงทุน โดยการลงทุนในสาขาบริการ หรือ การวิจัยและพัฒนาจะต้องไม่อยู่ในเขตเมืองลียงส์ และปารีส

อิตาลี

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนมักเป็นหน่วยงานภาคเอกชนหรือกึ่งเอกชน และอุตสาหกรรม SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันมักจะตั้งหน่วยงานขึ้นสนับสนุนซึ่งกันและกัน การให้การสนับสนุนของหน่วยงานดังกล่าว ได้แก่ ด้านการตลาด การแนะนำแหล่งเงินทุน การติดต่อกับต่างประเทศและสหภาพยุโรป การค้นคว้าวิจัย และให้คำปรึกษา

เนเธอร์แลนด์

มี SMEs ร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด มีการจ้างงาน คิดเป็นร้อยละ 60 ของแรงงานทั้งหมด คิดเป็นรายได้ประชาชาติร้อยละ 52 มีสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (The Royal Association MKB-Nederland) เป็นองค์กรช่วยส่งเสริมผลประโยชน์ให้แก่เจ้าของกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทในการผลักดันนโยบายของรัฐบาลให้เอื้อประโยชน์ต่อ SMEs และมีการประสานงานใกล้ชิดกับองค์กรอื่นๆ ในยุโรป ระบบที่มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะขึ้นในมหาวิทยาลัยต่างๆ อาทิเช่น Delft ซึ่งมีกระบวนการคัดเลือกผู้ประกอบการ การให้สถานที่ประกอบการก่อน ในการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ การให้เงินกู้ การเข้าถึงความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการวิจัยและการพัฒนาการสนับสนุนโดยใช้เครือข่ายต่างๆ การสนับสนุนให้มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม(Cluster)

บราซิล

บราซิลพยายามสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กเพื่อให้มีความเป็นมืออาชีพในการแข่งขันมากขึ้น โดยการ พัฒนาการส่งออก การผลิต และการริเริ่มรูปแบบวิธีการส่งออกใหม่ๆ ที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า โดยมีหลักสูตรอบรมวิธีการจัดการและการปรับปรุงระบบการบริหารงานของบริษัทเป็นระยะเวลา 1 ปี ตลอดจนให้คำปรึกษาในกระบวนการบรรจุหีบห่อ การออกแบบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดทำรายการสินค้า การทำสื่อโฆษณาต่างๆ แก่ธุรกิจบราซิลที่จะไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

ปัจจุบันบราซิลมีรายได้จากการส่งออกถึง 10 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งแสดงให้เห็นการเข้าสู่การค้าต่างประเทศของธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งร้อยละ 40 ของธุรกิจขนาดเล็กเหล่านี้มีส่วนสนับสนุนรายได้จากการส่งออกได้ถึงร้อยละ 39 และคิดเป็นร้อยละ 83 ของผลผลิตที่มีการส่งออกจากภูมิภาคทางตอนใต้ และตะวันตกเฉียงใต้ของบราซิล สำหรับอุตสาหกรรม SMEs ที่สำคัญได้แก่ ด้านเกษตร เนื้อสัตว์ บุหรี่ เสื้อผ้า รองเท้า อัญมณี และภาพยนตร์

3.2.2 กลุ่มประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

ออสเตรเลีย

บริษัทที่จดทะเบียนทำธุรกิจในออสเตรเลีย ร้อยละ 96 เป็น SMEs ที่มีลูกจ้างไม่เกิน 20 คน รายได้ธุรกิจขนาดเล็กทั้งหมด คิดเป็นประมาณ ร้อยละ 25 ของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2545-2546 รัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณจำนวน 34 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย เพื่อชักชวนและสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจขนาดเล็ก และการดำเนินการในระยะแรก จัดสรรงบประมาณจำนวน 24 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย เพื่อให้การสนับสนุนการอยู่รอด และการขยายตัวของธุรกิจขนาดเล็ก และจัดสรรงบประมาณจำนวน 24 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย เพื่อให้การสนับสนุนให้ธุรกิจขนาดเล็กเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการที่สำคัญของรัฐบาลออสเตรเลีย ปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจ SMEs ในออสเตรเลียคือ ขาดการคล่องตัวของเงินทุน (liquidity) และความเชี่ยวชาญในการบริหาร (management skill) รัฐบาลจึงพยายามฝึกอบรมในลักษณะรูปแบบการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจ SMEs (formula-based training) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญหลายฝ่ายมีความเห็นว่าการฝึกอบรมน่าจะเป็นในลักษณะการแก้ปัญหาธุรกิจ และรัฐบาลได้จัดทำ website เพื่อเป็นช่องทางสำหรับธุรกิจ SMEs ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการ SMEs เริ่มให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจโดยใช้ Internet มากยิ่งขึ้น โดยมี เว็บไซต์ที่สำคัญ ดังนี้

<http://www.business.gov.au/>

<http://www.austindustry.gov.au/>

<http://www.taxreform.ato.gov.au/>

<http://www.ato.gov.au/>

<http://www.workplace.gov.au/>

<http://www.accc.gov.au/>

นิวยอร์กแลนด์

รัฐบาลนิวยอร์กแลนด์มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจ SMEs ให้มีความสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก โดยช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง โดยมีโครงการที่สำคัญต่างๆ ดังนี้

1. International Business Exchanges เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการและพนักงานที่มีศักยภาพของธุรกิจนั้นๆ ได้ไปเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญในองค์กรต่างๆ ในต่างประเทศ โดยการเข้าไปทำงาน ฝึกงาน หรือดูงาน เป็นเวลา 6 เดือนหรืออาจนำผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศไปถ่ายทอดประสบการณ์ในนิวยอร์กแลนด์

2. International Business Missions มุ่งเน้นการพัฒนาหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ การได้มาซึ่งความรู้ และความเป็นผู้นำของกลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรมนิวยอร์กแลนด์ โดยนำคณะธุรกิจหรืออุตสาหกรรมไปดูงานในต่างประเทศ

3. ความช่วยเหลือจากรัฐบาล รัฐบาลจะให้ความสนับสนุนด้านการเงินสำหรับค่าใช้จ่ายบางอย่าง เช่น ค่าตัวโดยสารระหว่างประเทศ ค่าที่พัก 50 % นอกจากนี้ จะช่วยหาผู้เข้าร่วมโครงการที่เหมาะสมในต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายของรัฐบาลและเอกชนของนิวยอร์กแลนด์ในต่างประเทศ

3.2.3 กลุ่มประเทศในเอเชีย

ไต้หวัน

ในไต้หวัน SMEs หมายถึงวิสาหกิจในด้านการผลิต การก่อสร้าง เหมืองแร่ ซึ่งมีวงเงินทุนต่ำกว่า 60 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน หรือ ธุรกิจในภาคอื่นใดที่มียอดขายต่ำกว่า 80 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน SMEs ของไต้หวันได้รับการยกย่องว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง เป็นตัวจักรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของไต้หวันจนถึงปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 97.97 ของวิสาหกิจทั้งหมด มีอัตราการจ้างงานเป็นร้อยละ 79.95 มีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 50.65 ของมูลค่าการส่งออกรวมของวิสาหกิจทั้งหมด โดย SMEs ด้านพาณิชย์มีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 60 ของจำนวน SMEs รัฐบาลไต้หวันเริ่มให้ความช่วยเหลือ SMEs ในปี 1946 โดยมีหน่วยงานหลัก คือ Small and Medium Enterprise Administration (SMEA) สังกัดกระทรวงเศรษฐกิจไต้หวัน มีนโยบายการให้ความช่วยเหลือ 2 ประการดังนี้

1. นโยบายการชี้นำ (Guidance Policy)

เน้นการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของ SMEs และยกระดับความสามารถในการผลิตของ SMEs เช่น การปรับปรุงกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้อง การทบทวนกฎหมายกำกับ SMEs การช่วยให้ SMEs เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดซื้อของรัฐ การก่อตั้ง SME Incubation Center เพื่อให้บริการ SMEs ที่เพิ่งตั้งขึ้นใหม่ การยกระดับความสามารถในการผลิตการจัดตั้ง Instant Solution Center และ SME Service Center เพื่อช่วยแก้ไขปัญหา ตลอดจนให้การฝึกอบรม จัดสัมมนา บริการด้านข้อมูลแก่ SMEs เป็นต้น

2. นโยบายการให้ความช่วยเหลือทางการเงิน

กองทุนที่ได้รับความสนับสนุนจากรัฐบาลได้หวั่น ได้แก่

- SME Development Fund มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เงินกู้และเข้าไปลงทุนใน SMEs
- กองทุนประกันสินเชื่อ Credit Guarantee Fund (CGF) สำหรับเป็นเงินค้ำประกันแก่ SMEs ที่ต้องการกู้เงินจากธนาคารแต่ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน
- กองทุนร่วมค้ำประกัน Mutual Guarantee System (MGF) เพื่อลดภาระด้านงบประมาณของรัฐบาลได้หวั่นจากการให้ความช่วยเหลือ SMEs

• การจัดตั้งหลักทรัพย์ SME (Second OTC Board) เพื่อช่วยให้ SMEs ในกิจการเทคโนโลยีระดับสูงและประเภทการวิจัยและพัฒนา สามารถระดมเงินทุนจากตลาดทุนได้โดยตรง

เครื่องมือที่ช่วยให้ SMEs เข้าถึงตลาดทุน (Capital Market) ประกอบด้วยตลาดทุนสำหรับธุรกิจที่มีนวัตกรรมและกำลังเติบโต Innovative Growing Entrepreneurs (TIGER) Market และนักลงทุนร่วมทุน (Venture Capitalist) นอกจากนี้ ยังมีการจัดสรรเงินกู้จากกองทุนข้างต้นและธนาคารพาณิชย์สำหรับ SMEs เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะต่างๆ

สิงคโปร์

SMEs มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสิงคโปร์ ร้อยละ 92 ของธุรกิจสิงคโปร์เป็น SMEs ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศประมาณ 1 ใน 3 ของรายได้รวม อย่างไรก็ตาม ผลผลิตของ SMEs มีเพียงร้อยละ 50 ของธุรกิจประเภทอื่นๆ

สำหรับมาตรการส่งเสริม SMEs นั้น กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมของสิงคโปร์ได้ร่วมกับภาคเอกชนจัดทำแผนยุทธศาสตร์ SME 21-a Strategic Action Plan เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ SMEs โดยมีเป้าหมาย คือ

- ส่งเสริมการเติบโตของ SMEs โดยเพิ่มจำนวน SMEs จาก 2,000 แห่ง ในปี 2544 เป็น 6,000 แห่งในปี 2553

- พัฒนาศักยภาพในการผลิตของภาคต่างๆ ของ SMEs

- สร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความรู้และสนับสนุนวิสาหกิจ โดยเพิ่มจำนวน SMEs ที่ใช้ e-commerce จาก 8,000 แห่งในปี 2544 เป็น 32,000 แห่งในปี 2553

ในด้านการพัฒนาบุคลากรนั้น สมาคมวิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลางของสิงคโปร์ (Association of Small and Medium Enterprises - ASME) ได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (ASME Institute of Entrepreneurship Development - ASME INSEND) เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลสิงคโปร์

ญี่ปุ่น

SMEs ในญี่ปุ่นแบ่งตามสาขาธุรกิจ คือ วิสาหกิจขนาดเล็ก จ้างงานไม่เกิน 20 คน ด้านพาณิชย์ จ้างงานไม่เกิน 5 คน ภาคการผลิตและเหมืองแร่ จ้างงานไม่เกิน 300 คนหรือทุนจดทะเบียนไม่เกิน 100 ล้านเยน การขายส่งจ้างแรงงานไม่เกิน 100 คนหรือทุนจดทะเบียนไม่เกิน 30 ล้านเยน การขายปลีกและบริการ จ้างงานไม่เกิน 50 คนหรือทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านเยน โดยจำนวนธุรกิจที่เป็น SMEs คิดเป็นร้อยละ 99 ของวิสาหกิจทั้งหมด มีการจ้างงานร้อยละ 77 และส่งออกสินค้าร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

รัฐบาลญี่ปุ่นมีหน่วยงาน SME Agency ภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม (METI) เป็นตัวหลักสำคัญในการกำกับดูแลหน่วยงาน SMEs โดยเฉพาะ Japan Small and Medium Enterprise Corporation (JASMEC) ซึ่งเป็นหน่วยงานในการแนะนำด้านการบริหาร จัดการ การลงทุน การตลาด เทคโนโลยี และสนับสนุนด้านการเงินต่างๆ โดยมีมาตรการ ดังนี้

- ด้านการเงิน รัฐบาลได้จัดตั้งสถาบันการเงินเพื่อสนับสนุน SMEs ใน 2 รูปแบบ คือ การให้กู้ยืมเงิน และการค้ำประกันเงินกู้
- ด้านการบริหารจัดการและเทคโนโลยี รัฐบาลให้การสนับสนุนโดยส่งผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำแก่ SMEs และ JASMEC ร่วมกับหน่วยงานในระดับภูมิภาค จังหวัด และหอการค้าจังหวัดต่างๆ จัดการฝึกอบรม เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของ SMEs
- การเป็นที่ปรึกษาด้านการลงทุนและการลงทุนของธุรกิจใหม่ คำเนินการ โดย Small Medium Business Investment Consultation เป็นหลัก
- มาตรการสนับสนุนด้านภาษี รัฐบาลให้การสนับสนุนโดยลดภาษีรายได้นิติบุคคล ให้แก่กิจการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 100 ล้านเยนลงมา และมาตรการพิเศษอื่นๆ เพื่อสนับสนุน SMEs

3.3 กรณีตัวอย่างการผู้ประกอบการ SME ในต่างประเทศ

คณะผู้วิจัยขอเสนอกรณีตัวอย่างการพัฒนา SMEs และผู้ประกอบการในฮ่องกง และมาเลเซีย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและเปรียบเทียบกับการพัฒนาธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย เนื่องจากมีสภาพสังคมและสภาพแวดล้อมคล้ายๆกัน โดยจะเริ่มตั้งแต่ค่านิยมและสถานภาพของธุรกิจ SMEs ในแต่ละประเทศ หน่วยงานหลักที่สนับสนุน นโยบายและมาตรการเพื่อพัฒนา SMEs นโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.3.1 ประเทศฮ่องกง

1. สถานภาพ SMEs ในฮ่องกง

นิยามคำว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง

ค่านิยมของ SMEs ในฮ่องกงจำแนกโดยจำนวนการจ้างงาน คือ อุตสาหกรรม การผลิต มีการจ้างงานไม่เกิน 100คน และอุตสาหกรรมอื่นที่ไม่ใช่การผลิตไม่เกิน 50 คน

ฮ่องกงมีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจมากกว่า 30 ปี และในปัจจุบันเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจการค้าใหญ่เป็นอันดับ 8 ของโลก เกินกว่าร้อยละ 98 ของวิสาหกิจในภาคอุตสาหกรรม การผลิตและการบริการ คือ SMEs และมีการจ้างงาน เกินกว่าร้อยละ 60 ของการจ้างงานทั้งหมด SMEs ส่วนใหญ่ในฮ่องกงเป็นธุรกิจทางการส่งออกและนำเข้าคิดเป็นร้อยละ 36 ของ SMEs ทั้งหมดในประเทศ รองลงมาจะเป็นธุรกิจค้าส่งค้าปลีกร้านอาหารและโรงแรม

จากการสำรวจโดย The Census and Statistics Department (C&SD) ณ สิ้นปี 2000 มีจำนวน SMEs ในฮ่องกงทั้งสิ้น 290,000 ราย คิดเป็นร้อยละ 98 ของวิสาหกิจทั้งหมด โดยก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 1.36 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 60 ของการจ้างงานในภาคเอกชน SMEs อยู่ทั้งในภาคการค้าและอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งร้อยละ 90 ของ SMEs มีการจ้างงานต่ำกว่า 10 คน

2. หน่วยงานหลักที่สนับสนุน ประกอบด้วย

- 1.The SME office of the trade and Industry Department
- 2.SME Centre of Hong Kong Productivity Council
- 3.SME Training of Hong Kong Trade Development Council
- 4.Support and Consultation Centre For SME

3. นโยบายและมาตรการเพื่อพัฒนา SMEs

รัฐบาลฮ่องกงตระหนักถึงความสำคัญของ SMEs ที่จะพัฒนาให้มีการเติบโตและภายใต้ตลาดการค้าเสรีของฮ่องกงที่ยึดมั่นในปรัชญาที่ว่าธุรกิจอุตสาหกรรมจะต้องแข่งขันกันบนพื้นฐานที่เสมอ

ภาคกัน ไม่ว่าจะ มีขนาดเล็กหรือใหญ่ นั้น รัฐบาลพยายามที่จะสร้างสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่ SMEs สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ได้แก่ การสร้างเสถียรภาพในระบบเศรษฐกิจมหภาค การสนับสนุน ทางด้านสาธารณูปโภค การลงทุนทางด้านการตลาด การฝึกอบรม และการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลและทรัพย์สินผ่านทางกระบวนการทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ

การสนับสนุนและช่วยเหลือ SMEs ของรัฐบาลมี 9 ด้าน ดังนี้

1. การสนับสนุนผู้เริ่มต้นทำธุรกิจ (Business Start-up)

- ให้บริการคำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ที่จะเริ่มทำธุรกิจตั้งแต่การขออนุญาตก่อตั้ง ด้านการบัญชี กฎหมาย การเงิน บรรษัทภิบาล การจัดการทางด้านสิ่งแวดล้อมและการแสวงโอกาสขยายตลาด

2. ด้านการเงิน

- ช่วยเหลือ SMEs เพื่อให้มีความรู้เรื่องการเงินบัญชี ความโปร่งใสด้านการเงินเพื่อเพิ่มความสามารถ ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ให้บริการสินเชื่อเพื่อการส่งออกโดยให้มีสัดส่วนค้ำประกันในระดับที่แตกต่างตามระดับความเสี่ยงของธุรกิจและให้มีรูปแบบ การประกันสินเชื่อที่หลากหลายมากขึ้น

- มีกองทุนเพื่อสนับสนุน SMEs ในด้านต่างๆ

- จัดตั้ง SME Business Installations and Equipment Loan Guarantee Scheme เพื่อช่วยให้ SMEs ได้รับสินเชื่อจากธนาคารหรือสถาบันการเงินในการจัดซื้อและติดตั้งเครื่องจักรอุปกรณ์

3. การเข้าถึงแหล่งข้อมูล (Information Access)

- ช่วยเหลือ SMEs ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร โดยตรงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน รวมถึงด้านเทคโนโลยีและกฎระเบียบต่างๆ ของรัฐบาล

4. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

- ให้การฝึกอบรมบุคลากร SMEs เพื่อให้สนองตอบความต้องการและมีการกระตุ้นให้ SMEs ตระหนักถึงความสำคัญของการฝึกอบรม

5. การพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี

- มีกองทุนเทคโนโลยี (Technology Funds) รูปแบบต่างๆ ได้แก่ โครงการช่วยเหลือการวิจัยของผู้ประกอบการขนาดเล็ก (Small Entrepreneur Research Assistance Program-SERAP), กองทุนวิจัยประยุกต์ (Applied Research Fund-ARF), เงินสมทบการร่วมวิจัย (Matching Grant for Joint Research) และเงินอุดหนุนการยื่นจดสิทธิบัตร (Patent Research Grant)

- ศูนย์เพิ่มผลผลิตฮ่องกง (Hong Kong Productivity Center-HKPC) ให้บริการปรึกษาแนะนำแก่ SMEs ในภาคการผลิต ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือเทคโนโลยีการผลิตใหม่

- มีระบบฐานข้อมูล Tech Link บนอินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการสร้างหุ้นส่วนธุรกิจระหว่างบริษัทท้องถิ่นหรือบริษัท ต่างชาติที่เป็นเจ้าของ เทคโนโลยี SMEs ที่ต้องการเทคโนโลยี และนักลงทุนร่วมทุน

- การช่วยเหลือค่าใช้จ่ายแก่ SMEs ในฮ่องกง ในการส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของตน

6. การสนับสนุนด้านคุณภาพ

- กระตุ้นให้ SMEs ตระหนักถึงการจัดการด้านคุณภาพและการส่งเสริมด้านการประกันคุณภาพ

7. การสนับสนุนด้านการจัดการสภาพแวดล้อม

- ส่งเสริมให้ SMEs รับเทคโนโลยีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ได้มาตรฐานระดับต่าง ประเทศ

8. การเข้าถึงแหล่งตลาด

- ช่วยเหลือในการส่งเสริมสินค้าและบริการของ SMEs
- การส่งเสริมให้ SMEs ขยายตลาดไปต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้ SMEs มีการจับคู่ทางธุรกิจ

9. การเตรียมโครงสร้างพื้นฐาน

- ฮ่องกงกำลังเร่งเตรียมโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับกิจกรรมวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น Science Park, Cyberport, Applied Science and Technology Research Institute (ASTRI)

4. นโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่

1. โครงการพี่เลี้ยงผู้ประกอบการใหม่ (Mentorship Programme for SMEs)

กรมการค้าและอุตสาหกรรมประเทศฮ่องกงร่วมกับองค์กรอุตสาหกรรมและการค้า 25 แห่ง ได้ริเริ่มโครงการพี่เลี้ยง ผู้ประกอบการใหม่ ในปลายปี 2000 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs ที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นทำธุรกิจ ได้เรียนรู้และได้รับคำปรึกษาแนะนำจากผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ ผู้บริหารอาวุโส รวมทั้งผู้มีประสบการณ์ในหลากหลายอาชีพ

1.1 ผู้มีสิทธิได้รับการสนับสนุน

บริษัทจดทะเบียนในท้องถิ่นที่มีการจ้างงานไม่เกิน 20 คน และก่อตั้งมาไม่ถึง 5 ปี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุน ต้องเข้ารับการฝึกอบรมเรื่องการพัฒนาการเป็นผู้นำเป็นเวลา 1 วัน ภายในเวลา 3 เดือนแรกของการเข้าโครงการนั้น โดยผู้ประกอบการต้องเสียค่าใช้จ่าย เป็นจำนวน 1,000 เหรียญฮ่องกง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการสามารถขอรับการ สนับสนุน SME Trading Fund ซึ่ง จะได้รับการสนับสนุนร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายในการอบรม ที่เหลือผู้ประกอบการ ผู้ที่จะมาเป็นพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาให้กับผู้ประกอบการใหม่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มี ประสบการณ์ ผู้บริหารอาวุโส และผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้รับการแนะนำจากองค์กรอุตสาหกรรมและ การค้าทั้ง 25 แห่ง พี่เลี้ยงเหล่านี้จะทำหน้าที่รับฟังความเห็น และปัญหาของ SMEs มีการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น ประสบการณ์และให้คำปรึกษาแนะนำ อย่างไรก็ตาม พี่เลี้ยงจะไม่ทำการ ตัดสินใจใดๆ ทั้งสิ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ต้องตัดสินใจ แก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง

1.2 ระยะเวลาของโครงการ

ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเลือกว่าจะเข้าร่วม โครงการที่จัดโดยหน่วยงานร่วม ซึ่งก็คือ องค์กรอุตสาหกรรมและการค้า ได้ทั้ง 25 แห่ง ซึ่งทางองค์กรจะมอบหมายพี่เลี้ยงที่เหมาะสมให้แก่ SMEs ระยะเวลาของ โครงการ คือ 9 เดือน ซึ่งพี่เลี้ยงและ ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเข้ารับคำปรึกษา แบบตัวต่อตัวอย่างน้อย 3 ครั้ง

1.3 กิจกรรมของโครงการ

ผู้ประกอบการต้องเข้าร่วมการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกัน และกันระหว่างพี่เลี้ยง และผู้ประกอบการ เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 9 เดือน

ทั้งผู้ประกอบการ SMEs และพี่เลี้ยงสามารถถอนตัวจาก โครงการได้โดยทำหนังสือแจ้ง เป็นลายลักษณ์อักษร ล่วงหน้า 30 วัน โดยยื่นต่อกรมการค้าและอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ SMEs ต้องลงนามในสัญญาก่อนเข้าร่วม โครงการเป็นข้อตกลงว่า พี่เลี้ยง รัฐบาล หรือหน่วยงานร่วมจะไม่รับผิดชอบการฟ้องร้องหรือค่าเสียหายใดๆ ที่เป็นผลจากการเข้าร่วม โครงการ

2. โครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubation Program)

โครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubation Program) ดำเนินการ โดยศูนย์เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (Hong Kong Industrial Technology Center) ภายใต้ Hong Kong Science and Technology Parks Corporation (HKSTPC)

2.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้แก่บริษัทที่เริ่มดำเนินธุรกิจใหม่ในด้านเทคโนโลยี ให้พัฒนาธุรกิจได้ในระยะยาว ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะมีบทบาทสำคัญในการยกระดับ พัฒนา กระบวนการทางเทคโนโลยีต่อไปในประเทศฮ่องกง

2.2 การสนับสนุนของโครงการ

- การสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ศูนย์เทคโนโลยีอุตสาหกรรม จัดพื้นที่สำนักงานให้ผู้ประกอบการ SMEs เข้าใช้ในราคาผ่อนปรนในระยะ 3 ปีแรกของกิจการ ภายในศูนย์บ่มเพาะมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในช่วงเริ่มต้น รวมทั้งอุปกรณ์สำนักงาน ห้องประชุม สัมมนา ซึ่งเป็นการช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งในการเริ่มต้นธุรกิจได้ นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยดังกล่าว จะทำให้ผู้เริ่มต้นธุรกิจสามารถแสดงผลงานเสนอต่อลูกค้าหรือนักลงทุนที่มีศักยภาพได้

- การสนับสนุนด้านการจัดการ

ศูนย์บ่มเพาะดำเนินการจัดการสัมมนาด้านการจัดการในหลายหัวข้อ เช่น การจัดการคนและองค์กร เทคนิคการขาย การจัดการด้านการเงินและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น โดยมีการจัดทุกๆ 3 เดือน เพื่อเพิ่มทักษะการจัดการให้แก่ผู้ประกอบการในโครงการบ่มเพาะ ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs ที่เป็นเจ้าของบริษัทอาจส่งผู้จัดการในสายการผลิตของตนเข้ารับการฝึกอบรมสัมมนาดังกล่าว เพื่อพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ทางศูนย์บ่มเพาะให้การสนับสนุนการจัดฝึกอบรมด้านการจัดการและเทคโนโลยี ในหัวข้อเฉพาะตามที่ ผู้ถูกบ่มเพาะกำหนด เพื่อให้ตรงกับความต้องการของแต่ละธุรกิจ โดยมีการตกลงค่าใช้จ่ายร่วมกัน รวมทั้งให้การสนับสนุนในการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้กับโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อเผยแพร่

- การจัดนิทรรศการและตลาดนัดเทคโนโลยี

ศูนย์เทคโนโลยีอุตสาหกรรมจัดให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมงานนิทรรศการและตลาดนัดเทคโนโลยีซึ่งผู้ประกอบการสามารถแสดงผลงานทางเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ของบริษัทได้

- เอกสารเผยแพร่

“Tech Center News” และ “Business & Technology Information Quarterly” เป็นเอกสารราย 3 เดือน ที่ออกโดยศูนย์เทคโนโลยีอุตสาหกรรม โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับโครงการบ่มเพาะธุรกิจรายละเอียดของผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ เอกสารดังกล่าวจะถูกเผยแพร่ให้แก่องค์กร สถาบันต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- คณะกรรมการด้านเทคโนโลยี

การแต่งตั้งคณะกรรมการด้านเทคโนโลยี จำนวน 4 คณะ โดยมุ่งเน้นด้านต่างๆ ดังนี้

1. Multimedia and Networking
2. Telecommunications
3. Systems and Software

4. Microelectronics and Components

คณะกรรมการ ประกอบด้วย นักวิจัยจากทางสถาบันการศึกษา ผู้แทนจากภาคอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำหน้าที่ให้คำปรึกษา แก่ผู้ถูกบ่มเพาะในโครงการด้านเทคโนโลยีหรือสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. ศูนย์ช่วยเหลือผู้เริ่มทำธุรกิจ (Business Start-up Centre: BSC)

Vocational Training Council ภายใต้อำนวยการจัดการของประเทศฮ่องกง ก่อตั้งศูนย์ช่วยเหลือผู้เริ่มทำธุรกิจ (BSC) ขึ้นในปี 1999 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการบริการอย่างครบวงจรแก่ผู้เริ่มทำธุรกิจและผู้ที่กำลังแสวงหา โอกาสทางธุรกิจ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ศูนย์ BSC จะจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์สำนักงานพื้นฐาน การให้คำปรึกษา แนะนำในการทำธุรกิจ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จัดฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างสมาชิกของศูนย์

3.3.2 ประเทศมาเลเซีย

1. สถานภาพ SMEs ในมาเลเซีย

- นิยามคำว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง :

บริษัทที่มียอดขายต่อปีไม่เกิน 25 ล้านริงกิต และมีพนักงาน (เต็มเวลา) ไม่เกิน 150 คน

- สาเหตุการให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง : ร้อยละ 90 ของโรงงานที่ตั้งขึ้นเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางกลุ่มธุรกิจดังกล่าว จึงเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมาก อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในแง่มูลค่าทางเศรษฐกิจแล้ว อุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางยังให้ผลน้อย ไม่ว่าจะในด้านมูลค่าเพิ่ม ผลผลิต หรือการจ้างงาน โดยจากข้อมูลปี 2544 การจ้างงานของอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางคิดเป็น ร้อยละ 31.2 ของการจ้างงานรวม ก่อให้เกิดผลผลิต ร้อยละ 15 ของผลผลิตมวลรวม และเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เพียง ร้อยละ 18 ภาครัฐจึงพยายามที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง โดยระบุไว้ในแผนการพัฒนามาเลเซีย ฉบับที่ 8 มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งและความเติบโตของภาคการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับอุตสาหกรรม ICT ทั้งนี้ การให้ความสนับสนุนจากรัฐ จะเน้นเป็นพิเศษในส่วนของการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถเพิ่มการผลิต และสามารถแข่งขันในตลาดได้

2. หน่วยงานหลักที่สนับสนุน ประกอบด้วย

- Small and Medium Industries Development Corporation (SMIDEC)

สังกัดกระทรวงการค้าระหว่างประเทศและอุตสาหกรรม (MITI) จัดตั้งเมื่อปี 2539 มีภารกิจหลักที่จะนำระบบอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถแข่งขันได้ในระดับ

โลก โดยมุ่งเน้นเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมไม่ครอบคลุมถึงภาคบริการ สำหรับบริษัทที่มี
ชาวมาเลเซียถือหุ้นตั้งแต่ 60% ขึ้นไป

- Ministry of Entrepreneur Development (KPU)

จัดตั้งเมื่อปี 2538 เพื่อเป็นหน่วยงานแนวหน้าในการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ
ผู้ประกอบการภูมิบุตร (เป็นชาวมาเลเซียทั้งสิ้น) ครอบคลุมธุรกิจทั้งอุตสาหกรรมและพาณิชย์
กรรม

3. นโยบายและมาตรการเพื่อพัฒนา SMEs ภายใต้ Small and Medium Industries Development Corporation (SMIDEC)

การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง :

1. การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม

Industrial Linkage Program – (ILP) และการเป็น Global suppliers (GSP): พยายามผลักดัน
ให้อุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางมีความเชื่อมโยงและมีโอกาสดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัท
ขนาดใหญ่ทั้งบริษัทท้องถิ่นและบริษัทข้ามชาติ (MNCs) เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเพื่อพัฒนาขีด
ความสามารถในการแข่งขัน โดยการ จัดฝึกอบรมทักษะที่ต้องการ ซึ่งหากผลของการผลักดันนี้
สำเร็จ บริษัทข้ามชาติก็จะยังคงฐานการผลิตอยู่ในมาเลเซีย และจะช่วย เพิ่มการเติบโตของ
supplier ท้องถิ่น ได้อีกด้วย

2. การพัฒนาเทคโนโลยี

ให้ทุนเพื่อเพิ่มความสามารถด้านเทคโนโลยี และให้บริการให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีทั้ง
ในรูปของการจัดสัมมนา, การจัดทำฐานข้อมูล โดยให้ทุนมากกว่าร้อยละ 70 แก่บริษัทมาเลเซีย

3. การพัฒนาทักษะของบุคลากร

เพื่อให้อุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางสามารถผลิตผลิตภัณฑ์อย่างมีคุณภาพและ
ตรงกับความต้องการของลูกค้า การพัฒนาทักษะพนักงานจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก ภาครัฐ
เล็งเห็นความต้องการในจุดนี้จึงพยายามกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาบุคลากร โดยการให้ทุนและตั้ง
หน่วยงานดำเนินงานด้านการฝึกอบรม โดยเฉพาะจำนวน 16 หน่วยงาน

4. การพัฒนาตลาด

ผ่านโปรแกรม Industrial Linkage Programme (ILP) และแผนการพัฒนาตลาดโดย
Malaysian Trade Development (MATRADE)

5. การพัฒนาโครงการสร้างพื้นฐาน

สำหรับอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง เช่น พื้นที่อุตสาหกรรม แหล่งบำบัดน้ำเสีย คลังสินค้า อาคาร โรงงาน

6. บริการให้คำปรึกษาแนะนำ

เปิด Business Clinic ให้บริการทุกวันพุธ

ความช่วยเหลือด้านการเงิน :

- รูปแบบความช่วยเหลือ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ การให้ทุน และการให้เงินกู้ ดอกเบี้ยต่ำ ทั้งนี้ ในส่วนของการให้เงินทุนนั้น สามารถจำแนกทุนออกได้เป็น 4 ประเภท คือ Industrial Technical Assistance Fund (ITAF), Upgrading Engineering Design, factory Auditing, ICTS Application
- เกณฑ์การพิจารณาให้ทุน ประกอบด้วย
 - 1) การเป็นบริษัทที่ถูกต้องตามกฎหมาย
 - 2) มียอดขายต่อปีไม่เกิน 25 ล้านบาท และมีพนักงานไม่เกิน 150 คน
 - 3) มีชาวมาเลเซียถือหุ้น ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของหุ้นทั้งหมด
 - 4) บริษัทที่เข้าร่วม โปรแกรม Industrial Linkage Program (ILP) จะได้รับความสำคัญมากกว่า
- การให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เป็นการให้ความช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง ทั้งที่เปิดดำเนินการไปแล้วและเพิ่มจัดตั้งบริษัทใหม่ ทั้งนี้จะคิดดอกเบี้ยที่อัตราร้อยละ 4 และให้เวลาผ่อนชำระ 5 – 15 ปี
- ความช่วยเหลือพิเศษสำหรับผู้ประกอบการสตรี
- เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้สตรีมีโอกาสเป็นเจ้าของกิจการที่มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น มีความสามารถในการแข่งขัน และใช้ทักษะความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น

ขอบข่ายธุรกิจที่จะได้รับความช่วยเหลือด้านการเงิน :

เน้นการให้ความช่วยเหลือใน 8 อุตสาหกรรมหลัก คือ

- Engineering Support Services - การบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์
- Specialized Service Center
- การพัฒนาซอฟต์แวร์
- โลจิสติกส์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- การผลิตยานยนต์
- Design House - บริการบรรจุภัณฑ์

ตัวอย่าง: ทุนประเภทต่างๆ

- ทุนเพื่อการพัฒนากระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ มูลค่าระหว่าง 250,000 - 500,000 ริงกิต
- ทุนเพื่อการพัฒนาตลาด มูลค่าระหว่าง 40,000 – 60,000 ริงกิต
- ทุนเพื่อการพัฒนาทักษะ คิดเป็นมูลค่าระหว่างร้อยละ 50 – 80 ของค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม
- ทุนเพื่อการยกระดับความสามารถการออกแบบทางวิศวกรรม มูลค่าไม่เกิน 300,000 ริงกิต/บริษัท
- ทุนเพื่อการดำเนินงานในสาขา E – manufacturing มูลค่าไม่เกิน 500,000 ริงกิต/บริษัท

ธนาคารที่ให้การช่วยเหลืออุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง :

มาเลเซียไม่มีธนาคารเพื่อการนี้โดยเฉพาะ แต่มีธนาคารที่มีหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง

แผนการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง (Small and Medium Industries

Development Plan – SMIDP) :

เป็นแผนที่เริ่มมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2545 กำหนดขึ้น เพื่อส่งเสริมการตั้งธุรกิจ อุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางที่มีความสามารถในการแข่งขัน แข็งแกร่ง และเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมภายในและภายนอกประเทศได้ โดยมี SMIDEC ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลาง

4. นโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ ภายใต้ Ministry of Entrepreneur Development (MECD) หรือ KPU_n (KEMENTERIAN PERBANGUNAN USAHAWAN DAN KOPERASI)

กลุ่มเป้าหมาย: KPU_n กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการให้ความช่วยเหลือสนับสนุน เพื่อให้เกิดเป็นผู้ดำเนินธุรกิจไว้สองกลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มที่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ
2. กลุ่มผู้ประกอบการที่มีอยู่แล้ว ทั้งขนาดเล็กและขนาดกลาง

การคัดเลือกผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือจะขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม เกณฑ์พิเศษ/เฉพาะอาจใช้กับ โครงการที่มีความต้องการเป็นพิเศษได้เช่นกัน ทั้งนี้ ในการสร้าง

ผู้ประกอบการ ไม่มีการกำหนดเป้าหมายรวมว่าจะต้องสร้างปีละเท่าไร แต่บางโครงการอาจมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น โครงการเฟรนไชส์ มีเป้าหมาย 5,000 รายใน 3 ปี

ธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการ :

ธุรกิจสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ICT พาณิชยกรรม เทคโนโลยีชีวภาพ บริการสนับสนุนการขนส่งทางอากาศและทางทะเล การท่องเที่ยว การศึกษา การค้าส่งค้าปลีก

ผู้ประกอบการ ไม่มีการกำหนดเป้าหมายรวมว่าจะต้องสร้างปีละเท่าไร แต่บางโครงการอาจมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น โครงการเฟรนไชส์ มีเป้าหมาย 5,000 รายใน 3 ปี

ธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการ :

ธุรกิจสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ICT พาณิชยกรรม เทคโนโลยีชีวภาพ บริการสนับสนุนการขนส่งทางอากาศและทางทะเล การท่องเที่ยว การศึกษา การค้าส่งค้าปลีก

งบประมาณ :

งบประมาณที่ KPU_n ได้รับเมื่อคำนวณเป็นเงินบาท (อัตรา RM 1 ประมาณ 11.77 บาท)

ประเภทงาน	งบประมาณปี 2543 (ล้านบาท)	งบประมาณปี 2544 (ล้านบาท)	เงินใช้ไปในปี 2544 (ล้านบาท)
งานบริหาร	449	389	378
งบพัฒนา	13,865	5,813	4,932

แผนภูมิยุทธศาสตร์ในการพัฒนาผู้ประกอบการ :



โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ : KPUn (KEMENTERIAN PERBANGUNAN USAHAWAN DAN KOPERASI)

จัดตั้งโครงการหลายรูปแบบขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดการประกอบธุรกิจประเภทต่างๆเพิ่มมากขึ้น ในประเทศ ทั้งนี้ จะมุ่งให้ความสำคัญต่อผู้ประกอบการภูมิบุตรอย่างมาก โครงการต่างๆ เหล่านี้จึงเป็นส่วนผลักดันสำคัญต่อการสร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการมาเลเซีย อาทิ

1. การทดลองเป็นผู้ประกอบการ

เป็นโครงการระยะยาวประมาณ 9 เดือน จัดขึ้นเพื่อให้นักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไป ได้มีโอกาสและประสบการณ์การทำธุรกิจในภาคปฏิบัติในการจัดตั้ง บริหาร และเปิดบริษัท นอกจากนี้ สำหรับข้าราชการที่ต้องการลาออกไปประกอบธุรกิจ ก็ได้รับอนุญาตให้ลาออกไป ฝึกอบรมได้อีกด้วย

2. บริการให้คำปรึกษาแนะนำ

ศูนย์ให้คำปรึกษาผู้ประกอบการแห่งชาติ (National Entrepreneur's Guidance Center: PBU) ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์บริการเบ็ดเสร็จสำหรับผู้ประกอบการและผู้มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการ โดยให้บริการคำปรึกษาแนะนำ ข้อมูล อินเทอร์เน็ตและการจัดสัมมนา

3. ที่ปรึกษา

โปรแกรมที่ปรึกษาเริ่มขึ้นในปี 1995 (พ.ศ. 2538) โดยให้ผู้ประกอบการภูมิบุตรที่ประสบความสำเร็จมาให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการภูมิบุตรขนาดเล็กและผู้ประกอบการ ภูมิบุตร ที่มีแนวโน้มที่ดี ทั้งนี้ ภูมิบุตรที่เป็นที่ปรึกษาอาจให้ความช่วยเหลือแนะนำด้านการเงิน ให้โอกาสทางธุรกิจ การฝึกอบรม เพื่อที่ผู้รับคำปรึกษาสามารถเข้าแข่งขันในตลาดได้ต่อไป

4. การฝึกอบรมผู้ประกอบการสตรี

จัดสำหรับสมาชิกของสมาคมผู้ประกอบการสตรี single mothers และสตรีที่ต้องการดำเนินธุรกิจ

5. การพัฒนาผู้ขาย

โปรแกรมพัฒนาผู้ขายเริ่มขึ้นเมื่อปี 1988 (พ.ศ. 2531) เพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในฐานะผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ทั้งในและระหว่างประเทศ โดยความร่วมมือกับธนาคารและสถาบันการเงิน และบริษัท อุตสาหกรรมที่เน้นความสำคัญในโปรแกรมนี้คือ อุตสาหกรรมยานยนต์ ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พลาสติก ยาง เครื่องจักรกล โทรคมนาคม ก่อสร้าง การผลิตภาพยนตร์ เฟอร์นิเจอร์ เซรามิก Export and Trading มอเตอร์ไซค์ อาหาร บริการ และสิ่งทอ

6. การพัฒนาแฟรนไชส์

โปรแกรมการพัฒนาแฟรนไชส์เกิดขึ้นในปี 1992 (พ.ศ. 2535) เพื่อสนับสนุนเป้าหมาย BCIC การดำเนินการมีทั้งการสนับสนุนการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การซื้อลิขสิทธิ์แฟรนไชส์ทั้งในและนอกประเทศ การกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์แฟรนไชส์ต่างประเทศ การพัฒนาแนวโน้มของธุรกิจแฟรนไชส์ การจัดสัมมนา ฝึกอบรม การสนับสนุนทางการเงิน การกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมแฟรนไชส์ และการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ ด้วยเงินทุนจำนวนต่ำ ทั้งนี้การสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจแฟรนไชส์ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ แบบแรกคือ การให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำมูลค่าไม่เกินร้อยละ 70 ของมูลค่าการลงทุนเพื่อใช้จัดซื้ออุปกรณ์และเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน แบบที่สองคือ เจ้าของแฟรนไชส์จะได้รับเงินช่วยเหลือสูงถึงร้อยละ 90 ของค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ไม่เกิน 1.18 ล้านบาท

7. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในเชิงพาณิชย์

เป็นโปรแกรมที่มีขึ้นเพื่อให้ข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา ให้โอกาสนักวิจัยในการนำผลงานออกจำหน่าย กระตุ้นให้ผู้ประกอบการใช้เครื่องมือที่มีเทคโนโลยีและมูลค่าเพิ่มสูง และเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการที่ต้องการนำผลงานวิจัย และพัฒนา ไปจำหน่าย

8. การค้ำประกันให้กับผู้ประกอบการขนาดเล็ก

เริ่มขึ้นในปี 2000 (พ.ศ. 2543) โดย Credit Guarantee Corporation: CGC ด้วยความร่วมมือจากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงิน ให้ความช่วยเหลือโดยการค้ำประกันเงินกู้ที่ผู้ประกอบการกู้ยืมไปเป็นเงินทุนหมุนเวียนหรือเพื่อซื้อสินทรัพย์

9. การจัดหาที่ตั้งและโครงการสร้างพื้นฐาน

จัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ต้องการสถานที่เพื่อใช้เป็นสถานประกอบการ การช่วยเหลือนี้ทำโดยการซื้ออาคารพาณิชย์ ในพื้นที่เมืองหลัก และการก่อสร้างอาคารในพื้นที่ต่างๆ เตรียมไว้ให้ผู้ประกอบการเช่า/ซื้อซึ่งผู้ประกอบการที่สนใจสามารถเข้าสู่ข้อมูลได้จากระบบฐานข้อมูลออนไลน์และอาจส่งแบบฟอร์มผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลจากการวิจัย

4.1 ผลการสำรวจจากแบบสอบถาม

ในการจัดทำแบบสอบถาม ได้จัดทำแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนคือ

- ส่วนของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษา ในชั้นปีที่ 3-4 ว่ารู้จักศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัยหรือไม่ และมีความคิดเห็น ความต้องการจะเป็นผู้ประกอบการหลังจากจบการศึกษาหรือเปล่า ซึ่งนักศึกษาเป็นส่วนที่แสดงให้เห็นว่าแนวทางของผู้ประกอบการ SME จะจะมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจ จากคนทำงานทั่วไป มาเป็นคนรุ่นใหม่หรือเปล่า

- ส่วนที่ 2 จัดทำสำหรับผู้ประกอบการและนักธุรกิจ เป็นการศึกษาว่าผู้ประกอบการกลุ่มนี้ รู้จักศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัยหรือไม่ และมีความคิดที่จะเข้ารับการฝึกอบรมบ่มเพาะ เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเอง ให้มีความเข้มแข็ง และเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่สามารถจัดตั้ง และจดทะเบียนเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจได้ด้วยตนเอง ต่อไปในอนาคต

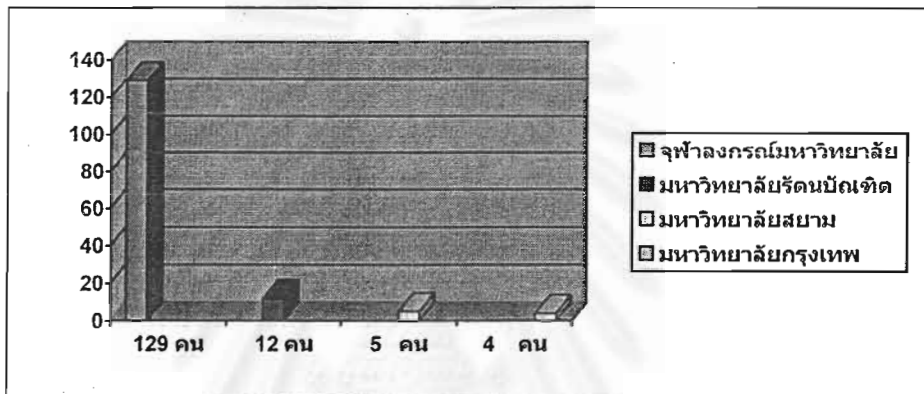
- ส่วนที่ 3 เป็นส่วนของผู้ที่เข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ จากสถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาว่าผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะฯ ในศูนย์บ่มเพาะเหล่านั้น มีความพึงพอใจต่อศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจมากเพียงใด มีความคาดหวังว่าจะได้รับการช่วยเหลือ การสนับสนุนอย่างไร และมีความต้องการความช่วยเหลือในด้านใดอีก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะฯ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ

จากการได้รับแบบสอบถามกลับมานั้น มีบางส่วน บางข้อ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้ตอบคำถามในข้อนั้น และก็มีบางส่วนที่มีคำตอบมากกว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากเป็นคำถามที่ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ แบบสอบถามในส่วนของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ที่เคยเข้ารับการอบรมบ่มเพาะจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย ได้รับกลับมาไม่มากเท่าที่ควร รายละเอียดผลการประมวลแบบสอบถาม มีดังนี้

4.1.1 ส่วนของนิสิต นักศึกษา

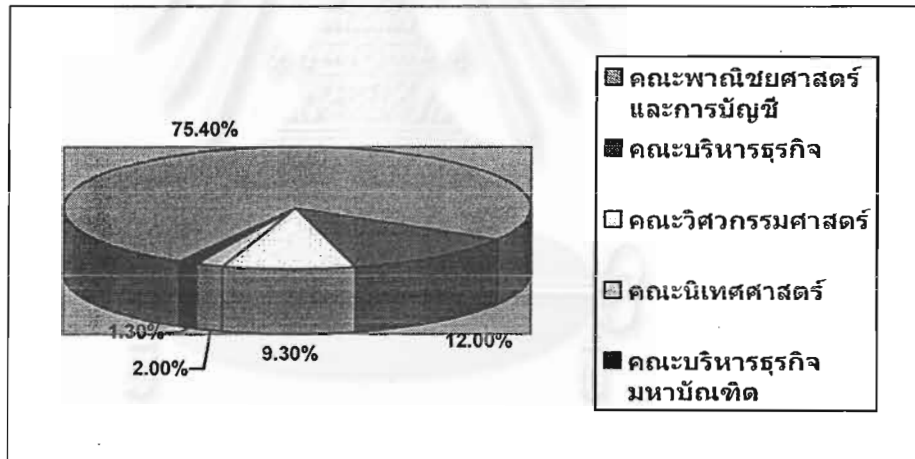
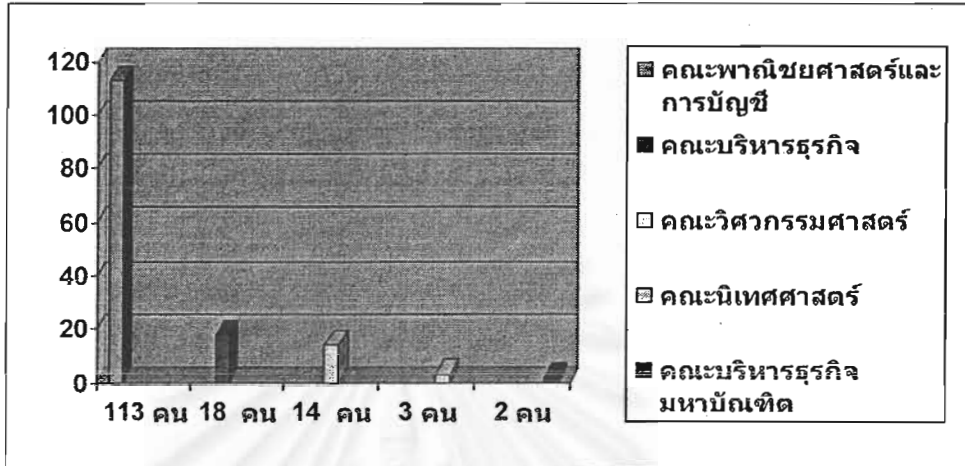
จากการแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาทั้งหมด 310 ชุด ได้รับตอบกลับมาจำนวน 150 ชุด คิดเป็นร้อยละ 48.39

แผนภูมิที่ 4.1 แสดงนักศึกษา จากสถาบันการศึกษาที่ตอบแบบสอบถาม



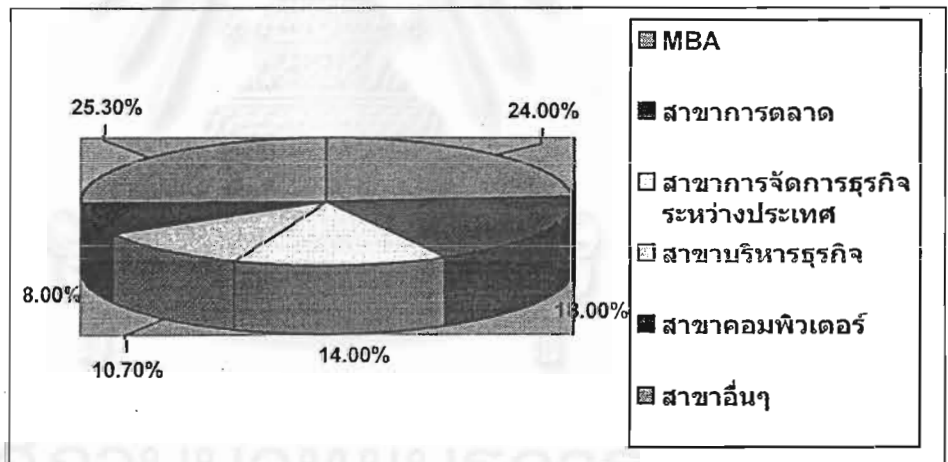
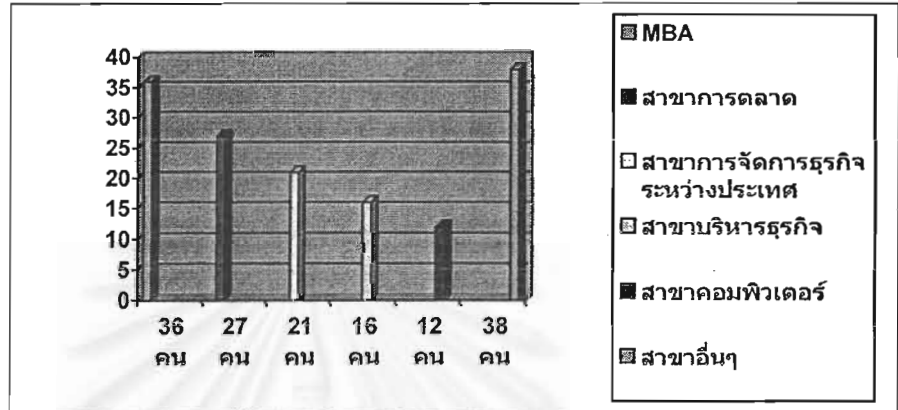
จากแบบสอบถามในส่วนของนักศึกษา สถาบันที่นักศึกษาได้ตอบแบบสอบถาม จากผู้ตอบทั้งหมด 150 คน เป็นนักศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 129 คน คิดเป็น ร้อยละ 86 จากมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8 จากมหาวิทยาลัยสยาม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

แผนภูมิที่ 4.2 แสดงคณะที่นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาอยู่



นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คน กำลังศึกษาอยู่ที่คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 75.4 คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12 คณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 คณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยมหามัณฑิต จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แผนภูมิที่ 4.3 แสดงสาขาที่นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาอยู่

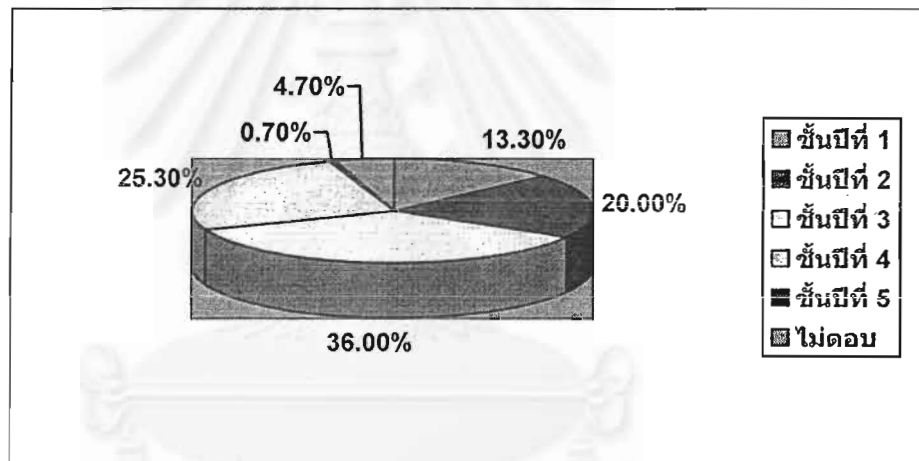
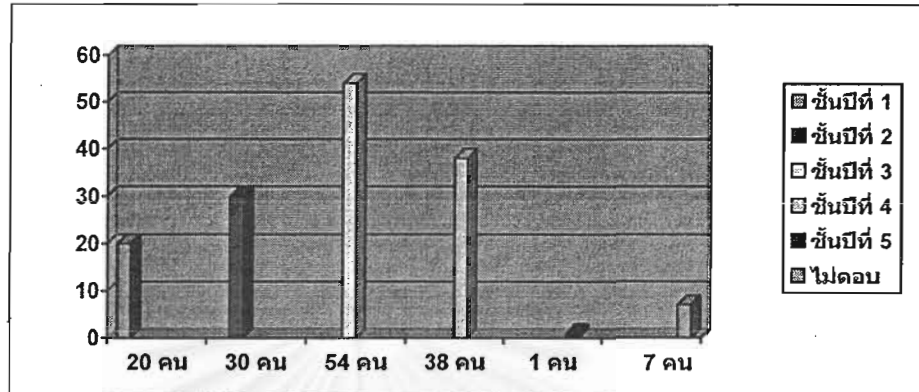


สาขาที่นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาอยู่ มีผู้ที่กำลังเรียนสาขา MBA จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เรียนสาขา การตลาด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18 เรียนสาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14 เรียนสาขาบริหารธุรกิจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 เรียนสาขาคอมพิวเตอร์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และเรียนสาขาอื่นๆ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

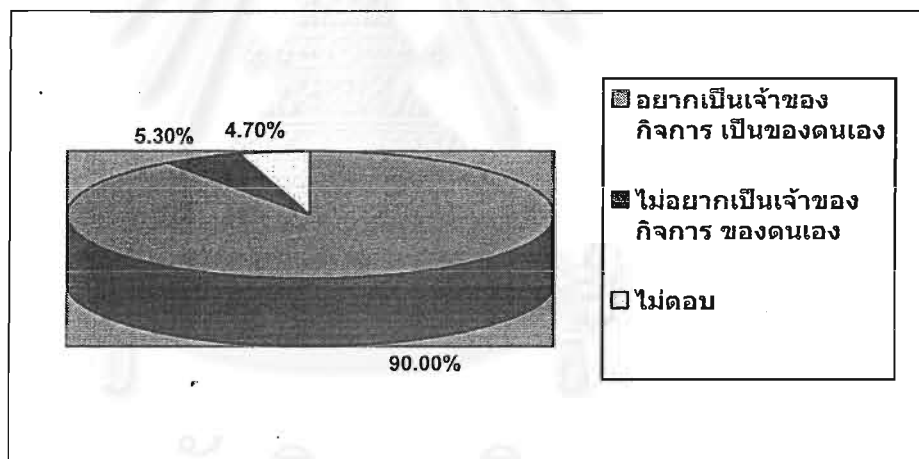
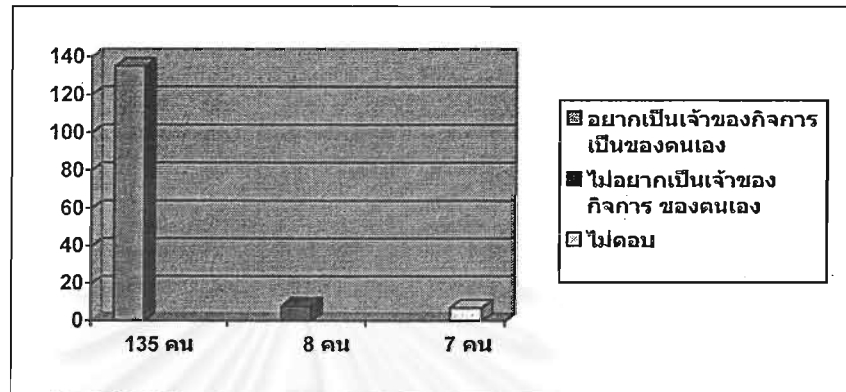
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.4 แสดงชั้นปีของนักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาอยู่



นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คน มีนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ชั้นปีที่ 3 มากที่สุด มีจำนวนถึง 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาเป็นชั้นปีที่ 4 จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ชั้นปีที่ 2 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ชั้นปีที่ 1 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ และมีผู้ที่ไม่ตอบ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

แผนภูมิที่ 4.5 แสดงนักศึกษาที่ในอนาคตอยากมีธุรกิจเป็นของตนเอง

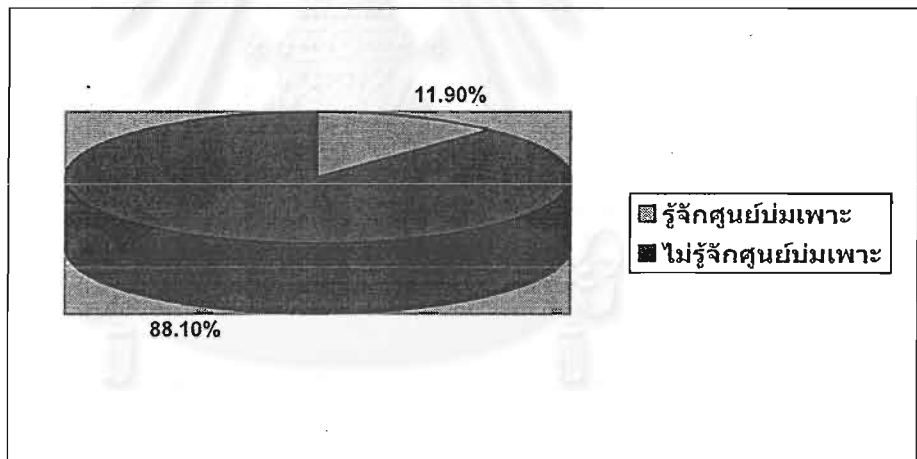
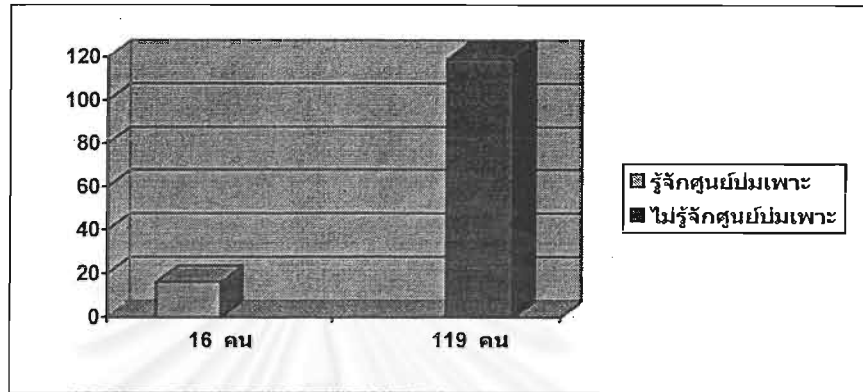


นักศึกษาที่ตอบว่าในอนาคตอยากเป็นเจ้าของกิจการของตนเองนั้น มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และที่ตอบว่าไม่อยากเป็นเจ้าของกิจการของตนเอง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

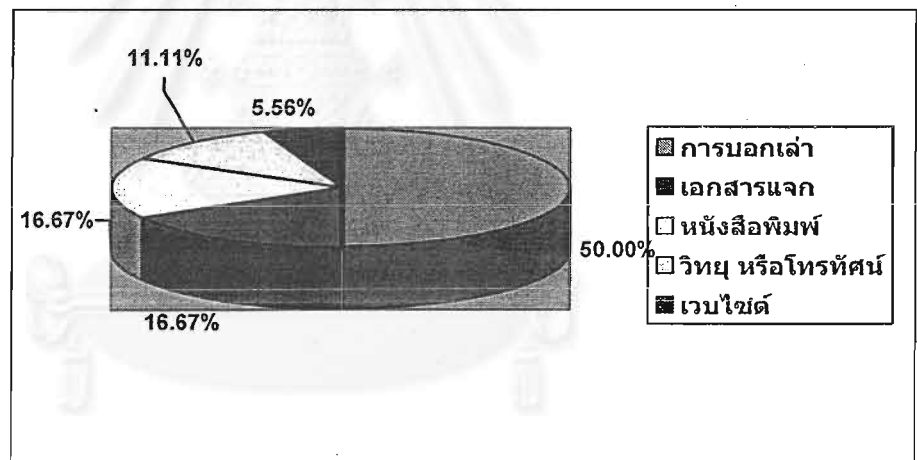
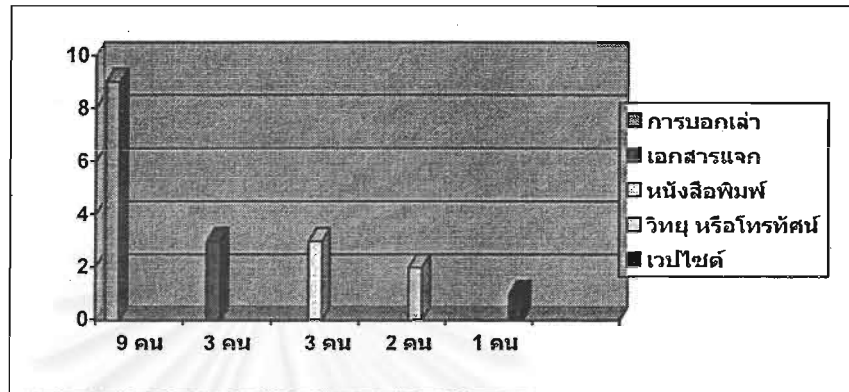
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.6 แสดงนักศึกษาที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ



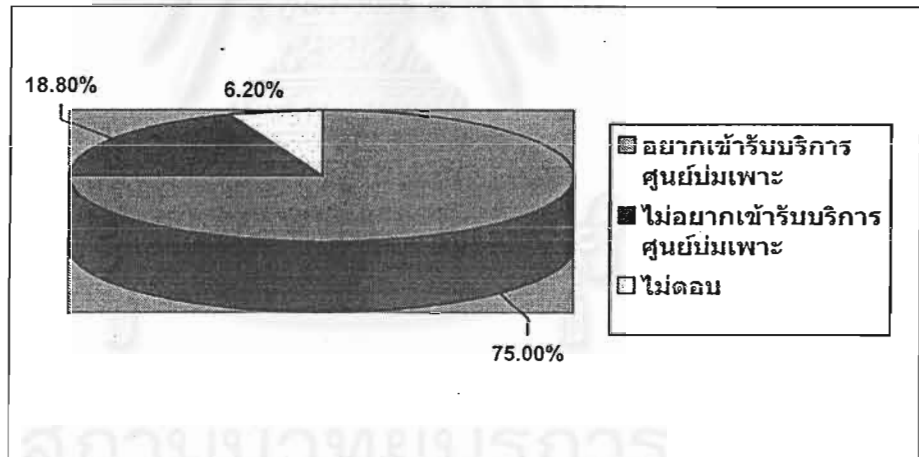
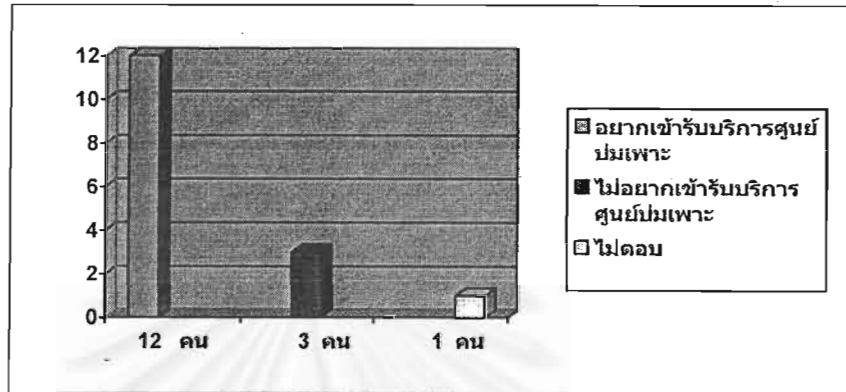
มีนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 135 คน มีผู้ที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ เพียง 16 คนเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 11.9 และมีผู้ที่ไม่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ มีจำนวนถึง 119 คน คิดเป็นร้อยละ 88.1

แผนภูมิที่ 4.7 แสดงนักศึกษาที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะจากสื่อต่างๆ



นักศึกษาที่ตอบว่ารู้จักศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 16 ราย นั้น ได้รับข่าวสาร โฆษณา ประชาสัมพันธ์ จากแหล่งที่มาต่างๆ ดังนี้ จากคำบอกเล่าจากอาจารย์ หรือเพื่อนมีจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 50 จากเอกสารแจก โบรชัวร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 จากสื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 จากวิทยู หรือโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และจากเว็บไซต์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56.

แผนภูมิที่ 4.8 แสดงนักศึกษาอยากเข้ารับบริการศูนย์บ่มเพาะหรือไม่

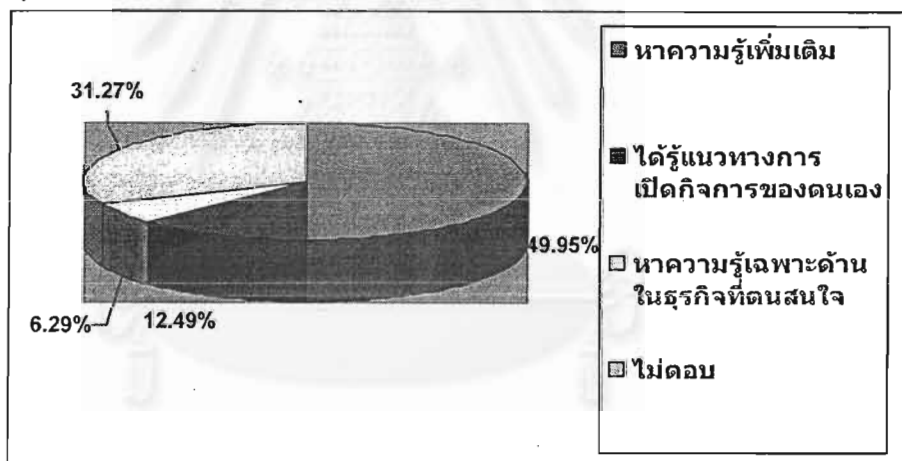
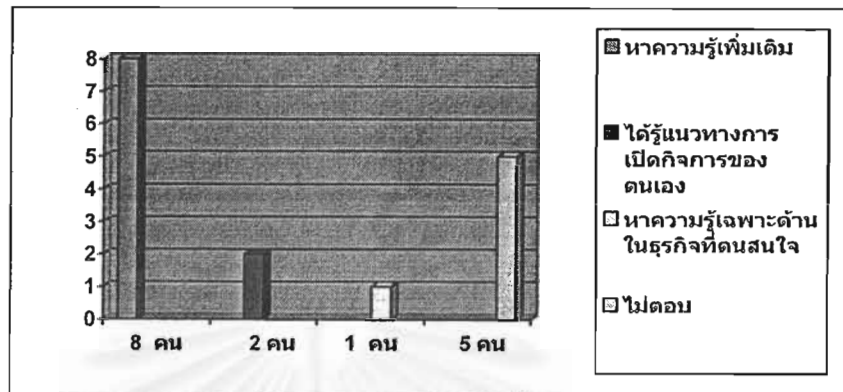


จากนักศึกษาที่ตอบว่ารู้จักศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 16 คน นั้น มีผู้ตอบว่าอยากเข้ารับบริการของศูนย์บ่มเพาะจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ที่ตอบว่าไม่อยากเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 18.85 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.9 แสดงเหตุผลที่นักศึกษาต้องการขอรับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ

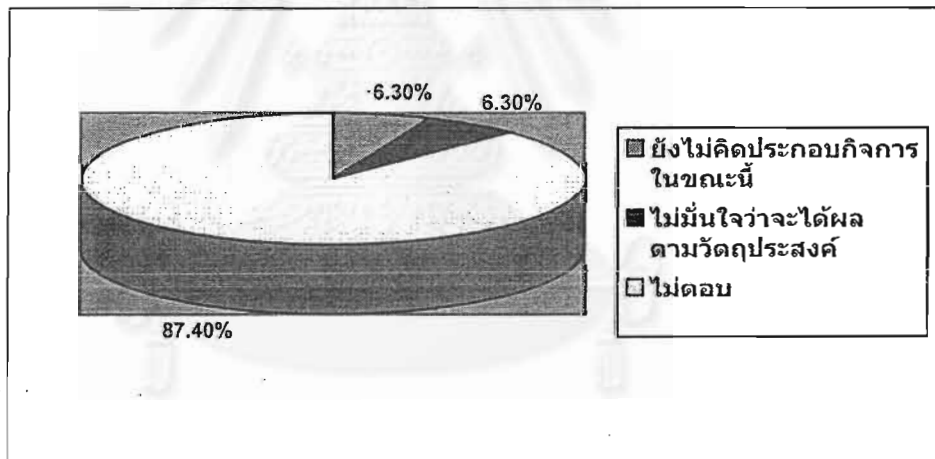
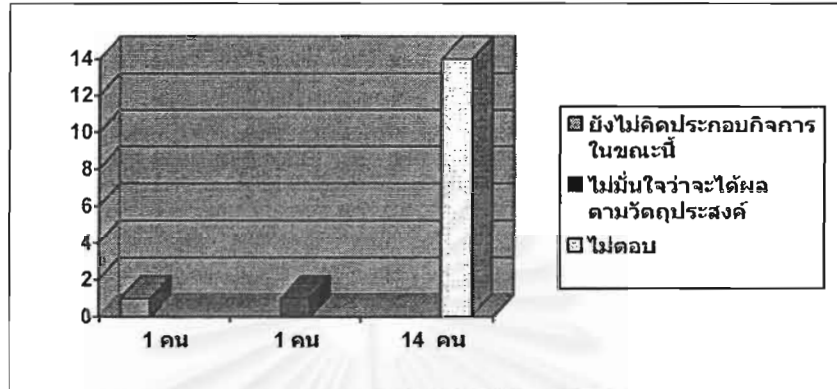


นักศึกษาที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 16 คน ที่อยากเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะด้วยสาเหตุต่างๆ ดังนี้ หาความรู้เพิ่มเติม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ตอบว่าได้รู้แนวทางการเปิดกิจการของตนเอง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ที่ตอบว่า เพื่อหาความรู้เฉพาะด้าน ในธุรกิจที่ตนสนใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และมีนักศึกษาที่ไม่ตอบคำถามนี้จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.10 แสดงเหตุผลที่นักศึกษาไม่ยอมเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ

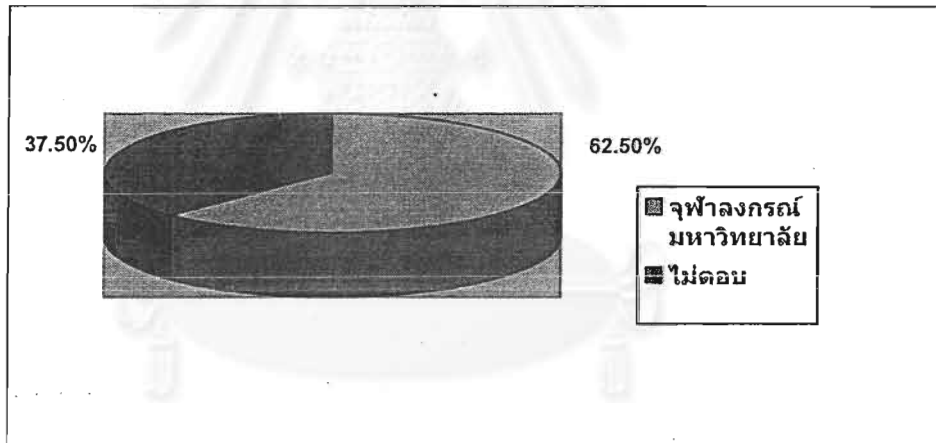
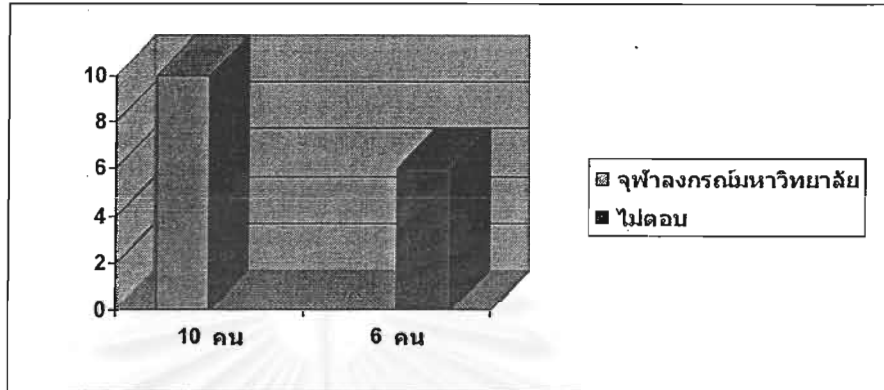


นักศึกษาตอบว่ารู้จักศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 16 คน ที่มีสาเหตุที่ไม่ยอมเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ ดังนี้ คือ ยังไม่คิดจะประกอบกิจการในขณะนี้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตอบว่าไม่มั่นใจว่าจะได้ผลตามวัตถุประสงค์หรือไม่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และมีผู้ไม่ตอบคำถามนี้ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 87.4

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

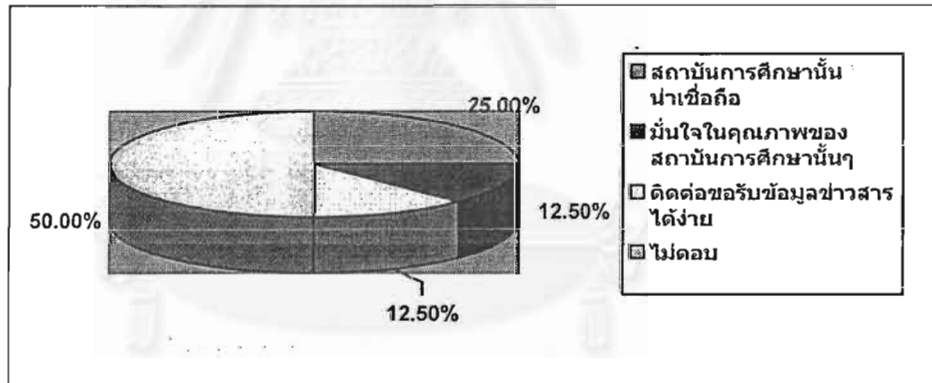
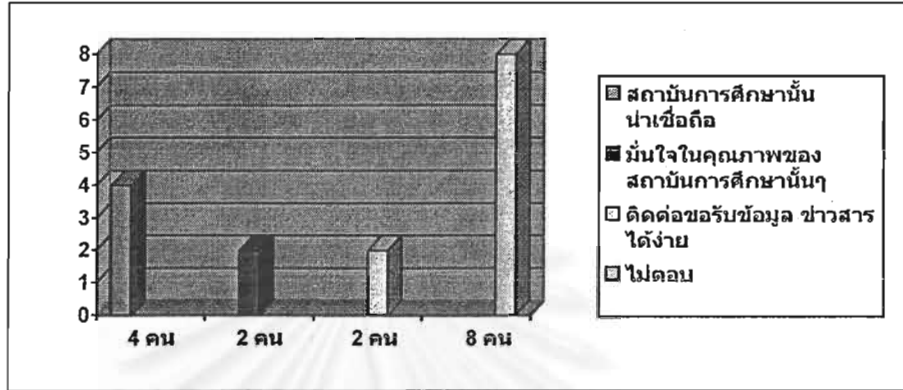
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.11 แสดงนักศึกษาที่ต้องการเข้ารับบริการศูนย์บ่มเพาะของมหาวิทยาลัยใด



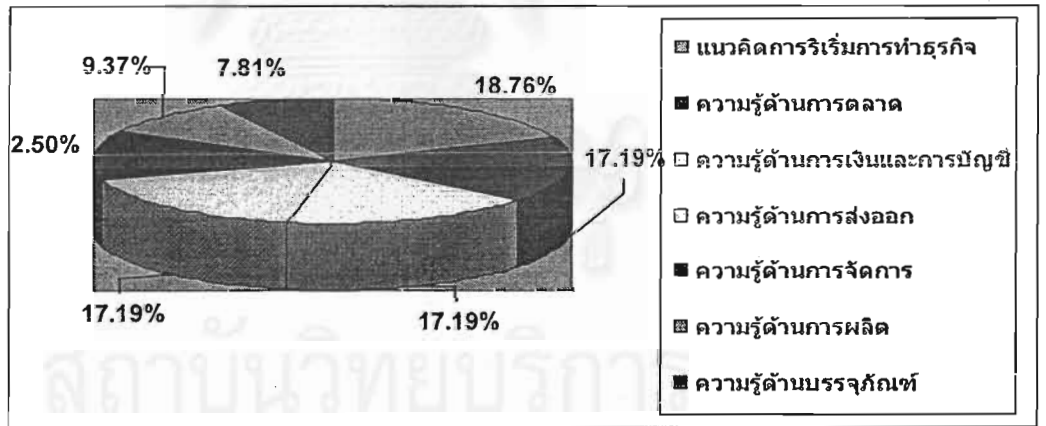
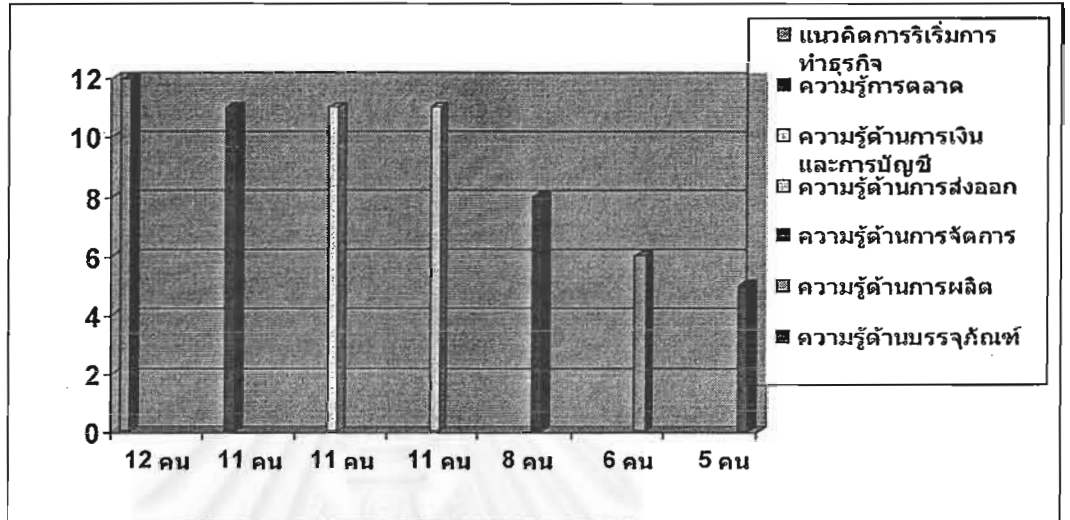
นักศึกษาจำนวน 16 คนที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ มีนักศึกษาที่ตอบว่าอยากเข้ารับบริการของศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัย ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และมีผู้ไม่ตอบคำถามนี้จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

แผนภูมิที่ 4.12 แสดงสาเหตุที่นักศึกษา เลือกใช้บริการจากศูนย์บ่มเพาะของมหาวิทยาลัยนั้นๆ



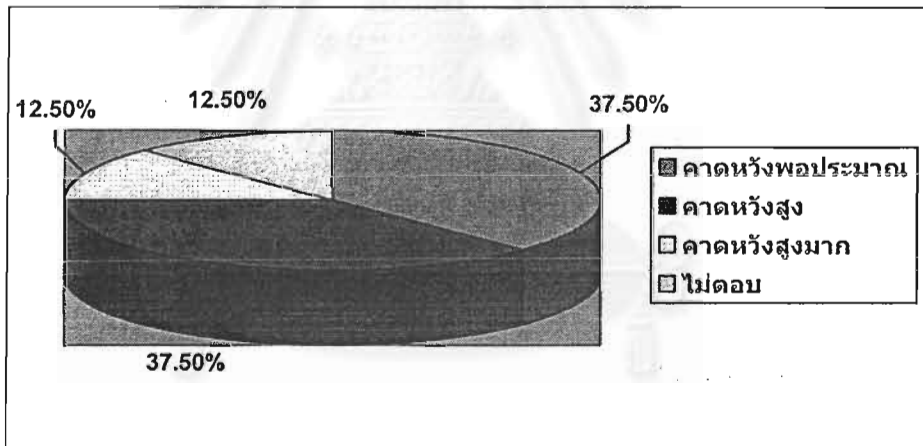
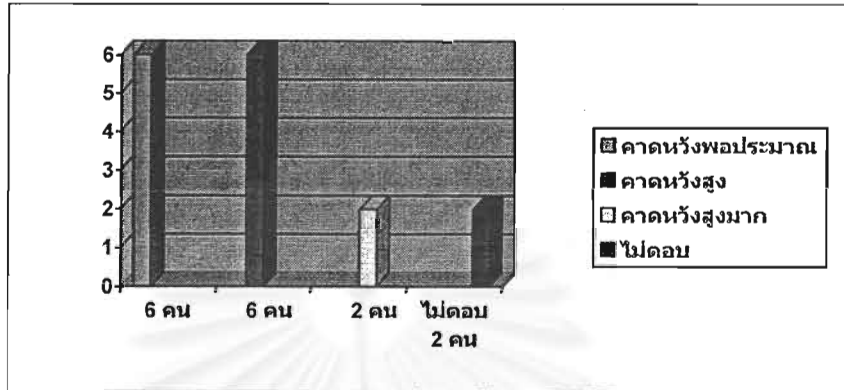
นักศึกษาที่เลือกเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะจากสถาบันการศึกษานั้นๆ ด้วยสาเหตุดังต่อไปนี้ ตอบว่าที่เลือกเพราะสถาบันการศึกษานั้นน่าเชื่อถือเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มั่นใจในคุณภาพของสถาบันการศึกษานั้นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตอบว่าสามารถติดต่อขอรับข้อมูลข่าวสารได้ง่าย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และมีนักศึกษาที่ไม่ตอบ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 50

แผนภูมิที่ 4.13 แสดงความรู้ในด้านต่างๆ ที่ต้องการได้รับการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ



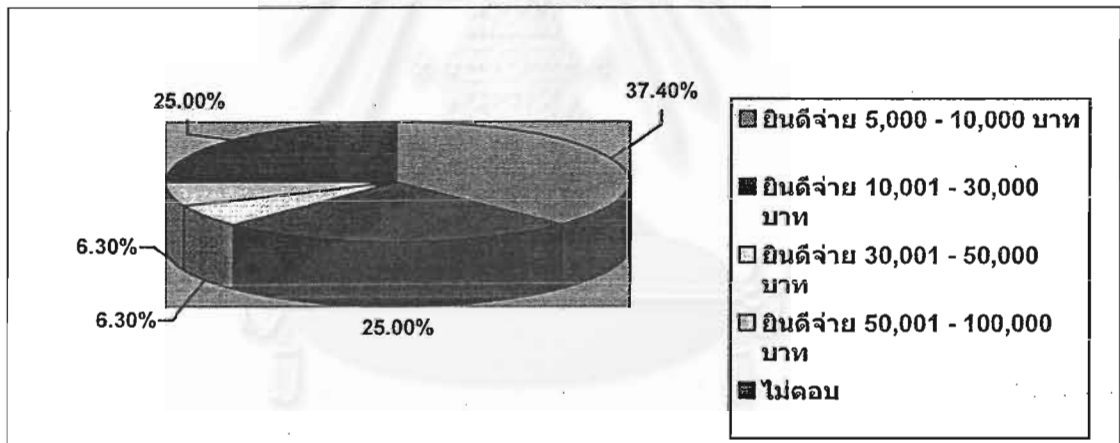
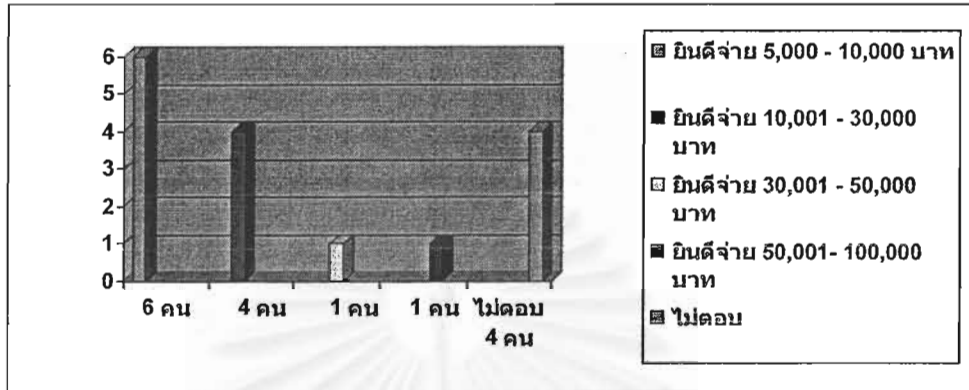
นักศึกษาที่เข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ ที่ต้องการความรู้ได้ตอบแบบสอบถามว่าต้องการความรู้ในด้านต่างๆ ดังนี้ แนวคิดการริเริ่มดำเนินธุรกิจ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.76 ความรู้ด้านการตลาด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 17.19 ความรู้ด้านการเงินการบัญชี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.19 ความรู้ด้านการส่งออก จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.19 ความรู้ทางด้านการจัดการ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ความรู้ด้านการผลิต จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.37 และความรู้ด้านบรรจภัณฑ์ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.81

แผนภูมิที่ 4.14 แสดงความคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์บ่มเพาะ



นักศึกษาที่ต้องการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ มีผู้ระบุว่ามีความคาดหวังต่อศูนย์บ่มเพาะที่ต้องการเข้ารับบริการ พอประมาณ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ผู้ที่ตอบว่ามีความคาดหวังสูง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ที่ตอบมีความคาดหวังไว้มาก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และไม่ตอบ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

แผนภูมิที่ 4.15 แสดงค่าใช้จ่ายที่ผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ ยินดีจ่าย

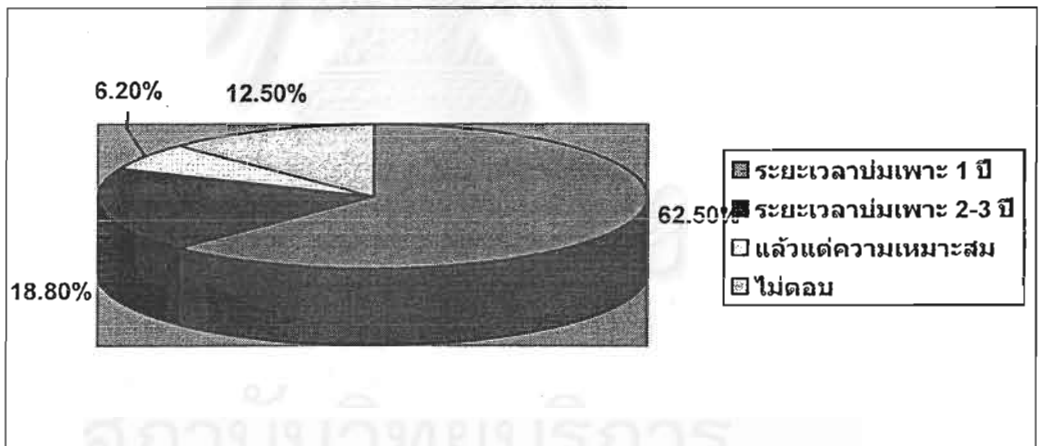
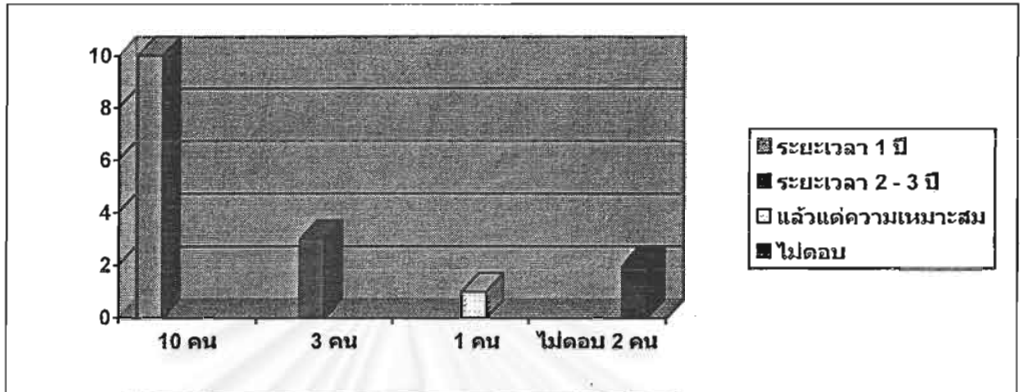


นักศึกษาที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ 16 ราย ที่ระบุว่ายินดีจ่ายค่าบริการจากศูนย์บ่มเพาะ จำนวนเงิน 5,000-10,000 บาท มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.4 ที่ระบุว่ายินดีที่จะจ่าย จำนวนเงิน 10,001-30,000 บาท มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25 นักศึกษาที่ระบุว่ายินดีจ่าย จำนวนเงิน 30,001-50,000 บาท มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ที่ระบุว่ายินดีจ่าย จำนวนเงิน 50,001-100,000 บาท มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.16 แสดงระยะเวลาที่ต้องการได้รับการบ่มเพาะจากศูนย์บ่มเพาะ



นักศึกษาที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 16 คน ที่ต้องการระยะเวลาในการเข้ารับบริการศูนย์บ่มเพาะ ในระยะ 1 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 ที่ระบุว่าต้องการระยะเวลา 2-3 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ที่ระบุว่าขึ้นอยู่กับความเหมาะสม มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด	
	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
1.จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ	10	7.4	56	41.5	43	31.9	6	4.4	2	1.5
2.ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้าร่วมศูนย์บ่มเพาะ	72	53.3	36	26.7	10	7.4	-	-	-	-
3.ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา	84	62.2	28	20.7	6	4.4	-	-	-	-
4.เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	29	21.5	58	43.0	27	20	4	3	-	-
5.เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง	26	19.3	51	37.8	35	25.9	5	3.7	-	-
6.ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ	47	34.8	53	39.3	18	13.3	-	-	-	-
7.ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ	46	34.1	55	40.7	14	10.4	2	1.5	-	-

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	จำนวน (ราย)	ความ ถี่	\bar{X}	ค่าความสำคัญ
1.จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ	117	417	3.56	สำคัญมาก
2.ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้าร่วมศูนย์บ่มเพาะ	118	504	4.27	สำคัญมากที่สุด
3.ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา	118	550	4.66	สำคัญมากที่สุด
4.เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	118	466	3.99	สำคัญมาก
5.เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง	118	449	3.80	สำคัญมาก
6.ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ	118	501	4.25	สำคัญมากที่สุด
7.ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ	117	496	4.23	สำคัญมากที่สุด
8. ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ	117	417	3.56	สำคัญมาก

สรุป

จากแบบสอบถามในส่วนของนักศึกษา จำนวน 150 คน นั้น ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองลงมา มาจากมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี เป็นส่วนใหญ่ เมื่อจบการศึกษาแล้วมีความประสงค์จะดำเนินกิจการเป็นของตนเองถึงร้อยละ 90 ซึ่งจำแนกเป็นด้านค้าขาย ด้านบริการ ด้านการผลิตตามลำดับ ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามไม่รู้จักรวบรวมเพาะ คืออะไร ให้บริการในด้านใด ถึงร้อยละ 80.1

สำหรับนักศึกษาที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ ที่มีเพียง ร้อยละ 11.9 นั้น ได้รับข่าวสารการให้บริการของศูนย์บ่มเพาะ จากการบอกเล่าจากคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยที่ตนเองกำลังศึกษาอยู่ เสียเป็นส่วนใหญ่ และมีความประสงค์อยากจะเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัย ร้อยละ 80 ของผู้ที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ เพื่อหาความรู้เพิ่มเติมให้กับตนเอง ซึ่งศูนย์บ่มเพาะที่นักศึกษาเลือกจะให้บริการคือศูนย์บ่มเพาะของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่คิดว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยน่าเชื่อถือดีกว่าสถาบันการศึกษาอื่นๆ

นักศึกษาที่ต้องการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัย ต้องการที่จะเข้ารับการเรียนรู้เกี่ยวกับ แนวความคิดในการริเริ่มทำธุรกิจ ด้านการตลาด ด้านการจัดการ การเงิน ฯลฯ และมีความคาดหวังในการให้บริการของศูนย์บ่มเพาะสูง ในการด้านการวางแผน การดำเนินธุรกิจ

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การให้คำแนะนำแก่ผู้ที่ริเริ่มทำธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านการตลาด และให้ความรู้ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคง

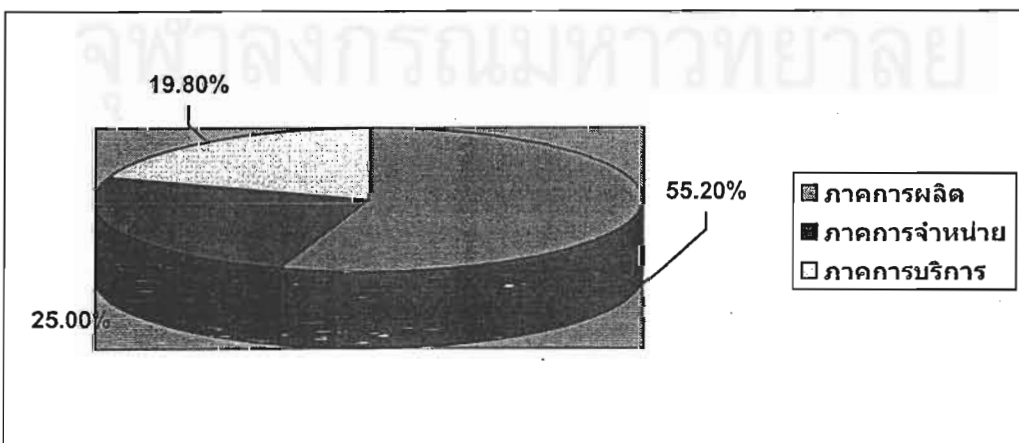
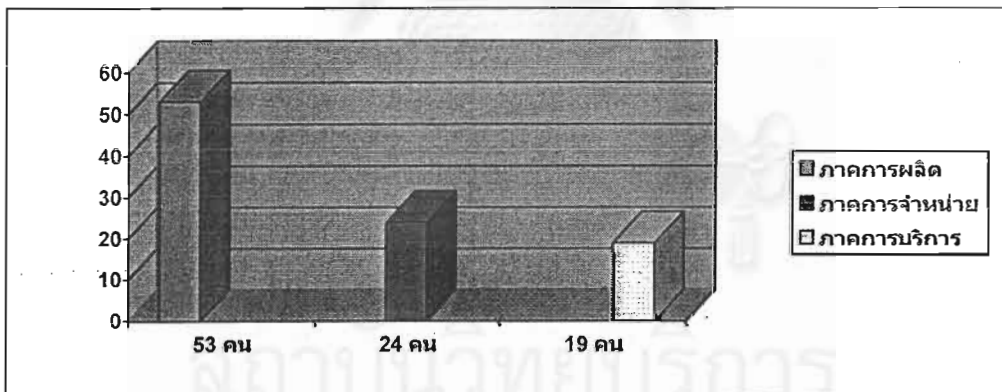
ส่วนนักศึกษาที่คิดว่าไม่อยากเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะนั้น เนื่องจากนักศึกษายังไม่คิดที่จะประกอบกิจการ หรือทำธุรกิจของตนเองในขณะนี้ และส่วนใหญ่ มีความต้องการประกอบอาชีพ เป็นพนักงานบริษัทถึง ร้อยละ 51 สาเหตุเพราะนักศึกษาคิดว่ามีรายได้สูง อยากทำงานบริษัทตามที่ได้ศึกษามาทางด้านนี้โดยตรง และอยากทำงานที่มีความมั่นคง ไม่มีความเสี่ยง หรืออยากหาประสบการณ์ในการทำงานก่อน

4.1.2 ส่วนของผู้ประกอบการและนักธุรกิจ

จากแบบสอบถามในส่วนของผู้ประกอบการและนักธุรกิจทั้งหมด 420 ชุด ได้รับตอบกลับมาเพียง 224 ชุด คิดเป็นร้อยละ 53.33

หมายเหตุ บางส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนน้อยกว่า จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา เป็นเพราะ ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายไม่ได้ตอบในส่วนนั้นๆ

แผนภูมิที่ 4.17 แสดงลักษณะธุรกิจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

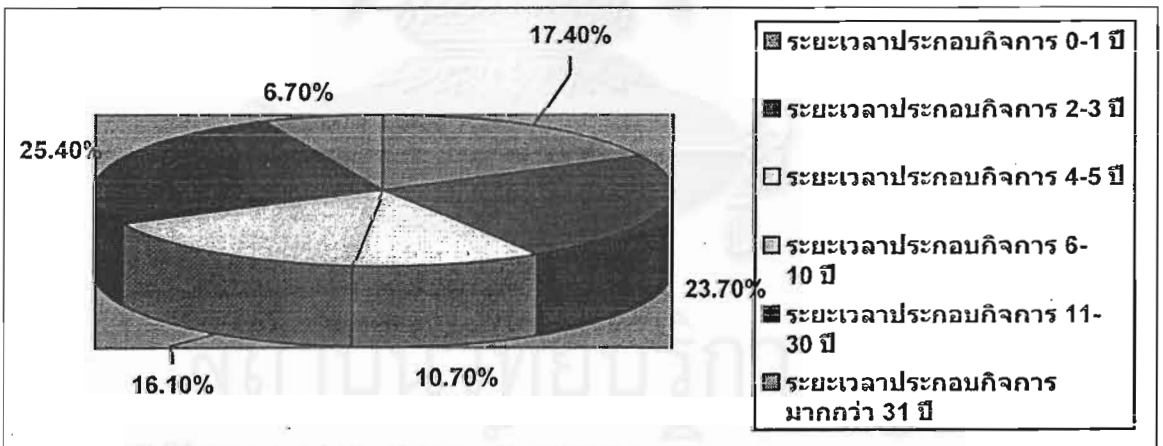
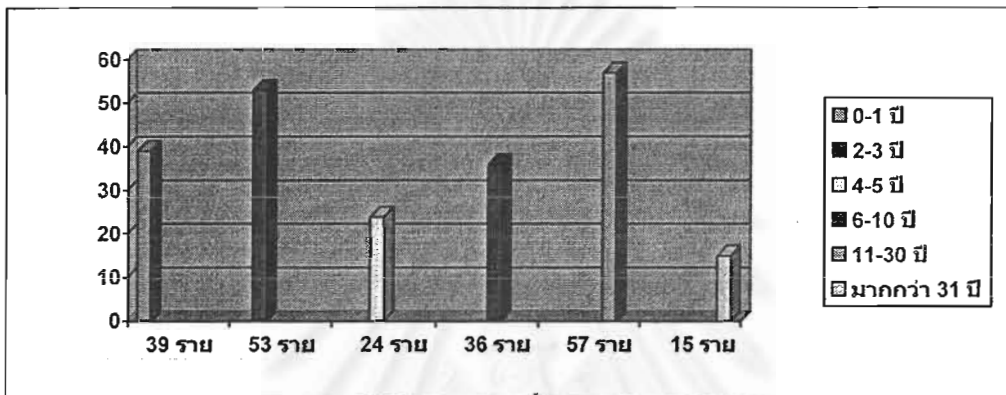


“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

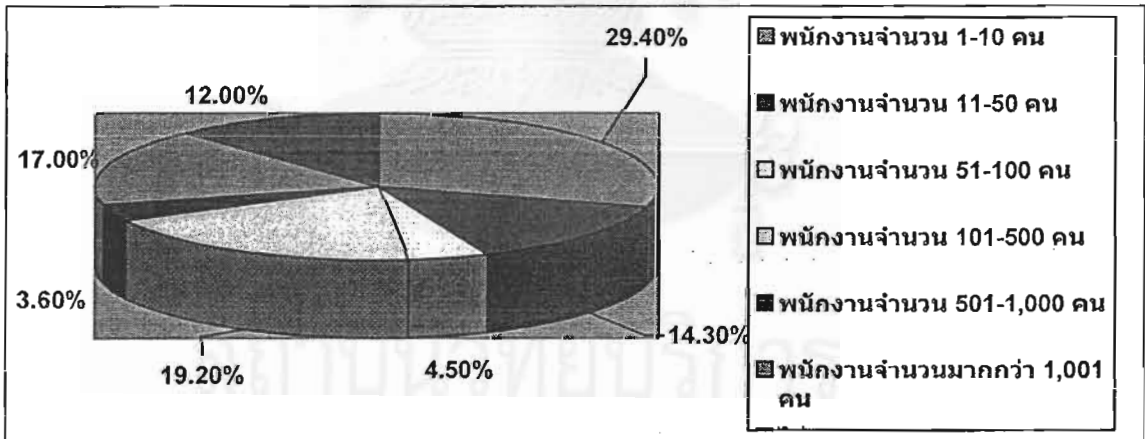
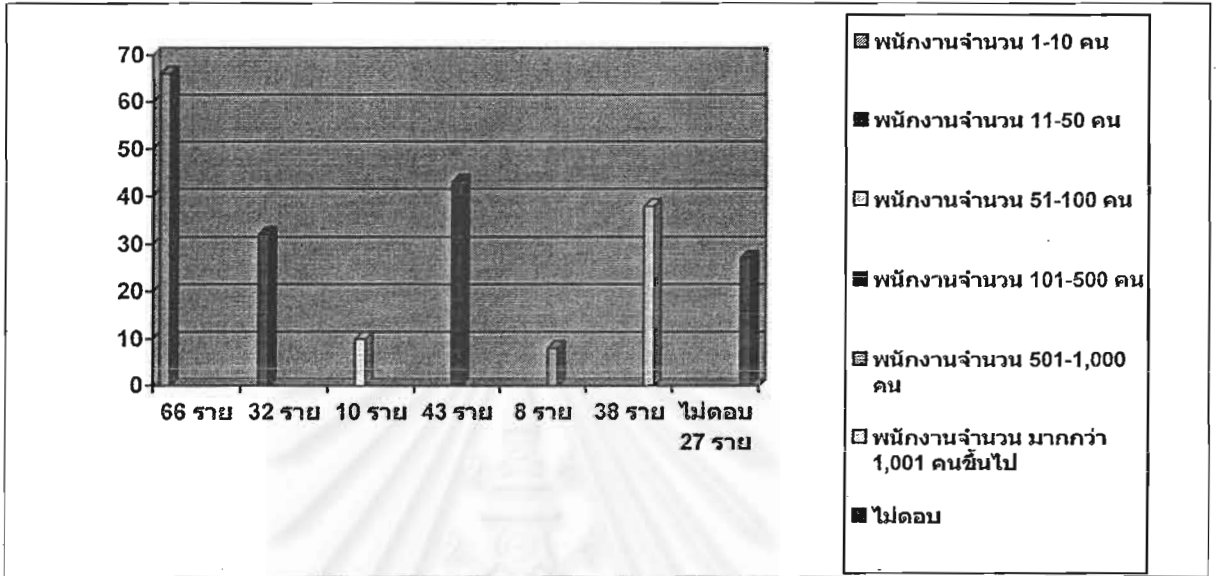
จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 224 ราย ลักษณะธุรกิจของผู้ตอบ แบ่งเป็นภาคการผลิต จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.2 ลักษณะธุรกิจภาคการจำหน่าย จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 และภาคการบริการ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8

แผนภูมิที่ 4.18 แสดงช่วงระยะเวลาในการประกอบกิจการ



ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม 224 ราย มีช่วงระยะเวลาที่ประกอบกิจการที่อยู่ในระยะ 11-30 ปี มีมากที่สุด จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.4 ที่อยู่ในช่วงระยะ 2-3 ปี มีจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 ช่วง 1-2 ปี มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.4 อยู่ในช่วงระยะ 6-10 ปี มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.1 ในช่วงระยะ 4-5 ปี มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 และที่มีระยะประกอบกิจการมากกว่า 31 ปี 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.19 แสดงจำนวนพนักงานของผู้ที่ประกอบธุรกิจ

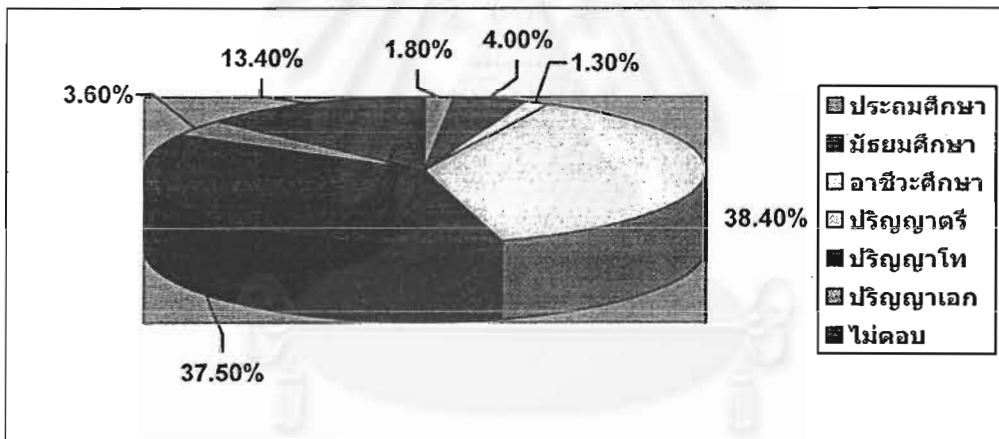
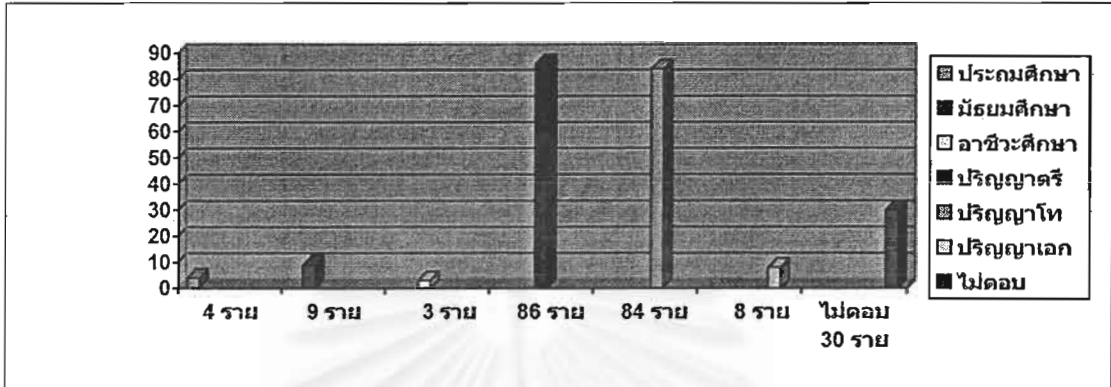


ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 224 ราย นั้น มีจำนวนพนักงานที่อยู่ในช่วง 1-10 คน อยู่ 66 ราย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.4 มีพนักงานในช่วง 101-500 คน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 มีพนักงานที่มากกว่า 1,001 คน จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 มีพนักงานที่อยู่ในช่วง 11-50 คน จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 มีพนักงานจำนวน 51-100 คน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 มีพนักงานในช่วง 501-1,000 คน มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.20 แสดงระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ

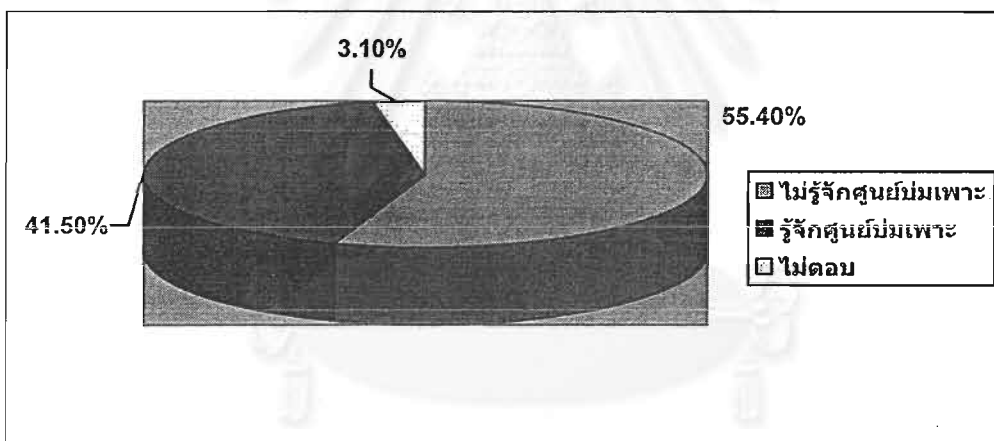
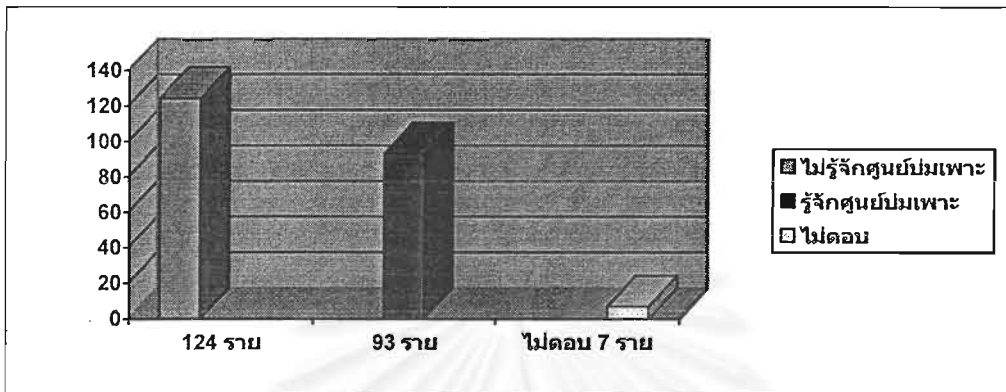


ระดับการศึกษาของผู้เป็นเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 224 ราย มีระดับการศึกษาที่มากที่สุดคือระดับปริญญาตรี มีจำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.4 รองลงมาคือระดับปริญญาโท มีจำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4 ระดับปริญญาเอก มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ระดับประถมศึกษา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ระดับอาชีวศึกษา จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3 และมีผู้ไม่ตอบจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.4

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

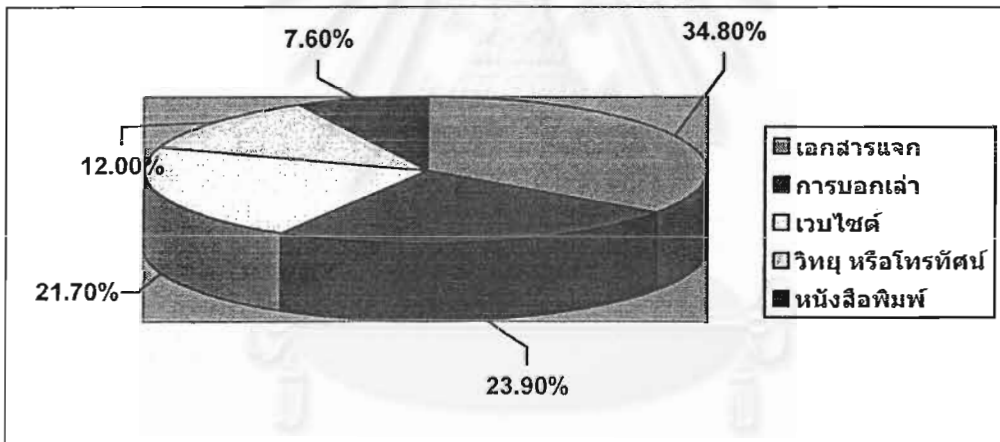
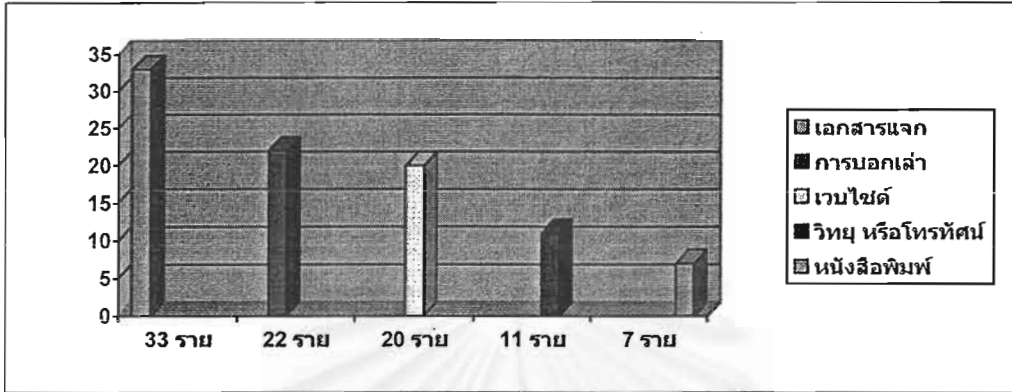
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.21 แสดงผู้ประกอบการรู้จักศูนย์บ่มเพาะหรือไม่



ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 224 ราย นั้นมีผู้ที่ไม่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ มีจำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.4 มีผู้ที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ มีจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.5 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1

แผนภูมิที่ 4.22 แสดงรู้จักศูนย์บ่มเพาะจากแหล่งใด

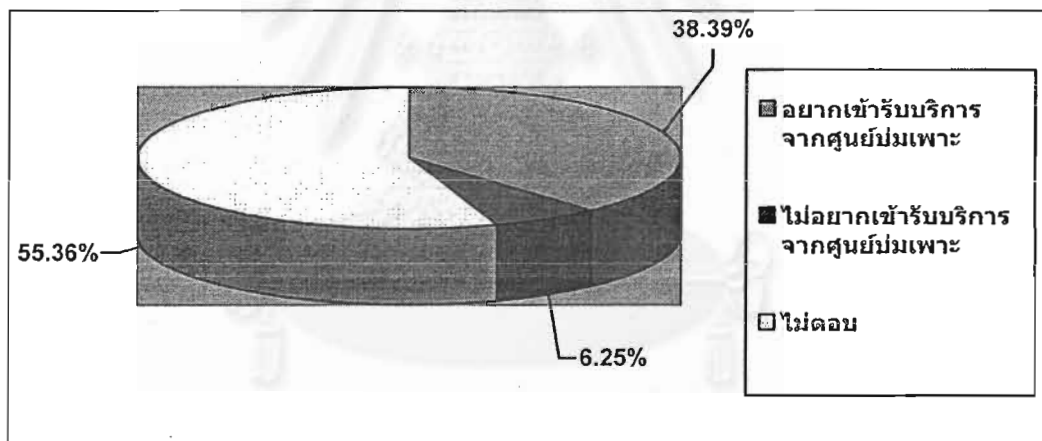
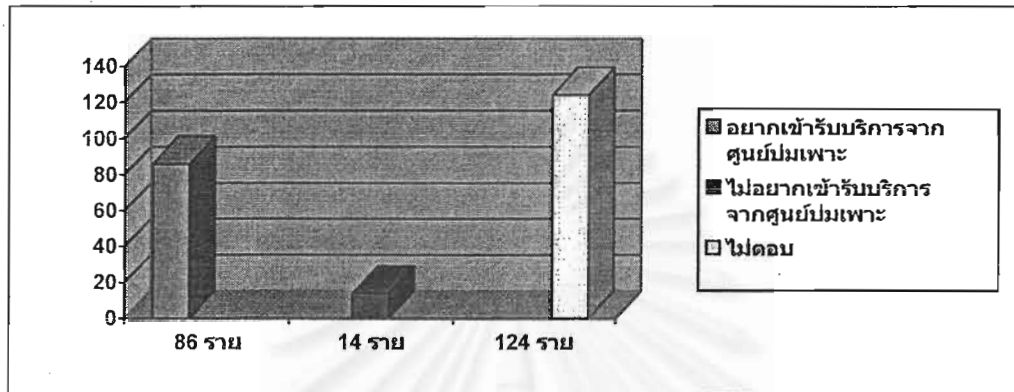


ผู้ประกอบการที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะจำนวน 93 รายนั้น รู้จักศูนย์บ่มเพาะ จากเอกสารแจกมากที่สุด มีจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.8 รู้จักศูนย์บ่มเพาะจากการบอกเล่า มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.9 รู้จักจากเว็บไซต์ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.7 จากสื่อวิทยุ หรือโทรทัศน์ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 12 และรู้จักจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.23 แสดงความต้องการอยากเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ

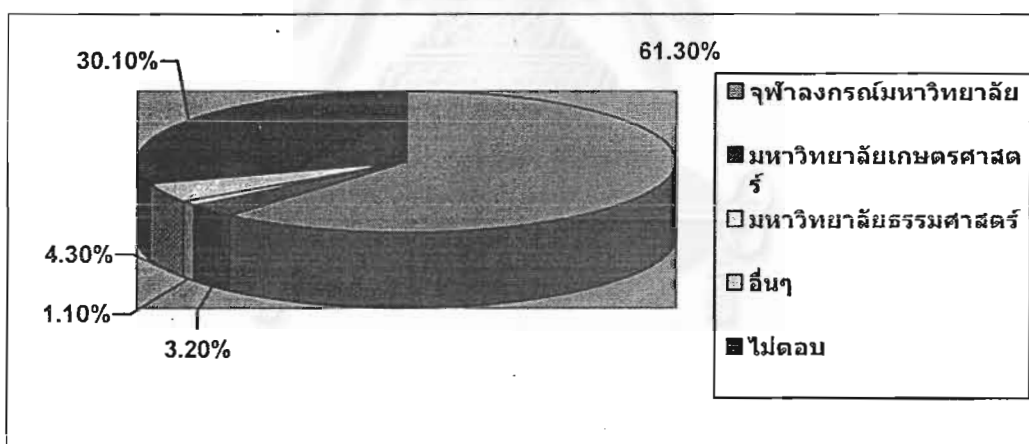
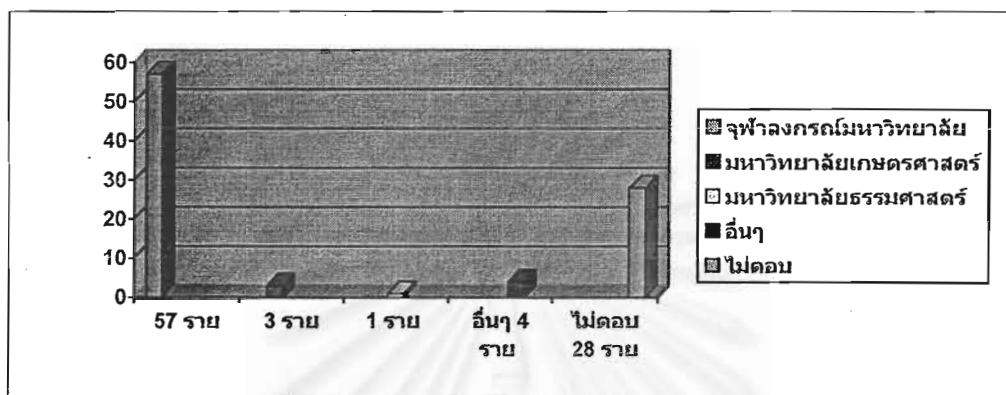


ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม 224 ราย มีจำนวน 86 ราย ที่ต้องการอยากจะได้รับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ คิดเป็นร้อยละ 38.39 มีจำนวน 14 ราย ที่ไม่อยากเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ คิดเป็นร้อยละ 6.25 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.36

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.24 แสดงสถาบันการศึกษาที่ผู้ประกอบการต้องการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ

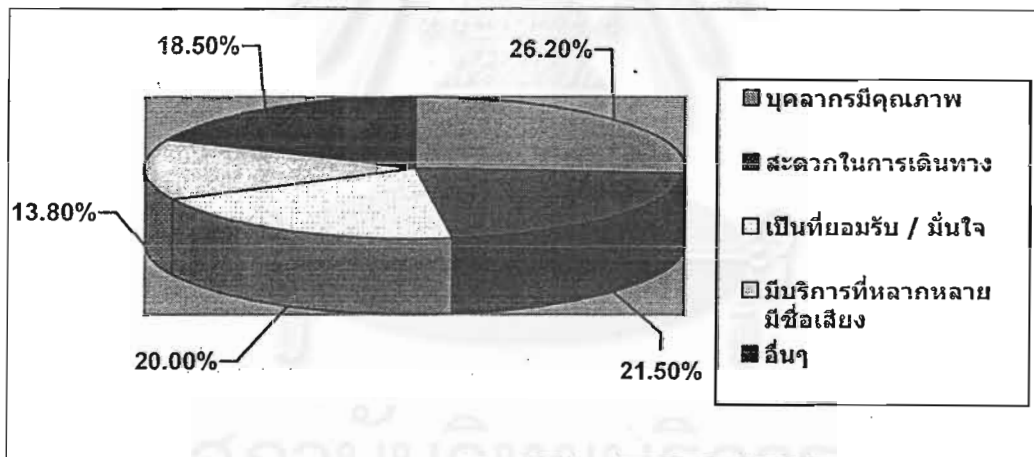
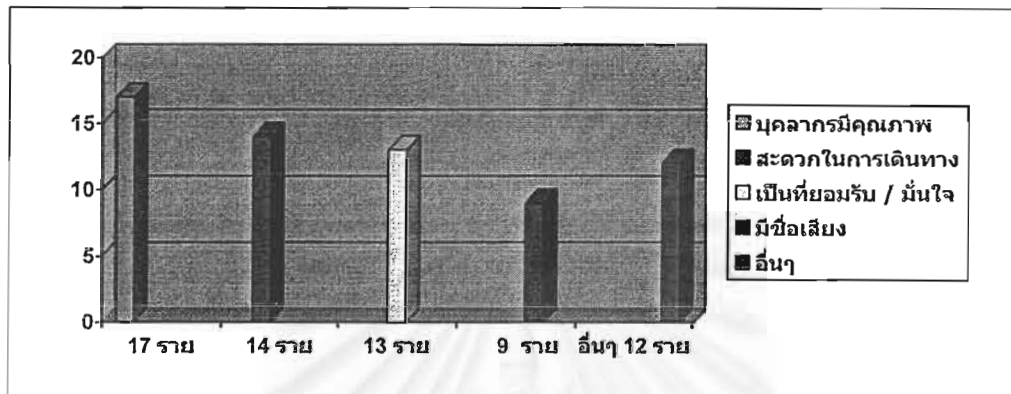


ผู้ประกอบการที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ จากจำนวน 93 ราย ระบุว่ามีความต้องการเข้ารับการบ่มเพาะจากศูนย์บ่มเพาะของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 อยากเข้ารับบริการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.2 อยากเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และมีผู้อยากเข้ารับบริการศูนย์บ่มเพาะของสถาบันการศึกษาอื่นๆ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.1

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.25 แสดงเหตุผลที่ผู้ประกอบการเลือกเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ ของสถาบันการศึกษา

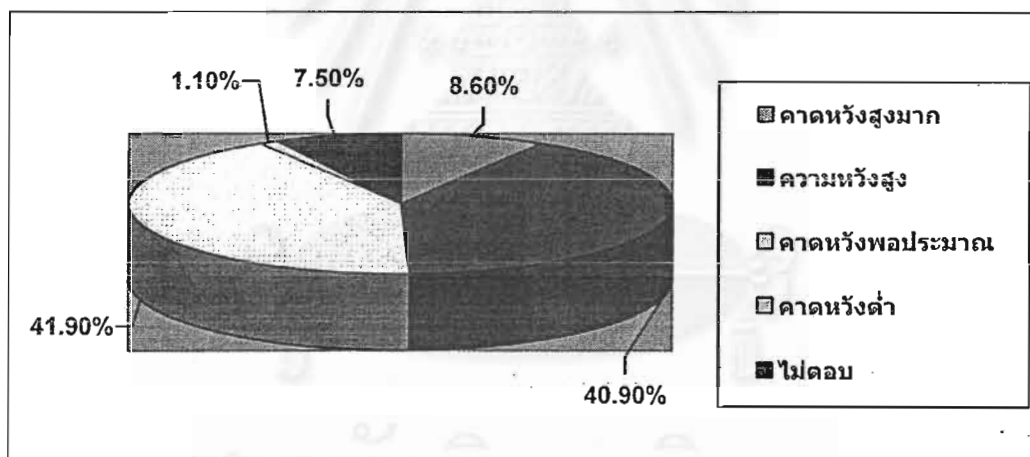
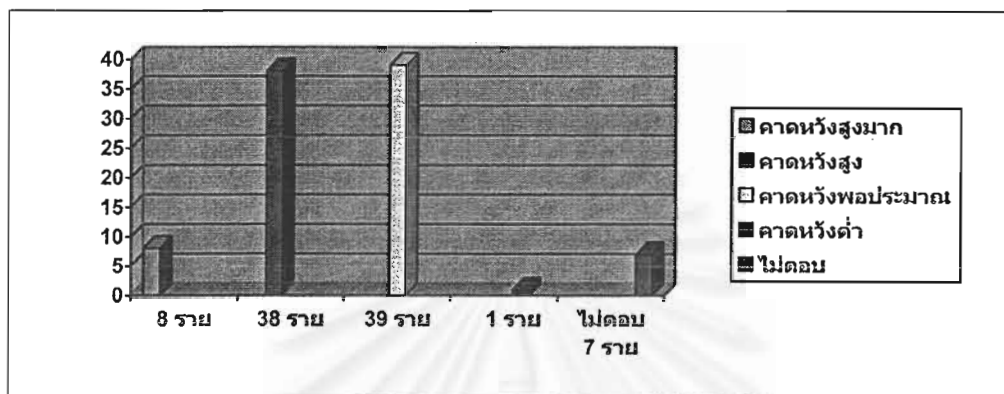


สาเหตุที่ผู้ประกอบการแต่ละราย ที่ต้องการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะในสถาบันการศึกษาที่ตนเองได้เลือก จำนวน 65 ราย นั้น ที่เลือกเพราะคิดว่าบุคลากรมีคุณภาพ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.2 เลือกเพราะความความสะดวกสบายในการเดินทาง จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 ที่เลือกเพราะว่าสถาบันการศึกษานั้นเป็นที่ยอมรับ / มั่นใจ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ที่เลือกเพราะมีชื่อเสียง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 และเลือกเพราะสาเหตุอื่นๆ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.26 แสดงความคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์บ่มเพาะ

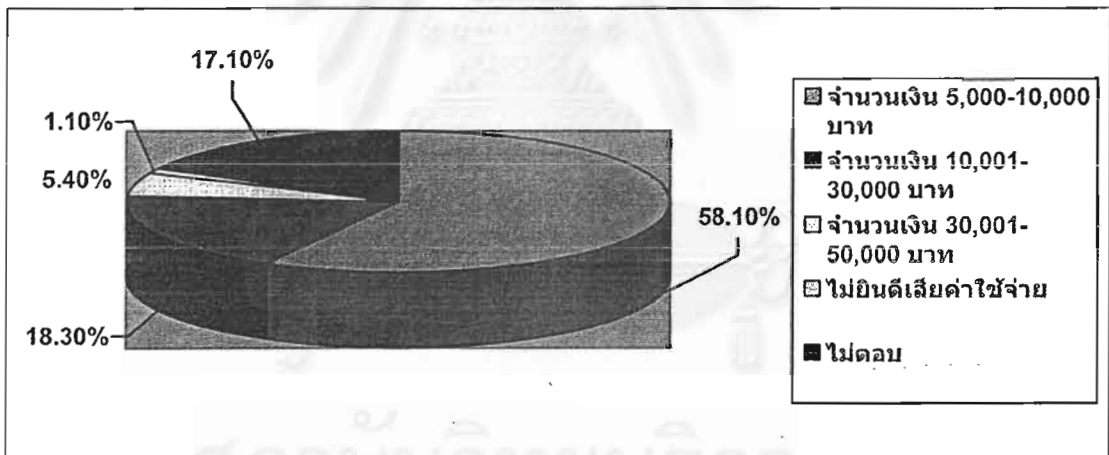
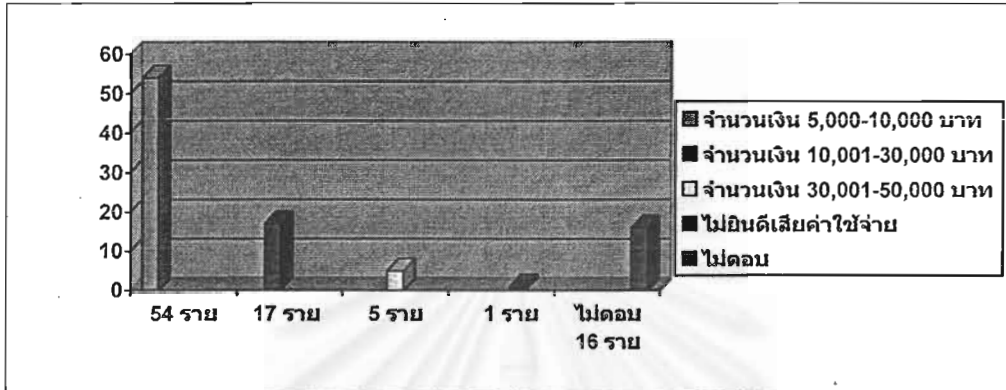


ผู้ประกอบการที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 93 ราย มีความคาดหวังในการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ ที่ระบุว่ามีความคาดหวังพอประมาณ มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.90 มากที่สุด รองลงมา มีความคาดหวังกับศูนย์บ่มเพาะสูง มีจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.9 ที่ตอบว่ามีความคาดหวังสูงมาก มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.6 ที่คาดหวังไว้ต่ำมาก มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และมีผู้ไม่ตอบจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.27 แสดงค่าใช้จ่ายที่ผู้ประกอบการยินดีจ่าย เพื่อขอรับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ

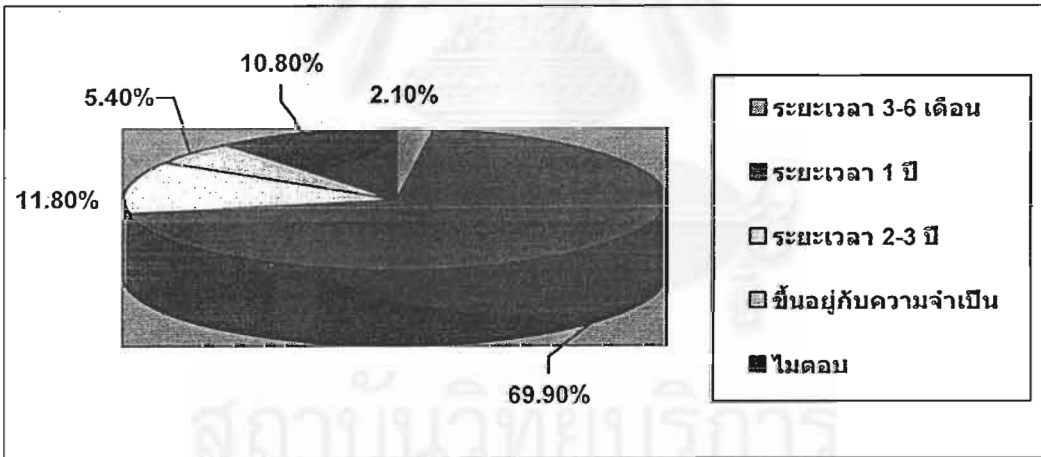
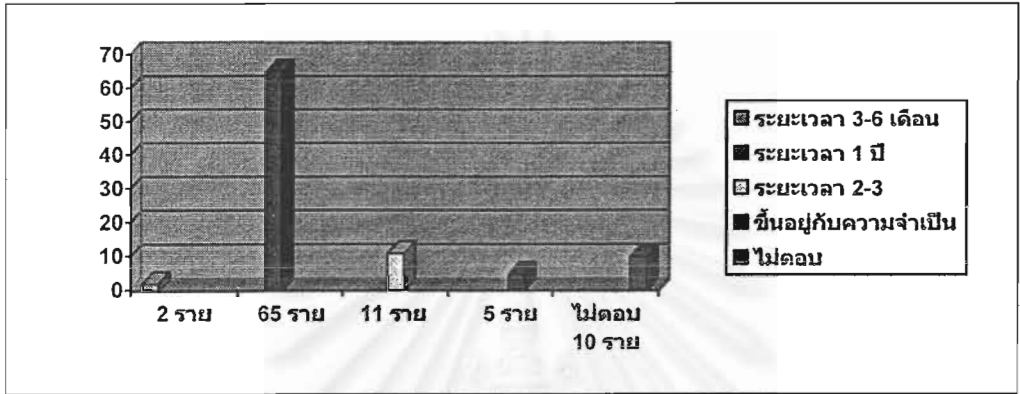


ผู้ประกอบการ 93 ราย ที่ยินดีจ่าย ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ ที่ยินดีจ่ายเงินระหว่าง 5,000-10,000 บาท มีจำนวน 54 ราย คิดเป็น 58.1 , ยินดีจ่าย 10,001-30,000 บาท มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 , ที่ยินดีจ่าย 30,001-50,000 บาท มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.4 , ที่ไม่ยินดีจ่าย มี 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.1 และมีผู้ไม่ตอบ 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.1

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 4.28 แสดงระยะเวลาที่ผู้ประกอบการ ต้องการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ



ผู้ประกอบการที่ต้องการใช้ระยะเวลาในการบ่มเพาะจากศูนย์บ่มเพาะ ระยะ 1 ปี จำนวน 65 ราย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.9 ระยะ 2-3 ปี มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8 ที่คิดว่าขึ้นอยู่กับความจำเป็น 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.4 ระยะ 3-6 เดือน มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.10 และมีผู้ไม่ตอบ 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละ ความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด	
	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
1.จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ	6	2.7	66	29.5	55	24.6	12	5.4	4	1.8
2.ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้าร่วมศูนย์บ่มเพาะ	79	35.3	51	22.8	12	5.4	1	0.4	-	-
3.ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา	101	45.1	40	17.9	3	1.3	-	-	-	-
4.เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	54	24.1	65	29.0	23	10.3	2	0.9	-	-
5.เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง	28	12.5	70	31.3	44	19.6	2	0.9	-	-
6.ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ	57	25.4	66	29.5	21	9.4	-	-	-	-
7.ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ	62	27.7	67	29.9	14	6.3	1	0.4	-	-

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	จำนวน (ราย)	ความถี่	\bar{X}	ค่าความสำคัญ
1.จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ	143	487	3.40	สำคัญปานกลาง
2.ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้าร่วมศูนย์บ่มเพาะ	143	637	4.45	สำคัญมากที่สุด
3.ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา	144	674	4.68	สำคัญมากที่สุด
4.เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	144	603	4.18	สำคัญมาก
5.เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง	144	556	3.86	สำคัญมาก
6.ความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการบ่มเพาะ	144	612	4.25	สำคัญมากที่สุด
7.ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ	144	622	4.32	สำคัญมากที่สุด
8.ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ	144	487	3.40	สำคัญปานกลาง

สรุป

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 224 ราย ส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนของภาคการผลิต และภาคการจำหน่าย และภาคบริการตามลำดับ ซึ่งกิจการอยู่ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปี มีสูงที่สุด จำนวนร้อยละ 15.2 และรองลงมาจะอยู่ในช่วง เริ่มต้น ถึง 1 ปี มีพนักงานไม่เกิน 10 คน ถึงร้อยละ 29.4 ระดับการศึกษาของเจ้าของกิจการนั้นๆ ปริญญาตรีมีสูงที่สุด รองลงมาเป็นปริญญาโท

จากจำนวน 224 รายที่ตอบแบบสอบถาม มีเจ้าของกิจการที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ 93 ราย รู้จักจากเอกสารแจกของศูนย์บ่มเพาะ มีผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ 86 ราย ส่วนใหญ่ต้องการได้รับคำแนะนำในเรื่องการตลาด การจัดการ และการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น โดยต้องการเข้ารับบริการศูนย์บ่มเพาะจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาเหตุที่ต้องการเข้ารับบริการศูนย์บ่มเพาะของสถาบันการศึกษาที่ตนเองเลือก ก็เพราะมีความคิดว่า สถาบันนั้นมีบุคลากรที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับ มีชื่อเสียง และมีความสะดวกสบายในการเดินทาง ผู้ขอเข้ารับบริการมีความคาดหวังพอสมควร และถ้ามีค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการ ส่วนใหญ่สามารถจ่ายได้ 5,000-10,000 บาท ระยะเวลาที่คิดว่าเหมาะสมในการเข้ารับบริการ จะอยู่ในระยะ แค่ 1 ปี

ความคาดหวังที่ผู้ประกอบการต้องการให้รับจากการเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ คือการให้คำแนะนำ คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง ให้ความรู้ และแนวทางในการประกอบธุรกิจ ให้แนวทางในการพัฒนาตลาด มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้คำปรึกษา

4.1.3 ส่วนของผู้รับบริการจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ

ในส่วนของผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ นั้น ได้รับแบบสอบถามกลับมาเพียง 10 ราย จากแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5

สรุป

มีผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนของผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 10 ราย แบ่งเป็นภาคการผลิต 7 ราย และภาคการบริการ จำนวน 3 ราย มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมาแล้วไม่เกิน 1 ปี จำนวน 4 ราย ประมาณ 2-3 ปี จำนวน 6 ราย มีพนักงานไม่เกิน 10 คน มีรายได้ต่อปีตั้งแต่ 6 แสน ถึง 5 ล้านบาท

ผู้เข้ารับบริการศูนย์บ่มเพาะ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสาร รู้จักศูนย์บ่มเพาะจากคำบอกเล่า และทางเว็บไซต์ ตลอดจนเอกสารแจก และมีความประสงค์อยากเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ ถึง 100 เปอร์เซ็นต์ โดยเลือกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อันดับหนึ่งถึง 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 90 และที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามลำดับ ยินดีที่จ่ายเพื่อขอเข้ารับการบ่มเพาะ ช่วง 5,000 -30,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ และมีความคาดหวังต่อการเข้ารับการบ่มเพาะสูง ถึง สูงมาก ระยะเวลาในการเข้ารับการบ่มเพาะ ที่ต้องการ ประมาณ 2-3 ปี

ปัญหาที่ผู้เข้ารับการบ่มเพาะส่วนใหญ่จะเป็นทางด้านในการทำตลาดของธุรกิจ ต้องการความรู้ในการบริหาร ตลอดจนเงินทุนที่จะมาใช้ในการกิจการ และมีความคาดหวัง รวมทั้งเสนอแนะว่าทางศูนย์บ่มเพาะควรจะสามารถเป็นเครือข่ายองค์กรทางด้าน SME ที่คอยให้คำแนะนำ ปรึกษา เป็นแหล่งที่จะสามารถติดต่อแหล่งเงินทุนทั้งที่ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ หรือเอกชน เป็นแหล่งพัฒนาเทคโนโลยี แหล่งความรู้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านบริหาร การจัดการ ด้านการตลาด รวมทั้งเป็นแหล่งวิจัย ในด้านต่างๆ ที่จะช่วยสนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการให้ได้ผลผลิต ที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ในการสร้างมูลค่าของสินค้า

บทที่ 5

ผลการประชุมกลุ่ม และผลการสัมภาษณ์ลึก

5.1 ผลการประชุมกลุ่ม

5.1.1 Focus Group ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ศูนย์บ่มเพาะฯ เคยทำให้กับนักธุรกิจ ผู้ประกอบการระยะ 3 เดือน ได้ผลดี ต้องการให้นักศึกษา เป็นผู้ประกอบการ โดยไม่ต้องฝึกงานข้างนอก ที่ปรึกษาเป็นผู้ประกอบการ เป็นสินค้าประเภทอาหาร ทำ Promotion ให้บริหารจัดการเอง แต่ขึ้นกับคณะเศรษฐศาสตร์ เพื่องานวิจัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร

UBI ทำการประชาสัมพันธ์ได้ดี การหาบริษัทที่ทำได้ 3 บริษัท เป็นบริษัทจดทะเบียน ที่ประสบความสำเร็จ ออกแบบตกแต่งบ้าน ศิลปะประยุกต์ ส่งออกไปต่างประเทศได้ เพิ่งทำได้ 1 ปี แต่ทำโดยเป็นสำนักบริการวิชาการ (เพื่องานวิจัย) เพราะงานบางชิ้นสามารถทำในเชิงพาณิชย์ได้ รับมา 4 ราย แต่ทำได้สำเร็จ 3 ราย

ผู้ให้บริการ คือเครือข่าย และต่างได้ประโยชน์ซึ่งกันและกัน เช่นการช่วยจัดจำหน่าย โดย UBI เป็นตัวกลางให้โดยบอกความต้องการ และผลประโยชน์ของกันและกัน

- บริษัทของกรมการสภามหาวิทยาลัย
- บริษัทศิษย์เก่า
- บริษัทใหญ่ที่ต้องการเกียรติ ในการให้บริการประชาชน

การเลือกต้องมั่นใจว่าได้ประโยชน์ทั้งคู่ ผู้เลือกบริษัท และผู้รับบริการศูนย์บ่มเพาะ ต้องมี วิจารณ์ญาณ การอบรมมี 10 คนไม่ใช่เฉพาะนักศึกษา แต่ดูความต้องการ ศิลปากรอยู่ใกล้ ธรรมชาติ จึงส่งคน 10 รายนั้นไปที่ธรรมชาติ เพื่อเข้ารับการอบรมให้เงินไปคนละ 3,000 บาท เพราะธรรมชาติจัดอยู่แล้ว

คนมาทำงานต้องมีความอดทน ใช้เจ้าหน้าที่ของฝ่ายบริการวิชาการ มีเจ้าหน้าที่ 2 คน ผู้จัดการ 1 คน มีการประสานงานมากกว่าฝึกอบรม ถ้าอบรมให้ไปธรรมชาติ

พยายามทำวิจัยด้าน Art & Craft ทำร่วมกับ EU. ได้งบโดย World Craft ที่ปรึกษา EU. เยอรมัน กรีซ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ยังไม่ได้ทำวิจัยต่อกับต่างประเทศ แต่จะทำวิจัยมากใน มหาวิทยาลัยและ สถาบัน ซึ่ง มหาวิทยาลัยมหิดล มีความเข้มแข็ง มีบริษัทสตาร์ทอัพ ซึ่งมีเงิน 200 กว่าล้าน มีระบบเข้มแข็ง มี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

งานวิจัยไปสู่ระบบพาณิชย์ได้ โดยเฉพาะทางการแพทย์ บ่มเพาะโดย บริษัทสตาร์ทอัพ มีหุ้น คณะวิทยาศาสตร์ 40 % SME Bank 20% สำนักงานนวัตกรรม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ทำวิจัยต่อเนื่องให้สภาพัฒน์ สสว. กระทรวงการคลัง กำลังทำ GDP ของ SME ตัวเลขอุตสาหกรรม ทางคณะเศรษฐศาสตร์ ก็ทำวิจัย Macro การบ่มเพาะทำย่อย ให้นักศึกษา อยากให้ศูนย์เป็นผู้ให้การบ่มเพาะ แต่จะวิจัย

ด้านบริการพิเศษ

การให้บริการแบบ Out Wall ผู้ประกอบการรายย่อย ควรมีการประชาสัมพันธ์ความช่วยเหลือให้มากขึ้นให้คนรับรู้

คนไม่เห็นร่อยต่องานวิจัยกับการทำเป็นเชิงพาณิชย์ให้ได้ การให้รอยต่อประสานเรื่องวิจัย และการเป็นผู้ประกอบการ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จัดระดมความคิดเห็นในเรื่องวิจัยอาหาร เพื่อดูความต้องการ และสืบค้นสิทธิบัตรนานาชาติ เพื่อให้ดูของทั่วโลก กับความต้องการในปัจจุบัน ทิศทางควรเป็นอย่างไร เป็น Focus Group ได้ 1-8 ประเด็น กรรมการวิจัย การพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ เพิ่งเริ่มได้ไม่กี่เดือน เพื่อเป็นประเด็นวิจัย ต่อยอดความต้องการ ตอนนี้กำลังทำ Data Base

ตอนนี้รับจ้างทำวิจัยอยู่เหมือนกัน โดยเอามาร่วมในการพัฒนา ไม่ได้ให้เอกชนออกทั้งหมด Matching Fund 50-50 % ผลประโยชน์ต้องได้เหมือนกันตามสัดส่วนการลงทุน ผลงานยังไม่ได้ดี เรื่องสมุนไพร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทำงาน 4-5 ปี แล้วเอกชนเอาไปแค่ 1% คือไม่ถึง 5 เรื่อง เป็นงานที่เสร็จแล้ว เอาไปใช้ได้เลย

ด้านเงินอุดหนุน

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ได้รับจาก สกอ. ถ้าไม่มีก็พยายามของบวิจัย งบบริการวิชาการ เป็นผลประโยชน์จริง ควบคุมการใช้งานจริงๆ มีการเปลี่ยนผู้บริหาร ให้เห็นความจะเป็นที่ไม่เหมือนกันในแต่ละมหาวิทยาลัย ให้คนภายในเห็นศักยภาพเองว่าควรเป็นอย่างไร ใช้วิธีการย้อนกลับ ไม่เป็นไปตามขั้นตอนการวิจัย ได้เงินแค่ 40 ล้าน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ได้รับจาก สสว. สกอ. เหมือนจุฬาฯ หารือกับมหาวิทยาลัย มาให้การสนับสนุนเป็น Ingle Find หรือเข้าสู่ศูนย์บ่มเพาะ

มหาวิทยาลัยมหิดล

ได้รับจาก สกอ. ที่เดียว แต่มี บริษัทสตาร์ทอัพ ที่เลี้ยงตัวเองได้ แบ่งบริษัทออกไป และมีเงินกลับมาได้

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

เพื่อนักศึกษา ใช้เงินของมหาวิทยาลัย และจาก สสว. กับ SME Bank เพราะเป็นมหาวิทยาลัยเอกชน มีงบประมาณของมหาวิทยาลัยเอง

ด้านผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะฯ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ทาง สกอ. อยากได้คนนอก 100% ซึ่งจะทำงาน ไม่ได้จริง ต้องใช้คนภายใน ใช้เครือข่าย และการมองเห็นภาพภายใน ได้ดี ถ้าผู้จัดการเป็นคนภายนอกคนจะไม่ไว้ใจ คนในเข้าใจว่าอะไรอยู่ที่ใด ควรทำอะไร ควรเป็นผู้บริหารเพื่อให้คนเกรงใจ อาจารย์รู้จักและเข้าใจ ควรต้องเข้าใจความต้องการจริงๆ ไม่ฉาบฉวย สถาบันการศึกษาจะรู้ข้อมูลจริง พยายามสร้างบริษัท สร้างผู้ประกอบการ OTOP ไม่ใช่ความสำเร็จจริง การจัดประกวดมีการเล่นเส้น ทำให้เกิดการแก่งแย่งชิงดี

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ไม่เอาคนนอกมาในช่วงแรก และเคยทำงานด้านประสานงานมาก่อน ได้ผู้จัดการภายนอกตัวจริง ได้ศิษย์เก่าเกษตร และเคยทำงานภาคเอกชน 8 ปี เคยทำคลินิก Technology ทำให้อาจารย์รู้จักดึงเข้ามาทำงาน จึงมีคุณไพโรจน์ เพียงคนเดียว เป็นคนนอกที่มีความรู้ ความผูกพันเครือข่าย รู้จักวัฒนธรรมองค์กร ถ้าไม่รู้จักคน ไม่รู้จักองค์กรจะทำงานไม่ได้ ไม่ใช่เอกชนที่เดียว ถ้ามีคนนอกต้องมีคนในประกบด้วย เพราะต้องรู้ระบบราชการ ใบเสร็จ การเงินสำคัญมาก

มหาวิทยาลัยมหิดล

ไม่มีปัญหาเพราะทำงานเป็นบริษัทอยู่แล้ว ผู้บริหารเก่ง และมองภาพออก บริษัทสตาร์ทอัพ และ คร. สตาร์ทอัพ มีการสร้างมูลนิธิไว้ บริษัทก่อตั้งมา 20 ปีแล้ว

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ใช้อาจารย์ในมหาวิทยาลัย มีที่ปรึกษาเป็น สสว. และ ISMET

ด้านผู้รับบริการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

เป็นศิษย์ หรือคนในมหาวิทยาลัย แต่แอบงานให้คนข้างนอกด้วย ให้การสัมภาษณ์ ธุรกิจที่สนใจ พื้นฐาน และอนาคต มีความมั่นใจ ผู้ร่วมงาน ความต้องการมากที่สุดคืออะไร ไปหาผู้มาร่วมปรึกษา หรือผู้ประกอบการอื่น เอาข้อมูลมาประกอบกัน มีประมาณ 13 ราย ที่ได้มาก็ 4 ราย จะทะเบียนแล้ว อยู่ในระหว่างรอคอยอีก 4 และดูความมั่นใจ 3-4 ราย Product ด้าน Art & Craft

มหาวิทยาลัยเกษตร

ผู้เข้ารับบริการแยกเป็น 2 ส่วน คัดเข้ามาเพราะไม่ได้ 8 ราย แต่ สสว. 4 ราย สกอ. มีโอกาส 2 ราย เพราะมีศักยภาพจากงานวิจัย อาจารย์ผู้เข้ามาเป็นนิสิตวิศวะ เป็นเรื่อง IT หุ่นยนต์ Animation ผู้จัดการไปดูคนที่สนใจ เอามาทำได้จริง เด็กขอเข้ามาเลยรับหมด ไม่ได้ดูว่าเด็กมีโอกาสอย่างไร ดูจากความตั้งใจ จริงใจ ความเป็นผู้ประกอบการอาจไม่มี แต่บางทีเก่งจริง

คณะอนุกรรมการ มีการให้มา Present แผน ดูเงินทุน ดูความเป็นไปได้ แผนงานมีทั้งเด็กและอาจารย์ทำด้วยกัน บางทีเป็นคนภายนอกกับอาจารย์ทำด้วยกัน โดยใช้แผน UBI และ สกอ. แต่ถ้าเป็น สสว.จะเป็นคนภายนอกเสียเป็นส่วนใหญ่

ไม่เหมือนจุฬา เพราะจะแยกระหว่าง สกอ. และ สสว. มีทั้ง In Wall และ Out Wall คนหน้าใหม่พยายามให้ In Wall ให้อยู่ผสมผสาน เพราะคนเข้ามาไม่รู้ว่าจะได้ทุนจากไหน จะมีศูนย์กิจกรรมมหาวิทยาลัย ให้เป็น Enterprenue Club เป็นส่วนกลาง จะมีเด็กบริหารธุรกิจมีสถานที่ที่เป็นของตนเอง ปีต่อไปจะได้เงินสนับสนุน จาก สกอ. แต่ปีละ 1 ล้าน ในขณะที่ปีที่แล้วได้รับ 5 ล้าน

มหาวิทยาลัยมหิดล

การบ่มเพาะในตัวมหาวิทยาลัย มีโครงการบันไดเศรษฐกิจ

1. นักศึกษาเป็นหลัก ทำ Business Plan และทำจริง
2. เปิดคลังสมบัติห้องปฏิบัติการ เอาผลงานวิจัยมาทำเป็นธุรกิจ

เงินให้นักศึกษาไปทำจริง แล้วแต่โครงการ ประมาณ 5 หมื่น-เกือบแสน เป็นกลุ่มไป ได้ผลบ้าง ไม่ได้ผลบ้าง แต่ถือว่าได้ลองทำดู นักศึกษากระจายไปหลายคณะมาร่วมกัน

ให้นักวิจัย หรือผู้จะมาทำงานวิจัย จะทำงานเป็นเชิงพาณิชย์ ได้หรือไม่ โดยเน้นเป็น Zone และเป็นคณะ นักวิจัย และผู้บริหารมารับรู้ ปีละ 1 ครั้ง ต่อคณะ

ศูนย์บ่มเพาะเป็นผู้กำหนดแผนการไปเปิดคลังสมบัติ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

จัดทำเป็นการฝึกน้อง เ้าแก่ใหม่วัยทีน ประสบความสำเร็จ เงินทุนที่ใช้ทั้งโครงการไม่ถึง 3 แสน และได้เงินรางวัล ถ้วยรางวัลเล็กน้อย 1. ทำ Business Plan 2. Work Shop เข้าใจการทำธุรกิจ 3. ออกแบบ Booth หาทำเลในมหาวิทยาลัย และเด็กต้องประชาสัมพันธ์ร้านของตนเอง ทำธุรกิจให้ดี ถ้าได้รางวัล จะได้เงินไป วงเงินที่สนับสนุน จะให้ไม่เกินกลุ่มละ 5 หมื่นบาท ไม่เอาเงินคืนเลย มีประกาศนียบัตรให้ ต่อไปคงไม่ทำแล้ว ผู้อำนวยการและอธิบดีคนเก่าต้องการให้เป็นผู้ประกอบการ แต่ตอนนี้ต้องการเน้นวิจัยภาครัฐ มหภาค ระยะเวลาที่ใช้ 1 ปี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

แม้จะไม่ได้เงินจาก สกอ. ต่อไปก็จะใช้สำนักบริการวิชาการ เพื่อเสริมงานวิจัย 5 ปีอาจเลี้ยงตัวเองได้ ถ้าใช้สิทธิบัตร แต่ไม่มีเงินขวัญถุง ก็นั่งได้ เพราะเงินปีละไม่เกินล้าน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คงต้องเกิดอย่างยั่งยืน เพราะทำอยู่แล้ว โดยตั้งเป็นศูนย์พัฒนาธุรกิจ อาจจะต้องตั้งเป็นศูนย์ เป็นองค์กรเฉพาะในอนาคต

เงิน สกอ. หหมดแล้ว สสว.จะมารับต่อ เพราะเงินเยอะมาก พาไปดูงานที่ญี่ปุ่น เพราะ สสว.ตั้งหน่วย ที่จะได้ผลงานออกมา ผอ.ดร.ปรัตติศุกลศูนย์บ่มเพาะ

มหาวิทยาลัยมหิดล

UBI อยู่ในศูนย์บริการวิชาการ ศูนย์ประยุกต์ และบริการวิชาการ

ความพอใจผู้รับบริการ และการเอางานวิจัยมาทำเป็นเชิงพาณิชย์ได้ และมาสนับสนุนการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยได้ด้วย

Start up fund หรือ Angle fund การกู้ยืมเงินจะเสียเวลามาก ถ้าแข็งแกร่งเขียนแผนได้ คงจะไม่มา เพราะยังไม่เก่งพอ

- ได้มีโอกาสสร้าง MBA&Ex MBA มาช่วยงานศูนย์บ่มเพาะ สร้างเครือข่ายอย่างยั่งยืน

- ปัญหาคือคนไม่เข้าใจว่ามีบทบาทอย่างไร ในการพูดคุยกับคนมารับบริการอย่างไร และผู้บริหารมหาวิทยาลัยก็ไม่เข้าใจ ในวิธีการทำงาน คิดว่าจะเป็นเรื่องชั่วคราว และไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร

ผู้บริหารไม่เข้าใจ จะไม่ให้ความสำคัญ ความจริงคือการสร้างผลสำเร็จทางงานวิจัยการศึกษาที่เป็นรูปธรรม การบ่มเพาะเป็นตัว Micro

ทุกคนต้องช่วยอธิบาย ให้ผู้บริหารเข้าใจ และไปช่วยผู้ประกอบการหรืองานวิชาการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การประชาสัมพันธ์ใช้ www. ตามที่ สกอ. บังคับ ออกจดหมายเชิญ ส่งลงสื่อสิ่งพิมพ์ตามการ บังคับ ส่งภายในมหาวิทยาลัย และสมาคมนิติสภา เพราะเป็น In Wall

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โฆษณา สสว. ใน SME Today

อนาคตการประชาสัมพันธ์ จะเกิด Network มีเครือข่ายพันธมิตร แต่ผู้บริหารต้องใจกว้าง ได้ งานที่ยั่งยืน ต้องรับฟังเพื่อให้ได้ผลงานจริงๆ ใครมีข้อมูลอะไรจะติดต่อผ่าน website แต่ละ มหาวิทยาลัย มีความสามารถไม่เท่ากัน ศิลปากรเป็น Hi Touch แต่บางแห่งเป็น Hi Tech พยายาม ทำเป็น Success Case นายกชมเชยในเรื่องนี้มาก ทำให้ผู้บริหารยอมรับในเรื่อง Hi Touch มากขึ้น ประเทศลงทุนเรื่องศูนย์ศิลปอาชีพ อาจช่วย Network เป็น Center ได้ ในแต่ละความชำนาญเฉพาะ ด้าน

ในอนาคต

จุฬาก็คงจะมี Hi Technology ม.เกษตรศาสตร์ เน้นเรื่องอาหาร ม.ศิลปากรเก่งเรื่อง Art ไม่ ควรตามประเทศอื่น ควรอยู่ตามความเป็นจริง

จะมีชมรมศูนย์บ่มเพาะฯ เพื่อเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกัน ทำให้ศูนย์บ่มเพาะในประเทศ มีความ เข้มแข็งขึ้น

การปลดผู้จัดการออกบ่อยครั้งทำให้การทำงานไม่ต่อเนื่อง ทำให้ศูนย์ประสบปัญหา

5.1.2 Focus Group ผู้ประกอบการ SME

การรู้จักศูนย์บ่มเพาะ และปัจจัยในการเลือกเข้ารับบริการ

ในการประชุม Focus Group ครั้งนี้ ผู้ประกอบการ SME ที่เลือกเข้ารับบริการการให้ คำปรึกษา อบรม บ่มเพาะธุรกิจ ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนั้น มีบางคนนั้น มีเพื่อนหรือรุ่นพี่ แนะนำ บางคนเห็นมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เดลินิวส์ และ ประชาสัมพันธ์ในงานที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ หรือมีจดหมาย อีเมลล์จาก กรมส่งเสริม อุตสาหกรรมส่งเข้ามา และจุฬาฯ มีการเปิดอบรมในช่วงปิดเทอม เปิดการอบรมก่อนที่อื่นๆ รถ ไม่ติด อาจารย์ที่ให้คำปรึกษาคดี ให้ความช่วยเหลือ มีคอนเนกชันกับสถาบันอื่นๆในการให้ คำแนะนำว่าจะไปปรึกษา หรือขอคำแนะนำได้จากที่ใด.

ความคาดหวัง ก่อนเข้ารับบริการการบ่มเพาะ

ผู้ประกอบการ SME มีความคาดหวังในการเข้ารับบริการบ่มเพาะ ในด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ
- ด้านการวางแผนการตลาด

- ด้านการเขียนแผนธุรกิจ
- ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ด้านการวางแผนโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์
- ด้านการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์
- ด้านการเงินและการบัญชี
- ด้าน Innovation การวิจัยและพัฒนา
- ด้านการบริหารบุคคล

ปัญหาของกิจการที่มีก่อนเข้ารับบริการบ่มเพาะ

ผู้ประกอบการ SME ที่มีปัญหาก่อนเข้ารับบริการบ่มเพาะ ส่วนใหญ่จะมีปัญหาทางด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านการตลาด
- ด้านเงินลงทุน
- ด้านการผลิต เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

การให้ความช่วยเหลือ หรือแนะนำจากศูนย์บ่มเพาะ

ผู้ประกอบการ SME หลังจากเข้ารับบริการบ่มเพาะ ได้รับความช่วยเหลือและแนะนำในด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้าน Business Plan
- ด้าน Marketing Plan
- ด้านการพัฒนา และออกแบบบรรจุภัณฑ์

ความต้องการฝึกอบรมในด้านต่างๆ

- ให้คำแนะนำ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีความแตกต่าง
- ด้านการจัดการ บริหาร การตลาด บัญชี
- ด้าน Innovation , Product, R&D
- ด้านการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อขอเงินสนับสนุนจากสถาบันต่างๆ

ความคาดหวังต่อศูนย์บ่มเพาะ ในอนาคต

- การให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ต่อไป
- การวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้
- ด้านการให้ข้อมูล หรือบริการด้านต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต ให้มากกว่าปัจจุบันนี้
- ควรจะมีสื่อด้าน VCD, DVD ที่เป็นข้อมูลของผู้ประสบความสำเร็จในกิจการ SME ที่หลากหลาย แจกให้กับผู้ที่เพิ่งเริ่มประกอบธุรกิจ ได้ศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- อยากเห็นความร่วมมือจากทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการที่มีคุณภาพระดับชาติ

ตารางที่ 5.1 ความสำคัญของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การประเมิน
1. จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ	3.77	สำคัญมาก
2. ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้รับการบ่มเพาะ	4.92	สำคัญมากที่สุด
3. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา	4.85	สำคัญมากที่สุด
4. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	4.31	สำคัญมากที่สุด
5. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง	4.00	สำคัญมาก
6. ความพึงพอใจของผู้รับการบ่มเพาะ	4.53	สำคัญมากที่สุด
7. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ	4.53	สำคัญมากที่สุด
8. ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ	3.77	สำคัญมาก

5.2 ผลสรุปการจัดทำ Public Hearing

5.2.1 กลุ่มผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย

จากการประชุมกลุ่มผู้บริหาร/ตัวแทนของศูนย์บ่มเพาะในสถาบันอุดมศึกษา ได้ระดมความคิดเห็นข้อเสนอแนะ แนวทางดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะ โดยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้น ซึ่งจากการประชุมครั้งนี้ มีทั้งสถาบันที่มีศูนย์บ่มเพาะธุรกิจของตนเองอยู่แล้ว และมีบางส่วนที่เพิ่งจะเริ่มก่อตั้งศูนย์บ่มเพาะฯ ในสถาบันการศึกษาของตนเองขึ้น แนวทางในการระดมความคิดเห็นในการประชุมครั้งนี้

1. ความชัดเจน ทิศทาง และนโยบายการส่งเสริมศูนย์บ่มเพาะฯ ของภาครัฐ

มีบางสถาบันที่มีความชัดเจน 80% ส่วนใหญ่จะระบุว่ามีความไม่ชัดเจนหลายด้าน เช่น ความไม่ชัดเจนของหน่วยร่วม กระบวนการที่เป็นนโยบายหลัก ตลอดจนแนวทาง ทิศทางของศูนย์ฯ จะเป็นไปในแนวทางใด บางสถาบันระบุว่าอยากให้กำหนดตัวชี้วัดที่แน่นอน แก่หน่วยบ่มเพาะ เพื่อที่จะได้ทำหน้าที่ของหน่วยบ่มเพาะให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ของแหล่งเงินทุนที่สนับสนุน มีบางหน่วยที่กล่าวว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารประเทศแล้วทิศทางของศูนย์บ่มเพาะจะเปลี่ยนไป โดยเฉพาะมีศูนย์บ่มเพาะหลายศูนย์ฯ ที่ไม่มั่นใจในเรื่องของงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐที่จะสนับสนุนในระยะสั้นๆ 3 ปี แล้วหลังจากนั้น จะหางบประมาณที่ไหนมาบริหารศูนย์

2. ความเพียงพอ และรูปแบบการสนับสนุนของภาครัฐที่ให้แก่อุทยานบ่มเพาะ

มีบางสถาบันที่ตอบว่า ได้รับงบประมาณพอเพียงแล้ว แต่อยากให้หน่วยงานของภาครัฐสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง แต่ส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่เพียงพอ เช่น ด้านเงินทุนสนับสนุน ด้านข้อมูล ตลอดจนองค์ความรู้ที่ยังไม่เป็นรูปธรรม ยังไม่มี Model ที่ชัดเจน ด้านการสร้างเครือข่าย (Network) เชื่อมโยงทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

3. การสนับสนุนของมหาวิทยาลัย / หน่วยงานที่สังกัดในการพัฒนา SME

บางสถาบันระบุว่า หน่วยงานที่สังกัดให้การสนับสนุนบ้างแต่ยังไม่เพียงพอ อยากจะให้ทางมหาวิทยาลัยสนับสนุนมากกว่านี้ บางศูนย์มหาวิทยาลัยให้การสนับสนุนด้านทรัพยากร แต่หัก 20% จากงบประมาณที่ได้รับมาเข้ามาในมหาวิทยาลัย แต่ส่วนใหญ่ทางมหาวิทยาลัยได้ให้การสนับสนุนทั้งทางด้านอาคารสถานที่ ห้องทำงาน อุปกรณ์ คอยประสานงานภายในของมหาวิทยาลัย และให้การสนับสนุนในด้านการส่งเจ้าหน้าที่เข้าอบรมสัมมนาในเรื่องที่เกี่ยวกับศูนย์บ่มเพาะฯ แต่ส่วนใหญ่มหาวิทยาลัยไม่ได้ให้การสนับสนุนทางด้านงบประมาณ

4. ความร่วมมือของหน่วยงาน ภายใน มหาวิทยาลัย และกลยุทธ์การสร้างความร่วมมือภายใน มหาวิทยาลัย

มีอยู่บางสถาบันที่ระบุว่าไม่มีกลยุทธ์ในการสร้างความร่วมมือ เนื่องจากผู้บริหารไม่เห็นถึงความสำคัญในส่วนนี้ แต่ส่วนใหญ่หลายสถาบันที่พยายามจะสร้างเครือข่ายภายในหรือมีอยู่แล้ว เช่น มีการตั้งผู้แทนจากคณะต่างๆ เป็นกรรมการที่ปรึกษา ให้ความร่วมมือกับคณะต่างๆ เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ แนะนำความรู้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับศูนย์ มีการประชุมภายในมหาวิทยาลัย ให้นโยบาย โดยมีคำตอบแทนเล็กน้อย และให้การสนับสนุนด้านวิจัยซึ่งสามารถนำมาเป็นผลงานทางวิชาการได้ มีบางศูนย์แนะนำว่าควรจะมีการ Research ว่าภายในมหาวิทยาลัยตนเองนั้นมีศักยภาพอะไรที่จะเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายได้

5. ความร่วมมือของหน่วยงาน ภายนอก มหาวิทยาลัย และกลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ ภายนอกมหาวิทยาลัย

มีบุคลากรของศูนย์ที่คอยประสานงานขอความร่วมมือ ความช่วยเหลือจากหน่วยงาน ภายนอกมหาวิทยาลัย มีการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานราชการอื่นๆ เช่น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2, 3 ทรัพย์สินทางปัญญา สภาอุตสาหกรรม หอการค้า ของแต่ละภาค บางสถาบันมีการติดต่อกับศิษย์เก่าที่ทำธุรกิจอยู่แล้วเพื่อประสานขอความร่วมมือ บางศูนย์มีการแต่งตั้งกรรมการบริหารศูนย์ ที่ปรึกษา วิทยากร จากภาครัฐ ภาคธุรกิจ NGO มีบางศูนย์ที่มีการเซ็นสัญญาความร่วมมือกับอุตสาหกรรมนวนคร ซึ่งมีธุรกิจทั้งภาคการผลิตและภาคบริการอยู่ในอุตสาหกรรมนั้นอยู่แล้ว แต่ก็มีอยู่หลายศูนย์ที่ยังไม่มีการติดต่อกับหน่วยงานภายนอกเลย

6. รูปแบบการบริหารจัดการ ทีมที่ปรึกษาจากภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย (การสรรหา การมอบหมายงาน คำตอบแทน การติดตามผลงาน)

แต่ละศูนย์มีความหลากหลายในการบริหารจัดการ มีบางศูนย์ที่มีการประสานกับธุรกิจ ภายนอกที่ประสบความสำเร็จและมีแนวธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะ มีการคัดเลือกผู้บริหารศูนย์ที่มีประสบการณ์สูง มี Connection สูง มีความสามารถ มีการสรรหาผู้เชี่ยวชาญจากคณะต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย บางศูนย์อธิการบดี เป็นผู้สรรหาจากผู้ที่ มีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจจริงๆ มีการสร้างเครือข่ายภายใน มีการทำวิจัยต่างๆ แต่ก็มีบางศูนย์ที่ยังไม่มีการจัดตั้งคณะกรรมการสรรหา ซึ่งคำตอบแทนที่ให้กับที่ปรึกษายังน้อยเกินไป สำหรับมืออาชีพจริงๆ บางศูนย์อยากเป็นองค์กรอิสระ ที่อยู่ภายใต้การดูแลของมหาวิทยาลัย เพื่อความคล่องตัวในการทำงานทั้งด้านการเบิกจ่าย การตัดสินใจ เนื่องจากเอกสารทางราชการมีความล่าช้า ทำให้การตัดสินใจบางเรื่องมีผลต่อการดำเนินงาน

7. ทรัพยากรที่ศูนย์บ่มเพาะมี และควรจะมี

ทรัพยากรที่มีอยู่ปัจจุบัน

มีบางศูนย์ที่มีบุคลากรไม่เพียงพอ โดยเฉพาะด้าน โครงการ และทีมที่ปรึกษา เนื่องจากงบประมาณมีจำกัด ศูนย์ทั้งหมดจะมีสถานที่ทำงานกันอยู่แล้ว เล็กบ้างใหญ่บ้างตามความจำเป็น และการสนับสนุนมากน้อยเพียงใด ของแต่ละมหาวิทยาลัย บางศูนย์มีอุปกรณ์สำนักงานที่โละมาจากหน่วยงานอื่นๆ ที่ไม่ได้ใช้แล้ว

ทรัพยากรที่ควรมีเพิ่มในอนาคต

มีหลายศูนย์ที่ระบุว่าต้องควรมีบุคลากรเพิ่มจากเดิม เช่น ควรมีบุคลากรที่คอยดูแลในแต่ละบริษัท มีบุคลากรด้าน IT มีที่ปรึกษาที่ให้ข้อมูลเฉพาะด้านกับผู้ประกอบการที่เข้าบ่มเพาะประจำ ต้องการพี่เลี้ยงหลังจาก Spin-off ไปแล้ว 3-5 ปีมีหลายศูนย์ที่มีปัญหาเกี่ยวกับทางด้านสถานที่และอุปกรณ์ บางศูนย์ต้องการสถานที่ที่กว้างกว่าเดิม มีอุปกรณ์สำนักงานไม่เพียงพอ เช่น ต้องการเครื่องโทรสาร โทรศัพท์สายนอก พรินเตอร์สี ห้องประชุมแบบ Tele-conference, Internet และควรมี Network เชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอก

8. ปัญหา / อุปสรรคในการบริหารศูนย์บ่มเพาะ (ประเมิน S แต่ละตัวใน 7 S's)

ประเมิน	ปัญหา / อุปสรรค ในการบริหารศูนย์ฯ
<p>▪ Strategy กลยุทธ์การบริหารงาน</p>	<p>การบริหารงานบางเรื่องซ้ำ เพราะผู้บริหารไม่ได้มอบอำนาจให้คนอื่นตัดสินใจแทนเวลาที่ไม่อยู่ มีบางศูนย์ที่มีความขัดแย้งกันของผู้บริหารระดับสูง กรอบของราชการทำให้บุคลากรของศูนย์ทำงานยากขึ้น มีบางศูนย์ที่ระบุว่ากลยุทธ์การบริหารงานมีความไม่ต่อเนื่อง เพราะได้มีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารระดับปฏิบัติการบ่อย ผู้บริหารบางคนมีงานเยอะไม่สนใจดูแลศูนย์ฯ</p>
<p>▪ Structure โครงสร้างการบริหารศูนย์ และทีม Advisory Board</p>	<p>กรรมการที่แต่งตั้งขึ้นมานั้น ไม่ค่อยมีเวลาเนื่องจากงานสอนมาก งานคณะก็เยอะ บางคนทำงานไม่เต็มตัว บางศูนย์กำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนตัวผู้บริหาร บางศูนย์มีที่ปรึกษาไม่ประจำ ไม่ค่อยมีเวลาทำให้ขาดความต่อเนื่องในการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ และที่ปรึกษาก็มีไม่เพียงพอสำหรับที่จะให้คำแนะนำ</p>
<p>▪ System ระบบต่างๆ เช่น ระบบการเงิน ระบบข้อมูล ระบบการ</p>	<p>ระบบการเงินที่ไม่ชัดเจน บางศูนย์ไม่มีการเงินเป็นของตนเอง ต้องเบิกจ่ายผ่านกองคลังของมหาวิทยาลัย ทำให้การเบิกจ่ายล่าช้า</p>

ประเมิน	ปัญหา / อุปสรรค ในการบริหารศูนย์ฯ
<p>ประชาสัมพันธ์ ระบบการมอบหมายงาน ระบบเงินเดือน/ค่าตอบแทน ระบบการประเมินผล ฯลฯ</p>	<p>มาก รวมทั้งการอิงกฎระเบียบของมหาวิทยาลัยก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ระบบการบริหารงานต่างๆ ต้องมีความล่าช้า บางศูนย์ไม่มีการ Link ข้อมูลกับหน่วยงานบ่มเพาะอื่นๆ</p>
<p>▪ Staff (ปริมาณบุคลากร)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่ปรึกษา - วิทยากร - เจ้าหน้าที่ศูนย์ 	<p>ทีมที่ปรึกษาไม่เพียงพอ ไม่ครอบคลุมทุกสาขาวิชา ไม่มีเวลา บางคนไม่ให้ความร่วมมือ บางคนขาดความรู้บางเรื่อง เช่น เรื่องของกฎหมาย เรื่องของภาษี เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ต้องส่งไปอบรมสัมมนา บางศูนย์เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ที่มีอยู่ก็ขาดความรู้ความสามารถ เจ้าหน้าที่เฉพาะด้านก็ไม่เพียงพอ</p>
<p>▪ Skill ทักษะของผู้บริหารศูนย์ เจ้าหน้าที่ศูนย์ และทีมที่ปรึกษา</p>	<p>บุคลากรขาดทักษะการให้คำปรึกษาเบื้องต้น ขาดความรู้ความเข้าใจในระบบธุรกิจ ที่ปรึกษามีเวลาให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการน้อย วิทยากรที่เป็นอาจารย์ มีแต่วิชาการเท่านั้น ไม่มีประสบการณ์ในธุรกิจจริง</p>
<p>▪ Style รูปแบบการบริหาร</p>	<p>มีการบริหารงานแบบกันเอง ขาดแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน ไม่มีการประชุมพูดคุยกัน ขาดความคล่องตัวเนื่องจากติดระเบียบของทางราชการ การเบิกจ่ายเงินล่าช้า</p>
<p>▪ Share Value</p>	<p>ยังไม่ชัดเจน เนื่องจากมหาวิทยาลัยยังไม่กำหนด</p>

9. กลยุทธ์การแก้ปัญหา / อุปสรรคในการบริหารศูนย์บ่มเพาะ

ให้ความรู้ความเข้าใจ ให้แนวทางแก่เจ้าหน้าที่ นิสิตนักศึกษา อาจารย์ ที่ปรึกษา นักวิจัยให้เข้าใจถึงตัวศูนย์บ่มเพาะ การทำความเข้าใจกับทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นผู้สนับสนุน ผู้ประกอบการ ทีมงาน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ฯลฯ บางศูนย์มีการแบ่งฝ่ายช่วยกันประสานการทำงาน เพื่อให้เกิดความคล่องตัว ขอคำปรึกษากับศูนย์บ่มเพาะอื่นๆ

10. Best Practice ของศูนย์บ่มเพาะ

- ด้านการเลือก

จะมีการดูความตั้งใจจริงของผู้ประกอบการ มีใจ มี Idea บางศูนย์จะมีการอบรมแผนธุรกิจ ก่อนก่อนคัดเลือก ดู Project ดู Product มีเวลาที่จะเข้ารับการบ่มเพาะ มีเงินทุนขนาดไหน ความรู้ ครอบคลุม ทรัพยากรของผู้ประกอบการ มีบางศูนย์ที่มีคณะกรรมการจากหลายสาขาวิชาชีพ หลายหน่วยงานมาเป็นคณะกรรมการในการคัดเลือก เช่น ตัวแทนจากธนาคาร จากผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง คณาจารย์ ฯลฯ โดยการสอบสัมภาษณ์เพื่อ ทราบข้อมูลที่แท้จริงของผู้ประกอบการ ดูคุณวุฒิ ดูความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

▪ ด้านการให้คำปรึกษา

มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ มาเป็นที่ปรึกษา ให้คำปรึกษาทุก ๆ ด้าน ที่ผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะต้องการ เชิญอาจารย์ในมหาวิทยาลัยมาเป็นวิทยากร ขอความคิดเห็นด้านต่างๆที่ติดขัดกับศูนย์บ่มเพาะอื่นๆ

▪ ด้านการฝึกอบรม

จัดหาหลักสูตรที่น่าสนใจ จัดหลักสูตรตามความต้องการของชุมชน นิสิตนักศึกษา และผู้ประกอบการ SME มีการจัดหลักสูตรเป็น Step โดยมีการทดสอบความรู้ เมื่อจบแล้วจะได้ใบประกาศนียบัตร มีการหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้ความรู้ในเรื่องนั้นๆ มีการอบรมแผนธุรกิจ มีการอบรมต่อเนื่องหลังจากบ่มเพาะไปแล้ว

▪ ด้านการสร้าง Network

มีการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายในและภายนอก โดยแบ่งงานไปดำเนินการสร้างเครือข่ายให้ชัดเจนขึ้น ทั้งภายในจังหวัดเอง ภาค และทั่วประเทศ บางศูนย์มีการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SME เอง เป็นเครือข่าย “เจ้าแกใหญ่” และเครือข่าย “เจ้าแกน้อย” สร้างเครือข่ายทั้งตัวของตัวเองบ่มเพาะเอง และผู้ประกอบการ บางศูนย์จะมีการขอคำปรึกษาจาก UBI ที่มีประสบการณ์

▪ ด้านบริการ

ให้คำปรึกษาทุก ๆ ด้าน ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานกับธนาคารเพื่อขอกู้เงิน หาสถานที่จำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ SME โดยให้นิสิตนักศึกษาอาสาสมัครให้การให้บริการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

▪ ด้านการติดตามประเมินผล SME

ถ้าผู้ประกอบการ SME สามารถตั้งบริษัทได้ ถือว่าเป็นความสำเร็จระดับหนึ่งของศูนย์บ่มเพาะ บางศูนย์จะมีคณะกรรมการแยกต่างหากในการประเมินผล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

▪ ด้านการวิจัย

ได้มีการรวบรวมงานวิจัยของคณาจารย์ในมหาวิทยาลัย ให้เกิดประโยชน์ หรือมีการนำความต้องการของผู้ประกอบการ SME มาทำวิจัยเพิ่ม บางมหาวิทยาลัยจะให้นักศึกษาปริญญาโท เข้ามาทำงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการที่จะพัฒนาผู้ประกอบการ

▪ ด้านอื่นๆ

มีการลดความขัดแย้งของหุ้นส่วนผู้ประกอบการในกรณีที่มีปัญหา กัน ให้พวกเขาสามารถทำงานร่วมกันได้ดี

11. ความต้องการสนับสนุนจาก สสว. / หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ

อยากให้มรูปแบบการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม อยากได้เงินสนับสนุนเพิ่มขึ้น และต่อเนื่อง อยากให้หน่วยงานของรัฐมีบริการให้คำปรึกษา ที่ปรึกษา อยากได้บุคลากรจากหน่วยงานของรัฐมาเป็นวิทยากร อยากให้รัฐสนับสนุนมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้นจากเดิม อยากให้มีการสร้าง Network ให้เป็นเอกภาพ

12. KSF (Key Success Factor) ของการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะ

Stakeholder Support

มีผู้เลือกตอบส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 46.67 ของผู้ตอบทั้งหมด

ทุนสนับสนุน

มีผู้เลือกตอบส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของผู้ตอบทั้งหมด

คุณภาพของบุคลากร

มีผู้เลือกตอบส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของผู้ตอบทั้งหมด

การคัดเลือกผู้ประกอบการ

มีผู้เลือกตอบส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 73.33 ของผู้ตอบทั้งหมด

การให้ความช่วยเหลือ SME ที่เหมาะสม

มีผู้เลือกตอบส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 46.67 ของผู้ตอบทั้งหมด

เครือข่าย

มีผู้เลือกตอบส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 53.33 ของผู้ตอบทั้งหมด

อื่นๆ

ระบุว่า ระดับการพัฒนาผู้ประกอบการ SME, แผนธุรกิจที่ชัดเจน

จากการตอบคำถามในส่วนนี้แสดงให้เห็นว่า การคัดเลือกผู้ประกอบการเข้ารับการอบรมบ่มเพาะ เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือ ทุนสนับสนุนที่ได้รับจากหน่วยงานต่างๆ รวมถึง

บุคลากรของศูนย์บ่มเพาะเอง ที่จะเป็นสิ่งแสดงถึงคุณภาพแห่งความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะแต่ละศูนย์

13. ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นเพิ่มเติม

- อยากให้มีการจัดทำ Data base / Information Centre
- อยากให้มีข้อมูลของ UBI ที่ไหนบ้าง มี Skill ด้านใดเป็นพิเศษ
- อยากให้มีเครือข่ายกับทางด้านต่างประเทศด้วย
- อยากให้มีการระดมความคิดเห็นอย่างนี้อีก และทำอย่างต่อเนื่อง

5.2.2 กลุ่มผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ

จากผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 19 ราย ได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อระดมความคิดเห็น ความต้องการ และข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการวิสาหกิจ ที่เคยเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ ในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบ่มเพาะให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น โดยมีแนวคำถาม ดังนี้

1. เข้าโครงการพัฒนา SME / เข้าศูนย์บ่มเพาะจากที่ใด และเป็นหลักสูตรใด

- Business Incubator ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ Ice Center ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- หน่วยร่วม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เข้าร่วมอบรม 2 หลักสูตรคือ
 1. โครงการ NEC
 2. โครงการบ่มเพาะธุรกิจ
- โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- เข้าโครงการพัฒนา NEC ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- Consultant of Technology KENAN
- NEC กับ KENAN แห่ง Asia
- หลักสูตรบ่มเพาะธุรกิจ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ก้าวหน้าไท
- ยังไม่เคยเข้าร่วมโครงการกับศูนย์บ่มเพาะธุรกิจอย่างจริงจัง
- ไม่ได้เข้าร่วมที่ไหน

2. SME อยู่ในช่วงวงจรใดของการเติบโต

- SME ที่มาเข้าร่วมการสัมมนา อยู่ในช่วงเริ่มต้น และในช่วงเติบโต ในอัตราที่เท่ากัน

3. ความจำเป็นในการบ่มเพาะ (เพื่อพัฒนา SME)

ขาดทักษะ ความรู้ในการบริหาร

- ด้านการตลาด การบัญชี
- ด้านการเงิน
- ด้านเทคโนโลยีการผลิต การถนอมอาหาร
- ด้านการจัดการองค์กรที่ถูกต้อง
- ด้านการจัดการระบบผู้ประกอบการ SME
- ด้านการส่งออก
- ด้านการบริหารจัดการ โรงงาน
- การบริหารทรัพยากรบุคคล

ต้องการเครือข่ายเชื่อมโยงกับองค์กร

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- สถาบันการเงิน และหน่วยงานด้านต่างๆ ในต่างประเทศ
- องค์กรที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่น สมาคม ชมรม องค์กร ฯลฯ
- กลุ่มเกษตรกรทั่วประเทศ เครือข่ายด้านการให้ความรู้เรื่องสินค้าเกษตร / เทคโนโลยีความรู้ใหม่ๆ ตลอดจนด้านนวัตกรรมต่างๆ
- กลุ่มผู้ค้าปลีก ค้าส่ง ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
- หน่วยงานที่เชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษารัสเซีย ญี่ปุ่น เพื่อเป็นเป็นสื่อกลางในการให้ความช่วยเหลือด้านเอกสาร ตลอดจนการติดต่อสื่อสารต่างๆ เพื่อความสะดวกในการดำเนินธุรกิจในประเทศ

กิจการมีปัญหา

ด้านทรัพยากรมนุษย์

- ด้านทรัพยากรมนุษย์
- บุคลากรตามทิศทางของธุรกิจ
- ขาดบุคลากรมาเสริมตำแหน่งที่ควรมี

ด้านการจัดการ

- ขาดระบบการจัดการที่ดี
- ด้านการรับเงินจากต่างประเทศ ซึ่งมีความไม่เข้าใจทางด้านเอกสาร ด้านภาษาในการติดต่อสื่อสาร

ด้านการเงิน

- ด้านเงินทุน

ด้านการผลิต

- ขาดเครื่องมือ เครื่องจักรที่ทันสมัย ในการประกอบกิจการ
- ทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงที่
- ต้นทุนในการขยาย Line ในการผลิต
- ด้านวัตถุดิบ

ด้านการตลาด

- ด้านการตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

ต้องการสนับสนุนด้านการเงิน

- ส่วนใหญ่มีความต้องการ ในการสนับสนุนด้านการเงินจากหน่วยงานต่างๆ เป็นอัตราที่มาก และเกือบทั้งหมดของจำนวนผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมสัมมนา

อื่นๆ

- ต้องการ การเข้ารับการศึกษาอบรม สัมมนา การดูงาน และการได้รับความรู้ด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง
- ต้องการขยายสถานที่ประกอบกิจการให้เหมาะสมขึ้นกว่าเดิม
- ต้องการการสนับสนุนทางด้านการตลาด
- ต้องการ การผลิตจากศูนย์อย่างต่อเนื่อง

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศูนย์บ่มเพาะ

ค่าใช้จ่ายในการบ่มเพาะ

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศูนย์บ่มเพาะ ในการเข้ารับการบ่มเพาะ เป็นส่วนใหญ่

ระยะเวลาในการบ่มเพาะ

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศูนย์บ่มเพาะที่ผู้ประกอบการ SME ให้ความสำคัญไม่มากนัก

หลักสูตร และบริการของศูนย์บ่มเพาะ

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับหนึ่ง ที่ผู้ประกอบการตัดสินใจเลือกศูนย์บ่มเพาะ

ชื่อเสียงของศูนย์บ่มเพาะ

เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจอยู่ในระดับต่ำ

ทีมที่ปรึกษาของศูนย์บ่มเพาะ

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้ประกอบการเป็นอย่างมากควบคู่ไปกับปัจจัยทางด้านหลักสูตร และการบริการด้านต่างๆ ของศูนย์บ่มเพาะ

ความสะดวก

ความสะดวกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศูนย์บ่มเพาะของผู้ประกอบการไม่มากนัก

วัสดุอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือ ที่พร้อมของศูนย์บ่มเพาะ

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อผู้ประกอบการในการเลือกการเข้ารับการบ่มเพาะจากศูนย์บ่มเพาะอื่นๆ

- มีปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพของศูนย์บ่มเพาะ
- ปัจจัยด้านการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการที่ผ่านการบ่มเพาะจากศูนย์อื่นๆ
- ปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจในต่างประเทศ เช่น ทางด้านภาษาที่ใช้ สกุลเงินที่ใช้ หน่วยงานต่างๆ ที่ต้องไปติดต่อ หรือหาข้อมูล

5. ความคาดหวัง และความต้องการได้รับจากศูนย์บ่มเพาะ

ด้านการฝึกอบรม

- ให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ศูนย์บ่มเพาะในด้านต่างๆ เพื่อจะให้ความช่วยเหลือ หรือแนะนำในด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ
- ต้องการได้รับข้อมูลจากศูนย์บ่มเพาะ อย่างละเอียด
- การให้ข้อมูล ความรู้ในเรื่องการทำธุรกิจ Logistic, Export
- ต้องการได้รับการพัฒนาความรู้ และเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนากิจการ จากความรู้ที่ได้รับมา
- เพิ่ม Vision แสวงหาโอกาส และรับทราบข้อมูลด้านต่างๆ ในการนำไปปรับกลยุทธ์
- ด้านการบริหารจัดการ
- ด้านการวางแผนกลยุทธ์
- E-Learning, Finance, Accounting

ด้านการบ่มเพาะ

- บ่มเพาะทางด้านการตลาดอย่างมีศักยภาพ
- พัฒนาในทุกๆด้านของการประกอบธุรกิจ ของ SME
- ด้านช่องทางและโอกาสการขยายตัวของธุรกิจ
- ด้านการตลาด การเงิน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านเทคนิค เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ มีมาตรฐาน ลดต้นทุน
- มีเครื่องมือ เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
- การยืดอายุ และการเก็บรักษาเครื่องมือ เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิต
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ และขยาย Line การผลิตที่ใกล้เคียง
- การออกแบบ และการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ด้านการบริการอื่นๆ

- การเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น
- ต้องการนิสิตมาช่วยงานในช่วง Start up
- ด้านงานวิจัยตลาด

ด้านเครือข่ายเชื่อมโยงกับองค์กร / ผู้ประกอบการ

- ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่มีความคาดหวัง และต้องการมาก

ความต้องการช่วยเหลือสนับสนุน

- ในด้านการตลาด ด้านเงินทุนหมุนเวียน เงินทุนประกอบกิจการประเภทไม่มีดอกเบี้ย หรือดอกเบี้ยต่ำ
- ด้านผู้ชำนาญการภาษาต่างประเทศ เวลาเดินทางไปติดต่องานที่ต่างประเทศ
- ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ด้านการตลาดในประเทศ และต่างประเทศ
- ด้านการเงิน การลงทุน
- ด้านการฝึกอบรม สัมมนา คู่มือ
- ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

6. ปัญหาอุปสรรคที่พบเมื่อเข้าสู่ศูนย์บ่มเพาะ / เข้าร่วมโครงการพัฒนา SME

- ระยะเวลาในการบ่มเพาะ สั้นเกินไป
- ขาดการติดตามช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง
- ศูนย์ฯ จะเน้นทางด้านการศึกษาฝึกอบรมมากเกินไป ขาดความใกล้ชิดในการปรึกษาและการปฏิบัติ
- ไม่สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ได้ตามที่คาดหวัง
- ที่ปรึกษาไม่เข้าใจตัวผู้ประกอบการ ตลอดจนธุรกิจ และตัวสินค้าของผู้เข้าร่วมการบ่มเพาะอย่างแท้จริง ทำให้ไม่สามารถแก้ปัญหาของผู้ประกอบการได้
- ไม่มีความชัดเจนในการบ่มเพาะ และความต่อเนื่องของการเข้าอบรมบ่มเพาะ

7. ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าศูนย์บ่มเพาะ / เข้าร่วมโครงการพัฒนา SME

- สามารถนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น
- ได้รับการส่งเสริมและการพัฒนาในด้านต่างๆ ตลอดจนมีความมั่นใจในการทำงานของศูนย์ฯ
- สามารถพัฒนาผู้ประกอบการ SME ให้ดีขึ้นได้
- ได้เข้าใจหลักการ ในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องขึ้น
- สามารถนำความรู้ไปพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการได้
- เมื่อเข้ารับการอบรมจากศูนย์บ่มเพาะ สามารถเริ่มทำธุรกิจได้
- ได้รับความรู้ทางด้านการบริหารจัดการ
- การมองภาพรวมธุรกิจ
- ได้รับความรู้ขั้นพื้นฐานที่ควรศึกษาก่อน เพื่อประเมินศักยภาพของตนเองว่าควรจะเริ่มดำเนินธุรกิจต่อ หรือดำเนินไปในทิศทางใด
- ยังไม่ทราบแน่ชัด เพราะเพิ่งเข้าร่วม โครงการ

8. Best Practice ของศูนย์บ่มเพาะ

เกณฑ์การคัดเลือก SME

- ศักยภาพของสินค้า / บริการ และศักยภาพของผู้ประกอบการ
- ดุลยภาพประกอบของศูนย์บ่มเพาะว่าเหมาะกับผู้ประกอบการ SME รายนั้นๆหรือไม่
- มีสอบสัมภาษณ์ สอบข้อเขียน สัมภาษณ์จริง
- สามารถเข้าใจและแก้ปัญหาของผู้ประกอบการ SME ได้จริง
- ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ ที่จะต่อยอดได้ในอนาคต และความตั้งใจของผู้ประกอบการ
- ผู้ประกอบการมีความชัดเจนว่าจะประกอบธุรกิจอะไรบ้าง ไม่ว่าจะเพิ่งเริ่มธุรกิจ หรือทำธุรกิจอยู่แล้ว

การบ่มเพาะ

- ความรู้ที่จะดำเนินการให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และอยู่ได้มั่นคง
- ขึ้นอยู่กับปัญหาของแต่ละธุรกิจ
- การอบรมบ่มเพาะต้องเข้าใจว่า ผู้ประกอบการต้องการหรือไม่ หรือสิ่งไหนจำเป็น
- ควรบ่มเพาะอย่างใกล้ชิด และไม่ปิดกั้นเทคโนโลยี
- บุคลากรในด้านต่างๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การสนับสนุน

- ด้านการจัดการ บุคลากร ด้านเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐ
- ค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้ประกอบการบางส่วน
- การให้การสนับสนุนของภาครัฐเหมาะสมหรือไม่
- สนับสนุนทางด้านข้อมูลทุกมิติ

การบริการ

- มีการบริการถึงระดับไหนให้แก่ผู้ประกอบการ มีความตั้งใจในการให้บริการหรือเปล่า
- การบริการด้านการตลาด ด้านข้อมูลลูกค้า

ทีมที่ปรึกษา

- ที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยี เครื่องจักรกล
- มีความรู้ที่สามารถจะถ่ายทอดได้ มีเวลาที่เหมาะสมในการให้คำปรึกษา
- ที่ปรึกษาคิดตามผลของผู้ประกอบการ SME ที่เข้ารับการบ่มเพาะอย่างต่อเนื่อง
- ทีมที่ปรึกษามีประสบการณ์ มีเวลาให้มาก

ระยะเวลาบ่มเพาะ

- 3 เดือน
- 6 เดือน
- 1-3 ปี
- เลือกช่วงเวลาที่เหมาะสม ควรอยู่ใน Season
- ระยะเวลาบ่มเพาะให้นานพอสมควร ไม่มีเวลามากเกินไป เพราะความรู้จะไม่ได้เท่าที่ควร
- ไม่ควรกำหนดระยะเวลา

อื่นๆ

- ควรมีการ Link กับศูนย์บ่มเพาะอื่นๆ ทั่วประเทศ เนื่องจากแต่ละศูนย์บ่มเพาะในมหาวิทยาลัยมีความชำนาญ ในแต่ละเรื่องไม่เหมือนกัน
- มีสถานที่ พื้นที่สำหรับทำออฟฟิศ

9. ทิศทางในอนาคตของ SME

- มีการวางแผน Exit Strategy
- เข้าตลาด MAI มีจำนวน 3 ราย
- ต้องการผู้ร่วมลงทุน Venture Capital จำนวน 3 คน
- หาทายาทมารับช่วงกิจการต่อ มีจำนวน 2 ราย

- ขยายตัวไปตลาดภายในประเทศ / ตลาดต่างประเทศ มีจำนวน 11 ราย
- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 8 ราย

10. ข้อเสนอแนะ / ความคิดเห็นเพิ่มเติม

- ควรมีการเชื่อมโยงเครือข่าย เน้น One Stop Service ให้ได้ และทิศทางของศูนย์บ่มเพาะควรรวมตัวกันแล้วประสานเป้าหมาย เพื่อผู้ประกอบการ SME
- ผู้ประกอบการ SME ยังขาดข้อมูลในการติดต่อ หรือไม่รู้ ควรจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
- ควรประชาสัมพันธ์ประโยชน์ ของศูนย์บ่มเพาะ ให้แก่ผู้ประกอบการอื่นๆ ทั่วไปอีก เพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการ

5.3 สรุปผลการสัมภาษณ์ลึก (Depth Interview)

คณะผู้วิจัย ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ลึกระดับผู้บริหารของหน่วยงานที่เป็นสถาบัน หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวนทั้งสิ้น 9 ท่าน แบ่งเป็น

- ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะ จำนวน 3 ราย
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จำนวน 3 ราย
- หน่วยงานที่ดูแลให้การสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจฯ ในกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 2 ราย
- นักวิจัยจากสถาบันการศึกษา จำนวน 1 ราย

เพื่อศึกษาถึงภารกิจของหน่วยงาน การดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรคที่พบ แนวทางในอนาคตของหน่วยงาน และความเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัยต่างๆ ประมวลเป็นรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

- ด้านนักวิจัยจากสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนา ต่อยอดวิชาการด้านเทคโนโลยี ให้มีการดำเนินการทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา และเพื่อเป็นศูนย์วิจัยนำร่อง ของมหาวิทยาลัย ในส่วนของการบ่มเพาะงานวิจัย
- ด้านผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะ เพื่อการให้การช่วยเหลือ สนับสนุน ทั้งทางด้านองค์ความรู้ การฝึกอบรม คำแนะนำปรึกษา และด้านอื่นๆ ให้แก่ผู้ประกอบการทั้งที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว และผู้ที่คิดจะริเริ่มดำเนินธุรกิจเป็นของตนเอง ให้สามารถดำรงอยู่ได้ความความเข้มแข็งด้วยตนเอง

- ด้านหน่วยงานภาครัฐ ที่ให้งบประมาณสนับสนุน ช่วยเหลือ ดูแลศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย นั้น เพื่อให้ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มีแนวทางในการดำเนินงาน ในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจ ให้สำเร็จลุ่่วง ตามแนวทางที่รัฐได้กำหนดกรอบการพัฒนาไว้ และให้ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองต่อไปในอนาคต

ลักษณะของการให้ความร่วมมือ สนับสนุน ช่วยเหลือ

- ในด้านของสถาบันวิจัย นั้นต้องการให้เองชนได้มีการจดสิทธิบัตร รวมทั้งการรณรงค์ให้งานวิจัยต่างๆ มีการจดสิทธิบัตรด้วย
- ด้านศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ นั้นจะเป็นในแนวทางเดียวกัน คือการให้บริการในลักษณะของการส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือ ในด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ ทั้ง In Wall และ Out Wall
- ด้าน สสว. และหน่วยงานในกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นการสนับสนุนให้ นิสิต และอาจารย์ ได้มีความรู้ทางด้านแผนธุรกิจ ด้านการเงิน และอื่นๆ เพื่อให้มีการจัดตั้งธุรกิจนั้นได้ โดยให้การช่วยเหลือ ในระยะ 3-5 ปี และในบางส่วนยังมี การร่วมลงทุน (Venture Capital) กับผู้ประกอบการวิสาหกิจ ที่เห็นว่าสามารถต่อยอดได้ อย่างครบวงจร

งบประมาณสนับสนุน

- ด้านสถาบันวิจัย นั้น มีการตกลงกับเอกชนว่าได้รับค่าจ้างเท่าไร แล้วนำรายได้นั้นมาแบ่งเป็น 50-25-25 50% แรกเป็นของนักวิจัย 25% ต่อไปเป็นของหน่วยงาน และ 25% ที่เหลือเป็นของสถาบัน ซึ่งเป็นรายได้ที่เข้ามาเพื่อเป็นทุนดำเนินงานของสถาบัน
- ด้านของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ จะได้รับงบประมาณ จากหน่วยงานต่างๆของรัฐ เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) คณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และอื่นๆ บางแห่งอาจได้รับงบประมาณมากกว่า 1 หน่วยงาน ซึ่งแต่ละศูนย์จะได้รับงบประมาณไม่เท่ากัน และระยะเวลาแต่ละปี ก็จะได้รับงบประมาณไม่เท่ากัน อย่างเช่นสภาอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม นั้นจะให้การช่วยเหลือประมาณ 3 ปีครั้ง ซึ่งในปีแรกนั้นจะให้เงินช่วยเหลือ 5 ล้านบาท มากกว่าปีถัดๆไป ปีที่ 2 จะได้รับ 3.5 ล้านบาท และปีสุดท้ายก็จะลดลงไป

- ด้านหน่วยงานรัฐ นั้น ต่างก็ได้รับเงินงบประมาณจากรัฐบาล เช่น ได้รับงบประมาณรายจ่ายประเทศ ภายใต้กำกับดูแลของคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน (กพข.)

ปัญหาและอุปสรรค

- ปัญหาของสถาบันวิจัย คือการขาดงบประมาณในการต่อยอดธุรกิจ การไม่เข้าใจในบทบาทของผู้บริหารศูนย์ และบุคลากรเอง ปัญหาด้านข้อจำกัดของเวลาของบุคลากรที่ดูแล และผู้ให้คำปรึกษา
- ปัญหาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ คือตัวผู้ประกอบการเองที่ไม่พร้อมในทุกๆด้าน การดำเนินงานของศูนย์มีความไม่คล่องตัว รวมทั้งงบประมาณที่จำกัด และไม่สามารถใช้ไปในทางที่ผิคนใจได้ ทำให้การดำเนินงานบางครั้งมีความล่าช้าได้ ตลอดจนด้านบุคลากรที่มีจำกัด และปัญหาในส่วนอื่นๆอีก เช่น สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือ
- ปัญหาของหน่วยงานภาครัฐ คือศูนย์บ่มเพาะฯ บางศูนย์ยังไม่มีความพร้อม ทั้งด้านสถานที่ บุคลากร เครื่องไม้เครื่องมือ มีผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจ ทำให้หน่วยงานภาครัฐดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าประสงค์ที่ได้วางเอาไว้

การแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

- การแก้ไขปัญหาของสถาบันวิจัย คือ การเชิญผู้เชี่ยวชาญที่เป็นศิษย์เก่าของสถาบันมาเป็นที่ปรึกษา การที่ให้บุคลากรของสถาบันทำหน้าที่ที่เสี่ยง ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ ในทุกด้าน
- การแก้ไขปัญหาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ คือการทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการ เมื่อมีปัญหา
- การแก้ไขปัญหาของหน่วยงานภาครัฐ ให้ความช่วยเหลือและแนะนำ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน การแก้ไขระบบงานที่ไม่คล่องตัว

แนวทางในอนาคต

- ศูนย์บ่มเพาะจะมีการจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมของศูนย์ฯ หรือเป็นกองทุนในการจัดตั้งบริษัท ศูนย์ควรจะมีลักษณะที่สามารถหารายได้ด้วยตนเอง
- ในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ จะมีการเพิ่มจำนวนศูนย์บ่มเพาะให้มากขึ้นกว่าเดิม และต้องประสบความสำเร็จมากกว่า 80% สามารถสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงได้ มีบุคลากรและอุปกรณ์เทคโนโลยี ที่มีความพร้อมมากขึ้น

ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จ (KPI)

- ความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะ ไม่น้อยกว่า 80%

- เงินสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ความพึงพอใจของผู้ที่เข้ารับการบ่มเพาะ
- จำนวนแผนธุรกิจ ของผู้เข้าร่วมศูนย์บ่มเพาะ
- มีการจ้างงานเพิ่ม
- ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะฯ

ข้อเสนอแนะ

- ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรต้องยืนด้วยตัวเอง และความจะเป็นศูนย์กลางผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางมากกว่า ด้านอื่นๆ สามารถให้บริการครอบคลุมได้หลากหลาย มีเทคโนโลยี เครื่องไม้เครื่องมือ ที่พร้อมในการให้บริการ

5.4 การตอบสนองมาตรฐานการศึกษา

จากการศึกษาทั้งผลการสำรวจจากแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่าปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในส่วนของนักศึกษา เห็นว่าความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษามีความสำคัญมาก ($X = 3.56$) ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการสำคัญมากที่สุด ($X = 4.23$) ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ มีความสำคัญมาก ($X = 3.56$) (ตารางที่ 4.2)

สำหรับส่วนของผู้ประกอบการ เห็นได้ว่าความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษามีความสำคัญมากที่สุด ($X = 4.68$) ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการสำคัญมากที่สุด ($X = 4.32$) ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการสำคัญปานกลาง ($X = 3.40$) (ตารางที่ 4.4)

จากการสัมภาษณ์ลึก จะเห็นว่าปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะสำหรับผู้ประกอบการ SME เห็นว่าความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษามีความสำคัญมากที่สุด ($X = 4.85$) ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการสำคัญมากที่สุด ($X = 4.53$) ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ มีความสำคัญมาก ($X = 3.77$) (ตารางที่ 5.1)

บทที่ 6

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

6.1 บทสรุป

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจฯ ในมหาวิทยาลัย

การดำเนินการของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจฯ ในมหาวิทยาลัย ซึ่งถือว่ามีความพร้อมทั้งทางด้านสถานที่ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ด้านอุปกรณ์ ตลอดจนมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม รัฐบาลได้มีแนวคิดในการที่จะพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ และผู้ประกอบการที่ดำเนินการอยู่แล้ว ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งถือว่าเป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจไทย ในอันที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยโดยรวมให้ไปสู่การแข่งขันกับประเทศต่างๆ โดยอาศัยความได้เปรียบทางภูมิภาคแข่งขันได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน มีหน่วยงานหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนที่มุ่งทำงานวิจัยในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเป็นแนวทางข้อเสนอแนะให้กับผู้ที่สนใจนำข้อมูลที่ได้ไปปรับกลยุทธ์ หรือปรับแนวทางการดำเนินงานของตนให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ซึ่งรายงานวิจัยนี้ มีแนวทางในการที่จะศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย ที่มีอยู่แล้ว และกำลังจะจัดตั้งขึ้นอีกหลายสถาบัน ในปี 2550 นี้ รวมทั้งเป็นการศึกษา การรวบรวมข้อมูลในด้านต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของศูนย์บ่มเพาะฯ

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย ในประเทศไทยนั้น มีการกระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาคในประเทศ ตามสถาบันการศึกษาในหัวเมืองใหญ่ เท่านั้น บางแห่งเป็นแค่ศูนย์ให้คำปรึกษาทางด้านธุรกิจเท่านั้น ยังไม่ได้จัดตั้งเป็นศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ เต็มรูปแบบ เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ มีงบประมาณในการสนับสนุนจำกัด จึงต้องคัดเลือกจากสถาบันหลักๆ ที่มีความพร้อมมากที่สุด ซึ่งตามนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ ในปี 2550 ได้เพิ่มการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ตามสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดต่างๆ มากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการให้บริการกับผู้ประกอบการวิสาหกิจ ที่อยู่ห่างไกล จากศูนย์ฯ

ศูนย์บ่มเพาะฯ ที่มีอยู่แล้วในสถาบันการศึกษาปัจจุบัน มีแนวทางในการดำเนินการที่ต่างกัน ซึ่งแล้วแต่ว่าสถาบันใด มีความเชี่ยวชาญในเรื่องใด เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีความเชี่ยวชาญด้านเกษตร อาหาร และเทคโนโลยีด้านจักรกล ซึ่งผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจด้านเหล่านี้ สามารถขอคำปรึกษาได้ หรือของคณะพาณิชยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีความเชี่ยวชาญทางด้านองค์ความรู้ในด้านการจัดการ การดำเนินธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งในสถาบันแต่ละแห่งไม่เหมือนกัน ถ้าสถาบันใดหาจุดแข็งของตัวเองไม่ได้ จะเป็นผลต่อการดำเนินงานของศูนย์

‘รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย’

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เอง ซึ่งนโยบายหนึ่งของภาครัฐที่สำคัญคือการ ที่ศูนย์บ่มเพาะ แต่ละศูนย์ฯต่อไปสามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐอีก ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญต่อไปในอนาคตสำหรับศูนย์บ่มเพาะฯ ที่ไม่สามารถหารายได้เข้ามา ทำให้มีปัญหาต่อการดำเนินงาน และมีผลต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจ ที่ยังต้องการพึ่งพาศูนย์ฯ เหล่านี้

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย ในต่างประเทศ มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย มีหลากหลายลักษณะแตกต่างกันไป ศูนย์บ่มเพาะฯ ได้รับงบประมาณการสนับสนุน การช่วยเหลือ ตามแต่แผนนโยบายของรัฐบาลแต่ละประเทศ ทั้งรัฐบาลท้องถิ่น หรือรัฐบาลกลาง ในต่างประเทศนั้นการอบรมบ่มเพาะ จะได้เปรียบประเทศไทย ทางด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ การร่วมมือกันเป็นเครือข่ายเชื่อมโยง เพื่อให้ข้อมูล ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แต่สำหรับประเทศไทยเองนั้นก็ยังสามารถเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ อยู่มาก ไม่ว่าจะ เป็นทรัพยากรของไทยเรา ที่ยังมีมากพอ และแตกต่างจากประเทศอื่นๆ เช่น ธรรมชาติทางด้านท่องเที่ยว ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย

การส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐ

รัฐบาลได้มีความพยายามที่จะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกระจายตัวอยู่ตามกระทรวง กรม กองต่างๆ รวมทั้งภาคเอกชน เช่น ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ให้มีแนวทางในการที่จะช่วยเหลือส่งเสริม และสนับสนุน ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านทุน ด้านองค์ความรู้ ด้านการพัฒนาสินค้า ด้านเทคโนโลยี ด้านการส่งออก ด้านภาษี และกฎหมาย อื่นๆ อีกมากมาย ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม

6.1.1 สรุปผลการสำรวจ

ส่วนของนิสิต นักศึกษา

(n=150)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. สถาบันการศึกษา		
1.1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	129	86.06
1.2 มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต	12	8.00
1.3 มหาวิทยาลัยสยาม	5	3.30
1.4 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	4	2.70
2. นิสิตนักศึกษาที่อยากเป็นเจ้าของกิจการ		
2.1 อยากเป็นเจ้าของกิจการ	135	90.00
2.2 ไม่อยากเป็นเจ้าของกิจการ	8	5.30
3. นิสิตนักศึกษาที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ		

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(n=150)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3.1 ไม่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ	119	88.1
3.2 รู้จักศูนย์บ่มเพาะ	16	11.9

นักศึกษาที่อยู่ในระดับ ปี 3-4 ที่เป็นคนรุ่นใหม่ ที่มีความต้องการที่จะเป็นเจ้าของกิจการถึงร้อยละ 90 ซึ่งถือว่าเป็นสถิติที่สูง เป็นแนวคิดของคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน แต่ในด้านกลับกันเมื่อถามถึงว่ารู้จักศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในมหาวิทยาลัยไหม มีถึงร้อยละ 80.1 ที่ไม่รู้จักว่าศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจคืออะไร ให้บริการอะไรบ้างแก่ผู้ประกอบการ นั้นแสดงให้เห็นว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งระดับ ประเทศ ระดับศูนย์ฯ ยังไม่ประสบความสำเร็จเป็นที่รับรู้ของนิสิต และนักศึกษา ซึ่งเป็นนิสิตของสถาบันการศึกษาเองได้ ในจำนวนผู้ที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะฯ อยากรับบริการบ่มเพาะถึงร้อยละ 75 และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถูกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการที่จะเข้ารับการอบรมบ่มเพาะ เนื่องจากความน่าเชื่อถือของสถาบัน

ส่วนของผู้ประกอบการและนักธุรกิจ

(n=224)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ลักษณะธุรกิจ		
1.1 ภาคการผลิต	53	55.20
1.2 ภาคการจำหน่าย	24	25.00
1.3 ภาคการบริการ	19	19.80
2. รู้จักศูนย์บ่มเพาะ		
2.1 ไม่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ	124	55.40
2.2 รู้จักศูนย์บ่มเพาะ	93	41.50
3. ความต้องการอยากเข้ารับบริการบ่มเพาะของผู้ที่รู้จักศูนย์ฯ		
3.1 อยากเข้ารับบริการบ่มเพาะ	86	38.39
3.2 ไม่อยากเข้ารับบริการบ่มเพาะ	14	6.25
4. สถาบันที่อยากเข้ารับบริการบ่มเพาะ		
4.1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	57	61.30
4.2 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	3	3.20

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม อยู่ในภาคการผลิตถึงร้อยละ 55.20 มากที่สุด ซึ่งกิจการมีอายุในช่วง 2-3 ปี มีผู้รู้จักศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจฯ ในมหาวิทยาลัยมากพอๆ กับผู้ที่ไม่รู้จัก ผู้ที่รู้จักศูนย์บ่มเพาะฯ อยากเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะร้อยละ 38.39 และระบุว่าต้องการเข้ารับบริการบ่มเพาะที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากที่สุด ถึงร้อยละ 61.30 สาเหตุที่เลือกนั้นเพราะว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีบุคลากรที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับ

ส่วนของผู้ประกอบการที่เคยเข้ารับบริการบ่มเพาะฯ

(n=10)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ลักษณะธุรกิจ		
1.1 ภาคการผลิต	7	70
1.3 ภาคการบริการ	3	30
3. ความต้องการอยากเข้ารับบริการบ่มเพาะ		
3.1 อยากเข้ารับบริการบ่มเพาะ	10	100
3.2 ไม่อยากเข้ารับบริการบ่มเพาะ	-	-
4. สถาบันที่อยากเข้ารับบริการบ่มเพาะ		
4.1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	9	90
4.2 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	1	10

ในส่วนของผู้ประกอบการที่เคยเข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะ ในมหาวิทยาลัย เป็นธุรกิจด้านการผลิตร้อยละ 70 ภาคบริการร้อยละ 30 มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมาแล้วไม่เกิน 1 ปี มีพนักงานไม่เกิน 10 คนมากที่สุด มีรายได้ในช่วง 6 แสน ถึง 5 ล้านบาทต่อปีมากที่สุด และต้องการเข้ารับบริการอบรมบ่มเพาะในศูนย์บ่มเพาะฯ ถึงร้อยละ 100 และเลือกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มากที่สุดร้อยละ 90 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร้อยละ 10

6.1.2 สรุปความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการบ่มเพาะ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความคาดหวังที่จะเข้ารับบริการอบรมบ่มเพาะในด้านการบริหารจัดการ การวางแผนการตลาด การเขียนแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเงินการบัญชี เป็นต้น

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัญหาของกิจการที่มีก่อนเข้ารับบริการบ่มเพาะ

มีปัญหาทางด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านเงินทุน

การให้ความช่วยเหลือ หรือต้องการคำแนะนำจากศูนย์บ่มเพาะ

อยากให้ศูนย์บ่มเพาะให้ความช่วยเหลือด้านการเขียนแผนธุรกิจ ด้านการวางแผนกลยุทธ์ ด้านการตลาด การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์

ความต้องการในการฝึกอบรมในด้านต่างๆ

ผู้ประกอบการต้องการให้มีการฝึกอบรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และโดดเด่น ด้านการบริหารการจัดการ ด้านนวัตกรรม ด้าน R&D และอื่นๆ

ความคาดหวังต่อศูนย์บ่มเพาะในอนาคต

ต้องการให้การสนับสนุนต่อไป ให้มีการพัฒนาจนสามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้ ให้บริการด้านข้อมูลสารสนเทศ และสิ่งสำคัญคือเห็นความร่วมมือกันจากทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการที่มีคุณภาพระดับชาติต่อไป

ความคิดเห็นเพิ่มเติมในส่วนของผู้ประกอบการวิสาหกิจ

- สิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการคือ เงินทุนสนับสนุนในการดำเนินกิจการ หรือในการขยายกิจการ ซึ่งปัจจุบันมีสถาบันการเงินรองรับเยอะ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ตลอดจนอัตราดอกเบี้ยที่สูง ทำให้ต้นทุนสูงขึ้นตามไปด้วย ศักยภาพการแข่งขันก็น้อยลงด้วย
- ด้านการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานต่างๆมีการดำเนินงานแบบตัวใครตัวมัน ไม่มีการประสานงาน บางหน่วยงานมีงานซ้ำซ้อนกันมากเกินไป แต่ความช่วยเหลือบางประเภทก็มีน้อยเกินไป เช่น ด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควรจะมีศูนย์กลางที่เป็นศูนย์ที่รวมบริการทุกอย่างไว้ในที่เดียวกัน (One Stop Service)
- ผู้ประกอบการยังขาดข้อมูลในการติดต่อ ขาดฐานข้อมูลในด้านต่างๆ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

6.1.3 สรุปความคิดเห็นของผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย

ความชัดเจนของนโยบายรัฐบาล

การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารประเทศทำให้ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะไม่มีความมั่นใจในทิศทางแนวทาง นโยบายของภาครัฐ ว่าจะเป็นไปได้ในแนวทางใด ยังจะให้ความสนับสนุนอยู่หรือไม่ประการใด

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความพอเพียง และรูปแบบการสนับสนุนของภาครัฐ

ยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะด้านเงินงบประมาณสนับสนุน และอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนด้านข้อมูลที่ยังไม่เป็นรูปธรรม และยังไม่มียุทธศาสตร์ ไม่มีเครือข่ายเชื่อมโยงที่ชัดเจน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การสนับสนุนของมหาวิทยาลัย และความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

อยากให้มหาวิทยาลัยมีการสนับสนุนให้มากกว่านี้ แต่ก็ยังมีความร่วมมือกันเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเอง

รูปแบบการบริหารจัดการ ทีมที่ปรึกษา

คำตอบแทนที่ให้กับที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านน้อยเกินไป ส่งผลให้การให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจ นั้นคือประสิทธิภาพลงไปด้วย และต้องการเป็นหน่วยงานอิสระที่ไม่ต้องขึ้นตรงกับหน่วยงานใดเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน

ทรัพยากรที่ควรมี

ยังมีความต้องการบุคลากรเพิ่ม ทั้งในด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการได้ ในส่วนของอุปกรณ์สำนักงานพื้นฐาน เช่น พรินเตอร์ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะศูนย์บ่มเพาะที่อยู่ในส่วนภูมิภาค

ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ

- มีศูนย์บ่มเพาะบางแห่งต้องการอยากให้หน่วยงานภาครัฐ จัดให้มีรูปแบบการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจที่แน่นอน ชัดเจน เป็นรูปธรรม
- อยากให้หน่วยงานของรัฐให้เงินสนับสนุนเพิ่มขึ้น และต่อเนื่อง
- อยากให้หน่วยงานของรัฐมีบริการทีมที่ปรึกษาส่วนกลาง ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละสาขาวิชา ให้บริการแก่ศูนย์บ่มเพาะ
- อยากได้บุคลากรจากหน่วยงานของรัฐมาเป็นวิทยากร
- สิ่งสำคัญคืออยากให้มีการประชุมสัมมนาในเรื่องศูนย์บ่มเพาะ ในการรวมตัวกันสร้างเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างศูนย์บ่มเพาะทั่วประเทศ และเชื่อมโยงกับเครือข่ายต่างประเทศด้วย

6.2 ข้อเสนอแนะ

รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย ควรทำดังนี้

6.2.1 แนวทางการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะ

ด้านการเลือกผู้ประกอบการวิสาหกิจ

ดูความตั้งใจจริงของผู้ประกอบการ ที่คิดจะทำธุรกิจอย่างจริงจัง เป็นหลักสำคัญ มีแผนธุรกิจอยู่แล้วหรือไม่ นำมาศึกษาความเป็นไปได้ มีเวลาให้กับการเข้ารับการอบรมอย่างเต็มที่หรือเปล่า มีเงินทุน ความรู้ขนาดไหน

ด้านการให้คำปรึกษา

ควรเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ในสาขาต่างๆตามความต้องการของผู้ประกอบการมาเป็นที่ปรึกษา สร้าง Connection ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการที่จะขอความช่วยเหลือ สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านการฝึกอบรม

จัดหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน แต่ละท้องถิ่น โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่างๆ มาเป็นวิทยากร มีการไปดูงานในสถานที่จริง พุดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ปัญหาต่างๆ และมีการอบรมต่อเนื่อง แม้แต่หลังการบ่มเพาะ

ด้านการสร้างเครือข่าย

ควรจะมีการสร้างเครือข่ายภายในภายนอกมหาวิทยาลัย ซึ่งอยู่ในพื้นที่ก่อน แล้วจึงสร้างเครือข่ายในระดับภาค สุดท้ายจึงจะเป็นการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างศูนย์บ่มเพาะฯ เอง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การช่วยเหลือกัน และเป็นศูนย์เชื่อมโยงไปยังต่างประเทศในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ด้านบริการ

ควรให้บริการครอบคลุมทุกด้านสาขาวิชา ถ้าศูนย์ตัวเองไม่พร้อมก็สามารถที่จะขอคำแนะนำจากหน่วยอื่นๆ ที่เป็นเครือข่ายได้ โดยเฉพาะด้านภาษี ด้านกฎหมาย ด้านทรัพย์สินทางปัญญา ที่ยังขาดผู้เชี่ยวชาญ

การติดตามประเมินผล

ควรจะมีการประเมินผลงานทั้งของตัวศูนย์บ่มเพาะเอง และตัวผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะ โดยมีคณะกรรมการต่างหากในการประเมิน อย่างเป็นขั้นตอน และต่อเนื่อง

ด้านการวิจัย

ควรให้มีการรวบรวมงานวิจัยของคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ อย่างเป็นรูปธรรมที่เห็นผลได้ รวมทั้งรณรงค์ให้มีการทำงานวิจัยในระดับ นิสิต นักศึกษาทั้งปริญญาตรี และปริญญาโท

6.2.2 การแก้ไขปัญหาอุปสรรค เพื่อการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจฯ

ด้านกลยุทธการบริหารงาน

กลยุทธ์การบริหารงานควรมีความต่อเนื่อง และผู้บริหารควรทำเป็นงานประจำเต็มเวลา เพื่อที่จะมีเวลาในการบริหารงาน ได้อย่างเต็มความสามารถ มีความตั้งใจและสนใจจริงในการที่จะช่วยพัฒนาผู้ประกอบการ

ด้านโครงสร้างการบริหารศูนย์บ่มเพาะ และทีมที่ปรึกษา

ควรมีการวางโครงสร้างที่เป็นระบบ มีคณะกรรมการที่พร้อมที่ทำงานให้กับศูนย์ได้อย่างเต็มที่ และควรมีทีมที่ปรึกษาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆประจำ เพื่อให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ ได้เต็มที่และต่อเนื่อง

ด้านระบบต่างๆ เช่น ระบบการเงิน ระบบข้อมูล ฯลฯ

ควรมีการวางระบบให้ชัดเจน มีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างไร มีข้อติดขัดตรงไหน ต้องหาทางแก้ไขให้ทุกขั้นตอนมีการทำงานที่สะดวก รวดเร็วขึ้น เช่น ระบบการเงิน ควรแยกออกมาต่างหาก หรือถ้าไม่แยกควรจะมีการวางระบบให้มีความคล่องตัวในการเบิกจ่าย ภายใต้การกำกับดูแลที่ดี

ด้านทรัพยากรบุคคล

ควรจัดให้มีบุคลากร ทีมที่ปรึกษาที่มีคุณภาพเพียงพอต่อการให้บริการ กับผู้ประกอบการในอัตราส่วนที่เหมาะสม และควรมีใจที่รักการให้บริการ มีความอดทน มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการอบรมบ่มเพาะ

ด้านทักษะของผู้บริหารศูนย์ เจ้าหน้าที่ศูนย์ และทีมที่ปรึกษา

ควรมีผู้บริหารที่มี สายสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน มีความรู้ความเข้าใจในระบบธุรกิจ และการบริหารศูนย์บ่มเพาะฯ มีทีมที่ปรึกษาที่เพียงพอ มีทักษะความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญครอบคลุมทุกสาขาวิชา ควรมีการศึกษาดูงานเพิ่มเติม การเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานอื่นเฉพาะด้าน เช่น ในเรื่องของภาษีอากร ด้านกฎหมาย กฎระเบียบของทางราชการ ในการขออนุญาต ด้านทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รูปแบบการบริหาร

ควรมีการบริหารที่เป็นแนวทางที่ชัดเจน มีระบบ มีความรวดเร็ว ควรมีการประชุมพูดคุยเพื่อหาแนวทางในการดำเนินงาน หรือมีการไปศึกษาดูงานจากศูนย์บ่มเพาะที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาศักยภาพของศูนย์บ่มเพาะของตนเอง

การมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย

ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชน ภาคสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะในระดับมหาวิทยาลัย ควรถือเป็นนโยบายสำคัญในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและบ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของประเทศไทย โดยมีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

ผู้มีส่วนร่วมในมหาวิทยาลัย ควรประกอบไปด้วย

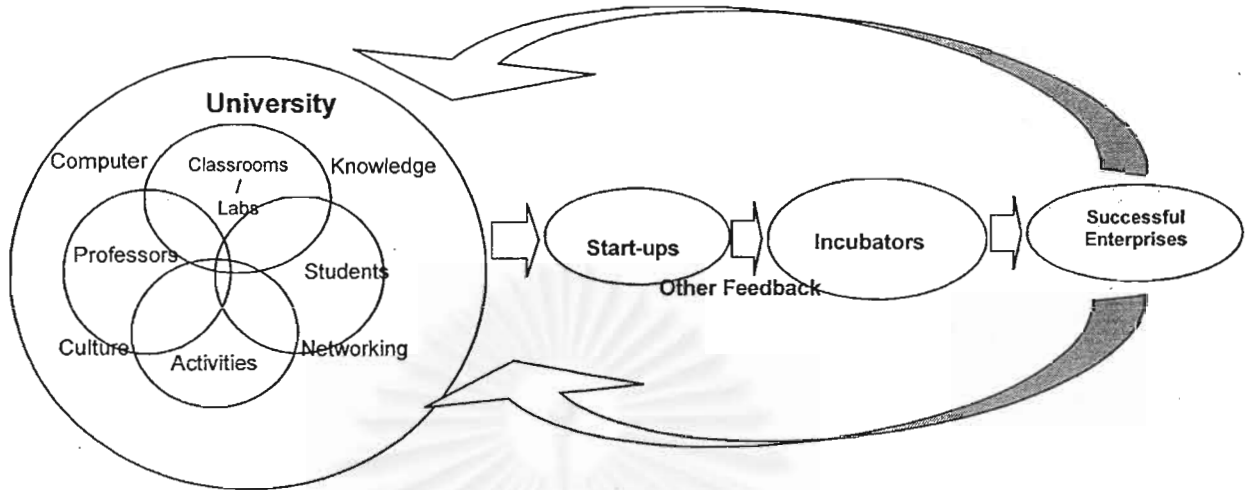
- ผู้สอนในห้องเรียน การทำการวิจัยพัฒนา ในห้องปฏิบัติการ
- นักศึกษาผู้สนใจจะเป็นผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจร่วมพัฒนาด้านการศึกษาวิจัย ในส่วนที่จะช่วยผู้ประกอบการที่มารับการบ่มเพาะ
- คณาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ทุกแขนงที่จำเป็นในการประกอบการ และความรู้ลึกเฉพาะด้านที่จะช่วยในการพัฒนาและศึกษาวิจัย
- กิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ที่จะนำเสนอขึ้นมาเพื่อช่วยในการพัฒนา

สาระสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะฯ ในมหาวิทยาลัย

- ระบบสารสนเทศ หรือคอมพิวเตอร์ที่จะช่วยเก็บรวบรวมและกระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นสาระความรู้ ให้ไปสู่บุคคลในฝ่าย และระดับต่างๆ
- วัฒนธรรม อันเป็นวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้พัฒนา
- ความรู้ในแขนงวิชาการต่างๆ ที่จะป็นสำหรับผู้ประกอบการ ทั้งทางตรงและส่วนที่เสริม
- เครือข่าย การเชื่อมโยงความช่วยเหลือร่วมมือทั้งทางด้านองค์ความรู้ การเงิน และความร่วมมือ อันอาจอธิบายด้วยภาพ

“รูปแบบการพัฒนาของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



อีกทั้งผลการวิจัย ขอมรับสมมุติฐานการศึกษาที่ว่า ศักยภาพความพร้อมของสถาบันการศึกษาในการเป็นศูนย์บ่มเพาะ ขึ้นอยู่กับความพร้อมของคณาจารย์มากกว่าเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ ดังนั้นการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายด้านคณาจารย์ จึงมีความสำคัญมากและต้องกำหนดเป็นแผนการของมหาวิทยาลัย ที่จะให้คณาจารย์สนใจเป็นผู้ให้คำปรึกษาในโครงการศูนย์บ่มเพาะ โดยเฉพาะคณาจารย์ผู้มีความชำนาญ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก.

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. การทำ Focus Group ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย

ณ ห้องประชุมภาควิชาพาณิชยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วันพุธที่ 22 มีนาคม 2549 เวลา 13.30-15.00 น.

ผู้เข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย

1. คุณชลลธร แกลดมงคล ตัวแทนศูนย์บ่มเพาะฯ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
2. ดร.สุพรรณิ ฉายะบุตร ตัวแทนศูนย์บ่มเพาะฯ มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. คุณเกษญา มีความสุข ตัวแทนศูนย์บ่มเพาะฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. คุณพิมพ์ประไพ ธีระชีพ ตัวแทนศูนย์บ่มเพาะฯ มหาวิทยาลัยมหิดล

2. การทำ Focus Group ผู้ประกอบการ SME

ณ ห้อง 503 ชั้น 5 อาคารอนุสรณ์ 50 ปี

ผู้เข้าร่วมประชุม ส่วนผู้ประกอบการ SME ประกอบด้วย

1. คุณอัจฉรา โมมินทร์ – ผลิตสีทาบ้าน
2. คุณวิภา ฉิมชั้น – ไม้ระบุง
3. คุณกมลชนก สุกกรี – ผลิตและจำหน่ายสมุนไพรแปรรูป
4. คุณภริดา บัวทรัพย์ – เบเกอรี่
5. ศิริินทร์ อร่ามวงศ์ตระกูล – กระจกถนอมไม้ 3 มิติ
6. คุณธารัส สุทธิคำ – ของขวัญ (ชอกโกแลต)
7. คุณสมบัติ วิจันทมุข – ผลิตผลไม้อบกรอบ
8. คุณสุนีย์ ชัยประสิทธิ์ผล – น้ำเต้าหู้ผสมผงสำเร็จรูป
9. คุณอรัญญา เกรียงไกรโชค – ธุรกิจท่องเที่ยว
10. คุณเพชร อินทร์รัตน์ – ผลิตและรับสอน แก้วพื้นที่สี
11. คุณวิรัชชา ธนสิทธิพันธ์ – อาหารสำเร็จรูป
12. คุณสุนทร เตชานุรักษ์ – ผลิตและจำหน่ายน้ำพริกสำเร็จรูป
13. คุณจริยา วชิรบรรเจิด – จำหน่ายอะไหล่รถยนต์

3. การจัดทำ Public Hearing

3.1 กลุ่มผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ ในมหาวิทยาลัย

วันอังคารที่ 10 ตุลาคม 2549 เวลา 13.00-16.00 น.

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันที่เข้าร่วม

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ วิทยาลัยเทคโนโลยี
2. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. มหาวิทยาลัยแม่โจ้
4. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
5. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
6. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
7. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
8. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
9. มหาวิทยาลัยนเรศวร
10. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
11. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร
12. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จ.นครราชสีมา
13. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
14. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
15. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
16. มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
17. มหาวิทยาลัยมหเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
18. มหาวิทยาลัยสยาม
19. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
20. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ
21. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
22. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
23. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
24. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
25. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จ.นครศรีธรรมราช
26. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสต์เทริน จ.เชียงใหม่
27. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
28. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
29. มหาวิทยาลัยพายัพ
30. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
31. ทรัพย์สินทางปัญญา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
32. สำนักงานสวนอุตสาหกรรม
33. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
34. คณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
35. สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา

3.2 กลุ่มผู้เข้ารับบริการจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ

วันอังคารที่ 10 ตุลาคม 2549 เวลา 13.00-16.00 น.

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. ผลการสัมภาษณ์ลึก

คุณเกษขญา มีความสุข

หัวหน้าฝ่ายบริหารงานวิจัยร่วมภาคเอกชน

ศูนย์พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีรัฐร่วมเอกชน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศูนย์พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีรัฐร่วมเอกชน ได้จัดตั้งขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ. 2545

โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ

1. พัฒนา และต่อยอดวิชาการด้านเทคโนโลยี
2. ให้มีการดำเนินการ ทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา
3. เพื่อให้ศูนย์ฯ แห่งนี้ เป็นศูนย์นำร่องงานวิจัย (บางส่วน) ของมหาวิทยาลัย โดยให้ดำเนินการในหน่วยทดลอง ซึ่งมีลักษณะเพื่อการบ่มเพาะงานวิจัย

ในปลายปี 2545 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ร่วมกับศูนย์ เพื่อเริ่มดำเนินการในลักษณะศูนย์บ่มเพาะ เพื่อบ่มเพาะงานวิจัยในขนาดเล็ก ซึ่งต้องการความช่วยเหลือด้านคำแนะนำ เป็นที่ปรึกษา และเป็นลักษณะ Technical Incubator รวมทั้งมีการฝึกอบรม

ปี พ.ศ. 2547 สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มีโครงการจะจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะ จึงได้มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีฯ แห่งนี้ เพื่อเตรียมรับกับงานวิจัยขนาดใหญ่ ในอดีตมีการวิจัยร่วมกับเอกชน โดยการเอางานวิจัยที่มีอยู่แล้ว ค่อยมาต่อยอด โดยร่วมกับหน่วยงานเอกชน 30 ถึง 40 ราย ปัญหาที่เกิดขึ้นคือเอกชนเมื่อจ่ายค่าใช้จ่ายไปแล้ว 70% จะไม่ค่อยต่อยอด เพราะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมต่อ ซึ่งต่อไปจะปรับนโยบายใหม่ โดยให้เอกชนจ่าย 100% ตั้งแต่เริ่มต้น

ภารกิจของศูนย์พัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีรัฐร่วมเอกชน

ภารกิจของศูนย์ฯ จะช่วยให้เอกชนมีการได้จดสิทธิบัตร รวมทั้งการรณรงค์งานวิจัย ของอาจารย์ให้มีการจดสิทธิบัตรด้วย ซึ่งขณะนี้สามารถจดสิทธิบัตรในสหรัฐอเมริกาได้ 2 ชิ้นแล้ว ซึ่งได้แก่ ภาชนะบรรจุซึ่งทำจากมันสำปะหลัง และเครื่องขัดเมล็ดพริกไทย ซึ่งได้ให้เอกชนรายหลัง ไปผลิตแล้ว ส่วนในประเทศไทย จะมีอนุสิทธิบัตรอยู่ 10 กว่าชิ้น นอกนั้นอยู่ในระหว่างการยื่นขอจดอีก 100 ชิ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ผู้อำนวยการศูนย์ฯ จะไปเจรจากับเจ้าของงานว่า งานที่ได้ทำไปนั้นลงทุนไปเท่าใดแล้ว และถ้าจะมีการต่อยอดต่อไปในเชิงพาณิชย์ จะคิดค่าใช้จ่ายตรงนี้อย่างไร จะมีการตกลงกันว่า ถ้าเป็น

ส่วนของรายได้แล้ว บริษัทจะหักให้ นักวิจัยก่อน 50% และในส่วนของ 50% ที่เหลือ จะให้คณะที่นักวิจัยผู้นั้นสังกัด 50% และอีกส่วนที่เหลือ 50% ก็จะให้หน่วยงานรัฐ หรือส่วนของมหาวิทยาลัย

ในปัจจุบันศูนย์พัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีรัฐร่วมเอกชน ยังทำหน้าที่

1. จัดอบรม การจัดอบรมในปีที่แล้วมีมาก ส่วนในปีนี้มีโครงการอบรมนักศึกษาในวิทยาเขต ในเรื่อง “คุณจะเป็นผู้ประกอบการได้อย่างไร” จำนวน 1 รุ่น 2 ครั้ง รุ่นละประมาณ 70-80 คน ครั้งแรกจะเป็นการละลายพฤติกรรม ครั้งที่สองจะเป็น Work Shop โดยเอาแนวคิดที่เกิดขึ้นแล้วมาสานต่อ วิทยากรที่เข้าร่วมอบรม จะเชิญทั้งคนภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย
2. การให้คำปรึกษา
3. การสนับสนุนงานวิจัย โดยเน้นที่งานวิจัยของอาจารย์ในมหาวิทยาลัย โดยได้รับเงินทุนจาก สกอ. ขณะนี้มีผู้เสนอ โครงการรออยู่แล้ว 4-5 ราย

ปัญหาและอุปสรรค

- ผู้เข้ารับบริการไม่ทราบความต้องการจริงๆ ของตนว่าต้องการอะไร ไม่ทราบว่าจะมาปรึกษาเรื่องอะไร ไม่ทราบว่าจะเริ่มต้นธุรกิจอย่างไรดี
- ความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการนั้นต้องการปรึกษาทางด้านการบริหารจัดการ ไม่ใช่ต้องการปรึกษาทางด้านเทคโนโลยี
- ข้อจำกัดด้านเวลาของอาจารย์ผู้ดูแล และผู้ที่ให้คำปรึกษา
- การขาดระบบพี่เลี้ยง
- ปัญหาการจัดการภายในศูนย์ เจ้าหน้าที่ยังไม่เข้าใจบทบาทของตนเองดีพอ ไม่สามารถให้คำปรึกษา คำแนะนำด้านต่างๆ กับผู้ใช้บริการได้ การบริการมักเป็นวันต่อวัน (ปัจจุบันศูนย์ฯ มีพนักงานเพียง 4 คน)
- ยังขาดงบประมาณในการพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยี

การแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

- ได้มีการเชิญศิษย์เก่า Exec-MBA. ของมหาวิทยาลัย มาช่วยให้คำปรึกษา
- ผู้จัดการได้ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยง คอยแนะนำ ชี้แนะ เพื่อให้ผู้รับคำปรึกษามีความแข็งแรง และสามารถจัดตั้งบริษัท ได้อย่างเป็นทางการ

แนวทางในอนาคต

ศูนย์ฯ จะมีการติดต่อนักธุรกิจที่จะมาช่วยมหาวิทยาลัย ในลักษณะการจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนกิจกรรม หรือเป็นกองทุนจัดตั้งบริษัท ซึ่งเมื่อมันคงแล้ว ต่อไปอาจจะมีการ Spin Off เมื่อเลี้ยงตัวเองได้

คุณสุภัทรา จำปาทอง

ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น

สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.)

สำนักส่งเสริมและประสานงานสถาบันอุดมศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ

ในปัจจุบัน สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) ได้ให้การสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะ โดยจัดโครงการ หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubators : UBIs) โดยมีสถาบันอุดมศึกษาเข้าร่วมทั้งหมด 25 แห่ง ซึ่งได้จัดแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

1. กลุ่ม Hi- Tech เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล
2. กลุ่ม Hi-Tech ซึ่งจะพัฒนาสินค้าเพิ่ม หรือ OTOP ทั่วไป ไม่ได้เป็นการต่อยอดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ นั้นๆ เช่น สถาบันราชมนฑล หรือมหาวิทยาลัยราชภัฏต่างๆ

ลักษณะของการให้ความร่วมมือ สนับสนุน และช่วยเหลือ

ในการจัดตั้งโครงการหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา UBI นั้นมีวัตถุประสงค์ ในการให้ความช่วยเหลือสนับสนุน ดังนี้

1. ช่วยสร้างผู้ประกอบการ โดยหากภายในองค์กร เช่น จากงานวิจัย เพื่อนำผลงานวิจัย นั้นมาพัฒนา หรือต่อยอด ให้สามารถนำมาใช้ได้เชิงพาณิชย์
2. สนับสนุนอาจารย์หรือนิสิตนักศึกษา ที่ไม่มีความรู้ในด้านแผนธุรกิจ ก็จะทำให้การช่วยเหลือติดต่อกันเป็นระยะเวลา 3-5 ปี อย่างต่อเนื่อง แต่ถ้า 3 ปีแล้วยัง ไม่มีผลงาน ก็อาจจะหยุดให้ความช่วยเหลือ

ความช่วยเหลือที่ให้นั้นก็จะเป็นการช่วยเหลือสนับสนุนในด้านการเงิน และ Facility ต่างๆ และได้จัดกิจกรรมที่จะเป็นประโยชน์ เช่น การจัดทำแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการวิจัย ค้นหานวัตกรรมใหม่ๆ มาสนับสนุนผลิตภัณฑ์นั้นๆ ตลอดจนให้การสนับสนุน แนะนำให้มีการจัดทำแผนธุรกิจ จนสามารถจัดตั้งในรูปของบริษัทให้ได้

เงินสนับสนุน

ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล

การเซ็น MOU กับ สภาอุตสาหกรรม ให้ช่วยเหลือด้านวิจัยเชิงพาณิชย์ ในสินค้าที่สนใจให้เงินสนับสนุน ซึ่งก็จะเป็นการดีที่จะทำเป็นเชิงพาณิชย์โดยเร็วที่สุด และพัฒนาหน่วย UBI ตลอดจนพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ระยะเวลาที่ให้ความช่วยเหลือในแต่ละสถาบัน ประมาณ 3 ปีครั้ง โดยในปีแรก จะพิจารณาให้เงินสนับสนุนช่วยเหลือ 5 ล้านบาท ในปีที่ 2 ให้เงินทุนช่วยเหลือ สนับสนุน 3.5 ล้านบาท และในปีที่เหลือต่อไป ก็จะลดลงไปตามลำดับ

บุคลากร

ทีมผู้บริหาร มีอยู่ 2 คน และมีการจ้างที่ปรึกษาที่เป็นนักวิชาการที่เป็นบุคคลภายนอก มาช่วยในการดูแลการบ่มเพาะ การวิจัย และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

การคัดเลือกสถาบันที่จะเข้าร่วมโครงการ

ปัจจุบัน ปี 2549 ได้มีการคัดเลือกสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 25 สถาบัน ซึ่งแบ่งเป็นเขตกรุงเทพ จำนวน 12 แห่ง และจากภูมิภาค 13 แห่ง ซึ่งจากการพิจารณาสถาบันทั้งหมด 53 สถาบัน โดยปีแรกจะให้ความช่วยเหลือสนับสนุนด้านเงินทุน 5 ล้านบาท โดยการคัดเลือกนั้น จะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มผู้บริหารมหาวิทยาลัย ที่มีศักยภาพ และความจริงจัง
2. สินทรัพย์ด้านอาคาร สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
3. ลักษณะของอาจารย์ที่เข้ามา และผลงานวิจัยย้อนหลัง 3-4 ปี เพื่อเอามาต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
4. แหล่งเงินทุน หรือเครือข่ายที่สนับสนุนภายนอก
5. เครือข่ายอุตสาหกรรมที่ให้ความช่วยเหลือ เช่น สภาอุตสาหกรรมท้องถิ่น

ความคาดหวังของศูนย์บ่มเพาะฯ ในอนาคต

1. เพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ ให้มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งจากเดิมในปี 2548 มี 25 ราย เพิ่มจำนวนเป็น 50 ราย ในปี 2549
2. ศูนย์ TB สามารถสร้าง Start up company ที่มีผลตอบแทนที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยแยกเป็น โครงการระยะสั้น และ โครงการระยะยาว
3. ศูนย์สามารถผลักดันงานวิจัยที่สามารถดำเนินการและพัฒนาในเชิงพาณิชย์ได้ โดยได้ดำเนินการประสานงานและความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานที่พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ หน่วยงานด้านบรรจุกภัณฑ์ แหล่งเงินทุน Venture Capital ให้กับผู้ประกอบการ อาจารย์ นิสิตนักศึกษาได้
4. สามารถสร้างเครือข่าย UBI ของตนเองได้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร
5. ดำเนินกิจกรรมการตลาด และประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ประกอบการสนใจมาเข้าร่วมการบ่มเพาะ ในศูนย์บ่มเพาะ
6. ผู้เข้ารับการบ่มเพาะ พึงพอใจในการบริการ การแนะนำให้คำปรึกษาจากที่ปรึกษา ซึ่งมีความรู้ความสามารถ สามารถให้ความช่วยเหลือจนผู้ประกอบการสามารถยืนด้วยตัวเองได้

ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

1. UBI ทำเป้า Start up company โดยไม่มีหลักประกันใดๆ เลยว่าจะสามารถผลักดันผู้ประกอบการให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

2. ผู้บริหาร หรือคณาจารย์ UBI บางท่าน ไม่มีความตั้งใจจริง ในการที่จะผลักดันงานวิจัยให้ เป็นเชิงพาณิชย์ ตลอดจนความร่วมมือระหว่าง UBI และเจ้าของงานวิจัยยังมีน้อยมาก
3. การดำเนินงานกว่าจะเห็นผล อาจใช้เวลามากกว่า 3 ปี เกินระยะเวลาที่ให้ความช่วยเหลือ

วิธีการแก้ไขปัญหา

1. แก้ที่ระบบงาน โดยเอาตัวอย่างแต่ละแบบมาพิจารณาคัดเลือก
2. แต่ละสถาบันควรเน้นภาพลักษณ์ของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ต่อสาธารณะ และพิจารณาว่า อะไรที่เป็นเทคโนโลยีที่สามารถจะถ่ายทอดออกไปได้หรือไม่

การวัดผล (KPI)

1. จำนวนแผนธุรกิจ ของผู้เข้าร่วมศูนย์บ่มเพาะ UBI จำนวน Start up Company เข้าตาม เกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ ตลอดจนจำนวนของงานวิจัย ซึ่งแต่ละมหาวิทยาลัยควรมี อย่างน้อย 4-5 บริษัท
2. จำนวนคนที่เข้าร่วมบ่มเพาะของแต่ละ UBI จำนวนคนที่เข้ามาขอคำแนะนำ ปรึกษา ขอ ความช่วยเหลือ หรือ ทำแผนธุรกิจ

การให้คะแนน KPI ของแต่ละศูนย์บ่มเพาะ

สำคัญมากที่สุดในการให้คะแนน คือ

1. ให้คะแนนจากความสำเร็จที่ยั่งยืนจากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ
2. ความชำนาญของผู้ที่ให้คำปรึกษา
3. ความพึงพอใจของผู้ที่เข้ารับการบ่มเพาะ
4. ความสนใจของผู้ที่ให้คำปรึกษาใน ส่วนโครงการ

สำคัญปานกลาง ในการให้คะแนนคือ

1. จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ
2. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ
3. เงินสนับสนุนจากเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

UBI ควรต้องยืนด้วยตัวเองได้ และควรเป็นศูนย์กลางผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง มากกว่าทั่วไป สามารถบริการครอบคลุมได้หลากหลาย มีเทคโนโลยีที่สามารถให้บริการได้ เช่น ห้องแล็บ มีที่ปรึกษาเป็นวิทยากรให้การอบรม มีจรรยาบรรณ และสามารถหาแหล่งเงินทุนให้ ผู้ประกอบการใหม่ได้

คุณมนตรี อรุณ

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกองทุน

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

การให้การอุดหนุน สนับสนุน และช่วยเหลือ

1. มหาวิทยาลัยของรัฐต่างๆ
2. สถาบันไทย-เยอรมัน

ลักษณะการอุดหนุน

สนับสนุนด้านการเงิน ให้กับผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรมโครงการบ่มเพาะ โดยร่วมลงทุนในกิจการที่ทาง สสว. เห็นว่าสามารถต่อยอดไปได้ และให้การสนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs อย่างครบวงจร

แหล่งเงินทุน

ได้รับงบประมาณรายจ่ายประเทศ ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน (กพข.)

ทีมผู้บริหาร

มี 8 คน

ลักษณะงาน

ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่จะร่วมลงทุนกับ SMEs

ผู้เข้ารับบริการ

มีจำนวนประมาณ 380 ราย/ปี

การคัดเลือก

มีกระบวนการ การวิเคราะห์ความเสี่ยงในแต่ละปัจจัย

ลักษณะการให้ความช่วยเหลือ

มีการลงเงินร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการ (Venture Capital Fund) เป็นระยะเวลา 3-5 ปี

ความคาดหวังจากศูนย์บ่มเพาะ

1. จำนวนผู้เข้าร่วมในโครงการบ่มเพาะ 30-50 รายต่อรุ่น
2. การตลาด และการประชาสัมพันธ์ มุ่งเน้นกลุ่มผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสร้างสังคมผู้ประกอบการขึ้นมา
3. ความสามารถของผู้ให้คำปรึกษา ที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจจริง
4. การสร้างเครือข่าย มีการเชื่อมโยงเครือข่าย SMEs ที่สามารถจะเป็นพี่เลี้ยงให้กับผู้เข้าร่วมโครงการได้

ปัญหาและอุปสรรค

ผู้เข้ารับการอบรมส่วนหนึ่ง ไม่ประกอบธุรกิจจริง

การแก้ไขปัญหา

ให้มี Commitment ระหว่างสถาบันบ่มเพาะกับผู้เข้ารับการอบรม เพื่อให้สัมฤทธิ์ผล ทั้ง 2 ฝ่าย

ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จ (KPI)

ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด

1. ความสำเร็จที่ยั่งยืนจากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ
2. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในส่วนของโครงการ

ปัจจัยที่สำคัญมาก

1. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา
2. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง
3. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ

ปัจจัยที่สำคัญปานกลาง

1. จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมในศูนย์บ่มเพาะ
2. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ

คุณนงลักษณ์

หัวหน้าส่วนบ่มเพาะ รองผู้อำนวยการโครงการบ่มเพาะ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

การให้ความอุดหนุน สนับสนุน ช่วยเหลือศูนย์บ่มเพาะ

1. คณะพาณิชยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี (ศูนย์ UTO)
3. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (ศูนย์รัฐร่วมเอกชน)
4. Software Park (เขตอุตสาหกรรมประเทศไทย)

ลักษณะการให้การสนับสนุน

1. เป็นต้นแบบ เพื่อศึกษาวิจัยหารูปแบบที่เหมาะสมที่สุด ของประเทศไทย
2. ให้งบประมาณสนับสนุน การพัฒนาบุคลากรทางวิชาการในด้านองค์ความรู้

แหล่งของเงินอุดหนุน

เป็นงบประมาณจากเงินกองทุนที่รัฐจัดสรรให้กับผู้ประกอบการ SME

ผู้บริหาร

มี 3 คน (เฉพาะในส่วนของโครงการบ่มเพาะ) และจะมีการปรับโครงสร้างการบริหารใหม่ เพิ่มผู้บริหารอีก 3 ตำแหน่ง ถ้าวางเจ้าหน้าที่ด้วยจะมีทั้งหมด 11 คน

ผู้ขอเข้ารับการสนับสนุน

นอกจากสถาบันที่ได้ระบุไปแล้วข้างต้น ในปี 2549 มีแผนที่จะสนับสนุนหน่วยบ่มเพาะทั่วประเทศอีก 10 แห่ง โดยจะไม่ให้ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานอื่นๆ (จะไม่ทำในลักษณะงานวิจัยแล้ว) ทั้งนี้ตั้งเป้าไว้ว่าให้ผู้ผ่านการอบรมจากศูนย์บ่มเพาะต้องสามารถอยู่รอดได้ 80%

ระยะเวลาการให้การบ่มเพาะ

2 ปี สำหรับต้นแบบศูนย์บ่มเพาะ

1 ปี สำหรับ Software Park

ความคาดหวังจากศูนย์บ่มเพาะในอนาคต

1. มีผู้เข้าร่วมโครงการยิ่งมากยิ่งขึ้น และเข้ามาแล้วต้องประสบผลสำเร็จ 80%
2. ศูนย์บ่มเพาะสามารถดำเนินการ โดยเลี้ยงตัวเองได้ (ทางด้านการเงิน)
3. ผู้ให้คำปรึกษา มีความชำนาญและมีประสบการณ์โดยตรงที่สามารถถ่ายทอดให้กับผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. การสร้างเครือข่าย สามารถเชื่อมโยงเครือข่าย และครอบคลุมทุกสาขา
5. อุปกรณ์เครื่องมือ เทคโนโลยี มีความพร้อมมากยิ่งขึ้น

ปัญหาและอุปสรรค

1. ปัญหาเรื่องความพร้อมของศูนย์ ด้านพื้นที่ อุปกรณ์ บุคลากร และงบประมาณ
2. ความพร้อมของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ

การแก้ไข

ต้องแก้ไขที่ปัญหา ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. ตัวศูนย์บ่มเพาะ ต้องมีความพร้อมในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาเพื่อให้การดำเนินงานผ่านไปอย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ และต้องสามารถดำเนินการได้ด้วยตัวเองในระยะยาว
2. ส่วนของผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะ ต้องมีการคัดเลือกอย่างรอบคอบ มีเกณฑ์มาตรฐานที่ดี ต้องแนะนำให้ผู้เข้าบ่มเพาะเตรียมความพร้อมของตัวเองด้วย

ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์

ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด

1. ความสำเร็จที่ยั่งยืน สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ด้วยตัวเอง ของผู้ประกอบการที่เข้ารับการอบรมบ่มเพาะ
2. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา

ปัจจัยที่สำคัญมาก

1. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ
2. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษา ในการเข้าร่วมโครงการ

ปัจจัยสำคัญปานกลาง

1. จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมบ่มเพาะในศูนย์

ผ.อ.ศรีสุดา สำราญรัมย์

ผู้อำนวยการส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการและธุรกิจ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

การให้ความอุดหนุน สนับสนุน ช่วยเหลือศูนย์บ่มเพาะ

1. Softwar Park
2. ศูนย์ภาค 11
3. สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 5 ราย
4. อุตสาหกรรมเชรามิก ศูนย์ลำปาง

ลักษณะการอุดหนุน การช่วยเหลือ

1. เงินทุนในการดำเนินงาน บริหารจัดการ ซึ่ง ได้
2. การให้คำแนะนำปรึกษา และ เชื่อม โยง ตลอดถึงการร่วมทุน

ทีมผู้บริหาร

มีจำนวน 4 คน

ระยะเวลาในการบ่มเพาะ

1 ปี

แนวทางในการบ่มเพาะ

เริ่มในปี 2545 ซึ่งก่อนหน้านี้มีการดำเนินการตั้งศูนย์ต้นแบบ ศูนย์ภาค 11 ศูนย์ โครงการ NEC (อบรมหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการใหม่) โดยมีกิจกรรมผสมผสานเป็นแพคเกจ ที่มีทั้ง การอบรม การบ่มเพาะและการให้คำปรึกษาแนะนำ ทั้งนี้ได้ให้สถาบันการศึกษา ทำในส่วนของ การอบรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะทำในด้านการบ่มเพาะเอง

ปี 2546 ได้มีการแบ่งงานกันใหม่ โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทำในส่วนของความรู้คน นอกมหาวิทยาลัย และ ทาง สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) ทำในส่วนของความรู้ ของสถาบันการศึกษา (มุ่งเน้นหน่วยบ่มเพาะในมหาวิทยาลัย)

ความคาดหวังจากศูนย์บ่มเพาะ

ผู้อำนวยการมีทัศนคติว่า แนวคิด Incubator Business ยังไม่เหมาะกับวัฒนธรรมของไทย เพราะเกือบครึ่ง ไม่อยู่แบบ Incubator Business จริง การจัดทำกรอบบ่มเพาะ แบบ Out Wall

น่าจะเหมาะสมมากกว่า In Wall หรือการให้คำแนะนำปรึกษาเฉพาะราย คาดหวังว่าจะมีนวัตกรรมใหม่ๆ และสินค้าใหม่ๆเกิดขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

ผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะ ไม่ได้เข้ามาในลักษณะบ่มเพาะจริงๆ แต่ต้องการแค่ขอคำแนะนำ ขอคำปรึกษาแล้วออกไป Incubator จึงควรเน้นเรื่องการผลิต

ปัจจัยที่วัดความสำเร็จ

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด

1. ความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะ
2. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษา ในส่วนของโครงการ

ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก

1. ความชำนาญของผู้ที่ให้คำปรึกษา
2. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง
3. ความพึงพอใจของผู้ที่เข้ารับการบ่มเพาะ

ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง

1. จำนวนผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะ
2. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ

คุณวิชัย เสริทวีกุล – ผู้จัดการ

คุณวิวัฒน์ ชุตินิชกุล – ที่ปรึกษาอาวุโส

ฝ่ายพัฒนาการจัดการธุรกิจ

หน่วยพัฒนาผู้ประกอบการและบ่มเพาะธุรกิจ (เดิม : ศูนย์แนะนำธุรกิจเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก)

มูลนิธิคีนันแห่งเอเชีย

ความเป็นมา

เป็นสถาบันที่จัดตั้งขึ้น โดยมีเงินทุนเริ่มแรกมาจากรัฐบาลไทย (Dept. of Technical and Economic Cooperation : DTEC) และรัฐบาลสหรัฐอเมริกา (USAID) เพื่อดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อม สุขภาพ การวางแผน Infrastructure การฝึกอบรมบุคลากร และเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นในปี 2540 สถาบันคีนันแห่งเอเชีย ได้ทุนจากสหรัฐอเมริกา จากการบริจาคขององค์กรต่างๆ เพื่อให้ความช่วยเหลือในการให้ความรู้และอบรมให้ผู้ที่ตกงานได้มีงานใหม่ทำ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจทางหนึ่ง จนกระทั่งในปัจจุบัน สถาบันยังคงดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย

ฝ่ายพัฒนา การจัดการธุรกิจ เป็นหน่วยงานของมูลนิธิคีนันแห่งเอเชีย มีหน้าที่สนับสนุนและเสริมสร้างการจัดการธุรกิจที่ดี ด้วยการพัฒนาศักยภาพในการบริหารธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขัน ความเป็นผู้ประกอบการ ธรรมเนียมปฏิบัติ และการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจให้กับภาคเอกชน เพื่อช่วยส่งเสริมให้เศรษฐกิจไทยสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน มีหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1. หน่วยพัฒนาผู้ประกอบการ และบ่มเพาะธุรกิจ
2. หน่วยพัฒนาการจัดการธุรกิจ เสริมสร้างความสามารถในการจัดการให้ธุรกิจไทย
3. หน่วยที่ปรึกษาทางการเงิน สร้างความเข้มแข็งทางการเงินให้ชุมชน และประชาชนชาวไทย
4. หน่วยมาตรฐานแรงงาน เสริมสร้างมาตรฐานแรงงานไทย สร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ

หน่วยพัฒนาผู้ประกอบการและบ่มเพาะธุรกิจ ให้บริการพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบของบริการฝึกอบรมผู้ประกอบการ และบริการบ่มเพาะธุรกิจ เท่าที่ผ่านมา จะเป็นลักษณะของการรับบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะ ให้แก่แหล่งเงินทุนต่างๆ เช่น USAID กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (กระทรวงพาณิชย์) ADB เป็นต้น

โครงการศูนย์บ่มเพาะ ที่เคยทำ ได้เงินสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เข้าบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะ โดยมีผู้จัดการศูนย์ฯ 1 คน มีเจ้าหน้าที่ธุรการ 1 คน อยู่ภายใต้การดูแลของผู้จัดการหน่วยพัฒนาผู้ประกอบการและบ่มเพาะธุรกิจ ซึ่งจัดหามาโดยที่มีผู้แนะนำ และทำการสัมภาษณ์ โดยพิจารณาผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ และอายุ 35 ปีขึ้นไป มีหน้าที่ดูแลและบริหารงานภายในศูนย์ฯ และดูแลผู้เข้ารับการบ่มเพาะ

จำนวนผู้เข้ารับบริการมีจำนวน 30 ราย เป็นผู้เข้ารับบริการ ที่ทางหน่วยงานเองคัดเลือกมา 20 ราย ส่วนอีก 10 รายนั้น เป็นผู้ที่เคยเข้าสู่ศูนย์บ่มเพาะของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมาแล้ว 1 ปี โดยจะพิจารณาจากแผนธุรกิจ และจากการสัมภาษณ์ ธุรกิจของผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการ จะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม ที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณี กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นต้น ลักษณะการให้การบ่มเพาะ เป็นแบบ In-wall โดยมีการให้คำปรึกษาเป็นรายๆ ไป เปิดการอบรม-สัมมนาเป็นกลุ่ม มีเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ไว้บริการ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เครื่องโทรสาร ในสถานที่ ที่จัดไว้ให้ ทั้งนี้มีระยะเวลาในการบ่มเพาะ 1 ปี ตามสัญญาที่ตกลงกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ผู้ให้บริการบ่มเพาะมีประมาณ 10 ราย เป็นที่ปรึกษาทั้งด้านการผลิต โรงงานและการตลาด ซึ่งเป็นบุคลากรจากเครือข่าย ของหน่วยงาน รวมทั้งเจ้าของกิจการต่างๆ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ ผู้เข้ารับบริการจะขาดประสบการณ์ ด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการตลาด

ผู้บริหารของหน่วยงานเห็นว่า ตัวชี้วัดความสำเร็จจากการบ่มเพาะ ได้แก่

1. การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท
2. การจ้างงาน การจ้างพนักงานเพิ่ม หรือแม้แต่การ Subcontract ที่เพิ่มขึ้นของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ
3. การลงทุนขยายงาน สร้างโรงงานเพิ่ม
4. การเพิ่มขึ้นของยอดขาย

ในขณะที่เห็นว่า ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร ในการบ่มเพาะคือ ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ และเมื่อผลงานการบริหารศูนย์บ่มเพาะ เป็นที่ประจักษ์ ก็จะได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ มากขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคในการให้การบ่มเพาะ ได้แก่ การที่ผู้เข้ารับบริการมักไม่ปฏิบัติตามที่ได้นัดหมาย หรือได้มอบหมายงานกันไว้ (มี commitment น้อย) เนื่องจากผู้รับบริการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อการบ่มเพาะ (เนื่องจากเป็น โครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม) และผู้เข้ารับบริการมักจะเรียกร้องจากผู้ให้บริการบ่มเพาะมากเกินไป เช่น ต้องการขายสินค้าให้ได้ โดยไม่ได้ดูศักยภาพของตนเอง เป็นต้น การแก้ไขปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ขึ้นกับผู้จัดการศูนย์ฯ เป็นสำคัญ ต้องติดตาม กระตุ้นให้ผู้เข้ารับบริการมาเข้าร่วมในกิจกรรมที่ศูนย์จัดขึ้น และอธิบายให้ผู้เข้ารับบริการทราบถึงขอบเขตของศูนย์บ่มเพาะ และผู้ให้บริการบ่มเพาะ

เมื่อหน่วยพัฒนาผู้ประกอบการและบ่มเพาะธุรกิจ ได้รับ โครงการบ่มเพาะจากหน่วยงานที่ให้เงินสนับสนุน หน่วยงานจะดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นคราวๆ ไป เพื่อรับผู้เข้ารับบริการทาง website : www.kiasia.org และทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ในรายการสัมภาษณ์ผู้บริหารต่างๆ ในรายการธุรกิจ เช่น SME Today และซีซ่องราย เป็นต้น

เนื่องจากหน่วยพัฒนาผู้ประกอบการและบ่มเพาะธุรกิจ ฝ่ายพัฒนาการจัดการธุรกิจ ของมูลนิธิศันแห่งเอเชีย นี้ มิได้ดำเนินการเป็นศูนย์บ่มเพาะในตัวเอง หากแต่รับบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะ ให้กับหน่วยงานต่างๆ ที่ให้เงินสนับสนุน ผู้บริหารจึงเห็นว่าลักษณะขององค์กรจะเป็น cost center โดยที่มีรายได้ครอบคลุมค่าใช้จ่าย และเลี้ยงตัวได้ แต่มิได้มุ่งกำไรเป็นหลัก

ผู้บริหารหน่วยงาน มีความเห็นว่าปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ และเอกชน ความพึงพอใจของผู้รับการบ่มเพาะ และผู้จัดการศูนย์ ปัจจัยชี้วัด ที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา และความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ ส่วนจำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ เป็นปัจจัยชี้วัดความสำเร็จ ที่มีความสำคัญปานกลาง

ผู้บริหารหน่วยพัฒนาผู้ประกอบการบ่มเพาะธุรกิจ ให้ความเห็นเห็นว่า แนวทางในการพัฒนา ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมหาวิทยาลัย น่าจะอยู่ในรูปแบบที่มีความ

พร้อมตั้งแต่ด้านเทคโนโลยี ด้านการบริหารการจัดการ ด้านทรัพย์สินทางปัญญา ด้านเครือข่าย ต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย และนอกมหาวิทยาลัย รวมทั้งความร่วมมือจากศิษย์เก่าด้วย

หน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี

อุทยานวิทยาศาสตร์ ประเทศไทย (Thailand Science Park : TSP)

ความเป็นมา

TSP เป็นหน่วยงานภายใต้ Technology Management Center (THC) ของ สำนักงาน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) มีสถานภาพเทียบเท่า “ฝ่าย” ในสถาบัน

การให้บริการ

ให้บริการในลักษณะของการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการทุกด้าน ทั้ง In wall และ Out wall

เงินสนับสนุน

ได้รับเงินงบประมาณ อุดหนุน จาก สวทช.

บุคลากร

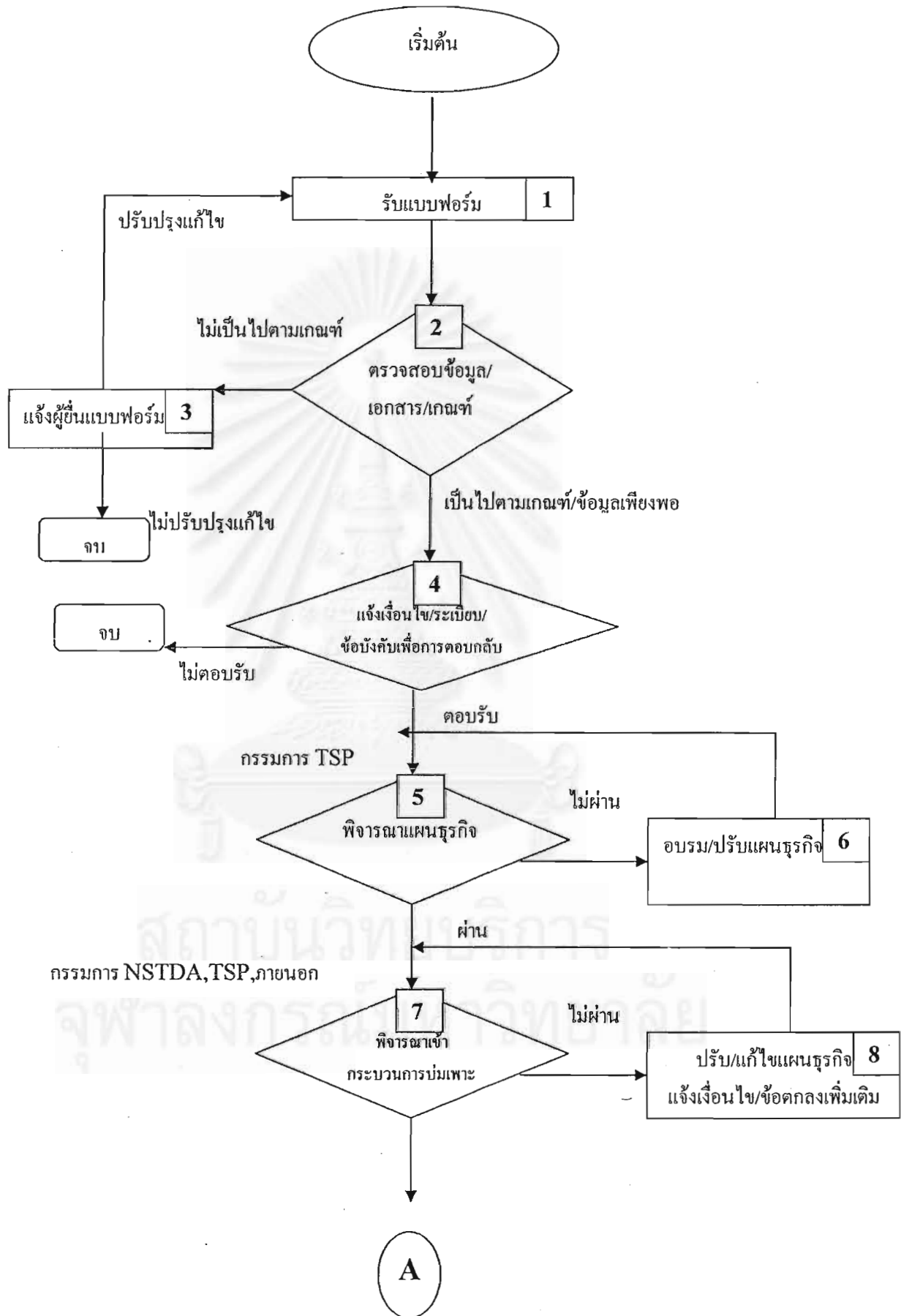
หน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี มีผู้บริหาร 1 คน สรรหาโดยการสัมภาษณ์ และพิจารณาจาก ข้อมูลส่วนบุคคล มีหน้าที่บริหารจัดการหน่วย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่มี Technology Base ทั้ง In wall และ Out wall เพื่อให้เกิดผู้ประกอบการที่สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน

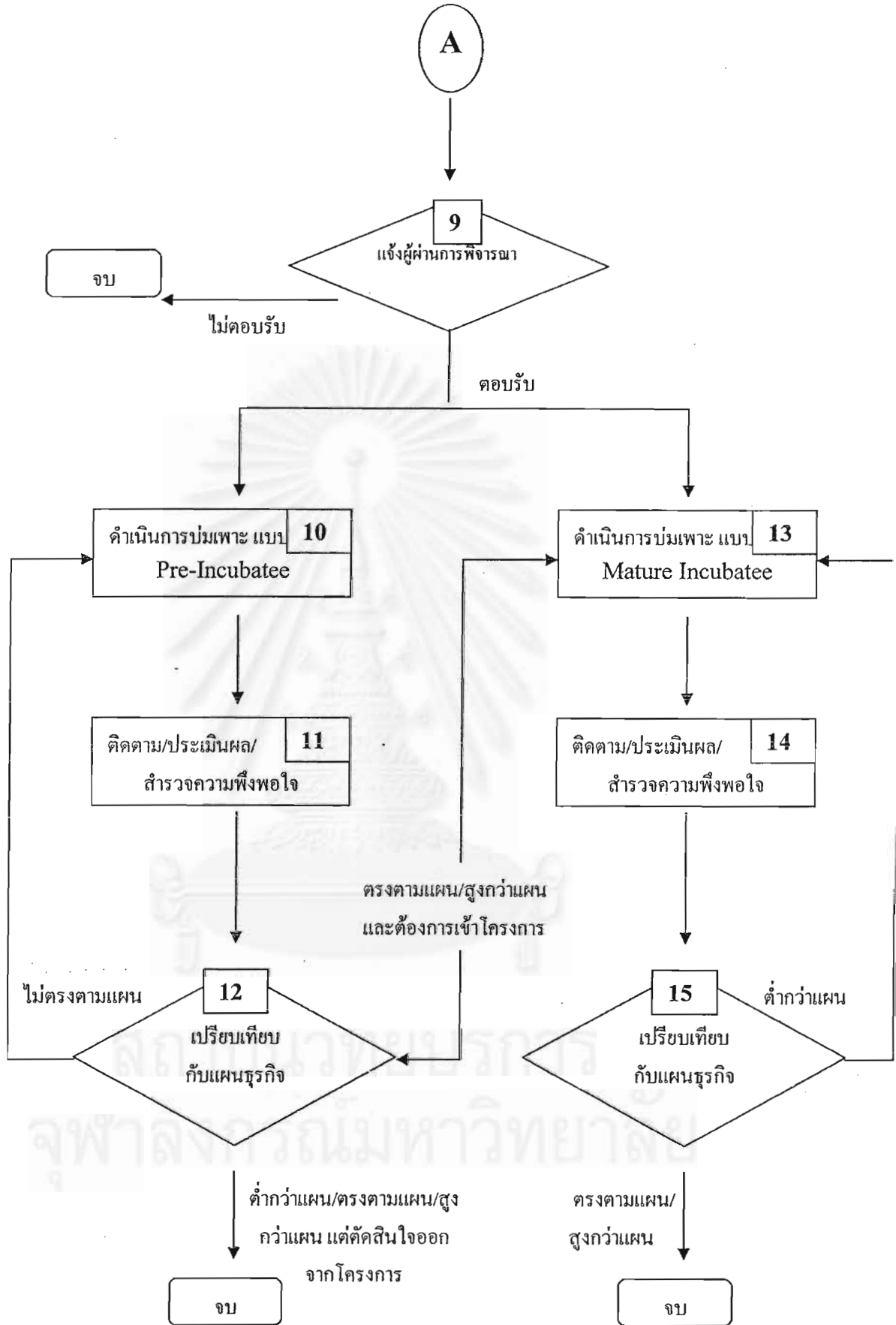
การคัดเลือกผู้เข้ารับบริการ

หน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี มีผู้ให้บริการบ่มเพาะ 4 ราย ซึ่งคัดเลือกเข้ามาโดยการ สัมภาษณ์ และให้บริการในทุกรูปแบบ ในปัจจุบันหน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี มีผู้เข้ารับ บริการทั้งสิ้น 22 ราย ซึ่งมีกระบวนการคัดเลือก ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนผังกระบวนการคัดเลือกผู้เข้ารับการบ่มเพาะ





ลักษณะของการบ่มเพาะ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. Pre – Incubatee เป็นผู้เข้ารับบริการที่มักจะมีแนวคิด หรือเทคโนโลยี ในการผลิตสินค้าแล้ว สามารถมาใช้สถานที่ของหน่วย โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นระยะเวลาประมาณ 6 เดือน และรับบริการด้านคำปรึกษาจากหน่วยฯ และอาจขอรับบริการต่อไปได้อีก 1 ปี
2. Incubatee เป็นผู้เข้ารับบริการบ่มเพาะในด้านต่างๆ ทั้งด้านการผลิต และการบริหารจัดการธุรกิจ โดยต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้พื้นที่ ในอัตรา 200 บาทต่อตารางเมตร และบริการ (Service Charge) 3,800 บาทต่อเดือน ทั้งนี้จะมีการพิจารณาเก็บค่าเช่าพื้นที่จากผู้เข้ารับบริการเพียง 25% ในปีแรก และเพิ่มขึ้นเป็น 50% 75% 100% ในปีที่ 2-4
3. Tenants เป็นผู้เข้ารับบริการที่ออกจากพื้นที่ของหน่วยฯ แล้ว แต่ยังคงเข้ารับการศึกษาอย่างต่อเนื่องต่อไป ทางหน่วยฯจะเก็บค่าบริการในลักษณะของค่าที่ปรึกษาแบบ Out wall

บริการที่ทางหน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี ให้กับ Incubatee ครอบคลุมทุกด้าน ตั้งแต่สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ และให้คำปรึกษาในด้านต่างๆ เมื่อผู้เข้ารับบริการที่หน่วยฯ ออกจากหน่วยฯแล้ว ก็จะสามารถขอรับบริการบ่มเพาะได้ต่อไป โดยเสียค่าใช้จ่าย

ผู้บริหารได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จจากการบ่มเพาะไว้ ดังนี้

1. จำนวนราย pre-incubatee, incubate
2. Occupancy rate and debt ratio
3. Customer's Satisfaction (Infrastructure, Incubator's Service, General Service)
4. Course training (Times, Amount of audience, Satisfaction)
5. Growth rate of revenue include tax
6. Amount of technician increasing
7. Success case following business plan
8. Effective of budgetary management

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ

สำหรับตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรในการบ่มเพาะ ได้แก่ กำเนิด เติบโต อยู่อย่างยั่งยืน เพิ่มเศรษฐกิจของประเทศ

ปัญหาที่ผู้ประกอบการที่เข้ารับการบ่มเพาะมักเผชิญ ได้แก่

1. Product Idea ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งหน่วยฯ จะให้คำปรึกษาเพื่อแก้ไข Product Idea ใหม่
2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ทางด้านการตลาด การจัดการ การเงินและการบัญชี ในส่วนนี้ทางหน่วยฯ จะมีการอบรมและกำกับดูแลให้คำปรึกษา ตลอดระยะเวลาของการบ่มเพาะ 3-4 ปี

3. ผู้ประกอบการมักขาดเงินทุน ซึ่งทางศูนย์ฯ จะประสานกับแหล่งเงินทุนที่มีเครือข่ายอยู่ หน่วยบ่มเพาะทางธุรกิจเทคโนโลยี อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ทำการประชาสัมพันธ์ และแสวงหาผู้เข้ารับบริการโดยการเข้าพบ (knock door) และสอบถามความต้องการ สำหรับวิธีการในอนาคตนั้น บริหารหน่วยฯ มีความเห็นว่าหากหน่วยฯ ดำเนินการและประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง จะมีผู้สนใจมาสมัครเพื่อขอรับบริการเอง และคาดหวังว่าหน่วยฯ จะเป็น Incubator Champion in Southeast Asia in 2008 โดยกำหนดภารกิจของหน่วยบ่มเพาะฯ ในระยะสั้น ประจำปีงบประมาณ 2550 ไว้ดังนี้

1. รับผิดชอบด้านการตลาดในการจัดหาผู้เข้าร่วม โครงการ ตามแผนธุรกิจที่ได้จัดทำไว้เดิม คือมีผู้เข้าร่วมโครงการรวมทั้งสิ้น 12 ราย
2. รับผิดชอบในการให้คำปรึกษาเบื้องต้น ในทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ ทุกประเภท ที่อยู่ในความรับผิดชอบของอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย กรณีที่เป็นคำปรึกษาที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญ หรือมีระยะเวลา อาจเรียกเก็บค่าบริการแก่ผู้มาขอรับบริการที่เป็นผู้เช่าบางประเภท โดยพิจารณาเป็นพิเศษสำหรับผู้เช่าที่เป็นผู้ประกอบการใหม่จริงๆ เพื่อให้สามารถเริ่มกิจการได้
3. ติดต่อประสานงาน ผู้เชี่ยวชาญแต่ละสาขา เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการประกอบกิจการของผู้ประกอบการทุกประเภท ที่อยู่ในความรับผิดชอบของอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย
4. รับผิดชอบในการบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ ที่อยู่ในความรับผิดชอบของอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย
5. จัดฝึกอบรมหลักสูตรการบริหารธุรกิจเบื้องต้นฟรีสำหรับผู้ประกอบการใหม่
6. จัดหลักสูตรเฉพาะที่ส่งเสริมการดำเนินงานของผู้ประกอบการทั่วไป โดยเก็บค่าอบรม
7. สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใหม่นำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนเอง ในงานแสดงสินค้า และการประกวดในระดับนานาชาติ
8. จัดให้มีการประชุมประจำปี สำหรับสถาบันที่มีการบ่มเพาะทั่วประเทศ เพื่อเป็นสถานที่ประชาสัมพันธ์ และนำเสนอผลงานที่เป็น product champion เพื่อปรับรูปแบบที่เหมาะสมกว่า และเพื่อเตรียมการจัดประชุมระดับนานาชาติ southeast asia ในปี 2551 (เพื่อทดสอบ incubator excellence)

ผู้บริหารหน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี เห็นว่าปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะที่สำคัญมากที่สุด คือ ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ และเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญา ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จที่มีความสำคัญมาก ได้แก่ จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จที่มีความสำคัญปานกลางคือ เงินสนับสนุนจากหน่วยงาน

ของรัฐ ส่วนเงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องนั้น จัดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจซอฟต์แวร์

เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ประเทศไทย (Software Park : SWP)

ความเป็นมา

SWP เป็นหน่วยงานภายใต้ Technology Management Center (TMC) ของ สวทช. มีสถานภาพ เทียบเท่า “ฝ่าย” ในสถาบัน

การให้บริการ

ให้บริการในลักษณะของการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ทุกด้าน ทั้ง In wall และ Out wall

เงินสนับสนุน

ได้รับเงินอุดหนุน สนับสนุนจาก

1. จาก สวทช. (งบประมาณ)
2. จาก สสว. เพื่อดำเนินการในส่วนของ สสว.
3. จาก SIPA (ภูเก็ต) เพื่อดำเนินการในส่วนของ SIPA (ภูเก็ต)

บุคลากร

มีผู้บริหาร 1 คน สรรหาโดยการสัมภาษณ์ และพิจารณาจากข้อมูลส่วนบุคคล มีหน้าที่บริหารจัดการหน่วย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ เกี่ยวกับซอฟต์แวร์ทุกด้าน ทั้ง In wall และ Out wall เพื่อให้เกิดผู้ประกอบการที่สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน

การคัดเลือกผู้เข้ารับบริการ

ศูนย์ฯมีผู้ให้บริการบ่มเพาะ 3 คน และ Staff ฝ่ายการตลาด 2 คน ซึ่งเป็นบุคลากรของ SWP ทั้งนี้ศูนย์ฯ ยังมีเครือข่ายทางด้านเทคโนโลยีด้านต่างๆจากหน่วยงานต่างๆของ สวทช. อีกด้วย

ขณะนี้ ศูนย์ฯมีผู้เข้ารับบริการทั้งสิ้น 33 ราย เป็น In wall จำนวน 25 ราย และ Out wall จำนวน 8 ราย ซึ่งผ่านกระบวนการคัดเลือก ดังนี้

1. การพิจารณาจาก Project summary
2. การสัมภาษณ์ โดยคณะกรรมการ

ลักษณะการให้บริการบ่มเพาะ

1. In wall มีการอบรมให้ 100 ชั่วโมง และบ่มเพาะจนครบ 1 ปี (อาจต่อเวลาได้อีก)
2. Out wall บ่มเพาะจนครบ 1 ปี (อาจต่อเวลาได้อีก)
3. มีบุคลากรให้คำปรึกษา ด้านการบริหาร การจัดการ ด้านเทคนิค

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการบ่มเพาะ ได้แก่

1. การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้เข้ารับบริการบ่มเพาะ ไม่น้อยกว่า 80%
2. มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น
3. ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น
4. ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บ่มเพาะ มากกว่า หรือเท่ากับ 820%

ผู้บริหารศูนย์ฯ เห็นว่าความสำเร็จของการบ่มเพาะ ก็คือ ตัวชี้วัดความสำเร็จของศูนย์ด้วย
ปัญหาที่ผู้ประกอบการ ที่เข้ารับการบ่มเพาะมักเผชิญ ได้แก่

1. Product Idea มักไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งศูนย์ฯจะให้คำปรึกษาเพื่อแก้ไข Product Idea ใหม่
2. ผู้ประกอบการ ขาดความรู้ด้านการตลาด การจัดการ การเงินและการบัญชีในส่วนนี้ทาง ศูนย์ฯ จะมีการอบรมและกำกับดูแลให้คำปรึกษา ตลอดระยะเวลา 1 ปี ของการบ่มเพาะ
3. ผู้ประกอบการมักขาดเงินทุน ซึ่งทางศูนย์ฯ จะประสานงานกับแหล่งเงินทุนที่มี กฎระเบียบที่ค่อนข้างผ่อนคลายเป็นพิเศษ

ปัจจุบันศูนย์ฯ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ การให้บริการผ่านทาง website : www.swpark.org และในอนาคต มีการวางแผนที่จะดำเนินการ proactive หากกลุ่มเป้าหมาย ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง website ของเครือข่าย และของ National Science and Technology Development Agency (NASTDA) ด้วย

ผู้บริหารคาดหวังว่าศูนย์ฯจะมีลักษณะเป็นทั้ง cost และ profit center ต่อไป ในอนาคต
ผู้บริหารศูนย์ฯ มีความเห็นว่าปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ ที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสำเร็จที่ยั่งยืนจากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ และทรัพย์สินทางปัญญา (IP) ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษา ในการร่วมโครงการ ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง ได้แก่ จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ ส่วนในเรื่องของเงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ และเอกชนนั้น
ผู้บริหารศูนย์ฯ เห็นว่าเป็นปัจจัยชี้วัดความสำเร็จที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

ส่วนสำหรับนักศึกษาทั่วไป

1. ศึกษาอยู่ที่สถาบัน (ระบุ)..... คณะ.....
สาขา..... ปีที่.....
2. ในอนาคตอยากเป็นเจ้าของกิจการของตนเอง
 ใช่ ไม่ใช่ (ตอบต่อไปข้อ 14)
3. ลักษณะธุรกิจที่ต้องการประกอบ
 ค้าขาย ระบุประเภท.....
 ผลิต ระบุประเภท.....
 บริการ ระบุประเภท.....
 อื่นๆ ระบุ.....
4. ท่านรู้จัก “ศูนย์บ่มเพาะ” หรือไม่
 รู้จักศูนย์บ่มเพาะ (ตอบต่อไปข้อ 5)
 ไม่รู้จักศูนย์บ่มเพาะ (ตอบต่อไปข้อ 12)
5. รู้จักศูนย์บ่มเพาะจากที่ใด
 เอกสารแจก หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์ เว็บไซต์
 การบอกเล่าจาก (ระบุ)..... อื่นๆ (ระบุ).....
6. ท่านอยากเข้ารับบริการศูนย์บ่มเพาะ
 ใช่ เพราะ.....
 ไม่ใช่ เพราะ.....
7. ต้องการรับบริการศูนย์บ่มเพาะ ของมหาวิทยาลัย (ระบุ).....
เพราะ.....
8. ความรู้ที่ต้องการเข้ารับการบ่มเพาะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 แนวคิดเริ่มธุรกิจ การจัดการ การตลาด การเงิน,การบัญชี
 การผลิต การทำหีบห่อ การส่งออก อื่นๆ (โปรดระบุ).....
9. ความคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์บ่มเพาะ
 สูงมาก สูง พอประมาณ ต่ำ ต่ำมาก
10. จำนวนค่าใช้จ่ายที่ยินดีจ่าย เพื่อรับบริการ
 5,000 – 10,000 10,001 - 30,000 30,001 - 50,000 50,001 – 100,000
11. ระยะเวลาที่ต้องการได้รับการบ่มเพาะ
 1 ปี 2-3 ปี อื่นๆ (ระบุ).....

12. ความคาดหวังที่มีต่อศูนย์บ่มเพาะ ในอนาคต

1.
2.
3.

13. โปรดให้คะแนนตามความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญน้อย ที่สุด
1. จำนวนผู้เข้าร่วม ในศูนย์บ่มเพาะ					
2. ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
3. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา					
4. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ					
5. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง					
6. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
7. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ					
8. ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ					
9. อื่นๆ (ระบุ)					

14. ถ้าไม่เป็นเจ้าของกิจการ ท่านจะประกอบอาชีพ (โปรดระบุ).....

เพราะ.....

สถาบันนวัตกรรมการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

ส่วนสำหรับผู้ประกอบการ, นักธุรกิจทั่วไป

1. ลักษณะธุรกิจ

- ค้าขาย ประเภท (โปรดระบุ)..... ผลิต ประเภท (โปรดระบุ).....
 บริการ ประเภท (โปรดระบุ)..... อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

- 0-1 ปี 2-3 ปี 4-5 ปี มากกว่า 5 ปี โปรดระบุ.....ปี

3. ขนาดธุรกิจ - จำนวนพนักงาน..... คน

- ปริมาณรายได้ ต่อปี โดยประมาณ..... บาท

4. การศึกษาของผู้เป็นเจ้าของ

- ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี ปริญญาโท อื่นๆ(ระบุ).....

5. ท่านรู้จัก “ศูนย์บ่มเพาะ” หรือไม่

- รู้จัก “ศูนย์บ่มเพาะ” (ตอบต่อไปที่ข้อ 6)
 ไม่รู้จัก “ศูนย์บ่มเพาะ” (ตอบต่อไปที่ข้อ 12)

6. รู้จักศูนย์บ่มเพาะจากที่ใด

- เอกสารแจก หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์ เว็บไซต์
 การบอกเล่าจาก (ระบุ)..... อื่นๆ (ระบุ).....

7. อยากเข้ารับบริการ

- ไม่ใช่ เพราะ.....
 ใช่ ในเรื่อง.....
เพราะ.....

8. ต้องการเข้ารับบริการที่ศูนย์บ่มเพาะ ของมหาวิทยาลัยใด (ระบุ).....

เพราะ.....

9. ความคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์บ่มเพาะ

- สูงมาก สูง พอประมาณ ต่ำ ต่ำมาก

10. จำนวนค่าใช้จ่ายที่ยินดีจ่าย เพื่อรับบริการ

- 5,000 – 10,000 10,001 - 30,000 30,001 – 50,000 50,001 – 100,000

11. ระยะเวลาที่ต้องการได้รับการบ่มเพาะ

- 1 ปี 2-3 ปี อื่นๆ (ระบุ).....

12. ความคาดหวังที่มีต่อศูนย์บ่มเพาะ ในอนาคต

1.
2.
3.

13. โปรดให้คะแนนตามความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญน้อย ที่สุด
1. จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ					
2. ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
3. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา					
4. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ					
5. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง					
6. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
7. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ					
8. ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ					
9. อื่นๆ (ระบุ)					

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

ส่วนสำหรับ ผู้รับบริการในศูนย์บ่มเพาะ ในปัจจุบัน

1. ลักษณะธุรกิจ

- ค้าขาย ประเภท (โปรดระบุ)..... ผลิต ประเภท (โปรดระบุ).....
 บริการ ประเภท (โปรดระบุ)..... อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

- 0-1 ปี 2-3 ปี 4-5 ปี มากกว่า 5 ปี โปรดระบุ.....ปี

3. ขนาดธุรกิจ - จำนวนพนักงาน..... คน

- ปริมาณรายได้ ต่อปี โดยประมาณ..... บาท

4. ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

1.
2.
3.

5. ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ปัญหาหรืออุปสรรค

1.
2.
3.

6. รู้จักศูนย์บ่มเพาะจากที่ใด

- เอกสารแจก หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์ เว็บไซต์
 การบอกเล่าจาก (ระบุ)..... อื่นๆ (ระบุ).....

7. อยากเข้ารับบริการ

- ไม่ใช่ เพราะ.....
 ใช่ ในเรื่อง.....
เพราะ.....

8. ต้องการเข้ารับบริการที่ศูนย์บ่มเพาะ ของมหาวิทยาลัยใด (ระบุ).....

เพราะเหตุใด.....

9. ความคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์บ่มเพาะ

- สูงมาก สูง พอประมาณ ต่ำ ต่ำมาก

10. จำนวนค่าใช้จ่ายที่ยินดีจ่าย เพื่อรับบริการ

- 5,000-10,000 10,001- 30,000 30,001-50,000 50,001-100,000

11. ระยะเวลาที่ต้องการได้รับการบ่มเพาะ

1 ปี 2-3 ปี อื่นๆ (ระบุ).....

12. ความคาดหวังที่มีต่อศูนย์บ่มเพาะ ในอนาคต

1.

2.

3.

13. โปรดให้คะแนนตามความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญน้อย ที่สุด
1. จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ					
2. ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้ได้รับการบ่มเพาะ					
3. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา					
4. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ					
5. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง					
6. ความพึงพอใจของผู้ได้รับการบ่มเพาะ					
7. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ					
8. ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ					
9. อื่นๆ (ระบุ)					

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ค.

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวคำถามสัมภาษณ์ลึก

โครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

ส่วนของผู้บริหาร ศูนย์บ่มเพาะ

1. ชื่อสถาบัน.....หน่วยงาน.....
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....
3. ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์.....
4. สถานภาพศูนย์บ่มเพาะ (ระดับมหาวิทยาลัย หรือคณะ).....
5. ลักษณะบริการที่ให้
 - 1.....
 - 2.....
 - 3.....
 - 4.....
6. เงินอุดหนุน ได้รับจากที่ใดบ้าง
 - 1.....
 - 2.....
 - 3.....
7. มีผู้บริหารจำนวน.....คน
การคัดเลือก.....
.....
.....
ลักษณะงาน.....
.....
.....
8. ผู้เข้ารับบริการมีจำนวน.....ราย
การคัดเลือก.....
.....
.....
ลักษณะการให้การบ่มเพาะ.....
.....
.....

9. ระยะเวลาให้การบ่มเพาะ.....
10. บริการระหว่างการบ่มเพาะ.....
.....
.....
11. บริการหลังการบ่มเพาะ.....
.....
.....
12. ผู้ให้บริการบ่มเพาะจำนวน.....ราย
การคัดเลือก.....
.....
ลักษณะบริการบ่มเพาะ.....
.....
13. ตัวชี้วัดความสำเร็จจากการบ่มเพาะ
1.
2.
3.
14. ตัวชี้วัดความสำเร็จของ องค์กร ในการบ่มเพาะ
1.
2.
3.
15. ปัญหาและอุปสรรคจากการบ่มเพาะ
1.
2.
3.
16. วิธีการแก้ปัญหาและอุปสรรค
1.
2.
3.
17. ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย
1.
2.
3.
18. ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย
1.
2.
3.

19. วิธีการหาลูกค้า และประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบัน

1.
2.
3.

20. วิธีการหาลูกค้า และประชาสัมพันธ์ ในอนาคต

1.
2.
3.

21. ลักษณะขององค์กรที่คาดว่าจะ เป็น ในอนาคต

-
-
-

22. โปรดให้คะแนนตามความสำคัญ ของปัจจัยชีวิตความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญน้อย ที่สุด
1. จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ					
2. ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
3. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา					
4. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ					
5. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง					
6. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
7. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ					
8. ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ					
9. อื่นๆ (ระบุ)					

-
-
-
-
-

แนวคำถามสัมภาษณ์เด็ก

โครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

ส่วนของ ผู้ประกอบการใหม่

1. ชื่อ-นามสกุล อายุ.....ปี
ระดับการศึกษา.....
2. ประเภทธุรกิจ.....ระยะเวลาประกอบธุรกิจ.....ปี
จำนวนพนักงาน.....คน ระยะเวลาที่ต้องการได้รับการบ่มเพาะ.....ปี
3. รู้จักศูนย์บ่มเพาะจากที่ใด.....
4. ท่านเคยได้รับการบ่มเพาะ หรือขอคำแนะนำจากสถาบันใดบ้าง.....
.....
ผลที่ได้รับ.....
.....
5. เพราะเหตุใด จึงเข้ารับการบ่มเพาะ จากศูนย์บ่มเพาะ ของจุฬาฯ.....
.....
.....
6. ท่านคิดว่าจะ ได้รับความรู้ หรือการแนะนำ จากศูนย์ ในด้านใดบ้าง
1.....
2.....
3.....
4.....
5.....
6.....
7.....
7. ปัญหาของกิจการ ในด้านใดบ้าง ที่ท่านต้องการ ได้รับคำแนะนำ/ช่วยเหลือ
.....
.....
.....

8. ท่านคิดว่างานวิจัย จะพัฒนาไปสู่การนำไปใช้ได้จริงหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

9. โปรดให้คะแนนตามความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด
1. จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ					
2. ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
3. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา					
4. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ					
5. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง					
6. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
7. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ					
8. ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ					
9. อื่นๆ (ระบุ)					

10. ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แนวคำถามสัมภาษณ์ลึก

โครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ในมหาวิทยาลัย”

ส่วนของ ผู้ประกอบการที่เคยเข้ารับการบ่มเพาะ

1. ชื่อ-นามสกุลอายุ.....ปี
ระดับการศึกษา.....
2. ประเภทธุรกิจ.....ระยะเวลาประกอบธุรกิจ.....ปี
จำนวนพนักงาน.....คน ระยะเวลาที่ต้องการได้รับการบ่มเพาะ.....ปี
3. รู้จักศูนย์บ่มเพาะจากที่ใด.....
4. ท่านเคยได้รับการบ่มเพาะ หรือขอคำแนะนำจากสถาบันใดบ้าง.....
.....
ผลที่ได้รับ.....
.....
5. ท่านได้รับการสนับสนุนด้านการเงิน จากที่ใดบ้าง
.....
6. เพราะเหตุใด จึงเข้ารับการบ่มเพาะ จากศูนย์บ่มเพาะ ของจุฬาฯ.....
.....
.....
7. ก่อนเข้ารับการบ่มเพาะ ท่านคาดว่าจะได้รับความรู้ หรือการแนะนำ จากศูนย์ ในด้านใดบ้าง
1.....
2.....
3.....
4.....
5.....
6.....
7.....

8. ปัญหาของกิจการในด้านใดบ้าง ที่มีก่อนที่ท่านจะเข้ารับการบ่มเพาะ

.....

.....

.....

9. ศูนย์บ่มเพาะได้ให้คำแนะนำ หรือความช่วยเหลือในด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

10. การให้บริการในด้านใด ที่อยากให้มีเพิ่มเติม หรือปรับปรุง

.....

.....

.....

11. ความคาดหวังในอนาคต ที่มีต่อศูนย์บ่มเพาะ

.....

.....

.....

12. ท่านคิดว่าจะได้นำองค์ความรู้ที่ได้รับ ไปพัฒนาธุรกิจของตนเองอย่างไร

.....

.....

.....

13. โปรดให้คะแนนตามความสำคัญ ของปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะ

	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญน้อย ที่สุด
1. จำนวนผู้เข้าร่วมในศูนย์บ่มเพาะ					
2. ความสำเร็จที่ยั่งยืน จากผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
3. ความชำนาญของผู้ให้คำปรึกษา					
4. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ					
5. เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง					

	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญน้อย ที่สุด
6. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ					
7. ความสนใจของผู้ให้คำปรึกษาในการร่วมโครงการ					
8. ความพร้อมของเครื่องมือและห้องปฏิบัติการ					
9. อื่นๆ (ระบุ)					

14. ความคิดเห็นเพิ่มเติม.....
.....
.....
.....
.....
.....



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

ข้อมูลเอกสาร จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ข้อมูลเอกสาร จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

www.bii.ge

www.idisc.net

www.incubator.ucf.edu

www.incubatorsnetwork.com

www.infodev.org

www.mmccc.edu

www.nstda.or.th

www.sme.go.th

www.smethai.net

www.swpark.or.th

www.unido.org

www.uwsbdc.org

www.wipo.int

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย